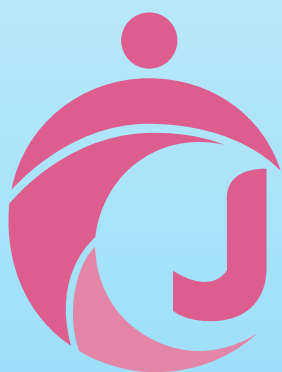




สถาบันวิจัยสังคม
SOCIAL RESEARCH INSTITUTE
Chulalongkorn University

JSRR

ISSN 3056-9508
(ONLINE)



วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์

Journal of Social
Research and Review

ปีที่ 49 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2569



วารสารแห่งสถาบันวิจัยสังคม
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
A Journal of the Social
Research Institute,
Chulalongkorn University

สารบัญ

รหัสบทความ

บทความวิจัย

Research Article

อำนาจบนจาน: นโยบายภาคการเกษตรและอาหารของประเทศไทยในฐานะเครื่องมือทางการเมือง
มุมมองผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 - ฉบับที่ 12

283994

Power on a Plate: Thai Agricultural and Food Policies as Political Instruments
under the 8th–12th National Economic and Social Development Plans

สันทราย วงษ์สุวรรณ

Sunsai Wongsuwan

บทบาทของสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชียกับการสร้างและส่งเสริมเครือข่าย
ระหว่าง ปัญญาชนในเอเชีย

285105

The Role of the Inter-Asia Cultural Studies Society in Establishing and
Promoting Networks Among Intellectuals in Asia

จิตติวัฒน์ สิทธิพัตร และสิริพร สมบูรณ์บุรณะ

Thitiwat Sitipat and Siriporn Somboonboorana

ภาพสะท้อนสังคมวัฒนธรรมอีสานสมัยใหม่ผ่านเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน
การแสดง หมอลำเรื่องต่อกลอน

284263

Reflecting Modern Isan Society and Culture through Technology and
Social Media in Mor Lam Ruang To Klon Performances

อัษฎาวุธ ศรีทน และอิศเรศ ดลเพ็ญ

Atsawut Srithon and Itsarate Dolphen

ปรากฏการณ์ปัญญาประดิษฐ์ในระบบการศึกษาไทย: บทสังเคราะห์เชิงวิภาษวิธี
พ.ศ. 2566 – 2568

284751

AI Phenomena in Thai Education: A Dialectical Synthesis, 2023 – 2025

กฤติน ชันละ

Kittin Khanla

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัล : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนจักสานใบลาน
บ้านวังขอนแดง จังหวัดปราจีนบุรี

288065

Promoting Sustainable Community Products through Digital Marketing:
A Case Study of the Palmyra Palm Weaving Community Enterprise in
Ban Wang Khon Daeng, Prachinburi Province

นฤศร มังกรศิลา

Narusorn Mangkornsila

- ระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
ประเภททอผ้าและเสื้อผ้า จังหวัดขอนแก่น 288318
Adaptation Readiness to Cope with Future Challenges among Textile
and Garment Community Enterprises in Khon Kaen Province
นรวิษฐ์ นิธิปัญญา บวร ทรัพย์สิงห์ และกิงกาญจน์ จงสุขไกล
Norawish Nitipanya, Borvorn Subsing and Kingkan Jongsukklai
- มูลเหตุของความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวชาวไทย:
การศึกษาเชิงคุณภาพในเส้นทางนาคี 288364
Underlying Reasons for Thai Tourists' Intentions to Engage in
Spiritual Tourism: A Qualitative Study of the Nakee Route
นลินี พานสายตา นิตินัย รุ่งจินดารัตน์ จตุพล จรุงโรจน์ ณ ออยุธยา
และประวีณา คาไซ
Nalinee Phansaita, Nitinai Rungjindarat, Jatuphol Charoonroj Na Ayudhya
and Praweena Kasai
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 288568
Factors Influencing Settlement Intention of the Floating Population in the
Bangkok Metropolitan Region (BMR)
นันทนัจช์ ลิ้มกมลทิพย์ และอรวรรณ ประสิทธิ์ศิริผล
Nuntanujch Limgamoltipaya and Orawan Prasitsiriphon
- Cultural Food Values and the Interpretation of Airport Lounge Food: 287877
A Qualitative Study of International Business Travelers
Chetsada Noknoi

ขอเขียนทั้งหมดที่ปรากฏในวารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์ เป็นทัศนะและข้อคิดเห็นส่วนบุคคลของผู้เขียนแต่ละท่าน
มิใช่ความคิดเห็นของคณะบรรณาธิการวารสารวิจัยสังคม

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์

Journal of Social Research and Review

ปีที่ 49 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2569

eISSN 3056-9508

กองบรรณาธิการภายนอก

Professor Dr. Peter Michael Rosset

El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR), México

Professor Dr. Emma E. Porio

Ateneo de Manila University, Philippines

ศาสตราจารย์ ดร.นฤมล นิราทร

นักวิชาการ

รองศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ มะโนรมย์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริพร สมบูรณ์บุรณะ

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

อาจารย์ ดร.จิตาภา คุ่มกลาง

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล แสงอรุณ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ ดร.เทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ

มหาวิทยาลัยบูรพา

กองบรรณาธิการภายใน

นางสาววิชา โกมินทร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นายปรณ เลิศเสถียรชัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดร.ศยามล เจริญรัตน์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดร.กิงกาญจน์ จงสุขไกล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดร.พิชญา สุรพลชัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดร.มนทกานต์ ฉิมมามี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณาธิการบริหาร

รองศาสตราจารย์ ดร.อุ๋นเรือน เล็กน้อย

สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถานที่ติดต่อ

กองบรรณาธิการ “วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์”

สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาคารวิศิษฐ์ ประจวบเหมาะ ชั้น 5 ถนนพญาไท

กรุงเทพฯ 10330

โทร. 02 218 7385

Email: cusri.journal@gmail.com,

[https://so04.tci-thaijo.org/index.php/](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socialresearchjournal)

[socialresearchjournal,](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socialresearchjournal)

www.cusri.chula.ac.th

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์

เป็นวารสารวิจัยรายปี มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หรือบทความวิชาการด้านสังคมศาสตร์ การวิจัยและการพัฒนาสังคม และสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้แก่คณาจารย์ นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา หรือผู้ที่มีความสนใจ มีกำหนดออก 2 ฉบับต่อปี ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน และฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์
ปีที่ 49 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2569): 283994

Journal of Social Research and Review
Volume 49 No.1 (January - June 2026): 283994
ISSN 3056-9508 (Online)



อำนาจบนจาน: นโยบายภาคการเกษตรและอาหารของรัฐบาลไทยในฐานะเครื่องมือทางการเมือง มุมมองผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 - ฉบับที่ 12

สันทราย วงษ์สุวรรณ

คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000

ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, อีเมล: sunsai.wo@up.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งวิเคราะห์บทบาทของนโยบายเกษตรและอาหาร ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 โดยใช้กรอบอำนาจบนจาน เพื่อทำความเข้าใจว่าอาหารมิได้เป็นเพียงประเด็นเศรษฐกิจ แต่เป็นพื้นที่ทางการเมืองที่สะท้อนการต่อรองเชิงอำนาจระหว่างรัฐ ทูต และภาคประชาชน ผ่านการวิเคราะห์เอกสารและนโยบาย ผลการศึกษาพบว่า (1) มิติทางโครงสร้างรัฐใช้นโยบายเกี่ยวกับที่ดิน น้ำ เมล็ดพันธุ์ และสินเชื่อ เป็นกลไกควบคุมการเข้าถึงทรัพยากร ส่งผลให้เกษตรกรรายย่อยต้องพึ่งพิงรัฐและมีอำนาจต่อรองจำกัด ภายใต้ภาระหนี้สินและที่ดินทำกินที่ลดลง (2) มิติด้านเครื่องมือมาตรการด้านราคาและรายได้ โครงการรับจำนำ ประกันรายได้ และพักหนี้ มีบทบาทลดความเสี่ยงระยะสั้น พร้อมกับทำหน้าที่สร้างทุนทางการเมืองและเชื่อมโยงฐานเสียงชนบทกับรัฐบาล (3) มิติทางสถาบัน มาตรฐานการผลิต การรับรองคุณภาพ (GAP/ Q-GAP/ GMP) สัญญาเกษตรและกลไกราชการกลายเป็นด่านสถาบันที่เอื้อประโยชน์แก่ทุนขนาดใหญ่ ขณะที่เกษตรกรรายย่อยถูกลดทอนให้เป็นเพียงผู้ปฏิบัติตาม บทความนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่านโยบายเกษตรของไทย ยังคงรวมศูนย์การตัดสินใจขึ้นอยู่กับรัฐและกลุ่มทุน พร้อมทั้งเสนอให้เกษตรกรลดการพึ่งพิงเชิงโครงสร้างและสร้างสมดุลเชิงอำนาจในระบบอาหาร เพื่อสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนให้กับระบบเกษตรและอาหารไทย จำเป็นต้องคุ้มครองสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากรของเกษตรกร กระจายอำนาจการกำกับดูแลสู่ท้องถิ่น และพัฒนาเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม

คำสำคัญ: อำนาจบนจานอาหาร; นโยบายภาคการเกษตรและอาหาร; เครื่องมือทางการเมือง; แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ; อำนาจเชิงโครงสร้าง

วันรับบทความ: 17 ตุลาคม 2568, วันแก้ไขบทความ: 12 พฤศจิกายน 2568, วันตอบรับบทความ: 18 กุมภาพันธ์ 2569

Power on a Plate: Thai Agricultural and Food Policies as Political Instruments under the 8th–12th National Economic and Social Development Plans

Sunsai Wongsuwan

Faculty of Political Science and Social Sciences, University of Phayao, Mueang Phayao District, Phayao Province 56000, Thailand

Corresponding author, sunsai.wo@up.ac.th

Abstract

This article aims to analyze the role of agricultural and food policies under the 8th–12th National Economic and Social Development Plans, using a power dynamic within the food system to understand that food is not merely an economic issue, but a political space reflecting power struggles between the state, capital, and the public. Through document and policy analysis, the study found that: (1) Structurally, the state uses policies concerning land, water, seeds, and credit as mechanisms to control access to resources, resulting in small-scale farmers becoming dependent on the state and having limited bargaining power under the burden of debt and reduced arable land; (2) In terms of price and income measures, the rice pledging scheme, income insurance, and debt moratorium play a role in reducing short-term risks while also serving to build political capital and connect rural voters with the government; and (3) Institutionally, production standards, quality certifications (GAP/ Q-GAP/ GMP), agricultural contracts, and bureaucratic mechanisms become institutional barriers that benefit large capital, while small-scale farmers are reduced to mere implementers. This article therefore reflects that Thai agricultural policies remain centralized in decision-making by the state and capital groups, and it proposes that farmers reduce their structural dependence and create a power balance in the food system to ensure the security and sustainability of Thailand's agricultural and food systems. It is necessary to protect farmers' right to access resources. Decentralize regulatory power to local authorities and develop mechanisms to fairly connect producers and consumers.

Keywords: Power on the plate; Agricultural and food policy; Political instrument; National Economic and Social Development Plan (NESDP); Structural power

Received: October 17, 2025, **Revised:** November 12, 2025, **Accepted:** February 18, 2026

1. บทนำ

บทความนี้ผู้เขียนมุ่งทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างการเมืองและอาหาร โดยพิจารณาบทบาทของภาครัฐ ภาคประชาชน และกลุ่มทุน ผ่านกรอบการศึกษาว่าด้วยนโยบายภาคการเกษตรและอาหารของประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540–2544) ถึงฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) นอกจากนี้ยังมุ่งทำความเข้าใจประเด็นการเมืองร่วมสมัย อาทิ ระเบียบอาหาร (Food regime) ความมั่นคงทางอาหาร (Food security) และอธิปไตยทางอาหาร (Food sovereignty) ซึ่งล้วนมีนัยสำคัญต่อการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างในระบบเกษตรและอาหารของไทย โดยผู้เขียนต้องการชี้ให้เห็นถึงบทบาทของรัฐในการใช้นโยบายภาคการเกษตรและอาหารเป็นเครื่องมือในการสร้างความชอบธรรมและควบคุมพื้นที่ชนบท โดยเฉพาะภาครัฐให้การสนับสนุนกลุ่มทุนขนาดใหญ่และการลดข้อจำกัดทางกฎหมาย ขณะที่เกษตรกรรายย่อยและภาคประชาสังคมพยายามสร้างพื้นที่ทางเลือกผ่านแนวคิดอธิปไตยทางอาหาร การพึ่งพาตนเอง และตลาดชุมชน ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าอาหารกลายเป็นพื้นที่ของการต่อรองเชิงอำนาจ ระหว่างรัฐ ทุน และประชาชน ในลักษณะที่ซับซ้อนและต่อเนื่อง

ในบริบทของสังคมไทยจะเห็นได้ว่านโยบายด้านเกษตรและอาหารของประเทศไทย มีลักษณะเป็นการเมืองตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำของห่วงโซ่การผลิต โดยเริ่มตั้งแต่การครอบครองเมล็ดพันธุ์ ปัจจัยการผลิต ที่ดิน แรงงาน ไปจนถึงกระบวนการแปรรูปและกระจายอาหาร ซึ่งทั้งหมดล้วนอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐและบรรษัทขนาดใหญ่ในลักษณะรวมศูนย์ ความเป็นการเมืองของระบบอาหารในไทยมีรากฐานตั้งแต่ยุคจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ในช่วงต้นทศวรรษ 2500 ประเทศไทยได้เริ่มรับแนวคิดการวางแผนพัฒนาจากธนาคารโลก (World Bank) ส่งผลให้มีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2504 โดยเปลี่ยนผ่านจากโครงสร้างเศรษฐกิจเกษตรกรรมเพื่อยังชีพ ไปสู่ระบบเกษตรอุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์อย่างเป็นระบบ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีจุดเร่งสำคัญคือการปฏิวัติเขียว (Green revolution) ซึ่งนำเอาความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เช่น พันธุ์พืชปรับปรุง ปุ๋ยเคมี และเครื่องจักรกล มาใช้ในภาคเกษตร ส่งผลให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล แต่ในอีกด้านหนึ่งกลับสร้างการพึ่งพาระบบตลาดและบริษัทข้ามชาติ โดยเฉพาะในประเด็นเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และระบบชลประทาน ซึ่งล้วนมีต้นทุนสูงและต้องได้รับการสนับสนุนจากรัฐ (Patel, 2013) การผลิตแบบมวลรวม (Mass production) นี้ ยังถูกออกแบบเพื่อรองรับระบบอุตสาหกรรมอาหารระดับโลก และเชื่อมโยงกับกลไกการค้าเสรี ที่ผลักดันให้ประเทศกำลังพัฒนาต้องผลิตสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก ตามความต้องการของระบบทุนนิยมโลก มากกว่าการผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศ (Staple, 2006) ทั้งนี้ ย่อมชี้ให้เห็นถึงระบบอาหารในประเทศไทยเป็นผลผลิตของโครงสร้างทางชนชั้น ที่รัฐและกลุ่มทุนร่วมกันกำหนดผ่านความสัมพันธ์เชิงอำนาจในการควบคุมปัจจัยการผลิต ตั้งแต่เมล็ดพันธุ์ ที่ดิน ไปจนถึงตลาดอาหาร การควบคุมดังกล่าวมิได้เป็นเพียงกลไกทางนโยบาย แต่เป็นกระบวนการสร้างความชอบธรรมให้กับการสะสมทุน และการรักษาภาวะครอบงำทางอุดมการณ์ ซึ่งตอกย้ำสถานะของเกษตรกรรายย่อยในฐานะชนชั้นแรงงานในโครงสร้างเศรษฐกิจแบบทุนนิยม (Capitalism) โดยที่สิทธิในการผลิตและบริโภคอาหารกลับถูกจำกัดอยู่ภายใต้กรอบที่ทุนสามารถควบคุมได้ เหตุผลที่ผู้เขียนเลือกศึกษาช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เพราะเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านหลังวิกฤต พ.ศ. 2540 ที่รัฐผลักดันภาคเกษตรเข้าสู่ระบบตลาดและการแข่งขันเชิงอุตสาหกรรม ทำให้การควบคุมทรัพยากรสำคัญของระบบอาหารถูกรวมศูนย์ในมือรัฐและทุน ขณะเดียวกันเกษตรกรรายย่อยถูกลดทอนอำนาจต่อรองและกลายเป็นผู้ถูกกำหนดให้ปฏิบัติตามนโยบายเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม ประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างอาหารกับการเมือง (Food politics) เริ่มได้รับความสนใจในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะในช่วงวิกฤติราคาอาหารโลกระหว่างปี พ.ศ. 2550–2551 ซึ่งเป็นช่วงที่ราคาอาหารพุ่งสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดภาวะความไม่มั่นคงทั้งทางเศรษฐกิจและการเมืองในหลายประเทศ ทั้งประเทศยากจนและประเทศพัฒนาแล้ว ภาวะดังกล่าวก่อให้เกิดความตึงเครียดในสังคม รวมถึงการประท้วงและความไม่สงบในหลายภูมิภาค เนื่องจากราคาข้าว ข้าวสาลี ข้าวโพด และน้ำมันพืชปรับตัวสูงขึ้น จนเกินขีดความสามารถในการเข้าถึงของเกษตรกรรายย่อย ภาคอุตสาหกรรมเกษตรทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างหนักจากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูง การขาดแคลนวัตถุดิบทางการเกษตร และการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก อันมีสาเหตุมาจากภาวะเงินเฟ้อและราคาน้ำมันที่พุ่งสูง ทั้งหมดนี้ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคในหลายประเทศลดลง และสะท้อนถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของระบบอาหารโลกภายใต้บริบททุนนิยมโลกาภิวัตน์ (Holt-Giménez & Shattuck, 2011)

หนึ่งในประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นจากวิกฤติดังกล่าว คือการตระหนักรู้ถึงระบอบอาหาร (Food regime) ในฐานะกลไกทางการเมืองที่ทำหน้าที่ควบคุมโครงสร้างการผลิตและการบริโภคอาหารในระดับโลก ซึ่งไม่ได้ดำเนินไปโดยธรรมชาติของตลาด หากแต่ถูกกำหนดโดยกฎเกณฑ์เชิงสถาบัน อาทิ การค้าเสรี การให้ความช่วยเหลือทางการพัฒนา และการสนับสนุนการผลิตของบริษัทข้ามชาติ ซึ่งล้วนเป็นอุดมการณ์ที่ทำให้กระบวนการสะสมทุนดูเหมือนเป็นเรื่องปกติและชอบธรรม (Soimart Rungmanee et al., 2016) ในด้านหนึ่งแนวคิดความมั่นคงทางอาหารที่ถูกเสนอโดยองค์กรระหว่างประเทศ เช่น องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และธนาคารโลก (WTO) ได้กลายเป็นเครื่องมือทางนโยบายที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการสำรองอาหารข้ามประเทศ เพื่อรับมือกับวิกฤติในอนาคต (McMichael, 1992) อย่างไรก็ตาม โมเดลดังกล่าวถูกวิพากษ์ว่าเป็นการรักษาโครงสร้างอำนาจเดิม โดยไม่ได้เปิดพื้นที่ให้ชุมชนหรือเกษตรกรรายย่อยมีบทบาทในการกำหนดระบอบอาหารของตนเอง ด้วยเหตุนี้จึงเกิดแนวคิดอัติปไตยทางอาหารขึ้นมาเป็นกระแสเคลื่อนไหวระดับโลก โดยเฉพาะจากเครือข่ายชาวนา อย่าง La Via Campesina ซึ่งเรียกร้องให้สิทธิในการผลิต การเข้าถึงทรัพยากร และการกำหนดนโยบายอาหารอยู่ในมือของประชาชน ไม่ใช่รัฐหรือบริษัท แนวคิดนี้เกิดขึ้นท่ามกลางบริบทของเสรีนิยมใหม่ (Neoliberalism) และการปฏิวัติเขียวที่เร่งให้เกิดการผลิต แบบมวลรวมผ่านระบบอุตสาหกรรม โดยละเลยผลกระทบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และความเหลื่อมล้ำเชิงโครงสร้าง (Holt-Giménez & Shattuck, 2011)

ดังนั้น ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทั้งในระดับโลกและระดับชาติ ประเด็นร่วมสมัยอย่างระบอบอาหาร ความมั่นคงทางอาหาร และอัติปไตยทางอาหาร ได้กลายเป็นกรอบแนวคิดสำคัญที่ผู้เขียนใช้ในการทำความเข้าใจความสัมพันธ์เชิงอำนาจในการจัดสรรทรัพยากรด้านเกษตรและอาหาร โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาอย่างไทย ซึ่งรัฐมีบทบาทหลักในการกำหนดทิศทางการพัฒนา ผ่านเครื่องมือนโยบายที่ปรากฏอย่างชัดเจนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ บทความนี้จะมุ่งทำความเข้าใจแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 - ฉบับที่ 12 เพื่อวิเคราะห์ว่ารัฐไทยมีบทบาทในการจัดสรร ควบคุม หรือจำกัดทรัพยากรทางเกษตรและอาหารในลักษณะใด โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาผ่านความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างรัฐ ภาคประชาชน และกลุ่มทุน ซึ่งสะท้อนให้เห็นแนวโน้มและผลกระทบของนโยบายเหล่านี้ที่มีต่อโครงสร้างของระบอบอาหาร สิทธิในการเข้าถึงทรัพยากร และความมั่นคงทางอาหารของประชาชนในระยะยาว

งานศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างรัฐ ภาคประชาชน และกลุ่มทุน ผ่านการดำเนินนโยบายด้านเกษตรและอาหาร โดยพิจารณาว่ารัฐไทยใช้นโยบายดังกล่าวในการจัดสรร ควบคุม หรือจำกัดทรัพยากรอย่างไร ภายใต้กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 - ฉบับที่ 12

2. ทบทวนวรรณกรรม

งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายภาคการเกษตรและอาหารของประเทศไทย สามารถกำหนดแนวทางการศึกษา (Approaches) ให้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงวิเคราะห์ เพื่ออธิบายพลวัตของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในภาคเกษตรกรรมและระบบอาหารของไทยในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะในมิติทางโครงสร้าง กล่าวคือ กระบวนการผลิตและบริโภคอาหาร การจัดการที่ดินและทรัพยากร การกระจายอำนาจ รวมถึงการสร้างความเป็นธรรมทางอาหาร (Food justice) แนวทางเหล่านี้ช่วยให้สามารถวิเคราะห์บทบาทของประเทศไทยในการจัดวางนโยบาย การควบคุมทรัพยากร และการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อระบบอาหาร ในบริบทของการต่อต้านการผูกขาดระบอบอาหารที่ดำเนินการโดยรัฐหรือบริษัทข้ามชาติ ผ่านมุมมองแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ถึงฉบับที่ 12 การศึกษาในประเด็นดังกล่าวสามารถแบ่งแนวทางออกเป็น 3 กลุ่มสำคัญ ได้แก่

2.1 แนวทางเชิงโครงสร้างและเศรษฐกิจการเมือง (Structural and political economy approach) วิเคราะห์ระบบอาหารผ่านกรอบความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่กำหนดโดยโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง โดยมองว่าอาหารไม่ใช่เพียงสินค้าเพื่อบริโภค หากแต่เป็นผลผลิตของระบบความสัมพันธ์ทางอำนาจระหว่างรัฐกลุ่มทุน และแรงงาน โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย แนวคิดนี้มีทวิภาคีการแทรกแซงของบริษัทข้ามชาติและนโยบายรัฐที่สนับสนุนการเกษตรเชิงเดี่ยวเพื่อการส่งออก อันนำไปสู่การกีดกันชุมชนท้องถิ่นจากการควบคุมทรัพยากร และส่งเสริมให้เกิดความเปราะบางเชิงโครงสร้างในระบบอาหาร เช่น การกระจุกตัวของที่ดิน ปัญหาหนี้สินเกษตรกร การสูญเสียอัติปไตยทางอาหาร และการเปลี่ยนระบบอาหารให้ขึ้นอยู่กับตลาดโลก แนวทางนี้จึงชี้ให้เห็นว่า การปฏิรูปนโยบายอาหารต้องตั้งอยู่บนการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจ และสร้างความเป็นธรรมในระบบการจัดสรรทรัพยากรอย่างรอบด้าน

ตัวอย่างเช่น งานที่ศึกษาการต่อสู้ทางนโยบายของ Pancharoen (2023) โดยเน้นให้เห็นถึงพลวัตความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม ที่มีบทบาทแตกต่างกันในการผลักดันหรือจำกัดทิศทางของนโยบายนวัตกรรมอาหาร ในงานวิจัยพบว่า สนามนโยบายนวัตกรรมอาหารในประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่มีความไม่เสมอภาคในเชิงอำนาจ โดยกลุ่มทุนขนาดใหญ่และนักวิจัยสายวิทยาศาสตร์มักมีอำนาจเหนือต่อการนิยามปัญหา กำหนดมาตรฐาน และควบคุมการจัดการนโยบายให้แก่ภาคเอกชน ในขณะที่เสียงของผู้บริโภค ผู้ผลิตรายย่อย และภาคประชาสังคมมักถูกลดทอน อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัตินโยบายยังคงมีลักษณะการรวมศูนย์อำนาจและการใช้อำนาจที่ไม่สมดุล งานวิจัยของ Pancharoen (2023) จึงเสนอให้มีการออกแบบนโยบายที่เปิดพื้นที่ให้ความรู้ทางเลือกแก่เกษตรกร และเสียงจากภาคประชาชนเข้ามามีบทบาทในกระบวนการกำหนดนโยบายมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลในสนามนโยบาย และเสริมความยั่งยืนของระบบนวัตกรรมอาหารในระยะยาว

อีกตัวอย่างหนึ่งเป็นงานของ Chiengkul (2018) วิเคราะห์ระบบเกษตรและอาหารไทยในเชิงโครงสร้าง โดยชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยมีแนวโน้มส่งเสริมนโยบายที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจการเกษตร และกลุ่มทุนขนาดใหญ่มากกว่าการคุ้มครองสิทธิและความมั่นคงของเกษตรกรรายย่อย นโยบายของรัฐมีค่าน้ำหนักหรือแนวคิดที่สนับสนุนเกษตรกรรมยั่งยืน แต่กลไกที่รัฐนำมาใช้อาทิ การส่งเสริมเกษตรพันธสัญญา การเปิดเสรีการค้า และการแปรรูปภาคเกษตร ล้วนสะท้อนถึงการรวมศูนย์อำนาจและการครอบงำของระบบทุนนิยมในภาคอาหาร ข้อเสนอสำคัญของบทความนี้คือ การกระจายอำนาจและส่งเสริมบทบาทของชุมชนในการจัดการทรัพยากรอาหารควรเป็นแนวทางที่รัฐไทยพิจารณา

ดังนั้น งานวิจัยในกลุ่มนี้สะท้อนให้เห็นว่า ประเด็นนโยบายด้านอาหารและเกษตรที่รัฐให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและการมีส่วนร่วม อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริงทางการเมืองภายใต้โครงสร้างอำนาจที่รวมศูนย์และเอื้อประโยชน์ต่อกลุ่มทุนมากกว่า ส่งผลให้เสียงของภาคประชาชน เกษตรกรรายย่อย และผู้ผลิตขนาดเล็กถูกจำกัดไม่ให้ส่งผ่านสู่กระบวนการกำหนดนโยบาย ปรากฏการณ์ดังกล่าวนำไปสู่การตอกย้ำความเหลื่อมล้ำเชิงโครงสร้าง ทั้งในด้านการกระจุกตัวของที่ดิน ภาระหนี้สิน และการพึ่งพาตลาดโลก

2.2 กลุ่มการศึกษาที่สอง แนวทางสิทธิและอธิปไตยทางอาหาร (Rights-based and food sovereignty approach) เป็นการศึกษาอธิปไตยทางอาหารโดยเน้นการกระจายอำนาจในการจัดการระบบอาหารตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ให้ตกอยู่ในมือของประชาชนและชุมชนท้องถิ่น ไม่ใช่กลุ่มทุนหรือรัฐแต่ฝ่ายเดียว อำนาจในการเข้าถึงและควบคุมทรัพยากรอาหารจึงไม่ใช่เพียงประเด็นการเมือง แต่ยังต้องพิจารณาร่วมกับโครงสร้างเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่สร้างความเหลื่อมล้ำในสังคม

ตัวอย่างเช่น บทความของ Dwiartama et al. (2023) ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นคงทางอาหาร อธิปไตยทางอาหาร และวิถีอาหาร (Foodways) ผ่านกรณีศึกษาชุมชนเมืองยากจนในเมืองบันดุง อินโดนีเซีย และเปรียบเทียบกับประเทศไทย โดยชี้ให้เห็นว่าวิถีการเข้าถึงอาหารของชาวเมืองยากจนไม่ได้ขึ้นอยู่กับการผลิตอาหารเองหรือการมีที่ดินทำกิน แต่ยังคงพึ่งพาตลาดที่ไม่เป็นทางการและผู้ค้าริมทาง (หาบแร่แผงลอย) ซึ่งสะท้อนความเปราะบางของโครงสร้างตลาดที่ไม่เอื้อต่อเกษตรกรรายย่อย ดังนั้น แนวคิดวิถีอาหารถูกใช้เพื่ออธิบายว่าชุมชนเหล่านี้สามารถร่วมกันกำหนดคุณภาพและคุณค่าของอาหารและสร้างทางเลือกของตนเองในการเข้าถึงอาหารที่เหมาะสม สะท้อนรูปแบบของอธิปไตยทางอาหารในบริบทเมืองซึ่งต่างจากรอบแนวคิดเดิมที่มักผูกโยงกับการผลิตของเกษตรกรในชนบท

นอกจากนี้ยังมีรายงานของ Lilavanichakul (2025) ที่จัดทำโดยองค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย (Asian Productivity Organization [APO]) ร่วมกับสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (Thailand Productivity Institute) ในปี ค.ศ. 2025 ได้สะท้อนภาพรวมของระบบอาหารในประเทศไทยภายใต้กรอบความยั่งยืนและความสามารถในการฟื้นตัวจากวิกฤต ทำให้เห็นว่าระบบเกษตรไทยแม้ยังคงมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและความมั่นคงทางอาหารของประเทศ แต่กลับเผชิญกับข้อจำกัดเชิงโครงสร้างอย่างต่อเนื่อง อาทิ ความไม่มั่นคงของรายได้เกษตรกร การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการพึ่งพาตลาดโลก ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความเปราะบางในระดับนโยบายของรัฐที่มุ่งส่งเสริมเกษตรกรรมยั่งยืน อีกทั้ง รายงานดังกล่าวยังบ่งชี้ถึงบทบาทของรัฐไทยในฐานะผู้จัดวางเงื่อนไขมากกว่าจะเป็นผู้กระจายอำนาจให้กับภาคประชาชน โดยเฉพาะในด้านการกำกับดูแลทรัพยากร การเข้าถึงตลาด และข้อมูลเชิงนโยบาย

ดังนั้น งานวิจัยในกลุ่มแนวทางสิทธิและอธิปไตยทางอาหารชี้ให้เห็นถึงการท้าทายกรอบความมั่นคงทางอาหารแบบกระแสหลัก ที่มุ่งเน้นเพียงปริมาณการผลิต โดยเสนอให้ขยายความเข้าใจไปสู่อธิปไตยทางอาหารในฐานะสิทธิมนุษยชนสากล

ซึ่งครอบคลุมสิทธิในการควบคุมการผลิต การเข้าถึงทรัพยากร และการมีส่วนร่วมของประชาชนในนโยบายภาคการเกษตร และอาหาร ซึ่งบทบาทของรัฐบาลไทยส่วนใหญ่มักทำหน้าที่จัดสรรและควบคุมมากกว่าจะกระจายอำนาจและรับผิดชอบต่อความเป็นธรรมในระบบอาหาร

2.3 กลุ่มการศึกษาที่สามแนวทางการกระจายอำนาจและประชาธิปไตยทางอาหาร (Decentralization and food democracy approach) เป็นกรอบแนวคิดที่มุ่งเน้นที่การกระจายอำนาจในการบริหารจัดการระบบอาหารให้กับชุมชนท้องถิ่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และกลุ่มผู้บริโภค โดยเห็นว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิต และการบริโภคอาหารเป็นหัวใจของประชาธิปไตยทางอาหาร (Food democracy) แนวทางนี้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมระบบอาหารทางเลือก การสนับสนุนตลาดท้องถิ่น การเกษตรแบบยั่งยืน และการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตและผู้บริโภคในระดับชุมชน การศึกษาภายใต้กรอบนี้สามารถใช้วิเคราะห์ว่านโยบายของรัฐบาลไทยภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีแนวโน้มในการกระจายอำนาจ หรือกลับไปตอกย้ำโครงสร้างแบบรวมศูนย์และพึ่งพาตลาดทุน

ตัวอย่างเช่น งานของ Renting et al. (2012) ได้ศึกษากรอบแนวคิดประชาธิปไตยทางอาหาร โดยเน้นการพัฒนาเครือข่ายอาหารภาคประชาชน (Civic food networks) เช่น ตลาดเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรรวมแบบมีส่วนร่วม และโครงการเกษตรสนับสนุนชุมชน ซึ่งเปิดโอกาสให้พลเมืองมีส่วนร่วมในระบบอาหาร ตั้งแต่การผลิตจนถึงการบริโภค บทความนี้ชี้ว่ารูปแบบความเป็นพลเมืองทางอาหาร (Food citizenship) ใหม่ ๆ กำลังเกิดขึ้นในยุโรป โดยเชื่อมโยงผู้ผลิตรายย่อยและผู้บริโภคเข้าด้วยกันผ่านกลไกนอกตลาดหลัก แนวคิดนี้ตอบโต้ต่อการครอบงำของระบบอาหารแบบอุตสาหกรรม บทความนี้จึงช่วยขยายกรอบการวิเคราะห์เรื่องอธิปไตยทางอาหาร และความเป็นธรรมทางอาหาร โดยชี้ให้เห็นว่าประชาธิปไตยทางอาหาร ไม่ได้เป็นเพียงการเข้าถึงอาหารเท่านั้น แต่คือกระบวนการทางการเมืองในการสร้างอำนาจของพลเมืองในระบบอาหาร

นอกจากนี้ การสำรวจความรู้เกี่ยวกับเรื่องความมั่นคงทางอาหารและอธิปไตยทางอาหาร Wangsatchachok (2018) ได้กล่าวถึงงานวิจัยที่จำเป็นในอนาคตเรื่องการเมืองว่าด้วยการวางกรอบความมั่นคงทางอาหาร: บทสำรวจการให้ความหมายความมั่นคงทางอาหารในกรอบของภาครัฐ ภาคเอกชน งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาว่า ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมของไทยให้ความหมายความมั่นคงทางอาหารอย่างไร และการให้ความหมายที่แตกต่างกันนั้นสะท้อนพลวัตทางการเมืองการต่อรองอำนาจ และอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ความมั่นคงทางอาหาร เป็นแนวคิดสำคัญที่ยังคงมีความซับซ้อนในการนิยามและกำหนดกรอบวิเคราะห์ เนื่องจากมีมากกว่า 200 นิยามและกว่า 450 ตัวชี้วัด ส่งผลให้แนวคิดนี้ถูกใช้เป็นถ้อยคำเชิงยุทธศาสตร์ที่ทุกภาคส่วนอ้างอิง แต่ตีความแตกต่างกันตามเป้าหมายของแต่ละภาคส่วน

ดังนั้น การพิจารณาระบบอาหารแบบรวมศูนย์และพึ่งพาตลาดทุนที่รัฐไทยยึดถือมายาวนาน โดยชี้ว่าประชาธิปไตยทางอาหารไม่ใช่เพียงประเด็นการเข้าถึงอาหาร แต่คือกระบวนการทางการเมืองที่ทำให้พลเมืองมีสิทธิ เสี่ยง และอำนาจในการกำหนดทิศทางของระบบอาหาร ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับนโยบาย งานกลุ่มนี้ชี้ให้เห็นเงื่อนไขและข้อจำกัดของรัฐบาลไทยที่ยังคงลดทอนพื้นที่การมีส่วนร่วมของประชาชน และเสนอทางเลือกใหม่ในการออกแบบนโยบายที่กระจายอำนาจ เสริมสร้างพลเมืองประชาธิปไตย และสร้างระบบอาหารที่ยั่งยืนและเป็นธรรมมากขึ้น

กล่าวโดยสรุป งานทั้งสามกลุ่มจึงมีคุณูปการต่อรัฐศาสตร์ในการเติมเต็มช่องว่างความรู้ โดยไม่เพียงวิพากษ์การจัดการระบบอาหารที่มีอยู่ แต่ยังเปิดพื้นที่ให้กรอบคิดใหม่เพื่อการปฏิรูปเชิงโครงสร้างที่เชื่อมโยงหลักสิทธิมนุษยชน และการกระจายอำนาจสู่ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นฐานสำคัญของการสร้างระบบอาหารที่เป็นธรรมและยั่งยืน ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่ายังมีช่องว่างอีกมากและจำเป็นต้องมีองค์ความรู้เพิ่มเติม งานวิจัยฉบับนี้จึงพยายามเติมเต็มพื้นที่ทางความรู้ดังกล่าวด้วยการศึกษาผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 - ฉบับที่ 12 ผ่านการเมืองกรอบนโยบายด้านการเกษตรและอาหาร พร้อมทั้งสะท้อนพลวัตความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างรัฐ กลุ่มทุน และเกษตรกร รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อความมั่นคงทางอาหารของประเทศไทย

3. วิธีการวิจัย

งานศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ภายใต้กรอบการตีความ (Interpretivism) มุ่งทำความเข้าใจความหมายของนโยบายและพลวัตอำนาจที่ฝังตัวอยู่ในระบบเกษตรและอาหารไทย โดยมองนโยบายอาหารมิใช่เพียงมาตรการทางเศรษฐกิจ แต่เป็นพื้นที่การเมืองที่สะท้อนการต่อรองระหว่างรัฐ ทุน และภาคประชาชน โดยมีระเบียบวิธีวิจัยในการเก็บข้อมูล ดังนี้

3.1 วิธีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล การเก็บข้อมูลดำเนินการผ่านการวิจัยเอกสาร (Documentary research) จากทั้งแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary sources) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary sources) ได้แก่ (1) เอกสารทางการ เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรและอาหาร (2) เอกสารวิชาการ เช่น หนังสือ บทความวิจัย เป็นต้น (3) เอกสารสาธารณะและสื่อมวลชน เช่น ข่าว รายงานเชิงนโยบาย และรายงานจากองค์กรระหว่างประเทศ ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์เชิงนโยบาย เพื่อระบุแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของนโยบาย เปรียบเทียบความต่อเนื่องและความเปลี่ยนแปลงผ่านระหว่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบตีความเชิงวิพากษ์ (Critical interpretive analysis) เพื่อสังเคราะห์ความหมายของอำนาจที่ซ่อนอยู่ในกลไกนโยบาย เครื่องมือด้านสถาบัน และโครงสร้างการกำกับทรัพยากรทางอาหารในการทำความเข้าใจถึงผลกระทบที่สะท้อนผ่านนโยบายต่าง ๆ

3.2 กรณีศึกษาเชิงเปรียบเทียบ (Comparative case study) การวิเคราะห์กรณีศึกษาดำเนินการตามแนวทางของ Yin (2009) โดยเปรียบเทียบลักษณะของนโยบายและผลกระทบที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงแผนพัฒนา ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 เพื่ออธิบายความเปลี่ยนแปลงและพลวัตเชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อเกษตรกรและสังคมไทย เพื่อชี้ให้เห็นถึงรูปแบบการใช้อำนาจของรัฐ และผลสะท้อนต่อประชาชน ในแต่ละช่วงเวลา ตลอดจนทำความเข้าใจว่าอาหารของประชาชนถูกกำหนดขึ้น ภายใต้อำนาจเชิงโครงสร้างและนโยบายอย่างไร

3.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Validity and reliability) เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ (Credibility) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของผลการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยอ้างอิงและบูรณาการข้อมูลจาก 3 มิติหลัก ได้แก่ (1) กรอบแนวคิดทางทฤษฎี (2) ข้อมูลนโยบายภาครัฐ นโยบายภาคการเกษตรและอาหาร (3) เอกสารนโยบายระดับชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 ซึ่งจะเป็นในลักษณะการตรวจสอบวิธีการเชิงคุณภาพระหว่างกัน นอกจากนี้ ผู้เขียนยังใช้การตรวจสอบเชิงเปรียบเทียบระหว่างเอกสารหลายประเภท และการวิเคราะห์ซ้ำในหลายรอบ เพื่อเพิ่มความแม่นยำและลดอคติของการตีความ

4. ผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า นโยบายภาคการเกษตรและอาหารไม่ได้ทำหน้าที่เพียงตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้คน แต่ยังสร้างพื้นที่การต่อรองทางอำนาจระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม เกษตรกรรายย่อยถูกทำให้พึ่งพิงรัฐในด้านทรัพยากรและการช่วยเหลือ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นฐานเสียงทางการเมืองที่สำคัญ ข้าราชการและเทคโนโลยีเครือข่ายที่ควบคุมกรอบนโยบายและการจัดสรรงบประมาณ ส่วนกลุ่มทุนเกษตรอุตสาหกรรมได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการส่งออกและการอุดหนุนเชิงโครงสร้าง ขณะที่พรรคการเมืองและรัฐบาลใช้นโยบายภาคการเกษตรและอาหารเพื่อสร้างคามนิยมทางการเมือง รวมทั้งใช้เป็นเครื่องมือโจมตีกันระหว่างฝ่ายตรงข้าม สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่านโยบายดังกล่าวกลายเป็นมากกว่าประเด็นเศรษฐกิจ แต่เป็นเวทีการต่อสู้เชิงอำนาจระหว่างรัฐ ทุน และภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้เขียนได้จำแนกผลการศึกษาดังออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) อำนาจของรัฐผ่านนโยบายภาคการเกษตรและอาหาร ซึ่งแสดงให้เห็นการจัดสรรและควบคุมทรัพยากรในฐานะเครื่องมือทางการเมือง (2) ข้อค้นพบตามกรอบแผนพัฒนาที่สะท้อนความเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 และ (3) เครื่องมือเชิงกลไกที่รัฐใช้ในการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ทุน และประชาชน

4.1 อำนาจของรัฐผ่านนโยบายภาคการเกษตรและอาหาร

ปัจจุบันเกษตรกรไทยส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาการอุดหนุนจากรัฐ ได้แก่ การประกันราคาข้าว เงินช่วยเหลือ หรือโครงการรับจำนำ โดยขาดมาตรการระยะยาวที่สร้างความมั่นคงด้านสิทธิในที่ดิน น้ำ และเมล็ดพันธุ์ ซึ่งความเหลื่อมล้ำด้านการถือครองที่ดินทำให้เกษตรกรจำนวนมากต้องเช่าที่ทำกินหรือถือครองเพียงแปลงเล็ก ไม่สามารถลงทุนหรือวางแผนการผลิตได้ ถึงแม้ประเทศไทยถูกยกย่องว่าเป็นประเทศเกินดุลอาหารก็ตาม (Agriculture and Agri-Food Canada., 2023) จากการส่งออกสินค้าเกษตรเชิงพาณิชย์ แต่ทิศทางนโยบายกลับถูกกำหนดให้มุ่งไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจมหภาค มากกว่าการสร้างระบบอาหารที่เป็นธรรมและกระจายผลประโยชน์สู่เกษตรกรรายย่อย ทำให้เห็นว่าเกษตรกรฐานรากยังได้รับส่วนแบ่งจากห่วงโซ่คุณค่าที่ต่ำและถูกจำกัดการเข้าถึงทรัพยากรและตลาด ดังนั้น นโยบายในอนาคตควรมุ่งสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเอง

ของเกษตรกร เสริมรายได้ที่มั่นคง การไม่มองเกษตรกรเป็นเพียงฐานเสียงทางการเมือง พร้อมทั้งลดการผูกขาดของพ่อค้าคนกลางและทุนขนาดใหญ่ ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้จำแนกอำนาจของรัฐในระบบภาคการเกษตรและอาหารออกเป็น 3 มิติ ดังนี้

1) มิติทางโครงสร้าง (Structural dimension)

ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 รัฐได้ใช้นโยบายด้านที่ดิน ชลประทาน เมล็ดพันธุ์ ปัจจัยการผลิต และการกำกับราคาพืชผล เป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดสรรและควบคุมทรัพยากร เพื่อจัดการความเสี่ยงทางสังคม การเมือง และสร้างความชอบธรรมต่ออำนาจรัฐ ผลที่ตามมาคือ เกษตรกรไทยกำลังเผชิญทางเลือกสำคัญระหว่างการอยู่รอดบนความเปราะบางภายใต้ระบบเดิม หรือการกลัวที่จะเกิดการเปลี่ยนผ่านสู่เกษตรกรรมที่ยั่งยืน หากรัฐยังไม่ปรับทิศทางนโยบาย การปรับตัวของเกษตรกรก็จะเป็นเพียงการดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด มากกว่าการกำหนดวิถีชีวิตด้วยตนเอง อนาคตของชาวนาไทยจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับชาวนาเพียงลำพัง หากแต่ถูกกำหนดโดยการตัดสินใจเชิงนโยบายและผลประโยชน์ของรัฐและกลุ่มทุน ทั้งนี้ ปัญหาเชิงโครงสร้างหลัก ได้แก่ เมล็ดพันธุ์ ความเหลื่อมล้ำด้านสิทธิในที่ดิน และภาวะหนี้สิน ซึ่งทำหน้าที่เป็นกีดขวางอำนาจที่จำกัดศักยภาพของเกษตรกรไทยในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระยะยาว โดยผู้เขียนจะอธิบายให้เห็นภาพโครงสร้างดังต่อไปนี้

ภายใต้โครงสร้างอำนาจที่กำหนดระบบอาหารไทยในปัจจุบัน ประเด็นเกี่ยวกับสิทธิในเมล็ดพันธุ์จึงไม่ใช่เพียงเรื่องเทคนิคการเกษตรหรือการจัดการปัจจัยการผลิต หากเป็นหัวใจของการต่อรองอำนาจในระบบอาหาร เนื่องจากเมล็ดพันธุ์คือจุดเริ่มต้นที่กำหนดทิศทางการผลิตอาหารและความเป็นอิสระของเกษตรกรในฐานะผู้สร้างระบบอาหาร รวมทั้งเป็นกลไกเชิงยุทธศาสตร์ที่กำหนดว่าใครสามารถผลิตอะไร อย่างไร และต้องพึ่งพาใคร (McMichael, 2016) การที่รัฐควบคุมระบบเมล็ดพันธุ์ผ่านกฎหมาย มาตรฐานการผลิต และระบบการขึ้นทะเบียนพันธุ์พืช รวมถึงการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์เชิงพาณิชย์ จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของอำนาจเชิงโครงสร้างที่ทำให้เกษตรกรรายย่อยสูญเสียสิทธิขั้นพื้นฐานในการเก็บรักษา แลกเปลี่ยน และพัฒนาพันธุ์พืชของตนเอง ซึ่งรัฐผลักดันให้ต้องซื้อเมล็ดพันธุ์จากบริษัทและหน่วยงานรัฐอย่างต่อเนื่อง (Peschard & Randeria, 2020) โครงสร้างดังกล่าวทำให้สถานะแห่งความเป็นผู้สร้างเมล็ดพันธุ์ของเกษตรกรถูกลดทอนลงจนเหลือเพียงบทบาทของผู้ใช้เมล็ดพันธุ์ ภายใต้ระบบการพึ่งพิงทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีจากรัฐและกลุ่มทุนเท่านั้น โดยการควบคุมสิทธิในเมล็ดพันธุ์จึงไม่ใช่เรื่องเทคนิคหรือเทคโนโลยีการเกษตร แต่เป็นการควบคุมทั้งความมั่นคงทางอาหาร และประชาธิปไตยทางอาหารไปพร้อมกัน (Wittman, 2023) เมื่อเกษตรกรไม่สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับพันธุ์พืชที่ปลูกได้อย่างเสรี อำนาจในการกำหนดระบบอาหารก็ถูกดึงออกจากมือชุมชนไปอยู่ในมือรัฐและทุน ไม่ว่าจะผ่านมาตรฐาน GAP/Q-GAP ที่บังคับการใช้พันธุ์พืชเฉพาะหรือผ่านสัญญาเกษตรที่ผูกขาดการเลือกเมล็ดพันธุ์ (Marks et al., 2024) ทั้งหมดนี้ทำให้เกษตรกรไม่เพียงเผชิญความเสี่ยงด้านราคา แต่ยังสูญเสียอำนาจทางวัฒนธรรม รวมถึงสิทธิในการจัดการทรัพยากร (Via Campesina, 2022)

ด้วยเหตุนี้ ในบริบทของไทย การต่อสู้เรื่องสิทธิในเมล็ดพันธุ์จึงไม่ใช่ข้อถกเถียงด้านเทคโนโลยีการเกษตรเท่านั้น แต่เป็นสมรภูมิสำคัญในการช่วงชิงอำนาจเหนือการกำหนดอนาคตของภาคการเกษตรและระบบอาหารของไทย ความขัดแย้งดังกล่าวคือการปะทะกันระหว่างโครงสร้างการผูกขาดที่ต้องการควบคุมความสามารถในการผลิตอาหารกับพลังของชุมชนท้องถิ่นที่พยายามฟื้นอำนาจในการกำหนดวิถีชีวิตของตน ผ่านการอนุรักษ์ การแลกเปลี่ยน และการพัฒนาพันธุ์พืชพื้นบ้านด้วยตนเอง การต่อสู้เรื่องสิทธิในเมล็ดพันธุ์จึงเป็นหัวใจสำคัญของอธิปไตยทางอาหาร ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานของเสรีภาพและความอยู่รอดของผู้ผลิต มากกว่าจะถูกลดทอนให้เป็นเพียงประเด็นด้านการจัดการเชิงระบบราชการตามกรอบนโยบายเดิมของรัฐและทุน

โครงสร้างสิทธิในที่ดินถือเป็นทุนตั้งต้นของเกษตรกร แต่ในประเทศไทยเกษตรกรจำนวนมากไม่ได้ถือครองที่ดินด้วยโฉนดสมบูรณ์ หากอยู่ภายใต้เอกสารสิทธิสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) ที่รัฐออกให้เพื่อการเกษตร โดยเฉพาะเอกสารนี้ต่างจากโฉนดที่ดินธรรมดา เพราะโอนสิทธิได้จำกัด ใช้ค้าประกันสินเชื่อได้ไม่เต็มมูลค่า และไม่สามารถซื้อขายได้เสรี ส่งผลให้เกษตรกรต้องอยู่ภายใต้กรอบการใช้ที่ดินและการเข้าถึงทุนที่รัฐกำหนด ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบุว่าชาวนาไทยยังคงถือครองที่ดินของตนเองในสัดส่วนกว่าร้อยละ 78.7 (เพิ่มจากร้อยละ 75 ในช่วงสองทศวรรษก่อน) แต่ขนาดแปลงที่ดินกลับลดลงอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดข้อจำกัดเชิงโครงสร้างต่อการผลิตและการปรับตัว ข้อมูลจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ณ ธันวาคม 2566) (Agricultural Land Reform Office, n.d.) ชี้ว่าพื้นที่ ส.ป.ก. 4-01 มีมากถึง 22 ล้านไร่ ครอบคลุมเกษตรกรกว่า 1,628,520 ราย จำนวนเอกสารสิทธิรวม 2,205,561 ฉบับ ซึ่งเป็นเพียงสิทธิในการใช้ประโยชน์ มิใช่กรรมสิทธิ์โดยสมบูรณ์ สิทธิประเภทนี้ไม่สามารถใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันเพื่อการลงทุน และ

ยังอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่รัฐสามารถเพิกถอนได้ทุกเมื่อ จึงทำให้เกษตรกรตกอยู่ในสภาวะไร้อำนาจและต้องรอการช่วยเหลือจากรัฐตลอดเวลาความเปราะบางของระบบที่ดินไทยจึงไม่ได้สะท้อนจากจำนวนผู้ถือครอง ตัวอย่างเช่น หากรัฐผลักดันพืชเศรษฐกิจใหม่ เกษตรกรในเขต ส.ป.ก. ต้องปรับตัวตาม เพราะสิทธิการใช้ที่ดินผูกพันกับนโยบายกลาง (Ministry of Agriculture and Cooperatives, 2023) ขณะเดียวกัน เกษตรกรไม่สามารถนำเอกสาร ส.ป.ก. ไปค้ำประกันเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ได้อย่างเต็มมูลค่า จึงต้องพึ่งพาสถาบันการเงินของรัฐ เช่น ธ.ก.ส. สะท้อนว่า สิทธิที่ดินแบบ ส.ป.ก. มีใช้เพียงมาตรการกระจายที่ดินเพื่อความ เป็นธรรม แต่เป็นกลไกเชิงอำนาจที่รัฐใช้ควบคุมการผลิต การเข้าถึงทุน และการปรับตัวของเกษตรกร โดยรัฐสามารถ เปิด-ปิดโอกาสทางเศรษฐกิจของเกษตรกรรายย่อยได้ตามกติกาที่กำหนด (The Active, 2023)

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการศึกษาของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (Puey Ungphakorn Institute for Economic Research, 2023) พบว่า มากกว่าร้อยละ 90 ของครัวเรือนเกษตรมีหนี้สิน โดยมีหนี้เฉลี่ยราว 450,000 บาท ต่อครัวเรือน ภาระหนี้ในระดับสูงเช่นนี้มิได้สะท้อนเพียงปัญหาการเงินของแต่ละครัวเรือน แต่เป็นผลจากกลไกเชิงโครงสร้าง ที่รัฐกำหนดผ่านระบบสินเชื่อและเศรษฐกิจชนบท ความจำเป็นในการเข้าถึงทุนทำให้เกษตรกรต้องพึ่งพาสถาบันการเงินของรัฐ เป็นหลัก ส่งผลให้เกษตรกรถูกจำกัดทางเลือกและขาดอำนาจต่อรอง สังคมยังผลักดันให้ครัวเรือนเกษตรต้องหาทางรอด ผ่านรายได้เสริมนอกภาคเกษตร ได้แก่ งานก่อสร้าง รับจ้างรายวัน หรือค้าขายในตลาดนัด ซึ่งคนรุ่นหลังจำนวนมากเลือกย้าย เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการ สะท้อนโครงสร้างเศรษฐกิจที่ผลักแรงงานออกจากภาคเกษตร ดังนั้น ภาระหนี้ที่สูงทำให้ ครัวเรือนเกษตรมีความเปราะบางและต้องพึ่งพานโยบายของรัฐ ไม่ว่าจะเป็นมาตรการพักหนี้ การอุดหนุนดอกเบี้ย หรือ การพยุงราคาพืชผลทางการเกษตร จนในที่สุดได้กลายเป็นช่องทางที่รัฐใช้หนี้ของเกษตรกรเป็นเครื่องมือทางการเมืองในการ สร้างความนิยมและรักษาสถานะทางการเมือง

2) มิติด้านเครื่องมือ (Instrumental dimension)

นโยบายด้านการเกษตรไม่ได้เป็นเพียงมาตรการทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นทุนทางการเมืองที่รัฐบาล ใช้เพื่อรักษาเสถียรภาพและสร้างความชอบธรรมให้กับตนเอง กลไกด้านเครื่องมือนี้ยังตอกย้ำความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์และการพึ่งพาของเกษตรกรต่อรัฐในระยะยาว ข้อค้นพบสำคัญของการศึกษานี้สะท้อนว่ารัฐใช้นโยบายภาคการเกษตรและอาหาร เป็นเครื่องมือทางการเมืองโดยตรง ไม่ได้จำกัดอยู่แค่การจัดการเศรษฐกิจชนบท แต่ยังทำหน้าที่สร้างความนิยมและคงไว้ซึ่ง อำนาจทางการเมืองของรัฐบาล โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

2.1) นโยบายประชานิยม อย่างโครงการรับจำนำข้าวของรัฐบาลยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และโครงการประกันรายได้โครงการเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า รัฐบาลสามารถใช้กลไกด้านราคาและรายได้ในการสร้างสายสัมพันธ์ทางการเมืองกับชาวนาโดยตรง แม้จะถูกวิจารณ์ถึงภาระทางการคลัง แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่านโยบายเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นทุนทางการเมืองที่เพิ่มน้ำหนักการสนับสนุนจากชนบทได้เป็นอย่างดี ซึ่งการให้เงินอุดหนุนแก่เกษตรกร โดยไม่มีเงื่อนไขตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2564-2565 ซึ่งเป็นช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 รัฐบาลให้เงินอุดหนุนชาวนาภายใต้โครงการประกันรายได้ชาวนาและโครงการสนับสนุนค่าบริหารจัดการและพัฒนาคุณภาพผลผลิตชาวนาสูงถึง 140,000 ล้านบาทต่อปี ดังนั้น จะเห็นได้ว่าเงินอุดหนุนแบบไม่มีเงื่อนไขทำลายแรงจูงใจของเกษตรกรในการใช้เทคโนโลยีการผลิตหรือแรงจูงใจในการปรับตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Phuaphongsakon & Pantakua, 2022)

2.2) หนึ่งในข้อค้นพบสำคัญคือ มาตรการพักหนี้เกษตรกรถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมือง มากกว่ากลไกแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้าง ถึงแม้มาตรการนี้ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนจากราคาพืชผลผันผวนหรือภัยธรรมชาติ และสร้างความรู้สึกที่เกษตรกรได้รับการช่วยเหลือ ในทางตรงกันข้ามเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่สามารถปลดหนี้ได้จริง หากแต่รอคอยการอัดฉีดรอบใหม่จากภาครัฐ (Rattanaworarak, & Chantharat, 2023) การพักหนี้จึงกลายเป็นกลไกซื้อเวลาที่ลดแรงกดดันทางสังคม และเสริมสร้างความผูกพันทางการเมือง โดยเฉพาะในชนบทที่เป็นฐานเสียงเลือกตั้ง ตัวอย่างชัดเจนคือยุครัฐบาลทักษิณ ชินวัตร (พ.ศ. 2544-2549) ที่นำนโยบายพักหนี้ควบคู่กับกองทุนหมู่บ้าน 1 ล้านบาทต่อหมู่บ้าน (Chandoewit, 2003) ซึ่งจะช่วยเกษตรกรตั้งหลักใหม่ได้ แต่ก็สร้างความผูกพันกับรัฐบาลและเสริมฐานเสียงอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวได้ว่ามาตรการพักหนี้ มีใช้เพียงนโยบายเศรษฐกิจเฉพาะหน้า หากแต่เป็นทุนทางการเมืองที่สะท้อนอำนาจที่เป็นเครื่องมือของรัฐในการควบคุมทั้งเศรษฐกิจครัวเรือนและความสัมพันธ์ทางการเมือง

3) มิติทางสถาบัน (Institutional power)

แสดงให้เห็นถึงบทบาทของกระบวนการทางสถาบันและโครงสร้างองค์กรในการกำกับทิศทางนโยบายเกษตร ตั้งแต่ระดับชุมชนถึงระดับชาติ โดยรัฐมักใช้นโยบายสาธารณะ กฎระเบียบ และกฎหมายเป็นกรอบควบคุม อย่างไรก็ตาม กลับสะท้อนข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่ทำให้นโยบายไม่บรรลุผลจริง เนื่องจากขาดการเชื่อมโยงกับความต้องการของเกษตรกร และไม่เปิดพื้นที่ให้เกิดการมีส่วนร่วมเชิงนโยบาย การดำเนินงานเชิงสถาบันเช่นนี้จึงไม่เพียงแต่ทำหน้าที่กำกับ แต่คือการตอกย้ำความไม่สมดุลทางอำนาจและจำกัดความเป็นไปได้ของการปฏิรูปเชิงโครงสร้างในระบบเกษตรกรรมไทย

มิติทางสถาบันในภาคเกษตรและอาหารของไทยปรากฏผ่านกฎหมายและกรอบสิทธิที่กำหนดชีวิตและอาชีพเกษตรกรให้อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ เช่น สิทธิที่ดิน ส.ป.ก. หรือสิทธิการใช้น้ำตามพระราชบัญญัติทรัพยากรน้ำ พ.ศ. 2561 ซึ่งมีใช้กรรมสิทธิ์สมบูรณ์ อีกทั้ง หน่วยงานราชการอย่างกรมการข้าว กรมส่งเสริมการเกษตร องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร และองค์การคลังสินค้า ทำหน้าที่จัดสรรทรัพยากรและควบคุมการตลาด ส่งผลให้รัฐคงอำนาจได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งที่มีการเปลี่ยนรัฐบาลมาตรฐาน GAP และ GMP ยังทำหน้าที่เป็นด่านสถาบันที่เอื้อทุนรายใหญ่และกีดกันเกษตรกรรายย่อยออกจากห่วงโซ่ระบบเกษตรและอาหาร ส่วนพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรพันธุ์สัญญาเกษตร พ.ศ. 2560 (Office of the Council of State, 2017a) ถึงแม้จะมีการลดความไม่แน่นอน แต่กลับเปิดทางให้ผู้ประกอบการรายใหญ่กำหนดเงื่อนไขที่เกษตรกรต้องยอมรับ ส่วนสถาบันการเงินภาครัฐอย่างธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และกองทุนหมู่บ้าน ช่วยให้เข้าถึงทุน แต่ก็ก่อให้เกิดหนี้เชิงโครงสร้างและการพึ่งพิงต่อรัฐอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น อำนาจเชิงสถาบันจึงมิได้เป็นเพียงกลไกสนับสนุนเกษตรกร แต่เป็นเครื่องมือควบคุมที่ตอกย้ำความเหลื่อมล้ำและจำกัดอิปไตยทางอาหารของเกษตรกรรายย่อย

นอกจากนี้ สำหรับพระราชบัญญัติสภาเกษตรกรแห่งชาติ พ.ศ. 2553 (Office of the Council of State, 2010) จะเห็นได้ว่าถูกออกแบบมาเพื่อเปิดพื้นที่ให้เกษตรกรมีเวทีในการส่งเสียงผ่านกลไกสภาเกษตรกรระดับจังหวัดและระดับชาติ ที่ทำหน้าที่รวบรวมข้อเสนอจากชุมชนเข้าสู่กระบวนการนโยบาย แต่ในทางปฏิบัติกลับสะท้อนข้อจำกัดที่สำคัญ เพราะอำนาจตัดสินใจขั้นสุดท้ายยังคงกระจุกตัวอยู่ที่คณะกรรมการส่วนกลางและหน่วยงานราชการหลัก ทำให้การมีส่วนร่วมมีลักษณะเชิงพิธีการมากกว่าจะเป็นการกำหนดกติกา ภาพสะท้อนนี้สอดคล้องกับการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 รวมถึงกระบวนการจัดทำงบประมาณของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ถูกผูกโยงเข้ากับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าโครงสร้างเชิงสถาบันของรัฐยังคงทำหน้าที่หลักในการชี้นำทิศทางการเกษตรไทย แม้ในเชิงวาทกรรมจะเปิดพื้นที่ให้กับการมีส่วนร่วมจากภาคเกษตร แต่ก็ยังไม่สามารถลดทอนอำนาจรวมศูนย์และสร้างความสมดุลในโครงสร้างได้

ดังนั้น ผู้เขียนมองว่าปัญหานี้สะท้อนบทบาทของรัฐไทยในภาคการเกษตรและอาหาร กล่าวคือ รัฐไม่ได้เป็นเพียงผู้กำหนดกรอบนโยบาย หากแต่ทำหน้าที่เป็นผู้รักษาระเบียบของระบอบอาหารที่เอื้อประโยชน์ต่อทุนและโครงสร้างอำนาจแบบรวมศูนย์ มากกว่าการคุ้มครองสิทธิและความมั่นคงของเกษตรกรรายย่อย ภายใต้บริบทนี้ อธิปไตยทางอาหารจึงถูกลดทอน เพราะเกษตรกรและชุมชนท้องถิ่นไม่สามารถกำหนดทิศทางการผลิต การจัดการทรัพยากร หรือการเข้าถึงตลาดได้ด้วยตนเอง การปฏิรูประบบอาหารไทยจึงไม่อาจจำกัดอยู่แค่กฎหมายและนโยบาย แต่ต้องตั้งคำถามต่อโครงสร้างทางอำนาจของสถาบันและออกแบบกลไกที่เปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมเพื่อคืนสิทธิและอำนาจการตัดสินใจให้แก่เกษตรกรและชุมชนฐานราก ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างระบบอาหารที่เป็นธรรม ยั่งยืน และสอดคล้องกับหลักการของอธิปไตยทางอาหาร

4.2 ข้อค้นพบตามกรอบแผนพัฒนาที่สะท้อนความเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12

นโยบายภาคการเกษตรและอาหารสะท้อนให้เห็นพัฒนาการของนโยบายที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทเศรษฐกิจและสังคมโลกอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตต้มยำกุ้ง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 มุ่งพัฒนาคนเป็นหลัก ควบคู่กับการรักษาเสถียรภาพเศรษฐกิจและการประคับประคองชนบท รัฐใช้นโยบายเกษตรเป็นกลไกบรรเทาผลกระทบทางเศรษฐกิจ ผ่านโครงการฟื้นฟูชนบทและมาตรการทางการคลัง ควบคู่กับการบริหารทรัพยากรเพื่อควบคุมความเสี่ยงทางเศรษฐกิจและการเมือง ทำให้รัฐกลายเป็นผู้ชี้นำ ใครได้อะไร เมื่อไร และอย่างไร ในระบบอาหาร (Mongsawad, 2010) ในส่วนของแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงหรือเกษตรทฤษฎีใหม่ ถูกยกขึ้นเป็นกรอบชี้นำเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันระดับครัวเรือนและชุมชน แต่กลับคงอยู่ในเชิงสัญลักษณ์มากกว่าการปรับโครงสร้างสิทธิและตลาดให้เอื้อต่อรายย่อย ในความเป็นจริงนั้นการเข้าถึงทุนและการพ่วงสภาพคล่องของชุมชนชนบทถูกผูกโยงกับสถาบันการเงินของรัฐ โดยเฉพาะธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

การเกษตร (ธ.ก.ส.) (Paulson & Townsend, 2005) ที่ช่วยรองรับผลกระทบจากวิกฤต จึงทำให้เห็นว่า นโยบายภาคการเกษตรในบริบทวิกฤตไม่ได้ปฏิรูปโครงสร้างอำนาจของสถาบัน หากแต่ทำให้รัฐสามารถใช้ความช่วยเหลือเป็นทุนทางการเมืองและกลไกต่อรองในเชิงนโยบายต่อไป จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษามองว่าแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ใช้นโยบายด้านเกษตรและอาหารเป็นทั้งเครื่องช่วยรองรับวิกฤต และเป็นเครื่องมือควบคุมทาง การเมืองหลังวิกฤต ซึ่งรัฐรวมศูนย์การจัดสรรทรัพยากร ทั้งที่ดิน น้ำ และเงินทุน ภายใต้กรอบเสถียรภาพและวาทกรรมพอเพียงทำให้เกิดการพึ่งพาเชิงโครงสร้างของชนบทต่อรัฐ พร้อมปูทางให้เครื่องมือเชิงราคา รายได้ และมาตรการหนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 – ฉบับที่ 11 กลายเป็นทุนทางการเมืองอย่างเต็มรูปแบบในเวลาต่อมา

หลังวิกฤตต้มยำกุ้ง รัฐบาลในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545–2549) นำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงควบคู่กับนโยบายประชานิยม โดยมีกองทุนหมู่บ้าน (พ.ศ. 2544) และโครงการ OTOP เป็นเครื่องมือหลักในการกระจายทรัพยากรทางการเงินและโอกาสทางเศรษฐกิจลงสู่ชุมชน (Phongpaichit & Baker, 2008) กลไกดังกล่าวทำให้รัฐและนักการเมืองเข้าถึงฐานชาวบ้านใกล้ชิดมากขึ้น และกลายเป็นเครือข่ายอุปถัมภ์ทางนโยบาย โดยมีข้าราชการท้องถิ่นเป็นตัวกลาง (Hewison, 2014a) แผนนี้เริ่มหยิบยกแนวคิดความมั่นคงทางอาหารที่แสดงให้เห็นถึงการพึ่งตนเอง การผลิตเพื่อบริโภค และการจัดการทรัพยากรอย่างสมดุล แต่โครงสร้างการกำกับยังคงรวมศูนย์ไว้ที่ส่วนกลาง ทั้งในด้านกรอบแผนงบประมาณ และกติกาสถาบัน ส่งผลให้ชุมชนและเกษตรกรมีพื้นที่ที่ต่อรองจำกัด (Isvilanonda & Bunyasiri, 2009) อย่างไรก็ตาม เมื่อเศรษฐกิจไทยฟื้นตัวและเชื่อมโยงกับกระแสโลกาภิวัตน์ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550–2554) ประเทศไทยผลักดันวาระครัวของโลกอย่างเป็นระบบ ควบคู่ยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันด้านเกษตรและอาหาร เพื่อยึดพื้นที่ตลาดโลก (UNDP, 2007) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการขยับจากแนวคิดความพอเพียงในระดับครัวเรือนสู่การยกระดับมาตรฐานสากล โดยมุ่งสร้างห่วงโซการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก มาตรการสำคัญ ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานและระบบ การรับรอง เช่น มาตรฐาน (Q-GAP) หลักเกษตรที่ดี (GAP) หลักเกณฑ์วิธีการผลิตที่ดี (GMP) และการจัดระเบียบความปลอดภัยอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ปลายน้ำ (ผู้ซื้อหรือผู้นำเข้า) มั่นใจและเปิดตลาดใหญ่มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในทางอำนาจการเข้าถึงทรัพยากรและตลาดในภาคเกษตรถูกทำให้ขึ้นอยู่กับทุนและเทคโนโลยี โดยมีมาตรฐานการผลิตและการตรวจรับรองจาก สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) เช่น GAP/Q-GAP, GMP และระบบการติดตามย้อนกลับ ทำหน้าที่เป็นกลไกคัดกรอง (Gatekeeping) ที่เอื้อให้เกษตรกรซึ่งมีทุนและศักยภาพสามารถเข้าสู่ตลาดมูลค่าสูง เช่น การส่งออกและโมเดิร์นเทรด (National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards, 2019) ในขณะที่เกษตรกรรายย่อยซึ่งขาดทุนและต้นทุนความรู้กลับถูกกันออกอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้กลุ่มทุนอุตสาหกรรมเกษตรและธุรกิจค้าปลีกมีอำนาจต่อรองสูงขึ้น เพราะสามารถผ่านมาตรฐานและกำหนดเงื่อนไขในสัญญาได้พร้อมกันนี้ รัฐโดยสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่ทั้งออกกติกาและสนับสนุน เพื่อสอดคล้องกับข้อกำหนดการค้าระหว่างประเทศ (SPS/TBT) ทำให้นโยบายมุ่งไปสู่การรักษาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ มากกว่าการสร้างสมดุลอำนาจให้เกษตรกรรายย่อย (Wongprawmas et al., 2015) ซึ่งทำให้ผลลัพธ์เชิงโครงสร้างปรากฏสองระดับ ได้แก่ (1) ระดับสถาบันที่สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ซึ่งก่อตั้งปี พ.ศ. 2545 และผลักดันมาตรฐาน Q-GAP ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ทำหน้าที่จัดลำดับผู้เล่นในห่วงโซ่อาหาร และ (2) ระดับตลาดที่การผลิตแบบสัญญาเกษตรขยายตัวตั้งแต่ทศวรรษ 2000 แม้กฎหมายจะเพิ่งออกปี พ.ศ. 2560 (Schreinemachers et al., 2012) แต่กลับสะท้อนให้เห็นว่า เกษตรกรรายย่อยแม้ยังอยู่ในตลาด แต่ต้องปฏิบัติตามสเปกและเงื่อนไขที่ทุนกำหนด มากกว่าการมีอำนาจต่อรองหรือสิทธิกำหนดกติกาด้วยตนเอง

ดังนั้น ในมิติของอำนาจบนงานแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ทำให้สินค้าการเกษตรและอาหารไม่ได้ถูกมองเพียงเป็นสินค้าส่งออก แต่กลายเป็นสนามสถาบันที่รัฐใช้นโยบายด้านมาตรฐาน การตรวจรับรอง และกฎการค้าระหว่างประเทศสร้างด่านเชิงเทคนิค (Technical barriers) ได้แก่ มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) ของสหภาพยุโรปที่กำหนดให้ผักและผลไม้ไทยต้องผ่าน Q-GAP/Q-GMP และมาตรการด้านอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barriers to Trade: TBT) ของญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาที่บังคับให้สินค้าต้องมีระบบติดตามย้อนกลับ เพื่อเข้าตลาด เงื่อนไขเหล่านี้ถึงแม้จะช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิต แต่กลับเอื้อกลุ่มทุนและบริษัทเกษตรอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพลงทุนปรับตัวได้ ส่วนเกษตรกรรายย่อยไม่สามารถรองรับต้นทุนและข้อกำหนดเหล่านี้ได้ ส่งผล

ให้สูญเสียทรัพยากรและอำนาจในการต่อรอง (Wongprawmas et al., 2015) อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนมองว่านี่คือข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่กระทบต่ออธิปไตยทางอาหาร เพราะนโยบายมาตรฐานจะถูกอ้างว่าเพื่อความปลอดภัยและความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้น จึงสะท้อนให้เห็นว่ารัฐและทุนเป็นผู้ชี้ขาดด้านนโยบายภาคการเกษตรและอาหาร

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 จัดทำขึ้นภายใต้บริบทที่ประเทศไทยกำลังเผชิญความเปลี่ยนแปลงที่ซับซ้อนหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจโลกที่ผันผวนจากวิกฤตการเงินและการค้าโลก ด้านสังคมที่ยังคงมีความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองกับชนบทและปัญหาความยากจนเรื้อรัง ตลอดจนด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่ถูกใช้เกินศักยภาพ ขณะเดียวกันประเทศไทยยังต้องเตรียมรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน การแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้น และความผันผวนของภูมิอากาศโลก (Office of the National Economic and Social Development Board, 2007–2011) สิ่งเหล่านี้ทำให้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ยกระดับความมั่นคงทางอาหาร น้ำ สิ่งแวดล้อม เป็นยุทธศาสตร์หลัก พร้อมกรอบพัฒนาให้เติบโตควบคู่คุณภาพชีวิตและธรรมาภิบาล นโยบายคือ รัฐประกาศบทบาทกำกับเสถียรภาพ และบริหารความเสี่ยงเชิงระบบมากขึ้นกว่าการกระจายอำนาจการจัดการทรัพยากรให้ท้องถิ่น ชุมชน จึงวางโครงสร้างอำนาจเชิงนโยบายที่รัฐส่วนกลางยังเป็นผู้ถือฤทธิหลักของระบบอาหารอยู่เหมือนเดิม ด้วยเหตุนี้ ในทางสังคมและสิ่งแวดล้อมสะท้อนว่าความมั่นคงถูกทำให้เท่ากับการรักษาปริมาณผลผลิตและเสถียรภาพราคา เพราะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 กำหนดให้อาหาร น้ำ และสิ่งแวดล้อม เป็นแกนกลาง ในความเป็นจริงรัฐกลับให้ความสำคัญการเพิ่มผลผลิตและคุมราคามากกว่าการปฏิรูปสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากร (ที่ดินและน้ำ) หรือการกระจายอำนาจการจัดการทรัพยากรสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน ส่งผลให้ความมั่นคงทางอาหารถูกขับเคลื่อนโดยมาตรการเชิงปริมาณ ราคาและโครงสร้างชลประทานมากกว่ากลไกที่เพิ่มอำนาจต่อรองให้แก่ผู้ผลิตรายย่อย นอกจากนี้ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 การขยายพื้นที่ข้อเรียกร้องของชาวนา ตั้งแต่ราคาข้าว การล่าชำระเงินจากรัฐไปจนถึงการวิพากษ์ประสิทธิภาพนโยบายได้ทำให้สิทธิและเสียงของชาวนากลายเป็นประเด็นการเมืองระดับชาติ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 โดยมี Agriculture 4.0 เป็นหัวใจสำคัญ ผ่านการใช้ Big data, Smart/Precision farming และโซนนิงการผลิต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันในตลาดโลก (Office of the National Economic and Social Development Board, 2017) อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่านโยบายเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงการปฏิรูประบบผลิตทางเทคนิค แต่ยังทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงสถาบันที่รวมศูนย์การตัดสินใจไว้กับหน่วยงานรัฐ เทคโนโลยี และสถาบันวิจัย มากกว่าจะเปิดพื้นที่ให้เกษตรกรรายย่อยเข้ามามีบทบาท เกษตรกรถูกยกระดับเพดานการเข้าร่วม ให้ต้องพึ่งพาเงื่อนไขใหม่ที่รัฐและทุนเทคโนโลยีกำหนด เช่น การเข้าถึงข้อมูลดิจิทัล เครื่องจักรกล และการรวมกลุ่มแปลงใหญ่ ซึ่งแม้จะถูกนำเสนอในฐานะทางออกของปัญหาโครงสร้างการผลิต แต่กลับลดทอนสิทธิในการกำหนดทิศทางการผลิตให้อยู่ในกรอบที่ตนไม่ได้ออกแบบ ซึ่งการมีส่วนร่วมเชิงนโยบายของเกษตรกรยังคงมีลักษณะเป็นพิธีการมากกว่าการสร้างอธิปไตยทางอาหารที่คืนอำนาจการตัดสินใจให้แก่ชุมชนและผู้ผลิตรายย่อย

บริบทนี้การศึกษาที่เป็นรูปธรรมอย่างโครงการเกษตรแปลงใหญ่ (เริ่มปี พ.ศ. 2559) สะท้อนความพยายามของรัฐในการรวบรวมกำลังการผลิตภายใต้การกำกับของหน่วยงานส่วนกลาง ผ่านการจัดสรรปัจจัยการผลิต และเทคโนโลยี ที่ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ แต่ก็ทำให้เกษตรกรรายย่อยถูกผูกเข้ากับโครงสร้างการผลิตและตลาดที่รัฐและทุนเป็นผู้ออกแบบมากกว่าจะมีอำนาจต่อรองหรือกำหนดทิศทางด้วยตนเอง (Department of Agriculture, 2022)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า อาหารและเกษตรในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ถูกกำหนดให้อยู่ในทิศทางของเทคโนโลยี-ตลาด ที่ให้ความสำคัญการเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันและมาตรฐานการส่งออก มากกว่าการกระจายอำนาจสู่ชุมชนหรือเสริมสิทธิการต่อรองของเกษตรกรรายย่อย เกษตรกรจึงต้องปรับตัวเข้าสู่ระบบเทคโนโลยีและทุนที่รัฐกับกลุ่มผลประโยชน์กำหนด เช่น Smart farming package หรือโครงการโซนนิ่งน้ำ ที่ดิน สถานการณ์นี้สะท้อนถึงการรวมศูนย์เชิงเทคโนโลยีและความไม่สมดุลทางโครงสร้างของอำนาจในระบบอาหารไทย อีกทั้งอาหารยังถูกทำให้เป็นเครื่องมือทางการเมือง สร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของประเทศในฐานะผู้ส่งออก และเชื่อมโยงกับทุนเทคโนโลยีและกลุ่มผลประโยชน์ใหม่ ๆ ขณะที่บทบาทของเกษตรกรรายย่อยกลับถูกลดทอนให้เหลือเพียงผู้ปฏิบัติตาม มากกว่าผู้มีสิทธิร่วมกำหนดทิศทางของระบบอาหาร (Office of the National Economic and Social Development Board, 2017)

กล่าวโดยสรุป บทความนี้ต้องการชี้ให้เห็นว่าตลอดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 นโยบายภาคการเกษตรและอาหารถูกกำหนดให้ทำหน้าที่มากกว่าการประกอบประกอบปากท้อง หากแต่เป็นกลไกกำกับระเบียบอำนาจของรัฐในชนบทไทย ผ่านสามมิติหลัก คือมิติทางโครงสร้าง (สิทธิในที่ดิน น้ำ เมล็ดพันธุ์ และระบบสินเชื่อภายใต้รัฐ) มิติด้านเครื่องมือ (มาตรการด้านราคา รายได้ การพักหนี้ และการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่ถูกใช้เป็นทุนทางการเมือง) และมิติทางสถาบัน (มาตรฐานการรับรอง กติกาสัญญาเกษตร และบทบาทราชการในการควบคุมกติกา) แม้ว่าทฤษฎีการพัฒนาจะเปลี่ยนผ่านจากพอเพียงพึ่งตนเองไปสู่ครัวของโลก และเกษตร 4.0 แต่การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนการปรับเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการบูรณาการเศรษฐกิจโลก มากกว่าการสร้างกลไกการพึ่งพาตนเองของชุมชน ครอบงำโดยรวมยังโน้มเอียงไปสู่รัฐและทุน ขณะที่อำนาจต่อรองของเกษตรกรรายย่อยยังคงผันผวนตามกรอบนโยบายมากกว่าจะถูกสถาปนาด้วยสิทธิและกติกาที่มั่นคง ประเด็นสำคัญจึงไม่ใช่เพียงการอยู่รอดของชาวนา หากแต่เป็นการจัดระบบโครงสร้างด้านสิทธิ มาตรฐาน ตลาด และข้อมูล ซึ่งเป็นเงื่อนไขเชิงอำนาจที่กำหนดความสามารถของเกษตรกรในการอยู่รอดและเลี้ยงดูตนเองได้

4.3 เครื่องมือเชิงกลไกที่รัฐใช้ในการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ทุน และประชาชน

เครื่องมือเชิงกลไกที่รัฐใช้ในการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ทุน และประชาชนในภาคเกษตรและอาหาร คือนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ด้วยการลงทุน การจัดสรรทรัพยากร การให้สินเชื่อ การสนับสนุนเทคโนโลยี การแทรกแซงราคารวมถึงการกำหนดกฎระเบียบ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ด้านความมั่นคงอาหาร การพัฒนาเศรษฐกิจ ผลกำไรของภาคเอกชน และความเป็นอยู่ของเกษตรกรและผู้บริโภค (Office of National Higher Education, Science, Research and Innovation Policy Council, 2019) ทั้งนี้ ผู้เขียนได้จำแนกเครื่องมือดังกล่าวออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1) ระดับเชิงโครงสร้าง การต่อรองอำนาจเหนือทรัพยากร (ที่ดิน น้ำ และต้นทุนการผลิต) ถูกกำหนดโดยรัฐภายใต้โครงสร้างการเมืองไทย จนจำกัดพื้นที่การตัดสินใจของชุมชน ตัวอย่างเช่น โครงการ Agri-Map โซนนิ่งเกษตร ที่กำหนดพื้นที่ผลิตจากส่วนกลาง (Jaiari, 2022) ทำให้ชุมชนขาดความยืดหยุ่นในการกำหนดทิศทางเอง ขณะเดียวกัน โครงสร้างสินเชื่อที่พึ่งพา ธ.ก.ส. และกองทุนหมู่บ้าน ทำให้ครัวเรือนเกษตรกรจำนวนมากติดอยู่ในภาวะหนี้หลายแหล่ง โดยมากกว่าร้อยละ 90 ของครัวเรือนเกษตรกรมีหนี้สินเฉลี่ยสูง (Shenoy, 2018) ซึ่งสะท้อนความเปราะบางเชิงโครงสร้าง มากกว่าปัญหาปัจเจก

2) มาตรการเครื่องมือด้านราคา รายได้ หนี้ และโครงสร้างพื้นฐาน ไม่ได้เป็นเพียงกลไกบรรเทาความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ แต่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงอำนาจที่ผูกโยงรัฐกับฐานเกษตรกร โครงการรับจำนำข้าวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 สะท้อนการยกระดับนโยบายเกษตรสู่การเมืองระดับชาติ ทั้งสร้างผลประโยชน์แก่ชาวนาและภาระต่อคลัง (Namchaidee, 2017) และในส่วนของกองทุนหมู่บ้านตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ช่วยกระจายทรัพยากรทางการเงินลงสู่ชุมชน (Chandoewit & Ashakul, 2008) และการลงทุนด้านน้ำและชลประทานยังเป็นทุนเชิงพื้นที่ที่สร้างผลงานที่เป็นรูปธรรมและเปิดพื้นที่ต่อรองระหว่างรัฐส่วนกลางกับท้องถิ่น (Prachachat Thurakit, 2023)

3) อำนาจเชิงสถาบันในภาคการเกษตรและอาหารของไทยไม่ได้เป็นเพียงกลไกทางเทคนิคเพื่อควบคุมคุณภาพสินค้า หากแต่เป็นโครงสร้างกำกับที่กำหนดความสัมพันธ์ทางอำนาจระหว่างรัฐ ทุน และเกษตรกรรายย่อยอย่างชัดเจน การผลักดันมาตรฐาน GAP, Q-GAP และ GMP ภายหลังการจัดตั้งสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ในปี พ.ศ. 2545 ไม่ได้เพียงสร้างความเชื่อมั่นให้ตลาดและประเทศคู่ค้าเท่านั้น แต่ยังทำให้มาตรฐานกลายเป็นด่านสถาบันที่คัดกรองว่าใครจะเข้าถึงระบบตลาดได้ หรือถูกกันออกไป ซึ่งนำไปสู่การสร้างลำดับชั้นทางเศรษฐกิจและอำนาจต่อรองในระบบอาหาร (Amekawa et al., 2021)

นอกจากนี้ ในส่วนของมุมมองภาคประชาชนและชุมชนท้องถิ่นต่อระบบอาหาร จะเห็นได้ว่าไม่ได้ตั้งอยู่บนฐานของการเป็นผู้รับผลจากนโยบายเท่านั้น แต่สะท้อนการลุกขึ้นมาสร้างความมั่นคงทางอาหารด้วยตัวเองผ่านการจัดการทรัพยากรแบบพึ่งพาตนเองและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์จริงของชีวิตเกษตรกรรายย่อย ในหลายพื้นที่ชุมชนได้พัฒนาแนวปฏิบัติด้านเกษตรกรรมยั่งยืน การจัดการเมล็ดพันธุ์ชุมชน การฟื้นฟูระบบอาหารท้องถิ่น และตลาดทางเลือก เช่น ตลาดอินทรีย์และระบบความร่วมมือผู้ผลิต-ผู้บริโภค (CSA) (Maneesiri et al., 2024) เพื่อสร้างทางรอดนอกกรอบนโยบายบนล่างของรัฐ การเคลื่อนไหวของเครือข่ายเกษตรกรมัยยืน เช่น เครือข่าย Thai-Iisan Farmers ที่ร่วมสร้างธนาคารเมล็ดพันธุ์ชุมชนในภาคอีสาน (National Institute of Development Administration, 2023) หรือเครือข่าย

สิทธิเมล็ดพันธุ์ในไทยที่ต่อสู้เพื่อส่วนรวมกับความเป็นเจ้าของเอกชน (Commons versus private) (Na Nan, 2022) เป็นตัวอย่างชัดเจนว่าชุมชนไม่ได้เป็นเพียงผู้ถูกกำหนด แต่เป็นผู้สร้างพื้นที่อำนาจใหม่และกำลังท้าทายโครงสร้างที่ผูกขาด การตัดสินใจด้านอาหารโดยรัฐและทุน การเกิดขึ้นของพลังภาคประชาชนเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า ความมั่นคงทางอาหารไม่ได้ถูกผลิตจากนโยบายรัฐเพียงฝ่ายเดียว หากแต่สร้างขึ้นจากการกระทำเชิงรุกของผู้คนที่ปฏิเสธการพึ่งพิงและเลือกสร้างอนาคตด้วยตนเอง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ควรได้รับการบรรจุในข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อสร้างระบบอาหารไทยที่เป็นธรรมและยั่งยืน

ดังนั้น ผู้มองเห็นว่านโยบายภาคการเกษตรและอาหารภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 ไม่ได้มีบทบาทเพียงเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหรือสร้างความมั่นคงทางอาหารเท่านั้น แต่ถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองในการจัดวางสมดุลใหม่ของอำนาจระหว่าง รัฐ ทุน และภาคประชาชน โดยสถาบันและมาตรการต่าง ๆ ที่ถูกกำหนดขึ้นอย่างต่อเนื่องจึงทำหน้าที่เป็นเสมือนโครงสร้างรองรับที่ช่วยให้รัฐสามารถกำกับและมีอำนาจอยู่เหนือภาคการเกษตร ซึ่งเป็นภาคเศรษฐกิจหลักด้านการส่งออกของประเทศได้อย่างยาวนานเกินวาระรัฐบาลใดรัฐบาลหนึ่ง ทำให้ช่องว่างด้านสิทธิและอำนาจต่อรองของเกษตรกรรายย่อยยังคงดำรงอยู่ และกลายเป็นความท้าทายเชิงโครงสร้างที่ต้องการการแก้ไขอย่างจริงจังในระยะยาว

5. อภิปรายผล

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า นโยบายด้านการเกษตรและอาหารของรัฐไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงเป้าหมายการเพิ่มผลผลิตหรือการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ แต่ยังทำงานในฐานะกลไกอำนาจที่รัฐใช้ในการกำกับ จัดวาง และสร้างความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างกับทั้งประชาชนและกลุ่มทุน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการสร้างและการรักษาดุลอำนาจทางการเมืองในภาคการเกษตรและอาหารของไทย ซึ่งสามารถจำแนกและวิเคราะห์ได้ 3 ประเด็น ดังนี้

1) อำนาจของรัฐต่อภาคประชาชนสามารถมองได้จากการใช้นโยบายด้านทรัพยากรไม่ว่าจะเป็นการจัดสิทธิในที่ดิน การเข้าถึงน้ำและระบบชลประทาน การให้สินเชื่อผ่านธนาคารของรัฐ ตลอดจนการกำหนดราคารับซื้อผลผลิต กลไกเหล่านี้ในทางการเมืองไม่ได้เป็นเพียงมาตรการทางเทคนิค หากแต่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงอำนาจที่กำหนดเงื่อนไขการดำรงชีพของเกษตรกรรายย่อยนโยบายของรัฐทำให้ประชาชนอยู่ในสถานะผู้ปฏิบัติตาม มากกว่าผู้กำหนดทิศทางของระบบอาหาร (Hewison, 2014a) มาตรการพยุงหนี้และอุดหนุนราคา ถึงแม้จะช่วยบรรเทาความเปราะบางระยะสั้น แต่กลับผลิตซ้ำความสัมพันธ์ที่พึ่งพาระหว่างรัฐกับประชาชน (Shenoy, 2018) เช่นเดียวกับกองทุนหมู่บ้านที่แม้เพิ่มรายได้และการบริโภค แต่ก็ก่อให้เกิดความผูกพันทางการเมืองและเศรษฐกิจในระดับชุมชน (Chandoewit & Ashakul, 2008) กลไกด้านทรัพยากรของรัฐจึงทั้งลดแรงกดดันเฉพาะหน้าและสร้างเงื่อนไขของอำนาจต่อรองในระยะยาว (Phongpaichit & Baker, 2008)

2) อำนาจของรัฐในการเชื่อมโยงกับทุนปรากฏชัดในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยเฉพาะการขยายตัวของสัญญาเกษตรในอุตสาหกรรมไก่เนื้อและข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ตั้งแต่ปลายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 – ฉบับที่ 12 ซึ่งรัฐเข้ามากำหนดกติกาผ่านพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาระบบเกษตรพันธสัญญาเกษตร พ.ศ. 2560 (National Farmers Council, 2019) แม้มีเจตนาคุ้มครองเกษตรกร แต่ในทางปฏิบัติกลับเอื้อทุนใหญ่ที่สามารถกำหนดราคารมาตรฐานฟาร์ม และผูกขาดปัจจัยการผลิต (Marks et al., 2024) ในทำนองเดียวกัน กรอบครัวของโลกไม่ได้เป็นเพียงยุทธศาสตร์ส่งออก แต่คือกลไกเชิงสถาบันที่จัดวางดุลอำนาจเอื้อต่อทุนที่ผ่านมาตรฐาน GAP, Q-GAP และการติดตามย้อนกลับขยายตลาดได้สะดวก ขณะที่เกษตรกรรายย่อยถูกจำกัดการเข้าถึงเพราะไม่อาจแบกรับต้นทุน และเงื่อนไขที่เข้มงวดได้ ทั้งนี้ จะเห็นว่าสัญญาเกษตรและกรอบครัวของโลกไม่ได้เป็นเพียงนโยบายด้านเศรษฐกิจ แต่ทำงานในฐานะกลไกการจัดวางโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ทุน ขาวนา กล่าวคือ รัฐทำหน้าที่เป็นผู้ออกกติกาและอำนวยความสะดวก ทุนขนาดใหญ่ได้รับพื้นที่ในการกำหนดมาตรฐานการผลิตและการตลาด ส่วนเกษตรกรรายย่อยถูกกลดทอนให้เป็นเพียงผู้ปฏิบัติตาม โครงสร้างเช่นนี้ตอกย้ำให้เห็นว่าการกำหนดนโยบายอาหารไม่ได้เป็นกลาง หากแต่ทำหน้าที่จัดสรรอำนาจและผลประโยชน์ในลักษณะที่เอื้อต่อรัฐและทุน มากกว่าการสร้างสมดุลระหว่างรัฐ ทุน และเกษตรกร

3) อำนาจของรัฐในฐานะผู้ควบคุมกติกา ปรากฏชัดผ่านกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และการตรากฎหมายสำคัญ เช่น พระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาระบบเกษตรพันธสัญญาเกษตร พ.ศ. 2560 (Office of the

Council of State, 2017b) ที่ทำให้รัฐยังคงเป็นผู้กำหนดกติกาหลักของภาคการเกษตรและระบบอาหาร ถึงแม้จะมีความพยายามเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมของเกษตรกรผ่านสภาเกษตรกรแห่งชาติ (Office of Agricultural Economics, 2020) แต่เห็นได้ว่าอำนาจการตัดสินใจยังคงกระจุกตัวอยู่ที่หน่วยงานส่วนกลางและกลุ่มเทคโนโลยี ขณะที่ภาคประชาชนมักถูกทำให้เหลือเพียงการมีส่วนร่วมในลักษณะเชิงสัญลักษณ์ มากกว่าการมีส่วนร่วมเชิงเนื้อหา ซึ่งจากปัจจัยดังที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าบทบาทของรัฐในฐานะผู้สร้างและผู้บังคับใช้กติกา ไม่ได้เป็นเพียงกระบวนการบริหารเชิงเทคนิค หากแต่เป็นการสถาปนาอำนาจเชิงสถาบันที่ทำให้รัฐสามารถออกแบบกฎ กติกา และมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อกำกับควบคุมการดำเนินงานของภาคการเกษตรและอาหารได้อย่างเป็นระบบ การออกแบบเช่นนี้สะท้อนถึง ลักษณะอำนาจแบบบนลงล่าง ซึ่งมีผลในการเชื่อมโยงผลประโยชน์ของรัฐเข้ากับกลุ่มทุนขนาดใหญ่ โดยที่เกษตรกรรายย่อยกลายเป็นเพียงผู้รับนโยบายมากกว่าการเป็นผู้กำหนดทิศทางของระบบอาหารด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม ภายใต้บริบทดังกล่าว ความสัมพันธ์เชิงอำนาจในระบบอาหารไทยมิได้ตั้งอยู่บนฐานความเสมอภาค หากแต่ถูกจัดวางในลักษณะพันธมิตรทางโครงสร้างระหว่างรัฐกับทุน โดยรัฐทำหน้าที่สร้างและค้ำจุนกติกาที่เอื้อต่อทุน ขณะที่นโยบายเกษตรและอาหารถูกแปรเป็นพื้นที่ทางอำนาจในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างรัฐทุน ชวนา ส่งผลให้เกษตรกรรายย่อยถูกจำกัดพื้นที่ทางเศรษฐกิจและการเมือง ต้องอยู่ภายใต้กติกาที่ผู้อื่นออกแบบ ซึ่งรัฐและทุนผลิตซ้ำอำนาจในการควบคุมและครอบงำโครงสร้างชนบทไทยอย่างต่อเนื่อง

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผล

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า นโยบายด้านการเกษตรและอาหารของประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 มิได้ทำหน้าที่เพียงเพิ่มผลผลิตหรือสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ หากแต่ทำงานในฐานะกลไกเชิงอำนาจที่รัฐใช้จัดวางและควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ภาคประชาชน และกลุ่มทุนอย่างซับซ้อน ซึ่งในบริบทของไทย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าอาหาร มิได้เป็นเพียงทรัพยากรเพื่อการบริโภค หากแต่เป็นพื้นที่การเมืองที่รัฐใช้ในการกำหนดดุลอำนาจ ภายหลังวิกฤตต้มยำกุ้ง (พ.ศ. 2540) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เปิดพื้นที่ให้มาตรการประชานิยม เช่น พักหนี้และกองทุนหมู่บ้าน ทำหน้าที่เชื่อมโยงเกษตรกรเข้ากับกลไกการเงินของรัฐ ขณะเดียวกันก็ผลักดันการผลิตเพื่อการค้าเสรีซึ่งเอื้อต่อทุนและตลาดโลก ต่อมาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 รัฐผสมนาวัตกรรมเศรษฐกิจพอเพียง เข้ากับนโยบายประชานิยม แต่ในเชิงปฏิบัติยังคงรักษาเป้าหมายการเพิ่มผลผลิตและความมั่นคงทางอาหารในเชิงปริมาณ มากกว่าการกระจายอำนาจสู่ชุมชน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ขับเคลื่อนแนวคิดครัวของโลก ซึ่งรัฐเอื้อให้ทุนขนาดใหญ่ผ่านด่านสถาบันและขยายตลาดโลกได้เหนือกว่าเกษตรกรรายย่อย ขณะที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 แสดงให้เห็นชัดว่าราคาข้าวกลายเป็นสมรภูมิการเมืองผ่านโครงการรับจำนำ ซึ่งแม้จะเพิ่มรายได้ชาวนา แต่ก็สร้างภาระทางการคลังและกลายเป็นพื้นที่ตรวจสอบเชิงสถาบัน สุดท้ายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แนวทางเกษตร 4.0 และเครื่องมือเชิงเทคโนโลยี เช่น Agri-Map และโครงการโซนนิ่ง ได้รวมศูนย์การตัดสินใจไว้ที่รัฐและกลุ่มทุนเอกชน ขณะที่เกษตรกรต้องปรับตัวตามเงื่อนไขที่ถูกกำหนดไว้ ทั้งนี้ ผู้เขียนมองว่า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 ผลิตซ้ำพลวัตของระบอบอาหาร ภายใต้โลกาภิวัตน์ โดยรัฐใช้นโยบายภาคการเกษตรและอาหารเป็นกลไกสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการเมืองผ่านการสนับสนุนทุนใหญ่และการกำกับโครงสร้างชนบท ทว่าก็จำกัดสิทธิและเสียงของเกษตรกรรายย่อย ทำให้การต่อสู้เพื่ออธิปไตยทางอาหารยังคงเป็นประเด็นท้าทายต่อโครงสร้างอำนาจในระบบอาหารไทย

ดังนั้น เมื่อพิจารณาเชิงเปรียบเทียบ การจัดทำนโยบายด้านเกษตรและอาหารของประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงทางการเมืองของรัฐและกลุ่มทุนเอกชน มากกว่าการสร้างความเป็นธรรมเชิงโครงสร้างให้แก่เกษตรกรรายย่อย อย่างไรก็ตาม แนวคิดอธิปไตยทางอาหารและตลาดทางเลือกที่ภาคประชาชนพยายามผลักดันยังเป็นเพียงพื้นที่จำกัด ซึ่งท้าทายโครงสร้างที่รัฐและกลุ่มทุนครอบงำอยู่ บทความนี้จึงนำไปสู่คำถามเชิงนโยบายสำคัญว่ารัฐไทยจะออกแบบโครงสร้างเชิงสถาบันของอาหารที่กระจายอำนาจ เสริมพลังต่อรองให้กับเกษตรกร และสร้างความมั่นคงทางอาหารอย่างยั่งยืนได้อย่างไร

6.2 ข้อเสนอแนะ

1) การลดการพึ่งพิงเชิงโครงสร้าง มุ่งพัฒนามาตรการระยะยาวเพื่อลดการพึ่งพานโยบายชั่วคราว เช่น การพักหนี้หรืออุดหนุนรายได้ ซึ่งแม้บรรเทาปัญหาเฉพาะหน้า แต่กลับตอกย้ำความสัมพันธ์พึ่งพิงระหว่างรัฐกับเกษตรกรในระยะยาว การปฏิรูปเชิงโครงสร้างควรเน้นการสร้างรายได้มั่นคงและหลากหลายในระดับครัวเรือนและชุมชน ผ่านการส่งเสริมเกษตรผสมผสานเพื่อลดความเสี่ยงจากพืชเชิงเดี่ยว และพัฒนาระบบอาหารท้องถิ่นที่เชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภคในพื้นที่ แนวทางนี้ไม่เพียงเพิ่มการมีอธิปไตยทางอาหาร แต่ยังเสริมอิสระทางเศรษฐกิจ ลดการพึ่งพิงโครงสร้างสินเชื่อและอุดหนุนของรัฐ และสร้างอำนาจต่อรองที่ยั่งยืนให้กับเกษตรกรรายย่อยได้

2) การสร้างสมดุลทางอำนาจในระบบอาหาร ควรออกแบบนโยบายบนฐาน ความเป็นธรรมทางสังคม และสิทธิในอาหารมากกว่าการเน้นเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว ดุลอำนาจในระบบอาหารไทยต้องขยับจากการกระจุกตัวในรัฐและทุน ไปสู่การเปิดพื้นที่ให้เกษตรกรและภาคประชาชนเป็นผู้กำหนดนโยบายไม่ใช่แค่ผู้ปฏิบัติรัฐควรมีกลไกการมีส่วนร่วมที่เป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง ในการกำหนดยุทธศาสตร์ มาตรฐาน และการจัดการทรัพยากร เพื่อให้ชุมชนมีสิทธิกำหนดกติกาและตรวจสอบได้จริง การปฏิรูปมิติทางสถาบันเช่นนี้จะสร้างดุลอำนาจใหม่ที่โปร่งใส เป็นธรรม และสอดคล้องกับสิทธิมนุษยชน นำไปสู่ความยั่งยืนทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

7. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่องอำนาจบนจาน: นโยบายภาคการเกษตรและอาหารของประเทศไทย ในฐานะเครื่องมือทางการเมือง มุมมองผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – ฉบับที่ 12 ซึ่งดำเนินการโดยใช้งบประมาณส่วนตัว และได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากกองบริหารงานวิจัย มหาวิทยาลัยพะเยา เลขที่โครงการวิจัย HREC-UP-HSS 2.1/037/68 ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณคณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้กรุณาให้การสนับสนุนและเอื้อโอกาสในการดำเนินงานวิจัย จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลงไปได้ด้วยดี

บรรณานุกรม

- Agriculture and Agri-Food Canada. (2023). Market overview: Thailand. Government of Canada.
<https://agriculture.canada.ca/en/international-trade/market-intelligence/reports-and-guides/market-overview-thailand>
- Agricultural Land Reform Office. (n.d.). System of the Agricultural Land Reform Office (ALRO). [ระบบข้อมูลงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (สปก.)] <https://opendata.alro.go.th/> (in Thai)
- Amekawa, Y., Hongsibsong, S., Sawarng, N., Yadoung, S., & Gebre, G. (2021). Producers' perceptions of public good agricultural practices standard and their pesticide use: The case of Q-GAP for cabbage farming in Chiang Mai Province, Thailand. *Sustainability*, 13(11), 6333.
<https://doi.org/10.3390/su13116333>
- Chandoevit, W. (2003). Thailand's grass roots policies. *TDRI Quarterly Review*, 18(2), 3–16. Thailand Development Research Institute.
https://www.researchgate.net/publication/237594395_Thailand%27s_Grass_Roots_Policies
- Chandoevit, W., & Ashakul, B. (2008). The impact of the village fund on rural households. *TDRI Quarterly Review*, 23(2), 9–16. Thailand Development Research Institute.
- Chiengkul, D. (2018). The political economy of the agri-food system in Thailand. In R. Varkey (Ed.), *Critical perspectives on food sovereignty: Global agri-food systems and local food movements* (pp. 153–169). Routledge. <https://doi.org/10.1111/aspp.12379>
- Department of Agriculture. (2022). Report on the implementation results of the large-scale farming promotion system project under the Department of Agriculture for fiscal year 2021. [รายงานผลการดำเนินงานโครงการระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ ในส่วนของกรมวิชาการเกษตร ปีงบประมาณ 2564.]

- Group for Utilization Analysis of Research Results, Planning and Academic Division, Department of Agriculture, Ministry of Agriculture and Cooperatives. (in Thai)
- Dwiartama, A., Kelly, M., & Dixon, J. (2023). Linking food security, food sovereignty and foodways in urban Southeast Asia: Cases from Indonesia and Thailand. *Food Security*, 15(2), 505–517.
<https://doi.org/10.1007/s12571-022-01340-6>
- Hewison, K. (2014 a). Considerations on inequality and politics in Thailand. *Democratization*, 21(5), 846–866.
<https://doi.org/10.1080/13510347.2014.1080/13510347.2014>
- Hewison, K. (2014 b). Thai-style populism and the politics of redistribution. *Journal of Contemporary Asia*, 44(3), 413–418.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=rpTrsH0AAAAJ&citation_for_view=rpTrsH0AAAAJ:Bg7qf7VwUHIC
- Holt-Giménez, E., & Shattuck, A. (2011). Food crises, food regimes and food movements: Rumbblings of reform or tides of transformation? *The Journal of Peasant Studies*, 38(1), 109–144.
<https://doi.org/10.1080/03066150.2010.538578>
- Isvilanonda, S., & Bunyasiri, I. (2009). Food security in Thailand: Status, rural poor vulnerability, and some policy options. Kasetsart University.
- Jaiari, S. (2022, September 9). Agricultural Map for Adaptive Management: Agri-Map) [แผนที่เกษตรเพื่อการบริหารจัดการเชิงรุก] [PowerPoint slides]. Department of Land Development.
https://www.nectec.or.th/ace2022/wp-content/uploads/2022/09/SS9-01%E0%B8%94%E0%B8%A3.%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B8%A3_compressed.pdf (in Thai)
- Lilavanichakul, A. (2025). Sustainable Agri-Food System and Resilience in Thailand: Exploring technology-driven solutions for a resilient future. Asian Productivity Organization.
<https://doi.org/10.61145/GTHI4179>
- Maneesiri, P., Phlanoi, N., Makarabhirom, P., & Srijantr, T. (2024). Generosity development model of an organic food community in Thailand. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 24(1), 120–131. ThaiJo. <https://doi.org/10.69598/hasss.24.1.260763>
- Marks, D., Baird, I. G., & Jirasatthumb, N. (2024). Thailand's Contract Farming Act at a crossroads: Impacts, shortfalls, and the need to better protect smallholders. *Critical Asian Studies*, 56(3), 350–370.
<https://doi.org/10.1080/14672715.2024.2365872>
- McMichael, P. (1992). Tensions between national and international control of the world food order: Contours of a new food regime. *Sociological Perspectives*, 35(2), 343–365. <https://doi.org/10.2307/1389383>
- Soimart Rungmanee et al. (2016). Food sovereignty: People shaping the future of the global food system. [อธิปไตยทางอาหาร: ประชาชนกำหนดอนาคตระบบอาหารโลก] (Translated by Soimart Rungmanee et al.). Torch Publishing Project. (n.d.). (in Thai)
- McMichael, P. (2016). Food regimes and agrarian questions. Fernwood.
https://www.researchgate.net/profile/Philip-Mcmichael/publication/343402169_Global_developments_in_the_food_system/links/65490089ce88b87031ce0747/Global-developments-in-the-food-system.pdf

- Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2023). Minister Nareumon Brings Together Public and Private Sectors to Sign an MOU on Promoting Coffee Cultivation. [รวม.นฤมล" ดึงภาครัฐ-เอกชน ลงนาม MOU ส่งเสริมการปลูกกาแฟ]. <https://www.moac.go.th/news-preview-471391792906> (in Thai)
- Mongsawad, P. (2010). The philosophy of the sufficiency economy: A contribution to the theory of development. *Asia-Pacific Development Journal*, 17(1), 123–143. <https://doi:10.18356/02bd5fb3-en>
- Namchaidee, K. (2017). Policy corruption: A case study of Thailand's rice-pledging scheme (master's thesis, University of Tasmania). University of Tasmania. <https://doi:10.13140/RG.2.2.10930.40649>
- Na Nan, S. (2022). Inventing seeds beyond neoliberalism? Small-scale farmers in a nexus of socio-environmental movements in Nan Province, Northern Thailand. *Thammasat Review*, 17(1), 92-121. <https://sc01.tci-thaijo.org/index.php/tureview/article/view/40721>
- National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards. (2019). Annual Report of the National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards, 2019. [รายงานประจำปี สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ 2562]. Bangkok: ACFS. (in Thai)
- National Farmers Council. (2019). National Farmers Council Reveals the Impacts of the Agricultural Contract Farming Law. [สภาเกษตรกรฯ เผยผลกระทบจากกฎหมายเกษตรพันธสัญญา]. <https://www.nfc.or.th/content/8728>
- Office of the Council of State. (2010). National Farmers Council Act, B.E. 2553 (2010). Royal Gazette, Vol. 127, No. 57 Kor, pp. 1–16. [พระราชบัญญัติสภาเกษตรกรแห่งชาติ พ.ศ. 2553. ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 127 ตอนที่ 57 ก, 1–16]. (in Thai)
- Office of the Council of State. (2017 a). *Agricultural Contract Farming Act, Contract Farming Promotion and Development Act, B.E. 2560 (2017)*. Royal Gazette, Vol. 134, No. 39 Kor, p. 23. [พระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาระบบเกษตรพันธสัญญาเกษตร พ.ศ. 2560. ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 134 ตอนที่ 39 ก, 23]. (in Thai)
- Office of the Council of State. (2017 b). *Agricultural Contract Farming Act, Contract Farming Promotion and Development Act, B.E. 2560 (2017)*. Royal Gazette, Vol. 134, No. 29 Kor, pp. 1–8. [พระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาระบบเกษตรพันธสัญญาเกษตร พ.ศ. 2560. ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 134 ตอนที่ 29 ก หน้า 1–8]. (in Thai)
- Office of National Higher Education, Science, Research and Innovation Policy Council. (2019). The Bio-Circular-Green (BCG) Economy Model: Bioeconomy, Circular Economy, and Green Economy. NXPO. [โมเดลเศรษฐกิจ บีซีจี: เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy). สอวช.] <https://www.nxpo.or.th/th/bcg-economy/> (in Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2017). The national economic and social development plan. twelve (2012–2016). [แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564).] Office of the National Economic and Social Development Board, Office of the Prime Minister. (in Thai)
- Office of Agricultural Economics. (2020). Annual report 2020. Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand. <https://www.opsmoac.go.th/saraburi-dwl-files-422891791994>
- Pancharoen, S. (2023). Food Innovation Policy: Arenas of Collaboration, Policy Contestation, and Network Governance (Ph.D. Dissertation in Political Science) [นโยบายนวัตกรรมอาหาร: สนามแห่งความร่วมมือ การต่อสู้ทางนโยบาย และการจัดการปกครองเครือข่าย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต).] Chulalongkorn University. (in Thai)

- Patel, R. (2013). *Stuffed and starved: The hidden battle for the world food system*. Melville House.
<https://doi.org/10.1007/s10460-022-10309-2>
- Paulson, A. L., & Townsend, R. M. (2005). Financial constraints and entrepreneurship: Evidence from the Thai financial crisis. *Economic Perspectives*, 29(3), 34–48. Federal Reserve Bank of Chicago.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=PwFkMewAAAAJ&citation_for_view=PwFkMewAAAAJ:uWiczbcajpAC
- Peschard, K., & Randeria, S. (2020). ‘Keeping seeds in our hands’: the rise of seed activism. *The Journal of Peasant Studies*, 47(4), 613–647. <https://doi.org/10.1080/03066150.2020.1753705>
- Phongpaichit, P., & Baker, C. (2008). *Thaksin*. Chiang Mai: Silkworm Books.
- Phuaphongsakon, N., & Pantakua, K. (2022). A Study of Farmers’ Needs and the Feasibility of Using Digital Technologies to Enhance Agricultural Productivity: Policy Options for Investment in Digital Agricultural Ecosystems and Infrastructure. [การศึกษาความต้องการของเกษตรกรและความเป็นไปได้ในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของเกษตรกร: ข้อเสนอทางเลือกนโยบายลงทุนในระบบนิเวศและโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลการเกษตร.] Office of Agricultural Research Development (Public Organization).
- Prachachathurakit. (2023). Ministry of Agriculture Reviews the FY 2024 Budget, Pledging to Increase Farmers’ Incomes by at Least 10 Percent Annually. [เกษตรกร ถกงบฯ ปี’67 ลั่นรายได้เกษตรกรต้องเพิ่มไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี.] Prachachat Thurakit. <https://www.prachachat.net/economy/news-1178159>
- Puey Ungphakorn Institute for Economic Research. (2023). A New Perspective on Thailand’s Household Debt through Credit Bureau Big Data: What We Still Do Not Know about Nationwide Individual Debt and Non-Performing Loans. [มุมมองใหม่หนี้ครัวเรือนไทย ผ่าน Big Data ของเครดิตบูโร: มีอะไรที่เรายังไม่รู้เกี่ยวกับสถานการณ์หนี้และหนี้เสียรายคนทั่วประเทศ.] ThaiPublica.
https://thaipublica.org/2023/09/pier-on-farmer-debt-moratorium/?utm_source=chatgpt.com
 (in Thai)
- Rattanaworarak, L., & Chantharat, S. (2023). Lessons Learned from Thailand’s Farmer Debt Moratorium Measures: Do They Really Help Farmers? Understanding the Impacts of 13 Debt Moratorium Programs over Nine Years toward Sustainable Solutions to Farmers’ Debt. [ถอดบทเรียนมาตรการพักหนี้เกษตรกรไทย: ช่วยเกษตรกรไทยได้จริงหรือ? เข้าใจผลกระทบของ 13 มาตรการพักหนี้ใน 9 ปี สู่การแก้ปัญหาหนี้เกษตรกรอย่างยั่งยืน.] Puey Ungphakorn Institute for Economic Research (PIER).
<https://www.pier.or.th/abridged/2023/18/> (in Thai)
- Renting, H., Schermer, M., & Rossi, A. (2012). Building food democracy: Exploring civic food networks and newly emerging forms of food citizenship. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 19(3), 289–307. https://www.researchgate.net/publication/234719392_Building_Food_Democracy_Exploring_Civic_Food_Networks_and_Newly_Emerging_Forms_of_Food_Citizenship
- Schreinemachers, P., Schad, I., Tipraqsa, P., Williams, P. M., Neef, A., Riwthong, S., Sangchan, W., Grovermann, C., (2012). Can public GAP standards reduce agricultural pesticide use? The case of fruit and vegetable farming in northern Thailand. *Agriculture and Human Values*, 29(4), 519–529.
<https://doi.org/10.1007/s10460-012-9378-6>

- Shenoy, A. (2018). Do agricultural debt moratoriums help or hurt? Evidence from India. *Journal of Political Economy*, 126(5), 1741–1789. https://www.pier.or.th/files/dp/pier_dp_195.pdf
- Staple, S. (2006). The political economy of food production in the global South. In J. Clapp & D. Fuchs (Eds.), *Corporate power in global agrifood governance* (pp. 115–132). MIT Press. <https://doi.org/10.19088/1968-2019.112>
- National Institute of Development Administration. (2023). BCG Series EP:4 Thai–Isan Farmers, sowing the seeds of food security. NIDA Digest. Retrieved December 21, 2025, from <https://nida.ac.th/en/bcg-sufficient-sowing-seeds-food-security/>
- The Active. (2023, October 18). Converting ALRO 4-01 Land Use Rights into Title Deeds: “P-Move” Warns of Nominee Risks Undermining Genuine Farmers’ Land Use. [เปลี่ยน ส.ป.ก. 4-01 เป็นโฉนด ‘พีมูฟ’ ห่วงเกิด นอมินี ใช้ประโยชน์ที่ดินจากเกษตรกรตัวจริง.] The Active. <https://theactive.thaipbs.or.th/news/economy-20231018-2> (in Thai)
- UNDP. (2007). Thailand human development report 2007: Sufficiency economy and human development. <https://hdr.undp.org/system/files/documents/thailand2007en.pdf>
- Via Campesina. (2022). Thailand: Building Food Sovereignty through Solidarity!. <https://viacampesina.org/en/2022/03/thailand-building-food-sovereignty-through-solidarity/>
- Wangsatchachok, W. (2018). Politics of Theorizing Food Security: A Survey Research on Defining Food Security in the Governmental, Private, and Civil Society Aspects in Thailand. [การเมืองว่าด้วยกรอบความมั่นคงทางอาหาร บทสำรวจการให้ความหมายความมั่นคงทางอาหาร ในกรอบของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในประเทศไทย.] *Journal of Social Research and Review*, 41(1), 51–92. https://cusri.chula.ac.th/wp-content/uploads/2020/11/02Weera_Final.pdf
- Wittman, H. (2023). Food sovereignty: An inclusive model for feeding the world and cooling the planet. *One Earth*, 6(5), 474–478. <https://doi:10.1016/j.oneear.2023.04.011>
- Wongprawmas, R., Canavari, M., & Waisarayutt, C. (2015). A multi-stakeholder perspective on the adoption of good agricultural practices in the Thai fresh produce industry. *British Food Journal*, 117(9), 2234–2249. <https://doi:10.1108/BFJ-08-2014-0300>
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). Sage.

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์
ปีที่ 49 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2569): 285105

Journal of Social Research and Review
Volume 49 No.1 (January-June 2026): 285105
ISSN 3056-9508 (Online)



บทบาทของสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชียกับการสร้างและส่งเสริมเครือข่ายระหว่าง ปัญญาชนในเอเชีย

ฐิติวัฒน์ สิทธิพัตร¹ และ สิริพร สมบูรณ์บุรณะ^{2*}

¹สาขาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ สำนักวิชารัฐศาสตร์และประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ อำเภอท่าศาลา
จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

²ศูนย์วิจัยภูมิสังคมและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน สำนักวิชารัฐศาสตร์และประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, อีเมล: ssiripor@mail.wu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาบทบาทของสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชีย (Inter-Asia Cultural Studies Society: IACSS) ในการสร้างเครือข่ายทางวิชาการข้ามพรมแดน และวิธีที่ปัญญาชนรุ่นใหม่ในเอเชียสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับเอเชีย การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพภายใต้แนวทางตีความ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมจำนวน 17 คน และการสังเกตการณ์ในกิจกรรมสำคัญของสมาคม ผลการวิจัยพบว่าสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชียทำหน้าที่สำคัญหลายมิติ ได้แก่ การเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ข้ามพรมแดน การบ่มเพาะนักวิชาการรุ่นใหม่ การสร้างเครือข่ายนอกห้องประชุม และการช่วยให้ความหมายของเอเชียเกิดขึ้นผ่านการแลกเปลี่ยนข้ามภาษาและข้ามรุ่น ผู้เข้าร่วมมีส่วนร่วมกำหนดนิยามความหมายของเอเชีย ความหมายเหล่านี้มีความเปิดกว้าง หลากหลาย และยั่งยืน นอกจากนี้ งานวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าการสร้างเอเชียและเครือข่ายวิชาการไม่ได้เกิดจากสถาบันหรือเวทีเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากประสบการณ์จริง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วม และการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องของนักวิชาการรุ่นใหม่ ซึ่งสะท้อนถึงพลวัตการผลิตความรู้ในเอเชียและความสำคัญของการมีเวทีที่เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายได้ร่วมคิดร่วมทำ สำหรับข้อเสนอแนะควรพัฒนากลไกการบ่มเพาะและการทำงานร่วมกันของเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบระบบพี่เลี้ยง พื้นที่ความร่วมมือหลังการประชุม และการสนับสนุนการสื่อสารหลายภาษา ควบคู่กับการศึกษาติดตามผลระยะยาวและการเปรียบเทียบเครือข่ายวิชาการในสาขาอื่น เพื่อทำความเข้าใจความยั่งยืน และพลวัตของการผลิตองค์ความรู้ในเอเชียอย่างรอบด้านมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: สมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชีย; ปัญญาชนในเอเชีย; วิธีวิทยาเอเชีย; การเมืองของความรู้

วันรับบทความ: 3 ธันวาคม 2568, **วันแก้ไขบทความ:** 22 มกราคม 2569, **วันตอบรับบทความ:** 5 มีนาคม 2569

The Role of the Inter-Asia Cultural Studies Society in Establishing and Promoting Networks Among Intellectuals in Asia

Thitiwat Sitipat¹ and Siriporn Somboonboorana^{2*}

¹*Department of International Relations, School of Political Science and Public Administration, Walailak University, Tha Sala District, Nakhon Si Thammarat Province 80160, Thailand*

²*Center of Geosocial and Cultural Research for Sustainable Development, School of Political Science and Public Administration, Walailak University, Tha Sala District, Nakhon Si Thammarat Province, 80160 Thailand*

*Corresponding author, Email: ssiripor@mail.wu.ac.th

Abstract

This study examines the role of the Inter-Asia Cultural Studies Society (IACSS) in fostering cross-border academic networks and how young intellectuals in Asia construct shared understandings of Asia. A qualitative, interpretive approach was employed, drawing on interviews with 17 participants and field observations during key IACSS activities. Findings indicate that IACSS operates on multiple levels: it provides a platform for cross-border knowledge exchange, nurtures emerging scholars, facilitates networks beyond formal meetings, and contributes to the creation of Asia as a dynamic concept through cross-linguistic and intergenerational exchanges. Participants actively engage in defining and negotiating the meaning of Asia, resulting in understandings that are open, diverse, and sustainable. The study further demonstrates that the construction of Asia and academic networks is not solely the product of institutional structures or formal conferences, but emerges from direct experiences, interpersonal relationships, and continuous engagement of young scholars. This highlights the dynamic nature of knowledge production in Asia and the importance of spaces that allow all participants to actively contribute, reflect, and co-create meaning within the regional academic community. The research recommendation, future efforts should develop sustained mentoring, post-conference collaboration, and multilingual support, alongside longitudinal and comparative studies, to better understand the sustainability and dynamics of knowledge production in Asia.

Keywords: Inter-Asia Cultural Studies Society; Intellectuals in Asia; Asia as method; Politics of knowledge

Received: December 3, 2025, **Revised:** January 22, 2026, **Accepted:** March 5, 2026

1. บทนำ

การสร้างเครือข่ายทางวิชาการในภูมิภาคเอเชีย เป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนและหลายมิติ ทั้งด้านความรู้ การเมือง และวัฒนธรรม เครือข่ายดังกล่าวมิได้เป็นเพียงพื้นที่ที่พบปะแลกเปลี่ยนเชิงวิชาการเท่านั้น หากยังทำหน้าที่เป็นเวที ต่อรองอำนาจของการสร้างความรู้ภายใต้เงื่อนไขโลกาภิวัตน์ที่มักอิงมาตรฐานตะวันตก นักวิชาการจำนวนมากเห็นว่าความรู้ มิได้เกิดจากปัจเจกบุคคลเพียงลำพัง แต่เกิดขึ้นผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์และชุมชนการปฏิบัติ (Communities of practice) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหมาย อัตลักษณ์ และอำนาจถูกผลิตและต่อรองอยู่ตลอดเวลา (Hall, 1990; Appadurai, 1996; Wenger, 1998) ภายใต้บริบทเช่นนี้ ปัญญาชนในเอเชียจึงเผชิญโจทย์สำคัญว่าจะสร้างองค์ความรู้ที่ยืนอยู่บนฐานประสบการณ์และ ประวัติศาสตร์ของภูมิภาค โดยลดการพึ่งพากรอบคิดแบบตะวันตกได้อย่างไร ทั้งในระดับแนวคิดและระดับปฏิบัติการ ของเครือข่ายทางวิชาการ

สมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชีย (Inter-Asia Cultural Studies Society: IACSS) ก่อตั้งขึ้นในช่วงปลาย ทศวรรษ 1990 โดยกลุ่มนักวิชาการด้านวัฒนธรรมศึกษาในเอเชีย ภายใต้แรงบันดาลใจในการสร้างพื้นที่ทางปัญญาที่เอเชีย สามารถอ้างอิงกันเอง แทนการพึ่งพากรอบความรู้จากตะวันตกเพียงด้านเดียว สมาคมมีบทบาทสำคัญในการจัดการประชุม นานาชาติอย่างสม่ำเสมอ การสนับสนุนวารสาร Inter-Asia Cultural Studies และการจัดกิจกรรมบ่มเพาะนักวิชาการรุ่นใหม่ เช่น Field school และ Summer school ซึ่งมุ่งสร้างพื้นที่เรียนรู้เชิงวิพากษ์และความร่วมมือข้ามพรมแดน (Chen & Chua, 2006; Chen, 2010; Inter-Asia School, 2024) สมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชียทำหน้าที่ในฐานะกลไกสำคัญในการสร้าง และส่งเสริมเครือข่ายของปัญญาชนเอเชีย ทั้งเป็นเวทีการประชุม นำเสนอ และเป็นโครงสร้างเชื่อมโยง (Infrastructure) ที่เอื้อ ให้เกิดความร่วมมือข้ามพรมแดนระหว่างบุคคลและสถาบันอย่างต่อเนื่อง (Inter-Asia Cultural Studies Society, 2025)

ในเชิงแนวคิด สมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชียมีความเชื่อมโยงกับข้อเสนอเรื่อง Asia as method ที่เสนอโดย Chen, (2010) ซึ่งเรียกร้องให้เอเชียทำหน้าที่เป็นฐานอ้างอิงทางทฤษฎีและวิธีวิทยาในการผลิตความรู้ วิธีวิทยาดังกล่าวมิได้ หมายถึงการปฏิเสธองค์ความรู้ตะวันตก หากแต่เป็นการลดการพึ่งพาเชิงเดียว และเปิดพื้นที่ให้งานวิชาการในเอเชียสามารถ อ้างอิง เชื่อมโยง และเปรียบเทียบกันเองภายในภูมิภาค แนวคิดนี้สอดคล้องกับความพยายามของสมาคมในการสร้างการ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้แบบหลายศูนย์ (Multi-nodal) และการอ้างอิงภายในเอเชีย (Intra-Asia referencing) ซึ่งเปิดทางให้ เกิดการผลิตความเข้าใจใหม่เกี่ยวกับเอเชีย ทั้งในเชิงทฤษฎี วาทกรรม และการทำงานสนาม

อย่างไรก็ดี แม้จะมีงานศึกษาที่อภิปรายเรื่องวัฒนธรรมศึกษาและวิธีวิทยาเอเชียจำนวนมาก งานที่มุ่งศึกษาบทบาท ของสมาคมหรือองค์กรเครือข่าย ในฐานะกลไกเชิงสถาบันที่เอื้อให้เกิดการบ่มเพาะนักวิชาการรุ่นใหม่ และการหมุนเวียนความรู้ ภายในภูมิภาคเอเชียยังมีค่อนข้างจำกัด งานวิจัยส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการอภิปรายเชิงทฤษฎี มากกว่าการสำรวจ ประสบการณ์จริงของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายทางวิชาการ

ดังนั้น ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้อยู่ที่การทำความเข้าใจสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชียในฐานะโครงสร้าง เครือข่ายที่มีหลายมิติพร้อมกัน ได้แก่ มิติของเวทีแลกเปลี่ยน (Forum) มิติของการผลิตความหมาย (Meaning-making) และ มิติของการสืบทอดข้ามรุ่น (Inter-generational succession) บทความนี้ต้องการแสดงให้เห็นถึง ช่องว่างเชิงประจักษ์ ของบทบาทสมาคมต่อเส้นทางการเติบโตของนักวิชาการรุ่นใหม่ในเอเชีย การทำความเข้าใจเรื่อง Asia as method จากระดับ แนวคิดสู่ระดับกระบวนการปฏิบัติจริง และสภาพการเมืองของความรู้ในบริบทเอเชียร่วมสมัย ผ่านประสบการณ์ของผู้เข้าร่วม ซึ่งสะท้อนทั้งโอกาส ข้อจำกัด และความไม่เท่าเทียมที่ยังดำรงอยู่ภายใต้บริบทดังกล่าว

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชีย (Inter-Asia Cultural Studies Society: IACSS) ในการสร้างและส่งเสริมเครือข่ายปัญญาชนรุ่นใหม่ ตลอดจนวิเคราะห์กระบวนการสร้างความเข้าใจร่วมกัน และการผลิตองค์ความรู้เกี่ยวกับเอเชียของปัญญาชนรุ่นใหม่

2. ทบทวนวรรณกรรม

กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องบทบาทของสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชียกับการสร้างและส่งเสริมเครือข่าย ระหว่างปัญญาชนในเอเชีย ผู้วิจัยได้นำแนวคิดปัญญาชนและวิธีวิทยาเอเชียเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ดังนี้

2.1 แนวคิดปัญญาชน เป็นรากฐานสำคัญในการศึกษาค้นคว้า เพราะช่วยให้เข้าใจว่าใครคือผู้ที่มียุทธศาสตร์ในการผลิต และเผยแพร่ความรู้ และพวกเขามีความสัมพันธ์กับสังคมและอำนาจอย่างไร โดยทั่วไปปัญญาชนสามารถนิยามได้ว่าเป็นผู้ที่

ทำหน้าที่สร้าง ถ่ายทอด และตีความองค์ความรู้ พร้อมทั้งมีบทบาทเชิงสาธารณะในการตั้งคำถาม วิพากษ์ และเสนอทางเลือก ต่อโครงสร้างทางสังคม การเมือง และวัฒนธรรม แนวคิดของ Gramsci (1971) นักคิดการเมืองชาวอิตาลี มักถูกอ้างถึง อย่างกว้างขวาง เนื่องจากเขาเสนอว่า ปัญญาชนไม่ใช่ชนชั้นพิเศษที่ดำรงอยู่โดยลอยตัว แต่คือผู้ที่มีพันธะสัมพันธ์กับชนชั้นหรือ กลุ่มทางสังคมที่ตนเองเป็นตัวแทน (Gramsci, 1971) Gramsci แยกปัญญาชนออกเป็นปัญญาชนดั้งเดิมที่มักดำรงสถานะ ที่ดูเหมือนเป็นกลาง เช่น ครู หรือนักวิชาการ และปัญญาชนเชิงปฏิบัติการ ซึ่งเกิดขึ้นจากกลุ่มทางสังคมและทำงานเพื่อสร้าง ความชอบธรรมให้กับกลุ่มนั้น ๆ แนวคิดนี้ทำให้เราเห็นว่า ปัญญาชนเอเชียมิได้ทำงานอย่างเป็นอิสระ แต่ทำงานอยู่ท่ามกลาง การต่อรองและพันธะทางสังคม

นอกจาก Gramsci แล้ว Foucault (1980) นักปรัชญาชาวฝรั่งเศส ผู้มีอิทธิพลต่อความเข้าใจเรื่องปัญญาชน Foucault เสนอว่าความรู้และอำนาจเป็นสิ่งที่สัมพันธ์กันอย่างแนบแน่น ความรู้ไม่ได้มีความเป็นกลาง แต่ทำงานเป็นกลไกที่ช่วยสร้างและ รักษาระเบียบทางสังคม ปัญญาชนในมุมมองของ Foucault จึงไม่เพียงเป็นผู้แสวงหาความจริง หากแต่เป็นส่วนหนึ่งของกลไก อำนาจที่กำหนดว่าอะไรจะถูกยอมรับเป็นความจริง (Foucault, 1980) การวิเคราะห์นี้ช่วยให้เห็นภาพว่า นักวิชาการในสมาคม มิได้ทำงานในสุญญากาศ หากแต่ต้องทำงานอยู่ภายใต้กรอบโครงสร้างที่มีภาษา ระบบการตีพิมพ์ และสถาบันวิชาการเป็น ตัวกำหนด

ในอีกด้านหนึ่ง Said (1994) นักวิชาการเชื้อสายปาเลสไตน์-อเมริกัน ได้ทำให้เราเข้าใจว่า การสร้างองค์ความรู้ เกี่ยวกับเอเชียสัมพันธ์โดยตรงกับโครงสร้างอำนาจระหว่างตะวันตกและตะวันออก ผ่านงานลัทธิตะวันออก ชาติดกล่าวถึง แนวคิดลัทธิตะวันออก (Orientalism) ว่าความรู้เกี่ยวกับตะวันออกถูกสร้างขึ้นภายใต้สายตาและอำนาจของตะวันตก ทำให้ เอเชียถูกกำหนดภาพแทนในฐานะผู้อื่น แนวคิดนี้ทำให้การทำความเข้าใจปัญญาชนเอเชียในปัจจุบันไม่อาจจะละเลยมิติ การแทนตัว เพราะแต่ละประเด็นที่กล่าวถึงล้วนแล้วแต่มีเงื่อนไขของอำนาจกำกับอยู่ (Said, 1994) เมื่อเชื่อมโยงแนวคิด ทั้งสามเข้าด้วยกัน เราจะเห็นว่าปัญญาชนเอเชียในเวทีอย่างสมัชชาวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชีย ไม่ได้เป็นเพียงผู้ผลิตความรู้ เฉพาะทาง แต่ทำงานอยู่ในเงื่อนไขทางสังคมและการเมือง พวกเขาต้องต่อรองกับกรอบความรู้ที่มีอยู่เดิม ต้องหาพื้นที่ในการ นิยามตนเอง และต้องสร้างความหมายใหม่ของเอเชียให้แตกต่างไปจากที่ตะวันตกเคยสร้างไว้ ความเข้าใจปัญญาชนเช่นนี้ จึงเป็นจุดตั้งต้นที่สำคัญของงานวิจัยนี้

นักคิดทั้งสามล้วนเติบโตและทำงานภายใต้บริบทความรู้แบบตะวันตก จึงสะท้อนให้เห็นว่ากรอบแนวคิดคลาสสิก เกี่ยวกับปัญญาชนในโลกวิชาการ ยังคงมีรากฐานจากมาตรฐานตะวันตกเป็นสำคัญ การนำแนวคิดเหล่านี้มาใช้ในการศึกษา บริบทเอเชียจึงจำเป็นต้องพิจารณาอย่างวิพากษ์ และเปิดพื้นที่ให้เกิดกรอบคิดทางเลือกที่ตั้งอยู่บนประสบการณ์ของเอเชียเอง

2.2 แนวคิดวิธีวิทยาเอเชีย (Asia as method) ที่เสนอโดย Chen (2010) เป็นข้อเสนอสำคัญในการลดการพึ่งพา กรอบอธิบายจากโลกตะวันตก และผลักดันให้เอเชียทำหน้าที่เป็นฐานอ้างอิงทางทฤษฎีและวิธีวิทยา นักวิชาการด้านวัฒนธรรม ศึกษาในเอเชียจำนวนมาก เห็นพ้องว่าการผลิตความรู้ควรอาศัยการอ้างอิงและการเปรียบเทียบภายในภูมิภาค (Chen & Chua, 2006; Dirlík, 2007; Iwabuchi, 2014) แนวคิดเหล่านี้เห็นว่าเอเชียมิใช่เพียงกรณีศึกษาของทฤษฎีตะวันตก หากแต่สามารถ เป็นแหล่งกำเนิดของทฤษฎีและกรอบวิเคราะห์ได้ด้วยตนเอง การหมุนเวียนของความรู้ในภูมิภาคและการใช้ภาษาอย่าง หลากหลายจึงเป็นกลไกสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำทางอำนาจในโลกวิชาการ

แนวคิดวิธีวิทยาเอเชีย (Chen, 2010) กลายเป็นหมุดหมายสำคัญในการศึกษาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ในภูมิภาคเอเชีย เพราะเป็นความพยายามในการลดการพึ่งพากรอบอธิบายจากโลกตะวันตกและสร้างฐานความรู้ที่มีเอเชีย เป็นศูนย์กลาง วิธีวิทยานี้ไม่ได้หมายถึงการปฏิเสธองค์ความรู้ตะวันตก แต่เป็นการเสนอให้หันกลับมาใช้อ้างอิงภายในภูมิภาค เพื่อสร้างการแลกเปลี่ยนความรู้ที่สะท้อนประสบการณ์ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่มีร่วมกันในเอเชีย

แนวคิดของ Chen อธิบายว่าปัญหาของงานวิชาการเอเชียในอดีต คือการถูกบังคับให้เทียบเคียงกับมาตรฐาน ของตะวันตก ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎี วิธีการ หรือแม้แต่ภาษา ผลที่ตามมาคือเอเชียมักถูกทำให้เป็นเพียงกรณีศึกษา เพื่ออธิบาย ทฤษฎีตะวันตกมากกว่าจะเป็นฐานของการสร้างทฤษฎีเอง วิธีวิทยาเอเชียจึงเสนอให้ปัญญาชนในภูมิภาคหันกลับมาอ้างอิง กันเอง (Intra-Asia referencing) เช่น การเปรียบเทียบสังคมญี่ปุ่นกับเกาหลีใต้ หรือการศึกษาความสัมพันธ์ไทยกับอินโดนีเซีย โดยไม่จำเป็นต้องผ่านกรอบตะวันตกเสมอไป (Chen, 2010)

นอกจากนี้ วิธีวิทยาเอเชียยังให้ความสำคัญกับการหมุนเวียนของความรู้ในภูมิภาค (Circulation Of knowledge) ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างการอ้างอิงใหม่ แต่ยังสร้างสายสัมพันธ์และความเข้าใจร่วมระหว่างนักวิชาการจากประเทศต่าง ๆ การหมุนเวียนเช่นนี้ทำให้เอเชียไม่ถูกมองว่าเป็นเพียงภูมิภาคที่แยกขาดจากกัน แต่เป็นภูมิภาคที่เต็มไปด้วยความเชื่อมโยง ทั้งในเชิงประวัติศาสตร์และปัจจุบัน อีกประเด็นหนึ่งที่เน้นให้ความสำคัญคือเรื่องภาษา การที่ภาษาอังกฤษกลายเป็นภาษากลางในโลกวิชาการนั้นสร้างความเหลื่อมล้ำอย่างชัดเจน ปัญญาชนที่ไม่ใช่เจ้าของภาษามักรู้สึกเสียเปรียบ ทั้งในการนำเสนอ การตีพิมพ์ และการยอมรับในเวทีสากล วิธีวิทยาเอเชียจึงเน้นการใช้ภาษาในภูมิภาคและการแปล มาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการลดอำนาจผูกขาดของภาษาอังกฤษ การแปลไม่ได้เป็นเพียงการเปลี่ยนถ้อยคำ แต่เป็นการเปิดพื้นที่ให้เสียงที่หลากหลายมีคุณค่าเท่าเทียมกัน (Chen, 2010)

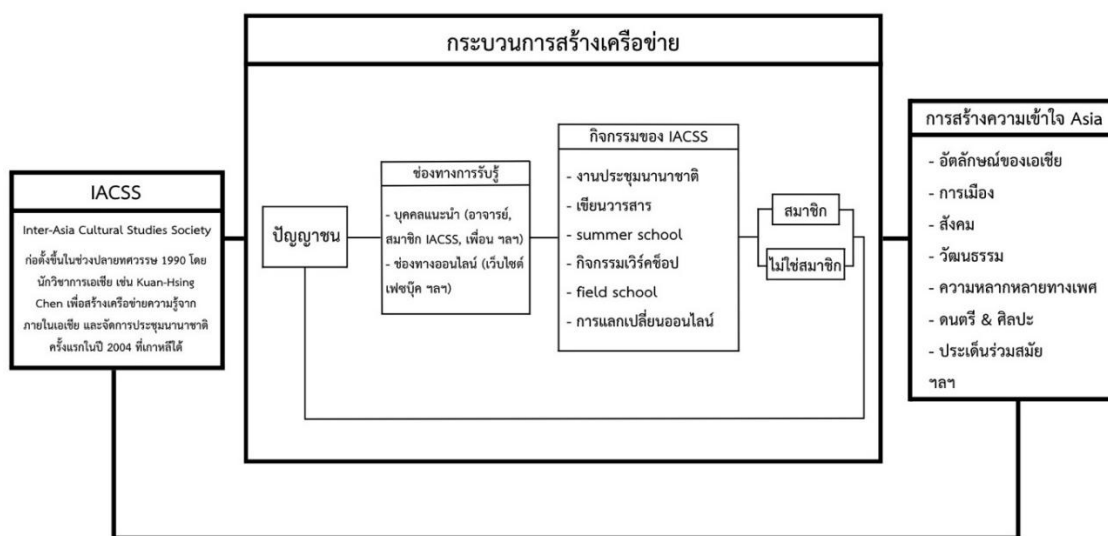
เมื่อมองในบริบทของสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชีย วิธีวิทยาเอเชียจึงไม่ใช่แนวคิดเชิงทฤษฎีแบบลอยตัว แต่ปรากฏให้เห็นเชิงประจักษ์จริงภายใต้กระบวนการทำงานของสมาคม ไม่ว่าจะเป็นการจัดประชุมที่มีนักวิชาการจากหลายประเทศในเอเชียเข้าร่วม การเผยแพร่วารสาร Inter-Asia Cultural Studies ที่รวบรวมงานจากนักวิชาการภูมิภาค หรือการสร้างเวทีให้นักวิชาการรุ่นใหม่ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนร่วมภูมิภาค การทำงานเหล่านี้คือ การทำให้เอเชียเป็นศูนย์กลางการอ้างอิงและเป็นฐานของการสร้างความหมายใหม่อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น แนวคิดวิธีวิทยาเอเชียไม่เพียงเป็นข้อเสนอเชิงทฤษฎี แต่เป็นเครื่องมือที่ทำให้นักวิชาการรุ่นใหม่ในสมาคม สามารถนิยามเอเชียในแบบของตนเองได้ งานวิจัยนี้จึงหยิบแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบวิเคราะห์ เพื่อทำความเข้าใจว่าปัญญาชนรุ่นใหม่ผลิตความหมายใหม่ของเอเชียอย่างไรท่ามกลางเงื่อนไขการเมืองของความรู้ที่ยังคงดำรงอยู่

อีกทั้งยังมีงานศึกษาที่มุ่งทำความเข้าใจบทบาทและอัตลักษณ์ของปัญญาชนเอเชียร่วมสมัยจำนวนมาก ช่วยเปิดมุมมองให้เห็นพลวัตที่ซับซ้อนของการทำงานทางวิชาการในภูมิภาค หนึ่งในนักวิชาการที่ได้รับการอ้างอิงบ่อยคือ Chua (2015) ผู้ซึ่งวิเคราะห์บริบทสังคมและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างเข้มข้น Chua ยังได้กล่าวถึง ปัญญาชนในภูมิภาคต้องเผชิญกับรัฐที่มีอำนาจควบคุมสูง ปัญญาชนจึงไม่สามารถทำงานวิพากษ์ได้อย่างเสรีและเต็มที่ แต่ต้องหาวิธีปรับตัวเพื่อให้สามารถวิจารณ์และนำเสนอความคิดใหม่ ๆ ได้โดยไม่ถูกกดทับโดยตรง (Chua, 2015) งานของ Chua สะท้อนว่าปัญญาชนเอเชียจำนวนมากต้องดำเนินชีวิตอยู่ระหว่างเส้นแบ่งของการวิพากษ์กับการอยู่ร่วมกับอำนาจรัฐ ทำให้บทบาทของพวกเขาเต็มไปด้วยความซับซ้อนและความท้าทาย

อีกกรณีศึกษาที่สำคัญคือ งานของ Ryang (2022) ที่ศึกษาการผลิตความรู้เกี่ยวกับเกาหลีเหนือ ยังแสดงให้เห็นว่าข้อจำกัดด้านข้อมูลและการเมืองโลกทำให้นักวิชาการไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเสรี ผลลัพธ์คือปัญญาชนต้องสร้างการตีความจากสิ่งที่มียู่และจากเงื่อนไทม์ทางการเมืองที่จำกัด งานนี้แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ของปัญญาชนไม่ได้ถูกกำหนดเพียงจากความตั้งใจส่วนบุคคล แต่ยังถูกกำหนดโดยเงื่อนไขเชิงโครงสร้างที่กว้างกว่านั้น ปัญญาชนที่ทำงานกับประเด็นอ่อนไหวจึงต้องต่อรองกับข้อจำกัดเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง งานศึกษาอื่น ๆ ในภูมิภาคยังสะท้อนประเด็นใกล้เคียงกัน เช่น การศึกษาปัญญาชนในเอเชียใต้ที่ต้องทำงานท่ามกลางความตึงเครียดทางการเมืองและความหลากหลายทางศาสนา หรือการวิจัยเกี่ยวกับนักวิชาการในจีนที่ต้องเผชิญกับการควบคุมอย่างเข้มข้นจากรัฐ แต่ขณะเดียวกันยังมีพื้นที่สร้างสรรค์ในบางเวที แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ของปัญญาชนร่วมสมัยไม่ได้เป็นสิ่งตายตัว หากแต่เปลี่ยนแปลงและถูกสร้างขึ้นใหม่อยู่เสมอ ภายใต้เงื่อนไขเฉพาะของแต่ละประเทศและแต่ละสถานการณ์ (Ryang, 2022)

เมื่อเปรียบเทียบงานเหล่านี้กับผลการศึกษาของสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชียพบว่า มีลักษณะร่วมกันคือปัญญาชนรุ่นใหม่มาจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก แต่ที่ต้องทำงานภายใต้ข้อจำกัด ไม่ว่าจะเป็นข้อจำกัดเชิงรัฐ สถาบัน หรือระบบวิชาการสากล ประเด็นที่น่าสนใจคือแม้จะอยู่ท่ามกลางข้อจำกัด พวกเขายังหาช่องทางในการสร้างพื้นที่ของตนเอง การเข้าร่วมสมาคม ซึ่งเป็นทั้งการหาพื้นที่ใหม่และการต่อรองกับโครงสร้างที่ใหญ่กว่า ผลงานวิจัยในหมวดนี้จึงช่วยสนับสนุนข้อสรุปว่างานของปัญญาชนเอเชียร่วมสมัย มีลักษณะเป็นการอยู่ระหว่างเสมอ คือระหว่างอิสระกับข้อจำกัด ระหว่างเสียงของตนเองกับโครงสร้างที่ครอบงำ และระหว่างความหวังกับความท้าทาย

จากการสำรวจแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถออกแบบกรอบแนวคิดเพื่อการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้พัฒนาโดยยึดจากบทบาทของสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชีย (Inter-Asia Cultural Studies Society: IACSS) ในการสร้างเครือข่ายปัญญาชนรุ่นใหม่และการผลิตความรู้เกี่ยวกับเอเชีย กระบวนการดังกล่าวอธิบายได้ผ่านเส้นทางการสร้างเครือข่าย ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญหลายประการ สมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชียก่อตั้งขึ้นในช่วงปลายทศวรรษ 1990 โดยนักวิชาการเอเชีย เช่น Chen (2017) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเครือข่ายความรู้ภายในภูมิภาคเอเชีย และได้จัดการประชุมนานาชาติครั้งแรกในปี ค.ศ. 2004 ที่เกาหลีใต้ กรอบแนวคิดนี้สะท้อนว่าปัญญาชนเข้ามามีบทบาทในเครือข่ายผ่านช่องทางการรับรู้ที่หลากหลาย ทั้งจากการแนะนำโดยอาจารย์ เพื่อน สมาชิกของสมาคม รวมถึงการเข้าถึงผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์และเฟซบุ๊ก จากนั้นปัญญาชนจะได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของสมาคม ซึ่งครอบคลุมทั้งงานประชุมนานาชาติ การเขียนวารสาร การจัดการโครงการภาคฤดูร้อน กิจกรรมทัศนศึกษา และกิจกรรมการแลกเปลี่ยนออนไลน์ กิจกรรมเหล่านี้เป็นเวทีให้ปัญญาชนทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่ใช่มชิก สามารถเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการผลิตความรู้ได้

ผลลัพธ์ของกระบวนการเหล่านี้คือ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเอเชีย ในมิติต่าง ๆ เช่น อัตลักษณ์ของเอเชีย การเมือง สังคม วัฒนธรรม ความหลากหลายทางเพศ ดนตรีและศิลปะ ตลอดจนประเด็นร่วมสมัยอื่น ๆ ความเข้าใจเหล่านี้มิได้ถูกสร้างโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่เป็นผลจากการถกทอเครือข่ายและการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในหลายระดับ (Sawangchot, V., & Somboonboorana, S., 2026)

3. วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ที่มุ่งเน้นแนวทางการวิจัยเชิงตีความ (Interpretive approach) เพื่อทำความเข้าใจบทบาทของสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชีย (Inter-Asia Cultural Studies Society: IACSS) ในการสร้างเครือข่ายปัญญาชนรุ่นใหม่ และกระบวนการที่นักวิชาการรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการก่อรูปความหมายของเอเชีย ผ่านประสบการณ์จริงในการประชุมนานาชาติของสมาคม ปี ค.ศ. 2025 ทำหน้าที่เป็นเวทีภาคสนามหลักของการศึกษา ดังนั้นจึงเน้นกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญของการศึกษานี้คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของสมาคมวัฒนธรรมศึกษาระหว่างเอเชียโดยตรง ทั้งในฐานะผู้มีบทบาทด้านการบริหารจัดการของสมาคม และนักวิชาการรุ่นใหม่ที่เข้าร่วมกิจกรรม

การวิจัยนี้เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-สิงหาคม พ.ศ. 2568 รวมระยะเวลา 7 เดือน แบ่งเป็น 3 ช่วงระยะเวลา ดังนี้ ช่วงแรก เป็นช่วงก่อนเริ่มงานประชุมวิชาการนานาชาติ Inter-Asia Cultural Studies 2025 ช่วงที่สอง เป็นการประชุมฯ ระหว่างวันที่ 22-26 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 และช่วงที่สาม เป็นช่วงหลังการประชุม ฯ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2568 ทั้งนี้ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดเกณฑ์ดังนี้ (1) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

กับกิจกรรมของ IACSS ในการประชุมนานาชาติปี ค.ศ. 2025 (2) ผู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่สะท้อนบทบาทของสมาคมหรือประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมได้ตรงตามคำถามวิจัย และ (3) ผู้ที่ยินยอมให้ข้อมูลและสามารถสื่อสารได้ตามช่องทางที่กำหนด

การศึกษานี้จึงมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญรวมทั้งสิ้น 17 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้ (1) กลุ่มผู้มีบทบาทด้านการบริหารหรือการจัดการกิจกรรมของสมาคม และ (2) กลุ่มนักวิชาการรุ่นใหม่และผู้เสนอผลงาน รวมถึงเป็นผู้ให้ข้อมูลมีความหลากหลายในมิติภูมิภาคในเอเชีย (เอเชียตะวันออก เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียใต้) และบริบทสถาบัน เพื่อให้ข้อมูลสะท้อนมุมมองที่หลากหลาย ทั้งจากศูนย์กลางและชายขอบของโลกวิชาการเอเชีย

วิธีการเก็บข้อมูลจึงมีหลายวิธี ได้แก่

1) การรวบรวมเอกสารและสื่อสิ่งพิมพ์ของสมาคม เช่น รายงานการประชุม วารสาร Inter-Asia Cultural Studies และสื่อออนไลน์ที่สมาคมเผยแพร่ เอกสารเหล่านี้ช่วยตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลภาคสนาม และเสริมความน่าเชื่อถือให้กับข้อค้นพบ ตัวอย่างเช่น การยืนยันกำหนดการประชุม รายละเอียดของหัวข้อเสวนา หรือการเปรียบเทียบกับบทความที่ถูกเผยแพร่ในวารสารของสมาคม

2) การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วน ทั้งในรูปแบบสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face to face) และออนไลน์ โดยใช้แนวคำถามเดียวกันเป็นแกนกลางครอบคลุมข้อมูลพื้นฐาน เส้นทางการเข้ามามีส่วนร่วมในสมาคม บทบาทที่เคยมีประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรม และมุมมองต่อบทบาทของสมาคมต่อเส้นทางวิชาการ

3) การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google form) เป็นช่องทางเสริมสำหรับผู้ให้ข้อมูลที่ไม่สะดวกเข้าร่วมการสัมภาษณ์ โดยประกอบด้วยคำถามข้อมูลพื้นฐาน และคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับประสบการณ์ มุมมอง และความหมายของเอเชีย ที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมสมาคม

4) การสังเกตการณ์ภาคสนาม ผู้วิจัยดำเนินการสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม โดยมุ่งสังเกตประเด็นสำคัญ ได้แก่ รูปแบบปฏิสัมพันธ์ในห้องประชุม การมีส่วนร่วมของนักวิชาการรุ่นใหม่ในกิจกรรม ปฏิสัมพันธ์นอกห้องประชุม เช่น ช่วงพัก การสนทนาไม่เป็นทางการ และบรรยากาศโดยรวมและพลวัตของเครือข่าย ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตถูกบันทึกเป็นบันทึกภาคสนามอย่างเป็นระบบ

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีต่าง ๆ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงประเด็น (Thematic analysis) โดยมีขั้นตอน ได้แก่ รวบรวมและถอดความข้อมูลจากการสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และบันทึกภาคสนาม การอ่านข้อมูลซ้ำหลายรอบเพื่อทำความเข้าใจภาพรวม การจัดข้อมูลตามคำถามวิจัยและประเด็นที่เกิดขึ้นจากข้อมูล การจัดเป็นประเด็นหลัก (Themes) และนำข้อมูลเหล่านี้มาตีความและเชื่อมโยงประเด็นกับกรอบแนวคิดและคำถามวิจัย

งานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยใช้แนวทางการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถามออนไลน์ และการสังเกตการณ์ภาคสนาม รวมถึงการบันทึกสะท้อนตนเองของผู้วิจัย (Reflexivity) เพื่อพิจารณาอคติที่อาจเกิดขึ้น

อย่างไรก็ตามการวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับเสียงจริงของผู้ให้ข้อมูล และสิ่งที่สังเกตได้จากเวทีโดยตรง เนื่องจากเป้าหมายหลักคือ การทำความเข้าใจบทบาทของสมาคมจากประสบการณ์ตรงของผู้มีส่วนร่วม มากกว่าการตรวจสอบกับทฤษฎีจากภายนอก กระบวนการวิเคราะห์จึงเป็นการตีความจากคำบอกเล่า ข้อมูลจากแบบสอบถาม และการสังเกตที่เสริมกันและกันเพื่อเชื่อมโยงกับประเด็นหลักและคำถามวิจัย (1) บทบาทของสมาคม IACSS ในการสร้างเครือข่ายปัญญาชนรุ่นใหม่ และ (2) การสร้างความเข้าใจร่วมกันในเรื่องเอเชียของนักวิชาการรุ่นใหม่ ข้อมูลทั้งหมดจึงถูกวิเคราะห์อย่างมีลำดับขั้นตอนและชัดเจน เพื่อสะท้อนให้เห็นทั้งมิติของการทำงานเชิงโครงสร้างของสมาคม และมิติของประสบการณ์จริงที่นักวิชาการรุ่นใหม่ได้รับจากการมีส่วนร่วม

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยในส่วนนี้นำเสนอและอภิปรายข้อค้นพบโดยเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัยทั้งสองข้อ ได้แก่ (1) บทบาทของสมาคมการศึกษาวัฒนธรรมเอเชีย (Inter-Asia Cultural Studies Society: IACSS) ในการสร้างและส่งเสริมเครือข่ายปัญญาชนรุ่นใหม่ และ (2) กระบวนการสร้างความเข้าใจร่วมกันและการผลิตองค์ความรู้เกี่ยวกับเอเชียของปัญญาชนรุ่นใหม่ ผลการวิเคราะห์โดยรวมชี้ให้เห็นว่า IACSS มิได้เป็นเพียงเวทีนำเสนอผลงานวิชาการ หากแต่ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างทางสังคมของการผลิตความรู้ (Social infrastructure of knowledge production) ที่เชื่อมโยงผู้คน แนวคิด และการปฏิบัติทางวิชาการเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ทั้งในมิติของการสร้างเครือข่ายและการก่อรูปความหมาย/ความรู้เกี่ยวกับเอเชีย

4.1 ที่มาและพัฒนาการของ IACSS ในฐานะบริบทเชิงสถาบันของการสร้างเครือข่ายและการผลิตความรู้

ข้อมูลจากเอกสารของสมาคมและประวัติการจัดประชุมสะท้อนว่า การรวมตัวของนักวิชาการด้านวัฒนธรรมศึกษาในเอเชียเริ่มต้นมาตั้งแต่ช่วงต้นทศวรรษที่ 1990 ในลักษณะเครือข่ายทางวิชาการข้ามพรมแดน โดยมีเป้าหมายสำคัญในการสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่ตั้งอยู่บนประสบการณ์และบริบทของเอเชีย เพื่อลดการพึ่งพากรอบแนวคิดจากโลกตะวันตกแต่เพียงฝ่ายเดียว เครือข่ายดังกล่าวพัฒนาความเข้มแข็งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก่อนจะก่อตั้งสมาคมอย่างเป็นทางการในปี ค.ศ. 2004 ภายใต้ชื่อ Inter-Asia Cultural Studies Society (IACSS) ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของจำนวนผู้เข้าร่วม โดยเฉพาะนักวิชาการรุ่นใหม่และการขยายขอบเขตกิจกรรมของสมาคม

ต่อมา ในปี ค.ศ. 2011 สมาคมได้เริ่มรับสมาชิกอย่างเป็นทางการ จัดการประชุมใหญ่อย่างเป็นระบบ และจัดให้มีการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการที่ปรึกษา ดำรงตำแหน่งวาระละ 2 ปี พร้อมทั้งจดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ณ เขตบริหารพิเศษฮ่องกงในนาม Inter-Asia Cultural Studies Society Limited พัฒนาการดังกล่าวสะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากเครือข่ายทางปัญญาที่มีลักษณะหลวมไปสู่ความเป็นสถาบันทางสังคมระดับนานาชาติอย่างชัดเจน ในเชิงกิจกรรม IACSS ดำเนินงานผ่านกลไกสำคัญ ได้แก่ การจัดประชุมวิชาการระดับนานาชาติ (Inter-Asia Cultural Studies Conference / IACS Conference) การจัด Summer school การสนับสนุนวารสารวิชาการ Inter-Asia Cultural Studies (Taylor & Francis) ตลอดจนการส่งเสริมเครือข่ายย่อยด้านต่าง ๆ ที่ต่อยอดจากแกนวัฒนธรรมศึกษา เช่น Inter-Asia Popular Music Studies Group (IAPMS) และ Association for Southeast Asian Cinemas (ASEAC) โครงสร้างกิจกรรมเหล่านี้ทำให้สมาคมไม่ได้เป็นเพียง พื้นที่พบปะ หากแต่เป็นกลไกค้ำจุนการแลกเปลี่ยนและการผลิตความรู้ในระดับภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง (Inter-Asia Cultural Studies Society, 2025)

นอกจากนี้ประวัติการจัดประชุมตั้งแต่ปี ค.ศ. 1998–2025 ยังแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนลักษณะการประชุมจากเวทีเชิงปฏิบัติการแบบเชิญเฉพาะในช่วงแรก ไปสู่เวทีที่เปิดรับบทความอย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี ค.ศ. 2007 เป็นต้นมา ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของผู้เข้าร่วมและความหลากหลายของหัวข้อการศึกษา โดยในปี ค.ศ. 2025 คณะกรรมการบริหารของสมาคมได้มอบหมายให้มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมครั้งที่ 15 ภายใต้หัวข้อ Geo-Social Connection: The Continuing Journey of Critical Inquiry ซึ่งเป็นทั้งการยืนยันบทบาทของสมาคมในเวทีวิชาการเอเชีย และเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้สนามวิจัยของการศึกษาครั้งนี้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

ตารางที่ 1 แสดงการจัดประชุม Inter-Asia Cultural Studies Conference ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1998-2025

ลำดับที่	ปีที่จัด (ค.ศ.)	หัวข้อการจัดการประชุม	เจ้าภาพ	ประเทศ	จำนวนผู้เข้าร่วม
1	1998	Problematising Asia	Tsing Hua University, Taipei	Taiwan	
2	2000	Transitional Era, Transformative Work	Fukuoka	Japan	
3	2002	New Dimensions of Cultural Studies: Globalization, War, Media and Cultural Studies	Tokyo	Japan	
4	2004	Cultural Theory for Asia: New Pedagogic Possibilities	Center for Social and Culture Studies, Bangalore	India	

ลำดับ ที่	ปีที่จัด (ค.ศ.)	หัวข้อการจัดการประชุม	เจ้าภาพ	ประเทศ	จำนวน ผู้เข้าร่วม
5	2005	Emerging Subjectivities, Movements and Culture	Seoul	South Korea	
6	2007	Conditions of Knowledge and Cultural Production	Shanghai University	China	250
7	2009	IACS Cultural Typhoon Conference Cultural Studies and Asia: Past, Present and Future	Tokyo	Japan	200
8	2011	Cultural Transformation: Development Initiatives and Social Movements	BRAC University, Dhaka	Bangladesh	200
9	2013	Beyond the Culture Industry	National University of Singapore, Kent Ridge Campus	Singapore	300
10	2015	Undercurrents: Unearthing Hidden Social and Discursive Practices	Airlangga University, Surabaya	Indonesia	350
11	2017	Worlding: Asia Beyond/After Globalization	Sungkonghoe University, Seoul	South Korea	600
12	2019	Fluid Circuits: Cultures of Knowledge After the Digital Turn	Silliman University, Dumaguete City	Philippines	300
13	2021	Culture in the Pandemic Age	National University of Singapore, On-line	Singapore	150
14	2023	Post-Pandemic Futures: Re-Mapping Inter-Asian Routes	Ahmedabad University, Hybrid	India	150
15	2025	Geo-Social Connection: The Continuing Journey of Critical Inquiry	Walailak University	Thailand	500

4.2 IACSS กับบทบาทในการสร้างและค้าจูนเครือข่ายปัญญาชนรุ่นใหม่

จากการศึกษาพบว่า IACSS ทำหน้าที่เป็นพื้นที่กลางเชิงสถาบัน (institutional platform) ที่เปิดโอกาสให้นักวิชาการรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวิชาการอย่างหลากหลาย ตั้งแต่การนำเสนอผลงาน การร่วมจัดการประชุม การสนับสนุนงานจัดการประชุม ไปจนถึงการทำงานร่วมกับนักวิชาการอาวุโส กระบวนการดังกล่าวทำให้นักวิชาการรุ่นใหม่มีได้ดำรงบทบาทเป็นเพียงผู้เข้าร่วม หากแต่ค่อย ๆ พัฒนาไปสู่การเป็นตัวแสดงเชิงรุกในสนามวิชาการเอเชีย กล่าวคือเครือข่ายมิได้เกิดขึ้นเฉพาะในระดับปัจเจก แต่ถูกทำให้เป็นไปได้ผ่านโครงสร้างของสมาคมที่เอื้อต่อการพบปะ การทำงานร่วม และการต่อยอดความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นถึงการก่อรูปของปัญญาชนรุ่นใหม่มิได้เกิดจากการสังสมความรู้เชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว หากแต่เกิดจากการได้ ลงมือปฏิบัติจริง ภายในเครือข่ายวิชาการระดับภูมิภาค ซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้บทบาท การสร้างความมั่นใจ และการรับรองทางสังคมในสนามวิชาการ หลักฐานเชิงประจักษ์ปรากฏผ่านการสะท้อนประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล เช่น

“...แม้จะตื่นเต้นและกังวล แต่การได้มีโอกาสขึ้นพูดในเวทีใหญ่เช่นนี้ทำให้ฉันมั่นใจว่า... ตัวเองก็สามารถเป็นส่วนหนึ่งของวงวิชาการเอเชียได้...”

(ผู้ให้ข้อมูลหมายเลข 5, หญิง อายุ 35 ปี อาจารย์มหาวิทยาลัย, สัมภาษณ์: 14 กันยายน 2568)

อย่างไรก็ตาม ยังพบว่าเครือข่ายดังกล่าวมิได้ดำรงอยู่ในสภาวะปลอดอำนาจ หากแต่เป็นพื้นที่ที่ต้องต่อรองกับข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง โดยเฉพาะภาษาอังกฤษในฐานะภาษาหลักของเวทีสากล ระบบการตีพิมพ์ที่ยึดมาตรฐานตะวันตก และความเหลื่อมล้ำด้านทรัพยากรระหว่างสถาบัน/ประเทศ เงื่อนไขเหล่านี้สะท้อนประเด็น ความรู้และอำนาจ ที่แม้ว่าสมาคมจะเปิดพื้นที่ให้แลกเปลี่ยนอย่างเสมอภาค แต่โครงสร้างภายนอกของโลกวิชาการสากลยังคงกำกับรูปแบบการมีส่วนร่วมและโอกาสความก้าวหน้าทางวิชาการ

“...ตลอดหลายปีที่ผ่านมา IACSS ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการในฐานะเครือข่ายข้ามชาติ อุปสรรคหนึ่งคือ อุปสรรคด้านภาษาและวัฒนธรรม...”

(ผู้ให้ข้อมูลหมายเลข 7, หญิง อายุ 36 ปี นักศึกษาปริญญาเอก, Google Form: 11 กันยายน 2568)

“...แม้ที่สมาคมเราจะได้พูดอย่างอิสระ แต่สุดท้ายถ้าอยากก้าวหน้าในมหาวิทยาลัย เราก็ต้องตีพิมพ์ในวารสารฝรั่งอยู่...”

(ผู้ให้ข้อมูลหมายเลข 15, หญิง อาจารย์มหาวิทยาลัย, สัมภาษณ์: 14 กันยายน 2568)

ดังนั้นกล่าวได้ว่า IACSS ทำหน้าที่เป็นทั้งพื้นที่บ่มเพาะและกลไกคำนวณเครือข่ายของปัญญาชนรุ่นใหม่ ขณะเดียวกันเครือข่ายดังกล่าวยังคงต้องต่อรองกับโครงสร้างอำนาจของโลกวิชาการสากลอย่างต่อเนื่อง

5. อภิปรายผล

จากความเข้าใจร่วมสู่การผลิตองค์ความรู้เกี่ยวกับเอเชีย พบว่า การเข้าร่วมเวที IACSS ไม่ได้ก่อให้เกิดเพียงความเข้าใจร่วมกันในเชิงนามธรรม หากแต่เอื้อให้เกิดกระบวนการผลิตองค์ความรู้ร่วมกัน (Collective knowledge production) อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสามารถสังเคราะห์ได้อย่างน้อย 3 ลักษณะ ดังนี้

1) เวทีของสมาคมสนับสนุนให้เกิดการปรับโจทย์วิจัยและกรอบการตีความ โดยนักวิชาการรุ่นใหม่จำนวนมากเริ่มตั้งคำถามต่อการใช้ทฤษฎีตะวันตกเป็นกรอบหลัก และหันมาให้ความสำคัญกับประสบการณ์และบริบทของเอเชียเป็นจุดตั้งต้นของการวิเคราะห์ กระบวนการดังกล่าวทำให้เอเชียไม่ถูกทำให้เป็นเพียงกรณีศึกษา หากแต่กลายเป็นฐานของการตั้งคำถามเชิงทฤษฎีด้วยตนเอง

2) สมาคมเอื้อให้เกิดการต่อยอดเป็นความร่วมมือเชิงรูปธรรมมากกว่าการเป็นเวทีชั่วคราว เช่น การเขียนบทความร่วม การจัดเวทีร่วม การแลกเปลี่ยนต้นฉบับงานวิจัยเพื่อวิพากษ์และพัฒนางาน กระบวนการนี้ชี้ว่า IACSS ทำหน้าที่เป็นจุดเริ่มต้นของวงจรการผลิตองค์ความรู้ระยะยาว

3) การแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดภาษาและชุดความหมายใหม่เกี่ยวกับเอเชีย โดยความหมายของเอเชียถูกก่อรูปผ่านความสัมพันธ์ข้ามพรมแดน ข้ามภาษา และข้ามรุ่น มากกว่าการนิยามโดยบุคคลหรือประเทศใดประเทศหนึ่ง

ทั้งสามประเด็นนี้สนับสนุนข้อเสนอเรื่องวิวิธวิทยาเอเชียของ Chen (2010) กล่าวคือ วิวิธวิทยาเอเชียมิได้ปรากฏเพียงในระดับข้อเสนอเชิงแนวคิด แต่เกิดขึ้นจริงผ่านการอ้างอิงกันเองในภูมิภาคและการสร้างความร่วมมือเชิงวิชาการ หลักฐานจากผู้ให้ข้อมูลสะท้อนมิติการเรียนรู้ผ่านเสียงของภูมิภาคโดยตรง เช่น

“...การประชุมครั้งนี้เปิดมุมมองใหม่ให้ฉันมากกว่าการอ่านหนังสือ เพราะได้ฟังคนจากหลายประเทศ พูดถึงประสบการณ์ตรง...”

(ผู้ให้ข้อมูลหมายเลข 3, หญิง อายุ 34 ปี นักศึกษาปริญญาเอก, Google Form: 27 สิงหาคม 2568)

นอกจากนี้ มิติความสัมพันธ์นอกห้องประชุมยังมีนัยสำคัญต่อการผลิตความรู้ในเชิงเครือข่าย เพราะเป็นพื้นที่ที่เกิดการแลกเปลี่ยนอย่างไม่เป็นทางการ การสร้างความไว้วางใจ และการวางรากฐานความร่วมมือระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับข้อสังเกตในงานศึกษาด้านเครือข่ายปัญญาชนของ Chua (2015) ที่เน้นบทบาทของความสัมพันธ์ส่วนบุคคลต่อการคงอยู่ของเครือข่าย

“...การคุยระหว่างพักเบรกหรือกินข้าวด้วยกันบางครั้งมีประโยชน์มากกว่าการประชุม เพราะเราพูดกันแบบเปิดใจ...”

(ผู้ให้ข้อมูลหมายเลข 15, หญิง อาจารย์มหาวิทยาลัย, สัมภาษณ์: 14 กันยายน 2568)

เห็นได้ว่า IACSS เป็นเวทีที่ทำให้ความเข้าใจร่วมค่อย ๆ เคลื่อนไปสู่การผลิตองค์ความรู้ร่วมกัน ผ่านทั้งการพัฒนากรอบคิด การต่อยอดความร่วมมือ และการก่อรูปชุดความหมายใหม่เกี่ยวกับเอเชียภายในภูมิภาค

นอกจากนี้ เอเชียในฐานะกระบวนการและการเมืองของความรู้ในสนามวิชาการเอเชีย เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่าเอเชียมิได้ถูกนิยามในฐานะภูมิศาสตร์คงที่ หากแต่เป็นกระบวนการที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ผ่านความสัมพันธ์และการปฏิบัติของผู้คนในเครือข่าย การนิยามเช่นนี้ท้าทายกรอบลัทธิตะวันออกที่มองเอเชียจากสายตาด้านนอก และตอกย้ำความเป็นไปได้ของการนิยามตนเองของภูมิภาคผ่านประสบการณ์ร่วมของผู้คนภายในภูมิภาค ดังสะท้อนจากผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งว่า

“...สำหรับฉัน เอเชียไม่ใช่เพียงภูมิศาสตร์ แต่คือความสัมพันธ์ที่เราสร้างขึ้นในการประชุมครั้งนี้...”

(ผู้ให้ข้อมูลหมายเลข 14, หญิง อาจารย์มหาวิทยาลัย, สัมภาษณ์: 14 กันยายน 2568)

อย่างไรก็ตาม การนิยามเอเชียดังกล่าวยังคงดำเนินไปภายใต้การเมืองของความรู้ที่ให้คุณค่ากับมาตรฐานตะวันตกเป็นหลัก ส่งผลให้การผลิตองค์ความรู้ในเอเชียมีลักษณะเป็นการต่อรองอย่างต่อเนื่องระหว่างความพยายามสร้างทางเลือกกับโครงสร้างสากลที่ยังครอบงำอยู่ โดยเฉพาะในประเด็นภาษาและระบบการตีพิมพ์

ดังนั้น IACSS จึงทำหน้าที่พร้อมกันหลายระดับ ได้แก่ (1) พื้นที่บ่มเพาะปัญญาชนรุ่นใหม่ (2) โครงสร้างการผลิตองค์ความรู้ร่วมกันในภูมิภาค และ (3) สนามต่อรองการเมืองของความรู้ ซึ่งทำให้เห็นว่าเอเชียไม่ได้เป็นเพียงแนวคิด หากแต่เป็นกระบวนการที่ยังคงดำเนินอยู่ผ่านเครือข่าย ความสัมพันธ์ และการปฏิบัติทางวิชาการอย่างเป็นรูปธรรม

การประชุม IACS ประจำปี ค.ศ. 2025 กลายเป็นการพบปะที่มีลักษณะทั้งความคุ้นเคยและโดดเด่น ในเวลาเดียวกัน ความคุ้นเคยเกิดจากการได้กลับมาพบปะและสานต่อเครือข่ายทางวิชาการ ขณะที่ความโดดเด่นเฉพาะตัวของแต่ละครั้งเกิดจากบริบทเชิงสถานที่ที่มีส่วนกำหนดบรรยากาศ ประเด็นสนทนา และการก่อรูปของชุมชนวิชาการ เจ้าภาพการประชุมมิได้ทำหน้าที่เพียงจัดเตรียมสถานที่ หากยังมีบทบาทในการจัดวางบริบททางปัญญา สังคม วัฒนธรรม และมิติทางวัตถุที่หล่อหลอมประสบการณ์การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกัน ดังนั้นการประชุมปี ค.ศ. 2025 และบริบทของสถานที่ได้เชื้อเชิญให้ผู้เข้าร่วมพิจารณาใหม่ว่าสถานที่หล่อหลอมความเป็นไปได้ทางญาณวิทยาอย่างไร ชายขอบทำให้ศูนย์กลางสันคลอนได้อย่างไร และจินตนาการระดับภูมิภาคทางเลือกก่อรูปขึ้นได้อย่างไร (Somboonboorana et al., 2026: 3) ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และตำแหน่งเชิงชายขอบของจังหวัดนครศรีธรรมราช จึงสะท้อนถึงประวัติศาสตร์อันหลากหลายของผู้คน อีกทั้งได้เน้นย้ำความสำคัญของมุมมองจากพื้นที่ที่เคยถูกทำให้เป็นรอง และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นนอกกรอบอำนาจนำ บริบทดังกล่าวจึงมีศักยภาพในการสำรวจว่าการเชื่อมโยงทางภูมิสังคมสามารถก่อรูปขึ้นได้อย่างไร ภายใต้เงื่อนไขของภูมิรัฐศาสตร์ และโครงสร้างการผลิตความรู้ระดับโลก ผู้จัดงานได้ถ่ายทอดวิสัยทัศน์ของการประชุมในฐานะพื้นที่แห่งการพบปะ และการเชื่อมต่อที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของบรรยากาศร่วมกัน ซึ่งเอื้อให้เกิดการมีส่วนร่วมทางปัญญาในรูปแบบใหม่ ภายใต้หัวข้อ Geo-Social Connection: The Continuing Journey of Critical Inquiry

การประชุมปี ค.ศ. 2025 มุ่งหมายที่จะปรับความสัมพันธ์ใหม่ ทั้งในลักษณะที่ตั้งใจและที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดหมาย พร้อมทั้งสะท้อนให้เห็นว่าการผลิตองค์ความรู้ระหว่างเอเชีย พึงพาการเผชิญหน้าและการปฏิสัมพันธ์ที่ก้าวพ้นโครงสร้างทางการของกลไกการประชุมมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นการประชุมจึงถูกออกแบบในฐานะการปฏิบัติการของการเชื่อมโยงทางภูมิศาสตร์และสังคม เพื่อสร้างเงื่อนไขทั้งทางญาณวิทยาและทางอารมณ์สำหรับการผลิต การหมุนเวียน และการรับรู้ประสบการณ์ของความรู้ ภายใต้บริบทเฉพาะของนครศรีธรรมราช สิ่งปรากฏขึ้นคือสนามแห่งการสอบถามซึ่งลำดับชั้นเชิงอำนาจอ่อนตัวลง และการปฏิบัติทางวิชาการเชื่อมร้อยกับความสัมพันธ์ระหว่างความคิดกับภูมิทัศน์ วาทกรรมกับการอยู่อาศัย การวิพากษ์กับการสร้างสรรค์ ดังที่ผู้จัดงานได้ชี้ไว้อย่างลุ่มลึกว่าการสอบถามเชิงวิพากษ์จะเจริญงอกงามเมื่อใส่ใจต่อพื้นผิวของสถานที่ ความซับซ้อนของผู้คน และการเผชิญหน้าที่ไม่อาจคาดการณ์ซึ่งเกิดขึ้น ณ จุดตัดของสิ่งเหล่านี้ ในความหมายนี้ การประชุมปี ค.ศ. 2025 มิได้เพียงตอกย้ำพัฒนาการของโครงการ Inter-Asia Cultural Studies เท่านั้น หากยังเปิดพื้นที่ให้เห็นความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ของการจัดวางความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ ผู้คน และการแลกเปลี่ยนทางวิชาการในครั้งต่อ ๆ ไป (Inter-Asia Cultural Studies Society, 2026)

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผล

งานวิจัยนี้มุ่งอธิบายบทบาทของสมาคมการศึกษาวัฒนธรรมเอเชีย (Inter-Asia Cultural Studies Society: IACSS) ในการสร้างและค้าจูนเครือข่ายปัญญาชนรุ่นใหม่ในภูมิภาคเอเชีย และเอื้อให้เกิดกระบวนการสร้างความเข้าใจร่วมกันและการผลิตองค์ความรู้เกี่ยวกับเอเชียของนักวิชาการรุ่นใหม่ ผลการศึกษาพบว่า IACSS มีได้ทำหน้าที่เพียงเป็นเวทีนำเสนอผลงาน แต่เป็นโครงสร้างทางสังคมของการผลิตความรู้ ที่ทำให้เครือข่ายวิชาการสามารถดำรงอยู่และขยายตัวได้จริง ผ่านกลไกสำคัญ เช่น การประชุมวิชาการระดับนานาชาติ การจัดกิจกรรมเชิงบ่มเพาะ อาทิ Summer school และการสนับสนุนพื้นที่เผยแพร่ผลงานในรูปแบบวารสารและเครือข่ายย่อย

ในมิติของการสร้างเครือข่าย สะท้อนให้เห็นถึงการเปิดพื้นที่ให้นักวิชาการรุ่นใหม่ได้ลงมือปฏิบัติจริง ในสนามวิชาการระดับภูมิภาค ตั้งแต่การนำเสนอผลงาน การร่วมจัดกิจกรรม ตลอดจนการเรียนรู้ผ่านปฏิสัมพันธ์กับนักวิชาการอาวุโส กระบวนการดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ การรับรองทางวิชาการ และการสร้างตัวตนของนักวิชาการรุ่นใหม่ในเวทีเอเชีย อย่างไรก็ตาม เครือข่ายดังกล่าวยังดำรงอยู่ภายใต้ข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง โดยเฉพาะอำนาจของภาษาอังกฤษ ระบบการตีพิมพ์ที่ยึดมาตรฐานตะวันตก และความเหลื่อมล้ำด้านทรัพยากร ทำให้การเข้าถึงโอกาสทางวิชาการไม่เท่าเทียมกัน

ในมิติของการผลิตองค์ความรู้ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับเอเชียในเวที IACSS มีได้หยุดอยู่ที่การแลกเปลี่ยนมุมมองเท่านั้น แต่ค่อย ๆ เคลื่อนไปสู่การผลิตองค์ความรู้ร่วมกัน ผ่านการปรับกรอบคิดและโจทย์วิจัย การอ้างอิงกันเองในภูมิภาค การต่อยอดความร่วมมือเชิงรูปธรรม และการก่อรูปชุดความหมายใหม่เกี่ยวกับเอเชียในฐานะความสัมพันธ์และกระบวนการที่ถูกสร้างขึ้นอย่างต่อเนื่อง การศึกษานี้จึงสนับสนุนแนวคิดวิธีวิทยาเอเชียที่วิเคราะห์ถึงความเป็นเอเชีย สามารถเป็นฐานอ้างอิงของการสร้างความรู้ได้โดยไม่จำเป็นต้องผ่านกรอบตะวันตกเสมอไป ขณะเดียวกันงานวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า การผลิตความรู้ในเอเชียต้องดำเนินไปท่ามกลางการเมืองของความรู้ที่ยังคงครอบงำอยู่

โดยรวมแล้ว งานวิจัยนี้ช่วยขยายความเข้าใจต่อเครือข่ายวิชาการในเอเชีย จากการมองว่าเป็นเพียงพื้นที่แลกเปลี่ยนไปสู่การมองว่าเป็นกลไกการผลิตความรู้และเป็นสนามที่ปัญญาชนรุ่นใหม่ ต่อรองทั้งกับโครงสร้างภายในของเครือข่ายและโครงสร้างสากลของโลกวิชาการไปพร้อมกัน

6.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาผู้วิจัยจึงขอเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติสำหรับสมาคมและเครือข่ายวิชาการ

1) พัฒนากลไกพี่เลี้ยง (Mentorship) และการบ่มเพาะต่อเนื่อง ควรจัดระบบพี่เลี้ยงระยะยาวที่เชื่อมโยงนักวิชาการอาวุโสกับนักวิชาการรุ่นใหม่ต่อเนื่องหลังการประชุม เช่น กลุ่มอ่านงาน (Reading group) คลินิกบทความ (Writing clinic) หรือระบบให้ข้อเสนอแนะต้นฉบับ เพื่อให้เครือข่ายไม่สิ้นสุดเพียงกิจกรรมรายปี แต่ต่อยอดเป็นการผลิตผลงานวิชาการที่จับต้องได้

2) ลดอุปสรรคด้านภาษาและการเข้าถึงเวที ควรสนับสนุนการสื่อสารหลายภาษา (Multilingual practices) เช่น Session ที่อนุญาตให้ใช้ภาษาท้องถิ่นร่วมกับการแปลสรุป หรือจัด Workshop การเขียนเชิงวิชาการสำหรับผู้ที่ไม่ใช่เจ้าของภาษา รวมถึงสร้างระบบทุนสนับสนุนค่าลงทะเบียน/ค่าเดินทางให้ผู้เข้าร่วมจากสถาบันที่มีทรัพยากรจำกัด

3) สร้างแพลตฟอร์มความร่วมมือหลังประชุม (Post-conference collaboration) ควรมีพื้นที่ออนไลน์ของสมาคมที่ออกแบบเพื่อการทำงานร่วมกันจริง เช่น การจัดทำคลังข้อมูล (Repository) สำหรับรวบรวมเนื้อหาจากแต่ละหัวข้อหรือเวทีเสวนา (Panel/topic) จับคู่ (Matching) นักวิจัยตามความสนใจร่วมกัน ตลอดจนช่องทางสำหรับประกาศรับบทความ (Call for papers) หรือโครงการวิจัยร่วม ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้เกิดวงจรการผลิตองค์ความรู้ที่ต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาว

4) ยกระดับผลลัพธ์ด้านการผลิตความรู้ให้ชัดเจน การประชุมควรมีเป้าหมายผลผลิตเชิงวิชาการที่ชัด เช่น การจัดทำวารสารฉบับพิเศษ (Special issue) หนังสือนรวมบทความ (Edited volume) หรือการออกแบบหัวข้อเฉพาะ (Themed panel) ที่เชื่อมกับการตีพิมพ์ เพื่อทำให้บทบาทของสมาคมในฐานะโครงสร้างการผลิตความรู้ ปรากฏชัดทั้งเชิงหลักฐานและเชิงผลลัพธ์

7. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์สาขาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่สนับสนุนการทำวิจัยเรื่องนี้ รวมถึงการให้คำแนะนำและข้อเสนอ อันเป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา POS64-430 โครงการความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ขอขอบคุณคณะทำงานโครงการประชุมวิชาการนานาชาติ Inter-Asia Cultural Studies 2025 และผู้เข้าร่วมการประชุมครั้งนี้

บรรณานุกรม

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Chen, K.-H., & Chua, B. H. (2006). *The Inter-Asia cultural studies reader*. Routledge.
- Chen, K.-H. (2010). *Asia as Method: Toward deimperialization*. Duke University Press.
- Chen, K.-H. (2017). *Asia as Method [วิธีวิทยาเอเชีย: การก้าวข้ามเงื่อนไขปัจจุบันของการผลิตความรู้]* (Somboonboorana, S. and Sawangchot, V., Trans.). Inter-Asia School Bangkok. (Original work published 2010) (in Thai)
- Chua, B. H. (2015). *Liberalism disavowed: Communitarianism and state capitalism in Singapore*. NUS Press.
- Dirlik, A. (2007). *Global modernity: Modernity in the age of global capitalism*. Paradigm Publishers.
- Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings 1972–1977*. Pantheon.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks*. International Publishers.
- Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, culture, difference* (pp. 222–237). Lawrence & Wishart.
- Inter-Asia Cultural Studies Society. (2024). About Inter-Asia cultural studies/ Conference program. *Summer School*. <https://culturalstudies.asia/summer-school>.
- Inter-Asia Cultural Studies Society. (2025). IACS Conference. *Inter-Asia Cultural Studies*. <https://culturalstudies.asia/iacs-conference/>
- Inter-Asia Cultural Studies Society. (2026). On the Geo-social Milieu of IACS 2025: Reflections from the Organisers. *IACS Society*. <https://culturalstudies.asia/on-the-geo-social-milieu-of-iacs-2025-reflections-from-the-organisers/>
- Iwabuchi, K. (2014). *Resilient borders and cultural diversity: Internationalism, brand nationalism, and multiculturalism in Japan*. Lexington Books.
- Ryang, S. (2022). *Reading North Korea: An ethnological inquiry*. Harvard University Asia Center.
- Said, E. W. (1994). *Representations of the intellectual*. Vintage.
- Sawangchot, V., & Somboonboorana, S. (2026). Guest Editors' Note. *Inter-Asia Cultural Studies*, 27(1), 1. <https://doi.org/10.1080/14649373.2025.2607202>
- Somboonboorana et al. (2026). Geo-social milieu of IACS 2025. *Inter-Asia Cultural Studies*, 27(1), 1-7. <https://doi.org/10.1080/14649373.2025.2610098>

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์
ปีที่ 49 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2569): 284263

Journal of Social Research and Review
Volume 49 No.1 (January - June 2026): 284263
ISSN 3056-9508 (Online)



ภาพสะท้อนสังคมวัฒนธรรมอีสานสมัยใหม่ผ่านเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ผ่านการแสดง หมอลำเรื่องต่อกลอน

อัษฎาวุธ ศรีทน* และ อิศเรศ ตลเพ็ญ

สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, อีเมล: Atsadawoot@kkumail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาพสะท้อนของเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ ในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน และศึกษาว่าการสะท้อนดังกล่าวนำไปสู่ปรากฏการณ์อีสานสมัยใหม่ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการวิเคราะห์เนื้อหา และวิเคราะห์ภาษา จากตัวบทกลอนลำและบทสนทนา การมีปฏิสัมพันธ์ด้านหน้าเวทีกับผู้ชม ของการแสดงคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนชั้นนำของภาคอีสาน 5 คณะ จำนวน 10 เรื่อง ที่เผยแพร่ทางแพลตฟอร์มยูทูบ ระหว่างปี พ.ศ. 2562-2567 ภายใต้กรอบแนวคิดภาพสะท้อนทางสังคมวัฒนธรรม และแนวคิดสังคมสมัยใหม่

ผลการวิจัยพบว่า หมอลำเรื่องต่อกลอนได้นำเอาเทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการแสดงอย่างสมบูรณ์ ใน 3 มิติหลัก (1) มิติเนื้อหาและภาษา มีการใช้คำทับศัพท์ คำปนภาษาต่างประเทศ คำที่เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยี เพื่อสะท้อนวิถีชีวิตที่ผูกพันกับโลกดิจิทัล ความสัมพันธ์รูปแบบของออนไลน์ การเป็นแม่ค้าออนไลน์ อาชญากรรมไซเบอร์ (2) มิติปฏิสัมพันธ์และรูปแบบการจัดการแสดง เทคโนโลยีการถ่ายทอดสด สร้างผู้ชมสองรูปแบบ หน้าเวทีจริงและหน้าจอทั่วโลกพร้อมกัน และเกิดปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์ และ (3) มิติเศรษฐกิจและอัตลักษณ์ศิลปิน ศิลปินได้เปลี่ยนสถานะจากนักแสดงไปสู่ดารา อินฟลูเอนเซอร์ และผู้ประกอบการ การที่ใช้ชื่อเสียงและพื้นที่หน้าเวทีในการต่อยอดทางธุรกิจ นอกจากนี้ เทคโนโลยียังปฏิวัติระบบเศรษฐกิจของวงการหมอลำ ผ่านการให้รางวัลออนไลน์ และการสร้างชุมชนแฟนคลับ รูปแบบใหม่ที่ยึดโยงกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าหมอลำเรื่องต่อกลอนในปัจจุบันไม่ได้เป็นเพียง ภาพสะท้อนสังคมดิจิทัล แต่กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนได้ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายขอบเขตของพื้นที่เวทีสร้างชุมชนแฟนคลับระดับโลก และปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของวงการเพื่อยินยอมตัวเองใหม่ในฐานะศิลปะการแสดงร่วมสมัยที่เชื่อมโยงรากเหง้าทางวัฒนธรรมเข้ากับภูมิทัศน์สื่อสมัยใหม่ อันเป็นภาพสะท้อนของปรากฏการณ์สังคมอีสานสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป

คำสำคัญ: หมอลำเรื่องต่อกลอน; ภาพสะท้อนสังคม; เทคโนโลยี; สื่อสังคมออนไลน์; อีสานสมัยใหม่

วันรับบทความ: 27 ตุลาคม 2568, **วันแก้ไขบทความ:** 24 มีนาคม 2569, **วันตอบรับบทความ:** 20 เมษายน 2569

Reflecting Modern Isan Society and Culture through Technology and Social Media in Mor Lam Ruang To Klon Performances

Atsawut Srithon* and Itsarate Dolphen

Department of Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Mueang District, Khon Kaen Province, 40002 Thailand

*Corresponding author, Email: Atsawoot@kkumail.com

Abstract

This research aims to analyze the reflection of technology and social modern society in Mor Lam Ruang To Klon performances and to study how such reflections lead to the modern Isan phenomenon. Employing a qualitative research methodology, the study conducted content and linguistic analyses of lyrical texts (Klon Lam), dialogues, and front-stage interactions with the audience. The data were drawn from 10 performances by 5 leading Mor Lam Ruang To Klon troupes in the Isan region, broadcasted on the YouTube platform between 2019-2024. The study is grounded in the concepts of socio-cultural reflection and modern society.

The research findings reveal that Mor Lam Ruang To Klon has fully integrated technology into its performance culture across three main dimensions: (1) The content and linguistic dimension: Loanwords, foreign language mixing, and vocabulary related to social media and technology are utilized to reflect a lifestyle intertwined with the digital world, online relationships, online commerce, and cybercrime. (2) The interaction and performance management dimension: Live-streaming technology creates a dual-audience format—live audiences at the venue and a global audience on screens simultaneously—enabling real-time interaction. And (3) The economic and artist identity dimension: Artists have transitioned from mere performers to celebrities, influencers, and entrepreneurs, leveraging their fame and stage presence for business expansion. Furthermore, technology has revolutionized the economic system of the Mor Lam industry through online tipping (digital rewards) and the creation of new forms of fan communities interconnected via social media. These transformations indicate that contemporary Mor Lam Ruang To Klon is not merely a reflection of digital society. Rather, stakeholders in performance have utilized technology as a crucial tool to expand the boundaries of the stage, build global fan communities, and restructure the industry's economy. This effectively redefines the genre as a contemporary performing art that connects its cultural roots with the modern media landscape, ultimately serving as a reflection of the evolving phenomenon of modern Isan society.

Keywords: Mor Lam Ruang To Klon; Social reflection; Technology; Social media; Modern Isan

Received: October 27, 2025, **Revised:** March 24, 2026, **Accepted:** April 20, 2026

1. บทนำ

ศิลปะการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน เป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าและเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญยิ่งของภาคอีสาน หมอลำได้ทำหน้าที่ให้ความบันเทิงที่สะท้อนภาพวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ และพลวัตการเปลี่ยนแปลงของสังคมอีสานในแต่ละยุคสมัยได้อย่างชัดเจนและลึกซึ้ง ในยุคปัจจุบันซึ่งถูกขนานนามว่าเป็นยุคดิจิทัล (Digital age) อิทธิพลของเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ได้เข้าไปมีบทบาทในทุกช่วงของวิถีชีวิตผู้คนในทุกช่วงวัยอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างลึกซึ้งทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ปรากฏการณ์นี้ไม่ได้ละเว้นสังคมอีสาน หากแต่ได้หลอมรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสมัยใหม่ และหมอลำเรื่องต่อกลอนได้ทำหน้าที่บันทึกและสะท้อนภาพการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลที่ก้าวไปสู่สังคมวัฒนธรรมอีสานสมัยใหม่ การที่เทคโนโลยีได้หลอมรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการแสดงอย่างสมบูรณ์ในหลากหลายมิติ มิติแรกที่ชัดเจนที่สุดคือ มิติของเนื้อหาและบทประพันธ์กลอนลำ ในปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่ผูกพันกับโลกดิจิทัลอย่างแนบแน่น มีการบอกเล่าเรื่องราวความรักความสัมพันธ์บนโลกออนไลน์ การที่แรงงานข้ามถิ่นใช้แอปพลิเคชันวิดีโอคอลเพื่อติดต่อกับครอบครัว ไปจนถึงการสะท้อนปรากฏการณ์ทางสังคมใหม่ ๆ เช่น การเกิดขึ้นของอาชีพแม่ค้าออนไลน์ หรือแม้แต่ปัญหาอาชญากรรมไซเบอร์ ในขณะเดียวกัน มิติของบทสนทนาและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมหน้าเวที โดยเฉพาะบทของนักแสดงตลก ได้นำเสนอภาพสะท้อนปรากฏการณ์ดิจิทัลมาสร้างเสียงหัวเราะและเสียดสีอย่างคมคาย ไม่ว่าจะเป็นเทรนด์ไวรัลในติกต็อก วัฒนธรรมการซื้อของออนไลน์ หรือความขัดแย้งทางความคิดเรื่องเทคโนโลยีระหว่างคนต่างรุ่น ซึ่งเป็นการวิพากษ์วิจารณ์ผลกระทบของยุคดิจิทัลในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย Lolast (2025) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับมิติที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่ทรงพลังที่สุด คือมิติของปฏิสัมพันธ์และรูปแบบการแสดง เทคโนโลยีการถ่ายทอดสด (Livestreaming) ได้หลายกรอบการนำเสนอการแสดงแบบดั้งเดิมในเวทีสื่อสังคมออนไลน์ไลฟ์สดกลุ่มปิด โดยสร้างผู้ชมสองแพลตฟอร์มพร้อมกัน คือผู้ชมหน้าเวทีจริงและผู้ชมผ่านหน้าจอทั่วโลก ศิลปินสามารถสื่อสารและตอบโต้กับผู้ชมทางออนไลน์ได้แบบเรียลไทม์ นอกจากนี้ โครงสร้างทางเศรษฐกิจของวงการยังถูกปฏิวัติ โดยการมอบรางวัลไม่ได้จำกัดอยู่แค่การให้เงินสดหน้าเวทีอีกต่อไป แต่ขยายสู่การโอนเงินออนไลน์ผ่านคิวอาร์โค้ด และการส่งของขวัญดิจิทัล (Digital gift) ผ่านระบบถ่ายทอดสดเพื่อสร้างรายได้ ศิลปินหมอลำจึงไม่ได้เป็นเพียงผู้บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับเทคโนโลยี แต่ได้ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายขอบเขตของเวที สร้างชุมชนแฟนคลับออนไลน์ และปรับเปลี่ยนรูปแบบเศรษฐกิจของวงการให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงนี้ยังสะท้อนผ่านการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของศิลปินอย่างชัดเจน ศิลปินหมอลำในปัจจุบันมีสถานะเป็นดาราที่มีการสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์ดิ้ง (Branding) เช่นคนในวงการบันเทิงสมัยใหม่ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์หลากหลายช่องทางเป็นเครื่องมือในการสร้างฐานแฟนคลับ หลายคนก้าวข้ามจากการเป็นนักแสดงไปสู่การเป็นอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ซึ่งสะท้อนค่านิยมใหม่ที่อำนาจและอิทธิพลไม่ได้มาจากชาติกำเนิด แต่มาจากจำนวนผู้ติดตาม ศิลปินเหล่านี้ยังกลายเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ที่ใช้พื้นที่หน้าเวทีในการถ่ายทอดสดเพื่อจำหน่ายสินค้าแบรนด์ของตนเอง เป็นการทลายเส้นแบ่งระหว่างศิลปะและการค้าอย่างสิ้นเชิง นอกจากนี้ สถานะของศิลปินยังถูกยกระดับให้เป็นพรีเซนเตอร์ (Presenter) ซึ่งสะท้อนการหลอมรวมของวัฒนธรรมการตลาดและโฆษณาเข้ากับวิถีชีวิตสมัยใหม่

การแสดงหมอลำได้ซึมซับเอาคำศัพท์และแนวคิดจากโลกออนไลน์เข้ามาใช้อย่างเป็นธรรมชาติ คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและการสื่อสารดิจิทัลถูกนำมาใช้อย่างคล่องแคล่ว สะท้อนว่าสิ่งเหล่านี้ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันไปแล้ว ไม่เพียงเท่านั้น คำสแลงร่วมสมัยที่บ่งบอกรสนิยมแบบวัฒนธรรมป๊อปก็ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย เพื่ออธิบายความรู้สึกซับซ้อน หรือนิยามศิลปินที่โดดเด่นครบเครื่อง ตลอดจนสื่อสารถึงความตื่นตาตื่นใจของโชว์ แต่ในขณะเดียวกัน หมอลำก็ยังรักษาอัตลักษณ์ทางภาษาถิ่นไว้ได้อย่างชาญฉลาด โดยการใช้คำศัพท์พื้นถิ่นดั้งเดิมในมิติทางสุนทรียศาสตร์ เพื่ออธิบายความกลมกล่อมลงตัวของคนตรีและการแสดง ปรากฏการณ์เหล่านี้ยังชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมและความสัมพันธ์ของผู้คน การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างการสร้างความสัมพันธ์ในอดีตที่ใช้เวลายาวนาน กับในปัจจุบันที่เน้นการสื่อสารดิจิทัล สะท้อนให้เห็นอย่างเฉียบคมว่าเทคโนโลยีได้เปลี่ยนกระบวนการดังกล่าวให้เน้นความรวดเร็วและฉับไว ในขณะเดียวกัน เทคโนโลยีก็ได้สร้างรูปแบบชุมชนใหม่ขึ้นมานั่นคือแฟนคลับซึ่งไม่ได้รวมตัวกันด้วยสายสัมพันธ์ทางเครือญาติหรือถิ่นที่อยู่แบบดั้งเดิม แต่รวมกันด้วยความรักที่มีต่อศิลปินคนเดียวกัน มีการสร้าง

อัตลักษณ์กลุ่มที่ชัดเจนผ่านสัญลักษณ์ต่าง ๆ และมีความสัมพันธ์ที่แสดงออกถึงความผูกพันเสมือนครอบครัว นี่คือโครงสร้างทางสังคมรูปแบบใหม่ที่ก่อตัวขึ้นในยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง

หมอลำยังทำหน้าที่สะท้อนความซับซ้อนและความเสี่ยงของสังคมสมัยใหม่ โดยกล่าวถึงภัยอันตรายจากเทคโนโลยีที่รุกเข้ามาในชีวิตประจำวัน แม้ในพื้นที่คุ้นเคย และวิธีการรับมือก็ได้เปลี่ยนจากการพึ่งพาชุมชนไปสู่การพึ่งพิงระบบบริการเฉพาะทางจากภายนอก ซึ่งต้องติดต่อผ่านเทคโนโลยีการสื่อสาร นอกจากนี้ หมอลำยังทำหน้าที่เป็นพื้นที่สำหรับการวิพากษ์วิจารณ์และสร้างภูมิคุ้มกัน ทางสื่อ (Media literacy) ให้กับผู้ชม โดยการตั้งคำถามต่อโฆษณาและความน่าเชื่อถือของฟรีเซเตอร์ เพื่อท้าทายค่ากล่าวอ้างทางการตลาด ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้ผู้ชมตั้งคำถามและรู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่ จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่าการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนในปัจจุบัน มิได้เป็นเพียงศิลปะพื้นบ้านที่หยุดนิ่ง แต่เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีชีวิตชีวาและมีพลวัตสูง ทำหน้าที่เป็นภาพสะท้อนทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and cultural reflections) ที่บันทึกกระบวนการเปลี่ยนผ่านของสังคมอีสานเข้าสู่สังคมสมัยใหม่ (Modern society) ได้อย่างรอบด้านและลึกซึ้งที่สุด การศึกษาภาพสะท้อนเหล่านี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะไม่ใช่เพียงการทำความเข้าใจการปรับตัวของศิลปะการแสดงแขนงหนึ่ง แต่คือการทำความเข้าใจว่าเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในการนิยามความสัมพันธ์ทางสังคม การสร้าง อัตลักษณ์ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารและภาษา ตลอดจนการสร้างชุมชนในรูปแบบใหม่ของคนอีสานในยุคดิจิทัลอย่างไร

จะเห็นได้ว่างานวิจัยก่อนหน้าเน้นการศึกษาบทเพลงภาพสะท้อนด้านแรงงานพลัดถิ่น คนอีสานในชุมชนเมือง สำหรับงานวิจัยนี้มีเป้าหมายในการวิเคราะห์ด้วยบทกลอนลำ บทสนทนาบนเวทีในบริบทแพลตฟอร์มออนไลน์ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการวิเคราะห์ภาพสะท้อนเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ที่ปรากฏในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนอย่างเป็นระบบ เพื่อทำความเข้าใจถึงรูปแบบ วิธีการ และนัยสำคัญของการหลอมรวมวัฒนธรรมดิจิทัลเข้ากับศิลปะการแสดงพื้นบ้าน อันจะนำไปสู่ความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นต่อปรากฏการณ์ อีสานสมัยใหม่ (Modern Isan) ที่ศิลปะดั้งเดิมสามารถปรับตัวและเติบโตอย่างงดงามท่ามกลางภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างยั่งยืน การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาพสะท้อนเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ผ่านการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนสู่อีสานสมัยใหม่

2. ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาได้สะท้อนภาพเหล่านี้ในหลายมิติ การผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับสมัยใหม่ และการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้า (Commodification) เพื่อตอบสนองความโหยหารากเหง้าทางวัฒนธรรม Chaipitak and Nantachantool (2021) พบว่าการต่อยอดทฤษฎีทุนของ (Pierre bourdieu) เพื่ออธิบายพลวัตของความเหลื่อมล้ำในยุคสังคมเครือข่าย โดยระบุว่าทุนดิจิทัลคือทรัพยากรที่เกิดจากการสังสมประสบการณ์ทางเทคโนโลยีของบุคคล ซึ่งประกอบด้วยมิติของการมีอุปกรณ์หรือโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมใช้งาน (Digital access) ควบคู่ไปกับความสามารถและทักษะในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์ (Digital competence) ทุนชนิดนี้มีความพิเศษตรงที่สามารถเปลี่ยนรูป (Convertible) และทำงานร่วมกับทุนอื่น ๆ ของมนุษย์ได้ เช่น การใช้ทักษะทางเทคโนโลยีเพื่อสร้างรายได้และโอกาสทางอาชีพ (ทุนทางเศรษฐกิจ) หรือการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ (ทุนทางสังคม) ดังนั้น ผู้ที่มีการสะสมทุนดิจิทัลในระดับสูงจึงมีแนวโน้มที่จะเข้าถึงโอกาสและยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเองได้ดีกว่า ในขณะที่ผู้ที่ขาดแคลนทุนชนิดนี้ จะยิ่งถูกผลักให้ตกขอบและต้องเผชิญกับปัญหาความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital divide) ในมิติที่ซับซ้อนและรุนแรงขึ้นในโลกยุคปัจจุบัน (Park, 2017) วิเคราะห์บทเพลงลูกทุ่งของ ครูสลา คุณวุฒิ พบภาพสะท้อนวิถีชีวิตทั้งในสังคมชนบท (ปฐมภูมิ) และสังคมเมือง (ทุติยภูมิ) รวมถึงอุดมการณ์ทางสังคมและการเมือง เช่น ปัญหาความเหลื่อมล้ำ ในขณะเดียวกัน Sumalee (2015) แสดงให้เห็นว่า แม้แต่ความเชื่อดั้งเดิมที่ไม่ได้หยุดนิ่ง แต่มีพลวัตในการยึดโยงชุมชน และทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการต่อรองกับวิกฤตความทันสมัย ทุนนิยม และอำนาจรัฐ ด้าน Pongchaliew (2017) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มองวรรณกรรมเรื่องสั้นยุคพัฒนาในฐานะชุดความจริงกระแสรอง (Counter-narrative) ที่บันทึกปัญหาความแปลกแยก ความยากจน และวิพากษ์การผลิตซ้ำวาทกรรม โง่ จน เจ็บ ของคนอีสาน และการใช้ภาษาอังกฤษในเพลงอีสานสมัยใหม่ ยืนยันถึงการเปิดรับวิทยาการและวัฒนธรรมตะวันตก เช่น เทคโนโลยี เศรษฐกิจ อย่างลึกซึ้งผ่านการยืมและปนภาษา เอกสารงานวิจัยทั้งหมดนี้ชี้ตรงกันว่าสื่อและวัฒนธรรมอีสานคือพื้นที่ของการปะทะสังสรรค์และปรับตัวอย่างซับซ้อน เพื่อเผชิญหน้ากับกระแสความสมัยใหม่ในมิติทุนนิยม และการสื่อสารไร้พรมแดน แนวคิดภาพสะท้อนทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and cultural reflections) เป็นกรอบ

การศึกษาที่ซับซ้อนซึ่งมุ่งทำความเข้าใจพลวัตของสังคมผ่านการตีความและการนำเสนอภาพในสื่อต่าง ๆ โดยมีหัวใจสำคัญอยู่ที่แนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลง (Change) ซึ่งนักวิชาการได้นิยามครอบคลุมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social change) ที่เน้นโครงสร้างและความสัมพันธ์ Wiratchaniphawan (1989) ได้อธิบายการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Cultural change) ตรงกันกับ Wankaew (2004) ที่เน้นวิถีชีวิตและค่านิยม ส่วนทางด้าน Sengpracha (1998) โดยนำเสนอข้อมูลที่คล้ายกันทั้งสองมิติมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบซึ่งกันและกัน การเปลี่ยนแปลงนี้ถูกขับเคลื่อนด้วยปัจจัยที่หลากหลาย ทั้งปัจจัยทางกายภาพ ประชากร เทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และขบวนการทางสังคม Puangngam (2010) กล่าวว่างานวิจัยที่ผ่านมาได้ประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ในการวิเคราะห์สื่อหลายแขนงเพื่อสกัดภาพสะท้อนของยุคสมัย อาทิ การวิเคราะห์กลอนลำที่สะท้อนวิถีเกษตรกรรมและความยากจน การศึกษาอุปถัมภ์ที่สะท้อนความเชื่อและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น (Thaothong et al., 2014) รวมถึงการศึกษาวรรณกรรมที่ชี้ปัญหาสถาบันทางสังคมและความเหลื่อมล้ำ รวมถึงงานวิจัยอื่นที่ได้มีการศึกษาเพลงที่สะท้อนเหตุการณ์ปัจจุบันแล้วสะท้อนสังคมวัฒนธรรม ปรากฏการณ์ทางสังคมผ่านสื่อในช่องทางต่าง ๆ ผ่านตัวกลางทางภาษา ซึ่งทั้งหมดนี้ชี้ให้เห็นว่าสื่อทำหน้าที่เป็นบันทึกการปะทะสังสรรค์ระหว่างวิถีดั้งเดิมกับกระแสความทันสมัย (Modernization), อิทธิพลของทุนนิยมและการขยายตัวของเมือง (Urbanization) ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์และปัญหาสังคมในปัจจุบัน ดังนั้นการวิเคราะห์การใช้ภาษาในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน ชี้ให้เห็นว่าศิลปะการแสดงนี้ทำหน้าที่เป็นภาพสะท้อนที่สำคัญของสังคมวัฒนธรรมอีสานในยุคที่กำลังเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นสมัยใหม่ (Modernity) อย่างมีนัยสำคัญ ปรากฏการณ์นี้แสดงให้เห็นว่าภาษาที่ใช้ในหมอลำไม่ได้หยุดนิ่ง แต่มีการปรับตัวและหลอมรวมเอาแนวคิด ค่านิยม และปรากฏการณ์ร่วมสมัยเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาอย่างแนบเนียนเพื่อทำความเข้าใจพลวัตดังกล่าวอย่างลึกซึ้ง

การวิจัยนี้จำเป็นต้องอาศัยกรอบทฤษฎีที่ชัดเจน โดยจะใช้แนวคิดภาพสะท้อนทางสังคมวัฒนธรรม เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ว่าภาษาได้บันทึกและสะท้อนภาพวิถีชีวิต โครงสร้างสังคม และปฏิสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ควบคู่กับการใช้แนวคิดสังคมสมัยใหม่เป็นกรอบในการพิจารณาว่าการเปลี่ยนแปลงที่สะท้อนผ่านภาษานั้น ได้บ่งชี้ถึงกระบวนการปรับตัวและการก้าวสู่ความเป็นสมัยใหม่ของสังคมอีสานในมิติใดบ้าง ดังนั้น การสังเคราะห์แนวคิดทั้งสองนี้จึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะนำไปสู่ความเข้าใจว่าหมอลำเรื่องต่อกลอนได้สะท้อนภาพสังคมวัฒนธรรมอีสานยุคใหม่อย่างไร ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดระเบียบวิธีวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการศึกษาต่อไป

3. วิธีการวิจัย

การคัดเลือกคณะหมอลำ และการสร้างเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างของข้อมูลการคัดเลือกคณะหมอลำ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นข้อมูลจากทุนทางวัฒนธรรมด้านการแสดงเพื่อความบันเทิงของชาวอีสานซึ่งมีหลากหลายรูปแบบและสิ่งที่ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จัก ได้แก่ หมอลำเรื่องต่อกลอน หรือที่รู้จักกันอีกชื่อหนึ่งว่า หมอลำหมู่ นับเป็นศิลปะการแสดงวัฒนธรรมทางนันทนาการที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในภาคอีสาน ส่งผลให้ลำเรื่องต่อกลอนมีผลต่อความคิดและพฤติกรรมของคนในท้องถิ่น ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ จึงใช้ข้อมูลทางวัฒนธรรมจากหมอลำเรื่องต่อกลอนในการศึกษาภาษาในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน กับภาพสะท้อนสังคมวัฒนธรรมอีสานสู่ความเป็นสมัยใหม่โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาและคัดเลือกข้อมูลคณะหมอลำโดยผู้วิจัยได้มีข้อกำหนดวิธีการคัดเลือกคณะหมอลำ ดังนี้

- 1) คณะหมอลำเรื่องต่อกลอนที่ก่อตั้งมาเป็นเวลามากกว่า 20 ปี ข้อมูล ณ ปี พ.ศ. 2567
- 2) คณะหมอลำที่มีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นผ่านระบบครอบครัวของผู้บริหารวงและระบบคณะหมอลำ
- 3) คณะหมอลำเรื่องต่อกลอนที่มีการจ้างงานในรอบปีมากกว่า 150 คิวงาน
- 4) คณะหมอลำเรื่องต่อกลอนที่มีจำนวนสมาชิกในวงตั้งแต่ 250 คนขึ้นไป จัดอยู่ในวงหมอลำขนาดใหญ่

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้จัดกลุ่มตามเกณฑ์ในการคัดเลือกคณะหมอลำเรื่องต่อกลอน เพื่อใช้วิเคราะห์ภาษาในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนที่สะท้อนสังคมวัฒนธรรมอีสานสู่ความเป็นสังคมสมัยใหม่ โดยคณะหมอลำที่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดมีจำนวน 5 คณะ สำหรับใช้ในการวิเคราะห์การแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนที่สะท้อนสังคมวัฒนธรรมอีสานสู่ความเป็นสมัยใหม่เรียงลำดับตามอายุการก่อตั้งคณะหมอลำ มีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 คณะหมอลำเรื่องต่อกลอนที่ใช้ในการวิเคราะห์ภาษาในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนที่

ลำดับ	คณะหมอลำ	พื้นที่ตั้ง ตำบล/อำเภอ/จังหวัด
1.	คณะรัตนศิลป์อินตาไทยราษฎร์	ตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2.	คณะประจักษ์บันเทิงศิลป์	ตำบลพระลับ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
3.	คณะระเบียบวาทะศิลป์	ตำบลสาวถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
4.	คณะศิลป์ปทุมไท	ตำบลทุ่งคล่อง อำเภอกำแพง จังหวัดกาฬสินธุ์
5.	คณะสาวน้อยเพชรบ้านแพง	ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

การคัดเลือกข้อมูลลำเรื่องต่อกลอน การสร้างเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างของข้อมูล และการคัดเลือกข้อมูลลำเรื่องต่อกลอนจากคณะหมอลำเรื่องต่อกลอน ผู้วิจัยได้คัดเลือกหมอลำเรื่องต่อกลอนในปีที่ทำการแสดงอย่างเต็มรูปแบบหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) คลี่คลาย เนื่องจากการปรับเปลี่ยนครั้งสำคัญของการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนที่มีการปรับตัวในทุกมิติ (Thongsakul, 2021) ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อมูลเนื้อหาของหมอลำเรื่องต่อกลอนที่จะใช้ในการวิเคราะห์จากช่องทางช่องยูทูบ (YouTube) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 - 2567 จากคณะหมอลำ 5 คณะ และข้อมูลลำเรื่องต่อกลอนจำนวน 10 เรื่อง โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อมูลลำเรื่องต่อกลอน ดังนี้

- 1) คณะหมอลำที่ได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการประกอบการแสดงและประชาสัมพันธ์ของคณะ
- 2) คณะหมอลำที่มีการขอใช้ลิขสิทธิ์เพลงในการแสดง
- 3) การเข้าถึงแพลตฟอร์ม (Platform) ออนไลน์ในช่องทางต่าง ๆ ของคณะหมอลำ
- 4) เรียงลำดับการคัดเลือกข้อมูลจากยอดวิวการเข้าชมการแสดงผ่านช่องยูทูบ (You tube) ของแต่ละคณะ
- 5) การเลือกข้อมูลการลำเรื่องต่อกลอนของคณะหมอลำที่มียอดผู้ชมสูงสุดของแต่ละคณะ 2 เรื่อง

ผู้วิจัยได้พิจารณาตามเกณฑ์ในการสำรวจข้อมูลจากช่องยูทูบ (You tube) ช่องหลักของคณะหมอลำ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 - 2567 จากคณะหมอลำ 5 คณะ และคัดเลือกข้อมูลลำเรื่องต่อกลอนจำนวน 10 เรื่องที่สะท้อนสังคมวัฒนธรรมอีสานสู่ความเป็นสมัยใหม่

ขอบเขตข้อมูลคณะหมอลำและลำเรื่องต่อกลอนในการวิจัย

คณะที่ 01



เรื่องเล่าร้อยห้ารัก
ฤดูกาล ปี พ.ศ. 2562-2563



เรื่องเล่าร้อยห้ารัก ๕๐๐ วิว
ฤดูกาล ปี พ.ศ. 2566-2567



คณะที่ 02



เรื่องกาหลงสี
คนบ่ดีหลงอำนาจ
ฤดูกาล ปี พ.ศ. 2565-2566



เรื่องกาหลง
ฤดูกาล ปี พ.ศ. 2566-2567



คณะที่ 03



เรื่องเงินเต็มพวง
บ่ท่มีปัญญาเต็มพวง
ฤดูกาล ปี พ.ศ. 2566-2567



เรื่องบ่ได้แก่ผู้ทำกรรม
ได้แก่ผู้สร้าง
ฤดูกาล ปี พ.ศ. 2567-2568



คณะที่ 04



คิดปทุมไท
ทำนองสังวาทพาสินธุ์
ฤดูกาล ปี พ.ศ. 2566-2567



เรื่องสังข์ทอง เสาบ่า
ฤดูกาล ปี พ.ศ. 2564-2565



เรื่องผางแดง นางไอ่
ฤดูกาล ปี พ.ศ. 2566-2567



คณะที่ 05



สาวน้อยเพชรบ้านแพง
ทำนองวาทหมอลำเพลิน
ฤดูกาล ปี พ.ศ. 2563-2564



เรื่องขุนช้างขุนแผน
ฤดูกาล ปี พ.ศ. 2562-2563



ช่องยูทูบ (YouTube) คณะหมอลำ

1. บ้านหมอลำรัตนศิลป์ official
2. หมอลำประจักษ์บันเทิงศิลป์
3. ระเบียบวาทะศิลป์ Live channel
4. ศิลปินภูไท Official
5. สาวน้อยเพชรบ้านแพง

ข้อมูลลำเรื่องต่อกลอน

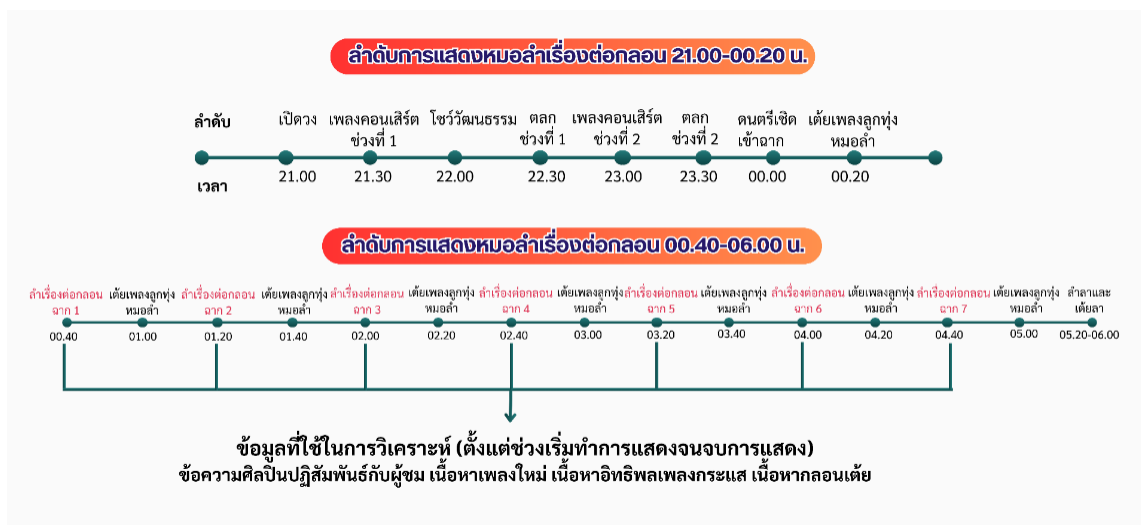
1. เรื่องเล่าร้อยห้ารัก
2. เรื่องสิขิตรีศู ขำขันวันตรุษ
3. เรื่องกาหลงสี คนบ่ดีหลงอำนาจ
4. เรื่องกาหลง
5. เรื่องเงินเต็มพวง บ่ท่มีปัญญาเต็มพวง
6. เรื่องบ่ได้แก่ผู้ทำกรรมได้แก่ผู้สร้าง
7. เรื่องสังข์ทอง เสาบ่า
8. เรื่องผางแดง นางไอ่
9. เรื่องผามะลิให้หัว
10. เรื่องขุนช้างขุนแผน

ภาพที่ 1 ขอบเขตข้อมูลคณะหมอลำเรื่องต่อกลอนในการวิจัย
ที่มา: ผู้วิจัย, 2568

ตารางที่ 2 ข้อมูลลำเรื่องต่อกลอนที่ใช้ในการวิเคราะห์ภาษาในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน

ลำดับ	ช่องยูทูป (You tube) คณะหมอลำ	ข้อมูลลำเรื่องต่อกลอน	ฤดูกาลที่แสดง (พ.ศ.)	ยอดวิว การเข้าชม
1.	บ้านหมอลำรัตนศิลป์ official	เรื่องเล่ารัย่ายพ่ายรัก	2562-2563	6 หมื่นครั้ง
2.	บ้านหมอลำรัตนศิลป์ official	เรื่องลิขิตรัก ชวนิรันดร์	2566-2567	4.6 หมื่นครั้ง
3.	หมอลำประถมบันเทิงศิลป์	เรื่องกาหลงสี คนปดืหลงอำนาจ	2566-2567	1.23 หมื่นครั้ง
4.	หมอลำประถมบันเทิงศิลป์	เรื่องกาگی	2566-2567	1.1 หมื่นครั้ง
5.	ระเปียบวาทะศิลป์ Live channel	เรื่องเงินเต็มพา บ่เท่ามิปัญญาเต็มพุง	2566-2567	5.1 แสนครั้ง
6.	ระเปียบวาทะศิลป์ Live channel	เรื่องบาปได้แก่ผู้ทำกรรมได้แก่ผู้สร้าง	2567-2568	1.2 แสนครั้ง
7.	ศิลป์ปิ่นภูไท Official	เรื่องสังข์ทอง เงาะป่า	2564-2565	4.8 หมื่นครั้ง
8.	ศิลป์ปิ่นภูไท Official	เรื่องผาแดง นางไอ่	2566-2567	2.9 หมื่นครั้ง
9.	สาวน้อยเพชรบ้านแพง	เรื่องหาเมียให้ผัว	2563-2564	5.6 แสนครั้ง
10.	สาวน้อยเพชรบ้านแพง	เรื่องขุนช้างขุนแผน	2562-2563	3.3 แสนครั้ง

ลำดับการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน ขอบเขตเวลาของข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกวิเคราะห์ช่วงลำเรื่องต่อกลอนที่เป็นกลอนลำและบทสนทนาของศิลปินหมอลำ โดยไม่รวมช่วงการเตี้ยเข้าฉากหรือออกฉากการลำเรื่องต่อกลอน จะเริ่มต้นช่วงเวลาประมาณเที่ยงคืนไปจนถึงสว่างหรือจากฉากแรกถึงฉากสุดท้าย ดังตัวอย่างข้อมูลลำดับการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ลำดับการแสดงหมอลำเรื่องต๋อกลอน
ที่มา: ผู้วิจัย, 2568

ขั้นตอนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการที่สำคัญในการวิจัย เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สอดคล้องและตอบคำถามวิจัยหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างเหมาะสม ซึ่งการวิเคราะห์เนื้อหา หรือการตีความ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบที่สำคัญ จะนำไปสู่การสรุปผลการวิจัยและการนำเสนอต่อไปโดยมีแนวทางและขั้นตอนวิธีการดังต่อไปนี้ การวิเคราะห์ภาษาผู้วิจัยได้วิเคราะห์ภาษาที่ใช้ในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนจากข้อมูล กลอนลำ บทสนทนา และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมหน้าเวที จากการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนจำนวน 10 เรื่อง จาก 5 คณะ โดยใช้ข้อมูลจากการถอดเทปวีดิโอการแสดงจากช่องยูทูป (You tube) ของคณะหมอลำ ขันต้น การถอดเสียงออนไลน์ (Transkriptor.com) เป็นเครื่องมือหลักในการแปลงเสียงเป็นข้อความตัวอักษร ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการถอดเสียง รวมถึงถอดเทปด้วยการฟัง 30 ชั่วโมงจากข้อมูลทั้งหมด ขึ้นตรวจสอบ การเช็คข้อมูลด้วยการฟังและตรวจสอบ จำนวน 2 รอบ ทั้งนี้ ข้อมูลจากการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกได้ถูกตรวจสอบจากคณะผู้บริหารคณะหมอลำจากทุกคณะ เพื่อยืนยันความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล โดยมีวงวิเคราะห์ประเด็น

คำศัพท์ สำนวน และภาษา ที่สะท้อนถึงอิทธิพลของความเป็นสมัยใหม่ที่มีต่อภาษาที่ใช้ในการแสดง ตามแนวทางการวิเคราะห์ ภาษาศาสตร์สังคม ซึ่งการวิเคราะห์นี้ดำเนินการผ่านแนวคิด กลวิธีทางภาษา และกลวิธีทางวาทศิลป์ เพื่อศึกษาว่าภาษาในการ แสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรในยุคสังคมสมัยใหม่ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผ่านภาษาในตัวของ กลอนลำและบทสนทนา ที่ปรากฏในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน เพื่อให้เห็นภาพรวมของสังคมวัฒนธรรมอีสาน แบบสังคมสมัยใหม่ในยุคปัจจุบัน

4. ผลการวิจัย

ภาพสะท้อนเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ การแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนได้ปรับตัวและทำหน้าที่เป็นภาพสะท้อน สังคมยุคดิจิทัลได้อย่างน่าทึ่ง โดยเทคโนโลยีไม่เพียงแต่ถูกกล่าวถึง แต่ยังได้หลอมรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการแสดง อย่างสมบูรณ์ ในมิติของกลอนลำได้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้สะท้อนวิถีชีวิตที่ผูกพันกับโลกดิจิทัลอย่างแนบแน่น ตั้งแต่ การบอกเล่าเรื่องราวความรักความสัมพันธ์บนโลกออนไลน์ การติดต่อสื่อสารข้ามแดนของแรงงานผ่านแอปพลิเคชันวิดีโอคอล ไปจนถึงการสะท้อนปรากฏการณ์ใหม่ ๆ เช่น การเป็นแม่ค้าออนไลน์ หรือแม้แต่การถูกหลอกหลวงจากมิจฉาชีพไซเบอร์ ขณะที่บทสนทนานบนเวที โดยเฉพาะบทของนักแสดงตลกได้หยิบยกปรากฏการณ์ทางดิจิทัลมาสร้างเสียงหัวเราะและเสียดสี อย่างคมคาย ไม่ว่าจะเป็นเทรนด์ไวรัลในติ๊กต็อก (TikTok) การเสพติดการช้อปปิ้งออนไลน์ (CF ของ) หรือความขัดแย้งระหว่าง คนรุ่นเก่ากับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นการวิพากษ์วิจารณ์ผลกระทบของยุคดิจิทัลในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย แต่ภาพสะท้อนที่ทรงพลังที่สุด ปรากฏในการมีปฏิสัมพันธ์ ซึ่งเทคโนโลยีได้ทำลายกรอบเวทีแบบดั้งเดิมลงอย่างสิ้นเชิงผ่าน การถ่ายทอดสด (Livestreaming) ที่สร้างผู้ชมสองโลกคือ ผู้ชมหน้าเวทีจริงและผู้ชมผ่านหน้าจอทั่วโลกไปพร้อมกัน ศิลปินมีการสื่อสาร อ่านความคิดเห็น และ ขอบคุณผู้ชมทางออนไลน์แบบเรียลไทม์ และการมอบรางวัลมิได้จำกัดอยู่แค่การคล้องพวงมาลัยเงินสดอีกต่อไป แต่ขยายสู่การ โอนเงินออนไลน์และส่งของขวัญดิจิทัล (Digital gift) ดังนั้นหมอลำจึงไม่ได้เป็นเพียงผู้บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับเทคโนโลยี แต่ได้ ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการขยายขอบเขตของเวที สร้างชุมชนแฟนคลับออนไลน์ และปรับเปลี่ยนรูปแบบเศรษฐกิจ ของวงการให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อสมัยใหม่ได้อย่างสมบูรณ์ ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

...(ภาษาอีสาน): “พี่น้องเอ๋ยนี้เป็นเพียงไต่เต้าการเดินทางเรื่องของนิทาน ขอตัดลัดตอนบ่อนมันเย็น บ่อนมันเย็น ขอเซนเซอร์ ขอเสนอกลอนไปตอนใหม่ ให้ทันใจพี่น้องผู้คอยจ้องถ้าเบิ่งลำ ผู้เพิ่มมีปัญญาลำลำปดอย่าฟ้าวจ่ม บ่สมเงินค่าจ้างสดางค์แบ้อย่างหน่าแห่ง บ่อนข่ขาวโขแจ้อยากแหยงเติมให้ลืมหลัว อยากให้ลองเอาซุสตี๋มลงซงข้า แล้วจึงจำให้แฟนหน้าถึงใจ ฉากต่อไปฟังนิทาน ต่อกลอนในเรื่อง”...

...(คำแปลภาษาไทย): “ท่านทั้งหลาย นี่เป็นเพียงการเริ่มต้นเรื่องราวของนิทานเท่านั้น ฉากไหน ที่ยืดยาวหรือน่าอายก็จะขอตัดออกไป และขอข้ามไปนำเสนอบทกลอนในตอนใหม่เลย เพื่อให้ทันใจผู้คนที่กำลังตั้งตารอชม สำหรับท่านผู้รู้ทั้งหลายหากการแสดงไม่ดีก็อย่าเพ่งตำหนิ ว่าไม่คุ้มค่าจ้างเลย ในส่วนที่ดี เด็ดก็อยากจะเสริมความสนุกเข้าไปให้มาก อยากจะเพิ่มรสชาติความสนุกเข้าไปอีก แล้วเลิฟให้แฟน ๆ ได้ เพลิดเพลินกันอย่างเต็มที่ถึงใจ ฉากต่อไปขอเชิญรับฟังนิทานและบทกลอนในเรื่องกันต่อไปได้เลยครับ”...

กลอนลำ. *เรื่องกาหลงสี่ คนบ่ดีหลงอำนาจ*. คณะประณมนันทศิลป์, ฤดูแล้ง (พ.ศ. 2566-2567)

จากตัวอย่างกลอนเกริ่นนำการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนบทนี้ แม้จะอยู่ในรูปแบบฉันทลักษณ์ดั้งเดิม แต่กลับเป็น ภาพสะท้อนที่น่าสนใจอย่างยิ่งของการแทรกประสานความเป็นสมัยใหม่ โดยเฉพาะอิทธิพลจากเทคโนโลยีและสื่อสังคม ออนไลน์เข้าไปในเนื้อหาอย่างมีชั้นเชิง การเลือกใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่ผู้คนคุ้นเคยในสื่อยุคใหม่ เช่น ไต่เต้า (Title) และ เซนเซอร์ (Censor) แสดงให้เห็นว่าผู้แสดงกำลังจัดวางโครงสร้างการเล่านิทานพื้นบ้านในกรอบคิดแบบสื่อดิจิทัล ไม่ต่างจาก อินโทรของคลิปวิดีโอหรือการตัดต่อเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ นอกจากนี้ แนวคิดเรื่องการตัดลัดตอนบ่อนมันเย็น (ตัดตอนที่ ยืดยาว) เพื่อให้ทันใจพี่น้อง ยังสะท้อนถึงการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมการเสพสื่อของผู้ชมยุคปัจจุบัน ที่มักคุ้นชินกับ ความรวดเร็วของเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย ซึ่งต้องการเข้าถึงจุดที่น่าสนใจหรือไคลแมกซ์ของเรื่องราวในทันที จุดที่ชัดเจนที่สุดคือ การใช้อุปลักษณ์อันชาญฉลาดผ่านคำว่า อยากให้ลองเอาซุสตี๋มลงซงข้า ซึ่ง ซุส ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเครื่องปรุงรสอาหาร ตามตัวอักษร แต่คือสัญลักษณ์ของการเติม รสชาติจัดจ้านหรือความแซ่บที่เข้มข้นและถูกใจในทันที เปรียบได้กับการสร้าง

โมเมนต์ไวรัล (Viral moment) หรือฉาจากา ที่ดึงดูดความสนใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ชมได้อย่างรวดเร็วเหมือนคอนเทนต์ออนไลน์ ดังนั้น ตัวบทนี้จึงไม่ได้เป็นเพียงการเกริ่นนำนิทาน แต่เป็นการประกาศอย่างแยบยลว่า การแสดงหมอลำในปัจจุบันตระหนักถึงภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป และพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอโดยใช้ภาษาและแนวคิดที่ผู้ชมยุคดิจิทัลเข้าใจ เพื่อให้ศิลปะดั้งเดิมยังคงมีชีวิตชีวา น่าตื่นตื้น และเชื่อมโยงกับโลกสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว

ตัวอย่างที่ 2

...(ภาษาอีสาน): “สุดยอดลำเรื่องต่อกลอนทำนองขอนแก่น หมอลำดารา คณะระเปียบวาทะศิลป์ เชิญพบพ้อกับพ่อพระยาครองเมืองและพระโอรส”...

...(คำแปลภาษาไทย): “สุดยอดลำเรื่องต่อกลอนทำนองขอนแก่น หมอลำดารา คณะระเปียบวาทะศิลป์ เชิญพบกับพ่อพระยาครองเมืองและพระโอรส”...

การสื่อสารกับผู้ชม. *เรื่องบาปได้แก่ผู้ทำกรรมได้แก่ผู้สร้าง*. คณะระเปียบวาทะศิลป์, ฤดูกาล (พ.ศ. 2567-2568)

การปรากฏวลีสุดยอดลำเรื่องต่อกลอนทำนองขอนแก่น หมอลำดารา คณะระเปียบวาทะศิลป์ ได้สะท้อนภาพการผนวกเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์เข้ากับศิลปะการแสดงหมอลำพื้นบ้านได้อย่างเด่นชัด การใช้คำว่าหมอลำดาราเป็นการสร้างภาพลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับศิลปินหมอลำในลักษณะเดียวกับดารา ในวงการบันเทิงสมัยใหม่ ซึ่งเป็นผลพวงโดยตรงจากยุคสื่อสังคมออนไลน์ที่ศิลปินสามารถสร้างฐานแฟนคลับและสื่อสารกับผู้ชมได้โดยตรงผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ค (Facebook) लाईน (Live) ยูทูบ (You tube) และ ตี๊กต็อก (TikTok) คณะระเปียบวาทะศิลป์ซึ่งเป็นคณะหมอลำชั้นนำได้ใช้ช่องทางเหล่านี้อย่างเชี่ยวชาญในการประชาสัมพันธ์ตารางการแสดง ถ่ายทอดสดการแสดงบางส่วน และนำเสนอชีวิตเบื้องหลังของศิลปิน ทำให้เกิดกลุ่มแฟนคลับที่มีความผูกพันและติดตามอย่างเหนียวแน่น นอกจากนี้ เทคโนโลยียังเข้ามามีบทบาทสำคัญในการยกระดับการแสดงบนเวทีให้มีความอลังการ ทั้งระบบแสง สี เสียง จอภาพ LED ขนาดใหญ่ และเทคนิคพิเศษต่าง ๆ ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์สุดยอดให้กับผู้ชมได้อย่างสมบูรณ์แบบ ดังนั้น วลีดังกล่าวจึงไม่ได้เป็นเพียงคำโฆษณา แต่เป็นบทสรุปของวงการหมอลำยุคใหม่ที่ศิลปะดั้งเดิมได้ปรับตัวและเติบโตอย่างงดงาม ผ่านการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและพลังของสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงและครองใจผู้ชมในวงกว้าง

ตัวอย่างที่ 3

...(ภาษาอีสาน): “แต่ก็ข่อยกะล้ำเด็กน้อยบ้านนอกธรรมดา... แต่มื้อนี้บ่แม่น ข่อยเป็นอินฟลูเอนเซอร์สายกินเด้อ... แค้ไลฟ์สดกินตำบักหุ่ง กะมีคนเบ้งเป็นแสน”...

...(คำแปลภาษาไทย): “เมื่อก่อนฉันก็เป็นแค่เด็กบ้านนอกธรรมดา แต่วันนี้ไม่ใช่แล้ว ฉันเป็นอินฟลูเอนเซอร์สายกินนะ แค้ไลฟ์สดกินส้มตำ ก็มีคนดูเป็นแสน”...

บทสนทนา. *เรื่องเงินเต็มพา บ่เท่ามีปัญหาเต็มพุง*. คณะระเปียบวาทะศิลป์, ฤดูกาล (พ.ศ. 2566-2567)

การใช้ภาษาคำว่า อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) คือตัวแทนที่โดดเด่นที่สุดของปรากฏการณ์นี้ การที่หมอลำกล่าวถึงเรื่องราวของตัวละครที่ประสบความสำเร็จจากการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ เป็นการยืนยันว่าคนรุ่นใหม่ในภาคอีสานสามารถสร้างรายได้และตัวตนจากการผลิตเนื้อหาออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการรีวิวสินค้าการสร้างความบันเทิงหรือการให้ความรู้ อาชีพนี้สะท้อนการเปลี่ยนแปลงค่านิยมจากการยึดติดกับที่ดินหรือการเป็นลูกจ้าง ไปสู่การสร้างมูลค่าจากตัวตนและความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่คนรุ่นใหม่ใฝ่ฝัน ปรากฏการณ์นี้น่าสนใจยิ่งขึ้นเมื่อศิลปินหมอลำเองก็ก้าวเข้ามาเป็นผู้ประกอบการและอินฟลูเอนเซอร์ ทำหน้าที่เป็นผู้ประกอบการและจำหน่ายทั้งในเนื้อหาของการแสดงและบริบทจริง การที่ศิลปินใช้เวทีหมอลำในการนำเสนอขายสินค้าแบรนด์ของตนเอง เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำหอม น้ำปลาร้าปรุงสุก แคปหมู หรือกาแฟ เป็นการทลายเส้นแบ่งระหว่างศิลปะและการค้า และเป็นภาพสะท้อนที่ชัดเจนของการปรับตัวในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พวกเขาไม่เพียงแต่เป็นผู้ให้ความบันเทิง แต่ยังเป็นนักธุรกิจที่ใช้ชื่อเสียงและฐานแฟนคลับในการสร้างรายได้ ซึ่งเป็นโมเดลอาชีพอิสระที่ประสบความสำเร็จ และเป็นแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นใหม่จำนวนมาก

ตัวอย่างที่ 4

...(ภาษาอีสาน): “เรื่องความฮักของเฮา อย่าสิหาเรื่องดราม่าหลาย มันน่ารำคาญ”...

...(คำแปลภาษาไทย): “เรื่องความรักของเรา อย่าหาเรื่องดราม่าให้มันเยอะ มันน่ารำคาญ”...

บทสนทนา. เรื่องผาแดง นางไอ่. คณะศิลปนิพนธ์, ฤดูแล้ง (พ.ศ. 2566-2567)

ประโยคนี้แสดงให้เห็นว่าหมอลำได้ซึมซับเอาคำศัพท์และแนวคิดจากวัฒนธรรมป๊อปและโลกออนไลน์ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการบอกเล่าเรื่องราวความรักได้อย่างแนบเนียน การใช้คำว่า ทรามา ไม่ได้หมายถึงแค่ความขัดแย้งทั่วไป แต่เป็นการเจาะจงถึงพฤติกรรมการสร้างปัญหาที่เกินจริง ซบซ้อนโดยไม่จำเป็น และโดยส่วนใหญ่มีอารมณ์นำเหตุผล ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ผู้คนคุ้นเคยจากละครหรือเรื่องราวในโซเชียลมีเดีย คำพูดที่ว่า อย่าลืหาเรื่อง (อย่าหาเรื่อง) และมันน่ารำคาญ สะท้อนถึงความเหนื่อยหน่ายและทัศนคติที่ต้องการความสัมพันธ์ที่ตรงไปตรงมาและมีวุฒิภาวะ ไม่ต้องการความรักที่เต็มไปด้วยการแสดงออกทางอารมณ์ที่เกินพอดี ดังนั้น ประโยคนี้จึงเป็นเสียงสะท้อนของคนรุ่นใหม่ que เริ่มตั้งคำถามกับความสัมพันธ์ที่วุ่นวาย และโยนหาความรักที่เรียบง่ายและจริงใจ ปราศจากการปรุงแต่งที่สร้างความเหนื่อยหน่ายทางอารมณ์

ตัวอย่างที่ 5

...(ภาษาอีสาน): “แต่ก็จีบกันต้องเขียนจดหมายเป็นเดือน... สมัยนี้บ่ต้อง ถึกใจผะแค่ส่งสติ๊กเกอร์ไปในอินบ็อกซ์ สตอรี่ หรือไปคอมเมนต์... เพ้นตอบกลับมาก็ถือว่ามีใจ... ง่ายคัก”...

...(คำแปลภาษาไทย): “สมัยก่อนจะจีบกันต้องเขียนจดหมายเป็นเดือน... สมัยนี้ไม่ต้องแล้ว ถ้าถูกใจใครก็แค่ส่งสติ๊กเกอร์ไปในอินบ็อกซ์ (Inbox), สตอรี่ (Story) หรือไปคอมเมนต์ (Comment) เขาตอบกลับมาก็ถือว่า มีใจแล้ว ง่ายจริง ๆ”...

บทสนทนา. เรื่องขุนช้างขุนแผน. คณะสาหร่ายเพชรบ้านแพง, ฤดูแล้ง (พ.ศ. 2562-2563)

บทสนทนานี้คือภาพตัดขวางทางวัฒนธรรมที่เรียบง่าย ซึ่งสรุปการปฏิวัติกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ของมนุษย์ในยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ การเปรียบเทียบระหว่างการเขียนจดหมายเป็นเดือน ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความเชื่องช้าที่เปี่ยมด้วยความหมาย การประคองถ้อยคำ และความอดทนรอคอยในอดีต กับการส่งสติ๊กเกอร์ไปในอินบ็อกซ์ การชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีได้เข้ามาปรับเปลี่ยนนิยามของการเริ่มต้นความสัมพันธ์ไปอย่างสิ้นเชิง ปฏิสัมพันธ์ในโลกออนไลน์ได้ลดทอนกระบวนการที่ซับซ้อน และใช้เวลายาวนานให้เหลือเพียงการกระทำเชิงสัญลักษณ์ที่รวดเร็วฉับไวและไม่เป็นทางการ การแสดงความรู้สึกถูกย่อส่วนลงเหลือเพียงการส่งภาพกราฟิกหรือการคอมเมนต์สั้น ๆ และการตีความการตอบรับก็ถูกทำให้ง่ายขึ้น จนเหลือแค่เพ้นตอบกลับมาก็ถือว่า มีใจ ดังนั้น ประโยคนี้จึงไม่ได้เป็นเพียงการบอกเล่าถึงความแตกต่างของยุคสมัย แต่เป็นการวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งว่าเทคโนโลยีได้เปลี่ยนโครงสร้างของความสัมพันธ์ให้กลายเป็นเรื่องของความรวดเร็ว ประสิทธิภาพ และการเข้าถึงที่ง่ายดาย จนอาจจะละเลยมิติของเวลาและความพยายามซึ่งเคยเป็นหัวใจสำคัญของการจีบกันในอดีตไปอย่างสิ้นเชิง ภาพสะท้อนเทคโนโลยีร่วมสมัย เทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาร์ตโฟนและเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือปัจจัยที่แทรกซึมและปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมอีสานอย่างลึกซึ้งที่สุด การแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนได้บันทึกภาพการหลอมรวมนี้ไว้อย่างชัดเจน โดยเทคโนโลยีเหล่านี้ไม่ได้ปรากฏในฐานะของแปลกใหม่ แต่เป็นเครื่องมือสามัญที่ตัวละครใช้ในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่การวิดีโอคอลข้ามถิ่นเพื่อพูดคุยกับคนในครอบครัว การไลฟ์สดเพื่อสร้างตัวตนและรายได้ ไปจนถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการแสดงออกและติดตามข่าวสาร ภาษาและพฤติกรรมในโลกดิจิทัลได้ถูกนำมาสอดแทรกในบทสนทนาและเนื้อหาบทกลอนอย่างเป็นธรรมชาติ เช่น คำว่า อินบ็อกซ์ แชร์ คอมเมนต์ ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของบทเจรจา จากนั้นโครงเรื่องก็ขับเคลื่อนดำเนินการต่อยอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกออนไลน์ต่อไป ดังนั้น การศึกษาภาพสะท้อนการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในหมอลำ จึงไม่ใช่แค่การสังเกตว่ามีโทรศัพท์ปรากฏในฉากหรือไม่ แต่เป็นการทำความเข้าใจว่าเครื่องมือเหล่านี้ได้เข้ามามีบทบาทในการนิยามความสัมพันธ์ทางสังคม การแสดงออกทางอัตลักษณ์ และการสร้างชุมชนในรูปแบบใหม่ของคนอีสานในยุคดิจิทัลอย่างไร

ตัวอย่างที่ 6

...(ภาษาอีสาน): “ชีวิตคนสมัยนี้... ตื่นเข้ามาจะเผลอเช็กมือถืออยู่ตาด ๆ... เห็นรูปหมู่ในไอจีจะฟาวส่งไปในไลน์ เว้าพื้นเขา... พอดตกค้ำมาก็มานั่งเบิ่งเพ้นไลฟ์สด ขายของ... โอ... นี่ละเนาะเพ้นว่าสังคมก้มหน้า ก้มเขาแต่จอ”...

...(คำแปลภาษาไทย): “ชีวิตคนสมัยนี้ พอดตื่นเข้ามาก็เผลอเช็กมือถือไม่หยุด พอเห็นรูปเพื่อนในไอจี ก็รีบส่งไปในไลน์เพื่อนนิทาเขา พอดตกค้ำก็มานั่งดูเขาไลฟ์สดขายของ โอ้ย นี่แหละนะที่เขาวกกันว่า เป็นสังคมก้มหน้า เอาแต่ก้มหน้าก้มตาจอ”...

บทสนทนา. *เรื่องบาปได้แก่ผู้ทำกรรมได้แก่ผู้สร้าง*. คณะระเบียบวาทะศิลป์, ฤดูแล (พ.ศ. 2567-2568)

ภาพสะท้อนการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป การปรากฏของคำว่า ไลฟ์สด ไอจี อินสตาแกรม (Instagram) ไลน์ (Line) และเฟซบุ๊ก (Facebook) ในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนเป็นดัชนีชี้วัดที่สำคัญอย่างยิ่ง ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมอีสานในยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน เทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านี้ได้แทรกซึมเข้ามาในชีวิตประจำวันของผู้คนอย่างลึกซึ้ง และมีอิทธิพลต่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การดำเนินชีวิต และแม้กระทั่งการประกอบอาชีพ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ในอดีตการสื่อสารของชาวอีสานมักจะเน้นการเผชิญหน้า หรือการใช้จดหมาย แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการติดต่อสื่อสารอย่างสิ้นเชิง ผู้คนสามารถเชื่อมต่อกันได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดรูปแบบความสัมพันธ์ใหม่ ๆ และขยายเครือข่ายทางสังคมออกไปอย่างกว้างขวาง ดังตัวอย่างในเนื้อหาหมอลำของหมอลำมีการบรรยายถึงคู่รักที่ต้องไล่นหา หรือเฟซบุ๊กคุยกันเมื่ออยู่ห่างไกลกันเพื่อไปทำงานต่างถิ่น สะท้อนถึงการปรับตัวของความสัมพันธ์ในยุคที่การโยกย้ายถิ่นฐานเพื่อการทำงานเป็นเรื่องปกติ สื่อเหล่านี้ช่วยรักษาสายสัมพันธ์และความผูกพันไว้ได้ การที่ตัวละครนักแสดงหมอลำรวมถึงมีการพูดสนทนากันในประเด็นและเหตุการณ์ในวิถีชีวิตขณะนั้น เช่นลงรูปไอจีหรือติดตามไอจี สะท้อนถึงการเข้ามาของวัฒนธรรมการแสดงออกถึงตัวตน การสร้างภาพลักษณ์ และการติดตามข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มที่เน้นภาพเป็นหลัก ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ การสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและอาชีพใหม่ ๆ เทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการติดต่อ แต่ยังได้กลายเป็นแพลตฟอร์มสำคัญในการสร้างอาชีพและรายได้ใหม่ ๆ โดยเฉพาะในภาคอีสานที่มีการปรับตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ศิลปินหมอลำในปัจจุบันเป็นพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์หรือการไลฟ์สดเพื่อสร้างรายได้โดย ไลฟ์สดผ่านเฟซบุ๊กหรือติ๊กต็อก เพื่อนำเสนอสินค้าและปิดการขาย สะท้อนถึงการเติบโตของอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) และการที่ผู้คนสามารถสร้างรายได้จากที่บ้านหรือจากที่ใดก็ได้ การที่ตัวละครอาจมีบทบาทเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาบนยูทูบหรือไอจี แสดงให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของอาชีพอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งเป็นแหล่งรายได้ใหม่ที่ดึงดูดคนรุ่นใหม่จำนวนมาก การปรับตัวของหมอลำให้เข้ากับยุคสมัย การที่หมอลำเรื่องต่อกลอนสามารถผนวกคำศัพท์และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและการสื่อสารเหล่านี้เข้ามาในเนื้อหาได้อย่างกลมกลืน แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวของศิลปะการแสดงพื้นบ้านให้เข้ากับบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป หมอลำไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงเรื่องราวในอดีตหรือชนบทอีกต่อไป แต่ได้ขยายขอบเขตเพื่อสะท้อนชีวิตจริงของชาวอีสานในยุคดิจิทัลได้อย่างน่าสนใจ

หมอลำเรื่องต่อกลอนสมัยใหม่เป็นเครื่องสะท้อนค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมอีสาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเปิดรับเทคโนโลยีและรูปแบบความบันเทิงสมัยใหม่ การปรากฏตัวของแพลตฟอร์มดิจิทัลและกิจกรรมความบันเทิงร่วมสมัย ในเนื้อหาของหมอลำมิใช่เพียงการกล่าวถึง แต่เป็นการตอกย้ำถึงการหลอมรวมเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ากับวิถีชีวิตประจำวันของชาวอีสานอย่างลึกซึ้ง การหลอมรวมเทคโนโลยีและอิทธิพลของสื่อดิจิทัล การที่หมอลำเรื่องต่อกลอนมีการกล่าวถึงโซเชียลมีเดีย ยูทูบ และติ๊กต็อก เป็นตัวชี้วัดที่ชัดเจนว่าเทคโนโลยีดิจิทัลได้กลายเป็นส่วนสำคัญที่ขาดไม่ได้ในชีวิตของชาวอีสาน ไม่ว่าจะเป็นในมิติของการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร หรือแม้แต่การสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและรายได้ สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวของสังคมอีสาน ที่ก้าวข้ามจากบริบทดั้งเดิมสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว การประยุกต์ใช้ในเนื้อหาหมอลำ เนื้อเพลงหมอลำเรื่องต่อกลอนสมัยใหม่อาจพรรณนาถึงความเพลิดเพลินในการเล่นติ๊กต็อก หรือการดูยูทูบเพื่อผ่อนคลาย ซึ่งเป็นการสะท้อนรูปแบบการใช้เวลาว่างของผู้คนในยุคปัจจุบันที่ให้ความสนใจกับสื่อออนไลน์มากขึ้น นอกจากนี้ บางฉากอาจนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการโพสต์เนื้อหาโซเชียลมีเดียเพื่อแบ่งปันประสบการณ์ชีวิต หรือแม้กระทั่งการใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้เพื่อการค้าขายออนไลน์ ซึ่งเป็นภาพสะท้อนของการก้าวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital economy) ในระดับชุมชน สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงค่านิยมจากการรวมกลุ่มและการสื่อสารแบบเผชิญหน้าภายในชุมชนท้องถิ่น ไปสู่การเชื่อมโยงกับโลกภายนอกอย่างไร้พรมแดน การเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลาย และการให้ความสำคัญกับการสื่อสารและการแสดงออกในพื้นที่สาธารณะดิจิทัล ซึ่งแตกต่างจากค่านิยมดั้งเดิมอย่างมีนัยสำคัญ การเข้ามาของเทคโนโลยีและการสื่อสารสมัยใหม่ได้ปรากฏเป็นภาพสะท้อนที่เด่นชัดในหมอลำเรื่องต่อกลอนร่วมสมัย โดยแสดงให้เห็นถึงการหลอมรวมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ากับวิถีชีวิตประจำวันของชาวอีสานอย่างกลมกลืน ตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ไปจนถึงการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและอาชีพใหม่ ๆ การที่หมอลำสามารถผนวกคำศัพท์และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาในเนื้อหาได้อย่างเป็นธรรมชาติ สะท้อนถึงความสามารถในการปรับตัวของศิลปะการแสดงพื้นบ้านนี้ให้เข้ากับบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป หมอลำจึงยังคงทำหน้าที่

เป็นกระจกสะท้อนสังคมได้อย่างมีชีวิตชีวา ไม่ตลกยุค และสามารถเชื่อมโยงกับผู้คนในปัจจุบันได้อย่างลึกซึ้ง แสดงให้เห็นถึงผลกระทบของเทคโนโลยีต่อทั้งมิติทางสังคม จิตวิทยา และจริยธรรมของชีวิตผู้คนในยุคดิจิทัล

ปรากฏในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน ไม่เพียงแต่สะท้อนถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมบันเทิงกระแสหลักที่แพร่หลายเข้ามาในสังคมอีสานเท่านั้น แต่ยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงค่านิยมใหม่ที่ชาวอีสานมีต่อศิลปินและคนดัง รวมถึงรูปแบบการบริโภคความบันเทิงที่เปลี่ยนแปลงไป การยกย่องสถานะคนดังและการสร้างแรงบันดาลใจ ในอดีต ศิลปินหมอลำหรือนักแสดงพื้นบ้านอาจเป็นที่รู้จักในวงแคบตามท้องถิ่น แต่ในยุคสมัยใหม่คำว่าซูเปอร์สตาร์และดาราที่มาจากการบันเทิงระดับชาติหรือระดับโลก ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร แสดงให้เห็นว่าสังคมอีสานโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ได้เปิดรับและให้ความสำคัญกับสถานะความเป็นคนดังที่เหนือกว่าระดับท้องถิ่น การมีส่วนร่วมและการสร้างความผูกพันกับศิลปินกับแฟนคลับ ทั้งหน้าเวทีและบนแพลตฟอร์มออนไลน์

ตัวอย่างที่ 7

...(ภาษาอีสาน): “มือนี้อยู่บ่ได้มาเบิ่งซื่อ ๆ เต๋อ...ข่อยมาพร้อมกับแม่ ๆ แฟนคลับบ้านฮักตัวหยองพุ้นเต๋อ เลื้อยต้องใส่ให้ค้อกัน ป้ายไฟกะต้องเตรียมมา... ขอบคุณแม่ ๆ ที่มาเชียร์มาให้กำลังใจครับผม”...

...(คำแปลภาษาไทย): “วันนี้ผมไม่ได้มาเฉย ๆ นะครับ ผมมาพร้อมกับกลุ่มแม่ ๆ แฟนคลับจากบ้านฮักตัวหยองโน่นเลย เลื้อยต้องใส่ให้เหมือนกัน ป้ายไฟก็ต้องเตรียมมา ขอบคุณแม่ ๆ ที่มาเชียร์มาให้กำลังใจครับผม”...

บทสนทนา. เรื่องเงินเต็มพา บ่เท่ามีปัญหาเต็มพุง. คณะระเบียบวาทะศิลป์, ฤดูแล (พ.ศ. 2566-2567)

บทสนทนานี้ได้ให้เสียงโดยตรงแก่ปรากฏการณ์ทางสังคมที่สำคัญยิ่งในยุคปัจจุบัน นั่นคือการเปลี่ยนผ่านจากผู้ชมปัจเจกไปสู่การเป็นชุมชนแฟนคลับที่มีโครงสร้างและอัตลักษณ์ชัดเจน การกระทำที่ดูเรียบง่ายอย่างการใส่เสื้อให้ค้อกันและการเตรียมป้ายไฟแท้จริงแล้วคือกระบวนการสร้างอัตลักษณ์กลุ่มผ่านสัญลักษณ์ที่มองเห็นได้ ซึ่งบ่งบอกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของพวกพ้องที่มีเป้าหมายร่วมกัน การเรียกขานตนเองว่าบ้านฮักตัวหยองและการใช้คำว่าแม่ ได้ยกระดับความสัมพันธ์จากการชื่นชมธรรมดาให้กลายเป็นความผูกพันเสมือนครอบครัว ซึ่งสะท้อนถึงการก่อร่างของโครงสร้างทางสังคมรูปแบบใหม่ ที่ผู้คนไม่ได้รวมตัวกันจากสายสัมพันธ์ทางเครือญาติหรือถิ่นที่อยู่แบบดั้งเดิมอีกต่อไป แต่รวมกันด้วยความรักและความชอบที่มีต่อศิลปินคนเดียวกัน ดังนั้น การมาเชียร์หมอลำจึงไม่ใช่กิจกรรมส่วนตัวอีกต่อไป แต่เป็นพันธกิจของกลุ่มที่สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมในการผลักดันความสำเร็จของศิลปินอย่างแท้จริง

ตัวอย่างที่ 8

...(ภาษาอีสาน): “สะออนรูปเพิ่นติดข้างรถหกล้อสุดคันอ้อแต่ว่าพรีเซนเตอร์ครีมทาหน้า..ในละหน้าขาวแท้ บรีแหลคือเก๋”...

...(คำแปลภาษาไทย): “น่าชื่นชม (ประชด) จริง ๆ เห็นรูปเขาติดอยู่ข้างรถหกล้อทุกคัน อ้อว่าเป็นพรีเซนเตอร์ครีมทาหน้า ไหนละ หน้าขาวจริงหรือเปล่า หรือว่ายังคำล้าเหมือนเดิม”...

บทสนทนา. เรื่องบาปได้แก่ผู้ทำกรรมได้แก่ผู้สร้าง. คณะระเบียบวาทะศิลป์, ฤดูแล (พ.ศ. 2567-2568)

บทสนทนานี้เป็นภาพสะท้อนที่เฉียบแหลมของการซึมลึกของวัฒนธรรมการตลาดและโฆษณาสมัยใหม่ ที่เข้าสู่วิถีชีวิตคนอีสาน โดยมีคำว่าพรีเซนเตอร์เป็นสัญลักษณ์สำคัญ ที่ชี้ว่าสถานะของคนดังได้ถูกแปรเปลี่ยนเป็นเครื่องมือทางการตลาดอย่างสมบูรณ์ การที่ภาพของพรีเซนเตอร์ปรากฏอยู่ข้างรถหกล้อซึ่งเป็นสื่อที่เคลื่อนที่ไปในทุกพื้นที่ของภูมิภาค คือการยืนยันว่าภูมิทัศน์สื่อและการค้าได้หลอมรวมเข้ากับชีวิตประจำวันอย่างแยกไม่ออก แต่หัวใจสำคัญของบทสนทนานี้ไม่ได้หยุดอยู่แค่การรับรู้ แต่คือการตั้งคำถามเชิงวิพากษ์ด้วยความกังขาผ่านประโยคที่ว่าในละหน้าขาวแท้บรีแหลคือเก๋ ซึ่งเป็นการท้าทายความน่าเชื่อถือ และการเปิดโปงช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ ซึ่งถูกขัดเกลามาในโฆษณากับความเป็นจริงที่ผู้บริโภคสัมผัสได้ ดังนั้น หมอลำจึงไม่ได้ทำหน้าที่เพียงสะท้อนว่าสังคมอีสาน แต่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมผู้บริโภคแล้ว โดยยังทำหน้าที่เป็นพื้นที่สำหรับสร้างภูมิคุ้มกันให้กับผู้ชม ด้วยการส่งเสริมให้เกิดการตั้งคำถามและมองปรากฏการณ์ต่าง ๆ ด้วยสายตาที่รู้เท่าทัน ไม่หลงเชื่อไปกับภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นอย่างง่าย การใช้คำว่าพรีเซนเตอร์ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของวงการโฆษณาและการตลาดที่เข้ามาบิบบบาทในสังคมอีสาน คนดังไม่ได้เป็นเพียงผู้สร้างสรรค์ผลงาน แต่ยังเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการนำเสนอสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนได้สะท้อนภาพการหลอมรวม

เทคโนโลยี การสื่อสาร และวัฒนธรรมบันเทิงสมัยใหม่ เข้ากับวิถีชีวิตของชาวอีสานอย่างลึกซึ้ง โดยเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามาปรับเปลี่ยนรูปแบบปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งยังเปิดโอกาสทางเศรษฐกิจและสร้างรูปแบบอาชีพใหม่ ควบคู่กับการเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับการแสดงออกถึงตัวตนในโลกออนไลน์ ในขณะเดียวกันเนื้อหาของหมอลำยังสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ผู้คนเปิดรับความบันเทิงดิจิทัลที่หลากหลายและได้รับอิทธิพลจากกระแสสังคมมากขึ้น อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงการก่อตัวของค่านิยมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมคนดัง และความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินกับกลุ่มผู้สนับสนุน ปรากฏการณ์นี้ยืนยันถึงความสามารถของหมอลำในการปรับตัว เพื่อทำหน้าที่เป็นกระจกสะท้อนสังคมอีสานยุคดิจิทัลที่เชื่อมโยงกับโลกได้อย่างแท้จริง

ตัวอย่างที่ 9

...(ภาษาอีสาน): “ฤดูกาลหน้าคณะเขาจัดเต็มด้อพี่น้อง! ทั้งเวที แสง สี เสียง แดนเซอร์อีกสองร้อยกว่าชีวิต... รับรองว่าคุ้มค่าบัตรแท้แน่นอน..ท่านเดินแดนชายนิแ่บบเผ็ดเด็ดมันแน่นอน อย่าลืมนั่งกำลังแรงใจ สนับสนุนคณะเขาอีกด้อด้อรับฤดูกาลหน้าและทุก ๆ ฤดูกาลต่อไปครับ”...

...คำแปลภาษาไทย: “ฤดูกาลหน้าคณะของเราจัดเต็มนะครับพี่น้อง! ทั้งเวที แสง สี เสียง พร้อมแดนเซอร์อีกสองร้อยกว่าชีวิต รับรองว่าคุ้มค่าบัตรอย่างแน่นอนครับ โดยเฉพาะโชว์ของแดนเซอร์ชายนั้นรับประกันความแซบ เผ็ด เด็ด มัน แน่แน่นอนครับ อย่าลืมนั่งกำลังใจและสนับสนุนคณะของเราต่อไปด้วยนะครับ ทั้งในฤดูกาลหน้าและทุก ๆ ฤดูกาลต่อไปครับ”...

บทสนทนา. *เรื่องหาเมียให้ผัว*. คณะสาวน้อยเพชรบ้านแพง, ฤดูกาล (พ.ศ. 2563-2564)

บทสนทนานี้คือภาพจำลองที่สมบูรณ์ของวงการหมอลำในฐานะอุตสาหกรรมบันเทิงสมัยใหม่ ที่ไม่ได้ขายเพียงศิลปะการแสดง แต่ขายประสบการณ์ที่ครบวงจรและมีความเป็นมืออาชีพสูง การประกาศว่าจะจัดเต็มขนาดใหญ่ว่าเวที แสง สี เสียง และแดนเซอร์อีกสองร้อยกว่าชีวิต คือการประกาศจุดยืนว่าหมอลำในปัจจุบันคือธุรกิจการแสดงขนาดใหญ่ที่พร้อมแข่งขันในตลาดบันเทิง และสร้างความมั่นใจให้ผู้ชมว่าจะคุ้มค่าบัตรไม่ต่างจากคอนเสิร์ตสมัยใหม่ แต่หัวใจสำคัญที่สะท้อนการปรับตัวทางวัฒนธรรมได้อย่างแยบยล ที่สุดคือการใช้คำว่า แซบ เผ็ด เด็ด มัน ซึ่งเป็นชุดคำศัพท์สแลงร่วมสมัยที่หลุดออกมาจากพจนานุกรมดั้งเดิม คำว่า แซบ ซึ่งมีรากมาจากรสชาติอาหารอีสาน ได้ถูกนำมาใช้ในความหมายใหม่เพื่อสื่อถึงความน่าตื่นตาตื่นใจและความดึงดูดใจตามแบบวัฒนธรรมป๊อป นี่คือการกลยุทธ์ทางภาษาที่ชาญฉลาดในการสื่อสารกับคนรุ่นใหม่และสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยให้กับคณะ สุดท้ายคือการร้องขอการสนับสนุนสำหรับฤดูกาลหน้าและทุก ๆ ฤดูกาลต่อไป เป็นถ้อยคำที่ได้เปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินกับผู้ชมให้กลายเป็นความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างแบรนด์กับลูกค้า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหมอลำได้ปรับตัวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ได้อย่างสมบูรณ์ โดยใช้ทั้งการยกระดับโปรดักชันและการใช้ภาษาที่ทันสมัยเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความผูกพัน และรับประกันความอยู่รอดทางธุรกิจในระยะยาว การใช้ภาษาในบทเพลงหมอลำยุคใหม่ คือภาพสะท้อนของตัวตนสังคมวัฒนธรรมอีสาน และความเป็นสมัยใหม่ที่สามารถปรับตัวและดำรงอยู่ท่ามกลางกระแสวัฒนธรรมที่หลากหลายได้อย่างชาญฉลาด การนำศัพท์สแลงสมัยใหม่อย่างปังหรือแซบ เข้ามาใช้เปรียบเสมือนการเปิดประตูโลกภายนอก เพื่อสื่อสารและสร้างความรู้สึกเชื่อมโยงกับคนรุ่นใหม่ ทำให้หมอลำไม่ถูกมองว่าเป็นศิลปะที่ล้าสมัย แต่เป็นสื่อบันเทิงที่ทันต่อเหตุการณ์และเข้าใจภาษาของยุคสมัย ในขณะเดียวกันการอ้างรักษาค่าพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสูงอย่างนั้วหรือนั้ว ก็เปรียบเสมือนการตอกย้ำรากเหง้าและจิตวิญญาณความเป็นอีสานเอาไว้ คำเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นรหัสทางวัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงผู้ฟังเข้ากับความจริงและประสบการณ์ร่วมของชาวอีสานโดยตรง ดังนั้น การผสมผสานนี้จึงไม่ใช่การกลืนกลายทางวัฒนธรรม แต่เป็นกลยุทธ์ที่แสดงถึงความแข็งแกร่งและความมั่นใจ ที่สามารถหยิบบรรยากาศใหม่เข้ามาเติมสีสัน โดยไม่ทำให้แก่นแท้ของตนเองจางหายไป

ตัวอย่างที่ 10

...(ภาษาอีสาน): “นางเอกหมอลำคณะนี้คือปังคัก แต่งโตจัดเต็ม เต็มกะแก่ง ร้องกะม่วน”...

...คำแปลภาษาไทย: “นางเอกหมอลำคณะนี้โดดเด่นมาก แต่งตัวจัดเต็ม เต็มกะแก่ง ร้องก็เพราะ”...

บทสนทนา. *เรื่องกาเกี*. คณะประถมนบันเทิงศิลป์, ฤดูกาล (พ.ศ. 2566-2567)

ประโยคนี้นำเสนอให้เห็นว่าคำว่าปิงได้กลายเป็นคำคุณศัพท์ที่สมบูรณ์แบบสำหรับนิยามซูเปอร์สตาร์หมอลำยุคปัจจุบัน เพราะมันไม่ได้หมายถึงคุณสมบัติเพียงด้านใดด้านหนึ่ง แต่ได้สรุปคุณสมบัติของนักแสดงที่ครบเครื่อง ทั้งหมดไว้ในคำเดียวนั้นคือภาพลักษณ์ที่โดดเด่นสะดุดตาแต่งตัวจัดเต็มทักษะการเต้นที่น่าตื่นตาตื่นใจเต้นกะแ่งและที่สำคัญที่สุดคือ ความสามารถในการร้องเพลงที่จับใจและสร้างความสุขร่าเริงกะม่วนซึ่งเป็นแก่นแท้ของหมอลำ คำชมแบบดั้งเดิมอาจแยกส่วนกัน หากแต่ปิงคือการยอมรับในแพ็คเกจทั้งหมด ที่สะท้อนถึงมาตรฐานและความคาดหวังของผู้ชมยุคใหม่ ซึ่งคุ้นเคยกับวัฒนธรรมป๊อปที่ศิลปินต้องมีความสามารถรอบด้าน ดังนั้นการใช้คำนี้จึงไม่ใช่แค่การใช้สแลง แต่เป็นการยกย่องศิลปินที่สามารถมอบประสบการณ์ความบันเทิงได้อย่างสมบูรณ์แบบรอบด้าน ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญของนักแสดงแถวหน้าในปัจจุบัน

ตัวอย่างที่ 11

...(ภาษาอีสาน): “คีนี่หมอลำม่วนคักหลาย คนตรีกับเสียงร้องเข้ากันได้แบบนิว”...

...(คำแปลภาษาไทย): “คีนี่หมอลำสนุกมาก คนตรีกับเสียงร้องเข้ากันได้อย่างกลมกล่อมพอดี”...

บทสนทนา. *เรื่องกาหลงสี คนบ่ดีหลงอำนาจ*. คณะประณัมบันเทิงศิลป์, ฤศกาล (พ.ศ. 2566-2567)

ประโยคนี้อธิบายถึงลักษณะของการใช้ภาษาที่สะท้อนโลกทัศน์แบบอีสานได้อย่างลึกซึ้ง โดยการยืมคำว่านิวซึ่งเป็นหัวใจของรสชาติอาหารอีสาน ที่หมายถึงความกลมกล่อมลงตัวของผู้คนชาติ เค็ม เปรี้ยว หวาน เผ็ด และโดยเฉพาอย่างยิ่งความอูมามิจากปลาร้า มาใช้อธิบายคุณภาพของคนตรี การที่หมอลำจะนิวได้นั้นจึงไม่ใช่แค่ไพเราะแต่หมายถึงการที่ทุกองค์ประกอบ ทั้งท่วงท่าของดนตรี เนื้อร้อง และเสียงของนักร้อง ได้หลอมรวมกันเป็นหนึ่งเดียวอย่างสมบูรณ์แบบ มันคือสถานะที่ไม่มีสิ่งใดมากเกินไป สร้างความรู้สึกพอดีและอึดอึดใจในแบบฉบับอีสานแท้ ๆ ดังนั้น นี่จึงเป็นการแสดงให้เห็นถึงรสนิยมและความงามในวัฒนธรรมอีสาน ที่มองหาความกลมกลืนที่ลงตัวเป็นเลิศ ทั้งในรสชาติของอาหาร และในท่วงท่าของเสียงเพลง การที่ศิลปินหมอลำนั้นได้ถ่ายทอดคำศัพท์ที่สะท้อนปัญหาสังคมที่มีความเป็นสมัยใหม่อย่างโกงตังค์ และก๊วย มาใช้ถือเป็นการยกระดับบทบาทของหมอลำจากการเป็นผู้ให้ความบันเทิง สู่การเป็นกระบอกเสียงของประชาชน และสื่อพื้นบ้านเชิงวิพากษ์อย่างเต็มตัว (Ambulance) การกล่าวถึงก๊วยเป็นการยอมรับความจริงว่าวิถีชีวิตสมัยใหม่มาพร้อมกับความเสี่ยงและอุบัติเหตุที่เพิ่มขึ้น ซึ่งชุมชนแบบดั้งเดิมไม่สามารถรับมือได้อีกต่อไป และต้องพึ่งพิงระบบบริการจากภายนอก สะท้อนภาพสังคมที่ซับซ้อนและเปราะบางขึ้น ในขณะเดียวกันการใช้คำว่าโกงตังค์หรือโกงอย่างแพร่หลายเป็นการสะท้อนความคับข้องใจและความรู้สึกไม่ปลอดภัยของผู้คน ที่มีต่อปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันและการฉ้อโกงที่เกิดขึ้นในทุกระดับ ตั้งแต่การหลอกลวงไปจนถึงการโกงเชิงโครงสร้าง ดังนั้น หมอลำจึงไม่ได้ทำหน้าที่แค่เล่าเรื่องสนุกสนาน แต่กลายเป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับตีแผ่ความจริง เปิดโปงด้านมืด และส่งเสียงแทนความรู้สึกของคนธรรมดาที่ต้องเผชิญกับความอยุติธรรมในสังคม

ตัวอย่างที่ 12

...(ภาษาอีสาน): “รถคว่ำอยู่ไค้งหน้าบ้าน โทรศัพท์แจ้งก๊วยให้เฟิ่นฟาวมาช่วย หมอน้อยสิไปตามหมอใหญ่มาเบิ่ง”...

...(คำแปลภาษาไทย): “รถคว่ำอยู่ไค้งหน้าบ้าน โทรศัพท์แจ้งหน่วยกู้ภัยให้ท่านรีบมาช่วย เดียวไปตามคุณหมอมานู”...

บทสนทนา. *เรื่องบาปได้แก่ผู้ทำกรรมได้แก่ผู้สร้าง*. คณะระเบียบวาทะศิลป์, ฤศกาล (พ.ศ. 2567-2568)

ประโยคนี้นำเสนอการบันทึกภาพช่วงเวลาในโลกสมัยใหม่และความเสี่ยงได้รูล้ำเข้ามาถึงหน้าประตูบ้านของวิถีชีวิตดั้งเดิม การที่อุบัติเหตุรถคว่ำซึ่งเป็นภัยจากเทคโนโลยียานยนต์ เกิดขึ้นที่ไค้งหน้าบ้านไม่ใช่เพียงการบอกตำแหน่ง แต่เป็นการสะท้อนว่าอันตรายได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของภูมิทัศน์ในชีวิตประจำวัน แม้ในพื้นที่ที่คุ้นเคยที่สุด สิ่งที่เกิดขึ้นคือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างสิ้นเชิงคือวิธีการรับมือ แทนที่จะเป็นการช่วยเหลือกันเองในชุมชนเป็นหลัก การใช้โทรศัพท์ติดต่อหน่วยงานเฉพาะทางอย่างกู้ภัย แสดงให้เห็นถึงการพึ่งพิงระบบสังคมที่ใหญ่ขึ้นและเป็นทางการนี้คือภาพสะท้อนของสังคมที่เปลี่ยนจากความสัมพันธ์แบบพึ่งพาคนใกล้ชิด ไปสู่การเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายบริการที่มีความเป็นมืออาชีพ ซึ่งเป็นความจริงของชีวิตในยุคปัจจุบัน ที่ความปลอดภัยต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมากขึ้น

การแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนได้แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวและหลอมรวมเข้ากับยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์และลึกซึ้ง มันไม่ได้เป็นเพียงการกล่าวถึงเทคโนโลยีอย่างผิวเผิน แต่ได้ซึมซับเอาภาษา พฤติกรรม และปรากฏการณ์จากโลกออนไลน์ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาและจิตวิญญาณการแสดงอย่างแนบเนียน ตั้งแต่การใช้ศัพท์สแลงร่วมสมัยที่สื่อสารกับคนรุ่นใหม่ ไปจนถึงการสะท้อนอาชีพและวิถีชีวิตที่ขับเคลื่อนด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงนี้ยังขยายไปถึงตัวตนของศิลปินและ โครงสร้างทางเศรษฐกิจของวงการ ที่ศิลปินได้กลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์และผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ซึ่งใช้ชื่อเสียงเป็นทุน ในการต่อยอดทางธุรกิจ แต่ในมิติที่ทรงพลังที่สุดเป็นการใช้เทคโนโลยีได้ปฏิวัติรูปแบบการแสดงและการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรง ด้วยการถ่ายทอดสดที่หลายขอบเขตของเวทีแบบดั้งเดิม สร้างผู้ชมสองโลก ทั้งหน้าเวทีจริงและผ่านหน้าจอทั่วโลก ซึ่งสามารถ สื่อสารและมอบรางวัลให้ศิลปินได้แบบเรียลไทม์ ดังนั้น หมอลำจึงไม่ได้เป็นเพียงกระจกสะท้อนสังคมดิจิทัล แต่ได้ใช้เทคโนโลยี เป็นเครื่องมือในการขยายขอบเขตของตนเอง สร้างชุมชนแฟนคลับระดับโลก และนิยามตัวเองใหม่ในฐานะศิลปะการแสดง ร่วมสมัยที่สามารถเชื่อมโยงรากเหง้าทางวัฒนธรรมเข้ากับภูมิทัศน์สื่อใหม่ได้อย่างมีชีวิตชีวาและยั่งยืน

5. อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ภาพสะท้อนเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ในการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอน สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทุกประการ โดยยืนยันอย่างชัดเจนว่าศิลปะการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนในปัจจุบัน มิได้เป็นเพียงสื่อ สะท้อนสังคม (Social mirror) ที่หยุดนิ่งแต่ได้กลายเป็นผู้เล่น (Active agent) ที่มีพลวัตสูงในการปรับตัวและหลอมรวมเข้ากับ บริบทของสังคมยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ การค้นพบนี้สนับสนุนแนวคิดภาพสะท้อนทางสังคมและวัฒนธรรมที่ว่าสื่อและศิลปะ ย่อมบันทึกการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย การศึกษาครั้งนี้ได้ขยายขอบเขตความเข้าใจดังกล่าว โดยชี้ให้เห็นว่าการสะท้อนภาพ สังคมอีสานสมัยใหม่ไม่ใช่แค่การกล่าวถึง (Mentioning) แต่เป็นการดูดซับ (Absorbing) และผนวกรวม (Integrating) เทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของจิตวิญญาณการแสดง ผลการศึกษาที่พบว่าเนื้อหาทั้งในกลอนลำ บทสนทนา และการมี ปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมหน้าเวที ได้ปรับเปลี่ยนไปสะท้อนวิถีชีวิตที่ผูกพันกับโลกดิจิทัล เช่น ความรักออนไลน์ การเป็นแม่ค้าออนไลน์ อาชญากรรมไซเบอร์ เทรนด์ ดิจิตอล ถือเป็นการต่อยอดจากงานวิจัยที่ผ่านมาอย่างชัดเจน ในขณะที่งานวิจัยในอดีตมักพบ ภาพสะท้อนของสังคมเกษตรกรรม (Phimkhiri, 2005) หรือการปะทะระหว่างชนบทกับเมืองดังในงานของ (Chaipitak and Nantachantool, 2021) ที่มีความเกี่ยวข้องในมิติทางด้านภาพสะท้อนทางการเมือง

ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าความเป็นเมือง (Urbanization) ที่หมอลำกำลังสะท้อนในปัจจุบัน ได้ถูกขยายนิยามไปสู่ ความเป็นเมืองดิจิทัล (Digital urbanity) ที่ซึ่งวิถีชีวิตถูกกำหนดโดยแพลตฟอร์มออนไลน์มากกว่าที่ตั้งทางกายภาพ สอดคล้อง กับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Cultural change) ที่เน้นวิถีชีวิตและค่านิยมที่เปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี Sengpracha (1998) สื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่เป็นช่องทางการสื่อสาร (Communication channel) แต่ได้เปลี่ยนพื้นที่ ทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการตัวตนและเศรษฐกิจของอัตลักษณ์ (Economy of identity) ของ Gill (2010) ที่อธิบายถึงแรงงานทางวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลว่าจำเป็นต้องสร้างแบรนด์ตัวตน (Self-branding) ศิลปินหมอลำได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น การไลฟ์สด (Live streaming) หรือการสร้างคอนเทนต์หลังเวที เพื่อนำเสนอความเป็นอีสาน และความเป็นกันเอง ซึ่งเป็นการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและตัวตน มาเปลี่ยนเป็นมูลค่าทาง เศรษฐกิจ เช่น การรับพวงมาลัยออนไลน์ ยอดวิว หรือการสนับสนุนจากแฟนคลับ ในขณะเดียวกันปรากฏการณ์นี้ ยังสอดคล้องกับทัศนะในมิติของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (The cultural industries) ที่ชี้ให้เห็นว่าสินค้าทางวัฒนธรรมในยุค ทุนนิยมดิจิทัลจะต้องถูกปรับตัวและทำให้เป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ (Commodification) คณะหมอลำจึงได้ยกระดับและบรรจุ แพ็กเกจอัตลักษณ์ท้องถิ่นอีสานให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม สามารถบริโภคได้ง่ายและไร้พรมแดนผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ต ดังนั้น การดำรงอยู่ของหมอลำเรื่องต่อกลอนในสังคมอีสานสมัยใหม่ จึงเป็นการปรับตัวของทุนทางวัฒนธรรม ท้องถิ่น ที่ใช้อัตลักษณ์เป็นเครื่องมือในการต่อรองและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมดิจิทัลอย่างเป็นพลวัต

ประเด็นด้านการปรับเปลี่ยนทางภาษา ถือเป็นข้อค้นพบที่สนับสนุนแนวคิดสังคมสมัยใหม่ (Modern society) อย่างเป็นทางการ การที่หมอลำซึมซับเอาศัพท์สแลงร่วมสมัยและคำทับศัพท์ทางเทคโนโลยีเข้ามาใช้อย่างแนบเนียนนั้น สอดคล้องโดยตรงกับผลการศึกษาของ Lanchaoen (2023) ที่พบการยืมและปนภาษาอังกฤษในเพลงอีสานสมัยใหม่ การวิจัยนี้ ยืนยันปรากฏการณ์ดังกล่าว และขยายผลให้เห็นว่าการปนภาษานี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในบทเพลงที่ผ่านการประพันธ์ แต่เกิดขึ้น อย่างมีชีวิตชีวาในบทสนทนาสดและการแสดงด้นบนเวที ซึ่งแสดงถึงการที่เทคโนโลยีได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน

(Everyday life) ของทั้งศิลปินและผู้ชมอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาที่ทรงพลังและแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างมากที่สุด คือมิติของปฏิสัมพันธ์ (Interaction) และเศรษฐกิจ (Economics) การปฏิบัติเวทีหมอลำด้วยการถ่ายทอดสด (Livestreaming) การสร้างผู้ชมสองโลกทั้งหน้าเวทีและหน้าจอ และการเปลี่ยนรูปแบบการให้รางวัลสู่การโอนเงินและของขวัญดิจิทัล (Digital gift) ถือเป็นปรากฏการณ์ที่กระตือรือร้นแนวคิดเรื่อง การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า (Commodification) ดังที่ Wiwattanapatapee (2009) เคยศึกษาไว้ในบริบทของวงโปงลางสะออนไปสู่มิติใหม่โดยสิ้นเชิง ในอดีตการเป็นสินค้าอาจหมายถึงการปรับการแสดงให้ถูกจริตตลาดระดับชาติ แต่ในปัจจุบันหมอลำได้ใช้เทคโนโลยีสร้างระบบเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ของตนเองขึ้นมาโดยตรง ศิลปินไม่ได้เป็นเพียงนักแสดง แต่ได้กลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) และผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ที่ใช้ชื่อเสียงและฐานชุมชนออนไลน์ เป็นทุนในการต่อยอดทางธุรกิจ เช่น การขายสินค้าแบรนด์ตนเอง นี่คือการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจและอัตลักษณ์ของศิลปินอย่างลึกซึ้ง ซึ่งวรรณกรรมในอดีตยังมิได้ครอบคลุมถึงมิติอย่างชัดเจน ข้อค้นพบนี้ท้าทายวาทกรรมเดิม ๆ ที่ถูกมองว่าวัฒนธรรมพื้นบ้านจะถูกกลืนหรือด้อยค่าลงเมื่อเผชิญหน้ากับกระแสความทันสมัยและทุนนิยม ดังที่สะท้อนในงานของ Robkhub et al. (2022) ผลการวิจัยนี้กลับแสดงให้เห็นภาพตรงกันข้าม หมอลำไม่ได้เป็นฝ่ายตั้งรับหรือถูกกระทำ แต่ได้ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ ในการต่อรอง ต่อสู้ และสร้างอำนาจในพื้นที่สื่อสมัยใหม่ ที่ซึ่งความเชื่อดั้งเดิมยังคงมีพลวัตในการต่อรองกับความทันสมัย หมอลำในยุคดิจิทัลก็เช่นกัน ได้ใช้เครื่องมือที่ทันสมัยที่สุดในการขยายขอบเขตของตนเอง สร้างชุมชนแฟนคลับระดับโลก และนิยามตัวเองใหม่ในฐานะ ศิลปะการแสดงร่วมสมัย

ผลการศึกษาไม่เพียงแต่บรรลุลักษณะประสพการณ์ในการวิเคราะห์ภาพสะท้อนของเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังชี้ให้เห็นว่าหมอลำเรื่องต่อกลอนได้ใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติโครงสร้างของตนเอง ทั้งในมิติการแสดง ปฏิสัมพันธ์ เศรษฐกิจ และอัตลักษณ์ศิลปิน หมอลำไม่ได้เป็นเพียงสื่อบันเทิงที่สะท้อนสังคมอีสานสมัยใหม่ แต่ได้กลายเป็นสถาปนิก (Architect) สำคัญที่ร่วมสร้างและนิยามปรากฏการณ์อีสานสมัยใหม่ (Modern Isan) ให้เกิดขึ้นจริงในภูมิทัศน์สื่อร่วมสมัยได้อย่างมีชีวิตชีวาและยั่งยืน การผสมผสานภาษาถิ่นอีสานเข้ากับคำศัพท์สากลบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ไม่ได้เป็นข้อบ่งชี้ถึงการสูญเสียรากเหง้าดั้งเดิมแต่อย่างใด หากแต่เป็นพลวัตของการสถาปนาอัตลักษณ์ใหม่ในยุคดิจิทัล ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวที่นำเอาความเป็นท้องถิ่น (Local) มาหลอมรวมกับกระแสสังคมสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว เกิดเป็นแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์ (Glocalization) อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งทำให้ภาษาและวัฒนธรรมอีสานมีความร่วมสมัย ทรงพลัง และสามารถสื่อสารเชื่อมโยงกับโลกยุคใหม่ได้อย่างกลมกลืนโดยไม่ทิ้งตัวตน

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผล

การศึกษาในภาพรวมชี้ให้เห็นว่าการแสดงหมอลำเรื่องต่อกลอนได้ปรับตัว และทำหน้าที่เป็นภาพสะท้อนสังคมยุคดิจิทัลได้อย่างน่าทึ่งและสมบูรณ์แบบ โดยเทคโนโลยีไม่ได้เป็นเพียงหัวข้อที่ถูกกล่าวถึงอย่างผิวเผิน แต่ได้หลอมรวมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการแสดงอย่างลึกซึ้งในทุกมิติ ในมิติของเนื้อหาและภาษา (Content and language) พบว่าทั้งในส่วนของการกลอนลำและบทสนทนา ได้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่ผูกพันกับโลกดิจิทัลอย่างแนบแน่น ตั้งแต่การสะท้อนความสัมพันธ์บนโลกออนไลน์ การสื่อสารข้ามแดนของแรงงานผ่านวิดีโอคอล ไปจนถึงปรากฏการณ์ทางสังคมใหม่ ๆ เช่น อาชีพแม่ค้าออนไลน์ การเป็นอินฟลูเอนเซอร์ หรือแม้แต่ปัญหาอาชญากรรมไซเบอร์ นอกจากนี้ บทสนทนายังหยิบยกปรากฏการณ์ดิจิทัล อย่างเช่น เทรนด์ไวรัลหรือวัฒนธรรมการเสพติดการซื้อของออนไลน์ มาสร้างเสียงหัวเราะและเสียดสีอย่างคมคาย การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนผ่านการซึมซับคำศัพท์สมัยใหม่ ทั้งคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี เช่น ไลฟ์สด อินบ็อกซ์ เพชบุ๊ก ไอจี และคำแสลงในวัฒนธรรมป๊อป เช่น ปัง แซ่บ ดราม่า เข้ามาใช้อย่างเป็นธรรมชาติ ทำให้ภาษาที่ใช้ในการแสดงมีความร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับผู้ชมยุคใหม่ได้ ในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาคำศัพท์พื้นถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ เช่น นัว เพื่ออธิบายสุนทรียศาสตร์ของการแสดงไว้ได้อย่างชาญฉลาด

ปฏิสัมพันธ์และโครงสร้างการแสดง (Interaction and format) ซึ่งถือเป็นภาพสะท้อนที่ทรงพลังที่สุด พบว่าเทคโนโลยีได้ทำลายกรอบของเวทีแบบดั้งเดิมลงอย่างสิ้นเชิง โดยเฉพาะการถ่ายทอดสด (Livestreaming) ซึ่งสร้างผู้ชมสองโลกคือผู้ชมหน้าเวทีจริงและผู้ชมผ่านหน้าจอทั่วโลกไปพร้อมกัน ศิลปินสามารถสื่อสาร อ่านความคิดเห็น และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมทางออนไลน์ได้แบบเรียลไทม์ การปรับตัวนี้ยังนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม (Social structure) ของผู้ชม

จากปัจเจกบุคคลไปสู่การรวมกลุ่มเป็นแฟนคลับที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน มีการใช้สัญลักษณ์ เช่น เสื้อกลุ่ม ป้ายไฟ และสร้างความสัมพันธ์เสมือนครอบครัว ซึ่งเป็นโครงสร้างชุมชนรูปแบบใหม่ที่ไม่ได้ยึดโยงกับเครือญาติหรือถิ่นที่อยู่แบบดั้งเดิม แต่รวมตัวกันด้วยความชื่นชอบศิลปิน การเปลี่ยนแปลงนี้ยังส่งผลกระทบต่อมิติทางเศรษฐกิจและอัตลักษณ์ศิลปิน (Economics and artist identity) โครงสร้างเศรษฐกิจของวงการถูกปฏิบัติจากเดิม ที่มีการให้รางวัลจำกัดอยู่เพียงพวงมาลัยเงินสดหน้าเวที ได้ขยายไปสู่การโอนเงินออนไลน์และการส่งของขวัญดิจิทัล (Digital gift) ผ่านระบบถ่ายทอดสด ศิลปินหมอลำเองก็ได้ปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ไปสู่ความเป็นดาราและอินฟลูเอนเซอร์ ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างแบรนด์และฐานแฟนคลับหลายคนก้าวไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) และพรีเซนเตอร์ (Presenter) ที่ใช้พื้นที่หน้าเวทีหลายเส้นแบ่งระหว่างศิลปะและการค้า ด้วยการนำเสนอขายสินค้าแบรนด์ของตนเอง สะท้อนการหลอมรวมของวัฒนธรรมการตลาดเข้ากับวิถีชีวิตอย่างสมบูรณ์ วงการหมอลำได้ยกระดับเป็นอุตสาหกรรมบันเทิง ที่ขายประสบการณ์ผ่านโปรดัคชันขนาดใหญ่ แสง สี เสียง แดนเซอร์ และสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชมในลักษณะแบรนด์กับลูกค้าในระยะยาว

หมอลำยังคงทำหน้าที่สื่อพื้นบ้านเชิงวิพากษ์ (Critical folk media) ที่สะท้อนความซับซ้อนและความเสี่ยงของสังคมสมัยใหม่ เช่น การกล่าวถึงอุบัติเหตุที่นำไปสู่การพึ่งพิงระบบบริการเฉพาะทางกู้ภัยแทนการช่วยเหลือในชุมชน หรือการสะท้อนปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน นอกจากนี้ หมอลำยังทำหน้าที่สร้างภูมิคุ้มกันทางสื่อ (Media literacy) ให้กับผู้ชม ด้วยการตั้งคำถามเชิงวิพากษ์ต่อความน่าเชื่อถือของโฆษณาและภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้น ผลการศึกษาชี้ชัดว่าหมอลำเรื่องต่อกลอนไม่ได้เป็นเพียงกระจกสะท้อนสังคมดิจิทัล แต่ได้ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการขยายขอบเขตของเวที ปฏิวัติรูปแบบเศรษฐกิจ สร้างชุมชนแฟนคลับระดับโลก และนิยามอัตลักษณ์ของตนเองใหม่ ในฐานะศิลปะการแสดงร่วมสมัยที่สามารถเชื่อมโยงรากเหง้าทางวัฒนธรรมเข้ากับภูมิทัศน์สื่อใหม่ได้อย่างมีชีวิตชีวาและยั่งยืน

6.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างภาษาหมอลำกับภาพสะท้อนสังคมอีสานยุคใหม่ผ่านสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางวิจัยเพิ่มเติมเพื่อขยายองค์ความรู้ในประเด็นนี้ ดังนี้

1) การวิเคราะห์ภาษาหมอลำเชิงเปรียบเทียบข้ามยุคสมัยและบริบท ควรมีการวิจัยเชิงเปรียบเทียบภาษาที่ใช้ในหมอลำเรื่องต่อกลอนจากยุคสมัยที่ต่างกัน เช่น หมอลำในอดีต (ก่อนปี พ.ศ. 2540) กับหมอลำในปัจจุบัน เพื่อชี้ให้เห็นถึงวิวัฒนาการของการใช้ภาษาที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ การเปรียบเทียบหมอลำที่แสดงในพื้นที่ชนบทกับในเขตเมือง หรือการแสดงในบริบทที่แตกต่างกันอาจช่วยเผยให้เห็นถึงความหลากหลายและพลวัตของการปรับใช้ภาษาตามบริบททางสังคมและกลุ่มผู้ชมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2) การศึกษาการรับรู้และการตีความสารจากหมอลำของผู้ฟัง ควรศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์หรือจัดกลุ่มสนทนากับกลุ่มผู้ฟังหมอลำในหลากหลายช่วงวัยและภูมิหลังทางสังคม เพื่อทำความเข้าใจว่าผู้ฟังแต่ละกลุ่มมีการรับรู้ ตีความ และตอบสนองต่อภาษาและประเด็นทางสังคมวัฒนธรรมที่นำเสนอในหมอลำเรื่องต่อกลอนอย่างไร

บรรณานุกรม

- Chaipitak, C., & Nantachantool, S. (2021). Isan social reflections in Thai Luk Thung songs [ภาพสะท้อนสังคมอีสานในบทเพลงลูกทุ่งไทย]. *Dhonburi Rajabhat University Journal*, 15(1). (in Thai)
- Gill, R. (2010). Life is a pitch: Managing the self in new media work. In M. Deuze (Ed.), *Managing media work* (pp. 249–262). SAGE Publications.
- Khumting, T., Sangkhaphanthanon, T., & Rodsap, N. (2020). Research status on conditions and problems of Thai language usage [สถานภาพการวิจัยสภาพและปัญหาการใช้ภาษาไทย]. *Journal of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University*, 16(1). (in Thai)
- Lancharoen, W., & Chanthao, R. (2023). English and the Isan socio-cultural context in modern Isan songs [ภาษาอังกฤษกับบริบทสังคมวัฒนธรรมอีสานในเพลงอีสานสมัยใหม่]. *Humanities and Social Sciences Journal, Khon Kaen University*, 40(2). (in Thai)

- Lolasut, M. (2025). Moving beyond interface realism: A critique of platform capitalism through interface criticism [การก้าวพ้นสภาวะสังคมนิยมอินเทอร์เน็ตเฟส: การวิพากษ์ระบบทุนนิยมแพลตฟอร์มผ่านอินเทอร์เน็ตเฟสวิจารณ์]. *Journal of Liberal Arts, Thammasat University*, 25(1). <https://doi.org/10.64731/jla.v25i1.283853> (in Thai)
- Park, S. (2017). *Digital capital*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-59332-0>
- Phimkhiri, C. (2005). *An analysis of Isan social reflections from the singing poems of Morlam Chaweewan Dumnern* [วิเคราะห์ภาพสะท้อนสังคมอีสานจากกลอนลำของหมอลำฉวีวรรณ ดำเนิน] [Master's thesis, Naresuan University]. (in Thai)
- Pongchaliew, K. (2017). Discourse and trade in Isan Jataka of Kampha Tubtong [วาทกรรมและการค้าในชาดกอีสานเรื่องกำพำร่าตูปตอง]. *Journal of Language, Religion and Culture*, 6(2). (in Thai)
- Puangngam, K. (2010). *Self and local management* [การจัดการตนเองและท้องถิ่น]. Winyuchon. (in Thai)
- Robkhob, J., Suk-unpong, C., Pewthongngam, T., & Bunhok, S. (2022). Stigmatized female characters in Thai literature and their re-representation in contemporary songs [นางในวรรณคดี “ผู้ถูกตีตรา” กับการนำเสนอใหม่ในบทเพลงร่วมสมัย]. *Journal of Thai Language and Literature*, 39(1). (in Thai)
- Sengpracha, N. (1998). *Man and society* [มนุษย์กับสังคม] (4th ed.). O.S. Printing House. (in Thai)
- Sumalee, N. (2015). Theoretical Consideration on Dynamic of Northeast Local Communities in Modern Context: Viewing Through Social Practice and Structure of Beliefs of Ancestral and Guardian Spirits [ข้อสังเกตเชิงแนวคิดว่าด้วยพลวัตความเป็นท้องถิ่นอีสานในบริบทของสังคมสมัยใหม่: มองผ่านปฏิบัติการทางสังคมและ โครงสร้างสังคมของความเชื่อผีปู่ตาและผีคุ้มครอง]. *Prae-wa Kalasin Journal of Kalasin University*, 7(12). (in Thai)
- Thaonthong, S., Mahakhan, P., & Sudee, P. (2014). *Hoop Taem: Social and cultural reflections in the central Isan region* [ฮูปแต้ม : ภาพสะท้อนสังคมและวัฒนธรรมในเขตอีสานตอนกลาง] [Master's thesis, Burapha University]. (in Thai)
- Thongsakul, R. (2021). Meaning communication and language strategies in songs about the COVID-19 situation [การสื่อความหมายและกลวิธีการใช้ภาษาในเพลงเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด 19]. *Humanities and Social Sciences Journal, Udon Thani Rajabhat University*, 10(2). (in Thai)
- Wankaew, S. (2004). *Society and culture in socio-cultural change* [สังคมและวัฒนธรรมในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม]. National Research Council Committee, Sociology Branch, National Research Council of Thailand. (in Thai)
- Wiratchaniphawan, W. (1989). *Principles of community development: Applied community development* [หลักการพัฒนาชุมชน: การพัฒนาชุมชนประยุกต์]. Odeon Store. (in Thai)
- Wiwattanapatapee, T. (2009). Isan Ponglang: A reflection of Isan socio-cultural transition [โปงลางอีสาน: ภาพสะท้อนการเปลี่ยนผ่านสังคมวัฒนธรรมอีสาน]. *Rangsit Music Journal*. (in Thai)

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์
ปีที่ 49 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2569): 284751

Journal of Social Research and Review
Volume 49 No.1 (January - June 2026): 284751
ISSN 3056-9508 (Online)



ปรากฏการณ์ปัญหาประดิษฐ์ในระบบการศึกษาไทย: บทสังเคราะห์เชิงวิภาษวิธี พ.ศ. 2566 – 2568

กฤติน ชันละ

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี 34000

ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, อีเมล: Kittin.k@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้ตั้งคำถามต่อสองข้อสันนิษฐานที่ดำรงอยู่กันในวาทกรรมนโยบายการศึกษาไทย ได้แก่ การมองปัญหาประดิษฐ์ในฐานะกลไกเสริมประสิทธิภาพล้วน ๆ และการตีตราว่าเป็นภัยคุกคามต่อจริยธรรม โดยนำระเบียบวิธีวิภาษวิธีมาใช้เป็นกรอบวิเคราะห์ ผ่านการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์จากเอกสารเชิงนโยบายและสื่อมวลชนระดับประเทศ 5 แหล่งระหว่างปี พ.ศ. 2566–2568

ผลการวิเคราะห์ในมิติยูติลิตีชี้ให้เห็นว่าปัญหาประดิษฐ์มีศักยภาพในการยกระดับการเรียนรู้เฉพาะบุคคล ลดภาระงานซ้ำซ้อนของครู และเปิดพื้นที่ให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ได้อย่างมีพลวัต ขณะที่มิติปฏิบัติเผยให้เห็นความเสี่ยงเชิงโครงสร้างที่ลึกกว่าปัญหาการลอกเลียน ได้แก่ ภาวะการโอนถ่ายภาระทางปัญญา ปรากฏการณ์ข้อมูลสมจริงแต่เท็จที่ปัญหาประดิษฐ์สร้างขึ้น และความเหลื่อมล้ำทางโครงสร้างดิจิทัลที่นโยบายพื้นที่ทดลองแบบเลือกสรรอาจตอกย้ำให้รุนแรงขึ้น

การสังเคราะห์ทั้งสองมิตินำไปสู่ข้อค้นพบว่า ปัญหาประดิษฐ์ในระบบการศึกษาไทยไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือ แต่กำลังก่อตัวเป็นระบบนิเวศทางปัญญาที่มีแนวโน้มว่าฝังค่านิยมเชิงอำนาจไว้อย่างแนบเนียน ทางออกที่ยั่งยืนจึงอยู่ที่การสร้างภูมิคุ้มกันทางสติปัญญา ผ่านการยกระดับความฉลาดรู้ด้านปัญหาประดิษฐ์ให้เป็นระบบความคิดเชิงวิพากษ์ การเปลี่ยนผ่านบทบาทครูสู่การเป็นผู้ออกแบบการเรียนรู้ และการกำกับดูแลนโยบายด้วยกลไกสามชั้นที่บูรณาการความรับผิดชอบในระดับรัฐ สถานศึกษา และผู้เรียนไว้ด้วยกัน บทความเสนอว่าการศึกษาไทยในยุคปัญหาประดิษฐ์ต้องขับเคลื่อนภายใต้หลักการมนุษยชนำเทคโนโลยี เพื่อให้นวัตกรรมทำหน้าที่เพิ่มพูนคุณค่าความเป็นมนุษย์ ไม่ใช่ลดทอนศักยภาพการคิดเชิงวิพากษ์ของผู้เรียน

คำสำคัญ: ความฉลาดรู้ด้านปัญหาประดิษฐ์; ระบบนิเวศทางปัญญา; ภูมิคุ้มกันทางสติปัญญา; วิภาษวิธี; มนุษยนำเทคโนโลยี

วันรับบทความ: 14 พฤศจิกายน 2568, **วันแก้ไขบทความ:** 24 มีนาคม 2569, **วันตอบรับบทความ:** 27 เมษายน 2569

AI Phenomena in Thai Education: A Dialectical Synthesis, 2023 – 2025

Kittin Khanla

Faculty of Education, Ubon Ratchathani Rajabhat University, Mueang Ubon Ratchathani District, Ubon Ratchathani Province 34000, Thailand.

Corresponding author, Kittin.k@ubru.ac.th

Abstract

This article interrogates two coexisting assumptions in Thai educational policy discourse: an instrumentalist view of artificial intelligence (AI) as a neutral efficiency enhancer, and its counterpart that stigmatizes the technology as an ethical threat. Employing a dialectical method as an analytical framework, the study synthesizes empirical evidence from five national policy documents and media sources spanning 2023 – 2025.

The analysis of the thesis dimension reveals AI's potential to elevate personalized learning, reduce redundant teacher workload, and open space for learners to dynamically construct knowledge. Conversely, the antithesis exposes structural risks extending well beyond academic misconduct; namely, cognitive offloading, the phenomenon of plausible yet fabricated AI-generated outputs, and the digital structural inequality that selective sandbox policies may exacerbate.

Synthesizing both dimensions leads to the finding that AI in the Thai educational system is no longer a mere tool, but is emerging as a cognitive ecosystem that tends to subtly embed power-laden values. A sustainable solution therefore lies in cultivating cognitive immunity through elevating AI literacy into a system of critical thinking, transitioning the teacher's role to that of learning architects, and governing policy via a three-tier mechanism that integrates responsibilities at the state, institutional, and learner levels. The article proposes that Thai education in the AI era must be driven by a human-led technology principle, ensuring that innovation serves to augment human value rather than diminish learners' critical thinking capabilities.

Keywords: AI literacy; Cognitive ecosystem; Cognitive immunity; Dialectical method; Human-led technology

Received: November 14, 2025, **Revised:** March 24, 2026, **Accepted:** April 27, 2026

1. บทนำ

การอุบัติขึ้นของปัญญาประดิษฐ์ ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในระบบการศึกษาทั่วโลก โดยเปลี่ยนสถานะจากเครื่องมือสนับสนุนไปสู่การเป็นกลไกหลักที่ช่วยออกแบบการเรียนรู้เฉพาะบุคคล ซึ่งสามารถตอบสนองต่อศักยภาพที่แตกต่างของผู้เรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ (Bayly-Castaneda et al., 2024) บริบทการพัฒนาในระดับประเทศชี้ให้เห็นว่าภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างให้ความสำคัญกับการบูรณาการเทคโนโลยีดังกล่าว เพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน (Ministry of Digital Economy & Society, 2022) พลวัตเหล่านี้ถือเป็นข้อเสนอหลักที่ขับเคลื่อนนโยบายการศึกษาในช่วงปี ค.ศ. 2023 ถึง 2025 อย่างไรก็ตาม ภายใต้อุปสรรคความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี กลับปรากฏข้อโต้แย้งที่สะท้อนถึงความเปราะบางของระบบการศึกษาที่กำลังเผชิญกับความท้าทายรูปแบบใหม่

การนำนวัตกรรมขั้นสูงมาใช้ในการกระบวนการเรียนรู้อย่างรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อคุณค่าพื้นฐานของความเป็นมนุษย์ โดยเฉพาะความสามารถในการตัดสินใจและการคิดเชิงวิพากษ์ (UNESCO, 2024) นอกจากนี้ การขยายตัวของเทคโนโลยียังเป็นตัวเร่งที่ทำให้ช่องว่างความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลกว้างขึ้น ซึ่งสัมพันธ์โดยตรงกับประเด็นด้านความเชื่อศรัทธาทางวิชาการ เมื่อผู้เรียนเริ่มมีแนวโน้มพึ่งพิงระบบประมวลผลอัตโนมัติในการสร้างสรรค์ผลงานมากขึ้น (Utumchant, 2024) ปรากฏการณ์ข้อมูลลวงและการใช้งานที่ขาดจริยธรรม จึงเป็นความเสี่ยงเร่งด่วนที่นานาชาติต่างให้ความสำคัญ โดยระบุถึงความจำเป็นในการยกระดับสมรรถนะของครูและบุคลากรทางการศึกษาให้เท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลง (Office of the Basic Education Commission, 2025)

สำหรับบริบทของประเทศไทย แม้หน่วยงานระดับนโยบายจะเริ่มวางหลักเกณฑ์การใช้เทคโนโลยีและแนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุก เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ผู้เรียน (Office of the Education Council, 2024; Office of the Basic Education Commission, 2025) ทว่างานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่ยังคงติดอยู่กับกรอบการรายงานเชิงบรรยาย หรือมุ่งเน้นเพียงมิติของประสิทธิภาพทางการศึกษาเพียงด้านเดียว (Chaisuwan et al., 2022; Phongsanam, 2024) ภาวะขาดแคลนการวิเคราะห์เชิงลึกที่น่าข้อเสนองานเกี่ยวกับโอกาสและข้อโต้แย้งในเรื่องความเสี่ยงมาพิจารณาร่วมกันอย่างเป็นระบบ ทำให้กระบวนการกำหนดนโยบายยังไม่สามารถรับมือกับผลกระทบเชิงซ้อนได้อย่างรอบด้าน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ข้อมูลจากสื่อมวลชนจำนวน 5 ข่าวหลัก ในช่วงปี พ.ศ. 2566 - 2568 ที่สะท้อนประเด็นข้อเสนอข้อโต้แย้ง และแนวทางการปฏิรูปการศึกษาไทยภายใต้ผลกระทบของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ โดยเลือกข่าวที่มีแหล่งข้อมูลเชิงนโยบาย สะท้อนมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ และมีกระแสสังคมตอบรับในระดับประเทศ การวิเคราะห์ดำเนินการโดยใช้กรอบวิภาษวิธี เพื่อสร้างแนวทางการบูรณาการปัญญาประดิษฐ์อย่างรับผิดชอบและยั่งยืน

บทความฉบับนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างทางองค์ความรู้ด้วยการนำระเบียบวิธีวิจัยเชิงวิภาษวิธี มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ปัญญาประดิษฐ์ในระบบการศึกษาไทย การนำข้อมูลเชิงประจักษ์มาปะทะประสานกัน จะช่วยให้เห็นภาพรวมของปัญหาสังคมในมิติที่กว้างขึ้น บทสังเคราะห์ที่ได้จากการศึกษานี้ไม่เพียงแต่จะช่วยสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งต่อพลวัตของเทคโนโลยี แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญในการออกแบบระบบนิเวศทางปัญญา ที่สามารถถึงศักยภาพของนวัตกรรมมาใช้ควบคู่ไปกับการรักษาแก่นแท้ของการคิดเชิงมนุชนิยมได้อย่างยั่งยืน

งานศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พลวัตของปัญญาประดิษฐ์ในระบบการศึกษาไทย ผ่านกรอบคิดเชิงวิภาษวิธี ที่ครอบคลุมทั้งมิติข้อเสนอเชิงศักยภาพและมิติข้อโต้แย้งด้านความเสี่ยง และสังเคราะห์ข้อเสนอเชิงนโยบายและแนวปฏิบัติในการบูรณาการปัญญาประดิษฐ์อย่างรับผิดชอบ ที่มุ่งสร้างภูมิคุ้มกันทางสติปัญญาและรักษาสมดุลระหว่างนวัตกรรมกับคุณธรรม

2. ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้เริ่มต้นด้วยการสำรวจบริบทเชิงนโยบายและแนวปฏิบัติที่เป็นหมุดหมายสำคัญทั้งในระดับสากลและระดับประเทศ เพื่อวางฐานรากในการทำความเข้าใจพลวัตของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่กำลังเปลี่ยนผ่านอย่างรวดเร็ว โดยในระดับสากลองค์การยูเนสโกได้ประกาศแนวปฏิบัติว่าด้วยปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์เพื่อการศึกษาและการวิจัย ใน พ.ศ. 2566 (UNESCO, 2023) ซึ่งมุ่งเน้นความสำคัญของการรักษาความเป็นศูนย์กลางของมนุษย์และการวางกรอบจริยธรรมที่เข้มงวด เพื่อป้องกันผลกระทบจากการโอนถ่ายภาระทางปัญญา สอดคล้องกับทิศทางของกระทรวงศึกษาธิการแห่งสหรัฐอเมริกา (U.S. Department of Education, 2023) ที่เน้นย้ำว่าปัญญาประดิษฐ์จะต้องเป็นเพียงเครื่องมือเสริม

สมรรถนะไม่ใช้การทดแทนความสัมพันธ์ระหว่างครูและผู้เรียน พร้อมทั้งผลักดันการออกแบบหลักสูตรที่บูรณาการทักษะความฉลาดรู้ด้านปัญญาประดิษฐ์ควบคู่ไปกับการพัฒนาการคิดเชิงวิพากษ์

ในขณะเดียวกันบริบทของผู้นำทางเทคโนโลยีในภูมิภาคเอเชียอย่างประเทศสิงคโปร์ ได้ดำเนินนโยบายผ่านยุทธศาสตร์ปัญญาประดิษฐ์แห่งชาติ ฉบับที่สอง (Smart Nation Singapore, 2023) โดยให้ความสำคัญกับการใช้ระบบการเรียนรู้แบบเฉพาะบุคคลและการนำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือเสริมสร้างสมรรถนะของครูผู้สอน เพื่อเตรียมความพร้อมสู่เศรษฐกิจดิจิทัล สำหรับบริบทของประเทศไทยปรากฏความเคลื่อนไหวที่ชัดเจนผ่านแผนปฏิบัติการด้านปัญญาประดิษฐ์แห่งชาติ เพื่อการพัฒนาประเทศไทย ซึ่งมุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ โดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2024) ได้ออกแนวปฏิบัติการใช้ปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ในสถาบันอุดมศึกษา สำหรับจัดระเบียบการใช้งานอย่างรับผิดชอบและรักษามาตรฐานทางวิชาการ สอดคล้องกับการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ที่ชี้ให้เห็นว่าการปฏิรูปการศึกษาไทยในอนาคตจำเป็นต้องบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน (Tadthiemrom, 2025)

จากบริบทความเคลื่อนไหวดังกล่าว การศึกษานี้จึงเลือกใช้ภาษาวิธีเป็นกรอบวิเคราะห์หลัก โดยพิจารณาปรากฏการณ์ทางการศึกษา ผ่านสามมิติที่ดำเนินสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วยมิติของอดีตซึ่งรวบรวมข้อเสนอที่สนับสนุนการนำปัญญาประดิษฐ์มาช่วยยกระดับการเรียนรู้ มิติของปฏินัตติซึ่งรวบรวมข้อโต้แย้งและความเสี่ยงเชิงโครงสร้างด้านจริยธรรม และมิติของการสังเคราะห์ ซึ่งนำเสนอเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายและแนวปฏิบัติที่ผ่านกระบวนการชั่งน้ำหนักระหว่างสองมิติแรกอย่างรอบด้าน เพื่อมุ่งสู่การสร้างภูมิคุ้มกันทางสติปัญญาให้แก่ผู้เรียนไทย การเลือกใช้กรอบวิเคราะห์เชิงภาษาวิธีในการศึกษานี้ไม่ใช้การตั้งสมมติฐานว่าความจริงอยู่ที่จุดกึ่งกลางระหว่างสองขั้วความคิด แต่เป็นการยอมรับว่าปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนจำเป็นต้องถูกทำความเข้าใจผ่านแรงตึงเชิงโครงสร้างที่ขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจริง อันจะนำไปสู่บทสรุปที่เป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมไทยในปัจจุบัน ข้อมูลหลักที่นำมาวิเคราะห์ประกอบด้วยเอกสารเชิงนโยบายและสื่อมวลชนระดับประเทศ 5 แหล่ง ในช่วงปี พ.ศ. 2566 - 2568 โดยคัดเลือกแหล่งที่มีสถานะอ้างอิงเชิงนโยบาย สะท้อนมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ และมีกระแสดูแลตอบรับในระดับประเทศ เกณฑ์การคัดเลือกมุ่งให้แต่ละแหล่งทำหน้าที่ต่างกันภายในกรอบภาษาวิธี ไม่ใช้การรวบรวมแหล่งที่เห็นสอดคล้องกัน กล่าวคือ คู่มือของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (Office of the Basic Education Commission, 2025) และบทความของ Phongsanam (2024) ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของมิติอดีตที่มองปัญญาประดิษฐ์ในฐานะพลังขับเคลื่อนเชิงบวกต่อการปฏิรูปการเรียนรู้ ขณะที่บทความจาก MOE360 Blog (Rohitasathien, 2025) และบทวิเคราะห์จาก Bangkok Post (Tadthiemrom, 2025) ทำหน้าที่เป็นปฏิญัตติที่สะท้อนความกังวลด้านจริยธรรม และความเสี่ยงจากการใช้งานที่ขาดการไตร่ตรอง ส่วนแนวปฏิบัติระดับสถานศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (Office of the Basic Education Commission, 2025) ทำหน้าที่เป็นฐานของการสังเคราะห์ที่เชื่อมกับนโยบายกับความเป็นจริงในห้องเรียน

การนำแหล่งข้อมูลที่มีน้ำหนักและจุดยืนต่างกันมาปะทะประสานกันผ่านกรอบนี้ จึงไม่ใช่เพียงการจัดหมวดหมู่ข้อดีข้อเสีย แต่เป็นการจำลองพลวัตการถกเถียงที่เกิดขึ้นจริงในสังคมไทย ข้อจำกัดที่ต้องรับรู้ตรงนี้คือแหล่งข้อมูลทั้งหมดเป็นเอกสารระดับนโยบายและสื่อมวลชน ซึ่งมักสะท้อนมุมมองจากบนลงล่าง และยังไม่ครอบคลุมเสียงของครูและผู้เรียนในพื้นที่โดยตรง ข้อจำกัดดังกล่าวได้รับการอธิบายในส่วนสังเคราะห์ เพื่อให้ข้อเสนอที่ได้ตั้งอยู่บนความตระหนักรู้ถึงขอบเขตของหลักฐานอย่างรอบคอบ

ตารางที่ 1 การสรุปภาพรวมเชิงมิติภาษาวิธี (Dialectic framework summary)

มิติการวิเคราะห์	แหล่งข้อมูลหลัก	ประเด็นสำคัญ
Thesis (อดีต)	Office of the Basic Education Commission (2025), Phongsanam (2024)	ปัญญาประดิษฐ์เป็นพลังบวกต่อการปฏิรูปการศึกษา ครูต้องใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มศักยภาพการเรียนรู้
Antithesis (ปฏินัตติ)	Rohitasathien (2025), Bangkok Post (Tadthiemrom, 2025)	การใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างขาดจริยธรรมนำไปสู่การทุจริตทางวิชาการและการเสื่อมถอยของทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์
Synthesis (สังเคราะห์)	Office of the Basic Education Commission (2025)	เสนอแนวทางบูรณาการปัญญาประดิษฐ์อย่างสมดุลระหว่างนวัตกรรมและจริยธรรมการศึกษาไทย

3. วิธีการวิจัย

3.1 การวิเคราะห์ปัญหาประดิษฐ์กับการศึกษาในมิติวิชาชีพวิธี

1) ญัตติ (Thesis) ปัญหาประดิษฐ์ในฐานะกลไกเสริมประสิทธิภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้เรียน การนำปัญหาประดิษฐ์มาใช้ในระบบการศึกษาไทยกำลังปรากฏเป็นจังหวะเร่ง ที่ช่วยขับเคลื่อนการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ทั้งในด้านการจัดการเรียนการสอน การประเมินผล และการพัฒนาวิชาชีพครู โดยเฉพาะในระดับนโยบายการจัดการฝึกอบรม และการสร้างนวัตกรรมเพื่อการศึกษา (Ministry of Digital Economy & Society, 2022) นวัตกรรมดังกล่าวได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ว่าเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบ งานวิจัยของ UNESCO (2024) ระบุว่าเทคโนโลยีนี้ช่วยสร้างการเรียนรู้เฉพาะบุคคล โดยปรับเนื้อหาและวิธีการสอนให้เหมาะสมกับผู้เรียน ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจภายในและพัฒนาทักษะได้ตามศักยภาพ ในลักษณะเดียวกันรายงานของ Office of the Basic Education Commission (2025) ชี้ว่าระบบสามารถเพิ่มประสิทธิภาพผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อติดตามพัฒนาการและวางแผนการสอนได้อย่างแม่นยำ

ในมิติของการเสริมศักยภาพครู งานวิจัยระดับนานาชาติยืนยันว่าเทคโนโลยีช่วยสนับสนุนให้ครูทุ่มเทเวลาไปกับการออกแบบการเรียนรู้มากกว่าการทำงานเอกสารซ้ำซ้อน (Office of the Basic Education Commission, 2025) สอดคล้องกับข้อเสนอของ Phongsanam (2024) ที่ระบุว่าครูจะมีเวลาอยู่กับหัวใจของความเป็นครูมากขึ้น หากรู้จักใช้เครื่องมือช่วยจัดการข้อมูลนักเรียนในเชิงปฏิบัติ กระทรวงศึกษาธิการได้เร่งดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพครู (Ministry of Education, 2025) ซึ่งเน้นย้ำว่าเทคโนโลยีไม่ได้มาแทนที่ แต่ช่วยคืนเวลาและพื้นที่ในการเป็นผู้ออกแบบการเรียนรู้ เครื่องมือสร้างสรรค์เนื้อหาช่วยให้ครูพัฒนาแผนการสอนและแบบทดสอบได้รวดเร็วและตอบสนองผู้เรียนรายบุคคล

ด้านการจัดการเรียนรู้ เทคโนโลยีสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยทางปัญญาที่ช่วยให้นักเรียนค้นคว้าและสร้างสรรค์องค์ความรู้ได้อย่างอิสระ สะท้อนแนวโน้มสู่การเรียนรู้แบบปฏิสัมพันธ์ที่ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญ (Insaard & Amornrit, 2024) ขณะที่ในระดับอุดมศึกษา Utumchant (2024) พบว่าเครื่องมือเหล่านี้ช่วยลดเวลาในการทบทวนวรรณกรรมและจัดการข้อมูลอย่างมีระบบ ยิ่งไปกว่านั้น Sridam et al. (2024) ชี้ว่าการวิเคราะห์ข้อมูลสะท้อนกลับทันทีทำให้ครูทราบจุดแข็งและจุดพัฒนาของผู้เรียน นำไปสู่การออกแบบกิจกรรมที่ก้าวข้ามการสอนแบบเหมารวม ทั้งยังช่วยสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบเปิด ที่ผู้เรียนได้ทดลองและค้นคว้าด้วยตนเอง (Chanpetch & Songserm, 2024) รวมไปถึงการผลักดันให้เป็นพื้นที่ฝึกทักษะอนาคตผ่านการตั้งคำถามและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ (SCB, 2025; Panitpichetvong et al., 2024)

2) ปฏิญัตติ (Antithesis) ความเสี่ยงทางจริยธรรมและการขาดวิจารณญาณ แม้ปัญหาประดิษฐ์จะถูกมองว่าเป็นพลังใหม่ที่เสริมศักยภาพการเรียนรู้ แต่ในอีกด้านหนึ่งกลับสร้างความท้าทายเชิงโครงสร้างและจริยธรรมอย่างลึกซึ้ง การศึกษาของ UNESCO (2024) เตือนว่าการใช้งานปัญหาประดิษฐ์โดยขาดความโปร่งใส อาจทำให้ผู้เรียนพัฒนาเพียงทักษะทางเทคนิค แต่ขาดการใช้เหตุผล ซึ่งเป็นสัญญาณของความรู้เทียมที่ก่อให้เกิดเงามืดต่อระบบการศึกษา

ความเสี่ยงด้านแรก คือ ความเชื่อตรงทางวิชาการ Utumchant (2024) รายงานว่าการใช้เครื่องมือสร้างเนื้อหาในงานวิจัยโดยไม่ระบุแหล่งที่มาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนการขาดความฉลาดรู้ด้านปัญหาประดิษฐ์เชิงจริยธรรม สอดคล้องกับการแพร่หลายของปัญหาประดิษฐ์ในบริบทการศึกษา สร้างความท้าทายด้านจริยธรรมทางวิชาการอย่างมีนัยสำคัญ รายงานของ Turnitin (2025) ซึ่งสำรวจนักศึกษาระดับอุดมศึกษา 2,500 คน ใน 6 ประเทศ พบว่าร้อยละ 70 ใช้ปัญหาประดิษฐ์ หรือ AI เป็นบางครั้งในการทำงาน และร้อยละ 50 ยอมรับว่าการใช้ปัญหาประดิษฐ์ทำให้ตนเองเล็งกระบวนการเรียนรู้ที่แท้จริง สอดคล้องกับการศึกษาของ Weale (2025) ที่พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในสหราชอาณาจักรนับพันคนถูกจับได้ว่าใช้ปัญหาประดิษฐ์ เช่น ChatGPT ในทางที่ผิด ขณะที่การลอกเลียนแบบดั้งเดิมกลับลดลง แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนรูปแบบของการทุจริตทางวิชาการที่มุ่งเน้นผลลัพธ์มากกว่ากระบวนการเรียนรู้ ประเด็นเรื่องความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ปัญหาประดิษฐ์สร้างขึ้นนั้น ถูกหยิบยกขึ้นมาในงานวิชาการด้านการสื่อสารผิดพลาดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา Shao (2025) เสนอว่าปรากฏการณ์ข้อมูลสมจริงแต่เท็จของปัญหาประดิษฐ์คือผลลัพธ์ที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งระบบสร้างขึ้นโดยปราศจากเจตนาหลอกลวง แต่มีลักษณะที่ดูน่าเชื่อถือจนผู้ใช้งานยากจะตรวจสอบได้ ความแตกต่างสำคัญระหว่างปรากฏการณ์นี้กับการบิดเบือนข้อมูลที่มนุษย์สร้างขึ้น อยู่ที่การขาดซึ่งเจตนาและการรับรู้ทางญาณวิทยาของระบบ กล่าวคือปัญหาประดิษฐ์ไม่สามารถตระหนักได้เองว่าข้อมูลที่ตนผลิตออกมานั้นเป็นเท็จ เพราะกระบวนการทำงานอาศัยการทำนายคำถัดไปจากรูปแบบทางสถิติในข้อมูลบนฐานข้อมูล ไม่ใช่จากความเข้าใจเชิงความหมาย นอกจากนี้ Shao ยังชี้ว่าความเสี่ยงเชิงโครงสร้างเกิดจาก

3 ขั้นที่ซ้อนทับกัน ได้แก่ ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลบนฐานข้อมูล ความทับแสงของกระบวนการเรียนรู้ภายในโมเดล และความล้มเหลวของกลไกกรองข้อมูลในขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งทำให้ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยากในเชิงโครงสร้าง ในด้านผู้ใช้งาน ความคล่องแคล่วและน้ำเสียงที่มีอำนาจของปัญญาประดิษฐ์มักชักนำให้ผู้เกิดความเชื่อถือนำข้อมูลอย่างผิวเผินโดยไม่ตรวจสอบ จึงจำเป็นต้องส่งเสริมทักษะการคิดวิจารณ์และความฉลาดรู้ด้านปัญญาประดิษฐ์ เพื่อรับมือกับความเสียดังกล่าว ในขณะเดียวกัน Bayly-Castaneda et al. (2024) ชี้ว่าคำตอบกว่าร้อยละ 15 มีข้อมูลคลาดเคลื่อน และ Samngamjan et al. (2024) พบว่านักศึกษาฝึกสอนจำนวนมากนำเนื้อหาไปใช้โดยไม่ผ่านการตรวจสอบ สะท้อนช่องว่างด้านความรับผิดชอบ ปรากฏการณ์เหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าวิกฤตความเชื่อตรงทางวิชาการในยุคปัญญาประดิษฐ์ ไม่ใช่เพียงปัญหาจริยธรรมส่วนบุคคล แต่สะท้อนความล้มเหลวเชิงระบบในการเตรียมผู้เรียนให้รู้จักใช้เครื่องมืออย่างมีวิจารณญาณ และความไม่พร้อมของสถาบันการศึกษาในการปรับกรอบการประเมินผลให้ทันต่อพลวัตของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ความเสี่ยงด้านที่สอง คือ การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวของผู้เรียน เมื่อระบบปัญญาประดิษฐ์ถูกนำมาใช้ในกระบวนการเรียนการสอน การเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรม การเรียน ผลการประเมิน และรูปแบบการตอบสนองของผู้เรียนกลายเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติและต่อเนื่อง Electronic Transactions Development Agency (2023) เตือนว่า การใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์โดยไม่มีกรอบกำกับดูแลที่ชัดเจน อาจนำไปสู่การละเมิดพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพราะข้อมูลที่ระบบเก็บสะสมนั้นมีความละเอียดอ่อนเพียงพอที่จะเปิดเผยข้อมูลเชิงพฤติกรรมและศักยภาพรายบุคคลของผู้เรียน โดยที่ทั้งนักเรียนและผู้ปกครองอาจไม่ตระหนัก ความเสี่ยงนี้ทวีความซับซ้อนขึ้น เมื่อสถานศึกษาพึ่งพาแพลตฟอร์มของภาคเอกชนที่มีนโยบายการจัดการข้อมูลแตกต่างจากมาตรฐานที่ภาครัฐกำหนด ทำให้การกำกับดูแลในระดับโรงเรียนเป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติ

ความเสี่ยงด้านที่สาม คือ การพึ่งพาเครื่องมือมากเกินไปจนเกิดภาวะการโอนถ่ายภาระทางปัญญา Insaard & Amornrit (2024) พบว่าผู้เรียนไทยร้อยละ 47 ใช้งานเพื่อทำการบ้านโดยไม่อ่านเนื้อหา ส่งผลให้คะแนนการคิดเชิงวิเคราะห์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ บทวิเคราะห์ของ IEEE Tech News (2025) ชี้ว่าเมื่อภาระทางปัญญาถูกย้ายไปให้ปัญญาประดิษฐ์ ผู้เรียนจะลดโอกาสในการฝึกคิด (Royce & Bennett, 2024) ขณะที่ครูบางส่วนนำแผนการสอนไปใช้โดยไม่ปรับบริบท ทำให้คุณค่าของครูในฐานะผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้ถูกลดทอนลง (Ramsoot, 2021) ท้ายที่สุดคือปัญหาความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล TDRI รายงานว่า กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนครัวเรือนที่มีคอมพิวเตอร์สูงถึงร้อยละ 42 ขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเพียงร้อยละ 14 และครัวเรือนที่มีรายได้ต่ำกว่า 2 แสนบาทต่อปี มีคอมพิวเตอร์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพียงร้อยละ 3 (Rattanakomfoo, 2020) ความเหลื่อมล้ำทางโครงสร้างนี้ทำให้การประเมินผลหรือการเข้าถึงทรัพยากรเกิดความไม่เท่าเทียม (Office of the Basic Education Commission, 2025)

3.2 การสังเคราะห์และการอภิปรายผล (Synthesis and discussion) แนวทางบูรณาการปัญญาประดิษฐ์อย่างรับผิดชอบต่อระบบการศึกษาไทย

การวิเคราะห์ผ่านกระบวนการวิชาการวิธีนี้ ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนในระดับโครงสร้าง ว่าปัญญาประดิษฐ์ในระบบการศึกษาไทยได้ก้าวข้ามสถานะของการเป็นเพียงเครื่องมืออำนวยความสะดวก ไปสู่การก่อตัวเป็นระบบนิเวศทางปัญญาที่สลับซับซ้อน ข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับกรอบคิดของ Selwyn (2022) ที่เสนอว่าเทคโนโลยีในการศึกษาไม่เคยเป็นกลางทางการเมืองและสังคม แต่มักฝังค่านิยมของผู้ออกแบบและผู้ครอบครองโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลไว้อย่างแนบเนียน การปะทะประสานระหว่างข้อเสนอเรื่องโอกาสและข้อโต้แย้งเรื่องความเสี่ยง จึงไม่ใช่เพียงการถกเถียงเรื่องประสิทธิภาพ หากแต่เป็นคำถามเชิงอำนาจว่าใครเป็นผู้กำหนดว่าปัญญาประดิษฐ์จะถูกใช้เพื่ออะไรและเพื่อใคร

ข้อโต้แย้งนี้นำไปสู่การตีความหมายใหม่ของ ทางออกของระบบการศึกษาไทยไม่ใช่การพยายามสกัดกั้นเทคโนโลยี แต่คือการสร้างภูมิคุ้มกันทางสติปัญญาให้แก่ผู้เรียนและบุคลากรทางการศึกษา Biesta (2022) เสนอว่าการศึกษาที่แท้จริงต้องมีหน้าที่ 3 ประการพร้อมกัน ได้แก่ (1) การส่งมอบความรู้ (2) การสร้างอัตลักษณ์ของผู้เรียนในฐานะผู้ที่มีอำนาจกำหนดทิศทางการเรียนรู้ของตนเอง และ (3) การสร้างพลเมืองที่มีความรับผิดชอบ ซึ่งปัญญาประดิษฐ์ออกแบบระบบเพื่อตอบสนองความต้องการรายบุคคลนั้น เน้นหน้าที่แรกคือการส่งมอบความรู้อย่างล้นเกิน แต่กลับบั่นทอนสองหน้าที่หลัง อันได้แก่การสร้างอัตลักษณ์ของผู้เรียน ในฐานะผู้ที่มีอำนาจกำหนดทิศทางการเรียนรู้ของตนเอง และการสร้างพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่ออย่างเจียมจั้น ความเข้าใจนี้ทำให้ภูมิคุ้มกันทางสติปัญญาในบริบทไทย มีความหมายที่ลึกกว่าการฝึกทักษะ

ดิจิทัล นั่นคือการรักษาไว้ซึ่งสถานะที่ผู้เรียนยังคงมีอำนาจกำหนดทิศทางการเรียนรู้ของตนเอง ไม่ใช่กลายเป็นเพียงผู้ใช้บริการจากปัญญาประดิษฐ์

การสังเคราะห์นี้มุ่งเติมเต็มช่องว่างในการศึกษาที่ผ่านมา ซึ่งส่วนใหญ่วิเคราะห์ปัญญาประดิษฐ์ในมิติประสิทธิภาพเพียงด้านเดียว โดยนำเสนอข้อเสนอ 5 ประการที่พิจารณาทั้งโอกาสและความเสี่ยงไปพร้อมกัน ดังนี้

1) การปรับกระบวนการทัศนคติความรู้ด้านปัญญาประดิษฐ์ ระบบการศึกษาต้องเปลี่ยนการมองความรู้จากเพียงทักษะการใช้งาน ไปสู่การสร้างระบบความคิดที่รู้จักไตร่ตรองเชิงวิพากษ์ (Sridam et al, 2024; Swiecki et al., 2022) สอดคล้องกับสิ่งที่ Holmes et al. (2023) เรียกว่าภาวะหลงเชื่อระบบอัตโนมัติ (Automation bias) ซึ่งเป็นแนวโน้มที่มนุษย์ให้น้ำหนักต่อผลลัพธ์ของปัญญาประดิษฐ์มากเกินไปจนการตัดสินใจด้วยตนเอง แม้ปัญญาประดิษฐ์จะให้ข้อมูลที่คลาดเคลื่อนก็ตาม ปรากฏการณ์นี้เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างมากกว่าเรื่องของจริยธรรมส่วนบุคคล Floridi et al. (2021) จากกรอบคิด AI4People ชี้ว่าการสร้างความฉลาดรู้ทางปัญญาประดิษฐ์ที่แท้จริง ต้องเริ่มจากการทำให้ผู้ใช้เข้าใจข้อจำกัดเชิงญาณวิทยาของระบบ กล่าวคือ ต้องเข้าใจก่อนว่าปัญญาประดิษฐ์มีขีดจำกัดอะไรและเชื่อถือได้แค่ไหน ก่อนที่จะฝึกทักษะการใช้งาน

อย่างไรก็ตาม ในเชิงวิพากษ์การสร้างวัฒนธรรมภูมิคุ้มกันทางสติปัญญาจะเป็นไปได้ยาก หากระบบการประเมินผลระดับชาติยังคงมุ่งเน้นการท่องจำเนื้อหามากกว่าการวัดกระบวนการคิด ซึ่งเป็นความขัดแย้งเชิงสถาบันที่ Selwyn (2022) เรียกว่า ช่องว่างระหว่างนโยบายกับการปฏิบัติจริง อันเกิดจากการที่นโยบายด้านเทคโนโลยีและนโยบายด้านการวัดประเมินผลมักถูกออกแบบโดยหน่วยงานคนละชุดโดยไม่มีการบูรณาการ

2) นโยบายที่ขับเคลื่อนด้วยฐานคิดมนุษยนำเทคโนโลยี แม้ความร่วมมือกับภาคเอกชนจะแสดงถึงศักยภาพ แต่นโยบายต้องยึดคุณค่าความเป็นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Equitable Education Fund., 2025) รายงานของ The Organisation for Economic Co-operation and Development (2023) ว่าด้วยกรอบการกำกับดูแลปัญญาประดิษฐ์เพื่อการศึกษา ชี้ว่าประเทศที่ประสบความสำเร็จในการบูรณาการเทคโนโลยีล้วนมีกลไกกำกับดูแล 3 ชั้น ได้แก่ (1) ชั้นนโยบาย (2) ชั้นสถานศึกษา และ (3) ชั้นผู้เรียน โดยไม่ปล่อยให้ชั้นใดชั้นหนึ่งทำงานโดดเดี่ยว ข้อจำกัดสำคัญของการศึกษานี้ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลจากข่าวเชิงนโยบายระดับชาติ 5 แหล่ง ซึ่งมักสะท้อนภาพอุดมคติจากมุมมองระดับบนลงสู่ระดับล่าง ดังนั้น ความท้าทายเชิงปฏิบัติที่แท้จริงคือ ภาครัฐจะกระจายอำนาจให้สถานศึกษาและชุมชนมีส่วนร่วมออกแบบกติกาทางจริยธรรมได้อย่างไร เพื่อไม่ให้นโยบายกลายเป็นเพียงกรอบบังคับที่ตัดขาดจากบริบทจริงของระบบนิเวศการเรียนรู้

ในขณะเดียวกัน สิ่งที่น่าตั้งคำถามในบริบทไทยคือ ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและบริษัทเทคโนโลยีรายใหญ่ อาจสร้างสิ่งที่ Selwyn (2022) เรียกว่าการพึ่งพิงแพลตฟอร์ม กล่าวคือ เมื่อระบบการศึกษาพึ่งพาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของผู้ให้บริการรายใดรายหนึ่งมากเกินไป อำนาจในการกำหนดรูปแบบการเรียนรู้จะค่อย ๆ เคลื่อนจากครูและสถานศึกษาไปสู่บริษัทนั้นอย่างเงียบ ๆ ข้อจำกัดสำคัญนี้ชี้ว่าหลักการมนุษยนำเทคโนโลยี ต้องครอบคลุมถึงการกำหนดเงื่อนไขสัญญาจัดซื้อระบบที่ปกป้องอำนาจการตัดสินใจทางการศึกษาของรัฐด้วย ไม่ใช่เพียงการฝึกอบรมครูให้ใช้งานเครื่องมือที่บริษัทออกแบบมาให้

3) การเปลี่ยนผ่านสู่ผู้ออกแบบการเรียนรู้และตัวอย่างเชิงปฏิบัติ ภายใต้ระบบนิเวศทางปัญญาครูต้องเปลี่ยนบทบาทจากผู้ใช้เครื่องมือไปสู่ผู้ออกแบบการเรียนรู้เชิงวิพากษ์ Holmes et al. (2023) เสนอว่าครูในยุคปัญญาประดิษฐ์ไม่ใช่เพียงรู้จักเครื่องมือมากที่สุด แต่คือการรู้จักตั้งคำถามต่อเครื่องมือได้แหลมคมที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับกรอบการมีมนุษย์เป็นศูนย์กลางการตัดสินใจ ที่เน้นว่ามนุษย์ต้องอยู่ในจุดตัดสินใจทุกขั้นตอนของกระบวนการ ไม่ใช่เพียงจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้าย

ในเชิงปฏิบัติรูปแบบที่เป็นรูปธรรม คือ การปรับการประเมินผลจากการวัดผลลัพธ์ไปสู่การประเมินกระบวนการคิด เช่น การให้ผู้เรียนใช้เครื่องมือสร้างสรรค์เนื้อหาเป็นคู่ซ้อมโต้แย้ง จากนั้นครูประเมินความสามารถของผู้เรียนในการระบุจุดที่เครื่องมือให้ข้อมูลที่คลาดเคลื่อน และอธิบายได้ว่าเหตุใดจึงคลาดเคลื่อน รูปแบบนี้เปลี่ยนปัญญาประดิษฐ์จากสิ่งที่ผู้เรียนพึ่งพาไปสู่สิ่งที่ผู้เรียนวิพากษ์ ซึ่งเป็นการป้องกันการโอนถ่ายภาระทางปัญญาที่ Royce & Bennett (2024) เสนอว่าเป็นความเสี่ยงเชิงพัฒนาการที่ร้ายแรงกว่าการทุจริตทางวิชาการ เพราะบั่นทอนความสามารถในการคิดเองในระยะยาว

4) การตั้งคำถามต่อนโยบายพื้นที่ทดลองในฐานะกลไกที่อาจตอกย้ำความเหลื่อมล้ำ การเสนอให้ใช้พื้นที่ทดลองสำหรับโรงเรียนที่มีความพร้อมก่อนขยายผล เป็นแนวทางที่ดูปลอดภัยในเชิงการบริหารความเสี่ยง แต่เมื่อวิพากษ์ผ่านกรอบวิภาษวิธีและหลักฐานเชิงโครงสร้าง นโยบายนี้มีความเสี่ยงที่จะตอกย้ำความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลให้ยิ่งรากลึกขึ้น

Thailand Development Research Institute (2021) ศึกษาและพบว่า โรงเรียนต้นแบบ (Sandbox) ที่มีอิสระในการบริหารจัดการ มีคนในพื้นที่มีส่วนร่วม และมีห้องเรียนแบบเชิงรุก สามารถขยายผลได้ แต่ยังต้องการระยะเวลาที่เหมาะสม โดยการเปลี่ยนแปลงด้านการศึกษาที่ปรากฏผลชัดเจนมักใช้เวลาอย่างน้อย 3 ปี และต้องใช้เวลา 5 ปี เพื่อให้เกิดความยั่งยืน การเสนอให้ใช้พื้นที่ทดลองสำหรับโรงเรียนที่มีความพร้อมก่อนขยายผลเป็นแนวทางที่ดูปลอดภัย แต่หากวิพากษ์ผ่านเลนส์วิชาชีพครู นโยบายนี้อาจกลายเป็นการตอกย้ำความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลให้ยิ่งรากลึกขึ้น หากรัฐไม่มีแผนแม่บทคู่ขนานในการเร่งอุดหนุนโครงสร้างพื้นฐานให้แก่โรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล ซึ่งเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ชัดเจนว่าช่องว่างทางโครงสร้างนี้ไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยการรอให้โรงเรียนที่พร้อมแล้วเป็นต้นแบบ

The Organisation for Economic Co-operation and Development (2023) ชี้ให้เห็นจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบระบบการศึกษาดิจิทัลในกลุ่มประเทศสมาชิกว่า นโยบายที่ไม่มีแผนลงทุนโครงสร้างพื้นฐานคู่ขนานสำหรับพื้นที่ด้อยโอกาสมักส่งผลให้ช่องว่างทางการเรียนรู้ระหว่างกลุ่มที่มีและไม่มีเทคโนโลยีขยายกว้างขึ้น ดังนั้นการขยายผลที่แท้จริงต้องเริ่มจากการแก้ไขความไม่เท่าเทียมทางโครงสร้างพร้อมกัน ไม่ใช่การรอให้ความพร้อมเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติของตลาด

อย่างไรก็ตาม การแก้ไขความเหลื่อมล้ำดังกล่าวไม่อาจสำเร็จได้ด้วยการอุดหนุนอุปกรณ์เพียงอย่างเดียว Roblyer & Hughes (2022) ชี้ให้เห็นในงานบุกเบิกด้านการบูรณาการเทคโนโลยีทางการศึกษาว่า เทคโนโลยีจะส่งผลต่อการเรียนรู้ อย่างแท้จริงก็ต่อเมื่อครูมีสมรรถนะในการออกแบบการเรียนรู้การสอนที่เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับวัตถุประสงค์ทางการศึกษา ไม่ใช่เพียงการมีอุปกรณ์ในมือ บทเรียนนี้สะท้อนชัดเจนผ่านโครงการแท็บเล็ตพีซีเพื่อการศึกษาไทยในปี พ.ศ. 2555 - 2556 ซึ่งแจกแท็บเล็ตให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 กว่า 800,000 เครื่องทั่วประเทศ แต่ไม่ได้พัฒนาสมรรถนะครูในการนำอุปกรณ์ดังกล่าวไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กันไป ผลที่ตามมาคืออุปกรณ์จำนวนมากถูกใช้เพียงเป็นสื่อบันทึกหรือถูกทิ้งไว้โดยไม่ได้ใช้งาน โดยไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการเรียนรู้แต่อย่างใด ดังนั้น นโยบายลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลที่ยั่งยืนจึงต้องลงทุนทั้งโครงสร้างพื้นฐาน สมรรถนะครู และกระบวนการสอนที่ออกแบบมาเพื่อบริบทของผู้เรียนในพื้นที่ไปพร้อมกัน ไม่ใช่การส่งมอบอุปกรณ์แล้วรอให้การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเอง

5) การวิจัยติดตามผลเพื่อป้องกันความเสี่ยงเชิงระบบ ตรรกะที่มองว่าเทคโนโลยีจะให้ประโยชน์แก่ทุกคนเท่าเทียมกันนั้นเป็นความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน (Mahidol University, 2024) เพราะการกระจายผลของนวัตกรรมในระบบการศึกษาไม่ได้เป็นไปตามกลไกตลาด แต่ถูกกำหนดโดยโครงสร้างอำนาจและความพร้อมที่ไม่เท่ากันของแต่ละบริบท การนำปัญญาประดิษฐ์ไปใช้จึงต้องมีกลไกวิจัยติดตามผลระยะอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยไม่จำกัดอยู่เพียงการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหรือสถิติการเข้าถึงอุปกรณ์ แต่ต้องขยายไปสู่การวัดคุณภาพของกระบวนการคิด ความสามารถในการตั้งคำถามต่อข้อมูล และระดับความเป็นอิสระทางปัญญาของผู้เรียนในระยะยาว งานวิจัยติดตามผลในลักษณะนี้ยังทำหน้าที่เป็นกลไกตรวจสอบถ่วงดุลที่ทำให้ผู้กำหนดนโยบายมองเห็นผลข้างเคียงที่ไม่ได้ตั้งใจก่อนที่ความเสียหายจะสะสมจนยากต่อการแก้ไข ซึ่งเป็นหลักการที่ Holmes et al. (2023) เรียกว่าการออกแบบระบบที่มีมนุษย์อยู่ในวงจรการประเมินผลตลอดเวลา ไม่ใช่เพียงในจุดเริ่มต้นของการนำนโยบายไปใช้

โดยสรุป บทสังเคราะห์เชิงวิชาชีพนี้ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงหาจุดสมดุลระหว่างโอกาสและความเสี่ยง แต่ยืนยันว่าคำถามที่แท้จริงของการศึกษาไทยในยุคปัญญาประดิษฐ์ไม่ใช่ว่าจะใช้เทคโนโลยีหรือไม่ แต่คือใครมีอำนาจในการกำหนดเงื่อนไขและทิศทางของการใช้ปัญญาประดิษฐ์นั้น ข้อเสนอทั้ง 5 ประการที่นำเสนอจึงไม่ใช่สูตรสำเร็จ แต่เป็นโครงสร้างการวิพากษ์ที่ช่วยให้ผู้เรียน ครู สถานศึกษา และผู้กำหนดนโยบายสามารถตั้งคำถามต่อปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างมีพลังและรับผิดชอบ รากฐานของกระบวนการทั้งหมดนี้ คือ สภาวะที่ผู้เรียนยังคงเป็นผู้กำหนดทิศทางการเรียนรู้ของตนเอง ไม่ใช่เพียงผู้รับบริการจากปัญญาประดิษฐ์ และนั่นคือแก่นแท้ของภูมิคุ้มกันทางสติปัญญาที่ระบบการศึกษาไทยต้องเร่งสร้าง ก่อนที่อำนาจในการกำหนดทิศทางการเรียนรู้จะหลุดไปอยู่ในมือของผู้อื่นอย่างถาวร

4. ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ปรากฏการณ์ปัญญาประดิษฐ์ในระบบการศึกษาไทยผ่านกระบวนการวิชาชีพ ได้นำไปสู่ข้อค้นพบที่ตอบโจทย์การวิจัยอย่างชัดเจนว่า เทคโนโลยีดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือเสริมประสิทธิภาพการเรียนรู้ตามที่ถูกนำเสนอผ่านข้อเสนอหลักของภาครัฐ ในขณะเดียวกันก็ไม่อาจถูกปฏิเสธอย่างสิ้นเชิงจากข้อโต้แย้งด้านความกังวลทางจริยธรรมหรือความเหลื่อมล้ำ

ทว่าแท้จริงแล้ว นวัตกรรมนี้กำลังเปลี่ยนรูปโครงสร้างการศึกษาไปสู่ระบบนิเวศทางปัญญาและต้องการการกำกับดูแลที่รอบคอบ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Biesta (2022) เตือนว่าการศึกษาที่ถูกนำโดยเทคโนโลยีโดยไม่มีกรอบคิดเชิงปรัชญารองรับ มักลงเอยด้วยการเน้นประสิทธิภาพจนลืมนัยของการศึกษา

บทสรุปของการศึกษานี้จึงชี้ให้เห็นว่า ทางออกที่เหมาะสมและยั่งยืนที่สุดคือ การสร้างภูมิคุ้มกันทางสติปัญญา ซึ่งมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การยกระดับคุณค่าและศักยภาพของมนุษย์ มากกว่าการเชิดชูความสามารถของเครื่องมือ

กระบวนการสร้างภูมิคุ้มกันดังกล่าว ต้องเริ่มต้นจากการเปลี่ยนความฉลาดรู้ด้านปัญญาประดิษฐ์ จากเพียงการฝึกทักษะการใช้งาน ให้กลายเป็นระบบความคิดที่สามารถตั้งคำถามและไตร่ตรองข้อมูลได้อย่างเท่าทัน ควบคู่ไปกับการพลิกบทบาทของครู จากเพียงผู้ใช้งานไปสู่การเป็นผู้ออกแบบการเรียนรู้ สามารถคัดกรองและตรวจสอบข้อมูลที่จัดด้วยตนเอง ในขณะเดียวกัน การขับเคลื่อนเชิงระบบต้องดำเนินการภายใต้หลักการมนุษยนำเทคโนโลยี โดยใช้นโยบายพื้นที่ทดลองในบริบทที่มีความพร้อมก่อนขยายผลเชิงโครงสร้าง เพื่อป้องกันการขยายช่องว่างทางดิจิทัล ตามที่ OECD (2023) เตือนไว้ กระบวนการทั้งหมด ต้องถูกกำกับดูแลด้วยการวิจัยติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นหลักประกันว่าระบบการศึกษาไทย จะใช้ความก้าวหน้าทางนวัตกรรมเพื่อยกระดับปัญญาของมนุษย์อย่างแท้จริง ไม่ใช่การสร้างภาวะที่ผู้เรียนหลงเชื่อเครื่องมือ จนละทิ้งกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง

ท้ายที่สุด การศึกษาไทยในยุคปัญญาประดิษฐ์จึงไม่ใช่การเลือกข้างระหว่างมนุษย์หรือปัญญาประดิษฐ์ แต่คือการสร้างภูมิคุ้มกันทางสติปัญญาที่ทำให้ครูและผู้เรียนสามารถดำรงอยู่เหนือเทคโนโลยีได้อย่างมีศักดิ์ศรี เราไม่นำปัญญาประดิษฐ์เข้ามาเพื่อลดทอนความเป็นมนุษย์ แต่เพื่อใช้มันเป็นเครื่องมือในการเพิ่มพูนความเป็นมนุษย์ในทุกห้องเรียน นี่คือการเรียนรู้ที่ต้องตั้งอยู่บนเหตุผล ความรับผิดชอบ และจริยธรรมที่ลึกกว่าอัลกอริทึมที่ขับเคลื่อนปัญญาประดิษฐ์

5. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

จากผลการวิเคราะห์เชิงวิภาษวิธีเกี่ยวกับปรากฏการณ์การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในระบบการศึกษาไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2566 - 2568 พบว่า การพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนในภาคการศึกษา จำเป็นต้องอาศัยทั้งนโยบายเชิงระบบ การปฏิบัติในระดับสถานศึกษา งานวิจัยเชิงลึก และจิตวิญญาณแห่งความเป็นครู ที่เข้าใจบทบาทของตนท่ามกลางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

5.2 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีจากบทสรุปของการศึกษา สามารถขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้บริบทของประเทศไทยซึ่งมีข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและปัญหาความเหลื่อมล้ำ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะทางระดับปฏิบัติการที่เฉพาะเจาะจง ดังต่อไปนี้

1) รูปแบบการพัฒนาครูเพื่อยกระดับความฉลาดรู้ด้านปัญญาประดิษฐ์ การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรทางการศึกษา ต้องปรับรูปแบบจากการอบรมทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทั่วไป ไปสู่การจัดตั้งชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพที่มุ่งเน้นกระบวนการสอนเชิงวิพากษ์ สถานศึกษาควรสร้างพื้นที่ให้ครูได้ฝึกปฏิบัติการออกแบบการประเมินผลที่เน้นกระบวนการคิดมากกว่าผลลัพธ์ โดยมีกลไกประเมินสมรรถนะครูที่ชัดเจน ผ่านความสามารถในการใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นคู่หูข้อโต้แย้งทางวิชาการ เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนรู้จักจับผิดข้อมูลเท็จ การปรับเปลี่ยนนี้จะช่วยย้ายสถานะของครูจากผู้ใช้งานซอฟต์แวร์ไปสู่ผู้ออกแบบการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรม

2) การกำหนดกลไกและตัวชี้วัดสำหรับนโยบายพื้นที่ทดลอง การใช้นโยบายพื้นที่ทดลองในระดับชาติ ควรดำเนินการภายใต้เงื่อนไขที่สะท้อนสภาพจริงของความเหลื่อมล้ำทางโครงสร้าง ภาครัฐไม่ควรคัดเลือกเฉพาะโรงเรียนที่มีความพร้อมสูงสุดเข้าร่วมโครงการ แต่ควรผนวกกลุ่มโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล โดยการจัดสรรงบประมาณอุดหนุนโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลแบบมุ่งเป้าคู่ขนานกันไป พร้อมทั้งกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่จับต้องได้ เช่น สัดส่วนชั่วโมงการทำงานธุรการของครูที่ลดลง และร้อยละของพัฒนาการด้านคะแนนสมรรถนะการคิดเชิงวิเคราะห์ของผู้เรียน แทนการวัดเพียงสถิติการจัดซื้ออุปกรณ์หรือความถี่ในการใช้งานระบบประมวลผล

3) การสร้างองค์ประกอบแนวปฏิบัติเทคโนโลยีอย่างรับผิดชอบสำหรับบริบทไทย กระทรวงศึกษาธิการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องร่วมกันกำหนดมาตรฐานการประเมินความเสี่ยง หรือแนวปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีอย่างรับผิดชอบที่สอดคล้อง

กับบริบทท้องถิ่น โดยมีองค์ประกอบเชิงปฏิบัติ คือ การสร้างระบบคัดกรองเนื้อหาที่สอดคล้องกับจริยธรรมของสังคมไทย กลไกการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เรียน และการจัดตั้งคณะกรรมการธรรมาภิบาลข้อมูลระดับสถานศึกษา ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริหาร ครู นักเรียน และชุมชน เพื่อร่วมกันกำหนดกติกาการใช้งานที่โปร่งใส แนวทางนี้จะเป็นหลักประกันว่าการขับเคลื่อนนวัตกรรมจะดำเนินไปเพื่อสร้างความเสมอภาค มากกว่าการปล่อยให้การผูกขาดทางเทคโนโลยีมาเป็นตัวกำหนดทิศทางการศึกษาของประเทศ

ท้ายที่สุดบทเรียนสำคัญของการบูรณาการปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาไทย คือ การตระหนักว่าเทคโนโลยีมิใช่เครื่องมือแทนที่ครู แต่เป็นเครื่องมือเสริมพลังมนุษย์ ครูจึงควรตระหนักในบทบาทของตนในฐานะผู้ใช้เทคโนโลยีอย่างมีปัญญา เพื่อให้การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการเรียนรู้ไม่เพียงสร้างนวัตกรรม แต่ยังคงไว้ซึ่งคุณค่าความเป็นมนุษย์และจริยธรรมแห่งวิชาชีพครูอย่างมั่นคง

บรรณานุกรม

- Bayly-Castaneda, K., Ramirez-Montoya, M. S., & Morita-Alexander, A. (2024). Crafting personalized learning paths with AI for lifelong learning: A systematic literature review. *Frontiers in Education*, 9. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1424386>
- Biesta, G. (2022). *World-centred education: A view for the present*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003098331>
- Chaisuwan, B., Kuldilok, P., & Sakuna, C. (2022). Situations, trends, and needs of knowledge and artificial intelligence skills for enhancing work effectiveness among working-age people in Thailand [สถานการณ์ แนวโน้ม และความต้องการด้านความรู้และทักษะปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนาสมรรถนะบุคลากรวัยทำงานในประเทศไทย]. *Academic Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University*, 30(1). <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/253233> (in Thai)
- Chanpetch, N., & Songserm, U. (2024). Artificial intelligence (AI): Educational applications [ปัญญาประดิษฐ์ (AI) : การประยุกต์ใช้ทางการศึกษา]. *Journal of Education Studies*, 22(1), 1–12. (in Thai)
- Equitable Education Fund. (2025). *AI policy design must be human-led: Schools should participate in setting rules and ethics for AI use* [ผู้จัดการ กสศ. ชูแนวคิด ‘AI สร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต’ ขับเคลื่อนความเสมอภาคทางการศึกษาด้วยวิจัยและนวัตกรรม บนเวที KBTG Techtopia 2025]. Equitable Education Fund (EEF). <https://www.eef.or.th/news-120925/> (in Thai)
- Electronic Transactions Development Agency (ETDA). (2023). *Basic guidelines for using ChatGPT in organizations*. [แนวปฏิบัติเบื้องต้นในการใช้ ChatGPT สำหรับองค์กร]. ETDA. <https://www.etda.or.th/getattachment/2cde4986-5362-4aae-9c52-b90b76b5d196/20230417-10-%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%8A-ChatGPT-AIGC-sak.pdf.aspx>
- Floridi, L., Cows, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., Luetge, C., Madelin, R., Pagallo, U., Rossi, F., Schafer, B., Valcke, P., & Vayena, E. (2021). An ethical framework for a good AI society: Opportunities, risks, principles, and recommendations. In L. Floridi (Ed.), *Ethics, governance, and policies in artificial intelligence* (pp. 19–39). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-81907-1_3
- Holmes, W., Porayska-Pomsta, K., Holstein, K., Sutherland, E., Baker, T., Shum, S. B., Santos, O. C., Rodrigo, M. T., Cukurova, M., Bittencourt, I. I., & Koedinger, K. R. (2023). *Ethics of AI in education: Towards a community-wide agenda*. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, 32(2), 504–526. <https://doi.org/10.1007/s40593-021-00239-1>

- IEEE Tech News. (2025). *Cognitive Offloading: How AI is quietly eroding our critical thinking*. IEEE Tech News. <https://www.computer.org/publications/tech-news/trends/cognitive-offloading>
- Insaard, S., & Amornrit, P. (2024). Assessing digital competency among Thai citizens: A comprehensive study in the post-COVID-19 era. *Journal of Education and Learning*, 13(5), 159–171. <https://doi.org/10.5539/jel.v13n5p159>
- Mahidol University. (2024). *The role of AI in Thailand's education today* [บทบาทของ AI กับการศึกษาไทยในปัจจุบัน]. <https://op.mahidol.ac.th/ga/learning-ai/> (in Thai)
- Ministry of Education. (2025). *Prof. Dr. Naruemon Pinyosinwat opens AI for Education: AI as a tool to empower teachers* [รณว.ศธ. “นฤมล” เปิดงาน “AI for Education ปั่นคนไทยสู่นาคต 5.0” เน้นย้ำใช้ให้ถูกหลักจริยธรรม วางแนวทางป้องกันผลกระทบผู้เรียน]. Ministry of Education <https://www.moe.go.th/news/ai-for-education-2025> (in Thai)
- Ministry of Digital Economy and Society. (2022). *Thailand national artificial intelligence strategy and action plan (2022–2027)*. Ministry of Digital Economy and Society [AI Thailand | แผนปฏิบัติการด้านปัญญาประดิษฐ์แห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (พ.ศ. 2565 – 2570)]. <https://www.ai.in.th/en/about-ai-thailand/>
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2024). *Guidelines for the use of Generative Artificial Intelligence (Generative AI) in higher education institutions* แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนด้านปัญญาประดิษฐ์ในหลักสูตรการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา. Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (in Thai) https://www.ops.go.th/th/content_page/item/13535-E-office_policy
- Office of the Basic Education Commission. (2025). *AI usage guide for teachers, students, schools, and parents in Thailand* [คู่มือการใช้ AI สำหรับครู นักเรียน โรงเรียน และผู้ปกครองในประเทศไทย พ.ศ. 2568]. Bureau of Academic Affairs and Educational Standards, Office of the Basic Education Commission, Ministry of Education. (in Thai)
- Office of the Education Council. (2025). *AI impacts on the role of teachers* [ผลกระทบของ AI ต่อบทบาทครูผู้สอน]. Office of the Education Council. <https://www.onec.go.th/th.php/page/view/Outstand/6456> (in Thai)
- Office of the Education Council (2024). *Application of AI in learning management: Examples of international practices* [การประยุกต์ใช้ AI ในการจัดการเรียนรู้: ตัวอย่างแนวปฏิบัติของต่างประเทศ]. OEC. (in Thai)
- Panitpichetvong, P., Phattranurakkul, C., Thatreenaranont, N., & Limyotin, A. (2024). Guidelines for the application of generative artificial intelligence technology for teaching and learning in higher education [แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ สำหรับการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา]. *Bangkokthonburi University Journal*, 13(1), 31–45. (in Thai)

- Phongsanam, T. (2024). *AI technology and the turning point in Thai education* [เทคโนโลยี AI กับจุดเปลี่ยนทางการศึกษาไทย]. Bansomdejchaopraya Rajabhat University. <https://www.learneducation.co.th/ai-%e0%b8%81%e0%b8%b1%e0%b8%9a-%e0%b8%81%e0%b8%b2%e0%b8%a3%e0%b8%a8%e0%b8%b6%e0%b8%81%e0%b8%a9%e0%b8%b2%e0%b9%83%e0%b8%99%e0%b8%ad%e0%b8%99%e0%b8%b2%e0%b8%84%e0%b8%95> (in Thai)
- Ramsot, N. (2021). Thai teachers and AI in the educational arena for developing 21st-century learners. In *Commemorative Book for National Teachers' Day 2021: Thai Teachers' Power in the New Normal, Digital Literacy and Smart Teaching* [ครูไทยกับ AI ในสนามการศึกษาเพื่อสร้างคนสู่ศตวรรษที่ 21]. Onpa Co., Ltd. https://elibrary.ksp.or.th/index.php?lvl=cmspage&pageid=4&id_article=286 (in Thai)
- Rattanakomfoo, S. (2020). *Digital divide and online learning inequalities in Thailand* [ช่องว่างดิจิทัลและความเหลื่อมล้ำในการเรียนออนไลน์]. Thailand Development Research Institute. Roblyer, M. D., & Hughes, J. E. (2022). *Integrating educational technology into teaching: Transforming learning across disciplines* (9th ed.). Pearson.
- Rohitasathien, B. (2025). *The Ministry of Education is concerned about students misusing AI and emphasizes that rights should not be violated or emotionally harmed. They urge teachers, parents, and friends to help warn students.* [ศธ.ห่วงใยนักเรียนใช้ AI ในทางผิด ไม่ควรละเมิดสิทธิทำร้ายจิตใจ ฝากครู-ผู้ปกครอง-เพื่อน ช่วยตักเตือน]. MOE360 Blog. <https://moe360.blog/2025/06/12/students-misuse-ai/> (in Thai)
- Royce, C. A., & Bennett, V. (2024). *To Think or Not to Think: The Impact of AI on Critical-Thinking Skills.* NSTA Blog. <https://www.nsta.org/blog/think-or-not-think-impact-ai-critical-thinking-skills>
- Samngamjan, N., Phetthom, P., Sa-ngunsat, K., & Philuek, W. (2024). A survey study on AI literacy of Nakhon Sawan Rajabhat University's digital technology teacher students in Thailand. *Shanlax International Journal of Education*, 13(1), 33–40. <https://doi.org/10.34293/education.v13i1.8355>
- Smart Nation Singapore. (2023). *National AI Strategy 2.0: AI for the Public Good for Singapore and every Singaporean.* Smart Nation and Digital Government Office. <https://www.smartnation.gov.sg/initiatives/national-ai-strategy/>
- SCB. (2025). *SCB 10X Partners with Office of the Education Council to Deploy Typhoon AI for Advancing Thai Education and Preparing for PISA 2025* [SCB 10X จับมือสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา นำ AI Typhoon ยกระดับการศึกษาไทย เตรียมความพร้อมสู่ PISA 2025]. SCB 10X. <https://www.scb.co.th/en/about-us/news/aug-2025/scb10x-mou-typhoon> (in Thai)
- Selwyn, N. (2022). *Education and technology: Key issues and debates* (3rd ed.). Bloomsbury Academic.
- Shao, A. (2025). New sources of inaccuracy? A conceptual framework for studying AI hallucinations. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-182>
- Sridam, A., Sangkaram, E., & Ittipong, A. (2024). The role of artificial intelligence technology for education in higher education institutions [บทบาทเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ด้านการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา]. *Journal of Education and Innovative Learning*, 4(1), 145–159. (in Thai)
- Swiecki, Z., Khosravi, H., Chen, G., Martinez-Maldonado, R., Lodge, J. M., Milligan, S., Selwyn, N., & Gašević, D. (2022). Assessment in the age of artificial intelligence. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 3, 100075. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2022.100075>

- Tadthiemrom, J. (2025). Reforms set to boost future education. *Bangkok Post*.
<https://www.bangkokpost.com/thailand/general/3149805/reforms-set-to-boost-future-education>
- Thailand Development Research Institute. (2021). *Education sandbox: Lessons from pilot schools* [โรงเรียน Sandbox: บทเรียนจากพื้นที่นำร่อง]. TDRI. <https://tdri.or.th/2021/03/education-sandbox-event-visualnote/> (in Thai)
- The Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *OECD digital education outlook 2023: Towards an effective digital education ecosystem*. OECD Publishing.
<https://doi.org/10.1787/c74f03de-en>
- Turnitin. (2025). Crossroads: Navigating the intersection of AI and academia. Vanson Bourne.
<https://www.turnitin.com/press/turnitin-releases-new-findings-and-key-insights-from-focused-survey-on-impact-of-ai-in-education>
- Utumchant, P. (2024). The use of Generative AI in research: Practical guidelines and precautions [การใช้ Generative AI ในการทำวิจัย: แนวทางปฏิบัติและข้อควรระวัง]. *Journal of Information Systems in Business (JISB)*, 10(2-3), 6-22. (in Thai)
- UNESCO. (2024). *World Youth Skills Day: UNESCO's Global Skills Academy hosts session on AI skills for the future of work*. <https://www.unesco.org/en/articles/world-youth-skills-day-unescos-global-skills-academy-hosts-session-ai-skills-future-work>
- UNESCO. (2023). *Guidance for generative AI in education and research*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386693>
- U.S. Department of Education, Office of Educational Technology. (2023). *Artificial Intelligence and the Future of Teaching and Learning: Insights and Recommendations*. Washington, DC.
<https://www2.ed.gov/documents/ai-report/ai-report.pdf>
- Weale, S. (2025). Revealed: Thousands of UK university students caught cheating using AI. *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/education/2025/jun/15/thousands-of-uk-university-students-caught-cheating-using-ai-artificial-intelligence-survey>

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์
ปีที่ 49 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2569): 288065

Journal of Social Research and Review
Volume 49 No.1 (January - June 2026): 288065
ISSN 3056-9508 (Online)



การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัล : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลาน บ้านวังขอนแดง จังหวัดปราจีนบุรี

นฤศร มังกรศิลา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, อีเมล: narusorn.m@rmutp.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการการตลาดดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชน และเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี ผลการวิจัย พบว่า (1) ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ กรรมการบริหาร จำนวน 6 คน และสมาชิก จำนวน 24 คน รวม 30 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 25 คน มีประสบการณ์การทำงานเฉลี่ย 7 ปี (2) ความต้องการการตลาดดิจิทัล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 รูปแบบการตลาดแบบเดิม พบว่า ไลน์กลุ่มได้รับความนิยมมากที่สุด ร้อยละ 80 และความต้องการพัฒนาการตลาดแบบใหม่ พบว่า ดิจิทัลได้รับความนิยมมากที่สุด ร้อยละ 90 ส่วนที่ 2 ความต้องการสื่อมัลติมีเดียที่ต้องการนำเสนอตลาดเนื้อหา พบว่า สื่อมัลติมีเดียได้รับความนิยมมากที่สุด คือ สื่อภาพ ร้อยละ 86.66 ส่วนที่ 3 ผลิตภัณฑ์ยอดนิยมนำเสนอเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืน พบว่า ผลิตภัณฑ์ยอดนิยมนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมมากที่สุด คือ กระเป๋าจากไบลาน ร้อยละ 90 (3) การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัล ไม่เพียงส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางสังคมและการตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการตลาดดิจิทัลสามารถเป็นกลไกสำคัญ ในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัลปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การส่งเสริม; ผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืน; การตลาดดิจิทัล; วิสาหกิจชุมชน

วันรับบทความ: 1 เมษายน 2569, **วันแก้ไขบทความ:** 5 พฤษภาคม 2569, **วันตอบรับบทความ:** 3 มิถุนายน 2569

Promoting Sustainable Community Products through Digital Marketing: A Case Study of the Palmyra Palm Weaving Community Enterprise in Ban Wang Khon Daeng, Prachinburi Province

Narusorn Mangkornsila*

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Dusit District, Bangkok 10300 Thailand

*Corresponding author, Email: narusorn.m@rmutp.ac.th

Abstract

This research aims to study the digital marketing needs of community enterprises and to promote sustainable community products through digital marketing for community enterprises, By in-depth interviews with members. This study results were presented in the form of description table and displays analytical statistical data collected data from April 2025. The research results found that (1) General information of the interviewees. Be a member of Wang Khon Daeng Palmyra Palm Leaf Weaving Community Enterprise, consisting of 6 executive committee members and 24 members a total of 30 people, all of them were female. Average work experience of 7 years. (2) the digital marketing needs, from the qualitative research results, divided into 3 parts as follows: part 1, Traditional marketing model found that Line Group is popular in traditional marketing. the most, 80 percent. And the need for new marketing development found that TikTok was the most popular, 90 percent. Part 2, Multimedia that wanted to present the content market, found that the most popular multimedia media, which was Visual Media, 86.66 percent. Part 3, Potential products were found the most popular products that wanted to present Cultural Capital was Bag made from Palmyra Palm Leaf, 90 percent. (3) Promoting sustainable community products through digital marketing not only contributes to increased economic value but also plays a crucial role in strengthening social resilience and environmental awareness. This reflects how digital marketing can be an effective mechanism for driving sustainable community development in the current digital economy context.

Keywords: Promotion; Sustainable community products; Digital marketing; Community enterprise

Received: April 1, 2026, **Revised:** May 5, 2026, **Accepted:** June 3, 2026

1. บทนำ

ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย โดยมีบทบาทในการสร้างรายได้ การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ระดับพื้นที่ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และธุรกิจเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่สามารถสร้างความแตกต่างผ่านอัตลักษณ์และประสบการณ์เฉพาะพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2018) ภายใต้บริบทเศรษฐกิจดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยในประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณร้อยละ 88 ของประชากร และมีผู้ใช้โซเชียลมีเดียร้อยละ 68.3 ซึ่งสะท้อนถึงโอกาสในการพัฒนาการตลาดดิจิทัลและโซเชียลคอมเมอร์ซสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและวิสาหกิจชุมชน (Data Reportal, 2024) โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการมากขึ้น ส่งผลให้การตลาดดิจิทัลกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจ (Kotler et al., 2017)

ในระดับนโยบาย ประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) และนโยบายประเทศไทย 4.0 เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลและเศรษฐกิจฐานราก โดยมุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Office of the National Economic and Social Development Council, 2018) นอกจากนี้ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570) ยังให้ความสำคัญกับการยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism: CBT) ควบคู่กับการส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (Ministry of Tourism and Sports, 2023) แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการทรัพยากร การตัดสินใจ และการแบ่งปันผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว (Goodwin & Santilli, 2009; Tasci et al., 2013) รวมถึงการส่งเสริมความเป็นเจ้าของทรัพยากรของชุมชน (Community ownership) และการอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจ (UNWTO, 2018) ถึงแม้การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะมีศักยภาพ แต่ในระดับปฏิบัติ วิสาหกิจชุมชนจำนวนมากยังประสบข้อจำกัดด้านการตลาดและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยข้อมูลระดับประเทศพบว่า รายได้จากผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP มีมูลค่ารวมมากกว่า 300,000 ล้านบาทต่อปี และมีการเติบโตของช่องทางออนไลน์สูงถึงร้อยละ 169 (Office of the Public Sector Development Commission, 2024) ขณะที่รายได้เฉลี่ยของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่อยู่เพียงประมาณ 500,000–800,000 บาทต่อกลุ่มต่อปี ซึ่งสะท้อนถึงข้อจำกัดด้านศักยภาพทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน (Food and Agriculture Organization [FAO], 2021) ในด้านโครงสร้างประชากรของวิสาหกิจชุมชน พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มขนาดเล็ก มีสมาชิกเฉลี่ยประมาณ 15–30 คนต่อกลุ่ม และมีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 45–60 ปี โดยสมาชิกส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาไม่เกินมัธยมศึกษา (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2021) ซึ่งส่งผลต่อข้อจำกัดด้านทักษะดิจิทัลและการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

กรณีของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดง ตำบลบุพราหมณ์ อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี เป็นตัวอย่างของชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น แต่ก่อนการดำเนินโครงการ พบว่า สมาชิกยังคงพึ่งพาช่องทางการจำหน่ายแบบดั้งเดิม และยังไม่มีการใช้โซเชียลคอมเมอร์ซอย่างเป็นระบบ แม้ว่าสมาชิกบางส่วนจะใช้แพลตฟอร์มเช่น เฟซบุ๊ก และไลน์กลุ่มเพื่อการสื่อสารทั่วไป แต่ยังไม่ตระหนักถึงศักยภาพในการประยุกต์ใช้เพื่อการตลาดดิจิทัล เช่น การสร้างเนื้อหา การขายออนไลน์ และการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ ดังนั้น การตลาดดิจิทัลและโซเชียลคอมเมอร์ซได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ สร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ (Abed, 2020; Han & Trimi, 2017; Lin et al., 2017) รวมถึงการใช้แอปพลิเคชันนำเที่ยวที่ช่วยเชื่อมโยงข้อมูลสถานที่ ผลิตภัณฑ์ และประสบการณ์ท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาการตลาดดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดง เพื่อยกระดับศักยภาพทางเศรษฐกิจ สร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนทางวัฒนธรรม และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

งานวิจัยนี้มีคุณค่าและความใหม่ในหลายมิติ โดยในเชิงวิชาการ งานวิจัยได้นำเสนอการบูรณาการแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism: CBT) ร่วมกับการตลาดดิจิทัลและโซเชียลคอมเมอร์ซ รวมถึงการประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันนำเที่ยวในบริบทของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมา ที่มักศึกษาประเด็นดังกล่าวแยกส่วน

อีกทั้งยังช่วยเติมเต็มช่องว่างองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดดิจิทัลระดับเศรษฐกิจฐานรากอย่างเป็นรูปธรรมและในเชิงนโยบาย ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ โดยเฉพาะการยกระดับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

จากประเด็นดังกล่าวบทความวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการการตลาดดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชน และเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน และสามารถใช้เป็นแนวทางเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

2. ทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการการตลาดดิจิทัล

การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศและการขยายตัวของอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัล อาทิ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ซึ่งกลายเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค (Lin et al., 2017; Tang & Zhang, 2018) การตลาดดิจิทัลจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่า (Value creation) และประสบการณ์ของลูกค้า (Customer experience) ที่ต่อเนื่องและมีพลวัต ในบริบทดังกล่าว แนวคิดความต้องการการตลาดดิจิทัล (Digital marketing needs) ในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ (Customer engagement) โดยผสานเทคโนโลยีเข้ากับมิติของมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการตลาด 4.0 ที่เน้นการตลาดที่ให้ความสำคัญกับมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human-centric marketing) (Kotler et al., 2017) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ ได้แก่ (1) ช่องทางสื่อ (Platform) การใช้ช่องทางสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (2) รูปแบบเนื้อหา (Content type) ที่มุ่งเน้นการเลือก รูปแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และ (3) การมีส่วนร่วม (Engagement) เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบสองทาง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืน (Sustainable community products) เกิดขึ้นภายใต้บริบทของกระแสการพัฒนาที่ยั่งยืนที่มุ่งสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม โดยให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มจากอัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชน (Sachs, 2015) แนวคิดดังกล่าวไม่ได้มุ่งเพียงการตอบสนองความต้องการของตลาดเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาวต่อระบบนิเวศและโครงสร้างสังคมของชุมชน กรอบแนวคิดหลักที่ใช้อธิบายความยั่งยืนอย่างแพร่หลาย คือ ทฤษฎีสามเสาหลักแห่งความยั่งยืน (Triple Bottom Line: TBL) ซึ่งเสนอโดย Elkington (1997) โดยระบุว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนต้องประกอบด้วยสมดุลของ 3 มิติ ได้แก่ (1) มิติเศรษฐกิจ (Economic) (2) มิติสังคม (Social) และ (3) มิติสิ่งแวดล้อม (Environmental) ทั้งสามมิติต้องดำเนินไปอย่างบูรณาการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว ในบริบทของผลิตภัณฑ์ชุมชน แนวคิดนี้สะท้อนผ่านการสร้างรายได้และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน การอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรับผิดชอบ (Elkington, 1997) รวมถึงแนวคิดด้านการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green production) และ เศรษฐกิจสีเขียว (Green economy) มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดการใช้พลังงาน เลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถหมุนเวียนได้ และจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (Hart, 1995; Sachs, 2015) ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนจึงเป็นกระบวนการเชิงบูรณาการที่ผสานแนวคิดด้านความยั่งยืน การผลิตสีเขียว ระบบนิเวศทางธุรกิจ และการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลในระยะยาว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม

แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital) เป็นกรอบอธิบายสำคัญในทางสังคมวิทยาที่เสนอโดย Bourdieu (1986) มองว่าวัฒนธรรมมิได้เป็นเพียงวิถีชีวิตหรืออัตลักษณ์ของสังคมเท่านั้น หากยังทำหน้าที่เป็นทรัพยากรที่มีบทบาทต่อการกำหนดโครงสร้างทางสังคม โอกาส และความไม่เท่าเทียมในสังคมสมัยใหม่ โดยให้นิยามทุนทางวัฒนธรรมว่าเป็นทรัพยากรที่บุคคลหรือกลุ่มสังคมครอบครองในรูปของความรู้ ทักษะ รสนิยม ค่านิยม และแบบแผนพฤติกรรม ซึ่งสามารถนำไปใช้สร้างความได้เปรียบทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ และการศึกษา Bourdieu ยังได้จำแนกทุนทางวัฒนธรรมออกเป็น 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ (1) ทุนทางวัฒนธรรมเชิงฝังตัว (Embodied cultural capital) ซึ่งอยู่ในตัวบุคคล เช่น ภาษา บุคลิกภาพ รสนิยม และทักษะทางสังคม อันเกิดจากกระบวนการเรียนรู้และการหล่อหลอมอย่างต่อเนื่อง (2) ทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบวัตถุ (Objectified cultural capital) ได้แก่ สิ่งของหรือวัตถุที่สะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น หนังสือ งานศิลปะ หรือผลิตภัณฑ์เชิงหัตถกรรม ซึ่งสามารถครอบครองและถ่ายทอดได้ (3) ทุนทางวัฒนธรรมเชิงสถาบัน (Institutionalized cultural capital) ได้แก่ การรับรองจากสถาบัน เช่น วุฒิการศึกษา ใบประกาศนียบัตร หรือสถานะทางวิชาชีพ ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกยืนยันความสามารถและสถานะทางสังคมของบุคคล

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับโซเชี่ยลคอมเมอร์ซ

แนวคิดเกี่ยวกับโซเชี่ยลคอมเมอร์ซ (Social commerce) เกิดขึ้นภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลและพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคสื่อสังคมออนไลน์ โดยเป็นการบูรณาการระหว่างพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ขาย ผู้บริโภค และชุมชนออนไลน์ อันนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการในรูปแบบใหม่ที่เน้นการสื่อสาร การมีส่วนร่วม และความไว้วางใจระหว่างกันมากยิ่งขึ้น Kim and Park (2013) อธิบายว่า โซเชี่ยลคอมเมอร์ซเป็นระบบที่ผสมผสานคุณลักษณะของเครือข่ายสังคมเข้ากับกิจกรรมทางธุรกิจ ทำให้ผู้บริโภคสามารถสื่อสาร แสดงความคิดเห็น และมีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้บริโภคกับธุรกิจ และช่วยเพิ่มความภักดีต่อแบรนด์ (Brand loyalty) โดยแนวคิดที่สำคัญของโซเชี่ยลคอมเมอร์ซตามแนวคิดของ Hajli (2015) เสนอว่า โซเชี่ยลคอมเมอร์ซประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญหลายด้าน ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ ดังนี้ (1) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) เป็นการสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งช่วยสร้างความใกล้ชิดและความสัมพันธ์ระหว่างกัน (2) การบอกต่อแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic word of mouth: e-WOM) เป็นการเผยแพร่ความคิดเห็น รีวิว หรือประสบการณ์ของผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคนอื่น (3) ความไว้วางใจออนไลน์ (Online trust) สร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อร้านค้า แพลตฟอร์ม หรือผู้ขาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ (4) การสนับสนุนทางสังคม (Social support) เป็นการได้รับข้อมูลคำแนะนำ หรือความช่วยเหลือจากสมาชิกในชุมชนออนไลน์ ซึ่งช่วยลดความไม่แน่นอนในการตัดสินใจซื้อ (5) เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น (User generated content: UGC) ได้แก่ รูปภาพ รีวิว วิดีโอ หรือประสบการณ์ที่ผู้บริโภคสร้างขึ้นเอง ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการ

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชันนำเที่ยว

แอปพลิเคชันนำเที่ยว (Tourism application หรือ Travel application) เป็นเทคโนโลยีดิจิทัลที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเข้าถึงข้อมูล การวางแผนการเดินทาง การนำทาง การจองบริการ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ผ่านระบบออนไลน์ โดยการพัฒนาแอปพลิเคชันนำเที่ยวในปัจจุบันมิได้มุ่งเน้นเพียงด้านเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึงพฤติกรรมผู้ใช้งาน ประสบการณ์ผู้ใช้ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การศึกษาการพัฒนาการตลาดดิจิทัลด้วยแอปพลิเคชันนำเที่ยวจึงจำเป็นต้องอาศัยแนวคิดระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism information system) เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรวบรวม จัดเก็บ ประมวลผล และเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร และกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจและวางแผนการเดินทาง แนวคิดดังกล่าว

สอดคล้องกับแนวคิดของ Buhalis (2003) ที่อธิบายว่า เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยว โดยช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูล การให้บริการ และการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ แอปพลิเคชันนำเที่ยวถือเป็นส่วนหนึ่งของระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง ข้อมูลได้แบบเรียลไทม์ และสามารถวางแผนการเดินทางได้ด้วยตนเอง องค์ประกอบสำคัญของระบบสารสนเทศ เพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) ความถูกต้องของข้อมูล (Information accuracy) (2) ความทันสมัยของข้อมูล (Information timeliness) (3) ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล (Accessibility) (4) ความง่ายในการใช้งาน (Usability) (5) การเชื่อมโยงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (Information integration)

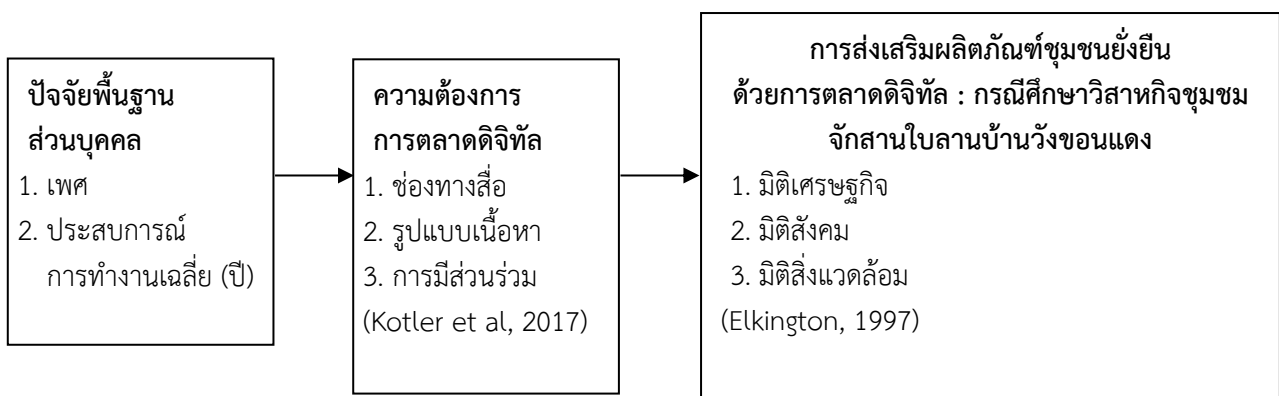
2.6 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง ตั้งอยู่ที่บ้านวังขอนแดง หมู่ 6 ตำบลบุพราหมณ์ อำเภอนาคู จังหวัด ปราจีนบุรี เป็นชุมชนที่มีต้นลานขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งไบลานมีคุณสมบัติที่เหนียวและทนทาน ชาวบ้านในพื้นที่ได้นำไบลาน มาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เช่น มัดข้าว มุงหลังคา และทำค้ำกิริไบลาน ต่อมา ชาวบ้านได้เริ่มนำไบลานมาจักสาน เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น กระจัง ฝาตะเพียน แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร สำนักงานการปฏิรูปที่ดินจังหวัดปราจีนบุรี ได้เข้ามาสนับสนุนโดยจัดอบรมและฝึกสอนการทำหมวกไบลานในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ หมวก กระเป๋า กล่องอเนกประสงค์ และโคมไฟ ซึ่งจำหน่ายในราคาตั้งแต่ประมาณ 100 บาทขึ้นไป กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จักสานไบลานบ้านวังขอนแดง มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีการสอนเด็กและเยาวชนในชุมชน ให้เรียนรู้การจักสานไบลาน นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยและตรงกับความต้องการของตลาด และ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน และมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรร เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP (Prachinburi Provincial Land Reform Office, 2025)

3. วิธีการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิด

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาความต้องการการตลาดดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชน และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืน ด้วยการตลาดดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชน จักสานไบลานบ้านวังขอนแดง ตำบลบุพราหมณ์ อำเภอนาคู จังหวัดปราจีนบุรี ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
ที่มา: ผู้วิจัย (2569)

3.2 วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับกรรมการบริหาร และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง อำเภอนาคู จังหวัดปราจีนบุรี มาใช้ในการ วิเคราะห์ความต้องการการตลาดดิจิทัล และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัล โดยมีวิธีการวิจัย ดังนี้

1) ช่วงเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงเดือนเมษายน 2568 และการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำรายงานดำเนินการ ในช่วงเดือนมีนาคม ถึงเดือนกันยายน 2568

2) ผู้ให้สัมภาษณ์สำคัญ (Key informant) ในการเลือกผู้ให้สัมภาษณ์สำคัญจะเลือกโดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ที่เป็นบุคคลที่มีถิ่นกำเนิด หรือมีการตั้งถิ่นฐานเป็นคนดั้งเดิมในหมู่บ้านภายในวิสาหกิจชุมชนจักสาน ไบลานบ้านวังขอนแดงเท่านั้น ซึ่งเป็นกรรมการบริหาร และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง อำเภอ นาดี จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 30 คน ประกอบด้วย กรรมการบริหารวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง จำนวน 6 คน และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง จำนวน 24 คน

3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ (Interview) เป็นหลัก ซึ่งจะทำให้การบันทึกเสียง และจดบันทึกพร้อมด้วยทุกครั้ง โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยใช้คำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ซึ่งแนวทางเนื้อหาของการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการ การตลาดดิจิทัล มีประเด็นคำถามโดยให้อิสระผู้ให้สัมภาษณ์ สำหรับการตอบคำถามสัมภาษณ์สำหรับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จักสานไบลานบ้านวังขอนแดง มี 3 ตอน คือ (1) ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ และ (2) ความต้องการการตลาด ดิจิทัล และ (3) การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัล (โซเชียลคอมเมิร์ซและแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้อง)

4) การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยได้พิจารณาข้อมูลอย่างเป็นระบบจากคำให้สัมภาษณ์ บริบทของเหตุการณ์ ตลอดจน ข้อมูลจากการสังเกต เช่น สีหน้า ท่าทาง อารมณ์ และความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้การตีความสะท้อนความหมาย ของปรากฏการณ์ที่ศึกษาได้อย่างรอบด้าน ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการควบคู่ไปกับการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีการ ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลตามประเด็นการวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการแปลงข้อมูลเชิงคุณภาพให้เป็นข้อมูล เชิงปริมาณ (Quantitizing) เพื่อเพิ่มความชัดเจนในการวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิจัย โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูล (coding) และนับความถี่ของประเด็นที่ปรากฏ ก่อนนำมาคำนวณเป็นค่าร้อยละ ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด ของ Sandelowski et al. (2009) ที่อธิบายว่าการแปลงข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นเชิงปริมาณเป็นกระบวนการสำคัญในการวิจัย แบบผสมผสาน ซึ่งช่วยให้สามารถจัดระบบข้อมูลเชิงข้อความให้อยู่ในรูปแบบเชิงตัวเลข เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์ เชิงเปรียบเทียบและเพิ่มความชัดเจนในการตีความผลการวิจัย

4. ผลการวิจัย

4.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

บุคคลที่ให้สัมภาษณ์เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง อำเภอ นาดี จังหวัดปราจีนบุรี ประกอบไปด้วย กรรมการบริหารวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 6 คน และสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 24 คน รวมผู้ให้สัมภาษณ์ 30 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 25 คน ประสบการณ์การทำงานเฉลี่ย 7 ปี

4.2 ความต้องการการตลาดดิจิทัล

ผลการวิจัย พบว่า มีความต้องการเกี่ยวกับช่องทางสื่อ รูปแบบเนื้อหา และการมีส่วนร่วม จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) ช่องทางสื่อ (Media channel) ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการตลาดแบบเดิม (Old marketing) ของวิสาหกิจ ชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง มุ่งเน้นการใช้ช่องทางสื่อสารแบบพื้นฐานเพื่อการติดต่อระหว่างสมาชิกชุมชนและลูกค้า ในพื้นที่ใกล้เคียง โดยผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 30 คน มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ ไลน์กลุ่ม ร้อยละ 80 รองลงมา คือ ไลน์ส่วนตัว ร้อยละ 56.66 และโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 50 สะท้อนให้เห็นถึงการใช้ช่องทาง สื่อที่เข้าถึงง่าย เน้นการสื่อสารแบบใกล้ชิด และการกระจายข้อมูลภายในชุมชน

“...รับคำสั่งผลิต และจัดเตรียมวัสดุในการทำผลิตภัณฑ์ในไลน์กลุ่ม และไลน์ส่วนตัว เนื่องจากการทำการตลาด ชุมชนแบบง่าย ๆ ระหว่างชุมชนใกล้เคียง และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเลือกซื้อสินค้าจากหน้าร้านวิสาหกิจชุมชน...” (คุณ WCD 19, สมาชิกวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...มุ่งเน้นการขายให้กับนักท่องเที่ยว และชุมชนพื้นที่ใกล้เคียงกับวิสาหกิจชุมชนจักสานไบลานบ้านวังขอนแดง ในช่วงแรกใช้ช่องทางไลน์กลุ่ม และเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อช่วยกันรับคำสั่งซื้อ กระจายงาน และจัดเตรียมไบลาน

ในการผลิตผลิตภัณฑ์ และการบอกแบบปากต่อปากกันในกลุ่มคน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์โตได้ไว...” (คุณ WCD 7, สมาชิกวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...การจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโกลานที่ใช้วิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดิม โดยใช้ช่องทางการติดต่อทางไลน์ กลุ่ม โทรศัพท์มือถือ และไลน์ส่วนตัวเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจักสานโกลานบ้านวังขอนแดง และใช้ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านทางหน้าร้านวิสาหกิจชุมชนจักสานโกลานบ้านวังขอนแดง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว เลือกซื้อ และร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับวิสาหกิจชุมชน...” (คุณ WCD 1, ประธานวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

เมื่อพิจารณาความต้องการพัฒนาการตลาดแบบใหม่ (New marketing) พบว่า ต้องการขยายช่องทางสื่อสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ได้มากขึ้น โดยช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ ดิจิตอล ร้อยละ 90 รองลงมา คือ ยูทูบ ร้อยละ 63.33 และอินสตาแกรม ร้อยละ 43.33 ซึ่งเป็นช่องทางที่เน้นการสื่อสารผ่านภาพและวิดีโอ สามารถสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์และสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“...ต้องการให้วิสาหกิจชุมชนจักสานโกลานบ้านวังขอนแดง เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยเน้นรูปแบบการใช้โซเชียลคอมเมิร์ซด้วยภาพ หรือวิดีโอเป็นหลักในดิกิตอล ยูทูบ และอินสตาแกรม ใช้ช่องทางตลาดออนไลน์ในหลากหลายช่องทาง และหน้าร้านของวิสาหกิจชุมชนจักสานโกลานบ้านวังขอนแดง...” (คุณ WCD 11, สมาชิกวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...วิสาหกิจชุมชนจักสานโกลานบ้านวังขอนแดง แต่ในส่วนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ สามารถรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าผ่านทางดิกิตอล และอินสตาแกรม เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ รวมถึงใช้ช่องทางยูทูบ เพื่อให้เข้าใจความเป็นมา และผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจักสานโกลานบ้านวังขอนแดง...” (คุณ WCD 20, สมาชิกวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...โดยส่วนตัวต้องการให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ผลิตภัณฑ์ และกิจกรรม ขั้นตอนการผลิต ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจักสานโกลานบ้านวังขอนแดง อยากเผยแพร่รูปภาพ และวิดีโอในช่องทางการตลาดดิจิทัลที่หลากหลายผ่านทางดิกิตอล ยูทูบ และอินสตาแกรม เนื่องจากนำเสนอด้วยภาพ และวิดีโอที่กระชับ และเข้าใจง่าย” (คุณ WCD 2, รองประธานวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

2) รูปแบบเนื้อหา (Content format) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความต้องการใช้สื่อมัลติมีเดียเพื่อสนับสนุนการตลาดเนื้อหา (Content marketing) ในโซเชียลคอมเมิร์ซ และแอปพลิเคชันมือถือ โดยรูปแบบเนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ รูปภาพ ร้อยละ 86.66 รองลงมา คือ สื่อวิดีโอ ร้อยละ 63.33 และสื่อแอปพลิเคชัน ร้อยละ 46.66 สะท้อนให้เห็นว่า การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบภาพและวิดีโอช่วยสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ ถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรม และอธิบายขั้นตอนการผลิตได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้ได้หลายช่องทางสื่อดิจิทัล อีกทั้ง ผู้ให้สัมภาษณ์ยังเสนอให้มีการจัดหมวดหมู่รูปภาพผลิตภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนาสื่อวิดีโอที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จักสานโกลาน และแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนและส่งเสริมการตลาดดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง

“...ต้องการสื่อวิดีโอ รูปภาพ และสื่อแอปพลิเคชันที่ช่วยให้การสื่อสารกับลูกค้าง่ายขึ้น สามารถนำเอาสื่อไปใช้เพื่อส่งเสริมทางวัฒนธรรมจากผลิตภัณฑ์โกลานของวิสาหกิจชุมชนจักสานโกลานบ้านวังขอนแดง และสถานที่ท่องเที่ยวโดยรอบสำหรับโซเชียลคอมเมิร์ซ และแอปพลิเคชันมือถือ...” (คุณ WCD 13, สมาชิกวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...อยากได้รูปภาพผลิตภัณฑ์ที่แบ่งตามหมวดหมู่ เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา และนำมาใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากโกลานออกมาจำหน่าย รวมถึงสื่อวิดีโอสำหรับสำหรับโซเชียลคอมเมิร์ซ และแอปพลิเคชันมือถือ เพื่อสร้างการรับรู้จากลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง...” (คุณ WCD 25, สมาชิกวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...ต้องการสื่อภาพผลิตภัณฑ์ และวิดีโอสำหรับสำหรับโซเชียลคอมเมอร์ซ และแอปพลิเคชันนำเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดง เพื่อสร้างการรับรู้ และให้ลูกค้าได้เลือกผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการ...” (คุณ WCD 4, เลขานุการวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เม.ย. 2568)

3) การมีส่วนร่วม (Engagement) ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านโซเชียลคอมเมอร์ซไม่เพียงมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าเท่านั้น แต่ยังมุ่งสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชน ลูกค้า และนักท่องเที่ยว ผ่านกิจกรรมการสื่อสาร การรับคำสั่งซื้อ และการเผยแพร่เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ต้องการผลักดันผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ยอดนิยม (Popular products) โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ กระเป๋ากจากโบราณ ร้อยละ 90 รองลงมา คือ หมวกจากโบราณ ร้อยละ 56.66 และกระเป๋าของที่ระลึก ร้อยละ 30 เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้จริง มีความหลากหลายด้านรูปแบบและลวดลาย และสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคผ่านการเลือกชม สั่งซื้อ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นบนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของลูกค้าและสร้างความยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในระยะยาว

“...ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดงควรนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้ทุกวัน และแสดงถึงทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ควรเป็นหมวกจากโบราณ และกระเป๋าของที่ระลึก เนื่องจากมีแบบ และลวดลายจำนวนมากให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในการออกเลือกจากช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ได้...” (คุณ WCD 13, กรรมการวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...ต้องการให้นำเสนอผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากโบราณในโซเชียลคอมเมอร์ซที่มีขนาดที่เหมาะสมกับการพกพา เป็นของฝาก แต่ทำให้วิสาหกิจชุมชนได้มีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากโบราณเพิ่มเติมได้...” (คุณ WCD 6, สมาชิกวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...การนำเสนอในโซเชียลคอมเมอร์ซของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดง ควรนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้ทุกวัน กระเป๋าจากโบราณ และกระเป๋าของที่ระลึกเนื่องจากมีแบบ และลวดลายจำนวนมากให้ลูกค้าเลือก และมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากโบราณจากการสั่งซื้อจำนวนมากผ่านช่องทางโซเชียลคอมเมอร์ซ...” (คุณ WCD 3, เภรณวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

4.3 การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัล

1) มิติเศรษฐกิจ ผลการศึกษาพบว่า การประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัลช่วยเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายจากตลาดท้องถิ่นสู่ตลาดดิจิทัล ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น ทั้งในระดับจังหวัด ระดับประเทศ และต่างประเทศ ผ่านโซเชียลคอมเมอร์ซ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ และดีด็อก รวมถึงแอปพลิเคชันนำเที่ยว ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่สะท้อนตรงกันว่า การสื่อสารเนื้อหาผ่านสื่อดิจิทัลที่เน้นอัตลักษณ์ชุมชน เรื่องราวภูมิปัญญาท้องถิ่น และกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมและยอมรับการซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาที่สูงขึ้น ส่งผลให้รายได้ของชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังพบว่า การตลาดดิจิทัลช่วยลดต้นทุนด้านการประชาสัมพันธ์และการกระจายสินค้า เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบการตลาดแบบดั้งเดิม

“...เมื่อก่อนเราขายเฉพาะในงานแสดงสินค้าหรือตลาดนัดของจังหวัด แต่หลังจากเริ่มขายผ่านเฟซบุ๊ก แพนเพออินสตาแกรม และดีด็อก ลูกค้าจากต่างจังหวัดและต่างประเทศเริ่มรู้จักผลิตภัณฑ์ และบริการของวิสาหกิจชุมชนมากขึ้น รายได้ของกลุ่มเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะช่วงที่มีการถ่ายทอดเรื่องราวการจักสานและภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านวิดีโอในช่องทางออนไลน์ในทุกช่องทาง...” (คุณ WCD 19, กรรมการวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...การตลาดดิจิทัลช่วยลดต้นทุนการเดินทางและค่าใช้จ่ายในการออกบูธ เพราะสามารถประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และบริการจากโบราณของวิสาหกิจชุมชนได้ด้วยโทรศัพท์มือถือเพียงเครื่องเดียว อีกทั้งยังสามารถตอบคำถามลูกค้าและปิดการขายได้ทันที ทำให้สะดวกและประหยัดเวลาในการดำเนินงาน...” (คุณ WCD 8, สมาชิกวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนคืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม หากชุมชนสามารถนำเสนอเรื่องราวผ่านสื่อดิจิทัล ได้อย่างสร้างสรรค์ จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์และบริการได้มาก แต่อาจจะยังขาดทักษะด้านการสร้างเนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า และการทำการตลาดดิจิทัลผ่านโซเชียลคอมเมิร์ซ และแอปพลิเคชัน นำเที่ยว จึงทำให้ศักยภาพการแข่งขันยังไม่เต็มประสิทธิภาพ...” (คุณ WCD 3, เจริญญกิจวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

2) มิติสังคม ผลการศึกษาพบว่า การตลาดดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า การเผยแพร่เรื่องราววิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกระบวนการผลิตผ่านโซเชียลคอมเมิร์ซ และแอปพลิเคชันนำเที่ยว ช่วยให้ลูกค้า และนักท่องเที่ยว รวมถึงคนในชุมชนที่เป็นคนรุ่นใหม่เกิดความภาคภูมิใจในทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมากขึ้น การตลาดดิจิทัลยังช่วยสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และผู้บริโภค ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า กระบวนการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ช่วยเปิดพื้นที่ให้ผู้บริโภคสามารถแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มากขึ้น เช่น การรีวิวผลิตภัณฑ์ การแนะนำรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการร่วมกิจกรรมออนไลน์ของชุมชน ซึ่งส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

“...คนรุ่นใหม่ในชุมชนเริ่มเข้ามาช่วยถ่ายภาพ ตัดต่อวิดีโอ และดูแลเพจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ และช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็งมากขึ้น...” (คุณ WCD 5, กรรมการวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...สื่อดิจิทัลช่วยสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน สังคม และหน่วยงานภาครัฐ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง...” (คุณ WCD 1, สมาชิกวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...เมื่อมีการเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนผ่านสื่อออนไลน์ คนในพื้นที่ชุมชนบ้านวังขอนแดงเริ่มกลับมาสนใจการจักสานใบลานมากขึ้น เริ่มมีสมาชิกที่ต้องการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใบลานส่งให้กับวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้น เพราะเห็นว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถสร้างรายได้และเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในอาชีพของคนในชุมชน...” (คุณ WCD 1, ประธานวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

3) มิติสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านการตลาดดิจิทัลสามารถสนับสนุนแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมได้ในหลายประการ โดยเฉพาะการสร้างตระหนักรู้เกี่ยวกับการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า การนำเสนอจุดเด่นด้านวัฒนธรรมชาติ กระบวนการผลิตแบบหัตถกรรม และแนวคิดการผลิตที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อดิจิทัล ช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน และตอบสนองต่อแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังนั้น การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยังยืนด้วยการตลาดดิจิทัล ยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรกระดาษในการประชาสัมพันธ์ ลดต้นทุนการเดินทางในการติดต่อสื่อสาร และลดการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายแบบออฟไลน์บางส่วนที่มีต้นทุนสูงในการขนย้ายผลิตภัณฑ์เพื่อไปจัดแสดงในบูธผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนในกระบวนการดำเนินงานได้ในระดับหนึ่ง

“...ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ยั่งยืนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น วิสาหกิจชุมชนสามารถสื่อสารเรื่องการใช้วัสดุธรรมชาติและบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ผ่านสื่อออนไลน์ จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มโอกาสทางการตลาดดิจิทัลได้เพิ่มมากขึ้น...” (คุณ WCD 26, สมาชิกวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...การตลาดดิจิทัลช่วยลดการใช้ทรัพยากรกระดาษในการประชาสัมพันธ์ และลดการเดินทางเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายบางส่วน จึงสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การขยายตลาดออนไลน์อาจเพิ่มปริมาณขยะจากบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง หากไม่มีการบริหารจัดการที่เหมาะสม...” (คุณ WCD 6, กรรมการวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

“...การประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัลไม่เพียงเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างคุณค่าและภาพลักษณ์ด้านความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ชุมชน ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ปลอดภัย และสะท้อนอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น การทำการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกคำหลายคนสนใจผลิตภัณฑ์เพราะเป็นงานจักสานจากวัสดุธรรมชาติ และเมื่อเราอธิบายผ่านสื่อออนไลน์เกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมี หรือสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน ก็ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและเห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากขึ้น...” (คุณ WCD 1, ประธานวิสาหกิจชุมชน, สัมภาษณ์: 26 เมษายน 2568)

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านการประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัล โดยเฉพาะโซเชียลคอมเมิร์ซและแอปพลิเคชันนำเที่ยว นับเป็นกลไกสำคัญในการขยายช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค สร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ตลอดจนยกระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดงให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมดิจิทัล อีกทั้งยังช่วยสนับสนุนการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มและความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัล (โซเชียลคอมเมิร์ซ และแอปพลิเคชัน)

โซเชียลคอมเมิร์ซ และแอปพลิเคชันนำเที่ยว	การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัล
เฟซบุ๊ก	สร้างการมีส่วนร่วมกิจกรรมการทำผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดง สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์จากโบราณที่เป็นเอกลักษณ์ และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภคเพื่อตอบคำถาม หรือข้อสงสัยต่าง ๆ ระหว่างการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางแชทเฟซบุ๊ก
อินสตาแกรม	ใช้งานง่าย สามารถติดต่อผู้บริโภคได้ทั้งทางเฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม การตกแต่งภาพก่อนโพสต์ในอินสตาแกรม วิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดงสามารถสื่อสาร หรือสนทนากับผู้บริโภคผ่านอินสตาแกรมเพื่อให้เกิดการรับรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการของวิสาหกิจชุมชน ได้ทันทีเป็นการแบ่งปันรูปภาพที่วิสาหกิจชุมชนต้องการ ถ่ายทอดขั้นตอนการผลิตกระเป๋า หรือหมวกจากโบราณ
ติ๊กต็อก	การโฆษณาด้วยวีดิทัศน์แบบสั้น ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคที่ต้องการความรวดเร็ว ในการรับรู้ ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ รวมกับการนำเสนอ ความสนุกสนาน การใช้บุคคล ที่มีความชำนาญในการทำกระเป๋าจากโบราณผ่านวีดิทัศน์สั้น เรียนรู้ทุนทางวัฒนธรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากโบราณ หมวกจากโบราณ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในพื้นที่ของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดง
ยูทูบ	สร้างสรรค์ช่องยูทูบ เพื่อนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านวังขอนแดงที่ร่วมสมัย เพื่อให้เกิดการรับรู้ และตระหนักถึงทุนทางวัฒนธรรมเฉพาะพื้นที่ และวัฒนธรรม ทางด้านอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง
แอปพลิเคชันนำเที่ยว	สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดง โดยเชื่อมโยงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าด้วยกันในรูปแบบดิจิทัล เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ทันสมัยและเข้าถึงได้ง่าย สามารถศึกษาข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว จุดเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ขั้นตอนการผลิตกระเป๋า และหมวกจากโบราณ ตลอดจนข้อมูลผลิตภัณฑ์ของชุมชนผ่านแอปพลิเคชันนำเที่ยวได้อย่างสะดวก

เห็นได้ว่า การประยุกต์ใช้โซเชียลคอมเมิร์ซและแอปพลิเคชันนำเที่ยว ถือเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดงให้เกิดความยั่งยืน โดยเฟซบุ๊กช่วยสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ผลิตและ

ผู้บริโภค ผ่านการนำเสนอเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากโบราณ ตลอดจนการสื่อสารและตอบข้อซักถามระหว่างการสั่งซื้อได้อย่างใกล้ชิด ขณะที่ยินสตาแกรมเป็นช่องทางสำคัญในการถ่ายทอดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ่านภาพถ่ายที่สวยงามและทันสมัย รวมถึงการนำเสนอขั้นตอนการผลิตกระเปาะและหมวกจากโบราณเพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค ในส่วนของดีท็อกสามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างรวดเร็วผ่านวิดีโอที่สั้นที่สนุกสนานและเข้าถึงง่าย ช่วยถ่ายทอดภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างน่าสนใจ ด้านยูทูบเป็นพื้นที่สำหรับนำเสนอเรื่องราวทุนทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการตระหนักรู้ในคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ แอปพลิเคชันนำเที่ยวยังช่วยเชื่อมโยงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าด้วยกัน ส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ทันสมัยสะดวก และเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

5. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

5.1 ความต้องการการตลาดดิจิทัล

การศึกษาความต้องการการตลาดดิจิทัล พบว่า มีการประยุกต์ใช้สื่อบนโซเชียลคอมเมิร์ซที่หลากหลายช่องทางแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ช่องทางสื่อ (Media channel) รูปแบบการตลาดแบบเดิม (Old marketing) ที่เคยใช้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดง พบว่า กลุ่มได้รับความนิยมในการทำตลาดแบบเดิม และติดต่อสื่อสารกับสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดงมากที่สุด ร้อยละ 80 รองลงมา คือ ไลน์ส่วนตัว ร้อยละ 56.66 และโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 50 ตามลำดับ สอดคล้องกับ Cuijten et al. (2024) พบว่า การตลาดดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จต้องการความหลากหลายของช่องทางการตลาด ความสามารถเชิงกลยุทธ์ที่สูงขึ้น และความสามารถเชิงปฏิสัมพันธ์ การจัดการการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อรับมือกับความผันผวนของเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการลงทุนในการพัฒนาบุคลากรต้องเน้นไปที่ทักษะทางสังคมและกลยุทธ์ดิจิทัลควบคู่ไปกับเครื่องมือทางเทคนิคไปพร้อม ๆ กัน และความต้องการพัฒนาการตลาดแบบใหม่ (New marketing) รูปแบบการใช้โซเชียลคอมเมิร์ซ และแนวทางการพัฒนาในช่องทางใดเพิ่มขึ้น เพื่อประโยชน์ที่ได้จากการใช้โซเชียลคอมเมิร์ซเพื่อรับคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ และบริการของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดง พบว่า ดีท็อก ได้รับความนิยมมากที่สุด ร้อยละ 90 รองลงมา คือ ยูทูบ ร้อยละ 63.33 และอินสตาแกรม ร้อยละ 43.33 ตามลำดับ สอดคล้องกับ Citrawijaya et al. (2024) พบว่า การเพิ่มช่องทางที่หลากหลาย และมีเทคนิคใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดดิจิทัล เพิ่มโอกาสขยายกลุ่มผู้บริโภคในกลุ่มออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนต้องติดตามและปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งสะท้อนหลักการความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic capabilities) ที่ธุรกิจต้องมีความสามารถในการปรับเปลี่ยน จัดเรียง และบูรณาการทรัพยากรภายในและภายนอกอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ส่วนที่ 2 รูปแบบเนื้อหา (Content format) ที่ใช้นำเสนอการตลาดเนื้อหา (Content marketing) ในโซเชียลคอมเมิร์ซ เพื่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดง พบว่า สื่อภาพเป็นสื่อมัลติมีเดียที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ สื่อภาพ ร้อยละ 86.66 รองลงมา คือ สื่อวิดีโอ ร้อยละ 63.33 และสื่อแอปพลิเคชัน ร้อยละ 46.66 ตามลำดับ สอดคล้องกับ Tongdhamachart & Nawanit (2022) พบว่า ความสามารถทางการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และโฆษณาเป็นปัจจัยสื่อกลางสำคัญระหว่างการใช้แพลตฟอร์มและความสำเร็จเชื่อมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในไทย ต้องมีความสามารถในการใช้โซเชียลคอมเมิร์ซในหลากหลายช่องทางอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเปลี่ยนการใช้งานให้กลายเป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจ นี่คือการเน้นย้ำถึงความแตกต่างระหว่าง การเข้าถึง และความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และสอดคล้องกับ Deejam and Chantaraprasert (2021) พบว่า การตลาดออนไลน์มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะกลยุทธ์การตลาดเนื้อหาที่สร้างสรรค์ผ่านสื่อภาพและวิดีโอใหม่ๆ ได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม การใช้สื่อภาพและวิดีโอ การโฆษณาที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เป็นตัวขับเคลื่อนหลักของความสำเร็จ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้โซเชียลคอมเมิร์ซเป็นช่องทางการค้นหาและตัดสินใจซื้อ

ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วม (Engagement) ผลิตภัณฑ์ใดบ้าง ที่ต้องการผลักดันให้เข้าสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ยอดนิยม (Popular products) ของวิสาหกิจชุมชนจักสานโบราณบ้านวังขอนแดง เพื่อเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านการ

ใช้โซเชียลคอมเมอร์ซของวิสาหกิจชุมชนจักสานใบลานบ้านวังขอนแดง พบว่า ผลลัพธ์ยอดเยี่ยมที่ต้องการนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมมากที่สุด คือ กระเป๋ากจากใบลาน ร้อยละ 90 รองลงมา คือ หมวกจากใบลาน ร้อยละ 56.66 และกระเป๋าของที่ระลึก ร้อยละ 30 ตามลำดับ สอดคล้องกับ Poonsin (2022) พบว่า มีแนวทางเสนอช่วยให้วิสาหกิจชุมชนปรับตัวเข้าสู่โซเชียลคอมเมอร์ซ พบอุปสรรคและปัจจัยความสำเร็จในแต่ละพื้นที่ การปรับตัวสู่โซเชียลคอมเมอร์ซ ไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้ได้ทุกที่ ปัจจัยความสำเร็จจึงเป็นไปตามบริบทซึ่งหมายความว่า การสนับสนุนจากภาครัฐหรือภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรมีความยืดหยุ่นและปรับให้เข้ากับลักษณะเฉพาะของแต่ละชุมชน เช่น ทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐาน และทักษะในท้องถิ่นเพื่อให้เกิดความยั่งยืน และสอดคล้องกับ Hassaro (2021) พบว่า การใช้ตลาดออนไลน์ช่วยเพิ่มยอดขายและขยายกลุ่มลูกค้า เปลี่ยนทัศนคติชุมชนในการใช้ดิจิทัล ความสำคัญในแง่ของการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติไม่ใช่แค่เพียงผลลัพธ์ทางธุรกิจ การที่ชุมชนเริ่มยอมรับและเห็นประโยชน์ของการใช้ดิจิทัลเป็นกุญแจสำคัญสู่ความยั่งยืนของการเปลี่ยนแปลงดิจิทัลในระยะยาวโดยเป็นการสร้างความเชื่อมั่นผ่านความสำเร็จที่จับต้องได้

5.2 การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยตลาดดิจิทัล

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนไม่เพียงส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางสังคมและการตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการตลาดดิจิทัลสามารถเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัลปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนารูปแบบการตลาดดิจิทัลด้วยโซเชียลคอมเมอร์ซ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ และติ๊กต็อก รวมถึงการใช้แอปพลิเคชันนำเที่ยวที่สำคัญที่สุดสำหรับวิสาหกิจชุมชนจักสานใบลานบ้านวังขอนแดงควรขับเคลื่อนด้วยภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์จากการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาในโซเชียลคอมเมอร์ซ มีผลต่อภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างคุณค่าในการรับรู้ของผู้บริโภค สอดคล้องกับ Ruenrom (2022) พบว่า ความบกพร่องขององค์ความรู้ที่มีอยู่ทางด้านการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัล ต้องมีความครอบคลุมมากขึ้น และใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่ได้มาตรฐานเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่น่าเชื่อถือและนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และควบคุมปัญหาการรับรู้ที่ไม่ถูกต้องที่อาจเกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนได้ เนื่องจากผู้บริโภค หรือลูกค้าติดต่อสื่อสารกับวิสาหกิจชุมชนได้โดยตรงผ่านช่องทางสารสนเทศแบบออนไลน์ในโซเชียลคอมเมอร์ซ ผู้บริโภค หรือลูกค้าเกิดความประทับใจในผลิตภัณฑ์ และบริการ และบอกต่อแบบอิเล็กทรอนิกส์ภายในกลุ่มผู้บริโภค หรือลูกค้า พนักงาน หรือบุคคลอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน ด้วยกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชนของประเทศไทย

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผล

การศึกษานี้มุ่งเน้นการศึกษาความต้องการการตลาดดิจิทัล และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชนจักสานใบลานบ้านวังขอนแดง อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี ดำเนินการได้จากการรวบรวมข้อมูลสำคัญจากบุคคลในพื้นที่ที่ต้องการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น เพื่อกำหนดแนวคิด หาแนวทางการออกแบบ หรือการถอดแบบออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากใบลานได้อย่างต่อเนื่อง โดยใช้โซเชียลคอมเมอร์ซ และแอปพลิเคชันนำเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ถึงทุนทางวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนจักสานใบลานบ้านวังขอนแดง จังหวัดปราจีนบุรี ผลจากการวิจัย พบว่า วิสาหกิจชุมชนจักสานใบลานบ้านวังขอนแดงสามารถประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัลด้วยโซเชียลคอมเมอร์ซ และแอปพลิเคชันนำเที่ยวร่วมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนด้วยการตลาดดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชนได้อย่างดี ซึ่งนับเป็นการบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัลที่เชื่อมโยงระหว่างทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนในระดับเศรษฐกิจฐานราก และกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในบริบทของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการสื่อสารเรื่องราวของชุมชน สร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค และขยายโอกาสทางการตลาดสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 ข้อเสนอแนะ

1) มิติชุมชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างสื่อดิจิทัล และการบริหารจัดการแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อสร้างการสืบทอดองค์ความรู้ท้องถิ่นควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรม และเพิ่มโอกาสในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

2) มิตินโยบาย หน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ โดยมุ่งเน้นการยกระดับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการอนุรักษ์อัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก และการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนในระยะยาว

3) ข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ระบบวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หรือแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารการตลาด การสร้างประสบการณ์ลูกค้า และการขยายตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

บรรณานุกรม

- Abed, S. S. (2020). Social commerce adaption using TOE Framework: An empirical investigation of Saudi Arabian SMEs. *International Journal of Information Management*, 53, 102118
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102118>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood.
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Pearson Education.
- Citravijaya, O. R., Samanda, G. A., Dinni, S. R., Handika, W. M., & Novriani, R. A. (2024). Digital communication strategies in building brand engagement: A case study of SMEs in emerging markets. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 23415–23426. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.001670>
- Cuijten, N., Wongpun, S., Buaprommee, N., Suwannahong, R., & Inmor, S. (2024). Exploring the digital marketing potential and needs for digital marketing capabilities of service sector MSMEs in Thailand. *Journal of Business Economics and Management*, 25(5), 1052–1074.
<https://doi.org/10.3846/jbem.2024.22470>
- Data Reportal. (2024). *Digital 2024: Thailand*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand>
- Deejam, R. & Chantaraprasen, J. (2021). *Digital marketing development for lotus seed products of a community enterprise in Phichit Province* [การพัฒนาดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งผลิตภัณฑ์เมล็ดบัว วิสาหกิจชุมชน จังหวัดพิจิตร]. *Journal of the Association of Researchers*, 26(1), 166–178. (in Thai)
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.
- Food and Agriculture Organization. (2021). *One Tambon One Product (OTOP) to promote grassroots economy in Thailand*. <https://www.fao.org/one-country-one-priority-product/asia-pacific/good-practices/detail/one-tambon-one-product-%28otop%29-to-promote-grassroots-economy-in-thailand/en>
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-Based Tourism: A success? ICRT Occasional Paper 11. *International Centre for Responsible Tourism*, Leeds Metropolitan University.
- Hajli, N. (2015). Social commerce constructs and consumer's intention to buy. *International Journal of Information Management*, 35(2), 183–191. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.12.005>

- Han, H., & Trimi, S. (2017). Social commerce: A systematic review and data synthesis. *International Journal of Information Management*, 37(2), 203–212. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.05.005>
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *The Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014. <https://doi.org/10.5465/AMR.1995.9512280033>
- Hassaro, K. (2021). *Online marketing strategies influencing the success of community enterprises* [กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน]. Doctoral dissertation, Mahasarakham University. (in Thai)
- Kim, Y. K., & Park, J. (2013). Effects of various characteristics of social commerce on consumers' trust and trust performance. *International Journal of Information Management*, 33(2), 318–332. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.11.006>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley. Lin, X., Li, Y., & Wang, X. (2017). Social commerce research: Definition, research themes and trends. *International Journal of Information Management*, 37, 190–201. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.06.006>
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *The 3rd national tourism development plan (2023-2027)* [แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ.2566-2570]. Ministry of Tourism and Sports. (in Thai)
- Poonsin, S. (2022). *Adaptation processes of community enterprises toward e-commerce models* [กระบวนการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนสู่รูปแบบ E-commerce] [Master's thesis, Thammasat University]. TU Digital Collections. Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:307494 (in Thai)
- Prachinburi Provincial Land Reform Office. (2025). *Wang Khon Daeng Palm Leaf Weaving Community Enterprise Prachinburi Province* [วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานใบลานบ้านวังขอนแดง จังหวัดปราจีนบุรี]. Prachinburi Provincial Land Reform Office. (in Thai)
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2021). *MSME situation report Thailand 2021* [รายงานสถานการณ์ MSME ไทย ปี 2564]. Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (in Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2018). *National strategy 2018–2037* [ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2580]. Office of the National Economic and Social Development Council. (in Thai)
- Office of the Public Sector Development Commission. (2024). *OTOP performance report* [รายงานผลการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)]. Office of the Public Sector Development Commission. (in Thai)
- Ruenrom, G. (2022). *The Identification of Research Problems in Digital Marketing for Thailand in the Future* [การกำหนดปัญหางานวิจัยด้านการตลาดดิจิทัลสำหรับประเทศไทยในอนาคต]. *Chulalongkorn Business Review*, 40(157), 101–123. (in Thai).
- Sachs, J. D. (2015). *The age of sustainable development*. Columbia University Press.
- Sandelowski, M., Voils, C. I., & Knafl, G. (2009). On quantitizing. *Journal of Mixed Methods Research*, 3(3), 208–222. <https://doi.org/10.1177/1558689809334210>
- Tang, J., & Zhang, P. (2018). The impact of atmospheric cues on consumers' approach and avoidance behavioral intentions in social commerce websites. *Computers in Human Behavior*, 108, 105729 <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.09.038>

- Tasci, A. D. A., Semrad, K. J., & Yilmaz, S. S. (2013). *Community based tourism: Finding the equilibrium in the COMCEC context: Setting the pathway for the future*. COMCEC Coordination Office.
- Tongdhamachart, N., & Niyomsilpa, S. (2022). Mediating effect of digital marketing capability on marketing effectiveness of community enterprises in Nakhon Pathom Province, Thailand. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(1), 201–220. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2022-3801-11>
- United Nations World Tourism Organization. (2018). *Tourism for Development – Volume I: Key Areas for Action*. Madrid: UNWTO.

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์
ปีที่ 49 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2569): 288318

Journal of Social Research and Review
Volume 49 No.1 (January - June 2026): 288318
ISSN 3056-9508 (Online)



ระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประเภททอผ้าและเสื้อผ้า จังหวัดขอนแก่น

นรวิชัย นิธิปัญญา^{1*} บวร ทรัพย์สิงห์² และ กิ่งกาญจน์ จงสุขไกล²

¹หลักสูตรสหสาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม (หลักสูตรสหศาสตร์) วิทยาลัยสหศาสตร์บูรณาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

²สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, อีเมล: norawishniti@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอผ้าและเสื้อผ้า จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากผู้แทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 149 กลุ่ม ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการศึกษา พบว่า ความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอผ้าและเสื้อผ้า จังหวัดขอนแก่น ภาพรวมอยู่ในระดับพร้อมมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 โดยมีมิติที่มีความพร้อมมากที่สุด คือ มิติการรวมกลุ่มและเครือข่าย ค่าเฉลี่ย 3.56 ในขณะที่มิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมมีความพร้อมน้อยกว่ามิติอื่น ๆ ค่าเฉลี่ย 3.50 ผลการทดสอบสมมติฐานชี้ให้เห็นว่า อายุการก่อตั้งกลุ่มและจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มีผลต่อระดับความพร้อมในภาพรวม ทว่าอายุการก่อตั้งกลุ่มของกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 10 ปี และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 20 ปี มีความพร้อมในมิติสังคมและวัฒนธรรม มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 10-20 ปี นอกจากนี้ อายุการก่อตั้งกลุ่มของกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 20 ปี มีความพร้อมในมิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ความพร้อมในการปรับตัว; วิสาหกิจชุมชน; ผ้าทอขอนแก่น; ความท้าทายในอนาคต; เศรษฐกิจฐานราก

วันรับบทความ: 8 เมษายน 2569, **วันแก้ไขบทความ:** 4 พฤษภาคม 2569, **วันตอบรับบทความ:** 3 มิถุนายน 2569

Adaptation Readiness to Cope with Future Challenges among Textile and Garment Community Enterprises in Khon Kaen Province

Norawish Nitipanya^{1*}, Borvorn Subsing² and Kingkan Jongsukklai²

¹ *Master of Arts Program in Human and Social Development (Interdisciplinary Program), College of Interdisciplinary and Integrative Studies, Chulalongkorn University, Pathumwan District, Bangkok 10330 Thailand*

² *Chulalongkorn University Social Research Institute, Pathumwan District, Bangkok 10330 Thailand*

*Corresponding author, Email: norawishniti@gmail.com

Abstract

This study aimed to analyze the adaptation readiness of textile and garment community enterprises in Khon Kaen Province to cope with future challenges. A quantitative research approach was employed, and data were collected from representatives of 149 community enterprise groups in Khon Kaen Province. The data were analyzed using descriptive statistics and inferential statistics, specifically One-way Analysis of Variance (One-way ANOVA). The findings revealed that the overall adaptation readiness of textile and garment community enterprises in Khon Kaen Province was at a high level (Mean = 3.53). Among the dimensions examined, group integration and networking demonstrated the highest level of readiness (Mean = 3.56), while environmental sustainability showed the lowest level of readiness compared with the other dimensions (Mean = 3.50). The hypothesis testing results indicated that the age of establishment and the number of members of the community enterprise groups did not significantly affect the overall level of adaptation readiness. However, enterprises that had been established for less than 10 years and those operating for more than 20 years exhibited significantly higher readiness in the socio-cultural dimension than enterprises established for 10–20 years. In addition, enterprises that had been established for more than 20 years demonstrated significantly higher readiness in the environmental sustainability dimension than those in the other age groups.

Keywords: Adaptation Readiness; Community Enterprise; Khon Kaen Textiles; Future Challenges; Locals Economic

Received: April 8, 2026, **Revised:** May 4, 2026, **Accepted:** June 3, 2026

1. บทนำ

กระแสการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา ภายใต้การขับเคลื่อนของประเทศไทย ยังคงยึดโยงอยู่กับการพัฒนาความทันสมัย (Modernization) ที่ได้รับอิทธิพลมาจากอุดมการณ์เสรีนิยมใหม่ (Neo-Liberalism) ของโลกตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่มุ่งเน้นการสร้างเสถียรภาพทางการเมืองและเศรษฐกิจผ่านกลไกตลาดเสรี ภายใต้บริบทดังกล่าว ประเทศไทยได้เริ่มดำเนินนโยบายพัฒนาประเทศผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติอย่างเป็นระบบที่มุ่งเน้นการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน สะท้อนผ่านวาทกรรมของประเทศไทยในยุคนั้น กล่าวคือ “น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี” (Chiangthong, 2006) ถือว่าเป็นภาพแทนของรัฐพัฒนาแบบบนลงล่าง (Top-down development) ที่เน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นศูนย์กลาง ทว่าการพัฒนาในลักษณะนี้ กลับก่อให้เกิดข้อถกเถียงว่าด้วยการพัฒนา โดยเฉพาะพื้นที่ชนบทและเศรษฐกิจชุมชนที่มักถูกมองข้าม ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำในระดับภูมิภาคและพึ่งพาทุนภายนอกอย่างต่อเนื่อง

วิกฤตเศรษฐกิจเมื่อปี พ.ศ. 2540 ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้เห็นถึงความเปราะบางของระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยที่เน้นอิงทุนข้ามชาติและการพึ่งพานั้นสินต่างประเทศ (Bank of Thailand, 2023) วิกฤตการณ์นี้มีได้เป็นเพียงปัญหาทางการเงิน แต่เปรียบเสมือนรอยปริในกระบวนทัศน์การพัฒนา (Crack in the development paradigm) ที่เปิดพื้นที่ให้สังคมได้ถกเถียงถึงแนวทางการพัฒนาทางเลือกที่มุ่งเน้นการพึ่งพาตนเองและความเข้มแข็งของชุมชน (Rakyutidharm, 2011) อันนำไปสู่การสถาปนาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เป็นแนวคิดหลักในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เป็นต้นมา (Chaipattana Foundation, 2017) แม้ว่าในทางปฏิบัติยังคงมีข้อถกเถียงเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนระบบจัดสรรทรัพยากรและอำนาจในการตัดสินใจโดยชุมชนก็ตาม กว่า 20 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้พยายามส่งเสริมการรวมกลุ่มอาชีพในลักษณะของสัมมาชีพชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 (Bureau of Local Wisdom and Community Enterprise Promotion, 2017) การเติบโตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสะท้อนให้เห็นถึงเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ผ่านการต่อยอดนวัตกรรมทางสังคมและภูมิปัญญาภายใต้ระบบวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม (Chearait et al., 2022) อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจาก Department of Agricultural Extension (2024a) ระบุว่า จำนวนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกกลุ่มมีแนวโน้มลดลงอย่าง โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีจำนวน 79,928 กลุ่ม ลดลงจากปี พ.ศ. 2566 ถึง 3,625 กลุ่ม เช่นเดียวกับจำนวนสมาชิกกลุ่มมีจำนวน 1,400,568 คน ลดลงราว 66,110 คน (National Statistical Office, 2024)

ปรากฏการณ์การลดลงดังกล่าวสอดคล้องกับความท้าทายในหลายมิติ จากการแข่งขันในตลาดที่มีความรุนแรงมากขึ้น ปัญหาการบริหารจัดการภายในกลุ่ม และการขาดการสนับสนุนที่เหมาะสมจากภาครัฐ (Chearajit, 2023) ประกอบกับความไม่แน่นอนของนโยบายของรัฐไทยที่ขาดความต่อเนื่องในการบริหารราชการแผ่นดิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งต่อนโยบายเศรษฐกิจฐานรากท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลมากถึง 4 รัฐบาลในช่วงปี พ.ศ. 2566-2568 ได้ส่งผลโดยตรงต่อรูปแบบการปรับตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แม้ที่ผ่านมาการศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การศึกษาผลการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และประชารัฐ (Chantheap, 2016) และปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจ ฐานรากและประชารัฐ ในบทบาทของคณะกรรมการประสานและขับเคลื่อนนโยบายสานพลังประชารัฐประจำจังหวัด (คสป.) และบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี (Suktrairat, 2020) ตลอดจนการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Rodkaew et al., 2021) ทว่าการศึกษาที่มุ่งเน้นความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือกับความท้าทายในอนาคต ที่เฉพาะเจาะจงในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอผ้าและเสื้อผ้า นั้น ยังคงมีช่องว่างขององค์ความรู้ ความจำเป็นของการประเมินความพร้อมในการปรับตัวครั้งนี้ แตกต่างจากการวัดความพร้อมทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มิติของการบริหารจัดการ ได้แก่ การผลิต การตลาด และการเงิน แต่มุ่งเน้นการประเมินสมรรถนะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการรับมือแนวโน้มความท้าทายในอนาคตที่กลุ่มอาจต้องเผชิญ

จากข้อมูล National Statistical Office (2024) ได้ระบุว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอผ้าและเสื้อผ้า พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวนมากถึง 4,138 กลุ่ม โดยจังหวัดขอนแก่น มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอผ้าและเสื้อผ้า จำนวน 305 กลุ่ม ถือว่ามีจำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมากกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอผ้าและเสื้อผ้า ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากทั้งหมด 20 จังหวัด ค่าเฉลี่ย 206.9 กลุ่ม ด้วยความหนาแน่นของการกระจุกตัวของ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอผ้าและเสื่อผ้า อีกทั้ง ยังเป็นหนึ่งในพื้นที่ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาผ้าไหมอันเป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษที่สามารถนำมาพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ มีศักยภาพในระดับพื้นที่ทั้งในเชิงของการสร้างรายได้และจ้างงานให้กับชุมชน ความสามารถในการแข่งขันทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ และจังหวัดขอนแก่นถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐระดับภูมิภาคที่สำคัญ โดยเฉพาะสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 4 (สสก. 4) มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายทั้งหมด ในพื้นที่ 20 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในการศึกษาครั้งนี้จึงเลือกพื้นที่จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากลักษณะของการกระจุกตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความเหมาะสม เพื่อให้การวัดระดับความพร้อมในการปรับตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการมองเห็นภาพรวมของสถานการณ์ และการประเมินศักยภาพในการรับมือความท้าทายของกลุ่มให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายสนับสนุนที่ตรงจุดในระดับภาพรวม

การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการประเมินระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคต เพื่อแสดงให้เห็นสถานะและทิศทางการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอผ้าและเสื่อผ้า จังหวัดขอนแก่น ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและความไม่แน่นอนของนโยบายรัฐ

2. ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์และขอบเขตในการศึกษาวิจัย ดังนี้

2.1 พัฒนาการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของประเทศไทย

หากพิจารณาถึงวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยพบว่า เริ่มปรากฏเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจนจากการตราพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ซึ่งยกระดับการรวมกลุ่มระดับฐานรากให้เป็นกลไกการพัฒนาประเทศอย่างเป็นระบบ (Department of Agricultural Extension, 2024b) จากนั้นได้มีพัฒนาการต่อเนื่องและถูกบรรจุเป็นวาระสำคัญในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติโดยตลอด จนถึงฉบับที่ 13 ในปัจจุบัน (พ.ศ. 2566-2570) ที่มุ่งเน้นการยกระดับวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่โมเดลเศรษฐกิจสีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Model) (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022) โดยวิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการที่เกิดจากรวมกลุ่มเพื่อดำเนินการผลิตและให้บริการโดยอาศัยทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างเศรษฐกิจฐานรากอันหมุนเวียนภายในชุมชน เมื่อพิจารณาตามงานของ Chearajit et al. (2022) กล่าวว่า การพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้เข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยมีกลไกสำคัญในการสนับสนุนการเสริมสร้างกระบวนการทางสังคม โดยอาศัยการจัดการความสัมพันธ์ของระหว่างผู้คน ทรัพยากร และองค์ความรู้ โดยอาศัยศักยภาพของชุมชนทั้งผลิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่น ทุนทางสังคม (Somwattanasak, 2005)

สำหรับแนวคิดวิสาหกิจชุมชนย่อมต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของกลุ่มชุมชนในการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจการ มีลักษณะของการประกอบการและการบริหารจัดการธุรกิจ มีจุดมุ่งหมายในการสร้างระบบสวัสดิการของชุมชนขึ้นมาเป็นหลักประกันและภูมิคุ้มกันให้กลุ่มอาชีพและผู้คนในชุมชน (Pongpit, 2012) การทำความเข้าใจถึงความแตกต่างของระดับความพร้อมในการปรับตัวของแต่ละกลุ่ม สามารถอธิบายผ่านการบูรณาการผ่าน 3 แนวคิดหลัก ได้แก่ (1) แนวคิดวงจรชีวิตองค์กร ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มที่มีอายุและขนาดองค์กรต่างกัน ย่อมมีความต้องการทรัพยากรและความท้าทายที่แตกต่างกัน โดยองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาตามลำดับขั้นที่สามารถคาดการณ์ได้ โดยมี 5 ขั้นสำคัญคือ ก่อตั้ง อยู่รอด ความสำเร็จ เติบโตเต็มที่ และการปรับตัว/ถดถอย (Lester et al., 2003) (2) ทฤษฎีทรัพยากรพื้นฐานขององค์กร มุ่งเน้นย้ำถึงความสำคัญของทุนมนุษย์และทุนการเงิน ถือเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนขององค์กรจากทรัพยากรและขีดความสามารถในการใช้ประโยชน์ของทรัพยากร มักมีความพร้อมในการปรับตัวได้ดีกว่ากลุ่มที่ขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์และการเงิน (Barney, 1991; Habbershon & Williams, 1999) (3) ทฤษฎีทุนทางสังคม ที่อธิบายว่ารูปแบบการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่ายทางสังคม ความไว้วางใจและบรรทัดฐานของความร่วมมือของชุมชน (Bourdieu, 1986) เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกรรมและส่งเสริมให้ดำเนินงานราบรื่น (Westlund & Bolton, 2003)

2.2 แนวคิดทางสังคมวิทยาว่าด้วยการปรับตัว

ในทางสังคมวิทยา “การปรับตัว” เป็นกระบวนการที่กลุ่มในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม วิถีชีวิตและความเชื่อ ให้สอดคล้องกับเงื่อนไขทางสังคมที่เปลี่ยนไป (Chantavanich, 2020) กระบวนการนี้ครอบคลุมการปรับตัวหลากหลายมิติที่สอดคล้องกันอย่างซับซ้อน เริ่มจากการปรับตัวทางสังคมและวัฒนธรรมอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม ตลอดจนการบริหารความประทับใจเพื่อตอบสนองความคาดหวังผ่านการแสดงบทบาทในชีวิตประจำวัน (Suwanphat, 2015; Khamphet, 2021) การบูรณาการค่านิยมใหม่ทางวัฒนธรรมจากการนำค่านิยม แนวคิดและการปฏิบัติจากวัฒนธรรมใหม่มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมีความเกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ในการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนการปรับเปลี่ยนทางประเพณีจากสังคมดั้งเดิมสู่สังคมเมืองที่มีความเป็นพลวัต (Berry, 1997; Britannica, 2024) โดยในขณะเดียวกัน การปรับตัวทางการเมืองและเศรษฐกิจมุ่งเน้นการตอบสนองต่อโครงสร้างอำนาจ ระบบนิติรัฐ และระบบความเป็นเหตุผล รวมถึงการรับมือกับอำนาจครอบงำทางอุดมการณ์ของรัฐ และความท้าทายภายใต้ระบบทุนนิยม (Phuttharaksa, 2018; Kanjanapan, 2021; Panyachit 2023) ซึ่งเชื่อมโยงโดยตรงกับการปรับตัวระดับกลุ่มที่สมาชิกต้องอาศัยและจัดการทางทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางสังคมเพื่อรักษาหรือขยายตำแหน่งในพื้นที่ทางสังคม (Bourdieu, 1984)

อีกทั้ง กระแสการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน การปรับตัวยังต้องครอบคลุมมิติด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผ่านการเชื่อมต่อกับสังคมเครือข่ายสารสนเทศดิจิทัล และการยอมรับนวัตกรรมใหม่ตามคุณลักษณะที่สามารถเข้าถึงได้และได้เปรียบ (Castells, 1996; Rogers, 2003) ควบคู่ไปกับการปรับตัวเพื่อความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมตามทฤษฎีความทันสมัยเชิงนิเวศ ที่ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนากระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ (Mol & Spaargaren, 2000) และประการสำคัญคือ การปรับตัวเพื่อรองรับนโยบายของภาครัฐผ่านกระบวนการคล้อยตามกันเชิงสถาบัน ทั้งจากแรงกดดันเชิงบังคับ เชิงล่อลวงแบบ และเชิงบรรทัดฐาน เพื่อให้กลุ่มได้รับการยอมรับและสามารถเข้าถึงทรัพยากรการสนับสนุนจากภาครัฐได้อย่างต่อเนื่อง (DiMaggio & Powell, 1983) สามารถกล่าวได้ว่า เป็นปฏิสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างปัจจัยภายในกลุ่มและพลังขับเคลื่อนภายนอกในมิติทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม จากปฏิสัมพันธ์ที่มีความซับซ้อนระหว่างปัจจัยภายในกลุ่มและพลังขับเคลื่อนภายนอกดังกล่าว ผู้วิจัยจึงกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการของ “ระดับความพร้อมในการปรับตัว” สำหรับการศึกษาครั้งนี้ว่าหมายถึง ระดับการประเมินสถานะปัจจุบันและการเตรียมการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 6 มิติหลัก ได้แก่ มิติสังคมและวัฒนธรรม มิติการเมืองและเศรษฐกิจ มิติการรวมกลุ่มและเครือข่าย มิติการเปลี่ยนแปลงต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยี มิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และมิติรองรับนโยบายของภาครัฐ

2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมในการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชน

เมื่อได้พิจารณาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของปฏิสัมพันธ์และตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงกดดันเชิงสถาบันอันเกิดจากนโยบายของภาครัฐ นับตั้งแต่โครงการ OTOP หรือสานพลังประชารัฐ ความสำเร็จของนโยบายเหล่านี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือและความเข้าใจบริบทของชุมชน โดยรัฐควรปรับบทบาทจากผู้ควบคุมให้อำนวยความสะดวกมากขึ้น และสนับสนุนที่ตรงจุดมากกว่าการจัดสรรงบประมาณ (Suktrairat, 2020; Rodkaew et al, 2021) สอดคล้องกับกับแนวคิดที่ว่า การพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นให้ยั่งยืนต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนและตัดสินใจ รวมถึงการออกแบบนโยบายคำนึงถึงแรงจูงใจและข้อจำกัดของพื้นที่ (Doyle, 2013; Hallegatte et al.; 2020; Cavite et al.; 2023) ยิ่งไปกว่านั้น รากฐานสำคัญที่ช่วยให้ชุมชนสามารถรับมือกับความท้าทายต่าง ๆ ได้คือทุนทางสังคม ต้องอาศัยความเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอก โดยการค้นหาและรักษาประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีคุณค่าและอาศัยบทบาทของผู้นำ (Jantotai, 2012) ในช่วงที่มีวิกฤตที่ผ่านมา กลุ่มที่สามารถอยู่รอดได้คือกลุ่มที่มีพลวัตในการรับรู้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและฉกฉวยโอกาสในการตลาดออนไลน์ (Khemthong, 2022; Boonpeng, 2023) ทว่าศักยภาพในการปรับเปลี่ยนสู่ยุคดิจิทัลยังคงเผชิญความท้าทายในข้อจำกัดด้านทักษะของบุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร (Srison & Lawan, 2022) ดังนั้น การสร้างความยืดหยุ่นเพื่อรองรับอนาคตมีความสำคัญในการคาดการณ์ รับมือเรียนรู้เพื่อปรับตัว สอดคล้องกับพลวัตในการรับรู้โอกาสและปรับเปลี่ยนทรัพยากรให้ทันต่อสถานการณ์ ตลอดจนการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ในระยะยาว (Annarelli & Nonino, 2016; Teece, 2007) ในปัจจุบันที่เผชิญกับกระแสการพลิกผันทางดิจิทัล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินระหว่าง 15 พฤศจิกายน 2568 - 15 มีนาคม 2569 โดยประสานขอความอนุเคราะห์จากสำนักงานเกษตรจังหวัดขอนแก่น และจัดเก็บข้อมูลทั้งในรูปแบบการลงพื้นที่ (Onsite) และรูปแบบออนไลน์ (Online) ตามความสะดวกของแต่ละกลุ่ม จนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบ 149 ชุด สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลมาลงรหัสและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผู้วิจัยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (Chamaratana, 2016) เพื่อมุ่งอธิบายระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยเพื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพร้อมในการปรับตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยพิจารณาจากลักษณะของกลุ่ม ได้แก่ จำนวนปีที่ก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และจำนวนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยได้กำหนดสมมติฐาน ดังนี้

H0: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีจำนวนปีที่ก่อตั้ง และจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวไม่แตกต่างกัน

H1: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีปีที่ก่อตั้ง และจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวแตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคต จำแนกตามปีที่ก่อตั้งและจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นด้านการแจกแจงแบบปกติ (Normality) และความเท่ากันของความแปรปรวน (Homogeneity of variance) แล้ว ทั้งนี้ หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) ทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธี Scheffé เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่

4. ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลลักษณะพื้นฐานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอผ้าและเสื้อผ้า จังหวัดขอนแก่น

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอผ้าและเสื้อผ้า จังหวัดขอนแก่น จำนวน 149 กลุ่ม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.35 มีอายุเฉลี่ย 47.61 ปี และส่วนมากดำรงตำแหน่งเป็นเลขานุการกลุ่ม ร้อยละ 40.94 และประธานกลุ่ม ร้อยละ 36.24 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 26.85 สภาพทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนก่อตั้งกลุ่มมาแล้วเฉลี่ย 16.50 ปี มีจำนวนสมาชิกเฉลี่ย 64.30 คนต่อกลุ่ม ในด้านระดับเงินทุนและรายได้ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการสร้างรายได้เฉลี่ย 1,210,465.10 บาทต่อปี ในขณะที่รูปแบบการบริหารจัดการและเครือข่าย พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีระบบการบริหารจัดการที่เป็นทางการและมาตรฐาน โดยร้อยละ 75.17 มีโครงสร้างการบริหารจัดการภายในที่ชัดเจน ร้อยละ 53.02 มีการจัดประชุมสมาชิกเป็นประจำทุกเดือน และร้อยละ 65.77 ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในระดับอำเภอหรือจังหวัด

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอผ้าและเสื้อผ้า จังหวัดขอนแก่น ทั้ง 6 มิติหลัก พบว่า ระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 ความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตสูงสุด ได้แก่ มิติด้านการรวมกลุ่มและเครือข่าย ค่าเฉลี่ย 3.56 ตามด้วยมิติการรองรับนโยบายภาครัฐ ค่าเฉลี่ย 3.55 ในขณะที่อันดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตต่ำสุด คือ มิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย 3.50 แม้จะอยู่อันดับสุดท้าย แต่ก็ยังถือว่าอยู่ในระดับพร้อมมากเช่นกัน รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคต จำแนกตามรายมิติ

มิติความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพร้อม
มิติการรวมกลุ่มและเครือข่าย	3.56	1.07	พร้อมมาก
มิติการรองรับนโยบายของภาครัฐ	3.55	1.05	พร้อมมาก
มิติการเมืองและเศรษฐกิจ	3.53	1.08	พร้อมมาก

มิติความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพร้อม
มิติเทคโนโลยีและนวัตกรรม	3.53	1.07	พร้อมมาก
มิติสังคมและวัฒนธรรม	3.51	1.07	พร้อมมาก
มิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม	3.50	1.08	พร้อมมาก
รวม 6 มิติ	3.53	0.20	พร้อมมาก

จากตารางชี้ให้เห็นว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในฐานะองค์กรเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่ที่มีความพยายามปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมรับมือความท้าทายในอนาคตภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัตทางเศรษฐกิจและสังคม มิติที่กลุ่มมีความพร้อมมากที่สุดอันเป็นกลยุทธ์ในการปรับตัว กล่าวคือ มิติการรวมกลุ่มและเครือข่าย และมิติการรองรับนโยบายของภาครัฐ อันสะท้อนการพึ่งพาทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ และการเกาะติดนโยบายเพื่อรับการส่งเสริมสนับสนุนหรืออุดหนุนจากภาครัฐ ในขณะที่มิติทางสังคมและวัฒนธรรม และมิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม กลับมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพร้อมมากแต่ต่ำกว่ามิติอื่น ๆ บ่งชี้ถึงข้อจำกัดในการปรับตัวที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบและการลงทุนด้านเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อม ยังคงเป็นอุปสรรคที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาต่อไป

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ระยะเวลาในการก่อตั้งและจำนวนสมาชิกแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA พบว่า กลุ่มที่ก่อตั้งต่ำกว่า 10 ปี และกลุ่มที่ก่อตั้งมากกว่า 20 ปี มีความพร้อมเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.56) เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีปีที่ก่อตั้งแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ($F = 2.165, p = .118$)

มิติสังคมและวัฒนธรรม พบว่า กลุ่มที่ก่อตั้งน้อยกว่า 10 ปี มีความพร้อมสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.64) และความพร้อมจะลดลงในกลุ่มที่ก่อตั้ง 10-20 ปี ค่าเฉลี่ย 3.37 และกลับมาสูงขึ้นอีกครั้งในกลุ่มที่ก่อตั้งมากกว่า 20 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.61) เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีปีที่ก่อตั้งแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวในมิติสังคมและวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 5.462, p = .005$) เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย Scheffé พบว่า กลุ่มก่อตั้งต่ำกว่า 10 ปี มีความแตกต่างจากกลุ่มที่ก่อตั้ง 10-20 ปี ($p = .022$) และกลุ่มก่อตั้งมากกว่า 20 ปี มีความแตกต่างจากกลุ่มที่ก่อตั้ง 10-20 ปี

มิติการเมืองและเศรษฐกิจ พบว่า ระดับความพร้อมลดลงตามระยะเวลาที่ก่อตั้ง กล่าวคือ กลุ่มที่ก่อตั้งน้อยกว่า 10 ปี มีความพร้อมที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.58) และกลุ่มที่ก่อตั้ง 10-20 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.55) ในขณะที่กลุ่มที่ก่อตั้งมากกว่า 20 ปี มีความพร้อมน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.46) เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีปีที่ก่อตั้งแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวมิติการเมืองและเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ($F = 0.773, p = .464$)

มิติการรวมกลุ่มและเครือข่าย พบว่า มีลักษณะคล้ายมิติการเมืองและเศรษฐกิจ กล่าวคือ ยิ่งมีระยะเวลาดำเนินการ ความพร้อมยิ่งลดลง กล่าวคือ กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีความพร้อมโดดเด่นกว่ากลุ่มที่ก่อตั้ง 10-20 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.58) และกลุ่มที่ก่อตั้งมากกว่า 20 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.47) ที่มีความพร้อมลดลง เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีปีที่ก่อตั้งแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวมิติการรวมกลุ่มและเครือข่ายไม่ต่างกัน ($F = 1.316, p = .271$)

มิติเทคโนโลยีและนวัตกรรม พบว่า ระดับความพร้อมเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่ก่อตั้งกลุ่มที่เพิ่มขึ้น กลุ่มที่ก่อตั้งมากกว่า 20 ปี มีความพร้อมสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.58) สะท้อนถึงการปรับตัวเข้ากับนวัตกรรมได้ดีตามวิสัยทัศน์ เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีปีที่ก่อตั้งแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวมิติเทคโนโลยีและนวัตกรรม ไม่แตกต่างกัน ($F = 0.456, p = .635$)

มิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มที่มีการก่อตั้งมากกว่า 20 ปี มีความพร้อมสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.64) เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีปีที่ก่อตั้งแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวมิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 3.177, p = .045$) อย่างไรก็ตาม เมื่อทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffé พบว่า กลุ่มที่ก่อตั้งมากกว่า 20 ปี มีความพร้อมมากกว่าทุกกลุ่ม

มติการรองรับนโยบายของภาครัฐ พบว่า กลุ่มที่ก่อตั้งน้อยกว่า 10 ปี และกลุ่มที่ก่อตั้ง มากกว่า 20 ปี มีความพร้อมใกล้เคียงกัน (ค่าเฉลี่ย 3.59 และ 3.58) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ปีที่ก่อตั้งแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวมติการรองรับนโยบายของรัฐ ไม่แตกต่างกัน ($F = 0.567, p = .569$) รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตตามปีที่ก่อตั้งกลุ่ม

การปรับตัว 6 มิติ	ปีที่ก่อตั้ง	ค่าเฉลี่ย	F	Sig.
มิติสังคมและวัฒนธรรม	ต่ำกว่า 10 ปี	3.64	5.462	.005 *
	10-20 ปี	3.37		
	มากกว่า 20 ปี	3.61		
มิติการเมืองและเศรษฐกิจ	ต่ำกว่า 10 ปี	3.58	.773	.464
	10-20 ปี	3.55		
	มากกว่า 20 ปี	3.46		
มิติการรวมกลุ่มและเครือข่าย	ต่ำกว่า 10 ปี	3.63	1.316	.271
	10-20 ปี	3.58		
	มากกว่า 20 ปี	3.47		
มิติเทคโนโลยีและนวัตกรรม	ต่ำกว่า 10 ปี	3.49	.456	.635
	10-20 ปี	3.51		
	มากกว่า 20 ปี	3.58		
มิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม	ต่ำกว่า 10 ปี	3.45	3.177	.045 *
	10-20 ปี	3.43		
	มากกว่า 20 ปี	3.64		
มติการรองรับนโยบายของภาครัฐ	ต่ำกว่า 10 ปี	3.59	.567	.569
	10-20 ปี	3.50		
	มากกว่า 20 ปี	3.58		
ภาพรวม	ต่ำกว่า 10 ปี	3.56	2.165	.118
	10-20 ปี	3.49		
	มากกว่า 20 ปี	3.56		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตตามจำนวนสมาชิกของกลุ่มในภาพรวม พบว่า กลุ่มที่มีสมาชิกเพิ่มขึ้นจะมีความพร้อมเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีจำนวนสมาชิกแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ($F = 2.423, p = .092$)

มิติสังคมและวัฒนธรรม พบว่า ระดับความพร้อมในมิติสังคมและวัฒนธรรม เพิ่มขึ้นตามจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจ กล่าวคือ กลุ่มที่มีสมาชิกมากกว่า 100 คน มีความพร้อมสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.54) เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวมิติสังคมและวัฒนธรรม ไม่แตกต่างกัน ($F = 0.082, p = .921$)

มิติการเมืองและเศรษฐกิจ พบว่า เป็นมิติที่เห็นความต่างชัดเจน กล่าวคือ ยิ่งองค์กรใหญ่ ความพร้อมยิ่งสูงขึ้น โดยกลุ่มที่มีสมาชิกมากกว่า 100 คน (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีความพร้อมสูงกว่ากลุ่มที่มีสมาชิกน้อยกว่า 50 คน (ค่าเฉลี่ย 3.44) เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวมิติการเมืองและเศรษฐกิจ ไม่แตกต่างกัน ($F = 2.294, p = .104$)

มิติการรวมกลุ่มและเครือข่าย พบว่า กลุ่มองค์กรจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจมากกว่า 100 คน มีความพร้อมโดดเด่นที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.67) เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวมิติการรวมกลุ่มและเครือข่าย ไม่แตกต่างกัน ($F = 1.298, p = .276$)

มิติเทคโนโลยีและนวัตกรรม พบว่า เป็นมิติเดียวที่กลุ่มองค์กรที่มีจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจน้อยกว่า 50 คน มีความพร้อมสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.57) กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจ 50 คนขึ้นไป มีระดับความพร้อมลดหลั่นลงมาตามลำดับ เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวมิติเทคโนโลยีและนวัตกรรม ไม่แตกต่างกัน ($F = 0.418, p = .659$)

มิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มองค์กรที่มีจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจ 50-100 คน มีระดับความพร้อมสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.57) กลุ่มจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจน้อยมีความพร้อมในมิตินี้น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.41) เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวมิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน ($F = 1.880, p = .156$)

มิติการรองรับนโยบายของภาครัฐ พบว่า ระดับความพร้อมแปรผันตามจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจ กลุ่มที่มีสมาชิกมากกว่า 100 คน (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีความพร้อมในการรับนโยบายสูง เมื่อพิจารณาความแตกต่างด้วยสถิติ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจแตกต่างกัน มีระดับความพร้อมในการปรับตัวมิติการรองรับนโยบายของภาครัฐ ไม่แตกต่างกัน ($F = 1.159, p = .317$) รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตตามจำนวนสมาชิก

การปรับตัว 6 มิติ	จำนวนสมาชิก	ค่าเฉลี่ย	F	Sig.
มิติสังคมและวัฒนธรรม	ต่ำกว่า 50 คน	3.49	.082	.921
	50-100 คน	3.52		
	มากกว่า 100 คน	3.54		
มิติการเมืองและเศรษฐกิจ	ต่ำกว่า 50 คน	3.44	2.294	.104
	50-100 คน	3.55		
	มากกว่า 100 คน	3.68		
มิติการรวมกลุ่มและเครือข่าย	ต่ำกว่า 50 คน	3.57	1.298	.276
	50-100 คน	3.50		
	มากกว่า 100 คน	3.67		
มิติเทคโนโลยีและนวัตกรรม	ต่ำกว่า 50 คน	3.57	.418	.659
	50-100 คน	3.49		
	มากกว่า 100 คน	3.53		
มิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม	ต่ำกว่า 50 คน	3.41	1.880	.156
	50-100 คน	3.57		
	มากกว่า 100 คน	3.54		
มิติการรองรับนโยบายของภาครัฐ	ต่ำกว่า 50 คน	3.48	1.159	.317
	50-100 คน	3.57		
	มากกว่า 100 คน	3.63		
ภาพรวม	ต่ำกว่า 50 คน	3.49	2.423	.092
	50-100 คน	3.53		
	มากกว่า 100 คน	3.60		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประเภท ทอผ้าและเสื้อผ้า จังหวัดขอนแก่น พบว่า ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพร้อมอยู่ในเกณฑ์ระดับพร้อมมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 และเมื่อพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะพื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้งจำนวนปีที่ก่อตั้งและจำนวน สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจ ไม่มีผลต่อความแตกต่างของระดับความพร้อมในการปรับตัวในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ($p > .05$) จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีระดับความพร้อมในระดับพร้อมมากและใกล้เคียงกัน โดยสามารถนำมา อภิปรายผลและตีความตามกรอบแนวคิดและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ 3 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

ประการแรก การปรับตัวตามนโยบายของภาครัฐและพัฒนาการตามระยะเวลาการก่อตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การที่ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่าอายุการก่อตั้งและจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ไม่มีผลต่อระดับความพร้อมในการปรับตัวภาพรวม โดยสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดการคล้ายคลึงกันเชิงสถาบัน (Institutional isomorphism) เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มต่างเผชิญแรงกดดันเชิงบังคับ และบรรทัดฐานจากนโยบายของภาครัฐที่มีคล้ายคลึงกัน ทำให้เกิดการปรับตัวเพื่อตอบสนองนโยบายและรักษาสถิติประโยชน์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน (DiMaggio & Powell, 1983) อย่างไรก็ตาม เมื่อได้พิจารณาในรายมิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน อายุการก่อตั้งกลุ่มส่งผลต่อความแตกต่างในมิติสังคม และวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) สามารถอธิบายผ่านแนวคิดวงจรชีวิตองค์กร ว่าด้วยการที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในระยะเวลาช่วงการก่อตั้งและรูปแบบการเติบโตที่แตกต่างกัน (Lester et al., 2003) จึงย่อมมีกระบวนการจัดการทุนทางสังคมและการปรับเปลี่ยนทางประเพณีจากสังคมดั้งเดิมสู่การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มที่ต่างกัน (Berry, 1997) ดังนั้น การปรับตัวจึงมีลักษณะแปรผันตามประสบการณ์และช่วงอายุองค์กรของแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ลักษณะของประเภทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่คล้ายคลึงกัน มักมีระดับความพร้อมในการปรับตัวของแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ไม่แตกต่างกัน

ประการที่สอง ความเข้มแข็งของทุนทางสังคมในพื้นที่และข้อจำกัดในการขยายเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากการศึกษา พบว่า ในมิติการรวมกลุ่มและเครือข่ายเป็นมิติที่มีระดับความพร้อมในการปรับตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.56 และผลการทดสอบสมมติฐานยืนยันว่าอายุการก่อตั้งและจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มีผลต่อระดับความพร้อมในมิตินี้ จากข้อมูลนี้เป็นการตอกย้ำแนวคิดทุนทางสังคม (Social Capital) ที่ได้ระบุว่าบรรทัดฐาน ความร่วมมือ ความไว้วางใจและเครือข่ายความสัมพันธ์ เป็นทรัพยากรพื้นฐานที่ช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกรรมของกลุ่ม (Bourdieu, 1986; Westlund & Bolton, 2003) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มจำเป็นต้องมีการพึ่งพาทุนทางสังคมในระดับพื้นที่ เป็นกลไกหลักในการดำรงอยู่ขององค์กร อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาตามงานของ Jantotai (2012) กล่าวว่า การรักษาความเข้มแข็งของชุมชนให้ยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องอาศัยการเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงมีความจำเป็นต้องก้าวข้ามการพึ่งพาตนเอง ไปสู่การสร้างเครือข่ายพันธมิตรข้ามกลุ่มหรือการร่วมมือกับภาคธุรกิจภายนอก เพื่อเสริมสร้างพลังในการรับมือแรงกดดันจากระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่มีการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง

ประการที่สาม ความท้าทายด้านทรัพยากรชุมชนกับการยกระดับเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม จากการศึกษา ผลการทดสอบสมมติฐานได้ชี้ให้เห็นว่า มิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม แม้จะมีระดับความพร้อมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก แต่จากระดับความพร้อมในทุกมิติปรากฏว่าในมิติดังกล่าว มีคะแนนค่าเฉลี่ยในลำดับท้ายที่สุดอยู่ที่ 3.50 หากพิจารณาอายุของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมากกว่า 20 ปี มีระดับความพร้อมสูงกว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่งก่อตั้งใหม่อย่างมีค่าเฉลี่ยถึง 3.64 อีกทั้ง แนวโน้มของกลุ่มจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจน้อย มีระดับความพร้อมในมิตินี้ มีค่าเฉลี่ยในลำดับท้ายที่สุดจากทุกมิติ ค่าเฉลี่ย 3.41 อันสอดคล้องกับทฤษฎีทรัพยากรพื้นฐานขององค์กรที่สามารถอธิบายได้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันต้องอาศัยทรัพยากรที่พร้อมสมบูรณ์ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เพิ่งก่อตั้งมักเผชิญหน้ากับข้อจำกัดด้านทุนทรัพย์ (Barney, 1991; Habbershon & Williams, 1999) ส่งผลต่อการยกระดับกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หากพิจารณาตามแนวคิดความทันสมัยเชิงนิเวศ กลายเป็นภาระต้นทุนที่สูงเกินขีดความสามารถ อาทิ ค่าใช้จ่ายในการจัดหาวัตถุดิบสีธรรมชาติที่มีราคาสูงกว่าเคมีภัณฑ์ (Mol & Spaargaren, 2000)

นอกจากนี้ การพัฒนาและปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในฐานะผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์พื้นบ้านท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในมิติสังคมวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมในพื้นที่ และสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ในยุคดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ประเภทอุปโภคและ

บริโศก เผชิญความท้าทายใกล้เคียงกัน (Suraban & Nunumvong, 2025) ในมิติของการยอมรับนวัตกรรมใหม่ มีส่วนสำคัญในการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้เข้าสู่ตลาดยุคดิจิทัล (Rogers, 2003) แม้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะมีความตระหนักถึงความสำคัญ แต่ในทางปฏิบัติยังคงเผชิญกับความท้าทายอย่างหนักจากข้อจำกัดทักษะทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะในกลุ่มสมาชิกที่เป็นผู้สูงอายุอันเป็นกำลังผลิตหลักของกลุ่ม (Khemthong, 2022; Boonpeng, 2023) ทำให้การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์หรือการสร้างเรื่องราวให้กับแบรนด์ (Storytelling) ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มศักยภาพ (Srison & Lawan, 2022) อีกทั้ง ด้วยข้อจำกัดทั้งในด้านทุนและทักษะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงไม่สามารถพึ่งพาศักยภาพในระดับปัจเจกบุคคลได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังจำเป็นต้องอาศัยกลไกการเรียนรู้และการจัดการร่วมกันเพื่อปรับตัวและสร้างความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ระยะยาว ผ่านกระบวนการเชิงบูรณาการที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ (Annarelli & Nonino, 2016; Teece, 2007)

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผล

จากผลการศึกษาระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประเภททอดผ้าและเสื้อผ้า จังหวัดขอนแก่น พบว่า ภาพรวมจากทั้ง 6 มิติ มีระดับความพร้อมในการปรับตัวอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 มิติการรวมกลุ่มและเครือข่ายมีความพร้อมในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.56 และมิติความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมมีความพร้อมในลำดับท้ายที่สุดอยู่ที่ค่าเฉลี่ย 3.50 อีกทั้ง ผลการทดสอบสมมติฐานได้ชี้ให้เห็นว่า อายุและจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มีผลต่อภาพรวมของระดับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สำหรับในข้อค้นพบได้สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอาศัยการพึ่งพาทุนทางสังคมและการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐเป็นกลไกหลัก สำหรับแนวทางการยกระดับศักยภาพ ผู้วิจัยได้เสนอ 4 กลไกเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ (1) การปรับบทบาทของภาครัฐสู่การเป็นพี่เลี้ยงเชิงรุกเพื่อลดอุปสรรคด้านมาตรฐานการผลิต (2) การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ข้ามวัยเพื่อลดช่องว่างของทักษะดิจิทัล (3) การจับคู่ธุรกิจเพื่อนำอัตลักษณ์มาออกแบบให้ร่วมสมัย และ (4) การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายจัดซื้อจัดจ้างเพื่อลดต้นทุนของวัตถุดิบธรรมชาติอันเป็นแนวทางให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถปรับตัวและดำรงอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน

6.2 ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรับมือความท้าทายในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภททอดผ้าและเสื้อผ้า จังหวัดขอนแก่น ดังนี้

1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ปัจจุบัน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายในพื้นที่สามารถนำจุดแข็งด้านทุนทางสังคมมาต่อยอดเป็นเครือข่ายจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อรวบรวมคำสั่งซื้อวัตถุดิบธรรมชาติในปริมาณมาก อันจะช่วยลดต้นทุนการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง ควรริเริ่มกระบวนการเรียนรู้ข้ามวัย โดยเปิดโอกาสให้เยาวชนคนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมจัดการตลาดออนไลน์ การเล่าเรื่องราวของแบรนด์ (Storytelling) และออกแบบลวดลายผ้าให้มีความร่วมสมัย อันเป็นลดช่องว่างด้านทักษะดิจิทัลและความคิดสร้างสรรค์ โดยไม่ต้องรองบประมาณสนับสนุน

2) ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ให้แก่หน่วยงานรัฐและท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรปรับบทบาทเป็นพี่เลี้ยงเชิงรุกผ่านการจัดตั้งหน่วยบริการเคลื่อนที่ให้คำปรึกษาถึงแหล่งผลิต และปรับเกณฑ์มาตรฐานสินค้าให้ยืดหยุ่นเพื่อลดความซับซ้อน นอกจากนี้ รัฐควรเป็นศูนย์กลางจัดเวทีจับคู่ธุรกิจ ระหว่างชุมชนกับภาคเอกชน และสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์นวัตกรรมเครื่องจักรส่วนกลาง เพื่อช่วยลดภาระการลงทุนด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์รักษาสี เพื่อให้สอดคล้องกับขีดความสามารถและระดับความพร้อมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในปัจจุบัน

บรรณานุกรม

Annarelli, A., & Nonino, F. (2016). Strategic and operational management of organizational resilience: A literature review. *International Journal of Production Research*, 54(7), 2093–2113.

Bank of Thailand. (2023). Lessons learned from the Tom Yum Kung crisis [บทเรียนจากวิกฤตต้มยำกุ้ง].

<https://www.bot.or.th/th/our-roles/special-measures/Tom-Yum-Kung-lesson.html> (in Thai)

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>

Journal of Social Research and Review (2026): 49(1): 288318

- Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, 46(1), 5–34.
- Boonpeng, N. (2023). *Adaptation patterns for economic development of indigo-dyed cloth community enterprise groups, Ban Non Sabaeng, Kantharawichai District, Maha Sarakham Province during the COVID-19 pandemic* [รูปแบบการปรับตัวเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าย้อมคราม บ้านโนนสะแบง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19] [Unpublished master's thesis]. Mahasarakham University. (in Thai)
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Britannica. (2024). *Robert Redfield American anthropologist*.
<https://www.britannica.com/science/ethnography>
- Bureau of Local Wisdom and Community Enterprise Promotion. (2017). *One Tambon One Product (OTOP) project* [โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)].
<https://cep.cdd.go.th/th/content/page/index/id/1332> (in Thai)
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society*. Blackwell Publishers.
- Cavite, H. J., Kerdsriserm, C., Llonas, C., Direksri, N., & Suwanmaneepong, S. (2023). Farmers' perception of consumer information and adoption intention towards organic rice farming: Evidence from community enterprise in rural Thailand. *Outlook on Agriculture*, 52(1), 79-88.
- Chaipattana Foundation. (2017). *The origins of the sufficiency economy concept* [จุดกำเนิดแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง]. <https://www.chaipat.or.th/publication/publish-document/sufficiency-economy.html> (in Thai)
- Chamaratana, T. (2016). *Quantitative research for social development* [การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อการพัฒนาสังคม]. Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University. (in Thai)
- Chantavanich, S. (2020). *Sociological theory* [ทฤษฎีสังคมวิทยา] (9th ed.). Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Chanthep, T. (2016). *A study of the operational performance of the local economy and Pracharath development working group* [การศึกษาผลการดำเนินงานของคณะทำงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ] [Unpublished master's thesis]. Thammasat University. (in Thai)
- Chearajit, C. (2023). *Community 5.0* [ชุมชน 5.0]. Nitikam Printing. (in Thai)
- Chearajit, C., Promjittipong, C., Sunsiphai, T., Panyachit, S., & Wanichchanon, P. (2022). Social innovation and guidelines for sustainable community right livelihood network development [นวัตกรรมทางสังคมและแนวทางในการพัฒนาเครือข่ายสัมมาชีพชุมชนอย่างยั่งยืน]. *MCU Social Science Review*, 11(2), 1–14. (in Thai)
- Chiangthong, J. (2006). *Sociology of development* [สังคมวิทยาการพัฒนา]. Odeon Store. (in Thai)
- Department of Agricultural Extension. (2024a). *Community enterprise information system* [ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน]. <https://smce.doae.go.th/> (in Thai)

- Department of Agricultural Extension. (2024b). *Research report on opinions regarding the revision of the community enterprise promotion committee regulation on registration and revocation of community enterprises, B.E. 2548* [ผลการศึกษาวิจัย ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงระเบียบคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนว่าด้วยการจดทะเบียนและการเพิกถอนทะเบียนวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548]. Community Enterprise Promotion Division, Department of Agricultural Extension. (in Thai)
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- Doyle, J. (2013). Local Enterprise Partnerships to deliver progressive social outcomes. *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit*, 27(7-8), 921–926. <https://doi.org/10.1177/0269094213501130>
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175–191. <https://doi.org/10.3758/BF03193146>
- Habbershon, T. G., & Williams, M. L. (1999). A resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firms. *Family Business Review*, 12(1), 1–25. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1999.00001>
- Hallegatte, S., Rentschler, J., & Rozenberg, J. (2020). *Lifelines: The resilient infrastructure opportunity*. World Bank.
- Jantotai, D. (2012). Strengthening social capital in the communities of Thailand [การเสริมสร้างทุนทางสังคมในชุมชนของเมืองไทย]. *Journal of Social Research and Review*, 35(1), 23–52. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socialresearchjournal/article/view/84112>. (in Thai)
- Kanjanapan, A. (2021). *Beyond discourse to knowledge space: Intersections of social science debates* [ก้าวพ้นวาทกรรมสู่พื้นที่ความรู้: จุดตัดของข้อถกเถียงทางสังคมศาสตร์]. Siam Paritat. (in Thai)
- Khamphet, J. (2021). *City human: On sociology and anthropology* [มนุษย์เมือง: ว่าด้วยสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา]. Department of Sociology, Srinakharinwirot University. (in Thai)
- Khemthong, P. (2022). *Adaptation process of community enterprises towards e-commerce patterns* [กระบวนการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์] [Unpublished master's thesis]. Thammasat University. (in Thai)
- Lester, D. L., Parnell, J. A., & Carraher, S. (2003). Organizational life cycle: A five-stage empirical scale. *The International Journal of Organizational Analysis*, 11(4), 339–354. <https://doi.org/10.1108/eb028979>.
- Mol, A. P. J., & Spaargaren, G. (2000). Ecological modernisation theory in debate: A review. *Environmental Politics*, 9(1), 17–49. <https://doi.org/10.1080/096444010008414511>
- National Statistical Office. (2024). *Department of Agricultural Extension: List of community enterprises 2022-2024* [กรมส่งเสริมการเกษตร รายชื่อวิสาหกิจชุมชน ปี 2565-2567]. <https://gdcatalog.go.th/dataset/gdpublish-doe-13-01> (in Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *The thirteenth national economic and social development plan (2023-2027)* [แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม พ.ศ. 2566-2570]. Office of the Prime Minister. (in Thai)

- Panyachit, S. (2023). *Sociological perspectives: Structural thinking and application* [มุมมองทางสังคมวิทยา: การคิดเชิงโครงสร้างและการประยุกต์ใช้]. Book and Textbook Project, Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University. (in Thai)
- Phuttharaksa, W. (2018). *Antonio Gramsci and the positioning of political thought: Philosophy of praxis, social change, and human liberation* [อันโตนิโอ กรัมสกี กับการจัดวางตำแหน่งแห่งที่ของความคิดทางการเมือง: ปรัชญาแห่งการปฏิบัติ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และการปลดปล่อยมนุษย์]. Sommot. (in Thai)
- Pongpit, S. (2012). *Life map, community compass: For sustainable debt and poverty resolution* [แผนที่ชีวิตเข้มทิศชุมชน: เพื่อการแก้หนี้แก้จนอย่างยั่งยืน]. Phlang Panya. (in Thai)
- Rakyutidharm, A. (2011). Mainstreaming alternative development [กระแสหลักของการพัฒนาทางเลือก]. *Journal of Sociology and Anthropology*, 30(2), 13–44. (in Thai)
- Rodkaew, K., Senanuch, P., & Jandai, R. (2021). A study of opinions on local economy development policy for sustainable development [การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน]. *King Prajadhipok's Institute Journal*, 19(1), 48–66. (in Thai)
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Somwattanasak, D. (2005). *Community enterprise* [วิสาหกิจชุมชน]. Department of Agricultural Extension. (in Thai)
- Srison, W., & Lawan, T. (2022). Digital transformation potential of OTOP product community enterprises in Thailand [ศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ OTOP ในประเทศไทย]. *UTCC Academic Journal Humanities and Social Sciences*, 42(3), 119–136. (in Thai)
- Suktrairat, Y. (2020). *Key success factors for driving the local economy and Pracharath policy under the role of local committees and Pracharath Rak Samakkhi (Social Enterprise) Co., Ltd.: A case study of Phetchaburi Province* [ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐในบทบาทของ คสป. และบริษัทประชารัฐ รักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม): กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี] [Unpublished master's thesis]. Thammasat University. (in Thai)
- Surabon, P., & Nunumvong, V. (2025). Adaptive strategies of community enterprises producing and distributing Palmyra palm food products in the Sathing Phra Peninsula, Songkhla Province, in the digital era [กลยุทธ์การปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากตาลโตนดในคาบสมุทรสทิงพระจังหวัดสงขลาในยุคดิจิทัล]. *Journal of Social Research and Review*, 48(2), 282730. (in Thai)
- Suwanphat, N. (2015). Sociology of everyday life: “Articulation-disruption” sociological perspectives in contemporary Thai social studies [สังคมวิทยาในชีวิตประจำวัน: มุมมองทางสังคมวิทยาว่าด้วย “การเชื่อมต่อ-การแตกหัก” ในการศึกษาสังคมไทยร่วมสมัย]. *Journal of Sociology and Anthropology*, 34(2), 69–100. (in Thai)
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350.
<https://doi.org/10.1002/smj.640>
- Westlund, H., & Bolton, R. (2003). Local social capital and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 21(2), 77–113. <https://doi.org/10.1023/A:1025024009072>

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์
ปีที่ 49 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2569): 288364

Journal of Social Research and Review
Volume 49 No.1 (January - June 2026): 288364
ISSN 3056-9508 (Online)



มูลเหตุของความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวชาวไทย: การศึกษาเชิงคุณภาพในเส้นทางนาคี

นลินี พานสายตา*, นิตินัย รุ่งจินดารัตน์, จตุพล จรุงโรจน์ ณ ออยุธยา และ ประวีณา คาไซ

ศูนย์บริหารธุรกิจและศึกษาทั่วไป วิทยาลัยดุสิตธานี เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, อีเมล: nalinee.ph@dtc.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหามูลเหตุของความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเส้นทางนาคี รุท โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์หรือมีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาคี รุท จำนวน 10 คน คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า มูลเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ประกอบด้วย 4 มิติหลัก ได้แก่ (1) แรงจูงใจภายใน (2) การรับรู้ต่อปลายทาง (3) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และ (4) ปัจจัยกระตุ้นจากบริบทภายนอก โดยความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณไม่ได้เกิดจากแรงจูงใจส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นผลของกระบวนการสร้างความหมายที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกของผู้เดินทาง ผลการศึกษายังนำไปสู่การสังเคราะห์แบบจำลองบูรณาการเชิงกระบวนการของการสร้างความหมายของความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจากข้อค้นพบดังกล่าวงานวิจัยนี้ จึงเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยเน้นการสื่อสารอัตลักษณ์และเรื่องราวทางวัฒนธรรมของพื้นที่ การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของปลายทาง ทั้งในมิติด้านการรับรู้และอารมณ์ความรู้สึก การใช้เครือข่ายทางสังคมในการสื่อสารการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ควบคู่กับการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านบริการและประสบการณ์การท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างคุณค่าและความหมายของการเดินทางเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ; ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว; แรงจูงใจภายใน; การสร้างความหมาย

วันรับบทความ: 22 เมษายน 2569, **วันแก้ไขบทความ:** 31 พฤษภาคม 2569, **วันตอบรับบทความ:** 5 มิถุนายน 2569

Underlying Reasons for Thai Tourists' Intentions to Engage in Spiritual Tourism: A Qualitative Study of the Nakee Route

Nalinee Phansaita^{*}, Nitinai Rungjindarat, Jatuphol Charoonroj Na Ayudhya and Praweena Kasai

Business Administration and General Education, Dusit Thani College, Prawet District, Bangkok 10250 Thailand

^{*}Corresponding author, nalinee.ph@dtc.ac.th

Abstract

This qualitative study aims to explore the underlying factors influencing Thai tourists' intention to engage in spiritual tourism along the Nakee Route. Data were collected through in-depth interviews with ten Thai tourists who had either prior experience or a clear intention to undertake spiritual tourism within this route. Participants were selected using purposive sampling, and the data were analyzed through content analysis. The findings reveal four key factors shaping tourists' intention to engage in spiritual tourism: intrinsic motivation, destination perceptions, reference group influences, and external stimuli. The results further indicate that such intention is not driven solely by personal motivation; rather, it emerges from a meaning-making process resulting from the interaction between internal and external factors of the traveler. Furthermore, the findings lead to the development of a conceptual model of integrated process-based meaning-making model of spiritual travel intention. Based on these findings, the study proposes practical guidelines for promoting spiritual tourism: emphasizing the communication of local identity and cultural narratives, the enhancement of destination image in both cognitive and affective dimensions, the appropriate use of social networks in tourism communication, and the development of supporting services and tourism experiences. These approaches contribute to enhancing the value and meaning of spiritual travel experiences for tourists.

Keywords: Spiritual tourism; Travel intention; Intrinsic motivation; Meaning making

Received: April 22, 2026, **Revised:** May 31, 2026, **Accepted:** June 5, 2026

1. บทนำ

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual tourism) ในฐานะรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเน้นความรับผิดชอบ ความเท่าเทียม และการเคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรม ศาสนา และความเชื่อ ภายใต้กรอบจรรยาบรรณด้านการท่องเที่ยวโลก (Global code of ethics for tourism) การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจึงมิได้จำกัดอยู่เพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อน หากแต่เป็นกระบวนการแสวงหาความหมายทางจิตใจ การเรียนรู้ และการเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์ วัฒนธรรม และพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งสามารถสร้างคุณค่าทั้งในมิติทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจควบคู่กันไป (UNWTO, 2019) ในระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาและจิตวิญญาณมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากการแสวงหาความบันเทิงไปสู่การแสวงหาประสบการณ์ที่มีความหมายและการพัฒนาตนเอง รายงานของ Future Market Insights (2024) ระบุว่ามูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาทั่วโลกในปี ค.ศ. 2024 อยู่ที่ประมาณ 16 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นกว่า 38 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี ค.ศ. 2034 หรือเพิ่มขึ้นมากกว่าสองเท่าภายในระยะเวลา 10 ปี สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ในฐานะตลาดเฉพาะ (Niche market) ที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้น

สำหรับประเทศไทย สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญกับการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อและจิตวิญญาณให้เป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และซอฟต์แวร์ (Soft power) ของประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีทุนทางวัฒนธรรมและความเชื่อที่หลากหลาย ทั้งในรูปของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เช่น วัด โบสถ์ มัสยิด ศาลเจ้า หรือเทวสถาน ตลอดจนทรัพยากรที่ไม่ใช่สถานที่ เช่น พิธีกรรม เครื่องรางของขลัง และบุคคลผู้เป็นศูนย์รวมศรัทธา ซึ่งสะท้อนถึงการผสมผสานของศาสนาและความเชื่ออย่างกลมกลืน และสามารถนำมาพัฒนาเป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวได้ โดยมีการคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการแสวงบุญ และความเชื่อสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบการท่องเที่ยวของประเทศมากกว่าหนึ่งหมื่นล้านบาทต่อปี (Office of the National Economic and Social Development Council, 2023)

เส้นทางนาคี รุท (Nakee route) เป็นตัวอย่างสำคัญของการนำทุนทางวัฒนธรรมและความเชื่อมาพัฒนาเป็นเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยเชื่อมโยงพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดบึงกาฬ และจังหวัดหนองคาย ผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวตำนานและความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค อันเป็นศูนย์กลางของความศรัทธาและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เส้นทางดังกล่าวครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น ทะเลบัวแดง แหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ภูสิงห์ ถ้ำนาคา และถ้ำนาคิ ตลอดจนสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับความเชื่อเรื่องพญานาค เช่น คำชะโนด วังนาคินทร์ และถ้ำน้ำตกกนิริ ซึ่งล้วนเป็นพื้นที่ที่ได้รับการรับรู้และให้ความหมายเชื่อมโยงกับศรัทธา ความเชื่อ และเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความเชื่อเรื่องพญานาคมิได้เป็นเพียงตำนาน หากแต่แทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิต ประเพณี และพิธีกรรมของชุมชนท้องถิ่น ทำให้เส้นทางนาคี รุท มีลักษณะโดดเด่นในฐานะพื้นที่ที่ผสมผสานมิติทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และจิตวิญญาณเข้าด้วยกัน และมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่สามารถสร้างคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในระดับพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณและการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในประเทศไทย ส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว การจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดเชิงพื้นที่ (Chanted & Lakpetch, 2025; Fakyen, 2024; Laeheem et al., 2024; Samanketgon, 2023) ขณะที่การศึกษาเชิงคุณภาพที่เปิดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวถ่ายทอดประสบการณ์ ความหมาย และแรงขับเคลื่อนภายในของการตัดสินใจเดินทางยังปรากฏอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในกรณีของเส้นทางนาคี รุท ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีรากฐานจากความเชื่อและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง

จากประเด็นดังกล่าว บทความวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหามูลเหตุของความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเส้นทางนาคี รุท ผลการศึกษาจะช่วยเติมเต็มช่องว่างองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในบริบทไทย และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางประกอบการวางแผนและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง

จิตวิญญาณให้สอดคล้องกับการรับรู้ ความคาดหวัง และความหมายที่นักท่องเที่ยวให้คุณค่า อันจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับความยั่งยืนทางสังคมและวัฒนธรรมในระยะยาว

2. ทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual tourism) ได้รับการกล่าวถึงอย่างเป็นระบบในเวทีนานาชาติครั้งแรก ในฐานะหมวดหนึ่งของประเภทการท่องเที่ยวภายใต้การประชุมของ United Nations World Tourism Organization (UNWTO) ในปี ค.ศ. 2013 โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชน ทั้งในมิติของเจ้าบ้านและผู้มาเยือน (Cheer et al., 2017) ภายใต้กรอบความคิดดังกล่าว การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจึงมิได้ถูกมองเพียงในฐานะกิจกรรมการเดินทาง หากแต่เป็นกระบวนการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยน และการสร้างความหมายร่วมทางสังคมและวัฒนธรรม ที่สะท้อนการเปลี่ยนผ่านของมุมมองต่อการท่องเที่ยว จากการแสวงหาประสบการณ์ภายนอกไปสู่กระบวนการใคร่ครวญตนเอง การเรียนรู้เชิงอัตวิสัย และการเปลี่ยนแปลงภายในของปัจเจกบุคคล

แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมักถูกจัดวางอยู่ภายใต้กรอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) แต่ในเชิงแนวคิดแล้ว การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีได้มุ่งเน้นเพียงการฟื้นฟูสุขภาพทางกายหรือการผ่อนคลายทางจิตใจเท่านั้น หากยังเกี่ยวข้องกับการสร้างสมดุลเชิงอัตถิภาวะ (Existential balance) ระหว่างร่างกาย ความคิด และจิตวิญญาณ การเดินทางจึงกลายเป็นพื้นที่ของการทบทวนตนเอง การเยียวยาทางอารมณ์ และการแสวงหาความหมายของชีวิตในบริบททางวัฒนธรรมและความเชื่อที่ผู้เดินทางให้คุณค่า (Keadplang, 2019; Phansaita, 2020)

แม้การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจะมีความใกล้เคียงกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความเชื่อ แต่ทั้งสองมิได้มีขอบเขตที่ทับซ้อนกันทั้งหมด การท่องเที่ยวเชิงศาสนามีกรอบพิธีกรรมและหลักคำสอนเป็นศูนย์กลาง ขณะที่การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเปิดพื้นที่ให้กับการตีความส่วนบุคคล ความรู้สึกศรัทธา และประสบการณ์ภายในที่อาจไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับศาสนาใดศาสนาหนึ่งโดยตรง (Krutwayscho et al., 2022) ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจึงสามารถครอบคลุมทั้งการแสวงบุญ การเยี่ยมชมศาสนสถาน ตลอดจนการเดินทางเพื่อเชื่อมโยงกับรากเหง้าทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ และความหมายส่วนบุคคลของผู้เดินทาง

ในบริบทของการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้มองการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในฐานะชุดของกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หากแต่มองว่าเป็นประสบการณ์ที่ผู้เดินทางสร้างความหมายขึ้นผ่านความเชื่อ ศรัทธา และบริบทชีวิตของตนเอง ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในงานวิจัยนี้จึงหมายถึง การเดินทางที่ผู้เดินทางใช้เป็นพื้นที่ในการเสริมสร้างสมดุลของร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ตลอดจนประสบการณ์ทางอารมณ์และการแลกเปลี่ยนทางสังคมที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง รวมถึงการปฏิบัติกิจกรรมทางความเชื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางใจและการแสวงหาความหมายของชีวิตในแบบเฉพาะของแต่ละบุคคล

2.2 ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยว: มุมมองเชิงแนวคิด

แนวคิดเรื่องความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral intention) มีรากฐานสำคัญจากงานเขียนของ Ajzen และ Fishbein เรื่อง Belief, Attitude, Intention and Behavior และพัฒนาต่อเป็นหนังสือเรื่อง Understanding attitudes and predicting social behavior (Ajzen & Fishbein, 1980) ซึ่งเสนอว่าพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากกระบวนการใช้เหตุผล โดยความตั้งใจ (Intension) เป็นตัวแปรใกล้ชิดที่สุดที่สามารถทำนายพฤติกรรมในอนาคตได้ ภายใต้กรอบของทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (Theory of reasoned action: TRA) ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมได้รับอิทธิพลจาก 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) และ (2) บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective norm) ซึ่งสะท้อนแรงผลักดันทั้งจากมิติส่วนบุคคลและแรงกดดันจากอิทธิพลทางสังคม

สำหรับบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective norm) นั้นมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับแนวคิดกลุ่มอ้างอิง (Reference group) ซึ่งอธิบายบทบาทของครอบครัว เพื่อน บุคคลต้นแบบ ตลอดจนเครือข่ายทางสังคม ในการหล่อหลอมความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภค (Schiffman & Wisenblit, 2019) กลุ่มอ้างอิงอาจมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าของจุดหมายปลายทาง การสร้างแรงบันดาลใจในการเดินทาง ตลอดจนการตัดสินใจเลือกเดินทางผ่านการแนะนำ การบอกต่อ และการแบ่งปันประสบการณ์

ในบริบทการท่องเที่ยว แนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมถูกนำไปใช้เพื่อทำความเข้าใจเจตนาารมณ์ในการตัดสินใจเดินทาง ซึ่งส่วนใหญ่มีการศึกษาผ่านแบบจำลองเชิงปริมาณ เช่น การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่พบว่าปัจจัยภายในและปัจจัยทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญ (Phansaita, 2020; Sari et al., 2023) หรือการวิเคราะห์ในกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจเดินทางเชิงสุขภาพระหว่างจีนและเกาหลี ที่พบว่าทัศนคติและการรับรู้คุณค่ามีบทบาทสำคัญต่อความตั้งใจเดินทาง (Zhou et al., 2023) นอกจากนี้การศึกษาด้านการท่องเที่ยว Smart tourism ในประเทศไทยยังพบว่าทัศนคติมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว (Nadee et al., 2024) งานวิจัยเหล่านี้สะท้อนว่าการอธิบายความตั้งใจเดินทางมักใช้ตัวแปรเชิงสถิติและแบบจำลองเชิงสัมพันธ์ เพื่อวัดระดับผลกระทบของปัจจัยต่าง ๆ ต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามแม้แบบจำลองเชิงพฤติกรรมดังกล่าวจะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงเหตุผลกับความตั้งใจเดินทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ในกรณีของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความเชื่อ ความศรัทธา และประสบการณ์ภายในของปัจเจกบุคคล การตัดสินใจเดินทางอาจมิได้เกิดจากการประเมินเหตุผลเชิงประโยชน์เพียงอย่างเดียว หากยังเกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างความหมาย (Meaning-making) และแรงขับภายในที่สะท้อนบริบทชีวิตของผู้เดินทาง (Cheer et al., 2017; Halim et al., 2021) ดังนั้น การศึกษาความตั้งใจเดินทางในบริบทดังกล่าวจึงจำเป็นต้องพิจารณามูลเหตุที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งเปิดพื้นที่ให้กับการสำรวจประสบการณ์ ความเชื่อ และการตีความของผู้เดินทางผ่านแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ

2.3 มูลเหตุและแรงขับภายในของนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

จากข้อจำกัดของการอธิบายความตั้งใจเดินทางผ่านแบบจำลองเชิงพฤติกรรมที่เน้นปัจจัยเชิงสาเหตุ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวจึงเริ่มให้ความสนใจกับการทำความเข้าใจแรงขับภายใน (Intrinsic motivations) และมิติทางจิตวิญญาณของประสบการณ์การเดินทางมากขึ้น โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ซึ่งการเดินทางมิได้เป็นเพียงกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหรือการบริโภคประสบการณ์การท่องเที่ยว หากแต่เป็นกระบวนการแสวงหาความหมายของชีวิต การทบทวนตนเอง และการเชื่อมโยงกับคุณค่าทางจิตวิญญาณของปัจเจกบุคคล (Halim et al., 2021; Soares et al., 2024)

งานศึกษาหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ มักเกี่ยวข้องกับมิติด้านจิตใจและอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล เช่น ความต้องการค้นหาความสงบภายใน การเยียวยาทางอารมณ์ การแสวงหาความหมายของชีวิต หรือการเชื่อมโยงกับความเชื่อและประเพณีทางวัฒนธรรมของตนเอง (Belber, 2024; Şahin & Güzel, 2024) ภายใต้บริบทดังกล่าว การเดินทางจึงมักทำหน้าที่เป็นพื้นที่ของการแสวงหา (Seeking) ที่เปิดโอกาสให้ผู้เดินทางได้เผชิญหน้ากับประสบการณ์ใหม่ ทบทวนคุณค่าของตนเอง และสร้างความหมายต่อชีวิตผ่านปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ธรรมชาติ หรือบริบททางวัฒนธรรม

จากมุมมองดังกล่าว ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจึงมิได้เกิดขึ้นเพียงจากทัศนคติหรือแรงกดดันทางสังคมตามกรอบของแบบจำลองพฤติกรรมเท่านั้น หากแต่เกี่ยวข้องกับแรงขับภายในและกระบวนการสร้างความหมายของปัจเจกบุคคลที่หล่อหลอมจากประสบการณ์ชีวิต ความเชื่อ และการแสวงหาความสมดุลทางจิตใจ การทำความเข้าใจความตั้งใจในการเดินทางในบริบทนี้จึงจำเป็นต้องพิจารณามูลเหตุเบื้องลึกที่ผู้เดินทางใช้ตีความการเดินทางของตนเอง มากกว่าการวัดระดับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเพียงอย่างเดียว

การเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณจึงสามารถมองได้ในฐานะกระบวนการแสวงหา (Process of seeking) ซึ่งผู้เดินทางใช้การเดินทางเป็นพื้นที่สำหรับการใคร่ครวญตนเอง การเยียวยาทางอารมณ์ และการเชื่อมโยงกับคุณค่าทางจิตวิญญาณของชีวิต การศึกษามูลเหตุเบื้องลึกของความตั้งใจในการเดินทางครั้งนี้จึงใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ เรื่องเล่า และการตีความความหมายของการเดินทางในมิติที่ลึกซึ้ง และเชื่อมโยงกับบริบทชีวิตของตนเอง

2.4 การรับรู้ภาพลักษณ์ปลายทาง

ภาพลักษณ์ปลายทาง (Destination image) เป็นแนวคิดสำคัญที่ใช้อธิบายวิธีที่นักท่องเที่ยวสร้างความเข้าใจความรู้สึก และความหมายต่อสถานที่ก่อนการเดินทาง โดยมีพื้นฐานมาจากแนวคิดเรื่องการรับรู้ (Perception) ซึ่งเป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความข้อมูลหรือสิ่งเร้าที่ได้รับจากสภาพแวดล้อม เพื่อสร้างภาพแทนของ

ความเป็นจริงในความคิดของตนเอง (Schiffman & Kanuk, 2007) กระบวนการดังกล่าวสามารถเกิดขึ้นได้ แม้บุคคลจะยังไม่เคยมีประสบการณ์ตรงกับสถานที่นั้นมาก่อน แต่ค่อย ๆ ก่อตัวผ่านข้อมูล ข่าวสาร เรื่องเล่า และประสบการณ์ทางอ้อมจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งนี้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีได้หมายถึงเพียงการรับรู้ลักษณะทางกายภาพของสถานที่เท่านั้น หากยังครอบคลุมถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ คุณค่าทางวัฒนธรรม และความรู้สึกที่บุคคลเชื่อมโยงกับสถานที่นั้นด้วย ทั้งนี้ Baloglu and McCleary (1999) อธิบายว่าภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางประกอบด้วย 2 มิติสำคัญ ได้แก่ มิติด้านการรู้คิด (Cognitive image) ซึ่งสะท้อนความรู้ ความเชื่อ และความเข้าใจเกี่ยวกับคุณลักษณะของสถานที่ และมิติด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective image) ซึ่งสะท้อนความรู้สึกที่บุคคลมีต่อจุดหมายปลายทาง เมื่อทั้งสองมิติผสมผสานกันจึงก่อให้เกิดภาพรวมของสถานที่ในมุมมองของนักท่องเที่ยว

งานศึกษาในอดีตชี้ให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางเป็นกรอบความเข้าใจสำคัญที่ช่วยอธิบายการตัดสินใจและความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Echtner & Ritchie, 1991; Soonsan & Sukahbot, 2019) อย่างไรก็ตาม ในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ภาพลักษณ์ของสถานที่อาจไม่ได้จำกัดอยู่เพียงความสวยงามหรือสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว แต่ยังครอบคลุมถึงความรู้สึกดีลึกลับ เรื่องเล่า ความเชื่อ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และบรรยากาศทางจิตวิญญาณที่ผู้คนเชื่อมโยงเข้ากับสถานที่นั้น ๆ ด้วย แนวคิดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความเหมาะสมในการใช้เป็นกรอบตีความประสบการณ์และความหมายที่นักท่องเที่ยวสร้างขึ้นต่อเส้นทางนาคิ รุท ซึ่งมีส่วนในการหล่อหลอมความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแนวคิดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมาใช้เป็นกรอบในการทำความเข้าใจ การรับรู้ ตีความ และสร้างความหมายของนักท่องเที่ยวต่อเส้นทางนาคิ รุท ว่าคุณลักษณะต่าง ๆ ของสถานที่ถูกให้ความหมายอย่างไร ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูล และความหมายดังกล่าวมีส่วนเชื่อมโยงไปสู่ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณอย่างไร

3. วิธีการวิจัย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive selection) เพื่อคัดเลือกผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกและสะท้อนประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ที่ศึกษาได้อย่างชัดเจน (Information-rich cases) ตามแนวคิดของ Patton (2015) โดยผู้ให้ข้อมูลคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria) คือ มีอายุ 18 ปีขึ้นไป มีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเส้นทางนาคิ รุท และ/หรือ มีความตั้งใจหรือมีเป้าหมายที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางนาคิ รุท ภายในระยะเวลา 12 เดือน

การเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลผ่านเครือข่ายบุคคลที่มีความสนใจด้านการท่องเที่ยว เพื่อค้นหาและแนะนำผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ จากนั้นผู้วิจัยติดต่อผู้ให้ข้อมูลเพื่ออธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย พร้อมแสดงหนังสือแนะนำจากสถาบันต้นสังกัด ก่อนเชิญเข้าร่วมการสัมภาษณ์ และขอให้ผู้ให้ข้อมูลแนะนำต่อไปยังบุคคลอื่น (Snowball technique) เพื่อขยายกลุ่มผู้ให้ข้อมูลให้ครอบคลุม ดำเนินการการเก็บข้อมูลจนกระทั่งข้อมูลมีความซ้ำและไม่ปรากฏประเด็นใหม่เพิ่มเติม ซึ่งถือว่าเกิดความอิ่มตัวของข้อมูล (Data saturation) โดยได้ผู้ให้ข้อมูลรวมจำนวน 10 คน ซึ่งเป็นขนาดที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาที่มุ่งเน้นการค้นหาประสบการณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Guest et al., 2013)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-structured interview) โดยกำหนดประเด็นคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-ended questions) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ ความเชื่อ การรับรู้ และการตีความได้อย่างอิสระ ผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการสนทนา คอยตั้งคำถามเพิ่มเติมเพื่อขยายความและนำการสนทนาเข้าสู่ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคำถามวิจัย (Panawong, 2020)

ประเด็นนำการสนทนาครอบคลุม 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณและเส้นทางนาคิ รุท (2) ประสบการณ์ ความเชื่อ และความหมายที่ผู้ให้ข้อมูลมีต่อสถานที่และการเดินทาง (3) ปัจจัยหรือเหตุผลที่มีส่วนกระตุ้นให้เกิดความสนใจ ความตั้งใจ หรือการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาคิ รุท และ (4) ความคาดหวังและการประเมินประสบการณ์ภายหลังการเดินทาง

ตัวอย่างคำถาม ได้แก่ เมื่อกล่าวถึงเส้นทางนาซี รุท ท่านนึกถึงอะไร ท่านมีประสบการณ์หรือความประทับใจอย่างไรเกี่ยวกับเส้นทางนี้ อะไรเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจหรือมีความตั้งใจเดินทางไปยังเส้นทางนาซี รุท และก่อนเดินทางท่านคาดหวังว่าจะได้รับอะไรจากการเดินทางครั้งนี้ และภายหลังการเดินทาง ประสบการณ์ที่ได้รับสอดคล้องหรือแตกต่างจากความคาดหวังดังกล่าวอย่างไรบ้าง ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้คำถามติดตาม (Probing questions) เพื่อขยายความและทำความเข้าใจ มุมมอง ความเชื่อ การตีความ และความหมายที่ผู้ให้ข้อมูลสร้างขึ้นจากประสบการณ์การเดินทางของตนเอง

ดำเนินการตรวจสอบความเหมาะสมของประเด็นคำถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการวิจัยและการท่องเที่ยวจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความชัดเจนของภาษา ความเหมาะสมของเนื้อหา และความครอบคลุมของประเด็นที่ต้องการศึกษา นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์นำร่อง (Pilot interview) กับนักท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 2 ราย เพื่อตรวจสอบความเข้าใจของคำถาม ลำดับการสัมภาษณ์ และระยะเวลาที่เหมาะสมก่อนการเก็บข้อมูลจริง (Creswell & Poth, 2017)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data collection)

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อค้นหามูลเหตุและแรงขับภายในที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาซี รุท ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการพูดคุยเบื้องต้นในลักษณะไม่เป็นทางการเพื่อสร้างความคุ้นเคยและความไว้วางใจ ก่อนดำเนินการส่งหนังสือแนไปเพื่อขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์และนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล โดยใช้เวลาประมาณ 30-45 นาทีต่อรายการระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยขออนุญาตบันทึกเสียงและจดบันทึกภาคสนาม เพื่อเก็บรายละเอียดของบริบทและประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นระหว่างการสนทนา และเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมประเด็นที่ต้องการสื่อสาร การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับการพิทักษ์สิทธิ ความเป็นส่วนตัว และศักดิ์ศรีของผู้ให้ข้อมูลอย่างเคร่งครัด โดยได้รับการอนุมัติจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่เอกสารรับรอง RSUERB2024-034

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis)

ดำเนินการถอดความจากไฟล์บันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลแต่ละรายแบบคำต่อคำ (Verbatim transcription) จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามแนวทางของ Miles et al. (2014) ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ (1) การลดข้อมูล (Data reduction) ผู้วิจัยอ่านบทสัมภาษณ์อย่างละเอียดและทำการให้รหัสข้อมูล (Coding) เพื่อระบุประเด็นสำคัญที่สะท้อนประสบการณ์และมุมมองของผู้ให้ข้อมูล (2) การจัดรูปข้อมูล (Data display) จัดกลุ่มรหัสและสร้างหมวดหมู่ของข้อมูล พร้อมนำเสนอในรูปแบบตารางหรือแผนภาพ เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของประเด็นต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และ (3) การร่างข้อสรุปและการยืนยัน (Conclusion drawing and verification) ทำความเข้าใจความเชื่อมโยงของประเด็นที่ได้จากข้อมูล เพื่อพัฒนาเป็นข้อสรุปเชิงแนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุและแรงขับภายในของนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้ผู้วิจัยหลายคน (Investigator triangulation) กล่าวคือมีนักวิจัยมากกว่าหนึ่งคนร่วมตรวจสอบกระบวนการให้รหัสข้อมูล การจัดกลุ่มประเด็น และการตีความข้อมูล โดยนักวิจัยแต่ละคนทำการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างอิสระก่อน จากนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์มาหารือร่วมกันเพื่อเปรียบเทียบและตรวจสอบความสอดคล้องของประเด็นที่ค้นพบ ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยลดอคติของผู้วิจัย และเสริมความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของผลการวิเคราะห์ ว่าข้อค้นพบสะท้อนประสบการณ์จริงของผู้ให้ข้อมูล (Lincoln & Guba, 1985)

4. ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 10 ราย ซึ่งประกอบด้วยทั้งเพศหญิงและเพศชาย ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 40-49 ปี ขณะที่บางส่วนอยู่ในช่วงอายุ 29-39 ปี และมีผู้ให้ข้อมูลที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปด้วย สะท้อนให้เห็นถึงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่อยู่ในวัยทำงานเป็นหลัก ในด้านอาชีพ ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยทั้งพนักงานบริษัทในภาคเอกชนและผู้ประกอบกิจการส่วนตัว สำหรับพื้นที่พำนัก พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการกระจายตัวในหลายพื้นที่ของประเทศ โดยมีทั้งผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและพื้นที่

ปริณิชนอล ตลอดจนผู้ที่พำนักอยู่ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ขอนแก่น อุบลราชธานี และบึงกาฬ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยงกับบริบทของเส้นทางนาครีฑ นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลจากจังหวัดปราจีนบุรีและชลบุรี ในด้านประสบการณ์การเดินทางพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เคยเดินทางในเส้นทางนาครีฑมาแล้ว 1-2 ครั้ง ขณะที่บางคนมีประสบการณ์เดินทางซ้ำหลายครั้ง แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

รหัสผู้ให้ข้อมูล	เพศ	อายุ (ปี)	อาชีพ	พื้นที่พำนัก	จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวเส้นทางนาครีฑ (ครั้ง)
A1	หญิง	45	ธุรกิจส่วนตัว	นนทบุรี	6-7
A2	หญิง	42	ธุรกิจส่วนตัว	อุบลราชธานี	1
A3	หญิง	35	พนักงานบริษัทเอกชน	กรุงเทพมหานคร	1
A4	ชาย	47	พนักงานบริษัทเอกชน	บึงกาฬ	6-7
A5	หญิง	29	ธุรกิจส่วนตัว	ขอนแก่น	1
A6	ชาย	32	ธุรกิจส่วนตัว	กรุงเทพมหานคร	3-4
A7	ชาย	37	พนักงานบริษัทเอกชน	ชลบุรี	1
A8	หญิง	46	พนักงานบริษัทเอกชน	กรุงเทพมหานคร	2
A9	ชาย	42	พนักงานบริษัทเอกชน	นนทบุรี	1
A10	หญิง	58	ธุรกิจส่วนตัว	ปราจีนบุรี	1

4.2 มุลเหตุของความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเส้นทางนาครีฑ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์และมีความตั้งใจจะเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาครีฑ ได้ดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) อย่างเป็นระบบ ผลการวิเคราะห์พบว่า มุลเหตุที่อยู่เบื้องหลังความตั้งใจในการเดินทางสามารถอธิบายได้ผ่าน 4 อิมหลัก (Major themes) และ 10 อิมย่อย (Sub-themes) ซึ่งสะท้อนถึงกระบวนการก่อรูปความตั้งใจเดินทางเชิงจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวไทย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 โครงสร้างอิมหลักและอิมย่อยจากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

อิมหลัก (Major themes)	อิมย่อย (Sub-themes)
แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation)	อัตลักษณ์ท้องถิ่น / กระแสและความรู้สึก / แรงจูงใจเชิงจิตวิญญาณ
การรับรู้ต่อปลายทาง (Perceptions of the destination)	การรับรู้เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของสถานที่ / ความรู้สึกหรือปฏิกิริยาทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นต่อสถานที่
อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง (Reference group)	กลุ่มปฐมนุญ / กลุ่มหุติยญ / กลุ่มไผ่ผืน
ปัจจัยกระตุ้นจากบริบทภายนอก (External stimuli)	ประสบการณ์การเดินทางและบริการในพื้นที่ / การเผยแพร่ผ่านสื่อและเรื่องเล่าที่แพร่กระจายในสังคม

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เชิงลึกพบว่า อิมทั้งสี่มีได้ทำงานแยกจากกัน แต่เชื่อมโยงกันเป็นกระบวนการสร้างความหมายของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ซึ่งเริ่มต้นจากแรงจูงใจภายในของนักท่องเที่ยว ผสานกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของปลายทาง และถูกเสริมแรงผ่านอิทธิพลทางสังคมและสิ่งกระตุ้นภายนอก จนนำไปสู่การก่อรูปของความตั้งใจเดินทางในที่สุด รายละเอียดดังนี้

1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) ผลการวิเคราะห์พบว่า แรงจูงใจภายในเป็นกลไกพื้นฐานที่ก่อให้เกิดความสนใจในการออกเดินทาง โดยสามารถจำแนกออกเป็น 3 มิติสำคัญ ได้แก่ (1) แรงจูงใจต่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น (Local identity-based motivation) (2) แรงจูงใจจากกระแสและความรู้สึก (Trends and emotions motivation) และ (3) แรงจูงใจเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual motivation) ดังนี้

(1.1) แรงจูงใจต่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น (Local identity-based motivation) ข้อมูลการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเดินทางที่เชื่อมโยงกับความสนใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น การเดินทางเชิงจิตวิญญาณจึงมิได้ถูกมองเพียงในฐานะการขอพรหรือการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หากแต่เป็นโอกาสในการทำความเข้าใจประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชุมชนในพื้นที่ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...เบื้องต้นเป็นคนที่ชอบทำบุญอยู่แล้วครับ ก็เลยไปตามวัดวาอาราม แล้วก็เป็นคนสนใจเรื่องประวัติศาสตร์กับวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นอยู่แล้วครับ...” (A7 ชาย 37 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน จังหวัดชลบุรี, สัมภาษณ์: 17 มิถุนายน 2567)

ในทำนองเดียวกัน ผู้ให้ข้อมูลอีกคนหนึ่งมองว่าการเดินทางดังกล่าวเปิดโอกาสให้ได้สัมผัสบริบททางวัฒนธรรมของพื้นที่มากกว่าการขอพรเพียงอย่างเดียว โดยกล่าวว่า

“...เส้นทางนี้ไม่ได้มีแค่การไปขอพรอย่างเดียว แต่ยังมีความเป็นวัฒนธรรม มีอาหารพื้นบ้าน แล้วก็วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ที่น่าศึกษา...” (A3 หญิง 35 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 24 พฤษภาคม 2567)

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลบางรายยังกล่าวถึงประสบการณ์ระหว่างเส้นทางการเดินทางที่ทำให้ได้เรียนรู้เรื่องราวและตำนานที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ โดยระบุว่า

“...ตอนแรกคิดว่าคงมีแค่เศียรพญานาคนิด ๆ หน่อย ๆ แต่พอไปจริง ๆ ได้เห็นเยอะมาก ระหว่างทางมีเรื่องราวเล่าให้ฟังตลอดทางเลยคะ...” (A2 หญิง 42 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดอุบลราชธานี, สัมภาษณ์: 24 พฤษภาคม 2567)

ข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสามารถทำหน้าที่เป็นพื้นที่ของการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำความเข้าใจความหมายของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และอัตลักษณ์ของชุมชนในบริบทที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ปรากฏจากข้อมูลการสัมภาษณ์ได้หมายถึงเพียงลักษณะทางกายภาพของสถานที่ หากครอบคลุมถึงเรื่องเล่า ตำนาน ความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค พิธีกรรมทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรม อาหารพื้นถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวใช้ในการสร้างความเข้าใจและให้ความหมายต่อสถานที่ปลายทาง การเรียนรู้และสัมผัสอัตลักษณ์ดังกล่าวจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของแรงจูงใจสำคัญที่ผลักดันให้เกิดความสนใจและความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาคี รุท

(1.2) แรงจูงใจจากกระแสและความรู้สึก (Trends and emotions motivation) ผู้ให้ข้อมูลหลายรายสะท้อนว่าการเริ่มต้นเดินทางไปยังเส้นทางนาคี รุท เกิดขึ้นจากอิทธิพลของกระแสความนิยมในสื่อและสังคม ซึ่งกระตุ้นให้เกิดความอยากทดลองประสบการณ์ด้วยตนเอง โดยผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...ครั้งแรกเลยไปตามกระแสค่ะ แต่ลึก ๆ แล้วก็อยากไปขอพรด้วยเหมือนกัน อยากไปสัมผัสด้วยตัวเองว่าเป็นอย่างไร...” (A10 หญิง 58 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดปราจีนบุรี, สัมภาษณ์ 19 มิถุนายน 2567)

ขณะที่อีกผู้ให้ข้อมูลหนึ่งสะท้อนบทบาทของสื่อในการสร้างความสนใจต่อสถานที่ โดยกล่าวว่า

“...ตอนนั้นมันเป็นกระแสมากค่ะ เราเห็นจากรายการทีวีที่พาไปไหว้ที่ถ้ำนาคา แล้วก็เห็นว่าคนไปเยอะมาก ก็เลยอยากลองไปด้วยตัวเอง...” (A3 หญิง 35 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 24 พฤษภาคม 2567)

นอกจากนี้ในบางกรณีการเดินทางยังเกิดจากการผสมผสานระหว่างกระแสสังคมกับบทบาททางสังคมของบุคคล โดยผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งซึ่งเป็นคนพื้นที่กล่าวว่า

“...เพื่อนที่กรุงเทพฯ ถามกันหลายคนว่าเคยไปหรือยัง เราก็เลยรู้สึกว่ในเมื่อเราเป็นคนพื้นที่ที่น่าจะลองไปดูสักครั้ง หลังจากนั้นก็มีเพื่อนอยากให้เราไป เลยกลายเป็นว่าเราเหมือนได้เป็น ‘สะพานบุญ’ พาเพื่อนไปหลายรอบ...” (A4 ชาย 47 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 29 มิถุนายน 2567)

นอกจากอิทธิพลของกระแสสังคมแล้ว ข้อมูลการสัมภาษณ์ยังสะท้อนว่าเบื้องหลังความสนใจดังกล่าวมักเชื่อมโยงกับความรู้สึกส่วนบุคคลและความเชื่อที่มีอยู่เดิมในระดับหนึ่ง ผู้ให้ข้อมูลบางรายระบุว่า แม้การรับรู้เกี่ยวกับเส้นทางนาศิ รูท จะเริ่มต้นจากการติดตามข่าวสารหรือกระแสความนิยมในสื่อ แต่ภายในยังมีความเชื่อ ความศรัทธา หรือความคุ้นเคยกับการทำบุญและการขอพรเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ดังเช่นผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...ครั้งแรกเลยไปตามกระแสค่ะ แต่ลึก ๆ แล้วก็อยากไปขอพรด้วยเหมือนกัน...” (A10 หญิง 58 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดปราจีนบุรี, สัมภาษณ์ 19 มิถุนายน 2567)

ซึ่งสะท้อนว่ากระแสสังคมอาจทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นภายนอก ขณะที่ความรู้สึกคาดหวัง ความศรัทธา หรือความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นแรงผลักดันภายในที่ช่วยให้บุคคลตัดสินใจออกเดินทางจริง ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสสังคมกับความรู้สึกส่วนบุคคลดังกล่าวจึงมีลักษณะเกื้อหนุนกัน โดยกระแสช่วยสร้างการรับรู้และความสนใจ ขณะที่ความเชื่อและความรู้สึกภายในช่วยเปลี่ยนความสนใจนั้นให้กลายเป็นความตั้งใจในการเดินทาง สะท้อนให้เห็นว่าการเดินทางอาจมิได้เริ่มต้นจากศรัทธาเพียงอย่างเดียว หากแต่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างแรงกระตุ้นภายนอกและแรงผลักดันภายในของบุคคล โดยกระแสสังคมและสื่อมีบทบาทในการสร้างการรับรู้และความสนใจ ขณะที่ความรู้สึกอยากสัมผัสประสบการณ์ด้วยตนเอง ความคาดหวังในการขอพร ตลอดจนความเชื่อหรือความศรัทธาที่มีอยู่เดิม ล้วนเป็นปัจจัยที่ร่วมกันก่อรูปความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาศิ รูท

(1.3) แรงจูงใจเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual motivation) เป็นมิติที่ปรากฏอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่ผู้ให้ข้อมูลเผชิญกับความไม่แน่นอนในชีวิต เช่น ความท้าทายด้านการทำงานหรือสถานการณ์ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งทำให้เกิดความต้องการแสวงหาที่พึ่งทางใจและความหวังจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...จุดเริ่มต้นจริง ๆ ก็เกิดจากความเชื่อนี้แหละค่ะ เราได้ยินว่ามีคนไปขอพรแล้วสำเร็จ ก็เลยอยากลองไปด้วยตัวเองว่าเป็นอย่างไร...” (A3 หญิง 35 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 24 พฤษภาคม 2567)

ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลอีกคนสะท้อนว่า ความเชื่อดังกล่าวยังเชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรมและการเลี้ยงดูในครอบครัว โดยกล่าวว่า

“...ก็ต้องบอกว่ามีความเชื่ออยู่ครับ เพราะที่บ้านตั้งแต่เด็ก ๆ ก็เป็นครอบครัวที่ชอบทำบุญ เราโตมากับสิ่งแบบนี้...” (A6 ชาย 32 ปี, ธุรกิจส่วนตัว กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 10 มิถุนายน 2567)

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลบางรายยังกล่าวถึงการเดินทางในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งทำให้การขอพรมีความหมายในสถานะที่พึ่งทางใจ โดยระบุว่า

“...ตอนนั้นเป็นช่วงโควิด ก็เลยขอแค่ขอให้งานไปได้ด้วยดี ให้ถึงเป้าหมาย เหมือนเป็นที่พึ่งทางใจ พอหลังจากนั้นทุกอย่างดีขึ้น ก็เลยรู้สึกว่ายากกลับไปอีกค่ะ...” (A1 หญิง 45 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดนนทบุรี, สัมภาษณ์: 23 พฤษภาคม 2567)

ข้อค้นพบดังกล่าวบ่งชี้ว่า การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกในการรับมือกับความไม่แน่นอนของชีวิต โดยช่วยสร้างความหวังและความรู้สึกมั่นคงทางจิตใจให้กับผู้เดินทาง ดังนั้นแรงจูงใจเชิงจิตวิญญาณจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และเมื่อผู้เดินทางรับรู้ถึงผลลัพธ์เชิงบวกจากประสบการณ์ดังกล่าว ก็ยิ่งเสริมสร้างความผูกพันต่อสถานที่และความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนอีกครั้ง

เมื่อพิจารณาร่วมกันทั้งสามมิติ พบว่าแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมิได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเพียงลำพัง หากแต่เป็นผลจากการผสมผสานระหว่างความสนใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น อิทธิพลจากกระแสสังคม และความต้องการแสวงหาความหมายหรือที่พึ่งทางจิตใจในช่วงเวลาที่เผชิญกับความไม่แน่นอนของชีวิต ปัจจัยเหล่านี้มีบทบาทร่วมกันในการก่อรูปมูลเหตุของการเดินทาง และสะท้อนให้เห็นว่าประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมิได้เป็นเพียงกิจกรรมทางศาสนาหรือการท่องเที่ยวทั่วไป หากแต่เป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงมิติทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิญญาณของผู้เดินทางเข้าด้วยกัน

2) การรับรู้ต่อปลายทาง (Perceptions of the destination) จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าผู้ให้ข้อมูลสะท้อนการรับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางนาคี รุทผ่านทั้งการประเมินลักษณะของสถานที่และประสบการณ์ทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง โดยสามารถอธิบายการรับรู้ดังกล่าวได้ผ่านสองมิติที่เชื่อมโยงกัน ได้แก่ (1) การรับรู้เกี่ยวกับลักษณะของสถานที่ (Cognitive image) และ (2) ความรู้สึกหรือปฏิกิริยาทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นต่อสถานที่ (Affective image)

(2.1) การรับรู้เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของสถานที่ (Cognitive image) ข้อมูลการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวรับรู้เส้นทางนาคี รุท ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่โดดเด่น โดยเฉพาะสถานที่สำคัญอย่างถ้ำนาคา ซึ่งมีลักษณะหินธรรมชาติที่มีรูปร่างคล้ายพญานาค นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีการรับรู้เกี่ยวกับลักษณะของสถานที่จากสื่อหรือภาพถ่ายก่อนการเดินทาง อย่างไรก็ตามเมื่อได้สัมผัสสถานที่จริงกลับเกิดความรู้สึกทึ่งและประหลาดใจต่อความคล้ายคลึงของรูปทรงหินกับลักษณะของงูหรือพญานาค ดังที่ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...จากที่เคยเห็นในภาพว่าเหมือนงู เราก็คิดว่าคงแค่นั้น แต่พอได้ไปเห็นของจริง หินมันเหมือนงูจริง ๆ ทั้งลายทั้งรูปร่าง แล้ววิวด้านบนก็สวยมาก มันแบบ...Amazing จริง ๆ...” (A3 หญิง 35 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 24 พฤษภาคม 2567)

ในทำนองเดียวกัน ผู้ให้ข้อมูลอีกรายสะท้อนว่าการรับรู้ดังกล่าวเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ต้องการเดินทางไปเห็นสถานที่จริง โดยกล่าวว่า

“...สิ่งที่ทำให้รู้สึกว่ายากไปมาก ๆ ก็คือหินที่เขาบอกว่ามีลักษณะคล้ายหัวงู เราเห็นจากสื่อแล้วก็อยากไปเห็นของจริงว่ามันจะเป็นแบบนั้นจริงไหม...” (A1 หญิง 45 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดนนทบุรี, สัมภาษณ์: 23 พฤษภาคม 2567)

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังกล่าวถึงองค์ประกอบทางธรรมชาติของพื้นที่ เช่น ภูเขา น้ำตก แม่น้ำโขง และทัศนียภาพโดยรอบ ซึ่งล้วนเป็นส่วนสำคัญที่เสริมให้เกิดความประทับใจต่อสถานที่ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...สิ่งที่ประทับใจมากคือพวกทัศนียภาพแล้วก็บรรยากาศ มันมีช่วงเวลาที่เราสัมผัสเหมือนเป็น Magic time ตอนที่ขึ้นไปวัดภูทอก วิวสวยมาก แล้วบรรยากาศก็สงบจริง ๆ...” (A9 ชาย 42 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน จังหวัดนนทบุรี, สัมภาษณ์: 18 มิถุนายน 2567)

ข้อค้นพบดังกล่าวบ่งชี้ว่า ภาพลักษณ์เชิงการรับรู้ของเส้นทางนาคี รุท ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงลักษณะของสถานที่ แต่ยังครอบคลุมถึงองค์ประกอบของภูมิทัศน์ธรรมชาติที่สร้างประสบการณ์การรับรู้ที่โดดเด่นให้แก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น การรับรู้เกี่ยวกับลักษณะของสถานที่จึงเกิดจากการผสมผสานระหว่างลักษณะทางกายภาพของสถานที่และคุณค่าทางภูมิทัศน์ธรรมชาติซึ่งร่วมกันสร้างการรับรู้ถึงความมหัศจรรย์และเอกลักษณ์ของพื้นที่

(2.2) ความรู้สึกหรือปฏิกิริยาทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นต่อสถานที่ (Affective image) นอกเหนือจากการรับรู้ลักษณะทางกายภาพของสถานที่แล้ว ข้อมูลการสัมภาษณ์ยังแสดงให้เห็นว่าประสบการณ์การเดินทางในเส้นทางนาคี รุท ก่อให้เกิดปฏิกิริยาทางอารมณ์ที่หลากหลาย ตั้งแต่ความสงบ ความสบายใจ ไปจนถึงความตื่นเต้นและความประทับใจ โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวธรรมชาติและ การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...ด้วยตัวเองเป็นคนที่ชอบเที่ยวธรรมชาติอยู่แล้ว แล้วก็ชอบสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ด้วย เลยคิดว่าการได้ไปเส้นทางแบบนี้ ช่วยให้เรารู้สึกสบายใจ ได้พักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ...” (A4 ชาย 47 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 29 มิถุนายน 2567)

ในทำนองเดียวกัน ผู้ให้ข้อมูลอีกคนหนึ่งกล่าวถึงประสบการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางว่า

“...พอเดินเข้าไปที่ศาลาจะรู้สึกเลยว่าอากาศเย็นลง รมรื่น เหมือนเข้าไปอยู่ในป่าที่เขียวสงบ แล้วพอไปถึงแม่น้ำโขง มันกว้างใหญ่จนรู้สึกตื่นใจ และเหมือนทำให้จิตใจสงบ มีสมาธิขึ้นมาทันที...” (A7 ชาย 37 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน จังหวัดชลบุรี, สัมภาษณ์: 17 มิถุนายน 2567)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลบางรายที่แม้จะไม่ได้ระบุว่าตนมีศรัทธาอย่างชัดเจน แต่ยังคงแสดงความเคารพต่อสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และความเชื่อที่เกี่ยวข้อง โดยกล่าวว่า

“...จริง ๆ ก็ไม่ได้ถึงกับศรัทธามากขนาดนั้น แต่ก็เชื่อค่ะ คือเราไม่ลบหลู่ เพราะรู้สึกเกรงกลัวอยู่เหมือนกัน...”

(A10 หญิง 58 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดปราจีนบุรี, สัมภาษณ์: 19 มิถุนายน 2567)

ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ความรู้สึกต่อเส้นทางนาคี รุท ไม่ได้เกิดจากลักษณะของสถานที่เพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ทางอารมณ์ ความเชื่อ และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติและสิ่งศักดิ์สิทธิ์

เมื่อพิจารณาร่วมกันทั้งสองมิติ พบว่าการรับรู้ต่อปลายทางเส้นทางนาคี รุท เกิดจากการผสมผสานระหว่างการประเมินลักษณะทางกายภาพของสถานที่และประสบการณ์ทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง องค์ประกอบของภูมิทัศน์ธรรมชาติ เช่น ลักษณะหินที่คล้ายพญานาค ทศนียภาพของภูเขา และความกว้างใหญ่ของแม่น้ำโขง ทำหน้าที่เป็นจุดเริ่มต้นของการรับรู้เชิงเหตุผล ขณะที่บรรยากาศของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และความเงียบสงบของธรรมชาติได้ก่อให้เกิดปฏิกิริยาทางอารมณ์ เช่น ความประทับใจ ความสงบ และความรู้สึกเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การรับรู้ทั้งสองมิตินี้จึงร่วมกันหล่อหลอมภาพลักษณ์ของเส้นทางนาคี รุท ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณที่มีทั้งความโดดเด่นทางธรรมชาติและความหมายเชิงสัญลักษณ์สำหรับผู้เดินทาง

3) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง (Reference group) ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกสะท้อนให้เห็นว่า การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาคี รุท ยังได้รับอิทธิพลจากบุคคลรอบตัวของนักท่องเที่ยว หรือกลุ่มอ้างอิง ซึ่งมีบทบาททั้งในการถ่ายทอดค่านิยม ความเชื่อ และการชักชวนให้ทดลองประสบการณ์ใหม่ และการสร้างแรงบันดาลใจผ่านแบบอย่างทางสังคม จำแนกออกได้เป็น 3 มิติ ได้แก่ (1) กลุ่มปฐมภูมิ (2) กลุ่มทุติยภูมิ และ (3) กลุ่มแฝดผืน ดังนี้

(3.1) กลุ่มปฐมภูมิ (Primary group) เช่น ครอบครัวและคู่ชีวิต เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในชีวิตประจำวัน และมีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมค่านิยมและความเชื่อของผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลหลายรายสะท้อนว่าการทำบุญหรือการเดินทางไปสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นกิจกรรมที่ครอบครัวปฏิบัติร่วมกันมาอย่างต่อเนื่อง ดังที่ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...ที่บ้านมีความเชื่อเรื่องการไหว้พระทำบุญมาตั้งแต่ต้นอยู่แล้วค่ะ ครอบครัวเราก็ให้ความสำคัญกับเรื่องแบบนี้มาตลอด...” (A3 หญิง 35 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 24 พฤษภาคม 2567)

ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลอีกคนหนึ่งกล่าวว่า

“...พื้นฐานมาจากครอบครัวเลยครับ ตั้งแต่เด็ก ๆ บ้านเราก็ชอบทำบุญกัน เป็นกิจกรรมที่ทำกันเป็นประจำทุกปี...” (A6 ชาย 32 ปี, ธุรกิจส่วนตัว กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 10 มิถุนายน 2567)

ในบางกรณีการเดินทางยังเกิดจากอิทธิพลของคู่ชีวิต แม้ว่าผู้ให้ข้อมูลจะไม่ได้มีความสนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นพิเศษ โดยผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...ส่วนตัวไม่ค่อยชอบเที่ยวแนวนี้เลยค่ะ แต่แฟนเป็นคนชอบไปกราบไหว้ตามวัดต่าง ๆ ถ้าเขาไม่ชวน ก็คงไม่ได้ไปเหมือนกัน...” (A5 หญิง 29 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดขอนแก่น, สัมภาษณ์: 30 พฤษภาคม 2567)

สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มปฐมภูมิทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดค่านิยมทางศรัทธาและประสบการณ์การเดินทางเชิงจิตวิญญาณ รวมถึงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางทั้งผ่านการปลูกฝังตั้งแต่วัยเด็กและการชักชวนจากบุคคลใกล้ชิดในชีวิตประจำวัน

(3.2) กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary group) นอกจากบุคคลในครอบครัวแล้ว กลุ่มทุติยภูมิ เช่น เพื่อน เพื่อนร่วมงาน หรือเครือข่ายทางสังคม ยังมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง โดยเฉพาะผ่านการชักชวนหรือการร่วมกิจกรรมกับบุคคลที่มีความสนใจคล้ายคลึงกัน ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...จุดเริ่มต้นจริง ๆ คือพี่หัวหน้าที่ออฟฟิศชวนไปค่ะ เขาบอกว่าไปขอพรแล้วสำเร็จ เลยรู้สึกว่ายากลองไปดูบ้าง...” (A5 หญิง 29 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดขอนแก่น, สัมภาษณ์: 30 พฤษภาคม 2567)

ขณะที่อีกคนหนึ่งสะท้อนว่าการเดินทางเกิดจากการชักชวนของคนรู้จักในกลุ่มที่มีความสนใจด้านการท่องเที่ยวเหมือนกัน โดยกล่าวว่า

“...มีคนรู้จักในกลุ่มที่ชอบเที่ยวคล้าย ๆ กันชวนไป ตอนนั้นว่างพอดีก็เลยตัดสินใจไปทันที...” (A2 หญิง 42 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดอุบลราชธานี, สัมภาษณ์: 24 พฤษภาคม 2567)

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลบางรายยังมองการเดินทางในเส้นทางดังกล่าวในมิติของการท่องเที่ยวธรรมชาติและกิจกรรมร่วมกับเพื่อนมากกว่ามิติทางศรัทธา โดยกล่าวว่า

“...ตอนนั้นไม่ได้คิดว่าจะไปทำอะไรเลยนะ แค่อยากไปเดินป่า ดูธรรมชาติ ก็เลยตัดสินใจไปกับเพื่อน...” (A8 หญิง 46 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 17 กรกฎาคม 2567)

ข้อค้นพบดังกล่าวบ่งชี้ว่า กลุ่มทศิยภูมิทำหน้าที่เป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้ทดลองประสบการณ์ใหม่ ทั้งในมิติของการท่องเที่ยวธรรมชาติ การทำกิจกรรมร่วมกัน และการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ร่วมเดินทาง

(3.3) กลุ่มไฝฝัน (Aspirational group) ข้อมูลการสัมภาษณ์ยังสะท้อนให้เห็นว่า บุคคลมีชื่อเสียง ดารา หรือผู้ทรงอิทธิพลในสื่อออนไลน์ (Influencer) มีบทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นความสนใจต่อเส้นทางนาคี รูท ผ่านการนำเสนอประสบการณ์การเดินทางและเรื่องราวความศรัทธา ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...ก่อนจะไปก็เห็นจากโซเชียลครับ ทั้งรายการทีวีและโพสต์ของคนที่เคยไป เห็นแล้วก็รู้สึกว่ายากลองไปดูบ้าง...” (A9 ชาย 42 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน จังหวัดนนทบุรี, สัมภาษณ์: 18 มิถุนายน 2567)

ขณะที่อีกคนหนึ่งกล่าวถึงอิทธิพลของกระแสจากบุคคลมีชื่อเสียงว่า

“...เห็นดาราหลายคนไปมุกกันเยอะมากนะ เห็นผ่านสื่อบ่อย ๆ ก็เลยรู้สึกว่ายากไปตามกระแสเหมือนกัน...” (A3 หญิง 35 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 24 พฤษภาคม 2567)

ในบางกรณีการนำเสนอภาพประสบการณ์ผ่านสื่อ ยังช่วยกระตุ้นความสนใจในมิติของการท่องเที่ยวและการสร้างคอนเทนต์ โดยผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...เห็นคนที่เราดูตามลงรูปที่ไป ภาพมันสวยมาก เราเองก็ชอบทำคอนเทนต์อยู่แล้ว เลยรู้สึกว่ายากลองไป...” (A5 หญิง 29 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดขอนแก่น, สัมภาษณ์: 30 พฤษภาคม 2567)

ข้อค้นพบดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า กลุ่มไฝฝันมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจและขยายการรับรู้เกี่ยวกับเส้นทางนาคี รูท ผ่านสื่อสมัยใหม่ ซึ่งช่วยกระตุ้นความต้องการมีส่วนร่วมับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในวงกว้าง

โดยสรุป ข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่า อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงมีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาคี รูท โดยกลุ่มปฐมภูมิทำหน้าที่ถ่ายทอดค่านิยมและความเชื่อทางศาสนาในระดับครอบครัว ขณะที่กลุ่มทศิยภูมิช่วยเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้ทดลองประสบการณ์การเดินทางผ่านการชักชวนหรือการทำกิจกรรมร่วมกัน ส่วนกลุ่มไฝฝันมีบทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจและขยายการรับรู้เกี่ยวกับปลายทางท่องเที่ยวผ่านสื่อสมัยใหม่ ข้อค้นพบดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นว่าความตั้งใจเดินทางมิได้เกิดจากปัจจัยภายในของบุคคลเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นผลจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่หลากหลาย ซึ่งร่วมกันหล่อหลอมความสนใจและการมีส่วนร่วมับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

4) ปัจจัยกระตุ้นจากบริบทภายนอก (External stimuli) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกยังสะท้อนให้เห็นว่าความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาคี รูท ยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยกระตุ้นภายนอก ทั้งนี้ข้อค้นพบสามารถจัดกลุ่มประเด็นสำคัญได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ (1) ประสบการณ์การเดินทางและบริการในพื้นที่ และ (2) การเผยแพร่ผ่านสื่อและเรื่องเล่าที่แพร่กระจายในสังคม

(4.1) ประสบการณ์การเดินทางและบริการในพื้นที่ (Travel experience and on-site services) ข้อมูลการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่า ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเดินทางในพื้นที่ รวมถึงการบริการที่พบระหว่างการเดินทางมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการตัดสินใจเดินทางในเส้นทางนาคี รูท ผู้ให้ข้อมูลหลายรายกล่าวถึงความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัยของเส้นทาง ตลอดจนการดูแลจากไกด์ท้องถิ่น ซึ่งช่วยให้การเดินทางมีความราบรื่นและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง ดังที่ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวถึงประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้บริการไกด์ว่า

“...ไกดที่นั่นน่ารักมากคะ คอยดูแลลูกทัวร์ดีเลย อย่างบางคนเหมือนจะเป็นลม เขาก็ช่วยดูแลทันที เซอร์วิสดีมาก...” (A2 หญิง 42 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดอุบลราชธานี, สัมภาษณ์: 24 พฤษภาคม 2567)

ในทำนองเดียวกัน ผู้ให้ข้อมูลอีกคนหนึ่งสะท้อนถึงลักษณะการดูแลของไกดว่า

“...ไกดที่พาไปเตรียมของมาครบเลยคะ ทั้งน้ำ ยาตาม พัด แล้วก็ถามเราด้วยว่าอยากเดินช้า เดินเร็ว หรือพักบ่อยแค่ไหน ก็พาเที่ยวตามสไตล์ที่เราต้องการ...” (A5 หญิง 29 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดขอนแก่น, สัมภาษณ์: 30 พฤษภาคม 2567)

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลบางรายยังกล่าวถึงความสะดวกในการเดินทางและความประทับใจที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางโดยระบุว่า

“...การเดินทางไปถึงจุดเที่ยวก็ไม่ยากครับ โดยรวมรู้สึกว่าการเดินทางง่าย แต่ตอนที่เดินขึ้นไปดูหินผานาคเหนื่อยแน่นอน แต่ได้เห็นแล้วคุ้มกับความเหนื่อย...” (A4 ชาย 47 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 29 มิถุนายน 2567)

ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลอีกรายสะท้อนว่า ประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางในครั้งก่อนมีส่วนทำให้เกิดความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนซ้ำ โดยกล่าวว่า

“...วัดโพธิ์ชัยเป็นสถานที่ที่ผมตั้งใจไปครับ เพราะเกี่ยวข้องกับหลวงพ่อบุญรอดซึ่งเป็นพระพุทธรูปที่ชาวอีสานและฝั่งลาวให้ความเคารพ พุทธลักษณะขององค์ท่านสง่างาม เป็นศิลปะล้านช้างที่ดูแล้วน่าเลื่อมใสมาก ผมเคยไปมาแล้วครั้งหนึ่ง แต่ก็ยังอยากกลับไปอีก ก็เลยขอพี่ชายกับพี่เขยให้พาไปครับ...” (A7 ชาย 37 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน จังหวัดชลบุรี, สัมภาษณ์: 17 มิถุนายน 2567)

ผู้ให้ข้อมูลบางรายยังกล่าวถึงประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยระบุว่า

“...สิ่งที่ประทับใจมากที่สุดคืออาหารครับ นอกจากจะอร่อยแล้ว ยังสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ดีมาก...” (A6 ชาย 32 ปี, ธุรกิจส่วนตัว กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 10 มิถุนายน 2567)

ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ประสบการณ์การเดินทางที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ทั้งในด้านความสะดวกของเส้นทาง การดูแลจากผู้ให้บริการในท้องถิ่น และการได้สัมผัสองค์ประกอบทางวัฒนธรรมของพื้นที่ ล้วนมีส่วนช่วยสร้างความมั่นใจและความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ส่งผลให้เส้นทางนาคิ รุท ถูกมองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีความปลอดภัย และได้มอบประสบการณ์การเดินทางที่มีความหมายทั้งในมิติของการพักผ่อนและการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น

(4.2) การเผยแพร่ผ่านสื่อและเรื่องเล่าที่แพร่กระจายในสังคม (Media exposure and circulating travel narratives) นอกจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่แล้ว การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางนาคิ รุท ยังได้รับอิทธิพลจากการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อและการถ่ายทอดประสบการณ์การเดินทางในสังคมร่วมสมัย โดยเฉพาะผ่านสื่อออนไลน์และสื่อมวลชน ผู้ให้ข้อมูลหลายรายระบุว่าตนเริ่มรู้จักสถานที่ดังกล่าวผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) หรือรายการโทรทัศน์ ซึ่งนำเสนอภาพสถานที่ ความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค และประสบการณ์ของผู้ที่เคยเดินทางไปเยือน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“...ก่อนจะไปผมหาข้อมูลจากโซเชียลครับ ทั้งเว็บไซต์และยูทูบ มีคนแนะนำเส้นทางและจุดเช็คอินต่าง ๆ ไว้ค่อนข้างชัดเจน...” (A4 ชาย 47 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน กรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์: 29 มิถุนายน 2567)

ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลอีกคนหนึ่งสะท้อนบทบาทของการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ว่า

“...ก่อนจะไปก็เห็นจากเฟซบุ๊กและรายการทีวีครับ เห็นคนที่เคยไปแชร์รูปและประสบการณ์ แล้วมันก็ทำให้อยากลองไปสัมผัสดูบ้าง...” (A9 ชาย 42 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน จังหวัดนนทบุรี, สัมภาษณ์: 18 มิถุนายน 2567)

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลบางรายยังกล่าวถึงลักษณะของกระแสการท่องเที่ยวที่เกิดจากการเผยแพร่ประสบการณ์ต่อเนื่องในสื่อออนไลน์ โดยระบุว่า

“...มันเหมือนเป็นกระแสที่ต่อกันไปเรื่อย ๆ ค่ะ เวลาเราเห็นคนอื่นไป แล้วเขาโพสต์รูป คนที่เห็นก็อยากตามไปบ้าง...” (A5 หญิง 29 ปี, ธุรกิจส่วนตัว จังหวัดขอนแก่น, สัมภาษณ์: 30 พฤษภาคม 2567)

ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การเผยแพร่ข้อมูลและประสบการณ์การเดินทางผ่านสื่อออนไลน์และสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเส้นทางนาดี รุท โดยเฉพาะการถ่ายทอดเรื่องราว ประสบการณ์ และภาพลักษณ์ของสถานที่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการสื่อสารแบบปากต่อปากในโลกดิจิทัล กระบวนการดังกล่าวช่วยขยายการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และมีส่วนกระตุ้นให้เกิดความสนใจและการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวในวงกว้าง

ข้อค้นพบในประเด็นปัจจัยกระตุ้นจากบริบทภายนอกสะท้อนให้เห็นว่า ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาดี รุท ได้รับอิทธิพลจากบริบทของประสบการณ์การเดินทางในพื้นที่และกระแสข้อมูลข่าวสารที่แพร่กระจายในสังคมร่วมสมัย โดยประสบการณ์การเดินทางช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและความประทับใจต่อสถานที่ ขณะเดียวกัน การเผยแพร่เรื่องราวผ่านสื่อออนไลน์มีส่วนสำคัญในการขยายการรับรู้และกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวในวงกว้าง

เมื่อพิจารณาข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่ามูลเหตุของความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาดี รุท ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดจากปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยหลายมิติ ทั้งแรงจูงใจภายในของบุคคล การรับรู้ต่อปลายทาง อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ตลอดจนปัจจัยกระตุ้นจากบริบทภายนอก ปัจจัยเหล่านี้มิได้ทำงานอย่างแยกส่วน หากแต่เชื่อมโยงและเสริมแรงซึ่งกันและกันในการหล่อหลอมความสนใจ ความศรัทธา และความตั้งใจที่จะเดินทางไปสัมผัสสถานที่จริง ข้อค้นพบดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณในเส้นทางนาดี รุท มิได้เป็นเพียงกิจกรรมการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เท่านั้น แต่ยังเป็นกระบวนการทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความหมาย ประสบการณ์ทางอารมณ์ และการแลกเปลี่ยนเรื่องราวในสังคมร่วมสมัย ซึ่งร่วมกันกำหนดพลวัตของพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยสามารถพัฒนาโมเดลองค์ความรู้มูลเหตุของความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองบูรณาการเชิงกระบวนการการสร้าง ความหมายของความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

5. อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้นำไปสู่ข้อค้นพบสำคัญที่ช่วยขยายกรอบความเข้าใจเกี่ยวกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ โดยเฉพาะในบริบทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งไม่ได้เกิดจากกระบวนการตัดสินใจเชิงเหตุผลเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นกระบวนการสร้างความหมาย (Meaning-making process) ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายใน การรับรู้ต่อปลายทาง อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และปัจจัยกระตุ้นจากบริบทภายนอก

ประการแรก ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจภายในของนักท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงความศรัทธาทางศาสนา แต่ยังคงครอบคลุมถึงความต้องการแสวงหาความหมายของชีวิต การเยียวยาทางอารมณ์ และการเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณมีลักษณะเป็นประสบการณ์เชิงความหมาย ที่เชื่อมโยงมิติทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิญญาณเข้าด้วยกัน สอดรับกับงานศึกษาที่มองว่าการเดินทางเป็นพื้นที่ของการแสวงหาความหมายของชีวิตและความผูกพันทางวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล (Cheer et al., 2017; Halim et al., 2021; Ngoc & Anh, 2024) รวมถึงเป็นพื้นที่ของการสร้างความสมดุลทางจิตใจ ความสงบ และการสะท้อนตนเอง (Self-reflection) (Huang et al., 2024) ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดจิตบำบัดแนวความหมายในชีวิต (Logotherapy) ของ Frankl (1985) ที่เสนอว่ามนุษย์มีแรงขับพื้นฐานในการแสวงหาความหมายของชีวิต ซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญที่นำไปสู่การแสดงพฤติกรรม

ประการที่สอง ผลการศึกษาขยายองค์ความรู้ด้านภาพลักษณ์ปลายทาง โดยแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ต่อสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ไม่ได้เป็นเพียงการประเมินเชิงกายภาพของสถานที่ (Cognitive image) แต่ยังรวมถึงประสบการณ์ทางอารมณ์และจิตวิญญาณ (Affective-spiritual image) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมความตั้งใจเดินทาง ข้อค้นพบนี้สนับสนุนงานวิจัยในอดีตที่ชี้ว่าประสบการณ์เชิงสัญลักษณ์และอารมณ์มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Chen et al., 2025; Mishra & Maheshwari, 2025; Rohman et al., 2023) และยังสอดคล้องกับหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ระบุว่าภาพลักษณ์ของสถานที่ โดยเฉพาะการรับรู้ถึงความศักดิ์สิทธิ์ (Perceived sacredness) ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำและความภักดีต่อปลายทาง (Rohman et al., 2023)

ประการที่สาม งานวิจัยนี้ยืนยันและขยายบทบาทของอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ซึ่งครอบคลุมบุคคลรอบตัว เช่น ครอบครัว เพื่อน และบุคคลต้นแบบในสื่อออนไลน์ โดยไม่ได้เพียงทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูล หากแต่เป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดความหมาย ค่านิยม ความเชื่อ และแรงบันดาลใจในการเดินทาง สอดรับกับแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่ชี้ว่ากลุ่มอ้างอิงมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดทัศนคติและบรรทัดฐานทางสังคมของบุคคล (Ajzen & Fishbein, 1980) นอกจากนี้ งานวิจัยล่าสุดยังชี้ให้เห็นว่าผู้ทรงอิทธิพลในสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดการรับรู้และความตั้งใจเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Thao et al., 2025)

ประการที่สี่ ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่าปัจจัยกระตุ้นจากบริบทภายนอก โดยเฉพาะประสบการณ์เดินทางและการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการเสริมแรงความตั้งใจเดินทาง สอดคล้องกับงานวิจัยที่ระบุว่าประสบการณ์และคุณภาพของสิ่งที่ได้รับระหว่างการเดินทางเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Mishra & Maheshwari, 2025) ขณะเดียวกันสื่อสังคมออนไลน์และเนื้อหาที่ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ของปลายทาง รวมถึงกระตุ้นความตั้งใจเดินทางของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล (Sukaatmadja et al., 2024) นอกจากนี้การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างเรื่องเล่าการท่องเที่ยว (travel narratives) ซึ่งช่วยขยายการรับรู้และสร้างความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในวงกว้าง (Chen et al., 2025)

งานวิจัยนี้มีส่วนช่วยขยายองค์ความรู้ใน 3 ประเด็นสำคัญ คือ (1) งานวิจัยนี้เสนอการปรับกรอบแนวคิดจากการอธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral intention) ไปสู่การทำความเข้าใจกระบวนการสร้างความหมาย (Meaning-making process) ซึ่งสะท้อนว่าการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณไม่ได้เป็นเพียงผลลัพธ์ของทัศนคติหรือบรรทัดฐานทางสังคม แต่เป็นกระบวนการตีความประสบการณ์และคุณค่าทางจิตใจของปัจเจกบุคคล (2) งานวิจัยนี้พัฒนาแบบจำลองบูรณาการกระบวนการสร้างความหมายของความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Integrated meaning-making model of spiritual travel intention) ซึ่งบูรณาการปัจจัยด้านแรงจูงใจภายใน การรับรู้เชิงสัญลักษณ์และอารมณ์ต่อสถานที่ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และสิ่งกระตุ้นภายนอก เข้าไว้ในกรอบเดียวกัน โดยเสนอความสัมพันธ์เชิงกระบวนการ (Process-based relationship) แทนความสัมพันธ์เชิงเส้นแบบดั้งเดิม ซึ่งช่วยขยายกรอบแนวคิดด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ให้ครอบคลุมมิติทางจิตวิญญาณมากขึ้น และ (3) งานวิจัยนี้ขยายขอบเขตของทฤษฎีแรงจูงใจ โดยเชื่อมโยงแนวคิดการสร้าง ความหมาย (Meaning-making) เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ ทำให้เห็นว่าพฤติกรรมการเดินทางในบริบทนี้ มิได้ขับเคลื่อนด้วยการแสวงหาประโยชน์เชิงหน้าที่ เช่น ความสะดวกสบายหรือความคุ้มค่า หากแต่มีรากฐานมาจาก แรงขับภายในที่ลึกซึ้ง ซึ่งสะท้อนมิติของคุณค่าเชิงจิตวิญญาณและอัตลักษณ์ภายในของปัจเจกบุคคล

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผล

มูลเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเป็นผลของกระบวนการสร้างความหมายที่เกิด จากปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกของผู้เดินทาง ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติหลัก ได้แก่ (1) แรงจูงใจภายใน ประกอบด้วย แรงจูงใจจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น แรงจูงใจจากกระแสและความรู้สึก และแรงจูงใจเชิงจิตวิญญาณ (2) การรับรู้ ต่อปลายทาง ประกอบด้วย การรับรู้เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของสถานที่ และความรู้สึกหรือปฏิกิริยาทางอารมณ์ที่เกิดขึ้น ต่อสถานที่ (3) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ประกอบด้วย กลุ่มปฐมภูมิ กลุ่มทุติยภูมิ กลุ่มแฝด และ 4) ปัจจัยกระตุ้นจากบริบท ภายนอก ประกอบด้วย ประสบการณ์การเดินทางและบริการในพื้นที่ และการเผยแพร่ผ่านสื่อและเรื่องเล่าที่แพร่กระจาย ในสังคม

6.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) พัฒนาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณอย่างลึกซึ้งและยั่งยืน ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารอัตลักษณ์ ของพื้นที่ในลักษณะที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงประสบการณ์การเดินทางเข้ากับความเชื่อและความหมาย ทางจิตวิญญาณของตนเอง โดยถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ ความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค พุทธศิลป์ และวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อสร้างคุณค่าทางการเรียนรู้ควบคู่กับศรัทธา นอกจากนี้ควรออกแบบเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อ แรงจูงใจทางจิตวิญญาณ เช่น การเดินทางตามรอยความเชื่อ การสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ หรือกิจกรรมเชิงประสบการณ์ที่ช่วย เสริมสร้างความสงบและการสะท้อนความหมายของชีวิต ทั้งนี้ การบริหารกระแสความนิยมของแหล่งท่องเที่ยวควรมุ่งต่อยอด ไปสู่การท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้ มากกว่าการท่องเที่ยวตามกระแสในระยะสั้น

2) เสริมสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในมิติของเหตุผลและอารมณ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวควรคำนึงถึง ทั้งภาพลักษณ์เชิงการรับรู้ เช่น ความงามของธรรมชาติ ความปลอดภัย ความเป็นมิตรของชุมชน และความสะดวกในการ เข้าถึงสถานที่ รวมถึงภาพลักษณ์เชิงอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกสงบ ศรัทธา และความอัศจรรย์ของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ การใช้การเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่เชื่อมโยงกับความเชื่อและประสบการณ์ทางจิตวิญญาณ รวมถึงการส่งเสริมการแบ่งปัน ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สามารถช่วยเสริมสร้างการรับรู้และความผูกพันต่อแหล่งท่องเที่ยวได้

3) ใช้พลังของเครือข่ายทางสังคมและกลุ่มอ้างอิงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เนื่องจากการตัดสินใจ เดินทางมักได้รับอิทธิพลจากครอบครัว เพื่อน หรือบุคคลที่มีอิทธิพลทางสังคม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรส่งเสริมรูปแบบ การท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือครอบครัว เช่น การพัฒนาแพ็คเกจการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เอื้อต่อการเดินทางร่วมกัน รวมทั้ง การให้บุคคลสาธารณะหรือผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีภาพลักษณ์สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ เพื่อช่วย เผยแพร่เรื่องราวและกระตุ้นการบอกต่อของประสบการณ์การเดินทาง

4) การยกระดับปัจจัยสนับสนุนเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ควรพัฒนาคุณภาพบริการด้านการ ท่องเที่ยว เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด ความปลอดภัย และการจัดการพื้นที่อย่างเหมาะสม ควบคู่กับการส่งเสริม อาหารพื้นถิ่นและผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ นอกจากนี้การพัฒนา แพลตฟอร์มหรือช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่าย เพื่อรวบรวมข้อมูลและเรื่องราวเกี่ยวกับเส้นทางนาศิ รุท จะช่วยเพิ่มโอกาส ในการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมายยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Belber, B. G. (2024). Travel motivations of spiritual tourists. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 12(4), 2552–2571. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1499>
- Chanted, M. & Lakpetch P., (2025). Religious Factors Affecting Thai Tourists' Perceived Value in Spiritual Tourism within the Central Chao Phraya River Lifestyle Tourism Development Cluster. *Social Sciences Research and Academic Journal*, 20(1), 225.240.
- Cheer, J. M., Belhassen, Y., & Kujawa, J. (2017). The search for spirituality in tourism: Toward a conceptual framework for spiritual tourism. *Tourism Management Perspectives*, 24, 252–256. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.018>
- Chen, J., Wu, X., Luo, Y., & Liu, K. (2025). The impact mechanism of social network information on tourism travel: an empirical analysis based on internet celebrity cities. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1-16. <https://www.nature.com/articles/s41599-025-05892-8>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2017). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2–12.
- Fakye, A. (2024). The Development of Spiritual tourism Routes to Promote Cultural Heritage Conservation in NakhonPathom [การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม]. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 7(6), 3338-3358. (in Thai)
- Frankl, V. E. (1985). *Man's search for meaning*. Simon and Schuster.
- Future Market Insights. (2024). *Faith-based Tourism Market (2024 - 2034)*. <https://www.futuremarketinsights.com/reports/faith-based-tourism-sector-overview>
- Guest, G., Namey, E., & Mitchell, M. (2013). *Collecting qualitative data: A field manual for applied research*. Sage Publications.
- Halim, M. S. A., Tatoglu, E., & Hanefar, S. B. M. (2021). A review of spiritual tourism: A conceptual model for future research. *Tourism and Hospitality Management*, 27(1), 119–141. <https://doi.org/10.20867/thm.27.1.8>
- Huang, X., Wang, P., & Wu, L. (2024). Well-being through transformation: An integrative framework of transformative tourism experiences and hedonic versus eudaimonic well-being. *Journal of Travel Research*, 63(4), 974-994. <https://doi.org/10.1177/00472875231171670>
- Keadplang, K. (2019). An increased business opportunity of wellness tourism as premium tourist destination in Asian countries. *Cultural Approach*, 20(37), 102-109.
- Krutwayscho, O., Artwicha, P., Saetan, W., Laohajatsang C., & Treesuk, W. (2022). Spiritual Tourism Routes Relating to Thai Ways of Belief in Chiang Mai [เส้นทางท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณเชื่อมโยงวิถีความเชื่อไทยในจังหวัดเชียงใหม่]. *Christian University Journal*, 28 (3), 1-19. (in Thai)

- Laeheem, K., Boonwanno, S., Tepsing, P., Chitwiboon, P., & Yeetin, P. (2024). Betong: Creation of a community-based cultural resource tourism map [เบตง: การสรรสร้างแผนที่ท่องเที่ยวจากทรัพยากรทางวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน]. *Journal of Social Research and Review*, 47(2), 272531. (in Thai)
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Mishra, D., & Maheshwari, N. (2025). Spiritual tourism development: A comprehensive synthesis for sustainable destination planning and growth. *Journal of Islamic Marketing*, 16(2), 606-626. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2023-0400>
- Nadee, W., Kaewkitipong, L., Ractham, P., & Sayruamyat, S. (2024). An Investigation of the Intention to Visit Smart Tourism Destinations: Domestic Travelers vs. International Travelers. *Sustainability*, 16(23), 10484. <https://doi.org/10.3390/su162310484>
- Ngoc, H. N., & Anh, L. T. N. (2024). An insights of tourist motivation and implications for tourism marketing plan. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(7), 1407-1418
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2023). *Mutelu: Opportunities for Promoting Faith-Based Tourism* [มุเตลู: โอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ]. <https://www.nesdc.go.th/> (in Thai)
- Panawong, C. (2020). *Qualitative research methodology: From theory to practice* [ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพจากแนวคิดทฤษฎีสู่การปฏิบัติ] (2nd ed.). Naresuan University. (in Thai)
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Sage Publications.
- Phansaita, N. (2020). Elder Tourists Behavioral Intention in Wellness Tourism: A Case Study of Tourists in Elderly Club, Bangkok [ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในชมรมผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานคร]. *Academic Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University*, 28(1), 168-194. (in Thai)
- Rohman, F., Hussein, A. S., Hapsari, R., & Tamitiadini, D. (2023). Investigating spiritual tourism experience quality, destination image, and loyalty: the mediating role of perceived sacredness and subjective wellbeing. *Tourism and Hospitality Management*, 29(1), 133-145. <https://doi.org/10.20867/thm.29.1.11>
- Şahin, İ., & Güzel, F. Ö. (2024). Dimensions of spirituality in tourism: Developing the spiritual tourism experience scale (STES). *Journal of Destination Marketing & Management*, 34, 100955. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100955>
- Samanketgon, P. (2023). A Study of Tourist Experience for Developing of Religious Tourism in Thailand [การศึกษาประสบการณ์นักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทย]. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 9(8), 256-270. (in Thai)
- Sari, P. R., Helmi, A., & Komaladewi, R. (2023). Travel Intention in Following of New Normal Era: The Role of Perceived Risk, Travel Motivation and Travel Constraints. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 6(1), 411-423. <https://doi.org/10.33258/birci.v6i1.7472>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.

- Soares, N., Lima, J., & Borges, M. R. (2024). Spiritual tourism: A literature review to encourage reflection on emerging concerns. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 72(4), 660–672. <https://doi.org/10.37741/t.72.4.12>
- Soonsan, N., & Sukahbot, S. (2019). Testing the role of country and destination image effect on satisfaction and revisit intentions among Western travellers. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4), 1–14.
- Sukaatmadja, I., Yasa, N. N. K., Rahanatha, G. B., Rahmayanti, P. L. D., Santika, I. W., & Tirtayani, I. (2024). The role of spiritual destination image in mediating attachment to virtual tours and social media promotion on return visit intentions. *International Journal of Data & Network Science*, 8(2), 1035–1046. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.12.004>
- Thao, N. V. H., Thang, N. Q., & Trung, D. B. (2025). The role of social media influencers with regard to enhancing revisit intention among spiritual tourists. *International Journal of Research Studies in Education*, 14(3), 55–69. <https://doi.org/10.5861/ijrse.2025.25821>
- Zhou, Y., Liu, L., Han, S., & Sun, X. (2023). *Comparative analysis of the behavioral intention of potential wellness tourists in China and South Korea*. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10, 489.

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์
ปีที่ 49 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2569): 288568

Journal of Social Research and Review
Volume 49 No.1 (January - June 2026): 288568
ISSN 3056-9508 (Online)



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

นันทน์จักษ์ ลิ้มกมลทิพย์ และ อรวรรณ ประสิทธิ์ศิริผล *

วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, อีเมล: orawan.pr@chula.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดปทุมธานี จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาครเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้ข้อมูลจากโครงการสำรวจการย้ายถิ่นประชากรในประเทศไทย พ.ศ. 2564-2567 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ จำนวน 2,341 ตัวอย่าง เป็นผู้ประชากรแฝงที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการถดถอยโลจิสติก ผลการศึกษา พบว่า ร้อยละ 47.03 ของกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน และผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก พบว่า การศึกษาและรายได้มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน ในขณะที่ผู้ที่มิถุนามลาเนาในภาคใต้มีอัตราส่วนโอกาสของความตั้งใจตั้งถิ่นฐานในที่ตนเองอยู่ต่ำกว่าผู้ที่มิถุนามลาเนาในต่างประเทศ นอกจากนี้ผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครปฐม จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาครมีอัตราส่วนโอกาสของความตั้งใจตั้งถิ่นฐานในที่ตนเองอยู่สูงกว่าผู้ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ลักษณะด้านประชากร (เพศ อายุและสถานภาพการสมรส) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษานี้สะท้อนว่าความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงผูกกับบริบทของพื้นที่ เศรษฐกิจและโครงสร้างเมืองการกำหนดนโยบายควรให้ความสำคัญแก่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ควบคู่กับการพัฒนาทุนมนุษย์

คำสำคัญ: ประชากรแฝง; กรุงเทพมหานครและปริมณฑล; การย้ายถิ่น; ความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน

วันรับบทความ: 22 เมษายน 2569, **วันแก้ไขบทความ:** 7 พฤษภาคม 2569, **วันตอบรับบทความ** 5 มิถุนายน 2569

Factors Influencing Settlement Intention of the Floating Population in the Bangkok Metropolitan Region (BMR)

Nuntanujch Limgamoltipaya and Orawan Prasitsiripon *

College of Population Studies, Chulalongkorn University, Pathum Wan, Bangkok 10330, Thailand

*Corresponding author: Email: orawan.pr@chula.ac.th

Abstract

This research aims to examine the factors influencing the intention to settle among the floating population Bangkok Metropolitan Region (BMR), comprising Bangkok, Pathum Thani, Nakhon Pathom, Nonthaburi, Samut Prakan, and Samut Sakhon. It is quantitative research based on data from the National Migration Survey of Thailand 2021-2024, National Statistics Office. The sample includes 2,341 individuals who were the floating population residing in Bangkok and its surrounding provinces. Descriptive statistics and logistic regression analysis were used to analyze the data. The results showed that 47.03% of the sample intended to settle. Logistic regression analysis revealed that education and income were positively associated with the intention to settle. Those whose homeland was in a southern of Thailand had lower odds of intending to settle in host province than those whose homeland was in abroad, and those residing in Nakhon Pathom, Samut Prakan, and Samut Sakhon had significantly higher odds of intending to settle in their host province than those in Bangkok ($p < 0.05$). Demographic characteristics such as sex, age, and marital status showed no statistically significant association. These findings reflect that the intention to settle among the floating population is linked to the spatial context, economy, and urban structure. Policy decisions should prioritize infrastructure development alongside human capital development.

Keywords; Floating population; BMR; Migration; Settlement intention

Received: April 22, 2026, **Revised:** May 7, 2026, **Accepted:** June 5, 2026

1. บทนำ

การย้ายถิ่นและการขยายตัวของเมืองทำให้มีคนจำนวนมากเข้ามาอยู่อาศัย ทำงาน หรือใช้บริการในพื้นที่เมือง โดยไม่ได้ย้ายทะเบียนบ้านตามมา ส่งผลให้จำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎร (De jure population) ไม่ตรงกับจำนวนประชากรที่อาศัยและใช้บริการจริงในชีวิตประจำวัน (De facto population) ทำให้เกิดความยากลำบากต่อการจัดสรรโครงสร้างพื้นฐานและระบบเศรษฐกิจในเมืองได้ (O'Sullivan, 2012) ด้วยเหตุนี้ แนวคิด ประชากรแฝง (Floating population) จึงนำมาใช้อธิบายบุคคลที่อาศัยหรือดำเนินชีวิตประจำวันในพื้นที่เพื่อทำงานหรือศึกษา แต่ไม่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านของพื้นที่นั้น (National Statistical Office, 2024) ใน ค.ศ. 2020 มีผู้ย้ายถิ่นระหว่างประเทศประมาณ 281 ล้านคน หรือราว 3.6% ของประชากรโลก ตัวเลขนี้สะท้อนบทบาทของการโยกย้ายถิ่นฐานในระบบเศรษฐกิจและสังคมสมัยใหม่ (UNDESA, 2018) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้จำนวนประชากรแฝงเพิ่มขึ้นในหลายประเทศ เช่น ในสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยแรงงานที่ย้ายเข้าสู่เมืองจำนวนมากไม่มีสถานะทะเบียนในพื้นที่ปลายทาง (Shen et al., 2022) ซึ่งผลการสำมะโนประชากรแห่งชาติ ครั้งที่ 7 ระบุว่าปี 2020 มีประชากรแฝง 376 ล้านคน

สำหรับประเทศไทย ประชากรแฝงมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการเมืองอย่างยิ่ง ในพ.ศ. 2567 พบว่า มีประชากรแฝง 9.48 ล้านคน หรือราว 13.5% ของประชากรทั้งประเทศ แบ่งเป็น ประชากรแฝงกลางคืน (อาศัยอยู่จริงแต่ไม่มีชื่อในทะเบียนบ้านพื้นที่นั้น) ซึ่งเป็นสัดส่วนขนาดใหญ่ และประชากรแฝงกลางวัน ที่เดินทางเข้ามาทำงานหรือศึกษา ทั้งนี้ ประชากรแฝงมีการ กระจุกตัวสูง ในกรุงเทพมหานคร และพื้นที่ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ โดยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีสัดส่วนประชากรแฝงสูงมากทั้งในมิดเดิลคลาสและกลางวัน สถานการณ์เช่นนี้ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนระหว่างประชากรตามทะเบียนราษฎร และประชากรที่ใช้บริการจริง และเพิ่มความเสี่ยงต่อการจัดสรรทรัพยากรซึ่งไม่สอดคล้องกับปริมาณความต้องการในพื้นที่ได้ นอกจากนี้ ข้อมูลสำรวจการย้ายถิ่นยังสะท้อนปัญหาความไม่สอดคล้องของที่อยู่จริงกับทะเบียนบ้าน ซึ่งผู้ย้ายถิ่นจำนวนมากมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านที่อื่น ไม่ใช่ที่อาศัยปัจจุบัน (Bangkok Metropolitan Administration, 2017; National Statistical Office, 2024)

การทำความเข้าใจประชากรแฝงและความตั้งใจตั้งถิ่นฐานสามารถอธิบายผ่านกรอบทฤษฎี แรงผลัก-แรงดึงดูด และการย้ายถิ่นซึ่งเน้นบทบาททางเศรษฐกิจ ตลาดแรงงาน และความไม่สมดุลระหว่างเมือง-ชนบท (Harris & Todaro, 1970; Lee, 1966) ผู้ย้ายถิ่นจะค่อย ๆ เปลี่ยนสถานะจากการเคลื่อนย้ายแบบชั่วคราวหรือหมุนเวียนไปสู่การตั้งถิ่นฐานระยะยาว การเปลี่ยนผ่านการเคลื่อนย้ายดังกล่าวเกิดจากแรงขับเคลื่อนจากบทบาทของเมืองปลายทางในฐานะศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน การศึกษา และบริการสาธารณะที่สร้างแรงจูงใจเชิงโครงสร้างให้ผู้ย้ายถิ่นเลือกอยู่อาศัยในระยะยาว (Zelinsky, 1971) ในเมืองใหญ่มีโครงสร้างหลายศูนย์กลาง (O'Sullivan, 2012) และขยายตัวตามพฤติกรรมการใช้งานจริงทำให้เกิดประชากรใช้งานจริง มากกว่าประชากรทะเบียนบ้าน ส่งผลให้จำนวนประชากรที่อยู่อาศัยและใช้ชีวิตจริงในพื้นที่สูงกว่าประชากรตามทะเบียนราษฎร สะท้อนถึงพลวัตการเคลื่อนย้ายและการกระจายตัวของประชากรเมืองที่ซับซ้อนมากขึ้น (Dijkstra et al., 2019; Stats NZ, 2021) อย่างไรก็ตาม การอยู่อาศัยจริงในเมืองเป็นเวลานาน ไม่ได้เท่ากับการย้ายถิ่นถาวรเสมอไป โดยผู้ย้ายถิ่นถาวรจะมีความตั้งใจอยู่อาศัยต่อเนื่องในพื้นที่มีแนวโน้มตั้งรกรากถาวร ขณะที่ผู้ย้ายถิ่นชั่วคราวยังมีความเป็นไปได้ในการย้ายกลับสู่ภูมิลำเนาเดิมหรือพื้นที่อื่นในอนาคต (Praphong, 2018) เนื่องจากการตั้งถิ่นฐานเป็นกระบวนการตัดสินใจที่ขึ้นกับหลายมิติ เช่น ทุนมนุษย์ ความมั่นคงงาน หรือรายได้ ที่อยู่อาศัย เครือข่ายสังคม และข้อจำกัดเชิงสถาบันหรือสิทธิในการเข้าถึงบริการ งานวิจัยต่างประเทศ โดยเฉพาะในสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน ของประชากรแฝงได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเศรษฐกิจ สถานะครัวเรือน และการบูรณาการทางสังคม รวมถึงเงื่อนไขด้านสิทธิหรือทะเบียนที่เชื่อมกับการเข้าถึงสวัสดิการ (Chen & Liu, 2016; Zhu, 2007; Zhu & Chen, 2009)

การศึกษาความตั้งใจตั้งถิ่นฐานมีความสำคัญเพราะเป็นตัวชี้วัดล่วงหน้า (Leading Indicator) ของแนวโน้มการอยู่อาศัยและการตัดสินใจย้ายถิ่นในอนาคต โดยเฉพาะในกลุ่มประชากรวัยแรงงานซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มย้ายถิ่นสูง เพราะอยู่ในช่วงชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านสำคัญหลายประการ เช่น การศึกษา การเข้าสู่ตลาดแรงงาน การสร้างครอบครัว และการมีบุตร (Bernard et al., 2014) การศึกษาประชากรแฝงในประเทศไทยที่ผ่านมา ส่วนใหญ่มุ่งอธิบายขนาด คุณลักษณะ และสัดส่วนของประชากรแฝงในพื้นที่ต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังไม่พบการศึกษาเชิงปริมาณที่ใช้ข้อมูลการสำรวจการย้ายถิ่นระดับประเทศเพื่อวิเคราะห์ความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของประชากรกลุ่มนี้ ทั้งที่ข้อมูลดังกล่าว มีความสำคัญต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะ การบริหารจัดการ และการวางผังเมือง ให้สอดคล้องกับประชากรที่อาศัยอาศัยและใช้พื้นที่จริง

ดังนั้น การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แสดงเจตจำนงค์ว่าจะอยู่ในพื้นที่ตลอดไป โดยพิจารณาปัจจัยด้านประชากร เศรษฐกิจและอาชีพ และเงื่อนไขเชิงพื้นที่และสังคม ผลการศึกษานี้คาดว่าจะสนับสนุนการสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงซึ่งสามารถนำไปใช้ประกอบการจัดบริการสาธารณะและโครงสร้างพื้นฐานให้สอดคล้องกับประชากรที่อาศัยอยู่จริง อีกทั้งยังให้ข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับการบริหารจัดการประชากรแฝงในเขตเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากร เศรษฐกิจและอาชีพ ตลอดจนปัจจัยเชิงพื้นที่และครัวเรือน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. การทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดการย้ายถิ่น การพำนัก กรอบ De jour และ Resident ในบริบทเมือง

การย้ายถิ่น (Migration) หมายถึง การเคลื่อนย้ายของบุคคลจากพื้นที่หนึ่งไปยังอีกพื้นที่หนึ่งซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานที่พำนัก (Place of usual residence) โดยอาจเกิดขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (Lee, 1966) UNDESA (2013) จำแนกการย้ายถิ่นตามเขตแดน โดยแยกออกเป็นกรณีย้ายถิ่นภายในประเทศ (Internal migration) และการย้ายถิ่นระหว่างประเทศ (International migration) ซึ่งแนวคิด Place of usual residence กำหนดเกณฑ์เวลา (เช่น 12 เดือน) มักถูกใช้เพื่อแยกการย้ายถิ่นระยะยาวออกจากการเคลื่อนย้ายชั่วคราว (Office for National Statistics, 2023)

ในมิติระยะเวลา International Organization for Migration (2009) อธิบายว่า การอพยพชั่วคราว (Temporary migration) เป็นการเคลื่อนย้ายที่มีระยะเวลาจำกัดและผู้ย้ายถิ่นยังคงมีถิ่นที่อยู่ปกติอยู่นอกพื้นที่ปลายทาง ขณะที่ การย้ายถิ่นฐานถาวร (Permanent migration) สะท้อนการเปลี่ยนศูนย์กลางการดำรงชีวิตไปยังพื้นที่ใหม่ในระยะยาว โดยนิยามเชิงปฏิบัติการมักผูกกับ Usual residence และเกณฑ์เวลา อย่างไรก็ตาม งานคลาสสิกด้านการย้ายถิ่นชี้ว่า ชั่วคราว-ถาวร ไม่ใช่สถานะตายตัว แต่เป็นกระบวนการที่เปลี่ยนผ่านตามประสบการณ์และช่วงชีวิตของผู้ย้ายถิ่น (Harris & Todaro, 1970; Lee, 1966 ; Williamson, 1988)

ในบริบทเมืองขนาดใหญ่ การจำแนกประชากรด้วยทะเบียนหรือถิ่นที่อยู่ถาวรเพียงอย่างเดียวอาจไม่สะท้อนเพียงพอ งานเศรษฐศาสตร์เมืองจึงเสนอให้วิเคราะห์เมืองผ่านพฤติกรรมการใช้พื้นที่ การเดินทาง การทำงาน และการใช้โครงสร้างพื้นฐาน มากกว่ายึดติดกับสถานะทางทะเบียน (O'Sullivan, 2012) กรอบคิดนี้สอดคล้องกับการแยกประชากรตามทะเบียนหรือผู้มีถิ่นที่อยู่ปกติ (De jure หรือ Resident population) ออกจากประชากรที่อยู่จริงหรือใช้พื้นที่จริง (De facto population) ซึ่งมีนัยต่อการประเมินอุปสงค์ที่อยู่อาศัย ระบบคมนาคม และบริการสาธารณะในเขตเมือง

สำหรับประเทศไทย แนวคิดประชากรแฝงถูกใช้ใกล้เคียงกับ De facto population โดยหมายถึงประชากรที่อาศัยอยู่จริงในพื้นที่แต่ไม่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านของพื้นที่นั้น (National Statistical Office, 2023) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยไทยบางส่วนยังใช้เกณฑ์ระยะเวลาการอยู่อาศัยต่างกัน เช่น 15 วัน 30 วัน หรือ 3 เดือน (Chokthavorn, 2000; Department of Public Works and Town & Country Planning of Thailand, 2008) เพื่อกำหนดว่าเป็นประชากรแฝงหรือไม่ ทั้งนี้ภาพรวมสะท้อนช่องว่างระหว่างข้อมูลทะเบียนราษฎรกับสภาพการอยู่อาศัยจริงในเมือง โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีการเคลื่อนย้ายเพื่อทำงานและการศึกษาในระดับสูง

2.2 ความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน (Settlement intention)

ความตั้งใจในการตั้งถิ่นฐาน เป็นแนวคิดสำคัญในการศึกษาการย้ายถิ่น เพราะสะท้อนมิติด้านเจตคติและการตัดสินใจของผู้ย้ายถิ่น ช่วยแยกความแตกต่างระหว่างการพำนักชั่วคราวกับแนวโน้มตั้งหลักระยะยาวได้ชัดเจนกว่าการพิจารณาระยะเวลาพำนักเพียงอย่างเดียว โดยทั่วไป Settlement intention หมายถึง ความเต็มใจที่จะพำนักและดำรงชีวิตในพื้นที่ปลายทางในระยะยาว (Gu et al., 2020; Liu & Xiao, 2022) การอธิบายความผันแปรของความตั้งใจตั้งถิ่นฐานสามารถเริ่มต้นจากแนวคิดทุนมนุษย์ (Human capital theory) ของ Sjaastad (1962) และ Borjas (1987) ซึ่งเสนอว่าบุคคลตัดสินใจย้ายถิ่นบนพื้นฐานของการประเมินผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนในตนเอง ทั้งในด้านการศึกษา ทักษะ และโอกาสทางเศรษฐกิจที่คาดว่าจะได้รับจากพื้นที่ปลายทาง กระบวนการดังกล่าวอาจต้องพิจารณาบริบทการเปลี่ยนผ่านการเคลื่อนย้าย (Mobility transition) ตามแนวคิดของ Zelinsky (1971) ที่ชี้ว่าในสังคมที่อยู่ระหว่างการพัฒนารูปแบบการเคลื่อนย้ายประชากรจะเปลี่ยนแปลงตามระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ความตั้งใจตั้งถิ่นฐานมีลักษณะแตกต่างกันในแต่ละช่วง

การเปลี่ยนผ่าน เมื่อบุคคลเริ่มตั้งถิ่นฐาน ณ พื้นที่ปลายทางแล้ว กลไกของทฤษฎีสะสมสาเหตุ (Cumulative causation theory) ของ Massey et al. (1993) จะเข้ามาเสริมแรง กล่าวคือ การสะสมทรัพย์สิน การลงทุนในที่อยู่อาศัย การขยายตัวของเครือข่ายสังคม และการที่เข้าสู่ระบบการศึกษาของบุตรหลานในพื้นที่ปลายทาง ล้วนเป็นปัจจัยที่ต่อกันและทำให้ความตั้งใจตั้งถิ่นฐานแน่วแน่ยิ่งขึ้นตามกาลเวลา ด้วยเหตุนี้การทำความเข้าใจความผันแปรของความตั้งใจตั้งถิ่นฐานจึงต้องพิจารณาพร้อมกันทั้งในมิติของการลงทุนในทุนมนุษย์ กระบวนการก่อตัวของความตั้งใจในระดับปัจเจก บริบทของระยะการเปลี่ยนผ่าน การพัฒนาของสังคม และกลไกการเสริมแรงสะสมในระดับโครงสร้างชีวิต

สำหรับในด้านการกำหนดช่วงเวลาว่าเมื่อใดจะแสดงถึงความตั้งใจตั้งถิ่นฐานนั้น Praphong (2018) อธิบายการย้ายถิ่นฐานถาวรว่า ผู้ย้ายถิ่นถาวรจะมีความตั้งใจอยู่อาศัยต่อเนื่องในพื้นที่มีแนวโน้มตั้งรกรากถาวรไม่มีแผนจะเดินทางกลับ ขณะที่ผู้ย้ายถิ่นชั่วคราวยังมีความเป็นไปได้ในการย้ายกลับสู่ภูมิลำเนาเดิมหรือพื้นที่อื่นในอนาคต ซึ่งในการศึกษานี้ใช้ชุดข้อมูลการสำรวจการย้ายถิ่นของประชากรโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ มีตัวแปรที่ถามถึงระยะเวลาที่ผู้ย้ายถิ่นตั้งใจพำนักอยู่ในพื้นที่ปัจจุบัน ซึ่งตัวเลือก 'ตลอดไป/ถาวร' เป็นหมวดหมู่ที่สะท้อน Settlement intention ได้ชัดเจนและตรงตามนิยามที่ใช้ในงานวิจัยด้านการย้ายถิ่นร่วมสมัยมากที่สุด

งานวิจัยนี้ได้จำแนกปัจจัยกำหนดความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของการศึกษานี้ แบ่งเป็น 3 ปัจจัยหลักตามกรอบการวิจัย ได้แก่ ปัจจัยลักษณะทางประชากร ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและอาชีพ และปัจจัยเชิงพื้นที่และครัวเรือน โดยมีรายละเอียดของหลักฐานเชิงประจักษ์ ดังนี้

2.3 ปัจจัยลักษณะทางประชากร

หลักฐานเชิงประจักษ์จำนวนมากโดยเฉพาะงานวิจัยในประเทศจีน รายงานว่าเพศ วัยแรงงาน การศึกษา และสถานภาพสมรสสัมพันธ์กับความตั้งใจตั้งถิ่นฐานผ่านกลไกด้านโอกาสการจ้างงาน การสะสมทุนมนุษย์ และการสร้างเสถียรภาพชีวิตในเมือง (Chen & Liu, 2016; Tan et al., 2015; Tang & Feng, 2015; Zhu & Chen, 2009) โดยแรงงานชายมีแนวโน้มตั้งถิ่นฐานมากกว่าในบริบทอุตสาหกรรมเมืองขนาดใหญ่ (Chen & Liu, 2016; Tan et al., 2015; Zhu & Chen, 2009) ขณะที่งานอื่นชี้ว่าความแตกต่างทางเพศอาจลดลงในคนรุ่นใหม่เมื่อโอกาสการทำงานของผู้หญิงเพิ่มขึ้น และการศึกษากลายเป็นตัวทำนายสำคัญแทน (Chen & Liu, 2016; Tang & Feng, 2015; Zhu & Chen, 2009) ในมิติครอบครัวผู้ที่แต่งงานแล้วหรือย้ายมาพร้อมครอบครัวมักมีแนวโน้มตั้งหลักมากขึ้น เพราะลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นคงของครัวเรือน (Du et al., 2020; Zhu, 2007)

2.4 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและอาชีพ

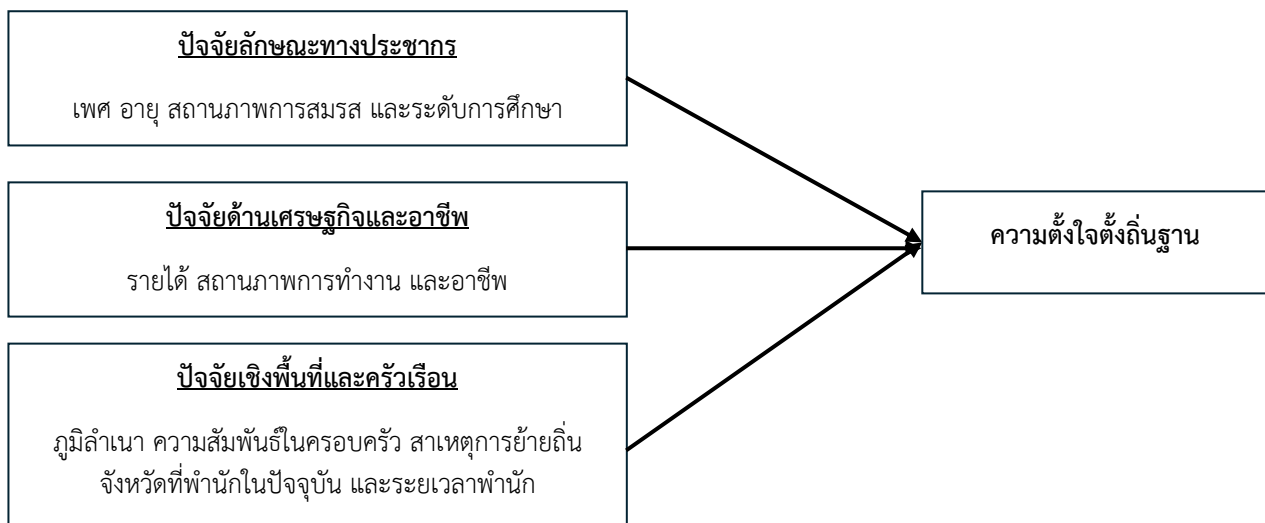
หลักฐานการวิจัยชี้ให้เห็นชัดว่า ความมั่นคงในการจ้างงาน และระดับรายได้ เป็นกลไกหลักที่เพิ่มความเป็นไปได้ของการอยู่ต่อระยะยาว ผู้ย้ายถิ่นที่มีงานมั่นคง รายได้สูง และมีสถานภาพการทำงานที่ชัดเจนมักมีแนวโน้มตั้งถิ่นฐานมากกว่า เพราะสามารถรองรับต้นทุนการดำรงชีพเมืองและวางแผนอนาคตได้ ในทางกลับกันแรงงานที่ทำงานไม่มั่นคงหรือรายได้ผันผวนมักคงสถานะชั่วคราวหรือมีแนวโน้มย้ายกลับ (Chen & Liu, 2016; Du et al., 2020; Tang & Feng, 2015; Zhu, 2007)

2.5 ปัจจัยเชิงพื้นที่และครัวเรือน

ปัจจัยเชิงพื้นที่ครอบคลุมทั้ง ต้นทาง-ปลายทาง ซึ่งสัมพันธ์กับโอกาสงาน คุณภาพชีวิต ต้นทุนเมือง และความเสี่ยงในตลาดแรงงาน โดยกรอบหลัก-ดังอธิบายว่าแรงจูงใจด้านการจ้างงานและคุณภาพชีวิตปลายทางสามารถเพิ่มแนวโน้มตั้งถิ่นฐานได้ (Wang et al., 2020; Zhu, 2007) ขณะที่ค่าครองชีพสูง ความไม่แน่นอนในตลาดแรงงาน การเข้าถึงสวัสดิการหรือบริการที่จำกัด อาจทำให้ผู้ย้ายถิ่นคงสถานะชั่วคราว (Chen & Liu, 2016; Zhu, 2007; Zhu & Chen, 2009)

นอกจากนี้ ระยะเวลาพำนักสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน เพราะผู้ย้ายถิ่นได้สะสมประสบการณ์ สร้างเครือข่าย และเพิ่มเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างการพำนักอาศัย (Wang et al., 2020; Zhu, 2007; Zhu & Chen, 2009) อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาพำนักควรถูกตีความร่วมกับสาเหตุการย้ายถิ่น เพราะผู้ที่ย้ายมาเพื่อทำงานหรือเพื่อโอกาสทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มพำนักยาวกว่า (Liang, Li & Ma, 2014; Liang & Ma, 2004) แต่บางกลุ่มยังเป็นการย้ายถิ่นแบบชั่วคราวเพราะความต้องการแรงงานชั่วคราว และข้อจำกัดเชิงสถาบันครอบครัว (Zhu, 2007) ดังนั้น การผสมผสานข้อมูลด้านต้นทาง-ปลายทาง ระยะเวลาพำนัก เหตุผลการย้าย และความสัมพันธ์ในครัวเรือน จึงมีความสำคัญต่อการอธิบายความแตกต่างของ Settlement intention ภายในกลุ่มประชากรแฝง

2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย
ที่มา: ผู้วิจัย (2569)

3. วิธีการวิจัย

3.1 แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลจาก การสำรวจการย้ายถิ่นของประชากร พ.ศ. 2564–2567 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นประจำทุกปีในช่วงเดือนตุลาคม–ธันวาคม เป็นโครงการฯของปีนั้นๆ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ แบ่งชั้นและสุ่มสองขั้น (Stratified two-stage sampling) ในระดับประเทศและระดับจังหวัด และใช้การสุ่มแบบมีระบบ (Systematic Sampling) ในระดับครัวเรือน ทั้งนี้ข้อคำถามและนิยามตัวแปรที่คัดเลือกมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกันทุกรอบสำรวจ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในช่วง พ.ศ. 2564–2567 จึงรับประกันความเทียบเคียงได้ของข้อมูลระหว่างปี

ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากนั้นดำเนินการสร้างตัวแปรเพื่อจำแนกสถานะ ประชากรแฝง โดยอาศัยคำถามเกี่ยวกับทะเบียนบ้านว่า มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านนี้หรือไม่ ผู้ตอบที่ระบุว่า มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านอื่น (และไม่ได้อยู่ในจังหวัดนี้) หรือมีชื่ออยู่ในต่างประเทศ หรือไม่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านใดเลย ถูกจัดเป็น ประชากรแฝง ขณะที่ผู้ตอบอื่น ๆ ถูกจัดเป็น ไม่ใช่ประชากรแฝง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การคัดเข้า (Inclusion criteria) ของการศึกษานี้กำหนดให้ตัวอย่างต้องเป็น ประชากรแฝงที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป และเป็นผู้ที่ มี/เคยมีงานทำ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสะท้อนประชากรวัยแรงงานที่มีศักยภาพด้านงานและอาชีพซึ่งสัมพันธ์กับการตัดสินใจตั้งถิ่นฐาน (Du et al., 2020; Tang & Feng, 2015) และตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์หมี ข้อมูลครบถ้วนสำหรับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ด้วยเงื่อนไขดังกล่าว การวิเคราะห์ครั้งนี้ได้กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 2,341 ราย

3.2 นิยามและตัวแปรและการวัด

1) ประชากรแฝง หมายถึง ประชากรที่ไม่มีชื่อในทะเบียนของพื้นที่จังหวัดที่ถูกสัมภาษณ์ ผู้วิจัยอ้างอิงจากสำนักงานสถิติแห่งชาติที่ให้คำนิยามประชากรแฝงว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ประจำในจังหวัดหนึ่ง โดยไม่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในจังหวัดที่อาศัยอยู่ประจำนั้น แต่อาจจะมิชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านจังหวัดอื่น ในต่างประเทศ หรือไม่มีชื่อที่ใดเลย (National Statistical Office, 2020)

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน หมายถึง ผู้ที่คาดหวังหรือมีความตั้งใจที่จะอยู่ในพื้นที่ปลายทางไปตลอดช่วงชีวิตที่เหลือ โดยผู้วิจัยได้เลือกคำถามในแบบสำรวจที่ว่า ท่านมีความตั้งใจจะอยู่ในองคการบริหารส่วนตำบล (อบต.) หรือเทศบาลนี้ไปอีกนานเท่าไร โดยผู้วิจัยเลือกผู้ที่ตอบ คิดว่าจะอยู่ตลอดไป ผู้วิจัยกำหนดให้ค่าของตัวแปรเท่ากับ 1 และตัวเลือกอื่นให้เป็น 0

3) ตัวแปรต้น ซึ่งเป็นปัจจัยกำหนดให้ความตั้งใจตั้งถิ่นฐานหรือไม่ มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยลักษณะทางประชากร (4 ตัวแปร) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและอาชีพ (3 ตัวแปร) และปัจจัยเชิงพื้นที่และครัวเรือน ทั้งสิ้น 13 ตัวแปร เป็นตัวแปรเชิงกลุ่มแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ชื่อตัวแปรและสัญลักษณ์ตัวแปรต้น

ชื่อตัวแปร	ตัวแปร	นิยามเชิงปฏิบัติการ
ปัจจัยลักษณะทางประชากร		
Sex	เพศ	เพศโดยกำเนิด
Age	อายุ	อายุล่าสุด
Marital	สถานภาพการสมรส	ความผูกพันระหว่างชายหญิงในการเป็นสามีภรรยา
Educ	ระดับการศึกษา	วุฒิมัธยมศึกษาที่ล่าสุดที่ได้รับอย่างชัดเจน
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและอาชีพ		
Income	รายได้	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากการประกอบอาชีพ
Status	สถานภาพการทำงาน	ลักษณะการจ้างงานที่ได้รับ
Occ	ลักษณะอาชีพ	หมวดหมู่อาชีพที่จัดกลุ่มโดยกรมแรงงาน
ปัจจัยเชิงพื้นที่และครัวเรือน		
rel	ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว	ความสัมพันธ์ของสมาชิกและหัวหน้าครัวเรือน
stay	ระยะเวลาพำนัก	ระยะเวลาที่พำนักอาศัยในพื้นที่นี้อย่างต่อเนื่อง
origin	ภูมิลำเนา	สถานที่ที่ครอบครัวเดิมของผู้ย้ายถิ่นตั้งถิ่นฐานอยู่
rm	สาเหตุการย้ายถิ่น	เหตุผลที่ทำให้ต้องโยกย้ายมายังพื้นที่ปลายทาง
cp	จังหวัดที่อยู่ปัจจุบัน	จังหวัดในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่อาศัยอยู่เป็นประจำในปัจจุบัน
YR	ปีที่สำรวจ	ลำดับปีที่ทำการสำรวจ (ให้ พ.ศ. 2564-พ.ศ.2567 = 1-4 ตามลำดับ)

3.3 การวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝง ผู้วิจัยใช้ทั้งการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผู้วิจัยแสดงความถี่ ร้อยละ และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของประชากรแฝงพร้อมตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน จากนั้นใช้การวิเคราะห์เชิงอนุมานด้วยสถิติถดถอยโลจิสติก (Logistic regression) เพื่อยืนยันความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับความตั้งใจอยู่ระยะยาว โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ทั้งนี้ สมการของการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก เขียนได้ดังนี้

$$\log\left(\frac{P}{1-P}\right) = \beta_0 + \beta_1(\text{Sex}) + \beta_2(\text{Age}) + \beta_3(\text{Marital}) + \beta_4(\text{Educ}) + \beta_5(\text{Income}) + \beta_6(\text{Status}) + \beta_7(\text{Occ}) + \beta_8(\text{Rel}) + \beta_9(\text{stay}) + \beta_{10}(\text{Origin}) + \beta_{11}(\text{RM}) + \beta_{12}(\text{CP}) + \beta_{13}(\text{YR})$$

โดย $\frac{P}{1-P}$ คือ โอกาสในการเกิดความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน (odd ratio)

การวิเคราะห์ทั้งหมดในศึกษาใช้การถ่วงน้ำหนักตัวอย่าง (Sample weights) เพื่อให้ผลการศึกษาเป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมายอย่างเหมาะสม และลดอคติที่อาจเกิดจากความน่าจะเป็นในการถูกสุ่มเลือกตัวอย่างที่ไม่เท่ากัน (Yansaneh, 2003)

ก่อนการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก ผู้วิจัยได้ตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า Variance inflation factor (VIF) และค่า Tolerance พบว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าอยู่ระหว่าง 1.02–1.87 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 10 และค่า Tolerance มากกว่า 0.10 จึงสรุปได้ว่าไม่พบปัญหา Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระ

3.4 ข้อจำกัดการวิจัย

1) การศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัด เนื่องจากใช้ข้อมูลแบบ Pooled cross-sectional data ในช่วง พ.ศ. 2564–2567 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลรายปีในภาพรวม ไม่ได้ติดตามบุคคลเดิมในระยะเวลาเดียวกัน (Longitudinal data) จึงไม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจตั้งถิ่นฐานในระดับปัจเจกตลอดช่วงเวลาได้โดยตรง แม้ว่าการศึกษาจะควบคุมอิทธิพลของช่วงเวลาด้วยตัวแปรปี (Year effects) เพื่อสะท้อนความแตกต่างเชิงเวลาในแบบจำลองแล้วก็ตาม

2) การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ จึงมีข้อจำกัดด้านความครอบคลุมและรายละเอียดของตัวแปรทางสังคม บางประการ เช่น ความสัมพันธ์ทางสังคม เครือข่ายทางสังคม และระดับการมีส่วนร่วมในชุมชน ซึ่งไม่สามารถวัดหรือสะท้อนมิติทางสังคมดังกล่าวได้อย่างละเอียดจากชุดข้อมูลที่มีอยู่

4. ผลการวิจัย

ประชากรแฝงที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลและมีหรือเคยมีงานทำนั้น มีจำนวนทั้งสิ้น 2,341 คน มีสัดส่วนเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน มากกว่าร้อยละ 60 อยู่ในช่วงวัยแรงงานตอนต้น (15–34 ปี) มีสถานภาพโสด และระดับการศึกษาไม่เกินระดับประถมศึกษา ในขณะที่ด้านเศรษฐกิจและอาชีพ พบว่า เกือบร้อยละ 80 มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่ทำงานเป็นลูกจ้างเอกชนและมีอาชีพเป็นผู้คุมเครื่องจักรโรงงานและผู้ประกอบงานอาชีพพื้นฐาน รองลงมา เป็นเสมียนและพนักงานบริการและพนักงานขาย

ในปัจจัยด้านพื้นที่ พบว่า ประชากรแฝงส่วนใหญ่มีสถานะเป็นหัวหน้าครอบครัว (ร้อยละ 66.00) และอยู่ในพื้นที่ไม่เกิน 3 ปี โดยกระจุกตัวสูงในช่วง 2–3 ปี (ร้อยละ 23.81) รองลงมาคือ 0–1 ปี (ร้อยละ 22.90) และ 1–2 ปี (ร้อยละ 22.40) สะท้อนลักษณะการย้ายถิ่นแบบชั่วคราวหรือกึ่งถาวร กว่า 1 ใน 3 ของประชากรแฝงทั้งหมดมีภูมิลำเนาจากต่างประเทศ (ร้อยละ 35.58) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 28.50) ขณะที่เหตุผลในการย้ายถิ่นส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับงาน และการเพิ่มรายได้ (ร้อยละ 79.45) รองลงมาคือการย้ายที่อยู่อาศัย (ร้อยละ 11.08) และการติดตามครอบครัว (ร้อยละ 4.05) โดยพื้นที่พำนักปัจจุบันกระจุกตัวมากในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 25.79) รองลงมา คือ จังหวัดนครปฐม (ร้อยละ 19.11) ซึ่งสะท้อนบทบาทของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในฐานะแหล่งรองรับแรงงานหลักของประเทศและแรงงานข้ามชาติ แสดงดังตารางที่ 2

4.1 ผลการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test)

ผลการทดสอบไคสแควร์ พบว่า เกือบทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการตั้งถิ่นฐาน ยกเว้น เพศ อายุและสถานภาพการสมรสเท่านั้นที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน ซึ่งทั้งสามตัวแปรอยู่ในกลุ่มปัจจัยลักษณะทางประชากร ในขณะที่ระดับการศึกษาซึ่งอยู่ในกลุ่มเดียวกันกับทั้งสามตัวแปรนั้น กลับพบว่าความแตกต่างของระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจตั้งถิ่นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ยังพบว่าทุกตัวแปรในปัจจัยเชิงพื้นที่ และครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจตั้งถิ่นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 เช่นเดียวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจและอาชีพแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test)

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจตั้งถิ่นฐาน (%)		ตั้งใจตั้งถิ่นฐาน (%)		รวม (%)		p-value
ปัจจัยลักษณะทางประชากร							
เพศ							0.102
ชาย	704	(56.77)	588	(53.41)	1,292	(55.19)	
หญิง	536	(43.23)	513	(46.59)	1,049	(44.81)	
อายุ							0.614
15-24 ปี	295	(23.79)	235	(21.34)	530	(22.64)	
25-34 ปี	520	(41.94)	491	(44.60)	1,011	(43.19)	
35-44 ปี	273	(22.02)	242	(21.98)	515	(22.00)	
45-54 ปี	117	(9.44)	105	(9.54)	222	(9.48)	
55 ปีขึ้นไป	35	(2.82)	28	(2.54)	63	(2.69)	

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจตั้งถิ่นฐาน (%)		ตั้งใจตั้งถิ่นฐาน (%)		รวม (%)		p-value
สถานภาพการสมรส							0.129
โสด	650	(52.42)	531	(48.23)	1,181	(50.45)	
สมรส	538	(43.39)	520	(47.23)	1,058	(45.19)	
หย่าร้าง/หม้าย	52	(4.19)	50	(4.54)	102	(4.36)	
ระดับการศึกษา	-		-		-		0.015**
ประถมศึกษา	503	(40.56)	384	(34.88)	887	(37.89)	
มัธยมศึกษาตอนต้น	227	(18.31)	208	(18.89)	435	(18.58)	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ อาชีวศึกษา	240	(19.35)	218	(19.80)	458	(19.56)	
สูงกว่ามัธยมศึกษาตอน ปลาย	270	(21.77)	291	(26.43)	561	(23.96)	
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและอาชีพ							
รายได้	-		-		-		0.025**
น้อยกว่า 10,001	545	(43.95)	545	(49.50)	1,090	(46.56)	
ระหว่าง 10,000-15,000	472	(38.06)	372	(33.79)	844	(36.05)	
มากกว่า 15,000	223	(17.98)	184	(16.71)	407	(17.39)	
สถานภาพการทำงาน	-		-		-		0.028**
ทำงานโดยไม่มีลูกจ้าง	38	(3.06)	16	(1.45)	54	(2.31)	
ลูกจ้างรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	47	(3.79)	37	(3.36)	84	(3.59)	
เอกชน	1,155	(93.15)	1,048	(95.19)	2,203	(94.11)	
อาชีพ	-		-		-		0.003***
ผู้จัดการ ข้าราชการระดับ อาวุโส และผู้บัญชา กฎหมาย	16	(1.29)	11	(1.00)	27	(1.15)	
ผู้ประกอบการวิชาชีพ เจ้าหน้าที่เทคนิค และ ผู้ประกอบการวิชาชีพที่ เกี่ยวข้องด้านต่าง ๆ	112	(9.03)	90	(8.17)	202	(8.63)	
เสมียน พนักงานบริการและ พนักงานขาย	291	(23.47)	235	(21.34)	526	(22.47)	
ผู้ปฏิบัติการด้านการเกษตร	260	(20.97)	181	(16.44)	441	(18.84)	
ผู้คุมเครื่องจักรโรงงานและ เครื่องจักรม ผู้ปฏิบัติงาน ด้านการประกอบ	561	(45.24)	584	(53.04)	1,145	(48.91)	
ผู้ประกอบการอาชีพพื้นฐาน							
ปัจจัยเชิงพื้นที่และครัวเรือน							
ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว	-		-		-		0.001***
หัวหน้าครอบครัว	861	(69.44)	684	(62.13)	1,545	(66.00)	
ญาติ	294	(23.71)	334	(30.34)	628	(26.83)	
ลูกจ้าง	85	(6.85)	83	(7.54)	168	(7.18)	
ระยะเวลาพำนัก	-		-		-		0.032**
0 - 1 ปี	320	(25.81)	242	(21.98)	562	(24.01)	
1-2 ปี	305	(24.60)	244	(22.16)	549	(23.45)	

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจตั้งถิ่นฐาน (%)		ตั้งใจตั้งถิ่นฐาน (%)		รวม (%)		p-value
2-3 ปี	293	(23.63)	288	(26.16)	581	(24.82)	
3-4 ปี	143	(11.53)	165	(14.99)	308	(13.16)	
4-5 ปี	91	(7.34)	77	(6.99)	168	(7.18)	
ไม่ทราบแต่น้อยกว่า 5 ปี	88	(7.10)	85	(7.72)	173	(7.39)	
ภูมิสำเนา	-		-		-		0.001***
ต่างประเทศ	461	(37.18)	409	(37.15)	870	(37.16)	
ภาคใต้	68	(5.48)	23	(2.09)	91	(3.89)	
ภาคเหนือ	90	(7.26)	94	(8.54)	184	(7.86)	
ภาคกลาง	234	(18.87)	199	(18.07)	433	(18.50)	
ภาคตะวันออก	31	(2.50)	36	(3.27)	67	(2.86)	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	356	(28.71)	340	(30.88)	696	(29.73)	
สาเหตุการย้ายถิ่น	-		-		-		0.000***
เกี่ยวกับงานและต้องการหา รายได้เพิ่มขึ้น	1,104	(89.03)	845	(76.75)	1,949	(83.26)	
อื่นๆ	136	(10.97)	256	(23.25)	392	(16.74)	
จังหวัดที่อยู่ปัจจุบัน	-		-		-		0.000***
กรุงเทพมหานคร	413	(33.31)	224	(20.35)	637	(27.21)	
จังหวัดสมุทรปราการ	214	(17.26)	232	(21.07)	446	(19.05)	
จังหวัดนนทบุรี	146	(11.77)	86	(7.81)	232	(9.91)	
จังหวัดปทุมธานี	184	(14.84)	78	(7.08)	262	(11.19)	
จังหวัดนครปฐม	182	(14.68)	280	(25.43)	462	(19.74)	
จังหวัดสมุทรสาคร	101	(8.15)	201	(18.26)	302	(12.90)	
ปีสำรวจ							0.000***
พ.ศ. 2564	221	(17.82)	288	(26.16)	509	(21.74)	
พ.ศ. 2565	319	(25.73)	294	(26.70)	613	(26.19)	
พ.ศ. 2566	304	(24.52)	231	(20.98)	535	(22.85)	
พ.ศ. 2567	396	(31.94)	288	(26.16)	684	(29.22)	

หมายเหตุ *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

4.2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก

ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกพบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การศึกษา รายได้ สถานภาพการทำงาน ระยะเวลาพำนัก ภูมิสำเนา สาเหตุการย้ายถิ่น พื้นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน และปีการสำรวจ

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงสุดในมัธยมศึกษาตอนปลายหรืออาชีวศึกษา (OR=1.456) มีอัตราส่วนโอกาสความตั้งใจตั้งถิ่นฐานสูงกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงสุดไม่เกินประถมศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเศรษฐกิจและรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีอัตราส่วนโอกาสที่จะตั้งถิ่นฐาน (OR=1.590) สูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และกลุ่มที่ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างเอกชนมีอัตราส่วนโอกาสความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน (OR=2.502) สูงกว่ากลุ่มที่ทำงานเองโดยไม่มีลูกจ้าง

ด้านโครงสร้างเชิงพื้นที่และระยะเวลาพำนัก พบว่า ที่มีระยะเวลาพำนักในพื้นที่ตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป มีอัตราส่วนโอกาสความตั้งใจตั้งถิ่นฐานแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เมื่อเทียบกับกลุ่มที่มีระยะเวลาพำนักไม่เกิน 1 ปี และเมื่อพิจารณาภูมิสำเนา พบว่า ผู้ที่มีภูมิสำเนาอยู่ในภาคใต้มีอัตราส่วนโอกาสความตั้งใจตั้งถิ่นฐานต่ำกว่ากลุ่มต่างประเทศ (OR=0.287)

สาเหตุการย้ายถิ่น พบว่า กลุ่มที่ไม่ได้ย้ายถิ่นมาเพื่อการทำงานหรือหารายได้ ซึ่งประกอบด้วยการย้ายติดตามคนในครอบครัว การย้ายที่อยู่อาศัย และย้ายเพื่อการศึกษา มีอัตราส่วนโอกาสความตั้งใจตั้งถิ่นฐานสูงกว่ากลุ่มที่ย้ายมาเพื่อการทำงานและรายได้ (OR=1.853)

สำหรับพื้นที่ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน พบว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ (OR=1.964) นครปฐม (OR=4.400) และสมุทรสาคร (OR=3.666) มีอัตราส่วนโอกาสเกิดความตั้งใจตั้งถิ่นฐานสูงกว่ากลุ่มที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร

นอกจากนี้ ยังพบว่า พ.ศ. 2565-2567 มีอัตราส่วนโอกาสความตั้งใจตั้งถิ่นฐานต่ำกว่า พ.ศ. 2564 ราว ๆ ร้อยละ 47-51 รายละเอียดแสดงผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบ

ตัวแปร (กลุ่มอ้างอิง)	B	Exp(B)	S.E.
ปัจจัยลักษณะทางประชากร			
เพศ (ชาย)	-0.059	0.942	0.113
อายุ (15-24)			
25-34	0.136	1.145	0.145
35-44	-0.109	0.897	0.173
45-54	0.007	1.007	0.224
55 ขึ้นไป	0.455	1.576	0.335
สถานภาพสมรส (โสด)			
สมรส	-0.086	0.918	0.121
หย่าร้าง/หม้าย	0.503*	1.653	0.267
ระดับการศึกษาสูงสุด (ไม่เกินประถมศึกษา)			
มัธยมศึกษาตอนต้น	0.262	1.300	0.175
มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีว	0.376**	1.456	0.173
สูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	0.295*	1.343	0.175
ปัจจัยเศรษฐกิจและอาชีพ			
รายได้ (ไม่เกิน 10,000บาท)			
10001-15000	0.253*	1.288	0.141
15000 ขึ้นไป	0.464**	1.590	0.200
สถานภาพการทำงาน (ทำงานโดยไม่มีลูกจ้าง)			
ลูกจ้างรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	0.623	1.864	0.464
เอกชน	0.917**	2.502	0.382
อาชีพ (ผู้จัดการ ข้าราชการระดับอาวุโส และผู้บัญญัติกฎหมาย)			
ผู้ประกอบการวิชาชีพด้านต่าง เจ้าหน้าที่เทคนิค และผู้ประกอบการวิชาชีพที่เกี่ยวข้องด้านต่าง ๆ	0.047	1.048	0.510
เสมียน,พนักงานบริการและพนักงานขาย	0.368	1.445	0.512
ผู้ปฏิบัติการด้านการเกษตร	-0.069	0.933	0.519
ผู้คุมเครื่องจักรโรงงานและเครื่องจักรและ	0.299	1.349	0.516
ผู้ปฏิบัติงานด้านการประกอบ ผู้ประกอบงานอาชีพพื้นฐาน			
ปัจจัยเชิงพื้นที่และครัวเรือน			
ความสัมพันธ์ในครัวเรือน (หัวหน้าครอบครัว)			
ญาติ	0.244*	1.277	0.137
ลูกจ้าง	0.239	1.269	0.195
ระยะเวลาพำนัก (ไม่เกิน 1 ปี)			

ตัวแปร (กลุ่มอ้างอิง)	B	Exp(B)	S.E.
1-2 ปี	0.115	1.122	0.154
2-3 ปี	0.461***	1.586	0.146
3-4 ปี	0.525***	1.691	0.182
4-5 ปี	0.608**	1.837	0.236
ไม่ทราบแต่น้อยกว่า 5 ปี	0.595***	1.813	0.219
ภูมิลาเนา (ต่างประเทศ)			
ภาคใต้	-1.249***	0.287	0.311
ภาคเหนือ	0.184	1.202	0.220
ภาคกลาง	-0.331*	0.718	0.188
ภาคตะวันออก	0.106	1.112	0.345
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	-0.131	0.877	0.170
สาเหตุการย้ายถิ่น (เกี่ยวกับงานและต้องการหารายได้เพิ่มขึ้น)			
อื่น ๆ	0.617***	1.853	0.153
จังหวัดที่อยู่ปัจจุบัน (กรุงเทพมหานคร)			
จังหวัดสมุทรปราการ	0.613***	1.847	0.258
จังหวัดนนทบุรี	-0.134	0.875	0.154
จังหวัดปทุมธานี	-0.387	0.679	0.118
จังหวัดนครปฐม	1.191***	3.292	0.487
จังหวัดสมุทรสาคร	1.340***	3.819	0.693
ปีที่ทำการสำรวจ (พ.ศ. 2564)			
พ.ศ. 2565	-0.686***	0.504	0.158
พ.ศ. 2566	-0.633**	0.531	0.162
พ.ศ. 2567	-0.705***	0.494	0.157
ค่าคงที่	-1.935***	0.144	0.090
N	2,341		

หมายเหตุ * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

5. อภิปรายผล

ผลการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาเป็นตัวแปรเดียวในปัจจัยด้านประชากร ที่มีผลกับความตั้งใจตั้งถิ่นฐานอย่างมีนัยสำคัญของประชากรแฝงในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรืออาชีวศึกษาขึ้นไป มีอัตราส่วนโอกาสความตั้งใจตั้งถิ่นฐานสูงกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาไม่เกินระดับประถมศึกษา ซึ่งสามารถอธิบายผ่านกรอบแนวคิดเชิงเศรษฐกิจ (Harris & Todaro, 1970) และทฤษฎีทุนมนุษย์ (Becker, 1993) ที่มองว่าการตัดสินใจตั้งถิ่นฐานเป็นผลจากการประเมินผลตอบแทนในระยะยาว กล่าวคือ ทักษะและคุณวุฒิช่วยเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงตลาดแรงงานในเมือง และเอื้อต่อการตัดสินใจพำนักในพื้นที่ต่อไป ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ผ่านมาของสาธารณรัฐประชาชนจีน (Chen et al., 2021; Du et al., 2020; Wang et al., 2020; You et al., 2018) ที่พบว่าประชากรแฝงที่มีการศึกษาสูงกว่า มีแนวโน้มย้ายถิ่นและตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ที่ให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสูงกว่า

อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้ไม่พบว่าเพศ อายุ และสถานภาพการสมรส มีผลกับความตั้งใจในการตั้งถิ่นฐาน ในกรณีของเพศ ผลการศึกษานี้สามารถอธิบายได้จากการเปลี่ยนแปลงของพลวัตทางเพศในกระบวนการย้ายถิ่นและการตั้งถิ่นฐาน Xie et al. (2022) พบว่า แม้อัตราการแต่งงานอาจมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวมักเชื่อมโยงกับระดับการศึกษาและปัจจัยอื่นที่สะท้อนเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจมีอิทธิพลมากกว่าเพศโดยตรง ขณะที่ Du et al. (2020) ชี้ว่าความแตกต่างทางเพศในความตั้งใจตั้งถิ่นฐานเปลี่ยนแปลงไปตามรุ่นประชากร โดยผู้หญิงรุ่นใหม่มีแนวโน้มตั้งถิ่นฐานในเขตเมืองมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีโอกาสการทำงานในภาคบริการ การศึกษา และสาธารณสุข

สำหรับอายุและสถานภาพสมรสที่ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิตินั้น อาจเป็นไปได้ว่าอายุและสถานภาพสมรสไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝง เมื่อพิจารณาพร้อมกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจและบริบทของพื้นที่ปลายทาง โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นพื้นที่มหานครที่มีรูปแบบการจ้างงาน โอกาสทางเศรษฐกิจ และรูปแบบการดำรงชีวิตที่หลากหลาย การตัดสินใจตั้งถิ่นฐานจึงอาจสัมพันธ์กับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ โอกาสในการทำงานและคุณภาพชีวิต มากกว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์พื้นฐานเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าปัจจัยด้านการจ้างงาน รายได้ ความมั่นคงในการทำงาน และการบูรณาการทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐานมากกว่าปัจจัยด้านอายุหรือสถานภาพสมรส (Tang & Feng, 2015; Wang & Shen, 2022)

ประชากรแฝงที่ทำงานในกลุ่มลูกจ้างเอกชนมีความตั้งใจตั้งถิ่นฐานสูงกว่ากลุ่มที่ทำงานโดยไม่มีลูกจ้าง ผลดังกล่าวสะท้อนบทบาทของตลาดแรงงานเมือง โดยเฉพาะภาคบริการและภาคอุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสามารถดึงดูดแรงงานเข้าสู่พื้นที่เมืองผ่านโอกาสการจ้างงาน รายได้ และความมั่นคงในการทำงาน เมื่อแรงงานมีความมั่นคงทางรายได้ จึงอาจมีแนวโน้มที่จะพำนักอยู่และตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ปลายทางมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม กลุ่มที่ทำงานโดยไม่มีลูกจ้างอาจเผชิญความไม่แน่นอนด้านรายได้และต้องพึ่งพางานหลายประเภทเพื่อดำรงชีพ ทำให้ความตั้งใจตั้งถิ่นฐานอาจต่ำกว่ากลุ่มลูกจ้างภาคเอกชน (Wang et al., 2020; You, Yang & Fu, 2018) นอกจากนี้ กลุ่มที่มีรายได้สูงมีความตั้งใจตั้งถิ่นฐานสูงกว่ากลุ่มรายได้ต่ำ สะท้อนให้เห็นว่าศักยภาพทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจตั้งถิ่นฐานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการศึกษาดังกล่าวนี้อาจอธิบายผ่านกรอบทฤษฎีทุนมนุษย์และทฤษฎีการสะสมทรัพย์สิน ในด้านทฤษฎีทุนมนุษย์ กลุ่มประชากรแฝงที่มีรายได้สูงอาจเป็นกลุ่มที่มีการสะสมการศึกษา ทักษะวิชาชีพ และประสบการณ์การทำงานในระดับสูง ซึ่งเป็นทุนมนุษย์ที่ได้รับผลตอบแทนจากตลาดแรงงานเมือง (Becker, 1993) เมื่อบุคคลกลุ่มนี้ประเมินผลตอบแทนสุทธิของการตั้งถิ่นฐาน การอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อไปอาจเป็นทางเลือกที่สมเหตุผลผลทางเศรษฐกิจ เพราะว่าการย้ายออกจากพื้นที่อาจทำให้สูญเสียโอกาสทางอาชีพ รายได้ และเครือข่ายทางเศรษฐกิจที่ได้สร้างขึ้นแล้ว นอกจากนี้ รายได้ที่สูงยังอาจเอื้อต่อการสะสมทรัพย์สิน เช่น เงินออม การลงทุน และการเข้าถึงที่อยู่อาศัย ซึ่งช่วยเสริมสร้างความมั่นคงการดำรงชีวิตและสนับสนุนการตั้งถิ่นฐานระยะยาว ตามแนวคิดการสะสมทรัพย์สิน (Massey et al., 1993) ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานศึกษาที่ผ่านมาที่พบว่ารายได้มีกับความสัมพันธ์ตั้งถิ่นฐานและอยู่อาศัยในระยะยาวของผู้ย้ายถิ่น (Ainsaar, 2023; Chen et al., 2021; Gokovali et al., 2007)

สำหรับปัจจัยเชิงพื้นที่นั้นมีบทบาทสำคัญในประเทศไทย โดยผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป มีความตั้งใจต่อการตั้งถิ่นฐานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสูงขึ้นตามระยะเวลาการอยู่อาศัย ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นกระบวนการฝังตัวเชิงพื้นที่ (Spatial embeddedness) ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไป บุคคลจะค่อย ๆ สร้างความผูกพันกับตลาดแรงงาน ชุมชน และโครงสร้างพื้นฐานในเมือง ส่งผลให้ความตั้งใจตั้งถิ่นฐานเพิ่มขึ้น สำหรับด้านภูมิภานาผู้ที่มิภูมิภานาในต่างประเทศมีความตั้งใจตั้งถิ่นฐานสูงกว่าประชากรแฝงที่มีภูมิภานาในภาคใต้ของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ ผลนี้สะท้อนให้เห็นความแตกต่างของแรงผลัก-แรงดึง ระหว่างพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นโอกาสการจ้างงาน ระยะทาง และโครงสร้างเศรษฐกิจ นอกจากนี้ การย้ายถิ่นนอกเหนือจากการทำงานหรือเพื่อหารายได้ เพิ่มโอกาสเกิดความตั้งใจในการตั้งถิ่นฐาน แสดงให้เห็นว่าการย้ายที่มีลักษณะเชิงโครงสร้างชีวิต (Life-course driven migration) มีแนวโน้มพัฒนาไปสู่การตั้งถิ่นฐานมากกว่าการย้ายชั่วคราวตามสถานการณ์เฉพาะหน้า

นอกจากนี้ ผลการศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นแนวโน้มที่ประชากรแฝงในจังหวัดปริมณฑล มีแนวโน้มความตั้งใจตั้งถิ่นฐานสูงกว่าผู้ประชากรแฝงที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลนี้สะท้อนการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างเมืองไปสู่รูปแบบเมืองพหุศูนย์ ซึ่งกิจกรรมทางเศรษฐกิจและอาชีพกระจายตัวออกจากศูนย์กลางเมืองไปยังพื้นที่รอบนอกมากขึ้น (Hall & Pain, 2006) เมื่อประกอบกับต้นทุนที่อยู่อาศัยและราคาที่ดินในพื้นที่ปริมณฑลที่ต่ำกว่าศูนย์กลางเมือง (Angel, 2023) รวมถึงการเข้าถึงแหล่งงานผ่านศูนย์ย่อยของมหานคร (Anas et al., 1998) ประชากรแฝงจึงมีโอกาสเลือกที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับรายได้และค่าครองชีพ ส่งผลให้แรงงานที่มีความตั้งใจในพื้นที่ปริมณฑลสูงกว่าในกรุงเทพมหานคร ขณะที่ความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเป็นเมืองหรือที่ตั้งเชิงพื้นที่เพียงอย่างเดียว แต่สัมพันธ์กับบทบาทของพื้นที่ปริมณฑลในฐานะพื้นที่รองรับการอยู่อาศัยที่อาจมีต้นทุนต่ำกว่า และยังเชื่อมต่อกับแหล่งงานในกรุงเทพมหานครและศูนย์เศรษฐกิจย่อยในพื้นที่รอบนอกได้

นอกจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจและอาชีพ ระดับการศึกษา และปัจจัยเชิงพื้นที่แล้ว บริบทเชิงเวลา มีผลต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐาน เนื่องจากผู้วิจัยได้ควบคุมปีที่ทำการสำรวจในแบบจำลอง พบว่า พ.ศ. 2565-2567 มีอัตราส่วนโอกาสของความตั้งใจตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงลดลงเมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2564 โดยในช่วง พ.ศ. 2565-2567 อาจมีปัจจัยเชิงโครงสร้างที่มีผลต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีแนวโน้มลดลง อย่างไรก็ตาม การควบคุมตัวแปรดังกล่าวในแบบจำลอง ช่วยให้การประเมินผลของตัวแปรอื่นมีความแม่นยำและปลอดภัยจากอคติที่เกิดจากความแตกต่างระหว่างช่วงเวลาของการสำรวจ

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผล

โดยสรุป ปัจจัยทางเศรษฐกิจและอาชีพ บริบทเชิงพื้นที่ และระดับการศึกษา มีผลต่อความตั้งใจในการตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ขณะที่ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ และสถานภาพการสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจตั้งถิ่นฐานอย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าโอกาสทางเศรษฐกิจ โครงสร้างตลาดแรงงาน และบทบาทเชิงพื้นที่ของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อาจมีความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่อาศัยระยะยาวของประชากรแฝงมากกว่าลักษณะส่วนบุคคลพื้นฐาน

6.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่พบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจ ระดับการศึกษา และบริบทเชิงพื้นที่มีผลต่อความตั้งใจตั้งถิ่นฐานมากกว่าลักษณะส่วนบุคคล สะท้อนว่าการตัดสินใจตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงสัมพันธ์กับโอกาสทางเศรษฐกิจและเงื่อนไขการดำรงชีวิตในเมืองเป็นสำคัญ ดังนั้น การจัดการประชากรแฝงในพื้นที่เมือง จึงควรให้ความสำคัญกับการวางแผนบริการสาธารณะและโครงสร้างพื้นฐานให้สอดคล้องกับจำนวนประชากรที่อยู่อาศัยจริง ควบคู่กับการส่งเสริมให้ประชากรเข้าถึงสิทธิและบริการตามพื้นที่พำนักจริงมากขึ้น

1) บริหารจัดการพื้นที่รองรับการตั้งถิ่นฐานของประชากรแฝงและสร้างแรงจูงใจในการลงทะเบียน พัฒนาฐานข้อมูลประชากรที่ผสมผสานข้อมูลทะเบียนราษฎร (De jure) กับข้อมูลการใช้บริการจริง เช่น ข้อมูลสาธารณสุข ภาษี การเดินทาง หรือประกันสังคม และสนับสนุนโครงการที่อยู่อาศัยราคาที่เหมาะสมสำหรับแรงงานรายได้ปานกลาง-ต่ำในพื้นที่ศูนย์กลางงาน

นอกจากนี้ควรลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน ได้แก่ การขยายระบบขนส่งสาธารณะภายในและระหว่างพื้นที่กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ นครปฐม และสมุทรสาคร การเพิ่มสถานพยาบาล โรงเรียน และศูนย์บริการชุมชนให้เพียงพอกับจำนวนประชากรที่แท้จริง (รวมประชากรแฝง) ไม่ใช่เฉพาะประชากรตามทะเบียนราษฎร ในขณะที่จังหวัดอื่นที่เหลือนั้น ไม่มีความตั้งใจในการตั้งถิ่นฐานถาวร นโยบายควรปรับจากการส่งเสริมการตั้งถิ่นฐานมาเป็นการจัดการที่พิกัดชั่วคราวคุณภาพดี เช่น หอพักแรงงานมาตรฐาน หรือชุมชนที่พักระยะสั้นที่มีบริการสาธารณะครบถ้วน

2) สร้างจูงใจให้ประชากรแฝงลงทะเบียนในพื้นที่พำนักจริง สร้างจูงใจให้ประชากรแฝงลงทะเบียนในพื้นที่พำนักจริงเพื่อลดความคลาดเคลื่อนเชิงโครงสร้างระหว่างประชากรตามทะเบียน (De jure) กับประชากรที่อยู่อาศัยจริง (De facto) ในระยะยาว ซึ่งจะช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรและการวางแผนเมืองมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ควรตระหนักว่าเหตุผลที่ประชากรแฝงจำนวนหนึ่งไม่ย้ายทะเบียน มิได้เกิดจากการหลีกเลี่ยงระบบ หากแต่สัมพันธ์กับเงื่อนไขเชิงโครงสร้าง ได้แก่ ความไม่มั่นคงด้านการจ้างงานและรายได้ รูปแบบการอยู่อาศัยระยะสั้นหรือสัญญาเช่าชั่วคราว ขั้นตอนทางราชการที่ยุ่งยากหรือมีต้นทุนแฝง และการไม่เห็นประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมจากการย้ายทะเบียน

ดังนั้น ควรใช้แนวทางสร้างแรงจูงใจ มากกว่าการกำหนดข้อบังคับ เพื่อไม่ให้เกิดภาระหรือแรงต้านทางสังคม เช่น กำหนดให้สิทธิบริการสาธารณะระดับท้องถิ่นบางประเภทเชื่อมโยงกับการมีทะเบียนบ้านในพื้นที่ หรือพัฒนาระบบแจ้งที่อยู่อาศัยแบบชั่วคราว (Temporary registration) ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อรองรับกลุ่มแรงงานที่ยังไม่พร้อมย้ายทะเบียนถาวร แนวทางแบบคู่ขนานดังกล่าวจะช่วยให้เมืองสามารถบริหารจัดการประชากรแฝงได้ ทั้งในมิติการวางแผนเชิงพื้นที่และมิติการปรับปรุงระบบทะเบียน โดยไม่กระทบต่อความคล่องตัวของการเคลื่อนย้ายแรงงาน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญของเศรษฐกิจเมืองร่วมสมัย

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากทุนอุดหนุนการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อเฉลิมฉลองวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมายุครบ 72 พรรษา และผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานสถิติแห่งชาติ สำหรับการสนับสนุนข้อมูลระดับย่อยจากโครงการสำรวจการย้ายถิ่น ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการดำเนินการศึกษาครั้งนี้

บรรณานุกรม

- Ainsaar, M. (2023). Life Satisfaction of Immigrants and Length of Stay in the New Country. *Social Sciences*, 12(12), Article 655. <https://doi.org/10.3390/socsci12120655>.
- Anas, A., Arnott, R., & Small, A. K. (1998). Urban Spatial Structure. *Journal of Economic Literature*, 36, 1426-1464. <http://www.jstor.com/stable/2564805>.
- Angel, S. (2023). Urban expansion: theory, evidence and practice. *Buildings and Cities*, 4(1), 124-138. <https://doi.org/10.5334/bc.348>.
- Bangkok Metropolitan Administration. (2017). *Bangkok Development Plan 20-Year Period (2018–2037) Revised Edition* [แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)]. Bangkok Metropolitan Administration. (in Thai)
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education* (Third Edition ed.). The University of Chicago Press.
- Bernard, A., Bell, M., & Charles-Edwards, E. (2014). Life-Course Transitions and the Age Profile of Internal Migration. *Population and Development Review*, 40(2), 213-239. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1728-4457.2014.00671.x>.
- Borjas, G. J. (1987). Self-Selection and the Earnings of Immigrants. *The American Economic Review*, 77(4), 531-553. <http://www.jstor.org/stable/1814529>.
- Chen, L., Xi, M., Jin, W., & Hu, Y. (2021). Spatial Pattern of Long-term Residence in the Urban Floating Population of China and its Influencing Factors. *Chinese Geographical Science*, 31(2), 342-358. <https://doi.org/10.1007/s11769-021-1193-9>.
- Chen, S., & Liu, Z. (2016). What determines the settlement intention of rural migrants in China? Economic incentives versus sociocultural conditions. *Habitat International*, 58, 42-50. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2016.09.004>.
- Chokthavorn, Y. (2000). *Non-registered population in the inner city, the urban fringe and the suburb of bangkok metropolis* [ประชากรแฝงในพื้นที่เขตเมืองชั้นใน เขตต่อเมือง และเขตชานเมืองของกรุงเทพมหานคร]. Chulalongkorn university. (in Thai)
- Department of Public Works and Town & Country Planning of Thailand. (2008). *Final report: Study Project for Developing Standards of Comprehensive Plan Analysis Models* [โครงการศึกษาตัวแบบมาตรฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อการวางแผนเมืองรวม]. Bureau of Standards Development in Department of Public Works and Town & Country Planning. (in Thai)
- Dijkstra, L., Poelman, H., & Vener, P. (2019). *The EU-OECD definition of a functional urban area*. OECD.
- Du, Z., Huang, G., & Jin, L. (2020). Beyond the Intention: Individual-Level Determinants and Intergenerational Differences of Floating Populations' Actual Settlement Choices in Dongguan, China. *International journal of environmental research and public health*, 17(24). <https://doi.org/10.3390/ijerph17249194>.

- Gokovali, U., Bahar, O., & Kozak, M. (2007). Determinants of length of stay: A practical use of survival analysis. *Tourism Management*, 28(3), 736-746. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.05.004>.
- Gu, H., Jie, Y., Li, Z., & Shen, T. (2020). What Drives Migrants to Settle in Chinese Cities: a Panel Data Analysis. *Applied Spatial Analysis and Policy*, 14(2), 297-314. <https://doi.org/10.1007/s12061-020-09358-z>.
- Hall, P., & Pain, K. (2006). *The Polycentric Metropolis : learning from mega-city regions in Europe*(1st Edition). Earthscan.
- Harris, J. R., & Todaro, M. P. (1970). *Migration, Unemployment and Development: A Two-Sector Analysis*. *The American Economic Review*, 60(1), 126-142. <http://www.jstor.org/stable/1807860>.
- International Organization for Migration. (2009). *International Migration Law: Glossary on Migration*. International Organization for Migration.
- Lee, E. S. (1966). A theory of migration. *Demography*, 3(1), 47-57. <https://doi.org/10.2307/2060063>.
- Liang, Z., Li, Z., & Ma, Z. (2014). Changing Patterns of the Floating Population in China during 2000-2010. *Population and Development Review*, 40(4), 695-716. <https://doi.org/10.1111/j.1728-4457.2014.00007.x>.
- Liang, Z., & Ma, Z. (2004). China's Floating Population: New Evidence from the 2000 Census. *Population and Development Review*, 30(3), 467-488. <https://doi.org/10.1111/j.1728-4457.2004.00024.x>.
- Liu, T., & Xiao, W. (2022). The ‘intention to stay’ of the floating migrant population: A spatiotemporal meta-analysis in Chinese cities. *Population, Space and Place*, 28(7). <https://doi.org/10.1002/psp.2574>.
- Massey, D. S., Arango, J., Hugo, G., Kouaouci, A., Pellegrino, A., & Taylor, J. E. (1993). Theories of International Migration: A Review and Appraisal. *Population and Development Review*, 19(3), 431-466. <https://doi.org/10.2307/2938462>.
- National Statistical Office. (2020). *Report on Key Findings of the Floating Population in Thailand 2020* [สรุปผลที่สำคัญประชากรแฝงในประเทศไทย พ.ศ. 2563]. National Statistical Office. (in Thai)
- National Statistical Office. (2023). *Report on Key Findings of the Floating Population in Thailand 2023* [สรุปผลที่สำคัญประชากรแฝงในประเทศไทย พ.ศ. 2566]. National Statistical Office. (in Thai)
- National Statistical Office. (2024). *Report on The 2024 Migration Survey* [การสำรวจการย้ายถิ่นของประชากร พ.ศ. 2567]. National Statistical Office (NSO). (in Thai)
- O’Sullivan, A. (2012). *Urban Economics (8th edition)*. Douglas Reiner.
- Office for National Statistics. (2023). *Population and migration estimates - exploring alternative definitions: May 2023*. Office for National Statistics (ONS).
- Praphong, V. (2018). Long-Lasting Temporary Migration of Thai Migrant Workers Living Without Residence Permit in France [การย้ายถิ่นแบบชั่วคราวแต่ยาวนานของแรงงานไทยแบบผิดกฎหมายในฝรั่งเศส]. *PSDS JOURNAL OF DEVELOPMENT STUDIES*, 1(2), 206–240. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/gvc-tu/article/view/148980>. (in Thai)
- Shen, T., Lao, X., & Gu, H. (2022). Hukou System Reform and Floating Population. In T. Shen, X. Lao, & H. Gu (Eds.), *Migration Patterns and Intentions of Floating Population in Transitional China: The Road for Urban Dream Chasers* (pp. 343-350). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-19-3375-2_7

- Sjaastad, L. A. (1962). The Costs and Returns of Human Migration. *Journal of Political Economy*, 70(5), 80-93. <http://www.jstor.org/stable/1829105>.
- Stats NZ. (2021). *Functional urban areas – methodology and classification*. Stats NZ Information Centre.
- Tan, S., Li, Y., Song, Y., Luo, X., Zhou, M., Zhang, L., & Kuang, B. (2015). Influence factors on settlement intention for floating population in urban area: a China study. *Quality & Quantity*, 51(1), 147-176. <https://doi.org/10.1007/s11135-015-0299-5>.
- Tang, S., & Feng, J. (2015). Cohort differences in the urban settlement intentions of rural migrants: A case study in Jiangsu Province, China. *Habitat International*, 49, 357-365. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2015.06.009>.
- UNDESA. (2013). *International Migration Report 2013*. Department of Economic and Social Affairs Population Division.
- UNDESA. (2018). *World Urbanization Prospects: The 2018 Revision*. United Nations Department of Economic and Social Affairs.
- Wang, C., & Shen, J. (2022). Settlement intention of migrants in urban China: The effects of labor-market performance, employment status, and social integration. *Applied Geography*, 147, 102773. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2022.102773>.
- Wang, Y., Wang, Z., Zhou, C., Liu, Y., & Liu, S. (2020). On the Settlement of the Floating Population in the Pearl River Delta: Understanding the Factors of Permanent Settlement Intention versus Housing Purchase Actions. *Sustainability*, 12(22). <https://doi.org/10.3390/su12229771>.
- Williamson, J. G. (1988). Migration and Urbanization. In H. Chenery & T. N. Srinivasan (Eds.), *Handbook of development economics* (pp. 426-461). Elsevier Science.
- Xie, Y., Yao, Y., Zhang, B., Chen, X., Wang, X., Hung, T.-K., Wang, Z., & Qin, L. (2022). Mechanisms of Agricultural Land Transfer Influence on the Urban Settlement Intention of Rural Floating Population in China. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2022(1). <https://doi.org/10.1155/2022/4082137>.
- Yansaneh, I. S. (2003). *Construction and use of sample weights*. United Nations Secretariat: Statistics Division.
- You, Z., Yang, H., & Fu, M. (2018). Settlement intention characteristics and determinants in floating populations in Chinese border cities. *Sustainable Cities and Society*, 39, 476-486. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2018.02.021>.
- Zelinsky, W. (1971). The Hypothesis of the Mobility Transition. *Geographical Review*, 61(2), 219-249. <https://doi.org/10.2307/213996>.
- Zhu, Y. (2007). China's floating population and their settlement intention in the cities: Beyond the Hukou reform. *Habitat International*, 31(1), 65-76. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2006.04.002>.
- Zhu, Y., & Chen, W. (2009). The settlement intention of China's floating population in the cities: recent changes and multifaceted individual-level determinants. *Population, Space and Place*, 16(4), 253-267. <https://doi.org/10.1002/psp.544>.

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์
ปีที่ 49 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2569): 287877

Journal of Social Research and Review
Volume 49 No.1 (January - June 2026): 287877
ISSN 3056-9508 (Online)



Cultural Food Values and the Interpretation of Airport Lounge Food: A Qualitative Study of International Business Travelers

Chetsada Noknoi

Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Mueang Songkhla District, Songkhla Province 90000, Thailand.

Corresponding author, E-mail: chetsada@tsu.ac.th

Abstract

This study examines how cultural food values shape the interpretation of airport lounge food among international business travelers. Prior research on airport lounges has largely emphasized functional service quality attributes, with limited attention to the culturally embedded meanings through which travelers interpret food in globally mobile and time-constrained contexts. Addressing this gap, the study adopts a qualitative, interpretive approach based on 30 in-depth interviews with international business travelers from diverse cultural backgrounds, with travel experiences across major global aviation hubs, including Bangkok, Singapore, Dubai, London, and Frankfurt. The findings show that food functions not merely as a functional amenity but as a culturally embedded, symbolic, and heuristic service cue. Food enables travelers to anchor familiarity and emotional stability in liminal travel environments, infer service quality and organizational competence, and support professional readiness prior to business engagements. In addition, food-related cues communicate inclusion or exclusion through cultural congruence, transparency, and dietary recognition. The findings further suggest that, in the post-pandemic context, food also conveys meanings related to hygiene, safety, and trust. By foregrounding food as a meaning-laden component of premium service environments, the study refines existing perspectives in international business, consumer culture, and service management by demonstrating how interpretation processes are shaped under conditions of global mobility and time pressure. The study provides empirically grounded insights for designing more culturally responsive airport lounge experiences.

Keywords: Cultural food values; Airport lounges; International business travel

Received: April 1, 2026, **Revised:** April 23, 2026, **Accepted:** June 3, 2026

1. Introduction

International business activity has become increasingly characterized by global mobility, time compression, and transient work environments. International business travelers routinely navigate multiple national, cultural, and organizational contexts within compressed timeframes, often under conditions of cognitive load and performance pressure. As a result, the spaces that support global mobility-such as international airports-have evolved beyond their original transportation functions into complex service ecosystems that shape professional effectiveness, emotional regulation, and identity continuity (Faulconbridge et al., 2009; Wickham & Vecchi, 2008).

Within this ecosystem, airport lounges occupy a distinctive position. Designed as premium service environments, lounges promise comfort, privacy, and productivity to mobile professionals navigating increasingly demanding travel schedules. Prior research in aviation and service management has suggested that lounge access influences customer satisfaction, brand loyalty, and perceived service quality (Bogicevic et al., 2013; Graham, 2018; Wirtz et al., 2023). Yet, despite their strategic importance, airport lounges remain under-theorized within international business scholarship, particularly about how travelers interpret and select lounge services in culturally diverse contexts.

Recent work on global mobility emphasizes that contemporary business travel increasingly unfolds within what mobility scholars describe as liminal and transitional spaces-spaces characterized by temporariness, uncertainty, and heightened sensitivity to symbolic cues (Bauman, 2000; Urry, 2007; Sheller & Urry, 2006). In such environments, individuals often rely on experiential and symbolic signals to navigate complexity and reduce uncertainty. However, existing airport research tends to conceptualize service evaluation through predominantly functional and positivist lenses, focusing on attributes such as cleanliness, seating capacity, or Wi-Fi availability (Han et al., 2020; Moon et al., 2016). This emphasis risks overlooking the culturally embedded processes through which mobile professionals make sense of services under conditions of mobility.

One service element that exemplifies this gap is food. Within airport lounges, food is commonly treated as a standardized amenity-evaluated in terms of variety, freshness, or presentation. Yet, a substantial body of interdisciplinary research suggests that food carries meanings that extend far beyond nutrition or utility. Food is deeply embedded in cultural systems of value, identity, and social belonging, functioning as a symbolic medium through which individuals express and reaffirm who they are (Belk, 1988; Fischler, 2011; Rozin, 2005). Particularly in unfamiliar or transitional environments, food can serve as an emotional anchor that provides familiarity, comfort, and a sense of continuity (Sobal & Bisogni, 2009). Contemporary food studies also suggest that food consumption is increasingly shaped by global cultural flows and identity-driven preferences, particularly in contexts of mobility and cross-cultural interaction (Johnston & Baumann, 2015; Cairns et al., 2020).

From a consumer culture perspective, consumption practices are understood as culturally situated acts through which individuals negotiate identity and meaning (Arnould & Thompson, 2005). In international travel contexts, culturally familiar food choices often become more salient as individuals seek to maintain identity coherence across changing environments (Thompson & Tambyah, 1999; Bardhi et al., 2012).

Despite this theoretical insight, international business and service research has paid limited attention to how cultural food values influence service selection in global mobility settings. While hospitality and tourism studies have explored food experiences in destinations and hotels (Mak et al., 2012; Björk & Kauppinen-Räsänen, 2019), these contexts differ fundamentally from airport lounges. Unlike leisure destinations, airport lounges represent high-pressure, time-constrained environments where travelers must make rapid service decisions with limited opportunity for learning or comparison. Under such conditions, decision-making research suggests that individuals are more likely to rely on heuristic cues-simplified signals that substitute for detailed evaluation (Bettman et al., 1998; Kahneman, 2011). Recent service research further emphasizes the importance of customer experience and service ecosystems in shaping consumer perceptions, highlighting that experiential and symbolic

elements increasingly influence value creation in complex service environments (Becker & Jaakkola, 2020; Lemon & Verhoef, 2016).

Food, as a culturally meaningful and immediately perceptible service element, may therefore function as a powerful heuristic cue in airport lounge selection. Yet, existing lounge studies rarely conceptualize food in this way, instead treating it as one attribute among many within service quality models (Bogicevic et al., 2013; Han et al., 2020). This leaves a critical gap in understanding how mobile professionals interpret lounge offerings and how culturally embedded meanings shape service selection in international business contexts.

Despite growing interest in airport service experience and global mobility, three important gaps remain. First, existing research has predominantly examined airport lounges through functional service quality frameworks, with limited attention to interpretive and culturally embedded consumption processes. Second, while food has been widely studied in tourism and hospitality contexts, its role within high-pressure, time-constrained airport environments remains underexplored. Third, there is a lack of qualitative research that examines how international business travelers make sense of service environments through culturally grounded meanings. Addressing these gaps, the present study adopts an interpretive approach to examine how cultural food values shape the interpretation of airport lounge food among international business travelers.

Servicescape theory suggests that customers interpret service environments holistically, integrating physical and symbolic cues when forming evaluations (Bitner, 1992). In premium contexts, food can function as a symbolic signal of care, legitimacy, and cultural recognition (Lashley, 2015).

Addressing this gap is increasingly important given the intensification of global mobility and the growing competition among airlines and airport operators to differentiate premium services. As international business travel rebounds and evolves in the post-pandemic era, understanding how mobile professionals interpret culturally embedded service elements becomes a strategic concern rather than a peripheral one (Wirtz et al., 2023). Food, in this context, represents not only an operational consideration but also a symbolic resource through which service providers may signal inclusivity, professionalism, and trustworthiness across cultural boundaries. Recent studies have highlighted significant shifts in business travel behavior in the post-pandemic era, including heightened expectations regarding safety, personalization, and meaningful service experiences, as well as a reconfiguration of mobility patterns and corporate travel priorities (Gössling et al., 2021; Sigala, 2020).

In addition to broader shifts in mobility patterns, recent studies indicate that travelers' expectations toward food, hygiene, and safety have been significantly reconfigured in the post-pandemic context. Research in hospitality and aviation suggests that food is no longer evaluated solely in terms of quality or variety but also as a visible indicator of hygiene standards, risk management, and organizational responsibility (Shin & Kang, 2020; Wen et al., 2021). For example, Shin and Kang (2020), in a study of airline passengers during COVID-19, found that the perceived cleanliness and safety of food handling significantly influenced trust and behavioral intentions. Similarly, Wen et al. (2021) demonstrated that visible hygiene practices in food service environments increased perceived safety and reduced anxiety among travelers. These findings suggest that food in airport lounges may now carry an additional layer of meaning—not only as a cultural and symbolic resource, but also as a signal of safety and risk mitigation. However, little is known about how these evolving expectations intersect with cultural food values in shaping service interpretation and selection in global mobility contexts.

Against this backdrop, the present study investigates how cultural food values shape airport lounge service selection among international business travelers. Adopting a qualitative and interpretive research design, the study explores how travelers make sense of food offerings in airport lounges and how these interpretations influence perceptions of service appropriateness, emotional comfort, and professional readiness. By foregrounding food as a culturally embedded service cue, the study moves beyond functional service quality frameworks and contributes to a more nuanced understanding of service selection under global mobility conditions.

Based on the above discussion, this study addresses the following research questions:

- 1) How do international business travelers interpret food offerings in airport lounges?
- 2) How do cultural food values shape these interpretations?
- 3) How do these interpretations influence perceptions of service appropriateness, emotional comfort, and professional readiness in airport lounge contexts?

This study adopts an interpretive theoretical perspective informed by symbolic interactionism, cultural consumption theory, and servicescape theory. These perspectives guide the development of the conceptual framework and the qualitative analysis.

2. Literature Review

2.1 Theoretical Foundations

1) Symbolic Interactionism and Meaning Construction in Service Contexts

Symbolic interactionism emphasizes that meanings are socially constructed through interpretation and interaction rather than inherent in objects themselves (Blumer, 1969). In service environments, consumers actively interpret material and symbolic cues to construct subjective meanings that guide decision-making. Within airport lounges, food offerings can function as symbolic markers of comfort, inclusion, and professional readiness, particularly for internationally mobile travelers who navigate culturally diverse environments.

2) Cultural Consumption and Food as a Cultural Resource

Cultural consumption theory highlights the role of consumption practices as expressions of culturally embedded values and identities (Belk, 1988; Arnould & Thompson, 2005). Food consumption serves as a cultural resource through which individuals reaffirm familiarity, identity, and emotional stability. In international travel settings, culturally congruent food may reduce psychological strain and influence evaluations of service suitability.

3) Servicescape and Symbolic Service Environments

Servicescape theory conceptualizes service environments as influential stimuli that shape consumers' emotional and behavioral responses (Bitner, 1992). Subsequent extensions emphasize the symbolic dimensions of servicescapes, where environmental cues—including food—contribute to feelings of trust, comfort, and perceived service quality (Rosenbaum & Massiah, 2011). Airport lounges represent liminal service spaces in which symbolic servicescape elements play a critical role in service selection.

Building on these theoretical foundations, the following sections review empirical studies related to cultural food practices, airport lounge services, and service selection in international business contexts.

2.2 Global Mobility and International Business Travel

Global mobility has become a defining characteristic of contemporary international business. The expansion of multinational enterprises, transnational projects, and short-term international assignments has intensified the frequency and complexity of business travel across borders (Faulconbridge et al., 2009; Wickham & Vecchi, 2008). Rather than being peripheral to organizational life, business travel is increasingly recognized as a core mechanism through which international business is enacted, negotiated, and sustained.

Mobility scholars conceptualize contemporary travel not merely as physical movement but as a socially and culturally embedded process unfolding within what Urry (2007) terms the mobilities paradigm. This paradigm emphasizes that movement is structured by infrastructures, technologies, and cultural meanings, producing distinctive forms of experience and interpretation. Within this framework, airports are not neutral transit points but socially produced spaces that shape how individuals experience mobility (Sheller & Urry, 2006).

Bauman (2000) notion of liquid modernity further illuminates the conditions under which international business travelers operate. In liquid contexts characterized by uncertainty, temporariness, and constant transition, individuals must continuously re-establish stability and meaning. For mobile

professionals, airport environments often become sites where such stabilization efforts occur, as travelers seek to regain control, composure, and professional readiness between destinations.

Despite growing recognition of these dynamics, international business research has tended to focus on macro-level outcomes-such as organizational performance or expatriate adjustment-rather than on the micro-level processes through which mobile professionals interpret and navigate service environments in situ. As a result, the lived experience of global mobility, particularly within transient spaces such as airport lounges, remains underexplored.

Recent research highlights that global mobility and business travel have undergone significant transformation in the post-pandemic era, with increased emphasis on flexibility, risk perception, and meaningful travel experiences (Gössling et al., 2021; Sigala, 2020).

2.3 Airport Lounges as Premium Service Environments

Airport lounges represent a distinctive category of premium service environments within the broader aviation ecosystem. Designed to offer exclusivity, comfort, and productivity, lounges function as strategic tools for differentiation and customer retention among airlines and airport operators (Graham, 2018; Wirtz et al., 2023). Empirical studies consistently suggest that lounge access enhances perceived service quality and overall travel satisfaction, particularly among frequent business travelers (Bogicevic et al., 2013; Han et al., 2020).

Much of the existing lounge literature adopts a service quality or attribute-based perspective, examining factors such as seating comfort, cleanliness, Wi-Fi reliability, and staff responsiveness. While these studies provide valuable insights into functional performance, they tend to conceptualize service evaluation as a rational and largely universal process. This approach risks obscuring the interpretive and culturally situated ways in which travelers make sense of lounge environments.

Servicescape theory offers a more nuanced lens through which to understand these processes. Bitner (1992) argues that customers interpret service environments holistically, integrating physical, social, and symbolic cues when forming evaluations. Subsequent research extends this view by emphasizing experiential and emotional dimensions of service encounters, particularly in high-contact and premium service settings (Yang et al., 2020).

Within hospitality research, scholars have highlighted that food practices play a critical role in shaping perceptions of care, legitimacy, and hospitality (Lashley, 2015). However, these insights have not been fully integrated into airport lounge research, where food is often treated as a standardized amenity rather than as a meaningful service cue. This omission is notable given that lounges differ from other hospitality settings in their heightened time pressure, cultural diversity, and functional constraints.

Contemporary service research further emphasizes that customer experience is co-created within complex service ecosystems, where symbolic and experiential elements play a central role in shaping value perceptions (Becker & Jaakkola, 2020; McColl-Kennedy et al., 2012).

2.4 Food, Culture, and Identity

Food occupies a central place in cultural life, serving as both a material necessity and a symbolic medium through which individuals express identity, values, and belonging. Fischler (2011) conceptualizes food as a key component of social identity, embedded in systems of norms, traditions, and collective memory. Similarly, Rozin (2005) emphasizes that food choices are shaped by cultural meanings that extend beyond taste or nutrition.

From a consumer culture theory (CCT) perspective, food consumption is understood as a culturally situated practice through which individuals negotiate meaning and identity (Arnould & Thompson, 2005). Belk's (1988) notion of the extended self suggests that consumption objects-including food-become part of how individuals construct and maintain a sense of self. In contexts of displacement or transition, such practices may become especially salient.

Empirical research supports this view, demonstrating that food often functions as a source of familiarity and emotional comfort in unfamiliar environments (Sobal & Bisogni, 2009). In cross-cultural settings, individuals may gravitate toward culturally familiar foods as a means of reducing

uncertainty and maintaining identity continuity. Thompson and Tambyah (1999) describe such behavior as cosmopolitan consumption, whereby individuals navigate global environments while selectively anchoring themselves in familiar cultural meanings.

Bardhi et al. (2012) further extend this argument by suggesting that contemporary consumption increasingly occurs within liquid contexts characterized by temporariness and situational attachment. In such contexts, consumption practices-including food choices-serve as flexible resources for managing identity rather than as expressions of stable preferences. This insight is particularly relevant for airport lounges, where travelers form brief yet meaningful engagements with service environments.

Recent studies also suggest that food consumption is increasingly shaped by global cultural flows and identity negotiations in contemporary societies (Cairns et al., 2020; Baumann et al., 2022).

2.5 Food in Travel and Hospitality Research

Research on food in tourism and hospitality contexts has suggested that food experiences significantly influence traveler satisfaction, emotional engagement, and destination perception (Mak et al., 2012). Studies in this domain emphasize the experiential and symbolic dimensions of food, highlighting its role in shaping memorable experiences and cultural encounters (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2019).

However, the majority of this literature focuses on leisure-oriented contexts such as destinations, restaurants, and hotels. These settings differ fundamentally from airport lounges in several respects. First, leisure travelers typically engage in food experiences with greater temporal flexibility and openness to novelty. Second, food consumption in destinations is often framed as an opportunity for cultural exploration rather than as a means of emotional regulation or functional support.

In contrast, airport lounges represent high-pressure, time-constrained environments where travelers must balance functional needs with emotional and professional considerations. Under such conditions, food may serve less as an object of exploration and more as a heuristic cue signaling service quality, trustworthiness, and cultural fit. Despite this distinction, limited research has examined food in airport lounges from an interpretive or qualitative perspective.

2.6 Heuristic Decision-Making in Transient Service Contexts

Decision-making research provides further insight into how travelers may evaluate lounge services. Under conditions of time pressure and cognitive load, individuals often rely on heuristics-simplified decision rules that reduce effort and uncertainty (Bettman et al., 1998; Kahneman, 2011). Rather than engaging in detailed attribute comparison, individuals attend to salient cues that signal overall suitability.

In service contexts, experiential and symbolic cues have been shown to play a significant role in shaping rapid evaluations (Yang et al., 2020). Food, as a multisensory and culturally meaningful element, is particularly well-suited to function as such a cue. Its immediate visibility and embodied nature allow travelers to form quick judgments about a lounge's alignment with their expectations and needs.

Yet, existing airport service research has not fully explored the heuristic role of food in service selection. Most studies continue to conceptualize lounge choice as the outcome of rational evaluation, overlooking the cultural and symbolic processes that operate under mobility-related constraints.

2.7 Synthesis and Research Gap

Taken together, the reviewed literature highlights several important insights. First, global mobility research underscores the significance of transient spaces and the challenges they pose for identity and emotional regulation. Second, consumer culture and food studies suggest that food is a powerful medium through which individuals express and maintain cultural identity. Third, service and hospitality research recognizes the experiential importance of food but has largely examined it in leisure-oriented contexts.

Despite these extended understandings, a critical gap remains at the intersection of these literatures. Specifically, limited research has examined how cultural food values shape service selection within airport lounges as premium, time-constrained service environments in international business contexts. Existing studies tend to prioritize functional attributes or adopt positivist evaluation models, leaving the interpretive and culturally embedded dimensions of lounge selection underexplored.

Addressing this gap requires a qualitative approach that foregrounds travelers lived experiences and meaning-making processes. By examining how international business travelers interpret food offerings in airport lounges, the present study seeks to extend understanding of service selection under global mobility conditions and to contribute to broader debates in international business, service management, and consumer culture research.

While prior research has established the symbolic and cultural significance of food consumption, this study extends existing knowledge by situating these processes within the specific context of time-constrained, high-mobility service environments. In doing so, it shifts the focus from stable consumption contexts to transient and liminal settings, highlighting how cultural meanings are dynamically reconstructed under conditions of mobility. This perspective contributes to a more context-sensitive understanding of consumer interpretation in international business settings.

2.8 Conceptual Framework

This study is guided by an interpretive conceptual framework that sensitizes the analysis to how cultural food values shape the interpretation of airport lounge food among international business travelers. Rather than proposing predetermined relationships, the framework serves as a flexible analytical lens to explore meaning-making processes in context. Rather than proposing a causal or hypothesis-driven model, the framework conceptualizes service selection as a meaning-making process embedded within culturally and spatially specific contexts of global mobility.

The framework informed both the design of the study and the analytical process. Specifically, it guided the development of semi-structured interview questions focusing on food-related experiences, cultural preferences, and interpretations of service environments. During data analysis, the framework functioned as a sensitizing structure (Charmaz, 2014), supporting initial coding while allowing themes to emerge inductively from participants' narratives.

At the core of the framework is the assumption that food is a culturally laden practice rather than a neutral service attribute. Drawing on consumer culture theory, food is understood as a symbolic resource through which individuals express identity, negotiate belonging, and maintain continuity across contexts (Arnould & Thompson, 2005; Fischler, 2011). These cultural food values—formed through long-term socialization, religious norms, and habitual practices—shape how travelers perceive and interpret food offerings encountered during international travel.

The framework further situates these interpretations within the liminal context of airport lounges. Airport lounges function as transitional spaces characterized by time pressure, uncertainty, and cultural heterogeneity. Consistent with mobility theory, such liminal environments intensify travelers' sensitivity to symbolic cues and heighten reliance on interpretive shortcuts (Bauman, 2000;

Urry, 2007). Within this context, food becomes a particularly salient service element because it is immediately visible, embodied, and culturally meaningful.

As travelers encounter lounge food offerings, they engage in an interpretive evaluation process shaped by their cultural food values. This process involves assessing not only taste or variety but also cultural congruence, dietary appropriateness, familiarity, and symbolic recognition. These evaluations are often rapid and heuristic in nature, reflecting the time-constrained conditions of international business travel.

Through this interpretive process, food generates symbolic meanings that extend beyond consumption itself. These symbolic meanings, in turn, shape service-related outcomes. Travelers draw on food-related interpretations when selecting airport lounges, forming preferences that go beyond functional amenities or loyalty program access. Moreover, culturally congruent food supports

perceived professional readiness by enabling travelers to maintain physical comfort, emotional balance, and confidence prior to business engagements.

Taken together, the conceptual framework positions airport lounge service selection as a culturally situated, interpretive process rather than a purely rational or utility-maximizing decision. By integrating cultural food values, liminal spatial context, symbolic interpretation, and service selection outcomes, the framework provides a theoretically grounded lens for understanding how everyday consumption practices shape professional experience in international business mobility.

Figure 1 illustrates an interpretive framework in which cultural food values shape travelers' interpretations of lounge food offerings within the liminal context of airport lounges. These interpretations generate symbolic meanings-such as emotional comfort, trust, and inclusion-which influence airport lounge service selection and perceived professional readiness among international business travelers.

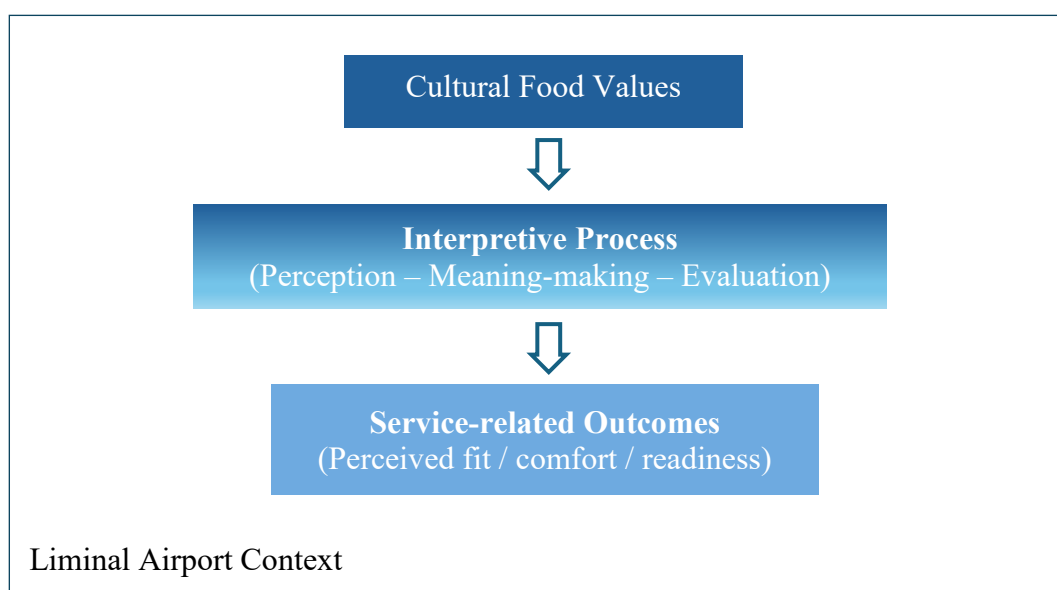


Figure 1 Interpretive Conceptual Framework Illustrating How Cultural Food Values Inform the Analysis of Food Interpretation Processes within Airport Lounges, Highlighting the Role of Liminal Context and Symbolic Meaning-making in Shaping Service-related Perceptions.

The conceptual framework presented in Figure 1 is informed by symbolic interactionism, cultural consumption theory, and servicescape theory. These perspectives collectively help to understand how culturally embedded food values are interpreted within airport lounge environments, generating symbolic meanings that influence service selection and perceptions of professional readiness. The framework does not assume linear or causal relationships but instead highlights an iterative and interpretive process through which meanings are constructed, negotiated, and applied in service contexts.

3. Research Methodology

3.1 Research Design

This study adopted a qualitative, interpretive research design to explore how cultural food values shape airport lounge service selection among international business travelers. Given the study's aim to understand meaning-making processes, perceptions, and interpretations, a qualitative approach was deemed appropriate. Qualitative methods are particularly well suited for examining culturally embedded phenomena and for capturing the nuanced ways individuals interpret experiences within complex and transient contexts (Creswell & Poth, 2018; Patton, 2015; Braun & Clarke, 2021; Tracy, 2020).

The study is grounded in an interpretivist epistemological stance, which assumes that reality is socially constructed and that meaning emerges through individuals' interactions with their social and cultural environments. Rather than seeking generalizable laws, the study aims to develop contextually grounded insights into how mobile professionals interpret food offerings as part of airport lounge services. This approach aligns with prior research in consumer culture theory and global mobility that emphasizes lived experience and situated meaning (Arnould & Thompson, 2005; Faulconbridge et al., 2009).

3.2 Research Context: Airport Lounges as Liminal Service Spaces

Airport lounges were selected as the empirical context due to their distinctive characteristics such as premium, transient service environments. Lounges are typically accessed by frequent flyers, business-class passengers, or elite loyalty program members, making them particularly relevant to international business travel. These spaces are characterized by temporal constraints, cultural heterogeneity, and heightened expectations of service quality.

Consistent with mobility scholarship, airport lounges can be understood as liminal spaces—spaces of transition where travelers are temporarily suspended between departure and arrival, work and rest, and familiarity and unfamiliarity (Bauman, 2000; Urry, 2007). Such environments heighten sensitivity to symbolic and experiential cues, making them a compelling setting for examining culturally embedded service interpretations.

The study reflects experiences across major international aviation hubs, including airports in Bangkok, Singapore, Dubai, London, and Frankfurt, which are commonly used transit points for global business travelers. This geographical diversity supports the exploration of cross-cultural interpretations while situating the study within globally significant mobility corridors.

3.3 Sampling Strategy and Participants

A purposive sampling strategy was employed to recruit participants who could provide rich and relevant insights into the phenomenon under study. Participants were selected based on the following criteria:

- 1) regular engagement in international business travel,
- 2) prior experience using airport lounges across multiple countries or regions, and
- 3) involvement in decision-making related to lounge selection (e.g., choosing between airline lounges, third-party lounges, or credit card lounges).

Participants were initially identified through the researcher's professional network and subsequently recruited using a snowball sampling approach, whereby existing participants referred additional individuals who met the study criteria. Potential participants were contacted via email or professional networking platforms (e.g., LinkedIn) and provided with an information sheet outlining the study's purpose and participation requirements.

Selection prioritized diversity in cultural background and travel experience rather than representativeness, consistent with interpretive qualitative research principles (Tracy, 2020). This approach enabled the study to capture a broad range of culturally situated perspectives while acknowledging the potential for network-based sampling bias. The sample included 30 participants (18 males and 12 females) aged between 28 and 55 years. Participants represented diverse national and cultural backgrounds, including individuals from Southeast Asia, East Asia, Europe, North America, and the Middle East. Most participants were employed in managerial, executive, or professional roles in industries such as finance, consulting, technology, and international trade.

In terms of travel behavior, all participants reported engaging in international business travel at least 4–10 times per year prior to the COVID-19 pandemic, with a gradual resumption of travel in the post-pandemic period. Participants also reported regular use of airport lounges, including airline-operated lounges, alliance lounges, and third-party lounges (e.g., Priority Pass).

International business travel in this study refers specifically to work-related cross-border travel undertaken for professional purposes such as meetings, negotiations, or project coordination, rather than leisure or mixed-purpose travel.

A total of 30 in-depth interviews were conducted. Consistent with qualitative research standards, sampling continued until thematic saturation was achieved—that is, when additional interviews no longer generated substantively new insights relevant to the research questions (Guest et al., 2006). Saturation was assessed through ongoing comparison of emerging codes and themes across interviews. After approximately 24 interviews, no substantively new themes were identified, and subsequent interviews primarily reinforced existing patterns. An additional six interviews were conducted to confirm thematic stability, consistent with recommendations for qualitative sample adequacy (Hennink et al., 2017).

3.4 Data Collection

Data was collected through semi-structured, in-depth interviews, which allowed participants to articulate their experiences and interpretations in their own terms while ensuring coverage of key themes. An interview guide was developed based on the literature review and research questions, focusing on:

- Lounge selection practices and decision criteria
- Expectations and evaluations of food offerings
- Cultural meanings attached to food in travel contexts
- Emotional and professional states associated with lounge use

Interviews were conducted in English and lasted between 45 and 75 minutes. Given participants' mobility and time constraints, interviews were conducted via secure video conferencing platforms or, where feasible, in person. All interviews were audio-recorded with participants' consent and subsequently transcribed verbatim.

Throughout data collection, the interviewer adopted a flexible and responsive approach, allowing participants to elaborate on issues they considered salient. Probing questions were used to elicit deeper reflections on food-related experiences and to clarify culturally specific meanings (Kvale & Brinkmann, 2015).

3.5 Data Analysis

Data analysis followed an iterative thematic analysis process, drawing on the guidelines articulated by Braun and Clarke (2006, 2021). Analysis proceeded through several stages. First, transcripts were read multiple times to achieve immersion and familiarity with the data. Initial codes were then generated inductively, capturing salient patterns related to food perceptions, service interpretation, and decision-making processes.

In the second stage, codes were compared across interviews and clustered into broader themes through constant comparison. This process involved moving iteratively between data segments, emerging themes, and relevant theoretical constructs, allowing theory to sensitize—but not predetermine—the analysis. Pattern coding was employed to identify relationships among themes and to refine conceptual boundaries (Miles et al., 2014).

Throughout analysis, analytical memos were used to document interpretive decisions and emerging insights. This reflexive practice supported theoretical integration and transparency in the analytic process. NVivo (or comparable qualitative data analysis software) was used to facilitate data organization and retrieval but did not replace interpretive judgment.

To address cultural variation, coding and analysis explicitly compared patterns across participants from different cultural backgrounds. This involved examining how individuals from different regions interpreted food offerings, including preferences for familiarity, dietary restrictions, and symbolic meanings attached to specific food types. Cross-case comparison enabled the identification of both shared patterns and culturally specific variations in interpretation (Braun & Clarke, 2021). To enhance analytical rigor, a subset of transcripts was independently reviewed and discussed with a peer researcher familiar with qualitative methods. Discrepancies in coding were discussed and resolved through consensus, strengthening the credibility and consistency of the analysis (Nowell et al., 2017).

3.6 Researcher Reflexivity

Recognizing the interpretive nature of qualitative research, reflexivity was treated as a critical component of methodological rigor. The researcher continuously reflected on how personal background, academic training, and cultural assumptions might shape data interpretation. Reflexive notes were maintained throughout the research process to document potential biases and to ensure that interpretations remained grounded in participants' accounts rather than in preconceived expectations (Creswell & Poth, 2018).

Engagement with existing theory was deliberately balanced to avoid imposing rigid frameworks on the data. Instead, theory was used as an interpretive lens to deepen understanding of participants' experiences and to situate findings within broader scholarly debates.

3.7 Trustworthiness and Rigor

To enhance the trustworthiness of the study, several strategies were employed in line with established qualitative research criteria (Lincoln & Guba, 1985).

Credibility was supported through prolonged engagement with the data, iterative analysis, and the use of verbatim quotations to substantiate interpretations.

Dependability was addressed by maintaining a clear audit trail documenting data collection and analysis decisions.

Transferability was enhanced through detailed descriptions of participant characteristics, travel behaviors, and research context, as well as by providing rich, verbatim excerpts in the findings section to enable readers to assess the applicability of the results to similar contexts (Tracy, 2020).

Together, these strategies strengthen confidence in the study's findings and their theoretical contributions.

3.8 Ethical Considerations

Participants were informed of the study's purpose, assured of confidentiality, and advised of their right to withdraw at any time. All identifying information was removed from transcripts, and pseudonyms were used in reporting findings.

4. Results

Analysis of the interview data revealed that food played a central and multifaceted role in airport lounge service selection among international business travelers. Rather than functioning merely as a supplementary amenity, food emerged as a culturally embedded service cue that influenced emotional comfort, identity continuity, and perceptions of service legitimacy. Three interrelated themes were identified:

- 1) food as cultural anchoring in liminal mobility,
- 2) food as a heuristic cue for service quality and trust, and
- 3) cultural congruence, professional readiness, and symbolic inclusion/exclusion

Themes were developed through an iterative coding process. Initial open coding generated a wide range of food-related perceptions and experiences. These codes were subsequently grouped into higher-order categories through constant comparison, leading to the identification of three interrelated themes. The final themes reflect recurring patterns across participants while preserving variations in interpretation.

Theme 1: Food as Cultural Anchoring in Liminal Mobility

Participants consistently described airport lounges as psychologically unstable spaces-marked by fatigue, time pressure, and cultural dislocation. Within this context, food functioned as a form of cultural anchoring that helped travelers re-establish a sense of familiarity and emotional balance.

Many participants reported that encountering culturally familiar food in a lounge produced an immediate sense of relief, even before any conscious evaluation of taste or quality occurred. For example, a senior consultant based in East Asia explained:

“...When I walk into a lounge after a long-haul flight, the first thing I notice is the food. If I see something familiar from home, I feel calmer right away. It's not about

eating a lot—it's about feeling grounded again...." (Participant 7, East Asia, (Participant 7, East Asia, interviewed on 12 November 2025)

This sense of grounding was particularly salient for travelers navigating multiple time zones or extended itineraries. Food acted as a symbolic reminder of home routines and cultural continuity, counterbalancing the fragmentation associated with frequent mobility.

Participants from diverse cultural backgrounds articulated similar experiences, although the specific foods that generated comfort differed. For Middle Eastern participants, the availability of halal-certified meals signaled cultural recognition, while European participants often emphasized bread quality or breakfast formats. These findings suggest that cultural anchoring operates not through universal food standards but through culturally specific cues that resonate with travelers' embodied habits.

This pattern was also evident among participants from Middle Eastern backgrounds, who emphasized the importance of religious and cultural dietary alignment:

"...When I travel, I always look for food I know is halal. Even if I'm not very hungry, just knowing it's appropriate for me makes me feel more at ease...." (Participant 21, Middle East, interviewed on 9 December 2025)

Notably, variations emerged across cultural groups. Participants from collectivist cultural contexts (e.g., East and Southeast Asia) more frequently emphasized emotional reassurance and familiarity, whereas participants from Western contexts were more likely to frame food in terms of routine and functional stability. This suggests that cultural anchoring may operate through different interpretive logics—emotional versus habitual—depending on cultural background.

Theme 2: Food as a Heuristic Cue for Service Quality and Trust

Beyond emotional comfort, food functioned as a heuristic device through which travelers inferred broader aspects of lounge quality. Participants frequently described using food offerings as a shortcut for evaluating the lounge's overall service standards, particularly under time constraints.

A frequent flyer from North America articulated this logic clearly:

"...You don't have time to analyze everything in a lounge. But food tells you a lot. If the food is thoughtfully done, I assume everything else—cleanliness, service, and even safety—is handled properly...." (Participant 12, North America, (Participant 12, North America, interviewed on 18 November 2025)

A participant from Southeast Asia described a similar but culturally nuanced evaluation process:

"...If the food looks clean and well-organized, I trust the place more. It's not just about taste—it shows how much attention they pay to details...." (Participant 18, Southeast Asia, interviewed on 27 November 2025)

In several cases, participants reported actively choosing between available lounges based on anticipated food offerings, particularly in airports where multiple lounge options were accessible (e.g., airline vs. third-party lounges). Food thus influenced not only evaluation after entry but also pre-selection decisions under conditions of limited but meaningful choice.

In this sense, food operated as a symbolic proxy for organizational competence and care. Participants associated high-quality, culturally attentive food with professionalism, reliability, and respect for customers. Conversely, poorly executed or culturally insensitive food offerings raised doubts about the lounge's legitimacy as a premium service space.

Importantly, this heuristic evaluation occurred rapidly and often subconsciously. Travelers described forming impressions within minutes of entering a lounge, with food displays acting as one of the most visible and interpretable cues. This finding underscores the role of food not merely as an operational feature but as a meaning-laden signal embedded within the servicescape.

However, not all participants relied on food to the same extent. Highly experienced frequent travelers-particularly those with elite airline status-reported relying more on brand familiarity and prior knowledge than on immediate food cues. In contrast, less frequent travelers or those navigating unfamiliar airports placed greater emphasis on food as a heuristic signal. This variation highlights the contingent nature of heuristic reliance, shaped by experience and contextual uncertainty.

Theme 3: Cultural Congruence, Professional Readiness, and Symbolic

Inclusion/Exclusion

A third theme concerned the relationship between food, cultural congruence, and professional self-presentation. Participants emphasized that lounge food choices affected not only physical comfort but also their sense of preparedness for business interactions.

Several participants noted that consuming culturally inappropriate or unfamiliar food before meetings led to discomfort, distraction, or anxiety-outcomes perceived as detrimental to professional performance. A participant working in international finance noted:

“...If I eat something that doesn’t suit me culturally or physically before a meeting, I feel off balance. That affects how confident I feel walking into negotiations....”
(Participant 3, Europe, interviewed on 7 November 2025)

In contrast, culturally congruent food was associated with mental clarity and professional readiness. Participants framed food selection as part of a broader self-regulation strategy aimed at maintaining performance under demanding travel conditions. These findings position food not merely as sustenance but as an integral component of embodied professional practice within international business travel.

A participant from Western Europe framed this relationship in terms of routine and predictability:

“...Before an important meeting, I prefer simple, familiar food. Something predictable helps me stay focused-I don’t want surprises at that point....” (Participant 9, Western Europe, interviewed on 15 November 2025)

Interestingly, some participants reported deliberately choosing lounges based on anticipated food offerings when preparing for high-stakes meetings. This suggests that lounge selection decisions are not solely driven by loyalty programs or convenience but are strategically aligned with travelers’ cultural and professional needs.

While many participants described positive experiences of cultural recognition, others reported moments of exclusion or symbolic misalignment related to food offerings. These experiences often emerged when lounges presented ostensibly international menus that failed to accommodate specific cultural or dietary requirements.

For instance, participants from South and Southeast Asia noted the absence of vegetarian options aligned with their cultural expectations, while Muslim participants emphasized ambiguity around halal certification. One participant explained:

“...They say it’s an international lounge, but the food feels very Western. When I can’t tell what’s suitable for me, I don’t feel fully welcome....” (Participant 15, Southeast Asia, interviewed on 23 November 2025)

Similarly, participants from South Asia highlighted the importance of culturally appropriate dietary options:

“...Sometimes there are no vegetarian options that match what I usually eat. It’s not just about diet-it feels like the space wasn’t designed with people like me in mind....”
(Participant 24, South Asia, interviewed on 16 December 2025)

Such experiences undermined perceptions of inclusivity and reduced trust in the lounge brand. In some cases, participants avoided certain lounges altogether due to repeated experiences of symbolic exclusion. These findings highlight how food can function not only as a source of comfort but also as a marker of cultural boundaries and organizational blind spots.

Notably, participants did not necessarily expect full cultural customization. Instead, they emphasized transparency, signaling, and respect—such as clear labeling or culturally neutral options—as indicators of attentiveness. This suggests that perceived cultural sensitivity may be achieved through symbolic gestures rather than extensive operational complexity.

The data also reveals a tension between standardization and cultural specificity. While some participants valued globally standardized offerings for their predictability, others interpreted such standardization as a lack of cultural sensitivity. This tension underscores the complexity of designing culturally inclusive service environments in global mobility contexts. For example, some participants described selecting lounges known to offer culturally appropriate meals when preparing for important meetings, even when alternative lounges were available through loyalty programs.

Cross-Theme Synthesis

Taken together, the findings reveal that food operates as a central interpretive lens through which international business travelers evaluate airport lounge services. Food simultaneously anchors identity, signals service quality, supports professional performance, and communicates inclusion or exclusion.

Across participants, these interpretations varied in emphasis: some prioritized emotional comfort, others routine stability, and others cultural recognition, reflecting diverse cultural orientations toward food and consumption.

These roles are amplified by the liminal nature of airport lounges, where travelers are particularly sensitive to culturally meaningful cues.

Crucially, participants' accounts suggest that lounge selection is not a purely rational or functional decision. Instead, it is a culturally situated process shaped by emotional, symbolic, and professional considerations. Food emerges as a uniquely potent service element precisely because it intersects with all three dimensions.

While lounge access is often constrained by membership or ticket class, the findings indicate that within these constraints, travelers exercise agency by selectively choosing among available options. Food plays a key role in shaping these micro-level selection decisions.

Minor variations were also observed across age and gender. Younger participants tended to express greater openness to trying unfamiliar food, whereas older participants emphasized consistency and familiarity. However, these differences were less pronounced than cultural variations.

5. Discussion

This study sets out to examine how cultural food values shape airport lounge service selection among international business travelers. The findings suggest that food operates as far more than a functional amenity within airport lounges. Instead, food functions as a culturally embedded service cue that influences emotional regulation, identity continuity, professional readiness, and perceptions of service legitimacy. By interpreting these findings through established theoretical lenses, this discussion extends understanding in international business, service management, and consumer culture research.

5.1 Food, Liminality, and Cultural Anchoring in Global Mobility

The findings strongly support the conceptualization of airport lounges as liminal spaces within global mobility systems. Consistent with mobility theory, liminal environments are characterized by uncertainty, transience, and heightened symbolic sensitivity (Bauman, 2000; Urry, 2007). In such contexts, individuals actively seek anchors that restore a sense of familiarity and

control. The present study extends this literature by identifying food as a primary cultural anchoring mechanism within airport lounges.

While prior research has acknowledged the emotional challenges of frequent business travel (Faulconbridge et al., 2009), few studies have examined how travelers actively manage these challenges through consumption practices. The findings reveal that culturally familiar food enables travelers to stabilize their emotional state and reaffirm identity continuity across spatial transitions. This supports consumer culture theory's assertion that consumption practices serve as vehicles for identity maintenance, particularly under conditions of disruption (Arnould & Thompson, 2005; Thompson & Tambyah, 1999).

Importantly, the anchoring function of food was culturally specific rather than universal. Different participants derived comfort from different culinary cues, reinforcing the argument that meaning emerges through culturally situated interpretation rather than standardized service attributes. This insight challenges homogenizing assumptions in global service design and underscores the need for culturally reflexive approaches in international business contexts.

5.2 Food as a Heuristic Cue in Service Evaluation

A key contribution of this study lies in demonstrating how food functions as a heuristic cue in airport lounge evaluation. Under conditions of time pressure and cognitive load, international business travelers relied on food offerings as a rapid signal of overall service quality and organizational competence. This finding aligns with decision-making research suggesting that individuals use simplified cues when comprehensive evaluation is impractical (Bettman et al., 1998; Kahneman, 2011).

Extant lounge and aviation research has largely assessed food as one attribute within service quality frameworks (Bogicevic et al., 2013; Han et al., 2020). By contrast, the present findings suggest that food operates as a symbolic proxy through which travelers infer broader organizational values, including professionalism, care, and reliability. This insight extends servicescape theory by highlighting how specific service elements acquire disproportionate interpretive weight in liminal service environments (Bitner, 1992).

From an international business perspective, this heuristic function has strategic implications. In globally mobile contexts where travelers encounter unfamiliar brands and service providers, symbolic cues become essential mechanisms for trust formation. Food, as a culturally resonant and immediately interpretable element, plays a critical role in shaping these trust judgments.

This extends Becker and Jaakkola's (2020) argument that customer experience is context-dependent by demonstrating how, in liminal and time-constrained environments, specific service elements such as food can take on disproportionate interpretive significance. Kranzbühler et al. (2020), in their review of customer experience research, emphasize the increasing importance of experiential and symbolic cues in shaping service evaluation. The present findings build on this insight by showing that in airport lounges, food operates as a particularly salient symbolic cue under conditions of mobility and uncertainty.

An additional layer of interpretation emerges in the post-pandemic context. While this study did not explicitly focus on health-related concerns, participants' emphasis on cleanliness, presentation, and transparency in food offerings suggests that food may also function as a proxy for hygiene and safety. This aligns with recent research indicating that visible food handling practices and hygiene cues play a critical role in shaping trust and perceived safety in travel environments (Shin & Kang, 2020; Wen et al., 2021). In this sense, food in airport lounges may simultaneously signal cultural recognition and organizational responsibility, reinforcing its role as a multi-dimensional service cue.

5.3 Cultural Congruence, Professional Readiness, and Symbolic Inclusion/Exclusion

Another significant contribution of this study concerns the relationship between food, cultural congruence, and professional performance. Participants' narratives reveal that food consumption in airport lounges is closely tied to perceptions of professional readiness and self-regulation. This finding extends research on embodied consumption by demonstrating how physical and cultural

comfort directly influence professional identity enactment in international business settings (Sobal & Bisogni, 2009).

While international business scholarship has extensively examined cognitive and institutional dimensions of cross-cultural interaction, it has paid comparatively little attention to embodied experiences such as eating. The present study addresses this gap by showing that culturally inappropriate food choices can undermine confidence, focus, and emotional stability prior to business engagements. Conversely, culturally congruent food supports a sense of control and preparedness, enabling travelers to perform effectively.

This insight contributes to a more holistic understanding of professional competence in global mobility contexts. Rather than viewing performance solely as a function of skills or knowledge, the findings highlight the role of embodied and cultural factors in sustaining professional effectiveness under demanding travel conditions.

The findings related to food-related exclusion and symbolic misalignment offer important insights into how service environments communicate inclusion or exclusion across cultural boundaries. Participants' experiences of ambiguity or cultural neglect in food offerings undermined perceptions of lounge legitimacy, even when other service elements were satisfactory.

This aligns with research on symbolic consumption and marketplace inclusion, which emphasizes that recognition and respect are communicated through seemingly mundane service practices (Belk, 1988; Björk & Kauppinen-Räsänen, 2019). In airport lounges, food labeling, dietary transparency, and cultural signaling emerged as critical indicators of attentiveness and respect.

From a service management perspective, these findings suggest that inclusivity does not require exhaustive cultural customization. Rather, symbolic gestures-such as clear labeling or culturally neutral options - can significantly enhance perceived legitimacy. This challenges assumptions that cultural sensitivity necessarily entails high operational complexity and instead emphasizes the strategic value of symbolic alignment.

In the post-pandemic context, where concerns about safety, well-being, and personalization have intensified, such symbolic cues may play an even more prominent role in shaping service trust and selection (Shin & Kang, 2020; Wen et al., 2021).

Beyond confirming existing theories, this study contributes by extending current understanding of consumption and service evaluation into transient, high-mobility contexts. Specifically, it introduces the concept of situated heuristic consumption, whereby culturally embedded cues such as food acquire heightened interpretive significance under conditions of time pressure and spatial transition. This perspective extends understanding consumer culture theory by demonstrating how meaning-making processes are intensified and reconfigured in liminal environments.

In addition, the study contributes to servicescape theory by identifying food as a focal symbolic element that disproportionately shapes overall service interpretation in transient settings. Rather than being one attribute among many, food emerges as a central interpretive anchor that structures perception of the entire service environment.

6. Conclusions

This study examined how cultural food values shape the interpretation of airport lounge food and influence service-related perceptions among international business travelers. The findings show that lounge choice is not solely determined by loyalty programs, convenience, or physical amenities but by culturally meaningful interpretations that unfold rapidly and often subconsciously. In airport lounges - spaces marked by time pressure, uncertainty, and cultural diversity - food becomes a powerful medium through which travelers infer service quality, organizational competence, and respect for cultural differences.

6.1 Theoretical Implications

This study offers several theoretical implications by extending and contextualizing existing frameworks within the setting of international business travel.

First, the findings illustrate how consumer culture theory can be applied to high-mobility, time-constrained environments. While prior research has emphasized identity construction in relatively stable or leisure-oriented contexts, this study shows how culturally embedded consumption practices-particularly food-remain salient under conditions of spatial and temporal disruption.

Second, the study provides empirical support for servicescape theory by demonstrating how specific service elements, such as food, can take on heightened symbolic importance in liminal environments. Rather than functioning as one attribute among many, food emerges as a focal cue through which travelers interpret the broader service environment.

Third, the findings contribute to the literature on global mobility by highlighting the role of everyday practices in shaping professional experience. In particular, the study shows how food-related interpretations intersect with emotional regulation and perceptions of readiness, offering a more nuanced understanding of how mobile professionals navigate transient service settings.

Taken together, these insights do not propose a new theory but rather refine and extend existing perspectives by situating them within the understudied context of airport lounges and international business travel.

6.2 Managerial Implications

The findings offer several actionable implications for airline executives, airport authorities, and service designers.

First, based on the finding that travelers use food as a heuristic cue to infer service quality and organizational competence, food strategy in airport lounges should be understood as a form of strategic communication rather than merely an operational concern. Carefully curated food offerings can signal professionalism, attention to detail, and trustworthiness, particularly in time-constrained environments where travelers rely on rapid evaluation.

Second, reflecting the finding that food-related exclusion undermines perceived legitimacy and inclusivity, symbolic inclusion should be treated as a core design principle. Participants emphasized the importance of transparency and recognition, suggesting that clear labeling (e.g., halal, vegetarian) and culturally neutral options can significantly enhance perceived respect and service legitimacy.

Third, consistent with the finding that culturally congruent food supports emotional regulation and professional readiness, lounge differentiation strategies should explicitly incorporate food as part of performance support. Providing familiar and culturally appropriate food options can enhance travelers' confidence, focus, and preparedness prior to business engagements.

6.3 Limitations

As with all qualitative research, this study has limitations that should be acknowledged. The findings are based on a purposive sample of international business travelers and are not intended to be statistically generalizable. Instead, the study offers analytical generalization by developing theoretically informed insights grounded in rich empirical data.

Additionally, interviews were conducted retrospectively, relying on participants' reflections rather than real-time observation. While this approach enabled deep interpretive insight, future studies could complement interviews with ethnographic observation within airport lounges to capture in situ practices and interactions.

6.4 Directions for Future Research

This study opens several promising avenues for future research. Future research could examine how food-related cues influence actual lounge selection behavior under varying access constraints, using quantitative or experimental designs. Future research might also explore how digital technologies-such as pre-arrival lounge information or menu previews-shape expectations and cultural interpretation before travelers enter the lounge. Finally, comparative studies across different types of premium mobility spaces (e.g., airline cabins, business hotels, co-working hubs) could further illuminate the role of food in global professional life.

References

- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868–882. <https://doi.org/10.1086/426626>
- Bardhi, F., Eckhardt, G. M., & Arnould, E. J. (2012). Liquid relationship to possessions. *Journal of Consumer Research*, 39(3), 510–529. <https://doi.org/10.1086/664037>
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Baumann, S., Kennedy, E. H., & Johnston, J. (2022). Moral and aesthetic consecration and higher status consumers' tastes: The “good” food revolution. *Poetics*, 92(B), 101654. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2022.101654>
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: Fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 630–648. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00718-x>
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139–168. <https://doi.org/10.1086/209154>
- Bettman, J. R., Luce, M. F., & Payne, J. W. (1998). Constructive consumer choice processes. *Journal of Consumer Research*, 25(3), 187–217. <https://doi.org/10.1086/209535>
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71. <https://doi.org/10.1177/002224299205600205>
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2019). Destination foodscape: A stage for travelers' food experience. *Tourism Management*, 71, 466–475. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.005>
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and methods*. Prentice Hall.
- Bogicevic, V., Yang, W., Bilgihan, A., & Bujisic, M. (2013). Airport service quality drivers of passenger satisfaction. *Tourism Review*, 68(4), 3–18. <https://doi.org/10.1108/TR-09-2013-0047>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
- Cairns, K., Johnston, J., & Baumann, S. (2020). Caring about food: Doing gender in the foodie kitchen. *Gender & Society*, 24(5), 591–615. <https://doi.org/10.1177/0891243210383419>
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd ed.). Sage.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Faulconbridge, J. R., Beaverstock, J. V., Derudder, B., & Witlox, F. (2009). *Corporate ecologies of business travel in professional service firms*. Routledge.
- Fischler, C. (2011). Commensality, society and culture. *Social Science Information*, 50(3–4), 528–548. <https://doi.org/10.1177/0539018411413963>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Graham, A. (2018). *Managing airports: An international perspective* (5th ed.). Routledge.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? *Field Methods*, 18(1), 59–82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Han, H., Kiatkawsin, K., Jung, H., & Kim, W. (2020). The role of wellness spa tourism performance in building destination loyalty: The case of Thailand. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(5), 595–610. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1376031>
- Hennink, M. M., Kaiser, B. N., & Marconi, V. C. (2017). Code saturation versus meaning saturation. *Qualitative Health Research*, 27(4), 591–608. <https://doi.org/10.1177/1049732316665344>

- Johnston, J., & Baumann, S. (2015). *Foodies: Democracy and distinction in the gourmet foodscape* (2nd ed.). Routledge.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kranzbühler, A. M., Zerres, A., Kleijnen, M. H. P., & Verlegh, P. W. J. (2020) Beyond valence: a meta-analysis of discrete emotions in firm-customer encounters. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 478–498. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00707-0>
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Lashley, C. (2015). Hospitality and hospitableness. *Research in Hospitality Management*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.1080/22243534.2015.11828322>
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. Y. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3). https://www.researchgate.net/publication/216007436_Factors_Influencing_Tourist_Food_Consumption
- McColl-Kennedy, J. R., Vargo, S. L., Dagger, T. S., Sweeney, J. C., & Kasteren, Y. van. (2012). Health care customer value cocreation practice styles. *Journal of Service Research*, 15(4), 370–389. <https://doi.org/10.1177/1094670512442806>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moon, H., Yoon, H. J., & Han, H. (2016). Role of airport physical environments in the satisfaction generation process: Mediating the impact of traveller emotion. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(2), 193–211. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1048260>
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Rosenbaum, M. S., & Massiah, C. A. (2011). An expanded servicescape perspective. *Journal of Service Management*, 22(4), 471–490. <https://doi.org/10.1108/09564231111155088>
- Rozin, P. (2005). The Meaning of “Natural”: Process more important than content. *Psychological Science*, 16(8), 652–658. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2005.01589.x>
- Sheller, M., & Urry, J. (2006). The new mobilities paradigm. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 38(2), 207–226. <https://doi.org/10.1068/a37268>
- Shin, H., & Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, 91(October), 102664. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102664>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Sobal, J., & Bisogni, C. A. (2009). Constructing food choice decisions. *Annals of Behavioral Medicine*, 38(Suppl. 1), S37–S46. <https://doi.org/10.1007/s12160-009-9124-5>
- Thompson, C. J., & Tambyah, S. K. (1999). Trying to be cosmopolitan. *Journal of Consumer Research*, 26(3), 214–241. <https://doi.org/10.1086/209560>
- Tracy, S. J. (2020). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact* (2nd ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. Polity Press.

- Wen, M., Peng, X., Huang, J., Li, H., Wei, L., Cui, J., Zhang, M., Li, S., & Xie, P. (2021). *The attitude of the medical students in professional identity and career planning in China during COVID-19: A cross-sectional survey*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3811669>
- Wickham, J., & Vecchi, A. (2008). Local firms and global reach: Business air travel and the Irish software cluster. *European Planning Studies*, 16(5), 693–710. <https://doi.org/10.1080/09654310802049315>
- Wirtz, J., Kunz, W. H., Hartley, N., & Tarbit, J. (2023). *Service management: People, technology, strategy* (9th ed.). World Scientific.
- Yang, A., Wang, B., Huang, J., & Li, C. (2020). Service replanning in urban rail transit networks: Cross-line express trains for reducing the number of passenger transfers and travel time. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 115. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2020.102629>

หลักเกณฑ์วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์ (ฉบับปรับปรุง 2567)

วัตถุประสงค์

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์ เป็นวารสารวิชาการของสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีวิชาการในการเผยแพร่ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และผลงานการวิจัย/วิชาการทางด้านสังคมศาสตร์ การวิจัย และการพัฒนาสังคม

การรับพิจารณาบทความ

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์ มีนโยบายรับพิจารณาบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์และบทปริทัศน์ หนังสือ ของนักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษาและบุคคลทั่วไป ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องและได้มาตรฐานตามที่วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้โดยไม่คำนึงถึงหน่วยงานต้นสังกัด พื้นฐานทางการศึกษา แหล่งเงินที่พำนัก หรือศาสนาของผู้เขียน

คำแนะนำสำหรับการเตรียมต้นฉบับ

1. ต้นฉบับพิมพ์ด้วย Microsoft Word for Windows ความยาวไม่เกิน 10 - 20 หน้า กระดาษ A4 หรือไม่เกิน 7,000 ตัวอักษร (ดูรายละเอียดขนาดอักษร การจัดรูปแบบ และรูปแบบการอ้างอิงได้ในตามคำแนะนำการเตรียมต้นฉบับ ได้ที่ <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socialresearchjournal>)
2. มีบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 250 ตัวอักษร
3. ระบุ ชื่อของผู้เขียน หน่วยงานที่สังกัด
4. ผู้ส่งบทความควรตรวจสอบความถูกต้องของการพิมพ์ต้นฉบับ เช่น ตัวสะกด วรรคตอน และความเหมาะสม ความสละสลวยของการใช้ภาษา และควรแบ่งบทความให้ชัดเจนดังนี้
 - 4.1 บทความวิชาการ หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนออย่างสมบูรณ์ และมีลำดับเนื้อหาที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน รวมถึงมีการใช้ทฤษฎีวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ตามหลักวิชาการ โดยมีการสรุปประเด็น อาจเป็นการนำความรู้ กรอบแนวคิดและทฤษฎีจากแหล่งต่างๆ มาสังเคราะห์ โดยที่ผู้เขียนสามารถให้ทัศนะทางวิชาการผ่านมุมมองของตนเองได้อย่างเด่นชัด และเกิดประโยชน์แก่ผู้อ่าน
 - 4.2 บทความวิจัย ควรให้มีการนำเสนอการวิจัยและผลที่ได้รับอย่างเป็นระบบ
5. ผลงานวิชาการที่ส่งมาต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อนหรือกำลังอยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารฉบับอื่นๆ
6. กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความที่ส่งมาและเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิคัดกรองบทความ เพื่อพิจารณาคุณภาพความเหมาะสมของบทความก่อนการจัดพิมพ์
 - 6.1 ในกรณีที่ผลการพิจารณาให้จัดพิมพ์ได้ หรือต้องมีการปรับปรุงแก้ไขก่อน กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ทราบ โดยผู้เขียนจะต้องดำเนินการปรับแก้ให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด และกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการตกแต่งต้นฉบับให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
 - 6.2 ในกรณีที่ผลการพิจารณาไม่สามารถจัดพิมพ์ได้ กองบรรณาธิการจะแจ้งและส่งต้นฉบับผลงานคืนแก่ผู้เขียน
7. ลิขสิทธิ์ของผลงาน ทัศนะและข้อคิดเห็นในวารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์ เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน มิใช่ทัศนะและข้อเขียนของกองบรรณาธิการ หรือสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้ประสงค์จะนำข้อความใดๆ ไปผลิต/เผยแพร่จะต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนและกองบรรณาธิการวารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์ว่าด้วยกฎหมายลิขสิทธิ์

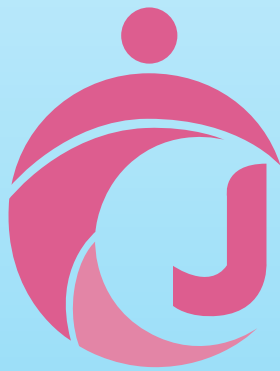
แนวทางในการพิจารณาบทความ

1. กองบรรณาธิการ ส่งบทความไปยังผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาคัดกรองบทความ ตามความสนใจ และความเชี่ยวชาญของผู้ทรงคุณวุฒิสองท่านต่อหนึ่งบทความ
2. ผู้ทรงคุณวุฒิจะให้ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ ตามที่เห็นสมควร ลงในแบบฟอร์มข้อคิดเห็นเกี่ยวกับบทความ และส่งคืนกลับยังกองบรรณาธิการ
3. กองบรรณาธิการส่งต้นฉบับและข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิให้ผู้เขียนปรับแก้ไข (ถ้ามี) ภายในระยะเวลา 2 เดือน และส่งต้นฉบับ (ฉบับแก้ไข) กลับมายังกองบรรณาธิการเพื่อพิจารณาว่าได้รับแก้ไขหรือไม่ อย่างไร

วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์ ยินดีพิจารณาบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์และบทปริทัศน์หนังสือ ของนักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษาและบุคคลทั่วไป ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องและได้มาตรฐานตามที่วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์ได้กำหนดไว้ ผู้เขียนสามารถส่งต้นฉบับผ่านเว็บไซต์ <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socialresearchjournal> และสามารถดูรูปแบบและคำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับได้ตามเว็บไซต์ข้างต้น บทความทุกเรื่องจะผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายใน และภายนอก โดยกองบรรณาธิการใช้ระบบการประเมินที่ผู้ประเมินและผู้เขียนบทความต่างไม่ทราบชื่อของแต่ละฝ่าย (double-blind review) ทั้งนี้ ข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ตีพิมพ์ในวารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์ ถือเป็นความเห็นของผู้เขียน



สถาบันวิจัยสังคม
SOCIAL RESEARCH INSTITUTE
Chulalongkorn University



วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์

Journal of Social
Research and Review



วารสารแห่งสถาบันวิจัยสังคม
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
A Journal of the Social
Research Institute,
Chulalongkorn University