



วารสารคหกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

JOURNAL OF

Sustainable Home Economics and Culture

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1

เดือน มกราคม - เมษายน

ISSN: 3027-6071 (ONLINE)

วารสารเศรษฐศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

Journal of Sustainable Home Economics and Culture

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน 2568

ISSN 3027-6071 (online)



คณะกรรมการจัดทำวารสาร

ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ

ดร.ณัฐวรพล	รัชสิริวัชรบุล	อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ดร.ชลากกร	อุดมรักษาสกุล	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ	โสทรโยม	คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
----------------------------	---------	-------------------------------

รองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณนันท	แดงสังวาลย์	ผู้ช่วยคณบดี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
-----------------------------	-------------	---------------------------------------

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ปราณี	อ่านเปรื่อง	ข้าราชการบำนาญ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.อุทัย	กลิ่นเกษร	คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.วันดี	ไทยพานิช	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ประหยัด	สายวิเชียร	ข้าราชการบำนาญ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร	เรียบร้อย คิม	คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย	เจริญชัย	คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.วิชัย	เจริญธรรมานนท์	WCN Food Academy

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในสถาบัน

ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์	เจริญชัย	คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรศินัย	ทับใบแย้ม	คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรัชญา	แพมมงคล	คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้ทรงคุณวุฒิผู้ประเมินบทความ (Peer Review)

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์	ศิริวงศ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ	ไพวิทยศิริธรรม	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.จิราพัทธ์	แก้วศรีทอง	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
รองศาสตราจารย์ ดร.จอมขวัญ	สุวรรณรักษ์	ข้าราชการบำนาญ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑามาศ	พิรพัชระ	ข้าราชการบำนาญ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญญา	มานะโรจน์	ข้าราชการบำนาญ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชานนท์	ทวีผล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธ์สุดดี	สาธุนวัฒน์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฤทัย	เรืองธรรมสิงห์	คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิภา	หุตะกมล	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร	ก้อารโย	ข้าราชการบำนาญ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสรัจจ์	วิสุทธิแพทย์	โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายบังอร	ปานพรม	โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ	ทองคำลิ่ง	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์จิรา	ฉัตรวานิช	คณะกรรมการธุรกิจอาหาร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์	รูปงาม	คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤษณา	คงเลิศยศ	คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ดร.อัจฉรีย์	มานะกิจ	กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
ดร.ณัชชา	พันธุ์วงศ์	โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ดร.พรอริยา	ฉรินัง	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ดร.วราภรณ์	ลำเภา	คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์เจตนิพัทธ์	บุญยสวัสดิ์	คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม	มานะรุ่งวิทย์	คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตินันท์	ศรีสุวรรณ	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉันทนา	ปาปัดถา	คณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้อมจิตต์	สุธิบุตร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณนันท	แดงสังวาลย์	คณะเทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพาฬภรณ์	ธีรมงคล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รุ่งฤทัย	รำพึงจิต	คณะเทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรัชญา	แพมมงคล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรรณิการ์	โกสุม	คณะเทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวณีย์	อารีจจเจริญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ดร.สุชีรา	ผ่องใส	คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น
ดร.เปรมระพี	อุยมาวีรหิรัญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ดร.ฉัตรยา	งามเลิศ	คณะเทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์
ดร.จักรกฤษณ์	ทองคำ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
		คณะเทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์
		มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คณะกรรมการจัดทำเล่มวารสาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์คันสนีย์	ทิมทอง	ออกแบบรูปเล่ม และตรวจสอบความสมบูรณ์
ดร.เกศทิพย์	กรี่เงิน	พิสูจน์อักษรภาษาไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัชชา	หัตยานานนท์	ประสานงาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อินท์ธิมา	หิรัญอัครวงศ์	ประสานงาน
ดร.เปรมระพี	อุยมาวีรหิรัญ	ประสานงาน
นางสาวลัดดาวัลย์	กลินมาลัย	ประสานงาน
นางสาวจิราภัทร	โอทอง	ประสานงาน
นางสาวธนิกานต์	นับวันดี	ประสานงาน
นางสาวอังสนา	อนุชานันท์	ประสานงานและเลขานุการ
นายกิตติพงษ์	มายา	ประสานงาน/จัดทำรูปเล่ม/ออกแบบปก

ติดต่อกองบรรณาธิการ

กองบรรณาธิการวารสารคหกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

คณะเทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวัดพิทยาลงกรณ์ เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

เว็บไซต์ : <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/hecrmutp/index>

<http://www.hecrmutp.ac.th/>

โทรศัพท์ : 0-2665 3888 ต่อ 8255

E-mail: hecjournal@rmutp.ac.th



บทบรรณาธิการ

วารสารคหกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ฉบับนี้เป็น ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 ประจำปี 2568 มีกำหนดการเผยแพร่ในเดือนมกราคม-เมษายน 2568 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ แนวคิดทางคหกรรมศาสตร์และวัฒนธรรม ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การส่งเสริมให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการเผยแพร่และบริการวิชาการแก่สังคมที่ยั่งยืน อันได้มาจากการศึกษาค้นคว้าวิจัย ตลอดจนแง่มุมต่าง ๆ บทความทุกเรื่องได้ผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงจากกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาหรือที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาที่มาจากหลากหลายสถาบัน ทั้งภายในและภายนอก

สำหรับบทความที่ผ่านกระบวนการพิจารณาเพื่อเผยแพร่ในฉบับนี้มีทั้งสิ้น 12 เรื่อง โดยบทความในกลุ่มแรกคือบทความสาขาศิลปะประดิษฐ์ จำนวน 4 บทความ 1 เรื่อง “แนวทางสู่ความสำเร็จในการแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ระดับประเทศ: บทเรียนจากผู้ชนะเลิศงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ ปี 2567” โดย ศักกรินทร์ หงส์รัตนาวรกิจ และคณะ เรื่องที่ 2 คือ “การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุดโคมไฟจากเส้นใยกรมะขามจังหวัดเพชรบูรณ์” โดย สุนันทา รัตนทอง และกฤษฎณา เกตุคำ เรื่องที่ 3 คือ “การพัฒนาเครื่องประดับจากดินปั้นขี้เลื่อย” โดย นพว สิละศุภพงษ์ และศิริลักษณ์ สุพักตร์วิบูลย์ เรื่องสุดท้าย คือ “การจัดการวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว” โดย สุพิเชษฐ์ ทองอ่อน และคณะ บทความกลุ่มต่อมาคือกลุ่มสาขาเสื้อผ้าและสิ่งทอ จำนวน 2 บทความ เรื่อง “การพัฒนาเครื่องแต่งกาย Unisex ด้วยผ้าขาวม้าท้องถิ่นภาคกลางของประเทศไทย” โดย เกศทิพย์ กริ่งเงิน และคณะ เรื่องที่ 2 คือ “การพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีโดยใช้การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวีส์ร่วมกับชุดฝึกทักษะสำหรับนักศึกษาชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1” โดย ชูชัยปะห์ มะอูเซ็ง และคณะ กลุ่มต่อมาคือบทความสาขาอาหารและโภชนาการ จำนวน 6 บทความ แบ่งเป็นบทความวิจัย 4 บทความ เรื่องที่ 1 ได้แก่ “การส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี” โดย ภูริ ชุนท์ขจร และคณะ เรื่องที่ 2 คือ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของเจนเอเรชั่นซี” โดย ศศิวรรณ โสภ และคณะ เรื่องที่ 3 คือ “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม” โดย นลินี พานสายตา และคณะ เรื่องสุดท้ายคือ “ภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพร การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน” โดย วิรุทธ เปลียนสำโรง และคณะ สำหรับบทความวิชาการที่อยู่ในกลุ่มสาขาอาหารและโภชนาการ จำนวน 2 บทความ ได้แก่ “น้ำปลาพริก: เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลา สิ่งเล็ก ๆ ในสำหรับแต่ยิ่งใหญ่เรื่องรสชาติ” โดย ภูษิษฐ์ สว่างสุข และบทความเรื่อง “แผนผังต้นแบบสูตรอาหาร:

เครื่องมือสร้างสรรค์สูตรอาหารอย่างเป็นระบบ” โดย วีร วงศ์สันติวินิช และคณะ
ซึ่งประโยชน์ของบทความวิจัยทั้งหมดนี้ จะส่งผลต่อการผลิตนวัตกรรมของคหกรรมศาสตร์ให้
เป็นประโยชน์ยั่งยืนต่อวงการวิชาการ สังคม และชุมชนต่อไป

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้เขียนทุกท่านที่ส่งบทความเข้ามารับการพิจารณาตีพิมพ์
เผยแพร่ และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้พิจารณาบทความ ให้ข้อเสนอแนะ เพื่อ
พัฒนาบทความมีความสมบูรณ์ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของวารสาร
ฉบับนี้ วารสารคหกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้
จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่านทุกท่าน

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
1. แนวทางสู่ความสำเร็จในการแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ระดับประเทศ: บทเรียนจากผู้ชนะเลิศงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่นระดับประเทศ ปี 2567 ศักกรินทร์ หงส์รัตนาวรกิจ เสริมศรี สงเนียม และอัครพล ไวเชียงคำ	1-15
2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุดโคมไฟจากเส้นใยกรมะขาม จังหวัดเพชรบูรณ์ สุนันทา รัตนทอง และกฤษฎณา เกตุคำ	16-27
3. การพัฒนาเครื่องประดับจากดินปั้นขี้เลื่อย นพาลี ลีละสุภพงษ์ และศิริลักษณ์ สุพักตร์วิบูลย์	28-42
4. การจัดการวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว สุพิเชษฐ์ ทองอ่อน จริญญา พจนา และนวรินทร์ ตาก้อนทอง	43-57
5. การพัฒนาเครื่องแต่งกาย Unisex ด้วยผ้าขาม้าท้องถิ่นภาคกลางของ ประเทศไทย รัฐดาภรณ์ ถิระแก้ว กมลชนก บุตรา เกศทิพย์ กรี่เงิน ประพาฬภรณ์ อีรมงคล และสุวดี ประดับ	58-73
6. การพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีโดยใช้การจัดการเรียนรู้ตาม แนวคิดของเดวีส์ร่วมกับชุดฝึกทักษะ สำหรับนักศึกษาชั้นประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ชวีย์บะห์ มะอุเฮ็ง สุพรรณษา สุวรรณชาติ ธีรพงศ์ศักดิ์ รอบคอบ และฉัตรธิดา หยุคง	74-87
7. การส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ภูริ ชุมห้ขจร พงศ์สุระ ธัญญเจริญอนุกุล อีราพัทธ์ ชมชื่นจิตต์สิน นิลุบล ประเคนภักตรา และบุญยง สุข สีสหะสุวรรณ	88-99
8. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของเจนเนอร์ชันซี ศศิวรรณ โสภานิติชนม์ เวียงสมุทร สาวิภา เกลี้ยงกมล และธนพล นิยมมณี	100-116

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
9. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความขึ้นชอบผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทย ประยุกต์ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม นลินี พานสายตา นิตินัย รุ่งจินดารัตน์ จิรภรณ์ชัย ไขยา ณัฐชยา สีคำ พิชามญช์ ศักดา และภักรมย์ วังสนธิเลิศกุล	117-133
10. ภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพร การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อ ความยั่งยืนของชุมชน วิริยยุทธ เปลี่ยนสำโรง ศิวพร ยิ้มแต่ จารุวรรณ เนตรบุตร กนกวรรณ เตียศิริ และจุฑามาศ พิรพัชระ	134-147
บทความวิชาการ	
11. น้ำปลาพริก: เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลา สิ่งเล็ก ๆ ในสำหรับแต่ยิ่งใหญ่เรื่อง รสชาติ ภูษิษฐ์ สว่างสุข	148-161
12. แผนผังต้นแบบสูตรอาหาร: เครื่องมือสร้างสรรค์สูตรอาหารอย่างเป็นระบบ วีร์ วงศ์สันติวนิช นิตินัย รุ่งจินดารัตน์ วาฑิต อินทลักษณ์ และปิยวิทย์ ตันติเวทย์	162-178

**แนวทางสู่ความสำเร็จในการแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ระดับประเทศ :
บทเรียนจากผู้ชนะเลิศงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศปี 2567**
**Pathways to Victory in the National Fruit and Vegetable Carving
Competition: Lessons from the Winners of the 2024 National Local
Education Management Fair**

ศักรินทร์ หงส์รัตนาวรกิจ^{1*}, เสริมศรี สงเนียม² และอัศรพล ไชยงค์³
Sakarin Hongrattanavorakit^{1*}, Semsri Songnearm² and Akkarapol Waichiangkha³

Received 18 ตุลาคม 2567 Revised 3 มกราคม 2568 Accepted 17 กุมภาพันธ์ 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยา เพื่อศึกษาแนวทางการสำเร็จของการเป็นผู้ชนะเลิศ สภาพปัญหาและอุปสรรคของการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ระดับประเทศ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้แข่งขันที่ชนะเลิศการประกวดแกะสลักผักและผลไม้ ประถมศึกษาตอนปลายปีที่ 4-6 มัธยมศึกษาตอนต้นปีที่ 1-3 มัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4-6 ครูผู้ควบคุมการฝึกซ้อม ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้ปกครองนักเรียน จำนวน 16 คน โดยการสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า แนวทางสู่ความสำเร็จการเป็นผู้ชนะเลิศการแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ระดับประเทศ ได้แก่ การวางแผนของผู้บริหาร คณะครู และบุคลากรในโรงเรียน กระบวนการคัดเลือกนักเรียน การวางแผนการฝึกซ้อมสำหรับการแข่งขัน กระบวนการฝึกซ้อม แนวคิดการสร้างสรรค์จัดตกแต่ง การแข่งขันจริง การสรุป และสภาพปัญหาและอุปสรรคของการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ ได้แก่ ตัวบุคคล วัตถุดิบ สถานที่การแข่งขัน งบประมาณค่าใช้จ่าย และการประสานงาน

คำสำคัญ: การแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้, รางวัลชนะเลิศการแข่งขัน, งานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

¹ Assistant Professor, Faculty of Home Economics, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

² Assistant Professor, Faculty of Home Economics, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานูนา

³ Assistant Professor, School of Culinary Arts, Suan Dusit University, Suphanburi Campus

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ : e-mail: sakarin.ho@rmutp.ac.th

Abstract

This research is a qualitative study employing phenomenological methodology to investigate the pathways to success for winners in national fruit and vegetable carving competitions, as well as the challenges and obstacles encountered along the way. The primary informants comprised winners from the competitions in grades 4-6, 7-9, and 10-12, alongside their supervising teachers, school administrators, and students' parents, totaling 16 participants. Collected Data through interviews and participant observations. The findings identified key success factors, including strategic planning by school administrators, teachers, and staff; the student selection process; thorough planning and preparation; structured training; creative conceptualization and design; execution during the competition; and post-event evaluation. The challenges and obstacles observed included individual limitations, material availability, competition venues, budget constraints, and coordination difficulties. The study's findings provide valuable insights into the factors that contribute to success in these competitions, underscoring the significance of this research to education and competition.

Keywords: Fruit and Vegetable Carving Competition, Competition Winners, National Local Education Management Fair

1. บทนำ

การจัดการศึกษาท้องถิ่นเป็นการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้สำหรับทุกคน และเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ตระหนักและรับรู้ปัญหาความต้องการของท้องถิ่นและชุมชนของตน (กฤตยากร ลดาวัลย์, 2563) จากการวิจัยของ ศิริดา แพงไทย และคณะ (2564) ความต้องการจำเป็นของการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 โรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกล่าวว่า การส่งเสริม พัฒนาคุณภาพผู้เรียนให้มีทักษะในศตวรรษที่ 21 ควรพัฒนาคุณภาพของการจัดการเรียนการสอน การพัฒนาทักษะชีวิต พัฒนาระบวนการคิด ทักษะอาชีพ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจัดการศึกษา แหล่งเรียนรู้ ค้นคว้า ออนไลน์ หรืออื่น ๆ เพื่อยกระดับความสามารถของผู้เรียนให้สามารถดำเนินชีวิตในอนาคต

การจัดการเรียนการสอนวิชาการแกะสลักผักและผลไม้ที่ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความรู้สึกละเอียดอ่อน กระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ ซึ่งการเรียนรู้ต้องผ่านกระบวนการคิด การเปรียบเทียบเชื่อมโยงความรู้เดิมและความรู้ใหม่ ๆ จนเกิดความเข้าใจ แสดงออกถึงทักษะความสามารถในการนำความรู้การแกะสลักผักและผลไม้ไปประกอบอาชีพ และสร้างเจตคติที่ดีต่อการอนุรักษ์งานแกะสลักผักและผลไม้ (ศักรินทร์ หงส์รัตนารกิจ และอัครพล ไวเชียงคำ, 2565) ปัจจุบันช่างแกะสลักมีจำนวนที่ลดลง

การพัฒนาศักยภาพของนักเรียนจากการฝึกซ้อม ประสบการณ์ที่ได้จากการแข่งขัน กิจกรรมการแข่งขันทำให้นักเรียนได้พัฒนาศักยภาพของตนเอง ได้เรียนรู้การเตรียมวัสดุ ลวดลายการแกะสลัก การปฏิบัติงานอย่างถูกสุขลักษณะและการจัดตกแต่งนำเสนอผลงานการแกะสลักผักและผลไม้ รวมทั้งได้เรียนรู้จากผู้เข้าร่วมแข่งขันทีมอื่น ๆ อีกด้วย เพื่อพัฒนาตนเองในการก้าวสู่อาชีพช่างฝีมือแกะสลักผักและผลไม้ของไทยต่อไป (ศกรินทร์ หงส์รัตนาวรกิจ, 2566) หลักเกณฑ์การประกวดแข่งขันทักษะวิชาการ ระดับประเทศ ครั้งที่ 13 ประจำปี 2567 ส่งเสริมให้นักเรียน และครูในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้มีโอกาสแสดงความรู้ ความสามารถทางวิชาการที่สร้างสรรค์ (เทศบาลนครเชียงราย, 2567) การฝึกซ้อมแกะสลักผักและผลไม้จำเป็นต้องรู้ทฤษฎีควบคู่กับการลงมือปฏิบัติฝึกฝีมือให้มีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน การบูรณาการงานเป็นรายบุคคล การทำงานเป็นกลุ่ม และฝึกการสร้างภาวะผู้นำ และยังเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการใช้อิทธิพลทางวัฒนธรรม (Soft power) จากงานวิจัยของสาธิต เพ็ชรงาม และณฐกรณ์ รัตนชัยวงศ์ (2567) การสร้างสรรค์การแสดงเพื่อการประกวดวงดนตรีลูกทุ่งระดับมัธยมศึกษา พบว่ากระบวนการดำเนินงานในการสร้างสรรค์การแสดงมีขั้นตอน ได้แก่ 1) การวางแผนและดำเนินงานร่วมกับบุคลากรภายในสถานศึกษา 2) การคัดเลือกนักเรียนนำ 3) การคัดเลือกเพลงที่ใช้ในการประกวด 4) การกำหนดแนวคิดหลักของการแสดง 5) การสร้างสรรค์ทำนองดนตรีประกอบการแสดง 6) ออกแบบและผลิตองค์ประกอบการแสดง 7) การซ้อมใหญ่และปรับปรุงแก้ไขการแสดง 8) การแข่งขันรอบคัดเลือก 9) การพัฒนาการแสดงสำหรับรอบถัดไป และงานวิจัยของอภิวัฒน์ สุริยศ (2566) การถอดบทเรียนในการฝึกซ้อมวงดุริยางค์เครื่องลมสำหรับการเข้าประกวด ในระดับมัธยมศึกษา พบว่า วงดุริยางค์เครื่องลมได้ทำการฝึกซ้อมวงในช่วงเปิดและช่วงปิดภาคเรียน โดยได้แยกฝึกซ้อมกลุ่มย่อยและฝึกรวมวง มุ่งเน้นทางด้านการฝึกซ้อมพื้นฐานการบรรเลงดนตรี รวมถึงการฝึกซ้อมเทคนิคต่าง ๆ โดยมีปัญหาที่พบได้แก่ 1) ปัญหาการควบคุมระดับเสียง 2) ปัญหาการควบคุมความเที่ยงตรงของเสียง 3) ปัญหาการสร้างเสียงให้มีคุณภาพ 4) ปัญหาด้านนักเรียนไม่สามารถอ่านโน้ตดนตรีได้ดีเท่าที่ควร ปัญหาและอุปสรรคที่พบมีผลกระทบต่อการฝึกซ้อมและการแข่งขันของบุคคลสมาชิกในทีมต้องใช้ความอดทน ความเครียดจากการฝึกซ้อมและการแข่งขัน ผลของการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้นชี้ให้เห็นว่า จำเป็นต้องศึกษาแนวทางการฝึกซ้อมการแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้เพื่อพัฒนาเสริมสร้างหรือปรับปรุงแก้ไข การปฏิบัติงาน เทคนิค ทักษะ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากงานวิจัยประสบการณ์การปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติการพยาบาลชั้นสูง ของทรงสมร สอนจันทร์ และวาสนี วิเศษฤทธิ์ (2560) ใช้วิธีการศึกษาปรากฏการณ์วิทยา ข้อมูลที่ได้ทำให้เข้าใจประสบการณ์ของผู้ปฏิบัติการพยาบาลชั้นสูง

จากสภาพปัญหาและเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางสู่ความสำเร็จในการแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ระดับประเทศ : บทเรียนจากผู้ชนะเลิศงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ ปี 2567 เพื่อการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการวางแผนกระบวนการคัดเลือกนักเรียน กระบวนการฝึกซ้อม แนวคิดการสร้างสรรคจัดตกแต่ง และอื่น ๆ เพื่อศึกษาแนวทางความสำเร็จของการเป็นผู้ชนะเลิศการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ และศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคความสำเร็จของ

การเป็นผู้ชนะเลิศการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ ผลการวิจัยนี้สามารถเป็นข้อมูลพื้นฐานในการอนุรักษ์และพัฒนางานแกะสลักผักและผลไม้ และเป็นแนวทางสำหรับโรงเรียนที่ต้องการจัดกิจกรรมการประกวดแข่งขันระดับเขต ระดับภาค และระดับประเทศต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาแนวทางความสำเร็จของการเป็นผู้ชนะเลิศการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ เพื่อความเป็นเลิศในอนาคต

2.2 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการศึกษาปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่ลึกซึ้งของแต่ละบุคคล และความหมายที่ผู้ให้ข้อมูลมีต่อปรากฏการณ์วิทยาที่ศึกษา (อรัญญา ปลดเปลื้อง, 2556) ทำให้เข้าใจประสบการณ์ส่วนบุคคลอย่างสะท้อนความเป็นจริงของผู้เข้าร่วมมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาแนวทางความสำเร็จของการเป็นผู้ชนะเลิศการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ระดับประเทศ และศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ

3.1.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับการแกะสลัก การประกวดแข่งขันแกะสลัก ได้แก่ ผู้ชนะการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ โดยกำหนดคุณสมบัติดังนี้ ทีมโรงเรียนที่ชนะเลิศอันดับ 1 ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ ครั้งที่ 13 ประจำปี 2567 ระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4-6) ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-3) และระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-6) ประกอบด้วย นักเรียน ครูผู้ควบคุมการฝึกซ้อมผู้บริหารสถานศึกษา ผู้ปกครอง และถือเป็นกระบวนการที่เหมาะสมเพราะผู้ให้ข้อมูลเหล่านี้สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกและมุมมองที่หลากหลายซึ่งจำเป็นต่อการทำความเข้าใจปรากฏการณ์วิทยาได้อย่างครบถ้วน

3.2 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล เครื่องมือที่สำคัญที่สุดสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือผู้วิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและครบถ้วนเพื่อศึกษาแนวทางสู่ชัยชนะในการแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ระดับประเทศ ผู้วิจัยได้เตรียมตัวในส่วนของความรู้ ด้วยการศึกษารายละเอียดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางความสำเร็จ สภาพปัญหาและอุปสรรคการประกวดแข่งขัน

แกะสลักผักและผลไม้ ผู้วิจัยได้เตรียมแนวคำถามการสัมภาษณ์ปลายเปิด และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เตรียมเครื่องบันทึกภาพและบันทึกเสียง อุปกรณ์จัดบันทึก

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

3.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ข้อมูลบุคคลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) โดยผู้วิจัยได้จัดทำแนวคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งได้จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ นักเรียน ครูผู้ควบคุมการฝึกซ้อมผู้บริหารสถานศึกษา และผู้ปกครอง ทีมโรงเรียนที่ชนะเลิศอันดับ 1 ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ ครั้งที่ 13 ประจำปี 2567 รวมทั้งสิ้นจำนวน 16 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จนกระทั่งข้อมูลอิ่มตัวแล้วจึงนำข้อมูล ที่ได้มาวิเคราะห์ในขั้นตอนถัดไป ความเหมาะสมของจำนวนผู้ให้ข้อมูล จำนวนผู้ให้ข้อมูลหลัก 16 คนถือว่าเหมาะสมสำหรับการวิจัยปรากฏการณ์วิทยา เนื่องจากการวิจัยประเภทนี้ไม่ได้เน้นจำนวนผู้ให้ข้อมูลที่มาก แต่เน้นความลึกซึ้งของข้อมูลที่ได้รับ ผู้ให้ข้อมูล 16 คนเพียงพอที่จะครอบคลุมประสบการณ์และมุมมองที่หลากหลาย ซึ่งช่วยให้สามารถวิเคราะห์และตีความความหมายของประสบการณ์ได้อย่างครอบคลุมและลึกซึ้ง นอกจากนี้ จำนวนนี้ยังช่วยให้กระบวนการเก็บข้อมูลสามารถทำได้อย่างละเอียดและเป็นระบบภายในระยะเวลาที่กำหนด การสัมภาษณ์สิ้นสุดลงเมื่อมีความอิ่มตัวของข้อมูล กล่าวคือ ประเด็นที่ได้ซ้ำและไม่มีข้อมูลใหม่เพิ่มเติม (ทรงสมร สวนจันทร์ และวาสนี วิเศษฤทธิ์, 2560)

3.3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ข้อมูลประเภทเอกสารต่าง ๆ โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานในการประกวดแข่งขันการแกะสลักผักและผลไม้

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ผลข้อมูลผู้วิจัยใช้หลักการอุปมาน (Inductive approach) โดยอาศัยการวิเคราะห์และการสังเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่ออธิบายผลที่เกิดขึ้นโดยการวิเคราะห์ ทำการแยกแยะจัดข้อมูลเข้าหมวดหมู่ ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ และจุดเด่นหรือจุดที่สำคัญของข้อมูล ส่วนการสังเคราะห์ ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลสองสิ่งขึ้นไปมาทำการตีความ (Interpretation) และแปลผลเพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่ ทราบความหลากหลายของข้อมูล ความสอดคล้อง และเชื่อมโยงกับแนวคิดหรือทฤษฎี (ณัฐภูมิ สมบูรณ์ทวี และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2560)

3.5 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยพิจารณาแหล่งข้อมูลหลายแหล่ง แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกันเพื่อยืนยันผลการวิจัย การตรวจสอบแบบสามเส้าคือ 1) การใช้แหล่งข้อมูลหลากหลาย 2) การใช้วิธีการเก็บข้อมูลหลากหลาย 3) การตรวจสอบโดยนักวิจัยหลายคน 4) การใช้ทฤษฎีหลากหลายชุด และ 5) การตรวจสอบการวิเคราะห์ซ้ำที่เกิดจากองค์ความรู้สำคัญ (ตระกูล จิตวัฒนากร และคณะ, 2567)

4. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำแนวทางความสำเร็จ และสภาพปัญหาและอุปสรรค การประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรม การจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ ดังนี้

4.1 แนวทางความสำเร็จของการเป็นผู้ชนะเลิศการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ

4.1.1 การวางแผนของผู้บริหาร คณะครู และบุคลากรในโรงเรียน ได้แก่

1) การจัดสรรงบประมาณสำหรับการแข่งขันแกะสลัก ผู้บริหาร คณะครู จัดทำโครงการ ขออนุมัติงบประมาณหรือการจัดทำโครงการรองรับการแข่งขันทักษะทางวิชาการ ผู้บริหาร คณะครู และบุคลากรในโรงเรียนให้การสนับสนุน อำนวยความสะดวกในการฝึกซ้อม การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการแข่งขัน 2) การศึกษาหาข้อมูล ผู้บริหาร คณะครู มีการศึกษาข้อมูล แนวทางการแข่งขัน เกณฑ์กติกาการแข่งขันรวมข้อห้ามต่าง ๆ และการประเมินศักยภาพของ คู่แข่งในปีที่ผ่านมา รายชื่อของคณะกรรมการ เพื่อนำมาประเมินแนวทาง การวางแผนผลงาน ตนเอง และ 3) การแต่งตั้งครูที่มีประสบการณ์หรือมีความเชี่ยวชาญในด้านการแกะสลักเป็นผู้ ควบคุมดูแลนักเรียน ในการฝึกซ้อม หรือการเชิญวิทยากรที่มีประสบการณ์การแกะสลักมาเป็น ผู้ควบคุมดูแลนักเรียนในการฝึกซ้อม

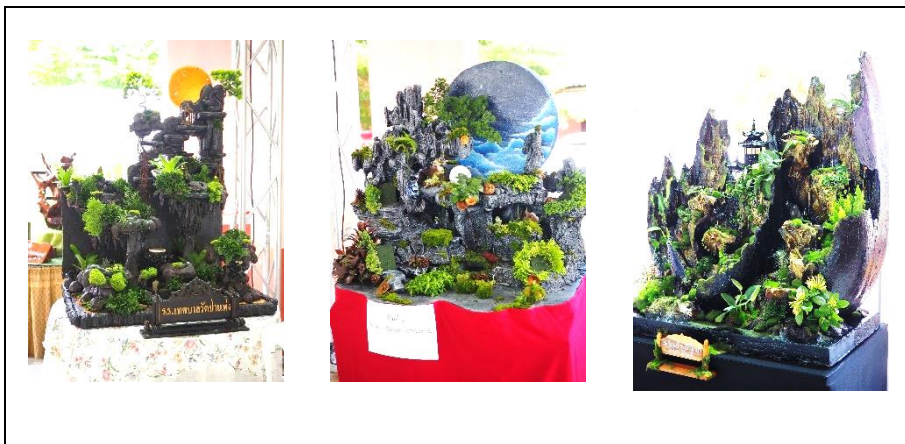
4.1.2 กระบวนการคัดเลือกนักเรียนที่มีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) การรับสมัคร นักเรียนที่มีความสนใจ มีทัศนคติที่ดีด้านแกะสลัก 2) นักเรียนที่มีความสามารถพิเศษ มีความรู้ พื้นฐานและประสบการณ์การแกะสลัก 3) นักเรียนที่คัดเลือกมีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบ รู้หน้าที่ ตรงต่อเวลาในการฝึกซ้อม 4) นักเรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมทีม รู้จัก แก้ปัญหาต่าง ๆ 5) ผู้ปกครองสนับสนุนการทำกิจกรรมของโรงเรียน ซึ่งบางครั้งเด็กนักเรียน ฝีมือระดับกลางแต่มีใจรัก สามารถฝึกฝนบ่อย ๆ จนเก่งได้เช่นเดียวกัน

4.1.3 วางแผนการฝึกซ้อมสำหรับการแข่งขัน ได้แก่ 1) การเปิดรายวิชา แกะสลักผักและผลไม้เพิ่มเติมในหลักสูตรของกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ หรือการจัดตั้ง ชุมนุมการแกะสลักผักและผลไม้ 2) การจัดตารางการฝึกซ้อม โดยกำหนดวันเวลาซ้อม เช่น ซ้อมหลังเลิกเรียนวันละ 1 ชั่วโมง ซึ่งไม่กระทบกับการเรียนและแจ้งผู้ปกครองนักเรียนทราบ 3) กำหนดเนื้อหาในการฝึกซ้อมเริ่มตั้งแต่ลวดลายพื้นฐานจนถึงการประยุกต์ลวดลาย นอกจากนี้ ให้นักเรียนฝึกซ้อมด้วยตนเองโดยนำผลไม้ไปแกะสลักที่บ้านในวันเสาร์ อาทิตย์ 4) รุ่นพี่สอน รุ่นน้องฝึกซ้อมการแกะสลักร่วมกันหรือนักเรียนที่เคยมีประสบการณ์ช่วยสอนเพื่อน 5) การเลือกลวดลายในการแข่งขันมีความหลากหลายสวยงามเหมาะสมกับความถนัดของแต่ละคน

4.1.4 กระบวนการฝึกซ้อม ได้แก่ 1) เริ่มจากการสร้างความรู้พื้นฐาน ทักษะ และเทคนิคการแกะสลัก เช่น การเลือกใช้อุปกรณ์ในการแกะสลัก การเตรียม วิธีการใช้ เครื่องมืออุปกรณ์ในการแกะสลัก การปฏิบัติงานขั้นตอนการแกะสลักและเทคนิคการแกะสลัก การดูแลรักษาวัสดุอุปกรณ์และผลงานแกะสลัก เป็นต้น 2) ทักษะแกะสลัก โดยเริ่มฝึก

การแกะสลักลวดลายพื้นฐานได้แก่ ลายดอกข่า ลายใบไม้ ลายดอกกรักเร่ ลายดอกบานชื่น โดยมีรุ่นพี่ช่วยสอนและคอยชี้แนะการใช้วัสดุ การปฏิบัติงานเช่น การตัด การหั่น การเกลา การเซาะ การแกะสลักที่ถูกต้อง นักเรียนมีการร่วมสังเกตข้อบกพร่องของตนเองร่วมกับรุ่นพี่ นักเรียนที่ไม่มีประสบการณ์จะฝึกแกะสลักลวดลายเดิมซ้ำ ๆ เพื่อให้เกิดความชำนาญ เมื่อมีทักษะที่ดีขึ้นครูและรุ่นพี่มีการปรับเปลี่ยนลวดลายความยากขึ้นโดยรุ่นพี่สอนสาธิตให้รุ่นน้องปฏิบัติตาม นอกจากนั้นการสร้างทักษะแกะสลักลวดลายขั้นกลาง ขั้นสูง และเทคนิคต่าง ๆ เช่น ลายเครือเถา ลายเส้น ตัวสัตว์ เทคนิคการพลิกมีด เทคนิคการติดกาว เป็นต้น การสร้างสรรค์ลวดลายใหม่ ๆ ให้เหมาะสมกับความถนัดของนักเรียนแต่ละคน การสร้างสรรค์ลวดลายหรือการพัฒนาลวดลายโดยศึกษาจากหนังสือ สื่อออนไลน์ ผลงานการประกวดในปีที่ผ่านมา แล้วมาปรับประยุกต์ใช้กับนักเรียนแต่ละคน รวมทั้งการนำดอกไม้จริงมาเป็นต้นแบบ เช่น ดอกลิลาวดี ดอกเข็ม ดอกเดซี่ ดอกกล้วยไม้ เป็นต้น 3) การซ่อมย่อย นักเรียนมีการฝึกซ่อมลวดลายที่ตนเองถนัดหรือลวดลายที่เหมาะสมกับความสามารถได้อย่างสวยงาม จากนั้นจะเริ่มเข้าสู่กระบวนการจับเวลาแกะสลักแต่ละชิ้นงาน จัดบันทึกเวลาที่ใช้ในการแกะสลักแต่ละวัน เพื่อดูระยะเวลาความคล่องแคล่วว่องไว ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อในการแกะสลัก มีการให้กำลังใจและการกล่าวชมเชยจากครู 4) การซ่อมใหญ่ ดำเนินการฝึกซ่อมและการจับเวลาการแกะสลักตามระยะเวลาของการแข่งขัน 3 ชั่วโมง โดยฝึกซ่อมใหญ่ประมาณ 2 อาทิตย์ก่อนวันแข่งขัน โดยฝึกซ่อมทุกวันเพื่อฝึกทักษะการแกะสลักลวดลายที่ประณีต รวดเร็ว ความคุ้นชินกับผักผลไม้ทั้ง 4 ชนิด คือ มะละกอ แคร้รอต ฟักทอง และแคนตาลูป การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า นอกจากการแกะสลักผักและผลไม้เป็นลวดลายต่าง ๆ แล้ว ยังต้องมีการจัดตกแต่งผลงานหรือแสดงแนวคิดการสร้างสรรค์ผลงานอีกด้วย ครูผู้ควบคุมร่วมกับรุ่นพี่ให้คำแนะนำการซ่อมใหญ่ทุกครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขผลงานให้มีความสมบูรณ์ นอกจากนั้นการซ่อมของนักเรียนแต่ละครั้ง นักเรียนสามารถสังเกตข้อบกพร่องผลงานของตนเอง สามารถประเมินทักษะของสมาชิกในทีม การฝึกซ่อมเป็นการจำลองสถานการณ์จริงช่วยลดแรงกดดันในการแข่งขันจริง การสร้างพลังให้ทุกคนมีเป้าหมายเดียวกันคือการแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ระดับประเทศครั้งนี้คือการชนะเลิศ เมื่อนักเรียนทราบเป้าหมายที่ชัดเจนต้องฝึกหนัก และการฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ การเรียนรู้จากความล้มเหลว เชื่อมั่นในตัวเอง มีจิตใจมุ่งมั่นไม่ยอมแพ้ มีความสนุกในการฝึกซ้อมแข่งขันกับตนเองและผู้อื่น

4.1.5 แนวคิดการสร้างสรรค์จัดตกแต่ง ครูและรุ่นพี่ศึกษาวิเคราะห์ผลงานที่แข่งขันในปีที่ผ่านมา การออกแบบองค์ประกอบผลงานแกะสลัก การถ่ายทอดแนวคิดการสร้างสรรค์ในการจัดตกแต่ง องค์ประกอบการจัดแสดงจำเป็นต้องมีความริเริ่มสร้างสรรค์ ความแปลกใหม่ สวยงาม สื่อถึงเรื่องราวบริบทของโรงเรียนหรือจังหวัดของตนเอง หรือการจำลองภูเขา หรือการจัดสวนหย่อม ทะเล ธรรมชาติต่าง ๆ มาผสมผสานกัน นอกจากนี้ความเหมาะสมของขนาดกับปริมาณผักผลไม้ที่แกะสลัก การออกแบบศึกษาจากหนังสือ ภาพถ่าย แหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ แล้วนำมาประยุกต์ใช้จัดวางชิ้นงาน ตัวอย่างจากภาพที่ 1 การจัดเตรียมภาชนะวางผลงานการแข่งขันการแกะสลักผักและผลไม้มีการออกแบบการจัดวางภูเขาโทนีสีดำ มีจัดไปไม้ต้นไม้เล็ก ๆ เป็นองค์ประกอบ



ภาพที่ 1 ตัวอย่างภาชนะวางผลงานการแข่งขันการแกะสลักผักและผลไม้
ที่มา: ผู้แต่ง (2567)

4.1.6 การแข่งขันจริง การเตรียมเอกสารของนักเรียนผู้เข้าแข่งขันและครูผู้ควบคุมการฝึกซ้อม จัดเตรียมภาชนะอุปกรณ์ เช่น มีดแกะสลัก มีดปอกเปลือก ถาด เขียง ผ้าปูโต๊ะ ฐานวางผลงานให้มีความพร้อมเรียบร้อยสมบูรณ์ เตรียมความพร้อมของร่างกายพักผ่อนให้เพียงพอ สำหรับเด็กนักเรียนระดับประถมมีการทบทวนลำดับขั้นตอนรวมถึงการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบโดยการให้นักเรียนอธิบายด้วยคำพูดเพื่อทดสอบความจำความเข้าใจ มีการสร้างขวัญและกำลังใจด้วยการไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และผู้บริหารสถานศึกษาเยี่ยมชมให้กำลังใจ



ภาพที่ 2 บรรยากาศการแข่งขันการแกะสลักผักและผลไม้
ที่มา: ผู้แต่ง (2567)

4.1.7 การสรุปหลังการแข่งขันเสร็จสิ้น การสรุปข้อผิดพลาดการแข่งขันจากครูและรุ่นพี่ด้วยการนำภาพผลงานของแต่ละทีม โดยเฉพาะทีมที่ได้ลำดับ 1-3 ของทุกระดับ มาวิเคราะห์ดังนี้ ด้านแนวความคิดสร้างสรรค์จัดตกแต่ง การจัดวางชิ้นงานจุดเด่น จุดด้อย ลวดลาย ความประณีตในการแกะสลัก เพื่อให้นักเรียน รุ่นพี่ ครู นำประสบการณ์ครั้งนี้ไปปรับใช้ในปัดต่อไป และการให้ขวัญและกำลังใจแก่ครูผู้ควบคุมทีมการฝึกซ้อมและนักเรียนที่เข้าร่วมแข่งขันจากผู้บริหารสถานศึกษา



ภาพที่ 3 ตัวอย่างผลงานชนะเลิศการแข่งขันการแกะสลักผักและผลไม้

ที่มา: ผู้แต่ง (2567)

4.2 สภาพปัญหาและอุปสรรคการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้
ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ

4.2.1 สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านตัวบุคคล ได้แก่ 1) นักเรียน การฝึกซ้อมในเวลาเรียน ทำให้นักเรียนที่ทำการแข่งขันไม่ได้เข้าเรียนในบางรายวิชา นักเรียนในระดับประถมหรือมัธยมศึกษาตอนต้นเกิดความเบื่อหน่ายตามลักษณะพัฒนาการของเด็กตามวัย เกิดจากการทำการฝึกซ้อมซ้ำ ๆ มีขาดซ้อม และไม่ตั้งใจซ้อม หรือนักเรียนติดการทำกิจกรรมอื่น ๆ ในวันเวลาที่กำหนดซ้อมแกะสลัก การปรับตัวของนักเรียน การเข้าใจซึ่งกันและกันกับผู้ร่วมทีมการฝึกซ้อม ความเครียดและแรงกดดันของเด็กนักเรียนในการซ้อมการแข่งขันจริงในสนามแข่งขันนักเรียนเกิดความกดดันส่งผลต่อการทำงาน การตัดสินใจมีผลให้เกิดความผิดพลาดในการแกะสลักและจัดตกแต่ง 2) ครูผู้ควบคุมทีมการฝึกซ้อม ความรู้ประสบการณ์และทัศนคติของครูควรมีความหลากหลาย ชำนาญ เปิดกว้าง และรู้จักรับฟังปัญหาเล็ก ๆ น้อย ๆ ของนักเรียน เช่น นักเรียนระดับชั้นประถม 4-6 การจัดการเรื่องสมาธิเป็นเรื่องสำคัญ ครูจะต้องมีวิธีหรือคำพูดในการทำให้นักเรียนมีสมาธิอยู่กับการฝึกซ้อมแกะสลัก และครูต้องรู้จักการเลือกงานให้เหมาะกับนักเรียนเพื่อให้งานออกมามีคุณภาพและมีความสุข

4.2.2 สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านวัตถุดิบ การแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ งานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น มีผักผลไม้หลัก 4 ชนิด ได้แก่ แคนตาลูป มะละกอ

แครอท พักทอง ซึ่งแคนตาลูป และมะละกอกเป็นผลไม้ที่จะหายากและราคาแพงการฝึกซ้อมต้องใช้ผลไม้อื่น ๆ ทดแทน และวันแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ทางคณะผู้จัดงานเตรียมผักและผลไม้ตามชนิดและจำนวนที่กำหนดไว้ในเกณฑ์การแข่งขัน ซึ่งผลไม้อาจมีขนาดใหญ่ รูปทรงไม่สมบูรณ์ ความอ่อนแก่ ซึ่งการเลือกวัตถุดิบมีความสำคัญในการแกะสลักอย่างมากส่งผลต่อความประณีตของผลงาน และสีสันของผลงาน

4.2.3 สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านสถานที่การแข่งขัน การจัดงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศมีการเปลี่ยนเจ้าภาพในแต่ละภูมิภาคทุก ๆ ปี การเป็นเจ้าภาพความพร้อมมีส่วนสำคัญในการจัดงานไม่ว่าจะเป็นเรื่องสนามแข่งขัน โรงแรมที่พัก หรือการเดินทางต่าง ๆ ปัญหาและอุปสรรคระยะทางการเดินทางไปแข่งขันไกล เช่น เชียงราย นครศรีธรรมราช ร้อยเอ็ด ทำให้การเดินทางของนักเรียนใช้เวลาในการเดินทางนานหลายชั่วโมง นักเรียนเกิดความเหนื่อยล้าหรือเจ็บป่วยได้ และหากพื้นที่จัดงานอยู่ใต้อาคาร ห้องประชุมขนาดเล็กซึ่งไม่มีเครื่องปรับอากาศทำให้อากาศค่อนข้างร้อนและอึดอัด ส่งผลให้นักเรียนขาดสมาธิในการแข่งขัน

4.2.4 สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านงบประมาณค่าใช้จ่าย การฝึกซ้อมแกะสลักใช้ระยะเวลานานนับเดือนและต้องฝึกซ้อมทุก ๆ วัน จึงมีค่าใช้จ่ายการซื้อวัตถุดิบฝึกซ้อมแต่ละครั้ง ซึ่งผักผลไม้บางชนิดหายากและมีราคาแพง งบประมาณค่าใช้จ่ายไม่เพียงพอต่อการสนับสนุน ครูผู้ควบคุมการฝึกซ้อมมีการสำรองจ่าย

4.2.5 สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการติดต่อประสานงาน การแจ้งข่าวสารทางเว็บไซต์ หรือช่องทางอื่น ๆ ของผู้จัดการแข่งขัน อาจมีความไม่ชัดเจน และคลาดเคลื่อนเมื่อมีการสอบถามประเด็นข้อสงสัยไม่มีการตอบกลับ

5. อภิปรายผล

แนวทางสู่ความสำเร็จในการแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ระดับประเทศ: บทเรียนจากผู้ชนะเลิศงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ ปี 2567 สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

5.1 แนวทางความสำเร็จของการเป็นผู้ชนะเลิศการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ ประกอบด้วย 1) การวางแผนของผู้บริหาร คณะครู และบุคลากร 2) กระบวนการคัดเลือกนักเรียน 3) วางแผนการฝึกซ้อมสำหรับการแข่งขัน 4) กระบวนการฝึกซ้อม 5) แนวคิดการสร้างสรรค์จัดตกแต่ง 6) การแข่งขันจริง และ 7) การสรุป การวางแผน และการตัดสินใจของผู้บริหาร คณะครู และบุคลากร มีการกำหนดวิธีการไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นระบบเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ เนื่องมาจากผู้บริหาร คณะครู และบุคลากรในสถานศึกษามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการจัดกระบวนการวางแผนอย่างเป็นระบบช่วยให้คณะครูและนักเรียนสามารถร่วมมือกันทำงานได้สำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ การแกะสลักและการสร้างสรรค์จัดตกแต่งนำเสนอแนวทางการอนุรักษ์แบบดั้งเดิมและแนวทางใหม่ที่เหมาะสมกับนักเรียน การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในงานแกะสลัก

สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างสรรค์งานที่มีความหลากหลายสร้างสรรค์มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสาธิต เพ็ชรงาม และณฐกรณ์ รัตนชัยวงศ์ (2567) พบว่ากระบวนการดำเนินงานในการสร้างสรรค์การแสดงเพื่อการประกวดวงดนตรีลูกทุ่งระดับมัธยมศึกษา มีขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) การวางแผนและดำเนินงานร่วมกับบุคลากรภายในสถานศึกษา 2) การคัดเลือกนักร้องนำ 3) การคัดเลือกเพลงที่ใช้ในการประกวด 4) การกำหนดแนวคิดหลักของการแสดง 5) การสร้างสรรค์ทำนองดนตรีประกอบการแสดง 6) ออกแบบและผลิตองค์ประกอบการแสดง 7) การซ้อมใหญ่และปรับปรุงแก้ไขการแสดง 8) การแข่งขันรอบคัดเลือก 9) การพัฒนาการแสดงสำหรับรอบถัดไป นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุคลากร สมไสย และสุวิทย์ วิซัด (2566) พบว่า องค์ประกอบในการเตรียมวงส่งเข้าประกวด มีองค์ประกอบหลัก ๆ อยู่ด้วยกัน คือ 1) องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ 2) องค์ประกอบด้านดนตรีและการขับร้อง 3) องค์ประกอบด้านนาฏศิลป์ และ 4) องค์ประกอบด้านฉากและอุปกรณ์การแสดง ขั้นตอนในการเตรียมวงไปลงเข้าประกวด ได้แก่ 1) ขั้นตอนเตรียมการ 2) ขั้นตอนออกแบบสร้างสรรค์และฝึกซ้อม 3) ขั้นตอนการแสดงเพื่อบันทึกวีซีดีและ 4) ขั้นตอนปรับปรุงการแสดงก่อนรอบชิงชนะเลิศ

5.2 สภาพปัญหาและอุปสรรคการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ ประกอบด้วย ตัวบุคคล วัสดุดิบ สถานที่การแข่งขัน งบประมาณค่าใช้จ่าย การประสานงาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากอิทธิพลของยุคดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงค่านิยมส่งผลต่อทัศนคติ ความรู้สึก และความตั้งใจที่นักเรียนมีต่อการเรียนการศึกษา หรือกิจกรรมในโรงเรียนของนักเรียน ระดับชั้นปีที่ศึกษามีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทักษะและการรับรู้ในกระบวนการเรียนรู้ การประกวดแข่งขันอาจมีสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดอุปสรรค ข้อขัดข้องหรือความไม่สะดวก ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบและมาจากหลายสาเหตุ และผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้การออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับนักเรียนแต่ละชั้นปี แก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพ ช่วยลดข้อผิดพลาด ทำให้การดำเนินงานมีความสมบูรณ์มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักรินทร์ หงส์รัตนารกิจ และอัครพล ไวเชียงคำ (2565) พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีเจตคติต่อการอนุรักษ์งานแกะสลักผักและผลไม้โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนนักศึกษาที่มีระดับชั้นปีต่างกัน และมีประสบการณ์การแกะสลักผักและผลไม้ต่างกัน มีเจตคติต่อการอนุรักษ์งานแกะสลักผักและผลไม้โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของภารดี ศรีลัด (2560) ปัญหาการเตรียมทีม 1) ด้านนักกีฬาที่สำคัญที่สุดคือ นักกีฬาไม่มีความสามารถในการประเมินจุดบกพร่องและแก้ไขตนเอง 2) ด้านผู้ฝึกสอน ที่สำคัญที่สุด คือ ผู้ฝึกสอนไม่มีการสร้างแรงจูงใจให้นักกีฬามาเข้าร่วมการฝึกซ้อม 3) ด้านการคัดเลือกตัวนักกีฬา ที่สำคัญที่สุด คือ การคัดเลือกตัวนักกีฬาไม่มีการตั้งจุดมุ่งหมาย 4) ด้านสถานที่และอุปกรณ์การฝึกซ้อม ที่สำคัญที่สุดคือ ความไม่เพียงพอของสถานที่ที่ฝึกซ้อม 5) ด้านการจัดโปรแกรมการฝึกซ้อม ที่สำคัญที่สุด คือ ระยะเวลาในการฝึกซ้อมน้อย 6) ด้านโภชนาการและสวัสดิการ ที่สำคัญที่สุด คือ การมอบรางวัลให้แก่นักกีฬาผู้ทำคุณประโยชน์ทางด้านกีฬา 7) ด้านงบประมาณ ที่สำคัญที่สุด คือ ขาดงบประมาณสนับสนุนจากต้นสังกัด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลนาถ ชินโคตร

(2561) ได้ให้แนวทางการจัดการปฏิบัติที่ควรใช้ทำการแข่งขันนาฏศิลป์ระดับนานาชาติมีหลายประการ ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันให้ได้มากที่สุด เพื่อนำไปวิเคราะห์และวางแผนการทำงานร่วมกัน โดยจะต้องวางแผนหลักและแผนสำรองสำหรับการแข่งขันในต่างประเทศ เลือกการแสดงให้เหมาะสมกับรายการและศักยภาพของนักแสดง เตรียมความพร้อมเรื่องเอกสารและสัมภาระ สุดท้ายที่สำคัญที่สุด คือ ความคิดที่มีผลต่อจิตใจอีกหนึ่งของนักแสดง อันทำให้เกิดความตั้งใจมีสมาธิในการแข่งขัน จากการวิจัยการเก็บข้อมูลครูผู้ควบคุมการฝึกซ้อม ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้ปกครอง และนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) เป็นการเก็บเฉพาะกลุ่ม หากมีการเก็บข้อมูลบุคคลทั่วไป หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการแกะสลักเพื่อขยายความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคการประกวดแข่งขันในมิติที่กว้างขึ้น

6. องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีงานวิจัย และการสัมภาษณ์ผู้ชนะเลิศแกะสลักผักและผลไม้งานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ ปี 2567

6.1 การนำองค์ความรู้ใหม่ไปประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัติการ เช่น การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน การออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในระดับต่าง ๆ

6.2 การเพิ่มมิติระดับสากล ใช้เป็นแนวทางการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมแบบไทย เช่น งานแกะสลักผักและผลไม้ เพื่อสร้างคุณค่าในระดับนานาชาติหรือในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

6.3 การเชื่อมโยงกับเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือโซเชียลมีเดียในการส่งเสริมเจตคติด้านอนุรักษ์ เช่น การสร้างคอนเทนต์ออนไลน์ที่น่าสนใจหรือการใช้แพลตฟอร์มเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการแกะสลักผักและผลไม้

6.4 การเจาะจงกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติม องค์ความรู้ใหม่นี้อาจปรับให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ นอกเหนือจากนักเรียน เช่น นักศึกษา ช่างฝีมือรุ่นใหม่ หรือประชาชนทั่วไป เพื่อสร้างผลกระทบที่กว้างขวางยิ่งขึ้น

7. สรุป

แนวทางการสำเร็จของการเป็นผู้ชนะเลิศการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ระดับประเทศ ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่นระดับประเทศ ครั้งที่ 13 ประจำปี 2567 ด้านการศึกษาปรากฏการณ์วิทยา พบว่า 1) การวางแผนของผู้บริหาร คณะครู และบุคลากรในโรงเรียน ได้แก่ การจัดสรรงบประมาณสำหรับการแข่งขันแกะสลัก การศึกษาหาข้อมูล การแต่งตั้งครูที่มีประสบการณ์หรือมีความเชี่ยวชาญเป็นผู้ดูแลนักเรียน 2) กระบวนการคัดเลือกนักเรียน ได้แก่ การรับสมัครนักเรียนที่มีความสนใจ มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ ผู้ปกครองให้การสนับสนุนการทำกิจกรรม 3) วางแผนการฝึกซ้อมสำหรับการแข่งขัน ได้แก่ การเปิดรายวิชา การจัดตารางการฝึกซ้อม กำหนดเนื้อหาในการฝึกซ้อม รุ่นพี่สอนรุ่นน้องฝึกซ้อมการแกะสลักร่วมกัน การเลือกตลาด

ในการแข่งขันให้มีความหลากหลายสวยงาม 4) กระบวนการฝึกซ้อม ได้แก่ การสร้างความรู้พื้นฐาน การสร้างทักษะและเทคนิคการแกะสลัก การซ้อมย่อย การซ้อมใหญ่ 5) แนวคิดการสร้างสรรค์จัดตกแต่ง 6) การแข่งขันจริง 7) การสรุปผลหลังการแข่งขันเสร็จสิ้น

สภาพปัญหาและอุปสรรคของการประกวดแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ ในการจัดการแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ ครั้งที่ 13 ประจำปี 2567 พบว่า 1) สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านตัวบุคคล ได้แก่ นักเรียน ครูผู้คุมทีม 2) สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านวัตถุดิบ 3) สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านสถานที่การแข่งขัน ระยะทางการเดินทาง 4) สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านงบประมาณค่าใช้จ่าย และ 5) สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการติดต่อประสานงาน

จากการศึกษาแนวทางสู่ความสำเร็จในการแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ ระดับประเทศ มีผลกระทบเชิงบวกในหลายมิติ ทั้งการพัฒนาตัวบุคคล ความชำนาญ ความคิดสร้างสรรค์ โอกาสทางอาชีพสามารถสร้างโอกาสใหม่ในสายงาน ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม ส่งเสริมและเผยแพร่ การสร้างแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่า และด้านสังคมเครือข่ายและความสัมพันธ์ การผลักดันให้เกิดการเรียนรู้และการแข่งขันในด้านนี้จึงเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมทั้งความสำเร็จส่วนบุคคลและประโยชน์ที่กว้างขวางในระดับชุมชนและประเทศชาติ

8. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

เกณฑ์การแข่งขันทักษะวิชาการและงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศ มีความชัดเจน ผู้เข้าร่วมแข่งขันมีข้อเสนอแนะอยากให้มีการปรับเปลี่ยนการใช้ผักผลไม้ ให้หลากหลายมากขึ้น

ผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรส่งเสริมและสนับสนุนการแข่งขันแกะสลักผักและผลไม้ เพื่อการพัฒนาทักษะชีวิต พัฒนากระบวนการคิด ทักษะอาชีพยกระดับความสามารถของผู้เรียนให้สามารถดำเนินชีวิตในอนาคตต่อไป

เพิ่มมิติการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรม ใช้เทคโนโลยีหรือแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเรียนการสอนและการอนุรักษ์ เช่น การสร้างวิดีโอการสอนเกี่ยวกับงานแกะสลักผักและผลไม้ หรือการจัดเวิร์กช็อปออนไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายควรแนะนำให้มีการประสานงานระหว่างสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรเอกชน เพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์งานแกะสลักในระดับประเทศ เช่น การจัดประกวดหรือเทศกาลที่เน้นการเผยแพร่วัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรเพิ่มแนวทางการวิจัย เช่น การใช้วิธีวิทยาที่หลากหลาย (เชิงคุณภาพและปริมาณ) หรือการเปรียบเทียบกับบริบทสากล เพื่อเพิ่มมิติความน่าสนใจและคุณค่าทางวิชาการ

9. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานเทศบาลนครเชียงรายให้เกียรติเป็นคณะกรรมการตัดสินการประกวดแข่งขันการแกะสลักผักและผลไม้ โครงการจัดงานแข่งขันทักษะวิชาการ และงานมหกรรมการจัดการศึกษาท้องถิ่น ระดับประเทศประจำปี 2567 ขอขอบคุณผู้อำนวยการสถานศึกษา ครูผู้ควบคุมการฝึกซ้อม นักเรียน ผู้ปกครองที่ให้สัมภาษณ์เชิงลึกทำให้การวิจัยในครั้งนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ผู้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมในการทำวิจัย รวมทั้งขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สถานที่ทำงานที่ทำให้ผู้วิจัยมีความรู้และประสบการณ์ในการทำงานด้านการแกะสลักผักและผลไม้

10. เอกสารอ้างอิง

- กฤตยากร ลดาวัลย์. (2563). การจัดการศึกษาท้องถิ่นสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*, 20(4), 209-216.
- กุลนาถ ชินโคตร. (2561). การจัดการการแข่งขันนาฏศิลป์ไทยระดับนานาชาติ: รายการการแสดงพื้นบ้าน IDA China Shenzhen International Dance Festival 2017. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 5(2), 140-149.
- ณัฐวุฒิ สมบูรณ์ทวี และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). เรื่องเล่าอัตชีวประวัติของความสำเร็จในการเป็นนวัตกรรมส่วนบุคคล. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(1), 149-160.
- ตระกูล จิตพัฒนกร, นันทนา ขวศิริกุลชล, นพพงศ์ เกิดเงิน และจำเนียร จวงตระกูล. (2567). การตรวจสอบแบบสามเส้าด้านนักวิจัย: กลยุทธ์เพื่อสร้างความเชื่อถือได้ในงานวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารชุมชนวิจัยและพัฒนาสังคม*, 18(3), 521- 532.
- ทรงสมร สอนจันทร์ และวาสนี วิเศษฤทธิ์. (2560). ประสบการณ์การปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติการพยาบาลขั้นสูง. *วารสารพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 29(1), 117-127.
- เทศบาลนครเชียงราย. (2567, ตุลาคม 1). *หลักเกณฑ์การประกวดแข่งขันทักษะวิชาการระดับประเทศ ครั้งที่ 13 ประจำปี 2567*.
<https://drive.google.com/file/d/1cpwPub6x8zo53-nH1mCeALvEyDAwE-bg/view>.
- บุลากร สมไสย และสุวิทย์ วิชุด. (2566). การเตรียมวงโปงลางเข้าประกวด. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏ*, 10(1), 85-97.
- ภารดี ศรีลัด. (2560). สภาพและปัญหาการเตรียมทีมนักกีฬาของโรงเรียนสาธิตที่สังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐ ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 33. *วารสารครูศาสตร์*, 45(1), 156-175.

- ศศิธรดา แพงไทย, พัชรินทร์ อุทัยฉัตร, ประคอง พลสิทธิ์, สมาน ประวันโต และประมวณ อุ่นเรือน. (2564). ความต้องการจำเป็นของการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 โรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(2), 756-765.
- ศักรินทร์ หงส์รัตนาวรกิจ. (2566). การแข่งขันงานศิลปหัตถกรรมนักเรียน: วิเคราะห์หลักเกณฑ์การแข่งขันแกะสลัก ผักและผลไม้. *วารสารกระแสนวัตกรรม*, 24(46), 42-55.
- ศักรินทร์ หงส์รัตนาวรกิจ และอัครพล ไชยเชียงคำ. (2565). เจตคติต่อการอนุรักษ์งานแกะสลักผักและผลไม้ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. *วารสารเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*, 4(1), 1-10.
- สาธิต เพ็ชรงาม และณฐกรณ รัตนชัยวงศ์. (2567). การสร้างสรรค์การแสดงเพื่อการประกวดวงดนตรีลูกทุ่งระดับมัธยมศึกษา. *วารสารวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 15(1), 101-122.
- อภิวัฒน์ สุริยศ. (2566). การถอดบทเรียนในการฝึกซ้อมวงดุริยางค์เครื่องลมสำหรับการเข้าประกวด ในระดับมัธยมศึกษา. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 7(12), 60-72.
- อรัญญา ปลดเปลื้อง. (2556). การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปรากฏการณ์วิทยา. *วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข*, 23(2), 2-9.

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุดโคมไฟจากเส้นใยกรมะขาม จังหวัดเพชรบูรณ์

Design of Souvenir Lamp Sets Made From Tamarind Pod Fibers

In Phetchabun Province

สุนันทา รัตนทอง¹ และกฤษณา เกตุคำ^{2*}

Sununta Rattanathong¹ and Krisana Ketkham^{2*}

Received 3 ธันวาคม 2567 Revised 5 มกราคม 2568 Accepted 20 กุมภาพันธ์ 2568

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อการออกแบบชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยกรมะขามและสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยกรมะขามสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ เริ่มจากการสำรวจความต้องการการออกแบบชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยกรมะขามของกลุ่มนักท่องเที่ยว นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบได้ 4 รูปแบบ ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินรูปแบบ ในด้านรูปแบบและความสวยงาม ด้านลักษณะเฉพาะ และด้านคุณค่าและประโยชน์การใช้งาน มีสรุปค่าความคิดเห็นเฉลี่ยรวมในทุกด้านแบบที่ 2 มีคะแนนค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.68 นำมาสร้างชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยกรมะขาม ประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คนที่มีต่อชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยกรมะขามสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.65 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

คำสำคัญ: ชุดโคมไฟ, เส้นใยกรมะขาม, จังหวัดเพชรบูรณ์

¹ นักศึกษาปริญญาตรี, คณะเทคโนโลยีการเกษตรและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

¹ Undergraduate student, Faculty of Agricultural and Industrial Technology, Phetchabun Rajabhat University

² อาจารย์, คณะเทคโนโลยีการเกษตรและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

² Lecturer, Faculty of Agricultural and Industrial Technology, Phetchabun Rajabhat University

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: krisana.ket@pcru.ac.th

Abstract

This research aimed to design a souvenir lamp set made from tamarind pod fibers and to assess satisfaction with the product design for Phetchabun Province. The study began with a survey of tourists' preferences regarding the design of the souvenir lamp set made from tamarind pod fibers. The collected data were analyzed to develop four design prototypes. Experts evaluated these prototypes based on design and aesthetics, uniqueness, and functional value. The results indicated that Design 2 received the highest average score of 4.68 across all evaluation criteria. Subsequently, Design 2 was used to create a prototype lamp set. Satisfaction with the souvenir lamp set was then assessed among 100 tourists. Data analysis, including the calculation of mean and standard deviation, revealed that overall tourist satisfaction had an average score of 4.65 with a standard deviation of 0.53, indicating the highest level of satisfaction.

Keywords: Lamp Set, Tamarind Fiber, Phetchabun Province

1. บทนำ

จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นแหล่งปลูกมะขามที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยเฉพาะมะขามหวานที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดและมีความต้องการสูงในตลาดทั้งในและต่างประเทศ อุตสาหกรรมการปลูกและแปรรูปมะขามถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่ มะขามหวานเพชรบูรณ์ ได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา ตั้งแต่วันที่ 30 กันยายน 2548 เป็นสินค้า GI ของจังหวัดเพชรบูรณ์ การผลิตมะขามหวาน ปี 2563 มีพื้นที่ปลูกทั้งหมด 109,849 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว 105,485 ไร่ (สโรชา ถึงสุข, 2564) โดยมะขามเหล่านี้จะถูกนำไปใช้ในการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ซึ่งผลิตภัณฑ์จากมะขาม เช่น มะขามแห้ง มะขามแช่อิ่ม มะขามคลุก และน้ำมะขามได้รับความนิยมทั้งในระดับประเทศและตลาดส่งออก (เนตรนภา อาตวงษ์, 2564) ซึ่งในกระบวนการแปรรูปมะขามส่งผลให้เกิดของเหลือจากการผลิตจำนวนมาก เช่น เปลือก รกมะขาม และเมล็ด พบว่าเปลือกและรกมะขามที่เหลือจากการแกะเนื้อออก เหลือ 200 กรัม ต่อน้ำหนักมะขาม 1 กิโลกรัม (อมลณัฐ ฉัตรตระกูล, 2555) มักไม่ได้รับการนำไปใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ รกมะขามเป็นวัสดุที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาในเชิงพาณิชย์มากนัก เนื่องจากขาดความรู้และเทคโนโลยีในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การพัฒนาแนวทางในการแปรรูป รกมะขามจึงถือเป็นโอกาสที่สำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากของเหลือทิ้งเหล่านี้

รกมะขามหรือเส้นใยที่อยู่ในฝักมะขามเป็นวัสดุธรรมชาติที่มีโครงสร้างเป็นเส้นใยถึงร้อยละ 2.9-3.3 ซึ่งมีคุณสมบัติที่น่าสนใจ ได้แก่ ความเหนียว ทนทาน และสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (Bhadoriya, S. S. et al., 2011; Kumar, C. S., & Bhattacharya, S., 2008) การนำรกมะขามมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าได้เริ่มมีการนำมาใช้ในหลายรูปแบบ เช่น หน้าต่าง

กรองแสงจากร่มะขาม ซึ่งพัฒนาเป็นวัสดุกรองแสงที่สามารถปรับระดับการเปิด-ปิดได้หลายรูปแบบ ทำหน้าที่เป็นแผงกันแดดแนวนอนและเป็นhingแสงที่ช่วยสะท้อนแสงเพื่อเพิ่มความสว่างให้กับพื้นที่ภายในอาคาร คุณสมบัติของหน้าต่างกรองแสงจากเส้นใยร่มะขามสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้ตามความต้องการ (โสภา วิศิษฐ์ศักดิ์, 2559) นอกจากนี้ ร่มะขามยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิตสิ่งประดิษฐ์เชิงศิลปะและการออกแบบตกแต่งภายในได้อีก เช่น การทำโคมไฟ ซึ่งเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและยั่งยืน โคมไฟจากเส้นใยร่มะขามไม่เพียงแต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความยั่งยืน แต่ยังสามารถใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยโคมไฟจากร่มะขามจะเป็นสัญลักษณ์หนึ่ง queแสดงถึงความเชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสามารถส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเสริมสร้างความแตกต่างในตลาดสินค้าของที่ระลึกในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาความต้องการของรูปแบบของการออกแบบโคมไฟของที่ระลึกจากโคมไฟร่มะขาม โดยการสำรวจพฤติกรรมการซื้อของที่ระลึก ข้อมูลด้านรูปแบบความต้องการโคมไฟ จากนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักโรงแรมในตัวเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์ จากนั้นนำร่มะขาม ซึ่งเป็นสิ่งเหลือทิ้งจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตมะขามในปริมาณมาก มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับร่มะขาม โดยออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยร่มะขามสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติเด่นหลายประการ เช่น การย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ความทนทานต่อแสง และปริมาณเส้นใยที่สูง รวมถึงพื้นที่ผิวที่มีลวดลายธรรมชาติที่น่าสนใจ ซึ่งเหมาะสมสำหรับการนำมาทำโคมไฟที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับจังหวัดเพชรบูรณ์ ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้จะเป็นต้นแบบในการเพิ่มมูลค่าของเหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตมะขาม ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก สู่ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในเชิงการค้า และสามารถนำไปต่อยอดขยายสู่ผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่น ๆ ได้ นอกจากนี้ยังเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยร่มะขาม สำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์

2.2 เพื่อสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยร่มะขาม สำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

3.1 การศึกษาความต้องการรูปแบบการออกแบบชุดโคมไฟจากเส้นใยธรรมชาติ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล เอกสาร ข้อมูลเฉพาะทางเกี่ยวกับการออกแบบชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยธรรมชาติ โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อให้ทราบความคิดเห็น ที่จะเป็นแนวทางในการออกแบบชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยธรรมชาติสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์

3.1.1 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากนักท่องเที่ยวและประชาชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 100 คน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การเข้าพักโรงแรมในอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ ในช่วงฤดูท่องเที่ยวเดือน พฤศจิกายน 2565 - กุมภาพันธ์ 2566 อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์, 2562)

3.1.2 เครื่องมือ แบบสอบถามที่ออกแบบขึ้นโดยอิงจากข้อมูลทางเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ความต้องการในการออกแบบ และข้อเสนอแนะ

3.1.3 การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยการแจกแบบสอบถาม

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เชิงสถิติ โดยคำนวณค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่อหาแนวทางการออกแบบที่ได้รับการตอบรับมากที่สุด

3.2 การออกแบบและพัฒนาโคมไฟจากเส้นใยธรรมชาติ

3.2.1 ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟจำนวน 4 รูปแบบ ตามผลการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง และศึกษาสัญลักษณ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ทั้งเครื่องมือ ต้นไม้ ดอกไม้ประจำจังหวัด และงานประเพณี

3.2.2 ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ทำการประเมินความเป็นไปได้ในการออกแบบ โดยใช้แบบสอบถามการประเมินความเหมาะสมในระดับ 5 ระดับ (Likert Scale)

3.2.3 ข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญถูกนำมาวิเคราะห์ค่าความเหมาะสม และผู้วิจัยจึงพัฒนาโคมไฟให้เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 1 รูปแบบที่เหมาะสมที่สุด

3.2.4 ร่างแบบ ดอกมะขาม ตามขนาดที่กำหนด

3.2.5 การเตรียมธรรมชาติ จากการนำธรรมชาติมาแช่น้ำ 1 คืนให้เนื้อไม้ชุ่มชื้น ตัดดอกออกง่าย ชักเส้นใยด้วยน้ำยาล้างจานหรือผงซักฟอกให้สะอาด ล้างด้วยน้ำเปล่าให้สะอาดอีก 1 รอบ นำไปผึ่งลมให้แห้ง

3.2.6 สร้างผลิตภัณฑ์โคมไฟจากธรรมชาติ นำมาถักและมัดบนโครงลวดที่ตัดตามลวดที่ร่างแบบขึ้นมาให้แน่น ในแต่ละกลีบดอก จนครบ แล้วจึงประกอบดอกเรียบร้อยแล้ว นำมาประดับตัวโคมไฟที่เป็นหลักตามท่อนี่โครงร่างไว้ ใส่หลอดไฟ เก็บรายละเอียดให้เรียบร้อยนำไปวางไว้ที่โรงแรมช่ออินทนิล ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

3.3 การประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์โคมไฟจากเส้นใยธรรมชาติ

3.3.1 กลุ่มตัวอย่าง เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 100 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์

3.3.2 เครื่องมือ แบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจในระดับ 5 ระดับ (Likert scale)

3.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามเกณฑ์ความพึงพอใจ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) เป็นดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	พอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	พอใจมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	พอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	พอใจน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	พอใจน้อยที่สุด

4. ผลการวิจัย

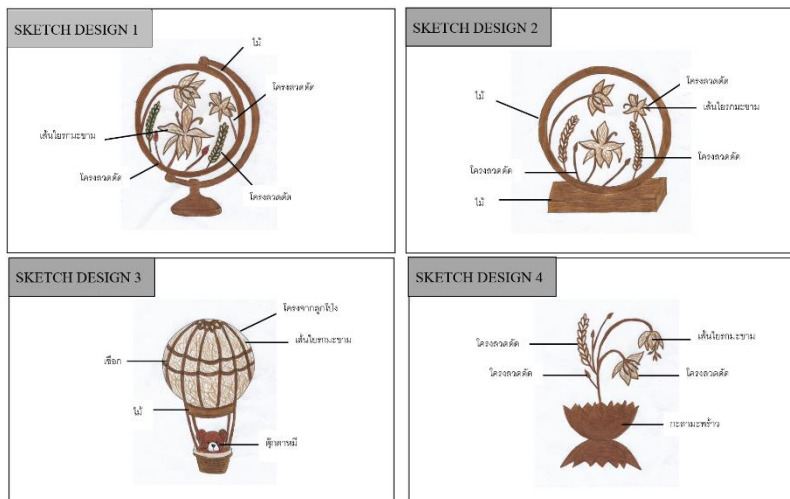
4.1 ผลความต้องการรูปแบบการออกแบบชุดโคมไฟจากเส้นใยธรรมชาติ ผลการศึกษาความต้องการรูปแบบโคมไฟสามารถสรุปได้ ดังนี้ จากการสำรวจความต้องการรูปแบบการออกแบบชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยธรรมชาติสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้จึกและคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นอย่างดี โดยเฉพาะโคมไฟที่ทำจากวัสดุธรรมชาติอย่างเส้นใยธรรมชาติ ได้รับความสนใจเป็นพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 61 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่า หากต้องการซื้อของฝากกลับบ้านจะเลือกซื้อโคมไฟจากเส้นใยธรรมชาติเป็นหลัก

ปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากเส้นใยธรรมชาติ คือการออกแบบรูปทรง คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 23 และลวดลายหรือโทนสี ร้อยละ 18 สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของความสวยงามและประโยชน์ในการใช้งานจริง และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบโทนสีกลางสำหรับผลิตภัณฑ์โคมไฟจากเส้นใยธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 50 และเกือบทั้งหมดต้องการให้ใช้สีจากธรรมชาติในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 87 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน โดยช่องทางที่นักท่องเที่ยวมองว่าควรจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โคมไฟจากเส้นใยธรรมชาติมากที่สุด คือร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 45 เนื่องจากเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลายและหาสินค้าที่ต้องการได้ง่าย

จากการสำรวจนี้ พบว่าโคมไฟจากเส้นใยธรรมชาติได้รับการตอบรับที่ดีจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งในแง่ของความสวยงาม การใช้สีจากธรรมชาติ และการจัดจำหน่ายที่สะดวกและเหมาะสม ผลการศึกษานี้จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์โคมไฟที่ตรงกับความต้องการของตลาดและสร้างเอกลักษณ์ให้กับจังหวัดเพชรบูรณ์ในฐานะสถานที่ท่องเที่ยว

ที่มีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีคุณค่า จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงนำรายละเอียดดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการออกแบบชุดโคมไฟจากเส้นใยกรมะขาม

4.2 ผลการออกแบบและพัฒนาชุดโคมไฟจากเส้นใยกรมะขาม ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามในการออกแบบและพัฒนาวัสดุรวมทั้งผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการคิดและออกแบบแล้วนั้น ได้ออก 4 แบบดังนี้



ภาพที่ 1 ผลการออกแบบชุดโคมไฟจากกรมะขาม 4 รูปแบบ

4.2.1 ผลการออกแบบภาพร่างชุดโคมไฟจากเส้นใยกรมะขาม

แนวความคิดการออกแบบ Sketch design 1 ได้แรงบันดาลใจมาจากดอกมะขาม และแกนของลูกโลก ภายในโคมไฟมีลักษณะเป็นรูปดอกมะขามที่ทำจากเส้นใยกรมะขาม โคมไฟรูปแบบนี้จึงอยากสื่อให้เห็นว่าเศษวัสดุที่เหลือทิ้งจากธรรมชาติอย่างเส้นใยกรมะขาม ก็สามารถนำมาสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความสวยงาม และความสว่างไสวบนโลกใบนี้ได้

แนวความคิดการออกแบบ Sketch design 2 ได้แรงบันดาลใจมาจากดอกมะขาม ภายในโคมไฟมีลักษณะเป็นรูปดอกมะขาม ทำให้รู้สึกสบายตาและเห็นถึงความสวยงามของธรรมชาติของดอกมะขาม

แนวความคิดการออกแบบ Sketch design 3 ได้แรงบันดาลใจจากบอลลูน จากในงานอินทผาลัม แอนด์ บอลลูน เฟสติวัล จังหวัดเพชรบูรณ์ ตัวโคมไฟมีลักษณะเป็นรูปบอลลูน และทำจากเส้นใยกรมะขาม ให้ความรู้สึกสวยงามและน่าค้นหา

แนวความคิดการออกแบบ Sketch design 4 ได้แรงบันดาลใจจากดอกมะขาม และกะลามะพร้าว ตัวโคมไฟมีลักษณะเป็นรูปดอกมะขาม และทำจากเส้นใยกรมะขาม

ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านที่มีต่อการออกแบบชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยกรมะขามสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ ในด้านรูปแบบและความ

สวยงาม ด้านลักษณะเฉพาะ และด้านคุณค่าและประโยชน์การใช้งาน มีสรุปค่าความคิดเห็นเฉลี่ยรวมในทุกด้าน แบบที่ 1 มีคะแนนค่าเฉลี่ย 4.33 แบบที่ 2 มีคะแนนค่าเฉลี่ย 4.68 แบบที่ 3 มีคะแนนค่าเฉลี่ย 4.27 และแบบที่ 4 มีคะแนนค่าเฉลี่ย 4.30 สรุปความคิดเห็นได้รูปแบบที่ 2 มีค่าคะแนนสูงที่สุด แต่มีข้อเสนอแนะให้ เปลี่ยนโครงสร้างจากไม้เป็นเหล็ก เพราะไม่มีราคาค่อนข้างสูง และสามารถตัดได้ยาก และอยากให้ตัวโครงเป็นสีดำเพื่อไม่ให้กลมกลืนกับสีน้ำตาลของดอกจนเกินไป และเพื่อให้ดอกไม้มีความโดดเด่นขึ้นมา ผู้วิจัยจึงปรับปรุงรูปแบบตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วสร้างชุดโคมไฟจากร่มมะขาม



ภาพที่ 2 ภาพแสดงชุดโคมไฟที่เสร็จสมบูรณ์

4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์โคมไฟจากเส้นใยร่มมะขาม

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยร่มมะขามสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นเพศชายจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53 เป็นเพศหญิงจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47 อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 21 ปีมากที่สุดจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 83 คน คิดเป็น ร้อยละ 83 น้อยที่สุดคือ พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 85

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการออกแบบชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใย
รอมะขามสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์

ประเด็นประเมิน	กลุ่มนักท่องเที่ยว (n = 100)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการออกแบบ			
1.1 ขนาดระหว่างลวดลายกับโคมไฟ	4.71	0.46	มากที่สุด
1.2 รูปทรงมีความสมส่วน	4.56	0.52	มากที่สุด
2. ด้านความสวยงาม			
2.1 สีที่ใช้	4.78	0.42	มากที่สุด
2.2 ลวดลายของโคมไฟ	4.93	0.26	มากที่สุด
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย			
3.1 สามารถนำไปประดับตกแต่งบ้านได้	4.98	0.14	มากที่สุด
3.2 ความสว่างของแสง	4.78	0.42	มากที่สุด

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการออกแบบชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใย
รอมะขามสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ (ต่อ)

ประเด็นประเมิน	กลุ่มนักท่องเที่ยว (n = 100)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
4. ด้านราคา			
4.1 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.07	0.56	มาก
4.2 ผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	4.20	0.59	มาก
5. ความพึงพอใจโดยรวม	4.87	0.34	มากที่สุด
สรุปความพึงพอใจกลุ่มนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.65	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการออกแบบขนาดระหว่างลวดลายกับโคมไฟมากที่สุดมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.71 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด น้อยที่สุดคือ รูปทรงมีความสมส่วนมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.56 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านความสวยงาม ลวดลายของโคมไฟมากที่สุดมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.93 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด สีที่ใช้มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.78 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านประโยชน์ใช้สอย สามารถนำไปประดับตกแต่งบ้านได้มากที่สุดมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.98 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด น้อยที่สุดคือความสว่างของแสงมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.78 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านราคา ผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปมากที่สุดมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก น้อยที่สุดคือราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.07 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าคะแนนเฉลี่ย

4.87 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด สรุปความพึงพอใจกลุ่มนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.65 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีความสอดคล้องกันในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เน้นการสร้างสรรค์รูปแบบและคุณค่าใหม่ ๆ ให้กับวัสดุในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าและความพึงพอใจของผู้บริโภค เช่น การใช้วัสดุธรรมชาติอย่างใบลานในการพัฒนาโคมไฟจักสาน ซึ่งได้รับความพึงพอใจในด้านความกลมกลืนของวัสดุ ความสวยงาม และประโยชน์ใช้สอย สอดคล้องกับ วุฒิชัย วิภาทนาง (2559); อมรรัตน์ อนันต์วรพจน์ และคณะ (2561) พบว่าผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติไม่เพียงแต่ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม แต่ยังตอบสนองต่อความต้องการของตลาดปัจจุบันในด้านความเป็นเอกลักษณ์และความคุ้มค่าในการใช้งาน

5. อภิปรายผล

การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดโคมไฟของที่ระลึกจากเส้นใยกรมะขามสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าผลิตภัณฑ์โคมไฟจากเส้นใยกรมะขามได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างมาก โดยเฉพาะความสวยงามและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อของที่ระลึก ปัจจัยการตัดสินใจหลักของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อโคมไฟจากเส้นใยกรมะขามคือการออกแบบรูปทรงที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 35 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือประโยชน์ใช้สอยและลวดลายของผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงความงดงามของวัสดุธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ที่มีโทนสีธรรมชาติได้รับความนิยมอย่างสูง คิดเป็นร้อยละ 87 ของกลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าต้องการให้ผลิตภัณฑ์ใช้สีจากธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการเลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน ในกระบวนการออกแบบและพัฒนาโคมไฟจำนวน 4 รูปแบบได้ถูกสร้างขึ้นตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างและผู้เชี่ยวชาญ ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน พบว่าผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปแบบที่ 2 ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากการออกแบบที่เน้นความสวยงามของดอกมะขามและวัสดุเส้นใยกรมะขามใช้หลอดไฟ LED ในการประกอบโคมไฟ เป็นหลอดที่ปล่อยความร้อนต่ำ เพราะกรมะขามเป็นเส้นใยธรรมชาติ เซลลูโลสเริ่มเกิดการสลายตัวทางความร้อนที่อุณหภูมิประมาณ 200-250 องศาเซลเซียส สามารถเปิดติดต่อกัน 24 ชั่วโมง สีของกรมะขามไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงและการลุกไหม้

ความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว ผลการประเมินพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ทุกด้าน โดยเฉพาะด้านประโยชน์ใช้สอยที่สามารถนำไปตกแต่งบ้านได้และความสวยงามของลวดลายที่โดดเด่น ส่วนการออกแบบขนาดและรูปทรงของโคมไฟก็ได้รับความพึงพอใจในระดับสูงเช่นกัน ความพึงพอใจต่อราคาผลิตภัณฑ์ยังอยู่ในระดับมากซึ่งสะท้อนถึงความคุ้มค่าของโคมไฟจากเส้นใยกรมะขามในสายตาของผู้บริโภค ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรัตน์ อนันต์วรพจน์ และคณะ (2561) ที่เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานจากใบลาน โดยพบว่าการใช้วัสดุธรรมชาติเพื่อผลิตโคมไฟให้มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค มีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างความยั่งยืนให้กับท้องถิ่น นอกจากนี้ การศึกษาของสวราชย์ เพ็ชรโยธา (2565) ยังยืนยันว่า การออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะและคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคสามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับสินค้าของที่ระลึกได้ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. องค์ความรู้ใหม่

จากผลงานวิจัยการออกแบบชุดโคมโไฟของที่ระลึกจากเส้นใยกรมะขามสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้นำเสนอองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการใช้เส้นใยกรมะขามที่มีปริมาณและความแข็งแรงของเส้นใยสูง มีลักษณะสีน้ำตาลเป็นเอกลักษณ์เฉพาะและเป็นวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรมาเพิ่มมูลค่าเป็นโคมโไฟของที่ระลึก การออกแบบผลิตภัณฑ์ได้เน้นความสวยงาม ความเป็นเอกลักษณ์ และประโยชน์ใช้สอย ซึ่งได้รับการตอบรับในระดับสูงจากกลุ่มนักท่องเที่ยว การศึกษายังเน้นถึงความสำคัญของการใช้สีจากธรรมชาติและการผลิตที่ยั่งยืน องค์ความรู้ใหม่นี้สามารถนำไปใช้ส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาโคมโไฟจากเส้นใยกรมะขามไม่เพียงแต่สร้างความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย แต่ยังสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับตลาดการท่องเที่ยวในอนาคต

7. สรุป

จากการออกแบบชุดโคมโไฟของที่ระลึกจากเส้นใยกรมะขามสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติที่เหลือใช้ในการเกษตร โดยใช้เส้นใยกรมะขามซึ่งเป็นวัสดุเหลือทิ้งที่ไม่ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ ผลงานวิจัยนี้ได้นำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการออกแบบโคมโไฟของที่ระลึกซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการใช้สีจากธรรมชาติในกระบวนการผลิต งานวิจัยนี้ได้ออกแบบโคมโไฟทั้งหมด 4 รูปแบบ โดยนำความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมาปรับปรุงเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การใช้วัสดุธรรมชาติและความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการออกแบบช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจในแง่ของความสวยงามและความยั่งยืน นอกจากนี้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ยังเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการสร้างสรรค์สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งให้เห็นถึงศักยภาพของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ และการสร้างความยั่งยืนในการพัฒนาชุมชน โดยสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากวัสดุธรรมชาติ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบจากเส้นใยกรมะขามไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น แต่ยังสะท้อนถึงความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

8.1.1 การนำเส้นใยกรมะขามไปใช้ในผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ผลงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของเส้นใยกรมะขามในการผลิตโคไฟ จึงควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ใช้วัสดุนี้ เช่น ของตกแต่งบ้าน หรือของใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อต่อยอดในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความหลากหลายให้กับสินค้าจากวัสดุธรรมชาติ

8.1.2 การส่งเสริมการตลาดและการสร้างแบรนด์ ผลิตภัณฑ์จากเส้นใยกรมะขามควรได้รับการสนับสนุนด้านการตลาดและ การสร้างแบรนด์ให้มีเอกลักษณ์ชัดเจน โดยเน้นการสื่อสารคุณค่าของการใช้วัสดุธรรมชาติและความยั่งยืน เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสนใจสินค้าท้องถิ่น

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 การศึกษาเพิ่มเติมด้วยการนำมาผลิตผลิตภัณฑ์อื่นเพิ่มเติม เช่น โตะ เก้าอี้ ภาชนะใส่ของ เพื่อค้นหาวาสถุที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าที่ยั่งยืนและมีคุณภาพสูงยิ่งขึ้น

8.2.2 การทดสอบความทนทานและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ในการ วิจัย ครั้งต่อไป ควรมีการทดสอบความทนทานและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์โคไฟจากเส้นใยกรมะขามในสภาพการใช้งานจริง เพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

9. เอกสารอ้างอิง

เนตรนภา อาตวงษ์. (2564). การส่งเสริมการแปรรูปมะขามของเกษตรกรในอำเภอหล่มเก่า

จังหวัดเพชรบูรณ์ [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น, สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.

วุฒิชัย วิภาทานัง. (2559). การศึกษาและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมงานจักสาน

ประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ของตกแต่งและเครื่องเรือน จังหวัด

พระนครศรีอยุธยา. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์,

11(3), 107-119.

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์. (2562, 10 กรกฎาคม). ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว.

https://www.phetchabun.go.th/data_detail.php?content_id=50.

สรโรชา ถึงสุข. (2564). วิจัยและพัฒนามะขามหวานเพชรบูรณ์, กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์

วิจัยและนวัตกรรม: กรมวิชาการเกษตร.

- สวราชย์ เพ็ชรโยธา. (2565). การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทคอมพิวเตอร์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุดเครื่องแต่งกายโนรา [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โสภา วิศิษฐ์ศักดิ์. (2559, เมษายน 4). หน้าต่างกรองแสงจากกรมะขาม. <https://www3.rdi.ku.ac.th/?p=25185>.
- อมลณัฐ ฉัตรตระกูล. (2555). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปุยหมักจากวัสดุเหลือใช้ของมะขาม (รายงานวิจัย).ทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปี พ.ศ. 2554.
- อมรรัตน์ อนันต์วราพงษ์, พีรพงษ์ หนูแดง, พัสวี ศรีษะมน และชนาพร จันทร์สมศรี. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดคอมพิวเตอร์จากใบลาน. *วารสารราชพฤกษ์*, 16(1), 139-148.
- Bhadoriya, S. S., Ganeshpurkar, A., Narwaria, J., Rai, G., & Jain, A. P. (2011). *Tamarindus indica*: Extent of explored potential. *Pharmacognosy reviews*, 5(9), 73-81.
- Kumar, C. S., & Bhattacharya, S. (2008). Tamarind seed: Properties, processing and utilization. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 48(1), 1-20.

การพัฒนาเครื่องประดับจากดินปั้นซีเลื้อย

Development of the Jewelry from Sawdust Clay

นพาสีละศุภพงษ์^{1*} และศิริลักษณ์ สุพักตร์วิบูลย์²

Napa leelasuphapong^{1*} and Sirilak Suphakwibun²

Received 15 ธันวาคม 2567 Revised 22 กุมภาพันธ์ 2568 Accepted 2 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาเครื่องประดับจากดินปั้นซีเลื้อย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสูตรดินปั้นจากซีเลื้อยที่เหมาะสมสำหรับการนำมาประดิษฐ์เครื่องประดับ 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบและคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นซีเลื้อย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือนักเรียน นักศึกษา ครู/อาจารย์ และบุคคลทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาจำนวน 100 คน นำมาวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผู้วิจัยได้ ศึกษาสูตรดินปั้นซีเลื้อยจำนวน 3 สูตร แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ 10 ท่าน คัดเลือกสูตร ซึ่งสูตรดินที่มีคะแนนมากที่สุด คือ สูตรที่ 3 เนื่องจากเนื้อดินเหนียวไม่ขาดง่าย เนื้อดินรวมเป็นเนื้อเดียวกัน ละเอียด ผิวสัมผัสเนียน ไม่ขรุขระ มีความนุ่มไม่แข็ง ปั้นขึ้นรูปได้ บีบขนาดได้ เมื่อแห้งไม่แตกหัก จึงนำมาประดิษฐ์เป็นแบบเครื่องประดับจำนวน 3 ชุด ประกอบด้วย ต่างหู สร้อยคอ และสร้อยข้อมือ จากนั้นให้ผู้ประเมินจำนวน 30 คน คัดเลือก ซึ่งแบบที่ได้รับการคัดเลือกมากที่สุด คือ ชุดที่ 1 และนำแบบที่ได้รับการคัดเลือกมาศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากซีเลื้อย โดยมีค่าเฉลี่ยด้านวัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม ความคงทน แข็งแรง ความสวยงาม ประโยชน์การใช้งานได้จริง ความคิดสร้างสรรค์ และความชอบโดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56, 4.44, 4.57, 4.50, 4.81, 4.73 และ 4.60 อยู่ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

คำสำคัญ: เครื่องประดับ, ดินปั้น, ซีเลื้อย

¹ อาจารย์, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

¹ Lecturer, Faculty of Science and Technology, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

² นักศึกษาปริญญาตรี, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

² Undergraduate student, Faculty of Science and Technology, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: jan_lsp@yahoo.com

Abstract

Research on the Development of Jewelry from Sawdust Clay This research aims to: 1) Study the appropriate sawdust clay formula for jewelry making. 2) Examine consumer satisfaction with the design and quality of jewelry made from sawdust clay. The sample group comprised 100 students, teachers, professors, and the general public from Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Data was analyzed using percentages, averages, and standard deviations. The researchers studied three sawdust clay formulas, and 10 experts selected the most suitable one. This formula with the highest score was Formula 3 due to its cohesive texture, smooth surface, flexibility, workability, and durability after drying. Used this formula to create three sets of jewelry, each consisting of earrings, a necklace, and a bracelet. Thirty evaluators selected the best design, which Set 1. This set was used to assess consumer satisfaction. The results showed that consumers were very satisfied with the sawdust jewelry. The average scores for material suitability, durability, aesthetics, practicality, creativity, and overall satisfaction were 4.56, 4.44, 4.57, 4.50, 4.81, 4.73, and 4.60, respectively, indicating the highest level of satisfaction.

Keywords: Jewelry, Clay, Sawdust

1.บทนำ

ซีเลื่อยเป็นผลพลอยได้ จากการแปรรูปไม้ เช่น การเลื่อย การขัด หรือการไสไม้เป็นวัสดุที่ได้รับความสนใจและนำไปใช้ประโยชน์อย่างหลากหลายในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ผู้คนหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมและมองหาวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และซีเลื่อยยังเป็นที่ยินยอมในการตกแต่งรอยต่อในงานเฟอร์นิเจอร์และงานออกแบบภายใน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ มีการนำซีเลื่อยมาผสมกับวัสดุอื่น ๆ เพื่อสร้างวัสดุผสม (Composite material) สำหรับงานตกแต่งผนัง พื้น หรือเพดาน ซึ่งให้ลวดลายและผิวสัมผัสที่เป็นเอกลักษณ์ สำหรับงานศิลปะและหัตถกรรมนักออกแบบหันมาใช้ซีเลื่อยในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะและหัตถกรรมที่หลากหลาย เช่น งานเครื่องประดับ มีการนำซีเลื่อยมาผสมกับเรซินหรือวัสดุอื่น ๆ เพื่อสร้างเครื่องประดับที่มีน้ำหนักเบาและมีลวดลายที่เป็นธรรมชาติ

ในยุคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ซีเลื่อยกลายเป็นวัสดุทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่การพิจารณาการออกแบบ และการผลิตให้สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-design) มีข้อพิจารณาการใช้วัสดุ ลดการใช้วัสดุหรือส่วนประกอบ โดยใช้เท่าที่จำเป็น เลี่ยงวัสดุที่มีส่วนทำลายสิ่งแวดล้อม รวมถึงเลือกวัสดุที่ใช้พลังงานต่ำไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้งาน และวัสดุทดแทนสามารถนำ

กลับมาใช้ใหม่ได้ แนวคิดการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจเป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้พัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากการจำหน่ายในตลาดทั่วไปแล้วยังมีพื้นที่จำหน่ายในตลาดสีเขียวของต่างประเทศ ซึ่งให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก และยอมรับสินค้าที่ออกแบบในหลักการออกแบบที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นหลักสำคัญ โดยยังแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย Helen, L. et al. (2009) อ้างถึงใน รูปนันท แก้วปาน และคณะ (2563) เช่น วัสดุบรรจุภัณฑ์ และการสร้างสรรค์เครื่องประดับที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ หรือวัสดุทดแทนมากขึ้น รวมถึงการนำชี้เลื่อยมาเป็นส่วนประกอบในเครื่องประดับให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และวัตถุหรือสิ่งของที่ใช้ประดับตกแต่งร่างกายเพื่อความสวยงาม หรือเพื่อแสดงถึงสถานภาพทางสังคม ทั้งนี้เครื่องประดับที่ใช้ในแต่ละพื้นที่ย่อมแตกต่างกัน ทั้งในด้านรูปร่างลักษณะ และวัสดุที่ใช้ผลิต โดยมีปัจจัยพื้นฐานมาจากความเชื่อ ศิลปวัฒนธรรม รสนิยม (รสขง ศรีลิโก, 2565) ซึ่งสะท้อนถึงวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมมากขึ้น การสร้างสรรค์เครื่องประดับจากวัสดุเหลือใช้ เช่น ชี้เลื่อย เป็นการส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและลดปริมาณขยะ โดยรวมแล้ว ชี้เลื่อยยังคงเป็นวัสดุที่มีคุณค่าและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลายในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ผู้คนหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมและมองหาวัสดุที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติหรือแม้กระทั่งการใช้ทรัพยากรให้เกิดมูลค่าสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎา พัฒรานนท์ (2553) ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นกรณีศึกษากลุ่มจักสานใบกะพ้อที่เกิดจากการนำเศษวัสดุที่เหลือจากการทำพัดใบกะพ้อมาสร้างสรรค์เพื่อเป็นการลดต้นทุนและใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นอย่างมีคุณค่า

ดินปั้นเป็นหัตถกรรมประเภทหนึ่งที่มีการผลิตกันมาแต่ในอดีต และเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางจนถึงปัจจุบัน การปั้นจึงเป็นศาสตร์ที่มีมานานหลายยุคหลายสมัย ต่อมามนุษย์มีพัฒนาจากการใช้วัสดุที่ได้จากธรรมชาติมาดัดแปลงสร้างสรรค์ หาววัสดุต่าง ๆ ที่สามารถนำมาใช้ทดแทนในการปั้นจากดินให้มีความสามารถเก็บไว้ได้นาน ดินปั้นญี่ปุ่นได้เข้ามาแพร่หลายในประเทศไทยประมาณ 30 กว่าปี ซึ่งคุณสมบัติของดินญี่ปุ่นคือ มีความขาว สามารถผสมสีได้ตามต้องการ สามารถสร้างเป็นผลิตภัณฑ์หลายประเภท ซึ่งมีคุณสมบัติที่ดีเป็นที่นิยมมากในประเทศไทย แต่ด้วยราคาของวัตถุดิบค่อนข้างแพง คนไทยจึงได้คิดค้นดินไทยที่ผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่มีในประเทศไทยมาผลิต ซึ่งดินไทยมีคุณสมบัติไม่แพ้ดินจากต่างประเทศ (กริธารกร แสงสกุล, 2555)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเกิดแนวคิดที่จะนำเอาเศษวัสดุเหลือใช้ ได้แก่ เศษชี้เลื่อย ที่มีอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มาพัฒนาเป็นดินปั้นชี้เลื่อยเพื่อใช้ในการประดิษฐ์เครื่องประดับ โดยมีแนวคิดในการออกแบบที่คำนึงถึงการออกแบบเครื่องประดับขึ้นพื้นฐาน ความงามทางศิลปะ ความเรียบง่ายของรูปทรงและมีความสมบูรณ์ในตัวเอง เทคนิคทางการผลิตที่ไม่ซ้ำของเดิม ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการนำเอาเศษวัสดุเหลือใช้ในท้องถิ่นมาทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพิ่มความน่าสนใจให้กับเครื่องประดับมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีการพัฒนาวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุเหลือใช้ในการผลิตเครื่องประดับเพื่อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างมูลค่าเพิ่ม อีกทั้งยังไม่มีการศึกษาการพัฒนาดินปั้นจากชี้เลื่อยที่ใช้สำหรับประดิษฐ์เครื่องประดับมาก่อน และเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่มีคุณภาพดี เป็นที่ยอมรับจึงต้องมีการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคด้วย

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 ศึกษาสูตรดินปั้นจากขี้เถ้าที่เหมาะสมสำหรับการนำมาประดิษฐ์เครื่องประดับ
- 2.2 ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบและคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นขี้เถ้า

3. ระเบียบวิธีวิจัย

- 3.1 ศึกษาสูตรดินปั้นจากขี้เถ้าที่เหมาะสมสำหรับการนำมาประดิษฐ์เครื่องประดับ
 - 3.1.1 ศึกษาสูตรดินปั้นจากขี้เถ้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งส่วนผสมดินประกอบด้วยส่วนผสมหลัก 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนของเนื้อดิน ส่วนที่ช่วยยึดติด ส่วนที่ทำให้ขึ้นเงา และส่วนสารกันบูด ผู้วิจัยได้ทำการเลือกสูตรดินขี้เถ้า จำนวน 3 สูตร แสดงดังตารางที่ 1 ประเมินคุณภาพด้านคุณลักษณะของดินขี้เถ้าจากความเหนียว ความเนียน ความทรงตัว และสีสันทนของดิน ผู้ทดสอบคืออาจารย์สาขาคหกรรมศาสตร์และอาจารย์สาขาวิชาศิลปกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จำนวน 10 ท่าน ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี Duncan's New Multiple Range Test (DMRT) ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95 เพื่อเลือกสูตรดินที่เหมาะสมที่สุด

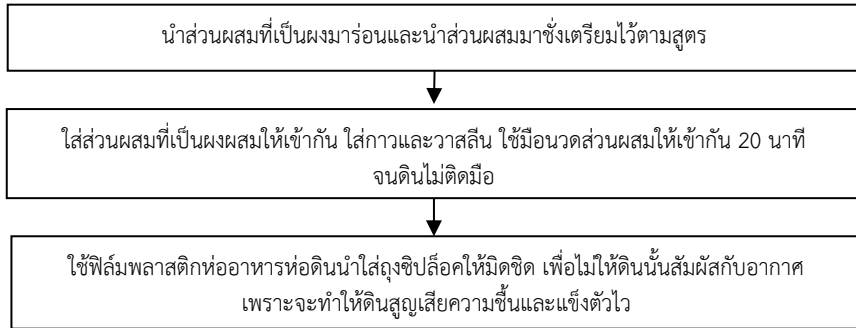
ตารางที่ 1 ส่วนผสมดินปั้นจากขี้เถ้า 3 สูตร

ส่วนผสม	ปริมาณ (กรัม)		
	สูตรที่ 1	สูตรที่ 2	สูตรที่ 3
ผงขี้เถ้า	20	20	15
แป้งข้าวเหนียว	10	10	10
ดินสอพอง	-	20	20
กาวลาเท็กซ์	35	45	40
วาสลีน	1	1	1
ผงซัก	-	0.1	0.1
สารกันบูด	0.5	0.5	0.5
น้ำมันมะกอก	1	-	-
สารส้ม	0.5	0.5	0.5

ที่มา : สูตรที่ 1 กนกวรรณ กันทะกัน (2557) สูตรที่ 2 วรวิทย์ คงวัฒนะ (ม.ป.ป)

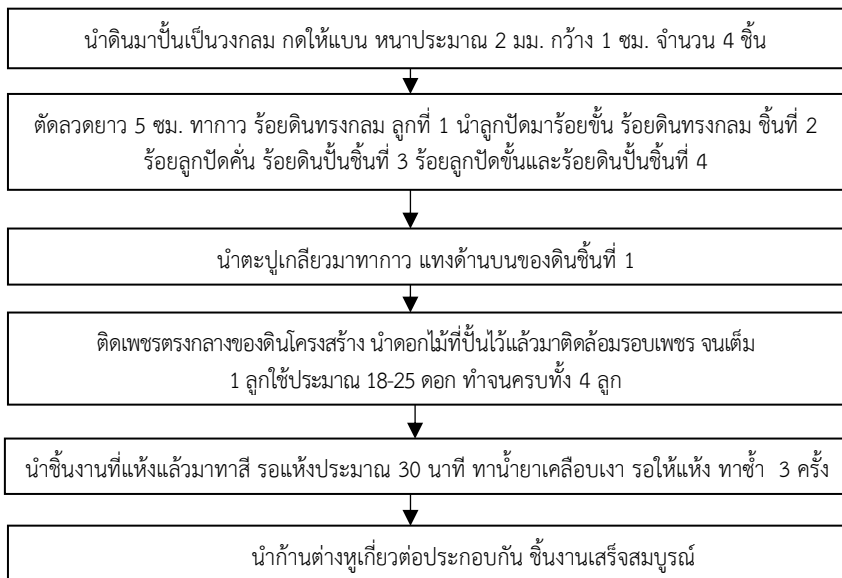
สูตรที่ 3 สวรรณตรี เหมาะสมาน (2561)

ขั้นตอนการผสมดินของดินทั้ง 3 สูตร ใช้วิธีการผสมเดียวกัน ต่างกันเพียงแต่ส่วนผสมและปริมาตร มีขั้นตอนการผสม ดังนี้

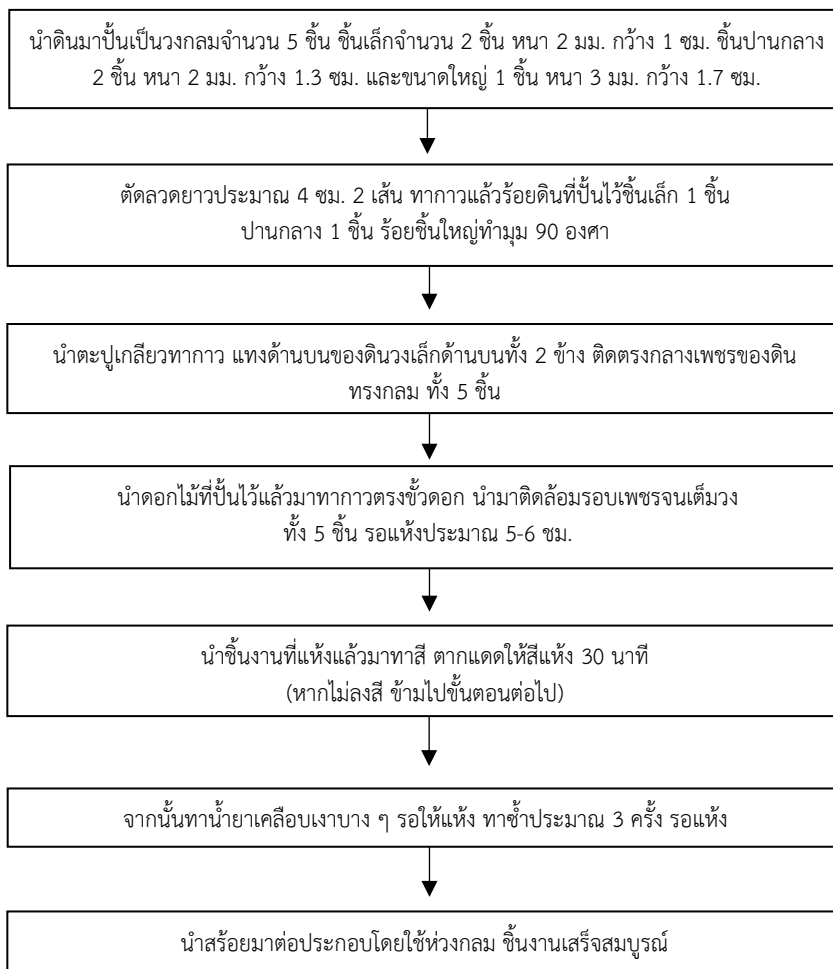


ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการผสมดิน

3.1.2 ออกแบบและประดิษฐ์เครื่องประดับจากดินปั้นจากขี้เลื่อย จำนวน 3 ชุด ประกอบด้วย ต่างหู สร้อยข้อมือ และสร้อยคอ สำนวญความพึงพอใจของผู้ทดสอบที่มีต่อรูปแบบและคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นขี้เลื่อย โดยอาจารย์และนักศึกษาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จำนวน 30 ท่าน ด้านความคงทน แข็งแรง ประโยชน์การใช้งานได้จริง ความสวยงาม ความคิดสร้างสรรค์ ความชอบโดยรวม และภาพรวม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยมีขั้นตอนการประดิษฐ์ต่างหูจากดินปั้นขี้เลื่อย ดังนี้

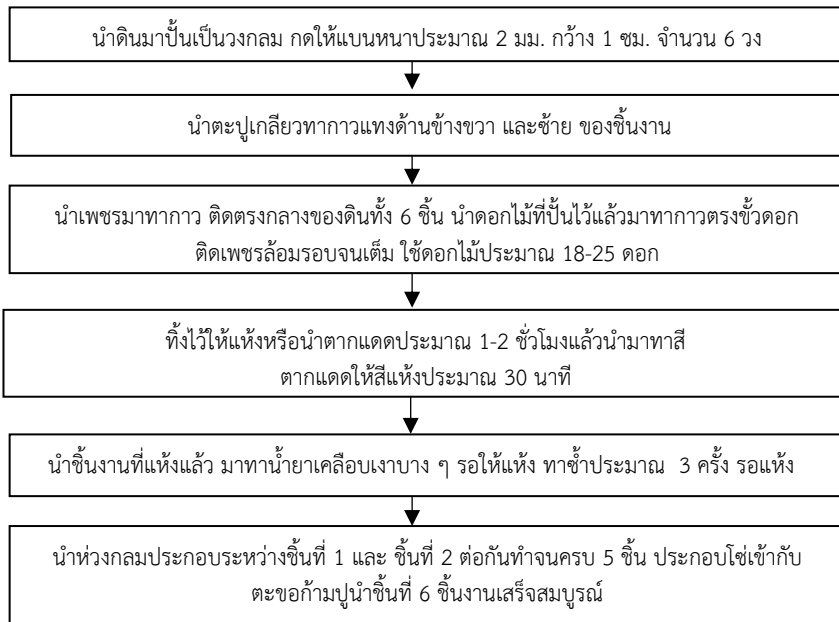


ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการประดิษฐ์ต่างหูจากดินปั้นจากขี้เลื่อย ขั้นตอนการประดิษฐ์สร้อยคอจากดินปั้นจากขี้เลื่อย



ภาพที่ 3 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการประดิษฐ์สร้อยคอจากดินปั้นจากขี้เถ้า

ขั้นตอนการประดิษฐ์สร้อยข้อมือจากดินปั้นขี้เลื่อย



ภาพที่ 4 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการประดิษฐ์สร้อยข้อมือจากดินปั้นขี้เลื่อย

3.2 ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบและคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นขี้เลื่อย

ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบและคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นขี้เลื่อย จำนวน 3 ชุด กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักศึกษา อาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จำนวน 100 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (Check list) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) เพื่อแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับของผู้บริโภค แบบตรวจสอบรายการ (Check list) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) เพื่อแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบและคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นขี้เลื่อย แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยให้คะแนนความชอบแบบ 5-Point Hedonic Scale (คะแนน 1-5 หมายถึง ไม่ชอบมาก-ชอบมาก) มาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็นปลายเปิด (Open ended) วิเคราะห์เนื้อหา (Contents Analysis) เรียบเรียงเป็นคำความถี่

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการศึกษาสูตรดินปั้นจากขี้เลื่อยที่เหมาะสมสำหรับการนำมาประดิษฐ์เครื่องประดับ

4.1.1 ผลการศึกษาสูตรดินปั้นจากขี้เลื่อยที่เหมาะสมสำหรับการนำมาประดิษฐ์เครื่องประดับ

ผลการวิเคราะห์สูตรดินปั้นจากขี้เลื่อยจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ในด้านความเหนียว ความเนียน ความนุ่ม ความทรงตัว และสีสันทของเนื้อดิน จำนวน 3 สูตร แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพคุณลักษณะของดินปั้นจากขี้เลื่อยที่แตกต่างกัน 3 สูตร
ด้านความเหนียว ความเนียน ความนุ่ม ความทรงตัว และสีสันทของเนื้อดิน

คุณลักษณะดินปั้นขี้เลื่อย	ดินปั้นจากขี้เลื่อย 3 สูตร		
	สูตรที่ 1	สูตรที่ 2	สูตรที่ 3
1.ความเหนียวของดิน			
เนื้อดินเหนียว ไม่ขาดง่าย ^{ns}	3.80±1.14	3.20±0.79	3.90±0.88
บีบ ขนาดไม่ติดมือ	4.10±0.74 ^b	4.00±0.67 ^b	4.70±0.48 ^a
รวม	3.95±0.94	3.60±0.73	4.30±0.68
2. ความเนียนของดิน			
เนื้อดินรวมเป็นเนื้อเดียวกัน ^{ns}	4.00±0.67	4.00±0.47	4.40±0.70
เนื้อดินละเอียด ผิวสัมผัสเนียน ^{ns}	4.30±0.68	4.00±0.67	4.40±0.70
รวม	4.15±0.68	4.00±0.57	4.40±0.70
3. ความนุ่มของดิน			
เนื้อดินมีความนุ่มไม่แข็ง ^{ns}	3.90±0.88	3.80±0.63	4.40±0.70
ปั้นขึ้นรูปได้ บีบขนาดได้ ^{ns}	3.80±0.92	3.50±0.53	4.20±1.03
รวม	3.85±0.90	3.65±0.58	4.30±0.86
4. ความทรงตัวของดิน			
ปั้นขึ้นรูปได้ดีเนื้อดินคงตัว	4.10±0.74 ^{ab}	3.60±0.52 ^b	4.50±0.71 ^a
ขณะปั้นเนื้อดินไม่หลุดตัวตามมือ ^{ns}	4.10±0.74	3.90±0.57	4.10±0.88
รวม	4.10±0.74	3.75±0.55	4.30±0.80
5. สีของเนื้อดิน			
มีความสม่ำเสมอของสี	3.80±0.63 ^b	3.70±0.47 ^b	4.40±0.52 ^a
สีตามธรรมชาติ	3.80±0.42 ^b	3.80±0.42 ^b	4.80±0.42 ^a
รวม	3.80±0.53	3.75±0.45	4.60±0.47
ภาพรวม	3.97 ±0.76	3.75±0.56	4.38±0.70

หมายเหตุ: a และ b ที่กำกับในแนวนอนหมายถึง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p<0.05)

ns หมายถึง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p≥0.05)

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพคุณลักษณะของดินปั้นจากขี้เลื่อย ด้านความเหนียว ความเนียน ความนุ่ม ความทรงตัว และสีสันทของเนื้อดิน พบว่าทั้ง 3 สูตร ในด้านเนื้อดินเหนียวไม่ขาดง่าย เนื้อดินรวมเป็นเนื้อเดียวกัน เนื้อดินละเอียด ผิวสัมผัสเนียน ไม่ขรุขระ เนื้อ

ดินมีความนุ่มไม่แข็ง บ้นขึ้นรูปได้ บ้นบวบได้ เมื่อแห้งไม่แตกหัก ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และคุณลักษณะดินบ้นจากซีลื้อของดินบ้นทั้ง 3 สูตร ในด้าน บ้นบวบไม่ติดมือ บ้นขึ้นรูปได้ดีเนื้อดินคงตัว มีความสม่ำเสมอของสี สีตามธรรมชาติ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 10 ท่าน มีความพึงพอใจ ภาพรวม สูตรที่ 3 มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.38 รองลงมาคือสูตรที่ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97 และสูตรที่ 2 มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากตามลำดับ

4.1.2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการออกแบบเครื่องประดับจากดินบ้นซีลื้อ จำนวน 3 ชุด

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการนำดินบ้นที่ได้รับการคัดเลือกมาออกแบบเครื่องประดับ ประกอบด้วย สร้อยคอ ต่างหู และสร้อยข้อมือ โดยทำการสำรวจผลประเมินความพึงพอใจเพื่อคัดเลือกรูปแบบเครื่องประดับจากดินบ้นซีลื้อของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อรูปแบบเครื่องประดับจากดินบ้นซีลื้อทั้ง 3 ชุด

	แบบเครื่องประดับ		
	ชุดที่ 1	ชุดที่ 2	ชุดที่ 3
1. ความคงทนแข็งแรง ^{ns}	4.10±0.71	4.10±0.66	4.07±0.90
2. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม ^{ns}	4.37±0.67	4.13±0.57	4.13±0.78
3. ความเหมาะสมของสี	4.43±0.57 ^a	4.00±0.70 ^b	4.03±0.85 ^b
4. ประโยชน์ของการนำมาใช้ได้จริง ^{ns}	4.43±0.68	4.30±0.70	4.27±0.64
5. ความสวยงาม	4.67±0.55 ^a	4.17±0.75 ^b	4.17±0.65 ^b
6. ความคิดสร้างสรรค์	4.73±0.52 ^a	4.37±0.72 ^b	4.47±0.68 ^{ab}
7. ความชอบโดยรวม	4.57±0.63 ^a	4.30±0.70 ^{ab}	4.17±0.75 ^b
รวม	4.47±0.62	4.20±0.69	4.19±0.75

หมายเหตุ: a และ b ที่กำกับในแนวนอนหมายถึง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p<0.05)

ns หมายถึง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p≥0.05)

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อรูปแบบเครื่องประดับจากดินบ้นซีลื้อทั้ง 3 ชุด ของผู้ทดสอบจำนวน 30 คน ที่มีต่อรูปแบบของเครื่องประดับจากดินบ้นซีลื้อ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันด้านความคงทนแข็งแรง วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม ประโยชน์ของการนำมาใช้ได้จริง และพบว่ามีความแตกต่างกันด้าน ความเหมาะสมของสี ความสวยงาม ความคิดสร้างสรรค์ และความชอบโดยรวมชุดที่ 1 มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47 รองลงมาคือชุดที่ 2 มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 และชุดที่ 3 มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.19 ตามลำดับ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้เครื่องประดับจากดินบ้นซีลื้อชุดที่ 1 สำหรับการวิจัยในขั้นต่อไป



ภาพที่ 5 เครื่องประดับจากดินปั้นจากชีเลื้อยทั้ง 3 ชุด

4.2 ผลการศึกษาคำพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบและคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นชีเลื้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคความพึงพอใจต่อคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นชีเลื้อย โดยแสดงการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 81.00 อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20-30 ปี ร้อยละ 65.00 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 34.00 สังกัดของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร้อยละ 49.00 รองลงมาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ร้อยละ 32.00 คณะวิทยาการจัดการ ร้อยละ 16.00 และคณะครุศาสตร์ ร้อยละ 3.00 และผู้บริโภคส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 99.00 รองลงมาปริญญาโท ร้อยละ 1.00

ผู้บริโภคเคยซื้อเครื่องประดับหรือไม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อ ร้อยละ 95.00 และไม่เคยซื้อ ร้อยละ 5.00 เครื่องประดับที่ผู้บริโภคเลือกซื้อบ่อยที่สุด ส่วนใหญ่เป็น ต่างหู ร้อยละ 38.00 รองลงมาซื้อแหวน ร้อยละ 20.00 สร้อยข้อมือ ร้อยละ 19.00 สร้อยคอ ร้อยละ 14.00 เหตุผลการเลือกซื้อเครื่องประดับของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องประดับเพราะมีความสวยงาม ร้อยละ 63.00 รองลงมาตรงตามรสนิยม ร้อยละ 21.00 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 11.00 ร้านค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อเครื่องประดับมากที่สุด คือตลาดนัด ร้อยละ 41.00 รองลงมาคือห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 39.00 ออนไลน์ ร้อยละ 14.00 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ผู้บริโภคเคยเห็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากดินปั้นชีเลื้อยหรือไม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เคยเห็น ร้อยละ 99.00 และเคยเห็น ร้อยละ 1.00 ผู้บริโภคยอมรับการนำดินปั้นจากชีเลื้อยมาทำเครื่องประดับหรือไม่ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยอมรับ ร้อยละ 97.00 และไม่ยอมรับ ร้อยละ 3.00 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากดินปั้นจากชีเลื้อย ซื้ออยู่ที่ ร้อยละ 92.00 และไม่ซื้อ ร้อยละ 8.00 ช่วงราคาที่ผู้บริโภคพึงพอใจ อยู่ในช่วงราคา

100-299 บาท ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือช่วงราคา 300-499 บาท ร้อยละ 31.00 ช่วงราคา 500-699 บาท ร้อยละ 16.00 และราคามากกว่า 700 บาท ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นซีเลื้อยวิเคราะห์ด้วยสถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นซีเลื้อยตามคุณลักษณะของเครื่องประดับจากดินปั้นจากซีเลื้อย

n=100								
คุณลักษณะ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย เฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
	5	4	3	2	1			
1. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม	62	32	6	0	0	4.59	0.61	มากที่สุด
2. ความคงทนแข็งแรง	52	41	6	1	0	4.44	0.66	มากที่สุด
3. ประโยชน์การใช้งานได้จริง	62	33	5	0	0	4.57	0.59	มากที่สุด
4. ความสวยงาม	57	38	6	0	0	4.50	0.68	มากที่สุด
5. ความคิดสร้างสรรค์	82	17	1	0	0	4.81	0.65	มากที่สุด
6. ความชอบโดยรวม	74	25	1	0	0	4.73	0.47	มากที่สุด
รวม						4.60	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากดินปั้นจากซีเลื้อย พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากดินปั้นจากซีเลื้อย ด้านวัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ด้านความคงทนแข็งแรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ด้านประโยชน์การใช้งานได้จริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ด้านความสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ด้านความคิดสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 และด้านความชอบโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 โดยภาพรวมทั้งหมดแล้วผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.60 ตามลำดับ

5. อภิปรายผล

การศึกษาสูตรดินซีเลื้อยที่เหมาะสมสำหรับการนำมาประดิษฐ์เครื่องประดับ จากการทดลองส่วนผสมทั้ง 3 สูตร พบว่าผู้เชี่ยวชาญเลือก สูตรที่ 3 เป็นสูตรที่ดีที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเนื้อดินเหนียวไม่ขาดง่าย เนื้อดินรวมเป็นเนื้อเดียวกันละเอียด ผิวสัมผัสเนียน ไม่ขรุขระ มีความนุ่มไม่แข็ง ปั้นขึ้นรูปได้ บีบขนาดได้ เมื่อแห้งไม่แตกหัก เหมาะสำหรับการนำมาประดิษฐ์เครื่องประดับ ซึ่งสอดคล้องกับสภากาชาดวิศัลศักดิ์กุล และคณะ (2562) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดินปั้นจากกากมะตูม มีความเหมาะสม

ในการนำไปใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ต่อไปได้ เนื่องจากมีความเหนียว มีความยืดหยุ่น และความนุ่มที่พอดี หลังจากแห้งแล้วสามารถคงรูปได้ดีและไม่หดตัว มีความแข็ง สามารถแต่งสีและกลืนเพิ่มเติมในเนื้อดินได้ จึงนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์งานปั้นจิ๋ว และสอดคล้องกับศักรินทร์ หงส์รัตนารกิจ และคณะ (2564) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผิวดินจากดินปั้นจากมะพร้าว มีความเหนียวละเอียดมีความเกาะติดสามารถปั้นขึ้นรูปได้ดี เมื่อแห้งตัวดินไม่มีการแตก และดินมีการหดตัวน้อย ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากดินปั้นจากขี้เลื่อย ทั้ง 6 ด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นจากขี้เลื่อย ด้านวัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ด้านความคงทนแข็งแรง อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 สอดคล้องกับศักรินทร์ หงส์รัตนารกิจ และคณะ (2566) การประดิษฐ์พานเครื่องทองน้ยจากดินปั้นโสนหางไก่ด้วยเทคนิคกระแหะลาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ความแข็งแรงของวัสดุที่ทำมาจากโสนหางไก่ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.64 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากดินปั้นโสนหางไก่ มีการใช้สูตรดินปั้นที่มีส่วนผสมของแป้งข้าวเหนียวและกาวลาเท็กซ์ที่เหมาะสม จึงทำให้ผลงานที่ปั้นออกมามีความแข็งแรงไม่แตกร้าว ด้านประโยชน์การใช้งานได้จริง อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ด้านความสวยงาม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ด้านความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 ด้านความชอบโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 โดยภาพรวมทั้งหมดผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.60 ทั้งนี้เป็นเพราะว่ามีการใช้วัสดุที่มีความเหมาะสม มีความคงทนแข็งแรง มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถใช้งานได้จริง ความสวยงามน่าสนใจเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค สอดคล้องกับสมชาย บุญพิทักษ์ (2561) การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากดิน ด้านการใช้ดินในการผลิตรูปทรงผลิตภัณฑ์ การปั้นผลิตภัณฑ์ ความละเอียดผลิตภัณฑ์ การใช้สีและความสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจ ด้านรูปแบบขนาดหรือรูปทรง ความละเอียดผลิตภัณฑ์ สี ความสวยงาม และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ด้านการใช้ดินในการผลิตรูปทรง การปั้นผลิตภัณฑ์ความละเอียด การใช้สี และความสวยงามของผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

การศึกษาการยอมรับของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคให้การยอมรับร้อยละ 97 หากมีจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะเลือกซื้อร้อยละ 92 ให้ความพึงพอใจในด้านราคา 1 ชุด ราคา 100-229 บาท ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับเศษวัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์และมีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น และมีสีสันสวยงาม ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับเด่นศักดิ์ หอมหวล และคณะ (2557) ศึกษาการพัฒนาประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตเครื่องประดับ กรณีศึกษา: กลุ่มผู้ผลิตเครื่องประดับจากดินปั้น อำเภอเมือง จังหวัดตาก โดยภาพรวมมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากดินปั้น 4.04 โดยผู้รับบริการให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ผลิตภัณฑ์จากดินปั้นมีสีสัน สวยงาม ลักษณะเหมือนของจริง และราคาก็เหมาะสมกับผลงานการทำเครื่องประดับจากดินปั้น

6. องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าสูตรผสมดินปั้นจากขี้เลื่อยที่เหมาะสมสำหรับการนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ โดยนำเอาวัสดุเหลือใช้ในท้องถิ่นอย่างขี้เลื่อยมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ ด้วยเทคนิคการผลิตเครื่องประดับรูปแบบใหม่ ในด้านการตลาดมีการทดสอบการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น สามารถสร้างรายได้ ลดต้นทุน เพิ่มความหลากหลายของสินค้าและตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับผู้บริโภค และในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เป็นการช่วยลดปริมาณขยะและรักษาสิ่งแวดล้อม

7. สรุป

จากการทดลองส่วนผสมสูตรดินปั้นจากขี้เลื่อยทั้ง 3 สูตร สูตรที่ 3 เป็นสูตรที่ดีที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เนื่องจากเนื้อดินเหนียวไม่ขาดง่าย เนื้อดินรวมเป็นเนื้อเดียวกัน ละเอียด ผิวสัมผัสเนียน ไม่ขรุขระ มีความนุ่มไม่แข็ง ปั้นขึ้นรูปได้ บิบนวดได้เมื่อแห้งไม่แตกหัก เหมาะสำหรับการนำมาประดิษฐ์เครื่องประดับ

ผลสำรวจสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบเครื่องประดับจากดินปั้นขี้เลื่อยทั้ง 3 ชุด พบว่าเครื่องประดับชุดที่ 1 เป็นชุดที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้ทดสอบมากเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 รองลงมาคือชุดที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และชุดที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพของเครื่องประดับจากดินปั้นขี้เลื่อย ชุดที่ 1 ของผู้บริโภคจำนวน 100 คน มีความพึงพอใจของต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากดินปั้นขี้เลื่อยทั้ง 6 ด้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59, 4.44, 4.57, 4.50, 4.81 และ 4.73 ตามลำดับ การยอมรับของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคให้การยอมรับร้อยละ 97 หากมีจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะเลือกซื้อร้อยละ 92

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องประดับจากดินปั้นขี้เลื่อย ควรมีการประชาสัมพันธ์ และทำการตลาดผลิตภัณฑ์ และขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ควรศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้วัสดุเหลือใช้อื่น ๆ ในท้องถิ่นมาผลิตดินปั้นและเครื่องประดับ

8.2.2 ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มรายได้ การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้อย่างสร้างสรรค์ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน ในการบริหารจัดการขยะและวัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

9. กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาเครื่องประดับจากดินปั้นขี้เลื่อย บรรลุลงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจากอาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาสาขาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่เอื้อเฟื้อสถานที่ทำการทดลอง และสนับสนุนงานวิจัยนี้

10. เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ กันทะกัน, สุภา จุฬคุปต์ และสุทัศน์ บุญโยภาส. (2558, 25-26 มิถุนายน). การพัฒนาดินปั้นแก้วกลาสสำหรับงานประดิษฐ์ [เอกสารการนำเสนอ]. การประชุมและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 35. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ ฉะเชิงเทรา, ประเทศไทย.
- กริทธา แสงสกุล. (2555). *หัตถกรรมดินไทย: กรณีศึกษางานหัตถกรรมดินไทย OTOP ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม นนทบุรี และกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เจษฎา พัฒนารนท. (2553). *การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา กลุ่มจักสานใบกะพ้อ ตำบลทุ่งโพธิ์ อำเภोजุฬารามณ์ จังหวัดนครราชสีมา* [วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฐปนัท แก้วปาน, สราวุธ อิศรานวัฒน์ และจริยา แผลงนอก. (2563). หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 22(2), 161-182.
- เด่นศักดิ์ หอมหวล, ประยงค์ ศรีไพโรสนท์ และกานต์ วิรุณพันธ์. (2557). การพัฒนาประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตเครื่องประดับ กรณีศึกษา: กลุ่มผู้ผลิตเครื่องประดับจากดินปั้น อำเภอเมือง จังหวัดตาก. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 2(1), 73-80.
- รสนง ศรีลิโก. (2565). *เครื่องประดับในสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเล่มที่ 34* (พิมพ์ครั้งที่ 7). มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ.
- วรวิทย์ คงวัฒน. (ม.ป.ป). *สูตรผสมรักดีลายเทียม*, กรุงเทพมหานครพิมพ์.
- ศักรินทร์ หงส์รัตนารกิจ, พิชิตา แสงประกาย และวรัญญา ไชยแสง. (2566). การประดิษฐ์พานเครื่องทองน้อยจากดินปั้นโนสโนทางได้ด้วยเทคนิคกระแหะลาย. *วารสารเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*, 5(1), 17-31.

- ศักรินทร์ หงส์รัตนาวรกิจ, สารีกา จันทิมา และสุพรรณวดี เลิศสพุง. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผืนตาข่ายจากดินปั้นจากมะพร้าว. *วารสารเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. 3(2), 27-41.
- สมชาย บุญพิทักษ์. (2561, 6-8 กันยายน). *การศึกษาและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากดิน: กรณีศึกษากลุ่มงานปั้นจากดิน* [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมวิชาการวิจัยและนวัตกรรมสร้างสรรค์ ครั้งที่ 5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก, ประเทศไทย.
- โสภิตา วิศาลศักดิ์กุล, อรวัลย์ อุปลัมภานนท์ และสรिता จารุศรีกมล. (2562, 26 เมษายน). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดินปั้นจากกากมะตูม* [เอกสารนำเสนอ]. งานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2562. ปทุมธานี, ประเทศไทย.

การจัดการวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน

อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

Community Enterprise Management Tambon Nongtakhianbon,

Watthananakhon District, Sa Kaeo Province

สุพิเชษฐ์ ทองอ่อน^{1*}, จริญญา พจนา² และนวรินทร์ ตาอ่อนทอง³
Supichet Tong-on^{1*}, Jaranya Potjana², and Navarin Tagontong³

Received 3 ธันวาคม 2567 Revised 23 กุมภาพันธ์ 2568 Accepted 14 มีนาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว 2) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว และ 3) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาครั้งนี้คือ ประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผลจากการศึกษาพบว่า 1) การจัดการวิสาหกิจชุมชน เริ่มก่อตั้งจากประธานวิสาหกิจชุมชนมีการเชิญชวนคนในชุมชนรวมกลุ่มเพาะปลูกผลไม้ ดำเนินงานจากการรับผลผลิตจากสมาชิก และรับสมัครพนักงานในการนำผลผลิตมาแปรรูปเพื่อเพิ่มรายได้ รวมถึงการพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยสมาชิกและคนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วม 2) ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนคือการเพาะปลูกกระถ่อนที่เป็นพืชอัตลักษณ์ของชุมชน ความจริงใจต่อกันไม่มีการเอาเปรียบ มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และ 3) ปัญหาและอุปสรรค แนวทางแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะของวิสาหกิจชุมชน คือ มีความคิดเห็นขัดแย้งในการเสนอการเพาะปลูกมีแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคจากประธานวิสาหกิจชุมชนที่เป็นตัวอย่างที่ดีให้คนในชุมชนได้เห็นและแสดงผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสิ่งที่ทำส่งผลดีต่อชุมชนและสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้

คำสำคัญ: การจัดการ, วิสาหกิจชุมชน, ตำบลหนองตะเคียนบอน, จังหวัดสระแก้ว

¹ อาจารย์ ดร., วิทยาลัยโพธิวิชชาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

¹ Lecturer Dr., College of Creative Agriculture for Society, Srinakharinwirot University

² นิสิต, วิทยาลัยโพธิวิชชาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² Undergraduate student, College of Creative Agriculture for Society, Srinakharinwirot University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

³ Assistant Professor Dr., Educational and Psychological Test Bureau, Srinakharinwirot University

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: supichettong@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to 1) study the management of a community enterprise, Tambon Nongtakhianbon, Watthananakhon District, Sa Kaeo Province 2) examine the success factors of the community enterprise Tambon Nongtakhianbon, Watthananakhon District, Sa Kaeo Province, and 3) investigate the challenges and obstacles faced by the community enterprise Tambon Nongtakhianbon, Watthananakhon District, Sa Kaeo Province. This qualitative study employed a phenomenological approach. The primary informants for this study were the leaders and members of a community enterprise group, Tambon Nongtakhianbon, Watthananakhon District, Sa Kaeo Province. The sample group was selected using a purposive sampling method. The findings revealed that: 1) The management of the community enterprise began with the leader inviting residents to form a group for fruit cultivation. The operations involved receiving produce from members, hiring staff to process the products to increase income, and establishing an agro-tourism learning center with community participation. 2) The success factors of the community enterprise included the cultivation of santol, a unique local crop, mutual sincerity, fairness, and cooperative assistance among members. 3) Challenges and obstacles included conflicts of opinion regarding cultivation practices. The solutions and recommendations from the enterprise's leader served as a practical example for community members, demonstrating actions that positively impacted the community and generate income for its members.

Keywords: Management, Community Enterprise, Tambon Nongtakhianbon, Sa Kaeo Province

1. บทนำ

ประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาด้านการเกษตรในการผลิตเพื่อส่งออกและเป็นวัตถุดิบให้กับอุตสาหกรรม สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566-2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ประเด็นที่ 3 การเกษตร มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มผลิตภัณธ์มวลรวมในประเทศในสาขาเกษตร และผลิตภาพการผลิตของภาคเกษตร จึงมุ่งเน้นการยกระดับการผลิตให้เข้าสู่คุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย การใช้ประโยชน์จากความโดดเด่นและเอกลักษณ์ของสินค้าเกษตร รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพในแต่ละพื้นที่ การพัฒนาสินค้าและการแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับสินค้า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ในการผลิตและการจัดการฟาร์ม มีการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาระบบนิเวศของภาคเกษตร

เพื่อเสริมสร้างให้การพัฒนา มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและเข้มแข็ง ในช่วงระยะเวลาของการพัฒนาเพื่อบรรลุเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชนว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตรวมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2562) เพื่อยกระดับความสามารถในด้านต่าง ๆ อย่างมีระบบ และยั่งยืน รวมถึงการสร้างความรู้ ภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติและผลผลิตภายในชุมชน ในการส่งเสริมประชาชนที่อาศัยในชุมชนมีอาชีพ มีรายได้ที่เพียงพอในการดำรงชีวิต ไม่ประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ ที่สำคัญทำให้เกิดกลไกทางเศรษฐศาสตร์ในการพัฒนาผลผลิตตามมาตรฐาน เป็นการขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

ทั้งนี้ ในจังหวัดสระแก้วมีการทำการเกษตรและเพาะปลูกผลไม้หลายชนิด อีกทั้งยังมีวิสาหกิจชุมชนมีความเชื่อมโยงกับด้านการเพาะปลูกผลไม้ เช่น การแปรรูป การเป็นพ่อค้าคนกลางไม่กดราคา และยังทำหน้าที่เป็นตลาดให้กับชุมชนได้ส่งสินค้าของตนเอง ที่กล่าวมาข้างต้น คือวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว ที่มีการปลูกผลไม้ตามฤดูกาล ทำเกษตรทฤษฎีใหม่ รวมถึงมีการผลิตสินค้าภายในกลุ่มที่หลากหลาย อีกทั้งยังเป็นวิสาหกิจที่เปิดให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว เพราะวิสาหกิจแห่งนี้มีกรอบธุรกิจที่ค่อนข้างประสบความสำเร็จ และประธานวิสาหกิจมีการศึกษาการดำเนินงาน มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมของการทำธุรกิจ จากความสำเร็จของวิสาหกิจนี้ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา การปรับตัวของธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ผู้ประกอบการจะต้องติดตามและทำความเข้าใจเพื่อที่จะได้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจและมีแนวทางการพัฒนาอย่างไรให้วิสาหกิจชุมชนมีความก้าวหน้าและมีความยั่งยืนจนถึงปัจจุบันนี้

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาการจัดการวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

2.3 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน
อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาการจัดการวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว เนื่องจากวิสาหกิจนี้ได้รับรางวัลเกษตรกรดีเด่นเพียงแห่งเดียวในภาคตะวันออกของโครงการคัดเลือกเกษตรกรสำนึกรักบ้านเกิด ประจำปี พ.ศ. 2564 ซึ่งโครงการนี้ เป็นโครงการเพื่อสรรหา ยกย่อง เชิดชูเกียรติ และสนับสนุนเกษตรกรที่มีแนวความคิดและการปฏิบัติด้านเกษตรอินทรีย์ ใช้องค์ความรู้ต่าง ๆ มาพัฒนาและต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้ผลผลิต รวมไปถึงการสร้าง ความมั่นคงยั่งยืนแก่คุณภาพชีวิตของตนเอง สังคมและชุมชน โดยมีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการมากกว่า 250 คน (กลุ่มเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564) การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) วิธีแนวปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological approach) ซึ่งเป็นการวิจัยที่มีแนวคิดจากรากฐานการศึกษาทางปรัชญาที่มีทัศนต่อประสบการณ์ของเจ้าของผู้ได้เผชิญต่อสถานการณ์นั้น ๆ มุ่งทำความเข้าใจความหมายของปรากฏการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบมา (Lived experience) เป็นหลัก (ชาย โพธิ์สิตา, 2564) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ด้วยการสัมภาษณ์แบบใช้แนวทางสัมภาษณ์ (Interview guide approach) (จำเนียร จวงตระกูล และคณะ, 2564) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อค้นหาคำตอบ มีวิธีการวิจัย ดังนี้

3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key information) ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical sampling) โดยอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Strauss, A. & Corbin, J. 1998, อ้างถึงใน ชาย โพธิ์สิตา, 2564) และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักต้องมีคุณสมบัติ คือ ประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว จำนวน 12 คน โดยใช้ตามแนวทางของ Schnittker, R. et al. (2018) ที่ระบุว่าจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาสัมภาษณ์เชิงลึกที่สามารถทำได้ข้อมูลเพียงพอในการเข้าถึงความอึดตัวของข้อมูลควรใช้ผู้ให้ข้อมูลหลักตั้งแต่ 6 คน ขึ้นไป

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

3.2.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วยคำถามต่าง ๆ ในแบบสัมภาษณ์ มีแนวคำถามหลัก 4 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้สัมภาษณ์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน 2) การจัดการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์การ การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ 3) ปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน

ได้แก่ ด้านผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน 4) ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ

3.2.2 เครื่องมือ ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องบันทึกเสียง ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสัมภาษณ์ ทำให้เก็บข้อมูลและรายละเอียดขณะสัมภาษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ข้อมูลที่กำหนดตามวัตถุประสงค์

3.2.3 ตัวผู้วิจัย เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุด สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยมีทักษะในการถามที่มีความลุ่มลึก และทักษะการฟังเพื่อจับประเด็น รวมถึงเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์ในขณะนั้น การสังเกตสีหน้า แววตา พฤติกรรมของผู้ให้สัมภาษณ์ ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีที่สามารถสร้างความไว้วางใจ ทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ชี้แจงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย ผู้วิจัยได้แจ้งผู้ให้ข้อมูลหลักทราบถึงวัตถุประสงค์การวิจัยก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยบรรยากาศการสัมภาษณ์แบบเป็นกันเอง เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถให้ข้อมูลได้อย่างอิสระ ผู้วิจัยจึงขอไม่เปิดเผยชื่อสกุลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ทั้งนี้ผู้วิจัยยึดมั่นในหลักจริยธรรมการวิจัยและรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นสำคัญ

3.3.2 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยถอดการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ให้ออกมาในรูปของข้อความแบบคำต่อคำ (Verbatim) 2) รวบรวมข้อมูลควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูล 3) ใช้เทคนิคการกำหนดรหัสหลายแบบเพื่อจำแนกข้อมูล 4) ปรับปรุงและตรวจสอบความถูกต้องพร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลจนสมมติฐานนั้นถึงจุดอิ่มตัว (Theoretical saturation) และ 5) นำเสนอข้อสรุป

3.4 การตรวจสอบข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่เก็บรวบรวม ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าข้อมูล (Data triangulation) (สุภาศักดิ์ จันทวานิช, 2559) การตรวจสอบข้อมูลก่อนทำการวิเคราะห์ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยพิจารณาจาก 3 แหล่ง คือ เวลา สถานที่ บุคคล เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลหลายวิธี ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการจดบันทึก จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาตรวจสอบยืนยัน กรณีข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีความขัดแย้งไม่ตรงกันกับข้อมูลที่ได้จากผู้สัมภาษณ์คนใดคนหนึ่ง ผู้วิจัยนำคำถามเดิมสอบถามผู้ให้ข้อมูลอีกครั้งโดยเปลี่ยนเวลา สถานที่ต่างกัน เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามอีกครั้ง เป็นการยืนยันและหาข้อสรุปข้อมูลนั้นให้เกิดความชัดเจน กระทั่งข้อมูลไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมจนข้อมูลถึงจุดอิ่มตัว จากนั้นนำมาจัดทำข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎี

4. ผลการวิจัย

4.1 การจัดการวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

การจัดการวิสาหกิจชุมชน มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด และมีการคำนึงถึงคนในชุมชนเสมอที่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์กับคนในชุมชน จากการสัมภาษณ์ของประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบประเด็นที่สอดคล้องกันดังนี้

4.1.1 ประวัติของวิสาหกิจชุมชน

เริ่มก่อตั้งเมื่อประมาณปี 2557 เนื่องจากประธานกลุ่มวิสาหกิจทำงานเกี่ยวกับสหกรณ์มา นานกว่า 10 ปี จนถึงจุดอิ่มตัวและกลับมาทำงานทำที่บ้าน แต่ด้วยทางบ้านไม่มีธุรกิจ จึงมาสานต่อสวนไม้ผลของพ่อกับแม่ที่ปลูกพืชหลักอย่างกระถ่อน จึงตั้งเป้าหมายไว้ว่า การเกษตรในยุคที่ตนเองทำจะต้องไม่เป็นแบบเดิม ด้วยการทำเกษตรสมัยใหม่ใช้เทคนิค การตลาด ซึ่งใช้เวลาอบรมหาความรู้ประมาณ 2 ปี จึงได้ทำแบบจริงจัง โดยเริ่มต้นจากเป็น เกษตรกรสายอบรม ทั้งด้านเกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรพอเพียง ปลูกผักอินทรีย์ ปลูกผัก ออร์แกนิก อบรมเรื่องดิน ด้านประมง ปศุสัตว์ มาจนสุดท้ายได้เข้าไปร่วมโครงการยังสามารท ฟาร์มเมอร์ นำเกษตรทฤษฎีใหม่ที่เคยได้ไปอบรมมาใช้ในพื้นที่โดยมองบริบทเดิมว่าที่สวนปลูก พืชอยู่แล้ว ประกอบกับพืชอัตลักษณ์ของชุมชน คือ กระถ่อน โดยที่เกษตรกรในชุมชนปลูก ทั้งหมด 287 ไร่ จนเกิดเป็นวิสาหกิจเกิดขึ้น จนกระทั่งวิสาหกิจชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น มีการ ชักชวนคนในชุมชนรวมกลุ่มเป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน และมีประธานที่เป็นพ่อค้าคนกลาง ในการหาตลาดให้กับสมาชิก เพื่อให้ชุมชนมีรายได้ ภายในวิสาหกิจชุมชนไม่ได้มีการปลูกเพียง กระถ่อนเท่านั้น ยังมีการเพาะปลูกพืชอื่น ๆ ด้วย และยังมีการจัดสรรพื้นที่ภายในวิสาหกิจ ชุมชนสามารถเป็นพื้นที่ทำเกษตรทฤษฎีใหม่ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้บุคคลทั่วไป ที่สนใจเข้ามาหาความรู้ หาประสบการณ์จากการทำกิจกรรมด้านการเกษตร โดยชื่อไร่แห่งนี้ เกิดจากการที่ได้ลองผิดลองถูกในการเพาะปลูกจนประสบความสำเร็จ จึงเริ่มมีการชักชวนคน ในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วม ทำให้สมาชิกหรือคนในชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น ทำให้มี รายได้เพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่งจากงานประจำ

4.1.2 ด้านการวางแผน

นำกลยุทธ์การขายมาใช้กับงานเกษตร คือ ต้องมีการหาข้อมูลคู่แข่งชั้น และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลทำออกมาเป็นการนำเสนอขาย ทำการประชาสัมพันธ์การตลาด เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักมากขึ้น การทำเกษตรแบบครบวงจรเกิดจากการนำแนวทางของเกษตร ทฤษฎีใหม่ โดยมาประยุกต์ใช้กับการทำตลาด มีการแบ่งสัดส่วนการตลาดออกเป็น 30:30:30:10 คือ 30 แรกคือการขายผลผลิตให้กับพ่อค้าคนกลางที่มาซื้อหน้าสวน 30 ต่อมาคือ การแบ่งขายให้กับห้างโมเดิร์นเทรด เช่น แม็คโคร โลตัส และอีก 30 คือการขายส่งเข้าโรงงาน แปรรูป ส่วน 10 สุดท้าย คือทำตลาดขายปลีกเอง และมีการจัดประชุมทุกเดือน เพื่อการวางแผนผลผลิตที่เกิดขึ้น เช่น เดือนนี้เป็นฤดูกาลผลไม้ประเภทใด คุณภาพแบบใด ที่ตลาดต้องการ เพื่อจะได้แบ่งผลผลิตออกเป็นสัดส่วนจะได้ไปแปรรูป หรือจัดจำหน่าย รวมถึง

มีการส่งเสริมให้คนในชุมชนปลูกกระท้อนมากกว่าพืชชนิดอื่น ๆ โดยเริ่มแรกจะแบ่งปลูกในวิสาหกิจก่อน และรับผลผลิตมาจากสมาชิก โดยจะรับผลผลิตทั้งแบบผลไม้สดและแบบแปรรูป ซึ่งวิสาหกิจจะขายเป็นผลไม้สดมากกว่า และมีการหาตลาดให้กับสมาชิก มีการวางแผนในอนาคตที่จะขยายตลาด เพื่อสร้างโอกาสให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มรายได้ให้กับวิสาหกิจมากขึ้น

4.1.3 ด้านการดำเนินงาน

ส่วนที่นำมาใช้ในการดำเนินงาน คือ ใช้การตลาดนำการผลิต ไม่ปลูกพืชตามกระแส ศึกษากระบวนการในการปลูกจนเชี่ยวชาญจนทำได้ดี และก็ต้องจับกลุ่มเกษตรกรให้ได้ โดยการเปลี่ยนจากคู่แข่งมาเป็นพันธมิตรแล้วขายร่วมกัน มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในส่วนต่าง ๆ ของวิสาหกิจ ทั้งประสานงานตามหน่วยงานต่าง ๆ กิจกรรม หรือมีบุคคลภายนอกเข้ามาเยี่ยมชมวิสาหกิจ การหาตลาดให้กับวิสาหกิจ รวมถึงรับซื้อผลผลิตจากในชุมชนนำมาแปรรูปต่าง ๆ ซึ่งสมาชิกทำหน้าที่ในการส่งผลผลิตการเกษตรของตนเองให้กับวิสาหกิจ และดูแลนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม ในแต่ละคนมีหน้าที่แตกต่างกันไป มีการผลัดเปลี่ยนกันไปแต่ละครั้ง เพื่อให้สมาชิกสามารถทำได้ทุกหน้าที่ในวิสาหกิจ และทำงานร่วมกับคนในชุมชนด้วยเพื่อเป็นแหล่งรวมกลุ่มของคนในชุมชน ในการให้ความรู้ด้านการเพาะปลูกพืชตามตนเองเชี่ยวชาญให้คนในชุมชน เพื่อทำให้มีผลผลิตทางการเกษตรได้หลากหลาย ประกอบกับมีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้ามาอบรมในการแปรรูปในการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในชุมชนอีกด้วย หน่วยงานทางราชการของจังหวัดสระแก้วเข้ามาดูแลชุมชนเพื่อสนับสนุนหรือช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เช่น หน่วยงานพัฒนาชุมชนช่วยเหลือในการอบรมให้กับสมาชิกเรื่องของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ สำนักงานการเกษตรช่วยเหลือด้านการตรวจสอบเรื่องของการผลิต กระทรวงอุตสาหกรรมช่วยเหลือดูแลตรวจสอบในเรื่องของกระบวนการผลิต กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขช่วยเหลือด้านการตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์ (อย.) ภายในวิสาหกิจชุมชนทุกเดือน รวมถึงการได้รับการสนับสนุนแหล่งเงินทุนมาจากการแข่งขัน หรือประกวดตามงานกิจกรรมต่าง ๆ

4.1.4 ด้านการประเมินผลการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์

การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ เพื่อให้เกิดรายได้ จะมีการทำเกษตรผสมผสานโดยปลูกมะยงชิด ปลูกแซมไว้ในสวนกระท้อน จำนวน 50-60 ต้น เก็บขายในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม มะม่วงแก้วขมิ้น จำนวน 400 ต้น จะออกให้เก็บผลผลิตปีละ 3 ครั้ง เก็บครั้งที่ 1 ช่วงเดือนตุลาคม เก็บครั้งที่ 2 ช่วงเดือนมกราคม เก็บครั้งที่ 3 ช่วงเดือนเมษายน ขายทั้งผลสดและส่งโรงงานแปรรูป กระท้อน จำนวน 25 ไร่ ผลผลิตออกช่วงปลายเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม ราคา 35-60 บาท ต่อกิโลกรัม ปลูกพืชสมุนไพร ปศุสัตว์ เลี้ยงไข่มูลสัตว์ มาทำเป็นปุ๋ยเพื่อใช้ในสวนเกษตร

มีการประชุมประจำเดือนในการชี้แจงผลการดำเนินงาน การติดตามผล และมีการประเมินความสำเร็จจากการตอบรับของวิสาหกิจชุมชน รวมถึงรายได้ภายในวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจมีการประเมินความสำเร็จจากการดำเนินงาน จากการดูยอดของผลผลิตที่ส่งออกในแต่ละเดือนที่ตั้งเป้าไว้ มีการแตกต่างจากเดือนหรือปีที่แล้วอย่างไร เพื่อวางแผนในปีต่อไป

4.2 ด้านปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน

ปัจจัยความสำเร็จ ให้ความสำคัญกับพืชอัตลักษณ์และดำเนินการสำเร็จตามวัตถุประสงค์ สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีความมั่นคงในอาชีพ มีการผลิตและพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สร้างความมั่นใจให้แก่สมาชิกได้ จากการสัมภาษณ์ของประธานและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน พบประเด็นที่สอดคล้องกันดังนี้

4.2.1 ด้านผู้นำ

สิ่งที่ทำให้ประสบความสำเร็จ คือ ประธานวิสาหกิจชุมชนที่มีความจริงจังกับสมาชิก ไม่เอาเปรียบสมาชิก และความสามัคคีของคนในชุมชนที่เกื้อกูลช่วยเหลือกัน ในชุมชนให้ความร่วมมือดีกับทุกงานที่ได้รับมอบหมาย มีวิสัยทัศน์และความสามารถในการตัดสินใจ การสร้างแรงบันดาลใจและสร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิก และการส่งเสริมการพัฒนาและศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม

4.2.2 ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน

ประธานวิสาหกิจชุมชนได้มีการจัดกระบวนการรวมกลุ่มของชุมชน โดยปรับกระบวนการคิดจากการทำงานคนเดียวมาสู่การรวมกลุ่มกัน เพื่อให้มีกำลังพลในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง และหาแนวทางที่เหมาะสมเพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้สมาชิกดำเนินงานต่อเนื่อง โดยมีการเปลี่ยนจากคู่แข่งมาเป็นพันธมิตรแล้วขายร่วมกัน สร้างกิจกรรมการเรียนรู้ของชุมชน โดยการศึกษาดูงานที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้มีชีวิตสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ และการดำเนินกิจกรรม การสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิก

4.2.3 ด้านทรัพยากรที่ใช้ในวิสาหกิจชุมชน

ความสำเร็จที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จได้ คือ กระทบ เนื่องจากเป็นพืชท้องถิ่น ที่สามารถทำให้เป็นพืชอัตลักษณ์ของพื้นที่ ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับครอบครัว หรือแม้กระทั่งสมาชิก แต่ยังมีผลไม้และอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่สามารถเป็นผลผลิตและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ผลความสำเร็จที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น มีดังนี้ 1) กระทบ เป็นพืชอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน เป็นผลไม้หลักที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน 2) วิสาหกิจชุมชนได้รับรางวัลเกษตรสำนึกรักบ้านเกิด 3) วิสาหกิจชุมชนได้รับรางวัลท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4) วิสาหกิจชุมชนเป็นสถานที่เรียนรู้กับนักท่องเที่ยวในการจัดอบรมหรือกิจกรรมในการทำเกษตรทฤษฎีใหม่ โดยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนก่อให้เกิดผลดีในตนเอง ทำให้คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ดีขึ้น ซึ่งอัตลักษณ์เหล่านี้เป็นการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และคุณค่าของชุมชน การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ่านการพัฒนาคุณภาพและบรรจุภัณฑ์

4.3 ด้านปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน

จากการสัมภาษณ์ของประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน พบประเด็นดังนี้

4.3.1 ปัญหาเรื่องของการเสนอความคิดเห็นในการเพาะปลูก เนื่องจากพื้นที่ในการปลูกแต่ละคนอยากเสนอในการได้ผลผลิต และผลตอบแทนที่มาก เพราะบางทีในการจ้างแรงงานไม่สามารถจ้างได้ทั้งหมด จึงต้องมีความเข้าใจ 1) การวางแผนการเพาะปลูก โดยการ

เลือกชนิดพืชที่เหมาะสมกับพื้นที่ การวางแผนรอบการปลูกและการเก็บเกี่ยว การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนของพืชแต่ละชนิด 2) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ 3) การบริหารจัดการแรงงาน โดยการนำเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดความต้องการแรงงาน การฝึกอบรมแรงงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน 4) การเพิ่มมูลค่าและการแปรรูปผลผลิตเพื่อเพิ่มรายได้ 5) การตัดสินใจแบบมีส่วนร่วม เพื่อหาข้อตกลงในการใช้พื้นที่และทรัพยากร

4.3.2 ปัญหาเรื่องของการรวมกลุ่ม เนื่องจากคนในชุมชนบางกลุ่มยังไม่เชื่อใจและยังไม่เข้าใจในการรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชน จึงต้องสร้างความเข้าใจในการสร้างความเชื่อมั่นในกลุ่ม โดยสร้างความโปร่งใสในการจัดการและการตัดสินใจ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการวางแผนและการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาความสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างสมาชิก การพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกัน การสร้างแรงจูงใจและความผูกพันในกลุ่ม

4.3.3 ช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา เกิดวิกฤตทุกฝ่าย นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้ามาทำกิจกรรมกับวิสาหกิจได้ หรือผลผลิตไม่สามารถส่งออกได้อย่างเต็มที่ ทำให้สมาชิกก็ลดลง

5. อภิปรายผลการวิจัย

5.1 การจัดการวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

5.1.1 ด้านการวางแผน

วิสาหกิจชุมชนมีการจัดการการวางแผน เริ่มจากประธานวิสาหกิจชุมชนจะมีการจัดประชุมทุกเดือนเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ ให้ความสำคัญของการเกษตรและเพาะปลูกผลไม้ที่เป็นพืชอัตลักษณ์ของชุมชน คือ ส่งเสริมให้คนในชุมชนปลูกกระท้อนที่เป็นพืชอัตลักษณ์ที่เป็นผลผลิตสร้างรายได้ให้กับชุมชน และมีการรับผลผลิตมาจากสมาชิก สินค้าในวิสาหกิจจะมีทั้งรับส่งผลไม้แบบสดและแปรรูป อีกทั้งยังมีการหาตลาดให้กับสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพวัลย์ วิสุทธิรานนท์ และคณะ (2563) ศึกษากระบวนการการรวมกลุ่มของชุมชน อาศัยแนวคิดตามขั้นตอนเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขององค์กร คือ ปรับกระบวนการคิดของบุคคลที่ทำงานคนเดียวมาสู่การรวมกลุ่มกันเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีอำนาจในการต่อรองเพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งโดยอาศัยแกนนำในการทำงานเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนแล้ว มีการกำหนดบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน มีการกำหนดการประชุมเพื่อให้สมาชิกกลุ่มมาพบปะกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ เน้นการรับฟังความคิดเห็นของสมาชิก เพื่อหาข้อตกลงร่วมกันและเป็นไปตามความต้องการของสมาชิก ให้การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

5.1.2 การดำเนินงาน

วิสาหกิจชุมชนดำเนินงานจะแบ่งบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนกับสมาชิกและคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยสมาชิกจะรู้ถึงกฎระเบียบของวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรรม สมาชิกมีความรู้ด้านการเกษตร และนำเอาภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาแลกเปลี่ยนและให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งวิสาหกิจชุมชนดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ

ที่เข้ามาสนับสนุนหรือช่วยเหลือ ในการอบรมการแปรรูปให้กับสมาชิก ตรวจสอบกระบวนการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัชพล ยรรยงค์ และคณะ (2561) ศึกษาเรื่องกระบวนการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา: วิสาหกิจชุมชนจังหวัดน่าน มีการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ จากการนำภูมิปัญญาชาวบ้านแต่ละท้องถิ่น รวมถึงการบริหารงานอย่างเป็นระบบ แบ่งโครงสร้างการทำงานเน้นคนในชุมชน และมีการกำหนดกฎระเบียบหรือข้อตกลงรวมทั้งให้ความสำคัญกับการจัดสรรผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกัน และการจัดสวัสดิการแก่สมาชิกและชุมชนอย่างเหมาะสม

5.1.3 ด้านการประเมินผลการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์

วิสาหกิจชุมชนมีการประเมินผลจากการตอบรับของวิสาหกิจชุมชน รวมถึงรายได้ที่เข้ามาภายในวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งประเมินความสำเร็จจากการดำเนินงานพิจารณาจากยอดของผลผลิตที่ส่งออกในแต่ละเดือนที่ตั้งเป้าไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย พกฤษณ์ จารุดำรงศักดิ์ (2560) ศึกษาเรื่องการประเมินความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแลงพัฒนา การประเมินผลอยู่ในระดับที่ดี เนื่องจากมีการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนไว้ชัดเจน และผลการดำเนินงานยังบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

5.2 ด้านปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน

5.2.1 ด้านผู้นำ

ประธานวิสาหกิจที่มีความจริงใจกับสมาชิก ไม่เอาเปรียบสมาชิก และความสามัคคีของคนในชุมชนที่เกื้อกูลช่วยเหลือกันภายในชุมชน ให้ความร่วมมือดีกับทุกงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศรี แพทย์เจริญ และคณะ (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยเนื้อสีทอง ตำบลบ้านธิ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน ประธานวิสาหกิจชุมชนมีภาวะผู้นำ สนับสนุนให้สมาชิกมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง ให้คำแนะนำและปฏิบัติงานตามคำสั่งด้วยความเต็มใจ

5.2.2 ด้านสมาชิก

สมาชิกมีความสามัคคีและคนในชุมชนที่เกื้อกูลช่วยเหลือกัน มีความร่วมมือร่วมใจและเต็มที่กับทุกงานที่ได้รับมอบหมาย มีการแสดงความรู้ความสามารถของตนเองถ่ายทอดให้กับผู้อื่นอย่างเต็มที่ มีทักษะในการทำงานเป็นอย่างดี ทำให้วิสาหกิจชุมชนเกิดความเข้มแข็ง และสามารถพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวสุพัชร วัฒนดิษฐ์จันทร์ และสวรยา ธรรมอภิพล (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านถ้ำเสือ จังหวัดกระบี่ มีการแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจน มีการดำเนินกิจกรรมตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายตามความถนัดของแต่ละบุคคล เป็นปราชญ์จากที่ให้ความรู้ บรรยาย ถ่ายทอดประสบการณ์ตามความสามารถที่ตนเองมีอยู่อย่างเหมาะสม

5.2.3 ด้านทรัพยากรในชุมชน

วิสาหกิจชุมชนมีการใช้ทรัพยากรในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ คือ กระถ่อน ซึ่งเป็นพืชอัตลักษณ์ของชุมชนและเป็นวัตถุดิบหลักของชุมชน สามารถเป็นผลผลิตในการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทธิธิดา วัฒนาพรณกิตติ (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนระดับ 5 ดาว จังหวัดลำปาง ในการ

บริหารจัดการวิสาหกิจวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตเป็นวัตถุประสงค์ในชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากประหยัดต้นทุน วัตถุประสงค์ที่ใช้มีความเหมาะสม และมีคุณภาพ ปลอดภัย ที่สำคัญคือหาได้ง่ายภายในชุมชน

5.3 ด้านปัญหาและอุปสรรค

5.3.1 การรวมกลุ่ม

สมาชิกและคนในชุมชนไม่เชื่อใจและไม่เข้าใจในการรวมกลุ่มของการทำวิสาหกิจ ด้วยที่ว่าไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับด้านกฎหมาย และกฎระเบียบของวิสาหกิจค่อนข้างเคร่งครัด ทำให้คนในชุมชนไม่เห็นด้วยและเกิดการขัดแย้งในด้านของการแสดงความคิดเห็น ซึ่งมีการแก้ไขปัญหามาจากการฟังความคิดเห็นของคนในชุมชน และแสดงให้เห็นว่าการรวมกลุ่มในการทำวิสาหกิจชุมชน ผลผลิตที่มีในชุมชนก็สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชัย ศุภวิทิตพัฒนา และคณะ (2564) ศึกษาเรื่องการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนของชุมชนบางกระเจ้า ลักษณะของกลุ่มในชุมชนไม่มีการกำหนดระเบียบแนวทางการดำเนินการร่วมกันเป็นทางการ ทำให้ความสัมพันธ์และการดำเนินงานภายในกลุ่มมีความขัดแย้งกัน

ซึ่งหน่วยงานภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเกิดจากประชาชนในชนบท ซึ่งเป็นรากฐานของสังคมที่อยู่ห่างไกลความเจริญ แม้ว่ารัฐจะพัฒนาโยบายเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง แต่ยังมีอุปสรรคในการบริหารจัดการที่ต้องการการบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐให้มีความเชื่อมโยงมากขึ้น นอกจากนี้รัฐควรให้การสนับสนุนการฝึกอบรมวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่เหมาะสม โดยจากการศึกษาพบว่าวิสาหกิจในภาคใต้ต้องการความรู้และการฝึกอบรมในด้านสำคัญ เช่น การตลาด การจัดการ การผลิต การบัญชี และการเงิน เพื่อตอบสนองความต้องการและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน

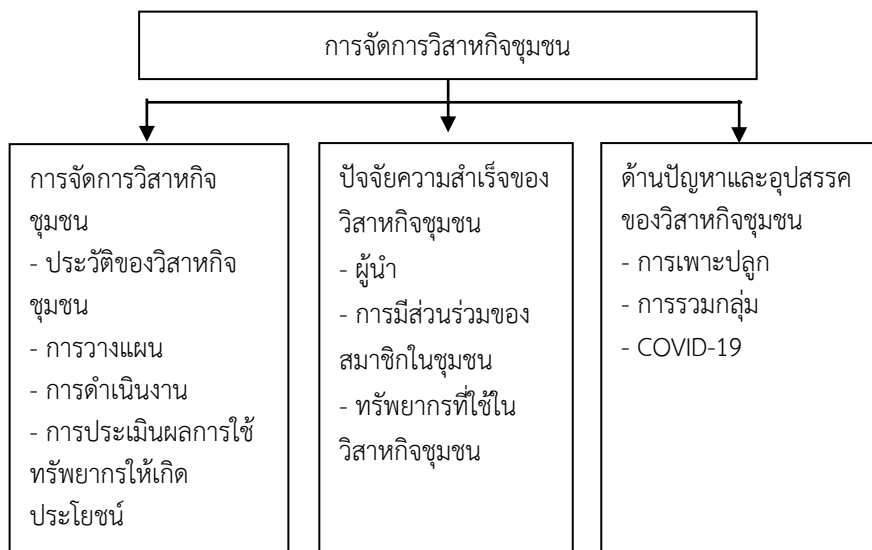
6. องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจชุมชน เป็นการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างงานและรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะในภาคเกษตรและการผลิต อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายด้านการบริหารจัดการ การเข้าถึงแหล่งทุน และการตลาด ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การจัดการต้องมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนที่ชัดเจน การจัดการที่เหมาะสม การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชนและภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งในการที่จะประสบความสำเร็จต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของสมาชิก และการจัดการที่โปร่งใสเป็นสำคัญ

7. สรุป

จากการศึกษา พบว่าการจัดการวิสาหกิจชุมชนเริ่มต้นจากประธานวิสาหกิจชุมชนที่เชิญชวนคนในชุมชนให้รวมกลุ่มเพาะปลูกผลไม้ โดยดำเนินงานตั้งแต่การรับผลผลิตจากสมาชิก การจัดหาพนักงานเพื่อนำผลผลิตมาแปรรูปเพื่อเพิ่มรายได้ และพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ท่องเที่ยวเชิงเกษตร สมาชิกและคนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนมาจากการเพาะปลูกกระท้อนซึ่งเป็นพืชอัตลักษณ์ของชุมชน และเกิดจากความจริงใจต่อกัน ไม่มีการเอาเปรียบ และการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดความร่วมมือที่แข็งแกร่งในชุมชน ปัญหาและอุปสรรคที่พบคือความคิดเห็นขัดแย้งเกี่ยวกับการเพาะปลูก ซึ่งประธานได้แก้ไขด้วยการเป็นตัวอย่างที่ดีและแสดงผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจ ส่งผลดีต่อชุมชนและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับสมาชิก

โดยปรับเปลี่ยนแนวคิดเกษตรแบบเดิมให้เป็นเกษตรสมัยใหม่ผ่านการอบรมและการนำแนวทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ โดยมีการวางแผนผลิตผลตามสัดส่วนตลาด (30:30:30:10) เพื่อรองรับทุกช่องทางการจำหน่าย ทั้งนี้การบริหารจัดการยังเน้นการแบ่งบทบาทหน้าที่และการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชนอย่างมีส่วนร่วมภายใต้การนำของผู้ที่มีวิสัยทัศน์และความจริงใจ ในขณะเดียวกันก็มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดผ่านการทำเกษตรผสมผสาน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนพืชอัตลักษณ์ของชุมชน (กระท้อน) แม้ว่าจะต้องเผชิญกับอุปสรรคในด้านการวางแผนเพาะปลูก ความท้าทายในการรวมกลุ่ม และผลกระทบจากสถานการณ์ภายนอกเช่น COVID-19 ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความยั่งยืนในชุมชน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบที่ได้จากการผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยนี้สะท้อนได้ว่า ในการจัดการวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ มีการวางแผนในการดำเนินงานโดยมีประธานวิสาหกิจชุมชนเป็นผู้วางแผนงานและประสานงานเป็นหลัก ซึ่งมีลักษณะของการวางแผนตามหน้าที่ความรับผิดชอบ สำหรับในแผนงานปฏิบัติการกิจกรรมต่าง ๆ ประธานวิสาหกิจชุมชน จะเป็นผู้วางแผนเป็นหลักแล้วจึงส่งต่อประสานงานมายังสมาชิกต่อไป การรับงานจะมีการคัดเลือกงานที่เหมาะสมและเข้ากับบริบทของชุมชน ซึ่งประธานกลุ่มวิสาหกิจนี้นั้นกระบวนกรภายในวิสาหกิจ เพราะเป็นกระบวนการที่สำคัญในการภายในให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งประกอบด้วย ระบบการทำงานภายในที่มีความถูกต้อง มีการจัดแบ่งงานชัดเจน พร้อมทั้งกำหนดอำนาจหน้าที่และความสัมพันธ์ในแต่ละงาน ในบางครั้งยังมีลักษณะที่เร่งด่วนและใช้รูปแบบการบริหารจัดการจากบนลงล่างโดยไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้า ดังนั้น การวางแผนงานขององค์กรจึงมีการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์และความเหมาะสมในช่วงเวลานั้น ๆ ทั้งโอกาส สถานที่ เวลา บุคคล และการมีส่วนร่วม และการหมุนเวียนบุคลากรในการทำงาน ซึ่งปัจจัยความสำเร็จคือ ผู้นำ การมีส่วนร่วม และทรัพยากร

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการของกลุ่ม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรสร้างเครือข่ายในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน เพื่อสร้างความเข้มแข็งด้านปัจจัยในการผลิตและด้านการตลาด

2. กลุ่มวิสาหกิจควรศึกษาขั้นตอนและกระบวนการเพิ่มเติมในการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ โดยเลือกให้เหมาะสมกับวิสาหกิจตนเอง เพื่อพัฒนาสำหรับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลของวิสาหกิจ

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนและคนรุ่นใหม่ เพื่อสืบสานการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

2. การศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตเพื่อตอบสนองต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ควรศึกษาเพื่อ พัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เกิดเป็นธุรกิจเพื่อสังคม (Social enterprise) ภายใต้ความร่วมมือทุกภาค ส่วนทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในทุกกระบวนการ และสร้างผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนที่มากขึ้น สามารถปรับตัวให้อยู่รอดในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และมุ่งสู่ความยั่งยืนในที่สุด

9. เอกสารอ้างอิง

กลุ่มเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมการเกษตร. (2564, ธันวาคม 21). กรมส่งเสริม

การเกษตรจับมือมูลนิธิร่วมด้วยช่วยกันสำนึกรักบ้านเกิดและดีแทค ประกาศ

ความสำเร็จเกษตรกรผู้ได้รับการคัดเลือกในโครงการเกษตรกรสำนึกรักบ้านเกิด

ประจำปี 2564. <https://doanews.doe.go.th/archives/11540>.

- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2562, เมษายน 16). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562*.
<http://www.sceb.doae.go.th/download2.html>.
- จำเนียร จวงตระกูล, วอนชนก ไชยสุนทร, ตระกูล จิตวัฒนากร, เทอดศักดิ์ โรจน์สุรจิตติ, สมิตา กลิ่นพงศ์ และรุจิรา ริการมย์. (2564). ทางเลือกใหม่ในการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพจากข้อมูลการสนทนากลุ่มแบบออนไลน์. *วารสารสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย*, 3(6), 1-18.
- ชาย โพธิสิตา. (2564). *ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 9). อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- ชัยพล ยรยงค์, พระมหากิตติ กิตติเมธี และพระมหานันท องค์กรสิริ. (2561). *กระบวนการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา: วิสาหกิจชุมชนจังหวัดน่าน* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครน่าน.
- พกฤษณ์ จารุดำรงศักดิ์. (2560). *การประเมินความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านแลงพัฒนา [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*. <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2560/b199702e.pdf>.
- พรชัย ศุภวิทพัฒนา, วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์, ณคุณ ธรณินิธิญาณ, อรรถพล สืบพงศกร, พิมพ์พร โสววัฒนกุล และกนกอร สีมานนท์. (2564). การศึกษาการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนของชุมชนบางกะเจ้า. *วารสารชุมชนวิจัยและพัฒนาสังคม*, 15(2), 118-130.
- ภัทรธิดา วัฒนาพรณกิตติ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนระดับ 5 ดาว จังหวัดลำปาง. *วารสารการวิจัยกาสะลองคำ*, 10(2), 17-26.
- วสุพัชร วัฒนดิษฐจันทร์ และสวธยา ธรรมอภิพล. (2566). ศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านถ้ำเสือ จังหวัดกระบี่. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(6), 1307-1318.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565, ตุลาคม 21). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ*. <http://nsc.nesdc.go.th/master-plans/>.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2559). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 23). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัมพวัลย์ วิทวธีรานนท์, พิศรวาส ภูทอง และมนศักดิ์ มหิษ์. (2563). แนวทางเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสระแก้ว ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนจักสานและผ้าทอ. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 12(23), 125-136.

อิสรี แพทย์เจริญ, อริย์ธัช อักษรทับ และชาญวิทย์ จาตุประยูร. (2565). ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยเนื้อสีทอง ตำบลบ้านธิ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 32(2), 82-98.

Schnittker, R., Marshall, S., Horberry, T., & Young, K. L. (2018). Human factors enablers and barriers for successful airway management—an in-depth interview study. *Anaesthesia*, 73(8), 980-989.

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. CA: Sage Publications.

การพัฒนาเครื่องแต่งกาย Unisex ด้วยผ้าขาวม้าท้องถิ่นภาคกลางของประเทศไทย Developing Unisex Clothing Using Local Loincloths From Central Thailand

รัฏดาภรณ์ ธีระแก้ว¹, กมลชนก บุตรา¹,
เกศทิพย์ กริ่งเงิน^{2*}, ประพาฬภรณ์ ธีรมงคล³ และสุวดี ประดับ²
Ratdaporn Thirakaew¹, Kamonchanok Butra¹,
Katethip Kringern^{2*}, Praparnporn Theeramongkol³ and Suwadee Pradab²

Received 20 ตุลาคม 2567 Revised 28 มกราคม 2568 Accepted 17 กุมภาพันธ์ 2568

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์เพื่อออกแบบเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี และศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี ขั้นตอนการดำเนินงาน 5 ระยะ 1) การเลือกใช้สีในการทำเครื่องแต่งกาย Unisex ใช้แนวโน้มสีปี 2024 สี Astro Dust 2) วัสดุที่ใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกาย Unisex ใช้ผ้าขาวม้าร้อยสีลายตาจ๊กเป็นลายเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว อำเภอดำม่วง จังหวัดกาญจนบุรี 3) ออกแบบร่างเครื่องแต่งกาย Unisex จากแรงบันดาลใจแฟชั่น Y2K คือ เสื้อตัวหลวม และกางเกงทรงกระบอก คัดเลือกแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน 4) สร้างแบบตัดและตัดเย็บชุดต้นแบบ ขนาดตัวมาตรฐานสตรีไซส์ M และ 5) สอบถามความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสีแบบออนไลน์ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากบุคคลทั่วไปจำนวน 120 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี ระดับพึงพอใจมากที่สุด ทั้ง 5 ชุด ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับชุดคือ อยากให้นำเสนอผ้าขาวม้าที่แตกต่างจากเดิมมากกว่าสีน้ำเงินและสีแดง การศึกษาครั้งต่อไปควรพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น เครื่องใช้ภายในบ้าน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องแต่งกายสำหรับบุรุษ หรือของที่ระลึก เป็นต้น

คำสำคัญ: การพัฒนา, ชุดยูนิเซ็กส์, ผ้าขาวม้า

¹ นักศึกษาปริญญาตรี, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

¹ Undergraduate student, Faculty of Home Economics,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

² อาจารย์, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

² Lecturer, Faculty of Home Economics, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

³ Assistant Professor, Faculty of Home Economics, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: katethip.k@rmutp.ac.th

Abstract

The goal was to design unisex clothing made from a hundred colored loincloths and to study the respondents' satisfaction with unisex clothing made from a hundred colored loincloths. There are five operational steps: 1) Color selection for unisex clothing production was done using the color trends 2024, and the Astro Dust color was used as the primary color. 2) The material used in the unisex cloth design was a hundred colored loincloths with a Ta-Chak pattern, an identity pattern of the Ban Nong Khao community, Tha Muang district, Kanchanaburi province. 3) Sketch the unisex clothing drafts as loose tops and cylindrical pants using design inspiration from Y2K fashion. Five experts selected drafts. 4) Prepare a standard-size M prototype outfit for women to create a cutting model and prototype outfit sewing according to the selected draft. 5) Conducted an online survey of the satisfaction of 120 people in the general public regarding unisex clothing from a hundred colored loincloths using a convenience sampling method. The data were analyzed using frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The results found that respondents were most satisfied with unisex clothing from a hundred colors of loincloth. The suggestions regarding the dress were that they wanted to present a different loincloth rather than a blue and red color. For the following studies, product formats from loincloth should be developed to be more diverse, such as home appliances, office supplies, men's clothing, souvenirs, etc.

Keywords: Developing, Unisex Clothing, Loincloths

1. บทนำ

จากการดำเนินงานของภาครัฐ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้แต่ละชุมชนนำภูมิปัญญาท้องถิ่น มาทำให้เกิดประโยชน์ผ่านการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชน ส่งผลให้แต่ละชุมชนเกิดการตื่นตัว นำภูมิปัญญา วัฒนธรรมประเพณี และทรัพยากรในท้องถิ่น มาเสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะภูมิปัญญาด้านผ้าทอท้องถิ่น ซึ่งปกติแต่ละชุมชนจะทอจำหน่ายในรูปผ้าผืน ต่อมาเริ่มแปรรูปผ้าผืนเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่หลากหลายเพื่อสนองความต้องการของตลาด เช่น ของที่ระลึก เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้ภายในบ้าน เป็นต้น

จังหวัดกาญจนบุรี เป็นจังหวัดในเขตภาคกลางของประเทศไทย ชุมชนในพื้นที่มีการประกอบอาชีพทอผ้ามาเป็นเวลานาน โดยเฉพาะผ้าขาวม้าร้อยสี นับเป็นผลงานของชุมชนในท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นของบ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี การทอผ้าด้วยกี่กระตุกซึ่งเป็นวิธีการทอผ้าแบบโบราณ ทอด้วยฝีมือที่ประณีต

ใช้ด้ายสีต่าง ๆ มากกว่า 100 สี ในการทอออกมาเป็นผืนผ้า ทำให้เกิดความวิจิตรงดงามบนลายผ้า ทำให้ดูโดดเด่นและใช้งานได้หลากหลาย ทุกเพศ ทุกวัย และได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ชื่นชอบผ้าขาวม้า เนื่องจากมีสีสันสดใส ลวดลายแปลกตา ซึ่งผ้าขาวม้าแต่ละผืนจะมีความสวยงามแตกต่างกันออกไป ตามจินตนาการสร้างสรรค์ของผู้ทอผ้า จึงเป็นที่มาของคำว่า “ผ้าขาวม้าร้อยสี” (Muang-kra-bi, 2559) ส่วนสำคัญที่สุดในการทอผ้าขาวม้าร้อยสี คือ การเลือกเส้นด้ายที่มีคุณภาพและมีสีสันที่สดใส นำมาจัดวางจนได้ผ้าทอที่มีสีสันสวยงามลงตัว การสร้างสรรค์ลวดลายด้วยวิธีการเก็บเขาลายไว้บนกี่ทอ เรียกอีกอย่างว่า “การค้นลายผ้า” ต้องใช้ทักษะความชำนาญใน 3 ลายหลักของผ้าขาวม้า คือ ลายตาจัก ลายตาจู้ และลายหมากรุก ซึ่งผ้าขาวม้าบ้านหนองขาว จะมีการแทรกการทอยกลาย 1-4 แถว เข้าไปในการทอเสมอ (สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย, 2562) ผ้าทอหนองขาวที่ได้รับความนิยมมาก คือ ผ้าขาวม้าตาจัก ซึ่งเป็นการปรับปรุงลวดลายของการจักสานประยุกต์มาใช้ทอผ้า และเป็นที่มาของชื่อผ้าขาวม้าตาจัก (พรทิพย์ กำเหนิดแจ้ง, 2555) ปัจจุบันการจำหน่ายผ้าขาวม้าร้อยสีจำหน่ายในรูปแบบผ้าผืน และการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้าสำหรับสตรี เสื้อผ้าสำหรับบุรุษ หมวก กระเป๋า พวงกุญแจ ผ้าพันคอ เป็นต้น

เสื้อผ้าแบบ Unisex เป็นทัศนคติของคนยุคใหม่เกี่ยวกับมิติทางเพศที่ต่างจากยุคสมัยที่ผ่านมา จากเดิมนั้น ผู้คนจะคิดว่ามนุษย์มีเพียงสองเพศ คือ ชาย หญิง และมีการแบ่งแยกกันอย่างชัดเจน การมีเพศสภาพไม่ตรงกับเพศกำเนิด จัดเป็นคนที่มีผิดแปลก แต่ในปัจจุบันค่านิยมเหล่านี้ถูกทบทวนใหม่อีกครั้ง คนยุคใหม่เริ่มมีทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องความหลากหลายทางเพศ ดังนั้น เสื้อผ้าในรูปแบบที่ไม่แสดงเพศ หรือไม่บ่งชี้ให้เห็นว่าเพศใดเหมาะสมที่จะสวมใส่ หรือเรียกว่า ชุด Unisex จึงได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งแนวโน้มของแฟชั่น เสื้อผ้า และการแต่งกายมักมีการหมุนเวียนหรือการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เช่น ความนิยมในการแต่งตัวโดยใช้ผ้ายีนส์ อาจสื่อถึงแฟชั่นยุค Y2K โดยผ้ายีนส์นั้นมองดูเท่ มีความวินเทจ คลาสสิก เหมาะกับทุกเพศ (ชยพล ทองสวัสดิ์, 2565) ทั้งนี้ แฟชั่นยุค Y2K กลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง เนื่องจากวิกฤตกระแสเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ผสมกับความตื่นตระหนกทางสังคมจากการเกิดโรคระบาด และกระแสจากเจนเนอเรชัน Z ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งการใช้สีสันที่สดใสจัดเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของแฟชั่น ยุค Y2K สะท้อนถึงควมมีชีวิตชีวาและความคิดสร้างสรรค์ภายในของผู้คน (Chen, Y., 2023)

การนำผ้าขาวม้าที่มีการจำหน่ายในลักษณะที่เป็นผ้าผืน มาดัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์จะช่วยส่งเสริมการใช้ประโยชน์ของผ้าขาวม้าให้มีความหลากหลายขึ้น โดยเฉพาะการทำผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันจะทำให้ผ้าขาวม้าเข้าถึงผู้บริโภคง่ายขึ้น ประกอบกับภาครัฐมีการส่งเสริมต่อยอดการใช้ผ้าขาวม้าและการสร้างกระแส “ผ้าขาวม้าไทยพีเวอร์” เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าขาวม้าเพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าตามรูปแบบที่ชื่นชอบ ประกอบกับเสื้อผ้าในแบบชุด Unisex ที่ทำให้ผู้คนมีอิสระในการแต่งตัวมากขึ้น ผู้วิจัยจึงนำผ้าขาวม้าร้อยสีมาพัฒนาในรูปแบบชุด Unisex โดยมีแฟชั่นยุค Y2K เป็นแนวทางการออกแบบ เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการนำผ้าขาวม้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อออกแบบเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี
- 2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย Unisex ด้วยผ้าขาวม้าท้องถิ่นภาคกลางของประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีขั้นตอนการดำเนินงาน 5 ระยะ (ดัดแปลงจาก มุขสุดาทองกำพริ้ว และคณะ, 2563) ประกอบด้วย

ระยะที่ 1 การเลือกใช้สีในการทำเครื่องแต่งกาย Unisex โดยใช้แนวโน้มสีปี 2024 ที่ได้รับความนิยมและเป็นสีที่มีความสอดคล้องกับผ้าขาวม้าร้อยสีที่เป็นวัสดุหลักในการออกแบบ

ระยะที่ 2 วัสดุหลักที่ใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกาย Unisex เป็นผ้าขาวม้าร้อยสี “ลายตาจ๊ก” มีเส้นด้ายเจดสีแดงก่ำ และใช้ผ้ายีนส์สีกรมท่าเข้มในการเน้นลวดลายผ้าขาวม้าร้อยสีให้เด่นขึ้น

ระยะที่ 3 ออกแบบร่างเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี ใช้แรงบันดาลใจจากแฟชั่น Y2K ออกแบบชุดที่สามารถสวมใส่ได้ทุกเพศ ในรูปแบบเสื้อตัวหลวม และกางเกงทรงกระบอก

ระยะที่ 4 จัดทำชุดต้นแบบเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี โดยใช้สัดส่วนมาตรฐานสตรี Size M

ระยะที่ 5 สอบถามความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี เลือกรกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากบุคคลทั่วไป จำนวน 120 คน

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ผู้เชี่ยวชาญทำการคัดเลือกแบบร่างเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี จำนวน 5 คน (จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย, 2560; มุขสุดาทองกำพริ้ว และคณะ, 2563) เลือกแบบเจาะจงจากผู้มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป เป็นบุคลากรทางการศึกษาที่สอนด้านการออกแบบ การทำแบบตัดและตัดเย็บเสื้อผ้า ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป หรือผู้ที่ทำงานด้านการออกแบบ การทำแบบตัด และตัดเย็บเสื้อผ้า ที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป

3.1.2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี เป็นบุคคลทั่วไป ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) จำนวน 120 คน เนื่องจากการสอบถามแบบออนไลน์ จึงเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจัดเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) และเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก (บุญชม ศรีสะอาด, 2543)

3.2 เครื่องมือที่ใช้

3.2.1 แบบร่างเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี พร้อมแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อคัดเลือกแบบร่างเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสีเพียง 1 กลุ่ม ที่มีความเหมาะสมในการนำไปตัดเย็บชุดต้นแบบ

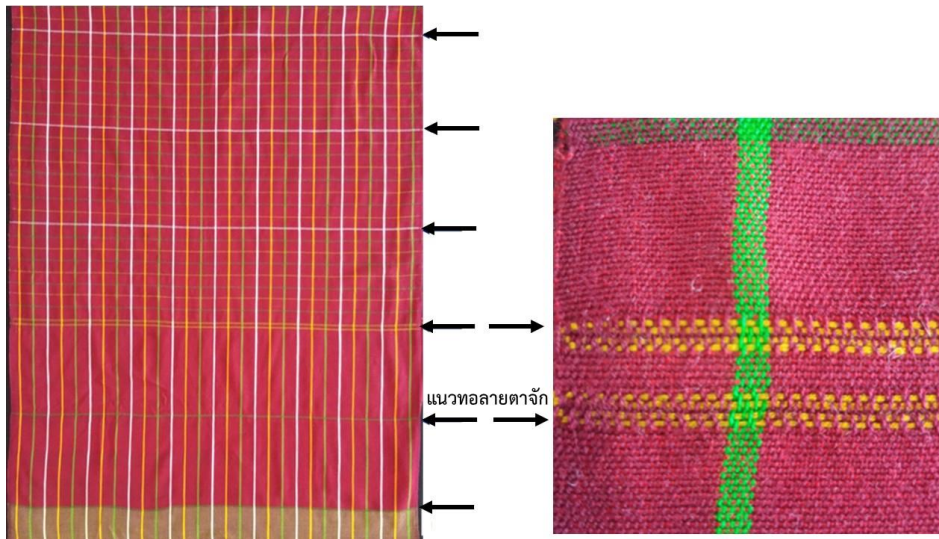
3.2.2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี ในรูปแบบออนไลน์ โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี ดัดแปลงจาก (มุขสุตา ทองกำพร้าว และคณะ, 2563) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) แทนค่าความพึงพอใจในแต่ละระดับ กำหนดความหมายในแต่ละระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามแบบปลายเปิด นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปทดลองใช้กับบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 30 คน คำนวณความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ได้เท่ากับ 0.978

3.3 การรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการโพสต์แบบสอบถามผ่านโซเชียลมีเดีย ระหว่างเดือนธันวาคม 2566 - มกราคม 2567 ประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไปที่สนใจ และยินดีตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ รวบรวมแบบสอบถาม นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ผลการคัดเลือกแบบร่างเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสีโดยผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์ด้วยการนับความถี่จากผลการคัดเลือก นำมาสรุปผล และส่วนที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ความถี่ และร้อยละ ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี ใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อออกแบบเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี จากการค้นคว้าข้อมูลแนวโน้มสีปี 2024 สีที่อยู่ในความนิยม คือ โทนสีที่ให้ความรู้สึกสนุกสนาน ทรงพลัง และร่าเริง ผู้วิจัยเลือกสีหลัก คือ Astro Dust ซึ่งเป็นสีแดงโทนกลาง ที่น่าหลงใหล เชื่อมโยงกับการค้นหาที่ไร้ขอบเขต เป็นสีที่ช่วยกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจ และเป็นสีที่แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลง ให้ความรู้สึกน่าสนใจและมองไปข้างหน้า (Coates, I. & Volpe, J., 2021) และสีรอง คือ Elemental Blue, Cyber Lime และ Radiant Red ในการออกแบบ แนวโน้มสีดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผ้าขาวม้าร้อยสี ซึ่งปัจจุบันได้ผลิตผ้าออกจำหน่ายหลายเฉดสี เช่น สีดำ สีชมพู สีเขียว สีแดง เป็นต้น วัสดุหลักในการออกแบบเครื่องแต่งกาย Unisex เลือกใช้ผ้าขาวม้าร้อยสีที่มีเส้นด้ายเฉดสีแดงก่ำ “ลายตาจ๊ก” ซึ่งเป็นลายเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว อำเภอดำรงวิทยะ จังหวัดกาญจนบุรี และใช้ผ้ายีนส์สีกรมท่าเข้มเป็นวัสดุรอง เพื่อเน้นลวดลายผ้าขาวม้าร้อยสีให้เด่นขึ้น ลักษณะของผ้าขาวม้าร้อยสีลายตาจ๊กที่นำมาใช้ในการออกแบบและตัดเย็บต้นแบบผลิตภัณฑ์ เป็นผ้าผืน ทอลายขัด ขนาดประมาณ 78×200 เซนติเมตร ราคาจำหน่ายผืนละ 170 บาท ลักษณะลวดลายเป็นลายตารางสลับสีเส้นด้ายหลายสีบนผ้าพื้น มีการทอแนวตาจ๊กคั่นเป็นระยะ การทอในส่วนของลายตาจ๊ก เป็นการทอด้วยเส้นด้ายพุ่ง 2 เส้น มีทั้งหมด 4 แถว ประกอบด้วย แถวที่ 1 ทอลายขัดกับด้ายยีน 2 เส้น แถวที่ 2 และ 3 ทอลายขัดกับด้ายยีน 1 เส้น และแถวที่ 4 ทอลายขัดกับด้ายยีน 2 เส้น



ภาพที่ 1 ลักษณะการทอลายตาจ๊ก

การออกแบบเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี ทำการออกแบบร่างให้สอดคล้องกับแนวโน้มของแฟชั่น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผ้าขาวม้าให้เกิดประโยชน์

มากยิ่งขึ้น โดยลักษณะเครื่องแต่งกายที่ทำการออกแบบ เป็นรูปแบบเสื้อตัวหลวม และกางเกงทรงกระบอกแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องแต่งกายมาจากความต้องการสื่อถึงแฟชั่น Y2K ที่มีความนิยมในการสวมใส่ผ้ายีนส์กันมากขึ้น นำมาออกแบบชุดที่สามารถสวมใส่ได้ทุกเพศ และนำผ้ายีนส์สีกรมท่าเข้มมาตกแต่งเพื่อสื่อถึงแฟชั่นยุค Y2K ที่ดูแลเรียบง่าย เท่ แต่แฝงไว้ด้วยความคลาสสิก และใช้ผ้าฟลีทมาเย็บประกอบเพื่อให้รูปแบบของชุดมีความหลวม และเพิ่มความยืดหยุ่นจากผ้าฟลีท ส่วนเอวกางเกงใช้อย่างยืดต่อกับขอบแบบปกติ เพื่อความกระชับขณะใช้งาน และมีความสะดวกสบายในการสวมใส่ ผู้วิจัยทำการออกแบบ จำนวน 5 กลุ่มๆ ละ 5 แบบ แล้วนำแบบร่างไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน พิจารณาคัดเลือกแบบร่างกลุ่มที่เหมาะสมในการนำไปตัดเย็บชุดต้นแบบต่อไป



ภาพที่ 2 แบบร่างเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี



ภาพที่ 2 แบบร่างเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี (ต่อ)

ตารางที่ 1 ผลการคัดเลือกแบบร่างเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ	แบบร่างเครื่องแต่งกาย Unisex				
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 4	กลุ่มที่ 5
คนที่ 1	-	-	-	✓	-
คนที่ 2	✓	-	-	-	-
คนที่ 3	✓	-	-	-	-
คนที่ 4	✓	-	-	-	-
คนที่ 5	✓	-	-	-	-
รวม	4	0	0	1	0

จากตารางที่ 1 ผลการคัดเลือกแบบร่างเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี โดยผู้เชี่ยวชาญ เมื่อทำการนับความถี่จากการคัดเลือกพบว่าแบบร่างกลุ่มที่ 1 ได้รับการคัดเลือกมากที่สุดจากผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2-5 (ความถี่=4) ส่วนผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 เลือกแบบร่างกลุ่มที่ 1 เพียงคนเดียว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแบบร่างกลุ่มที่ 1 ที่ได้รับการคัดเลือกมากที่สุด ไปตัดเย็บชุดต้นแบบตามสัดส่วนมาตรฐานสตรี Size M เพื่อนำชุดต้นแบบไปประกอบการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสีต่อไป



ภาพที่ 3 ชุดต้นแบบเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี

4.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.33 อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 76.67 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 71.67 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 60.83 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 28.34 และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดรู้จักผ้าขาวม้า ร้อยละ 100.00

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี มีเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2562)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 แปลความหมาย ระดับพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 แปลความหมาย ระดับพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 แปลความหมาย ระดับพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 แปลความหมาย ระดับพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 แปลความหมาย ระดับพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเครื่องแต่งกาย Unisexจากผ้าขามม้า ร้อยสี

รายการ	ความพึงพอใจ									
	ชุดที่ 1		ชุดที่ 2		ชุดที่ 3		ชุดที่ 4		ชุดที่ 5	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
1. รูปแบบชุด										
มีความสวยงาม	4.41	0.73	4.57	0.60	4.65	0.59	4.68	0.55	4.48	0.72
2. การออกแบบ										
ชุด										
สอดคล้องกับ										
ความเป็น										
Unisex	4.47	0.69	4.48	0.74	4.61	0.57	4.68	0.55	4.56	0.67
3. การออกแบบ										
ชุด สอดคล้อง										
กับแฟชั่นยุค										
Y2K	4.36	0.75	4.38	0.79	4.53	0.70	4.61	0.61	4.49	0.67
4. การใช้ผ้ายีนส์										
ประกอบ										
การตัดเย็บ										
มีความ										
เหมาะสม	4.51	0.59	4.66	0.53	4.69	0.55	4.71	0.51	4.59	0.60
5. รูปแบบชุด										
มีความ										
เหมาะสม										
กับการใช้งาน	4.49	0.64	4.61	0.57	4.69	0.48	4.71	0.54	4.58	0.60
6. ช่วยเพิ่มมูลค่า										
ของผลิตภัณฑ์										
จากผ้าขามม้า	4.66	0.54	4.74	0.46	4.74	0.49	4.73	0.51	4.68	0.53
7. ความคิด										
สร้างสรรค์	4.64	0.61	4.69	0.53	4.68	0.58	4.69	0.58	4.71	0.56
8. ส่งเสริม										
การใช้ผ้าไทย	4.73	0.48	4.78	0.48	4.75	0.45	4.78	0.46	4.73	0.50
เฉลี่ยรวม	4.53	0.51	4.61	0.46	4.67	0.55	4.70	0.54	4.60	0.61

เครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขามม้าร้อยสี แบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.53 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 4 รายการ คือ ส่งเสริมการใช้ผ้าไทย ค่าเฉลี่ย 4.73 ช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากผ้าขามม้า ค่าเฉลี่ย 4.66 ความคิดสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ย 4.64 และการใช้ผ้ายีนส์ประกอบการตัดเย็บมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.51

เครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี แบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.61 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 6 รายการ เรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 รายการแรก คือ ส่งเสริมการใช้ผ้าไทย ค่าเฉลี่ย 4.78 ช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้า ค่าเฉลี่ย 4.74 และความคิดสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ย 4.69

เครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี แบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.67 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกรายการ เรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 รายการแรก คือ ส่งเสริมการใช้ผ้าไทย ค่าเฉลี่ย 4.75 ช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้า ค่าเฉลี่ย 4.74 รูปแบบชุดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน และการใช้ผ้ายืนสัประกอบการตัดเย็บมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.69 เท่ากัน

เครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี แบบที่ 4 มีค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.70 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกรายการ เรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 รายการแรก คือ ส่งเสริมการใช้ผ้าไทย ค่าเฉลี่ย 4.78 ช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้า ค่าเฉลี่ย 4.73 รูปแบบชุดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน และการใช้ผ้ายืนสัประกอบการตัดเย็บมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.71 เท่ากัน

เครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี แบบที่ 5 มีค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.60 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกรายการ เรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 รายการแรก คือ ส่งเสริมการใช้ผ้าไทย ค่าเฉลี่ย 4.73 ความคิดสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ย 4.71 และช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้า ค่าเฉลี่ย 4.68

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดทุกชุด โดยรายการส่งเสริมการใช้ผ้าไทยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากผู้ตอบแบบสอบถามสูงกว่ารายการอื่นทุกชุด

ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ชุดมีความสวยงาม (จำนวน 2 คน) งานมีความสร้างสรรค์ (จำนวน 1 คน) เป็นชุดธรรมดาที่ดึงดูดมาก ๆ และน่าใส่ (จำนวน 1 คน) และอยากให้นำเสนอผ้าขาวม้าที่แตกต่างจากเดิม มากกว่าสีน้ำเงินและสีแดง แต่โดยรวมชอบมาก (จำนวน 1 คน)

5. อภิปรายผล

5.1 สรุป อภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อออกแบบเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี ผู้วิจัยได้นำแรงบันดาลใจจากแฟชั่นยุค Y2K ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จากการผสมผสานกันระหว่าง Pop-culture ของชาว Millennial และความเชื่อที่ว่าเทคโนโลยีไม่มีที่สิ้นสุด ทำให้ต้นแบบของแฟชั่น Y2K เป็นแฟชั่นที่รวมเอาความสนุกในการแต่งตัวและความไร้ขีดจำกัดเข้ามาไว้ด้วยกัน (ธนพร สมบูรณ์สิทธิ์, 2564) นอกจากนี้ แฟชั่นและแนวคิดเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ แสดงให้เห็นถึงลักษณะความงามอันล้นหลามและเสื้อผ้าไม่จำกัดเพศ ที่วนเวียนอยู่ในชีวิตประจำวัน ซึ่งพบเห็นได้ตามสื่อและแวดวงแฟชั่น ผ่านการนำเสนอเสื้อผ้า Unisex หรือเสื้อผ้าแบบ Gender Neutral โดยการออกแบบให้สามารถสวมใส่แบบไม่จำกัดเพศ ซึ่งเป็นเสื้อผ้าไม่เจาะจงและระบุเพศใดเพศหนึ่ง (ศุภวราวรรณ คงสุวรรณ, 2564) เมื่อนำแนวคิดของแฟชั่น Y2K มาออกแบบเครื่องแต่งกาย Unisex โดยใช้ผ้ายืนสีสี่กรมท่าเข้ามาเย็บประกอบกับผ้าขาวม้าโทนสีแดง ช่วยทำให้สีแดงก่ำของผ้าขาวม้าร้อยสีมีความเด่นขึ้น ซึ่งสีของผ้าที่เลือกใช้เป็นสีที่อยู่ในแนวโน้มของสีปี 2024 การเลือกใช้ผ้าสีเข้มสอดคล้องกับ มุขสุตา ทองกำพร้าว และคณะ (2563) ที่ออกแบบเสื้อผ้าชุดลำลองยูนิเซ็กส์ เลือกใช้ผ้าโทนสีน้ำเงินเข้มเป็นตัวแทนความเข้มแข็ง แลดูอบอุ่น และเป็นสีที่สามารถสวมใส่ได้ทั้งเพศชายและหญิง

การออกแบบเครื่องแต่งกายให้สวมใส่ได้ทั้งชายและหญิง มักออกแบบในลักษณะเสื้อผ้าแบบโอเวอร์ไซส์ (Oversize) เสื้อครอป (Crop) กางเกงขาสั้นหรือสามส่วน กางเกงขากระบอกทรงหลวมที่ไม่รัดแน่นเกินไป หรือกางเกงกระโปรงจากผ้าพลีทที่ช่วยอำพรางสัดส่วน ซึ่งการใช้ผ้าพลีทมาเย็บประกอบเพื่อให้รูปแบบของชุดมีความหลวม และเพิ่มความยืดหยุ่นจากผ้าพลีท เอวกางเกงใช้ยางยืดต่อกับขอบแบบปกติ เพื่อความกระชับขณะใช้งาน และมีความสะดวกสบายในการสวมใส่ สอดคล้องกับผลงานการออกแบบชุดของ มุขสุตา ทองกำพร้าว และคณะ (2563) ที่ใช้ผ้าพลีทที่บ้าน พร้าว เพื่อแทนความอ่อนไหวของเพศหญิง ออกแบบเป็นเสื้อผ้าตัวหลวม ใส่ยางยืดที่ขอบเอวเพื่อให้สวมใส่ได้ทั้งเพศชายและหญิง

5.2 สรุป อภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาวม้าร้อยสี ผลการศึกษาความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยรายการส่งเสริมการใช้ผ้าไทย ความคิดสร้างสรรค์ และช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเกือบทุกชุด ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผ้าขาวม้าจัดเป็นผ้าสารพัดประโยชน์ของคนไทยที่มีการนำไปใช้ในหลายโอกาส และทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่ง ศิริลักษณ์ บางจริง (2566) ระบุถึงการถ่ายทอดลวดลาย สีสนของการทอผ้าขาวม้า ผ่านประสบการณ์และมีมืออันชำนาญของช่างทอเปรียบเสมือนบทบันทึกบนผืนผ้า ที่บอกเล่าถึงวัฒนธรรมชุมชนและภูมิปัญญาการทอผ้าที่สืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น เนื่องจากผ้าขาวม้าในแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันทั้งในด้านวัตถุดิบ สีสน ลวดลาย คุณภาพ และความเป็นมา ส่งผลให้ผ้าขาวม้าไทยเป็นที่นิยม แต่อาจมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและดีไซน์ให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ทั้งในลักษณะของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับของใช้ หรือของตกแต่งบ้าน สอดคล้องกับ อาริยา บุญทวี และจินดา เนื่องจำนงค์ (2565) พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น หมอนรองคอ เสื้อผ้าวัยรุ่น ฯลฯ

เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า และสอดคล้องกับ มุขสุตา ทองกำพร้าว และคณะ (2563) ออกแบบเสื้อผ้าชุดลำลองยูนิเซ็กส์จากผ้าพลีทสำหรับวัยรุ่น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากในรายการความคิดสร้างสรรค์และทันสมัย ความเหมาะสมของรูปแบบชุด ความสวยงามของชุด และสวมใส่ได้จริงในชีวิตประจำวัน และพงศ์ธาดา กิรติเรขา (2562) ระบุถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกายจากผ้าขาวม้า ควรเป็นแบบที่สามารถใช้ได้ทุกยุคสมัย การแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าควรมีความทันสมัยและมีความหลากหลาย ซึ่งการปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปสู่การสร้างอาชีพ สร้างรายได้ จะมีส่วนช่วยยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันได้

สำหรับความพึงพอใจในด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้านั้น เนื่องจากการออกแบบเครื่องแต่งกาย Unisex ได้ใช้แรงบันดาลใจจากแฟชั่นยุค Y2K ทำการออกแบบให้กลุ่มวัยรุ่นโดยมีเป้าหมายให้สวมใส่แบบไม่จำกัดเพศ รูปแบบเสื้อผ้าจึงเน้นความหลวม สวมใส่สบาย สามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ สอดคล้องกับ ภัชกรรณ์ โสติมาภรณ์ และพิชชาพร อรินทร์ (2565) อธิบายถึงความแตกต่างหลากหลายทางเพศ ทำให้สังคมมีทัศนคติ และมุมมองเรื่องเพศในหลายมิติมากขึ้น ในโลกยุคใหม่ผู้คนเริ่มเข้าใจถึงความหลากหลายทางเพศว่าเป็นสิ่งปกติ ซึ่ง Unisex จัดเป็นแฟชั่นที่ไม่ได้ถูกผูกติดกับเพศใด ๆ ทั้งนี้ การแต่งกายนอกจากเป็นการส่งเสริมให้เกิดการยอมรับกันและกันในเรื่องเพศแล้ว ยังแสดงถึงการเห็นคุณค่าในตนเอง สิ่งที่ยึดไว้ คือ ทุกคนล้วนมีสิทธิในการแต่งกายอย่างเสรีบนพื้นฐานของการเป็นตัวของตัวเอง

6. องค์ความรู้ใหม่

จากการพัฒนาเครื่องแต่งกาย Unisex ด้วยผ้าขาวม้าท้องถิ่นภาคกลางของประเทศไทย นำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมการใช้งานผ้าขาวม้าตามนโยบายของรัฐบาลได้หลายรูปแบบ เช่น

- 1) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและขยายกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น
- 2) การออกแบบชุดทั้งในรูปแบบชุดลำลอง ชุดทำงาน หรือการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน ทั้งเสื้อผ้าสำหรับบุรุษ สตรี และ Unisex ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อเป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่คนในชุมชน
- 3) การจัดงานเพื่อส่งเสริมและเผยแพร่การใช้ผ้าขาวม้า เช่น โครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่น หัตถศิลป์ไทย งานผ้าขาวม้าทอใจ เป็นต้น
- 4) การส่งเสริมและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านผ้าทอของไทย
- 5) การน่านวัตกรรมทางสิ่งทอที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน ในการตกแต่งผืนผ้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม เช่น การตกแต่งสะท้อนน้ำ การป้องกันแบคทีเรีย การเคลือบกลิ่นหอม การป้องกันรังสียูวี เป็นต้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผ้าขาวม้าในรูปแบบต่าง ๆ นั้น จะทำให้ผ้าขาวม้าไทย เป็นที่ยอมรับในตลาดสากลต่อไป

7. สรุป

สาระสำคัญของการวิจัย เรื่อง การพัฒนาเครื่องแต่งกาย Unisex ด้วยผ้าขาม้าท้องถิ่นภาคกลางของประเทศไทย สรุปตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

การออกแบบเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาม้าร้อยสี ใช้แนวโน้มสีปี 2024 คือ สีแดงโทนกกลาง (Astro Dust) เพื่อสอดคล้องกับแนวคิดของผ้าขาม้าร้อยสี “ลายตาจ๊ก” ที่เลือกนำมาออกแบบเป็นเครื่องแต่งกายแบบ Unisex ในรูปแบบเสื้อตัวหลวม และกางเกงทรงกระบอกเพื่อให้สามารถสวมใส่ได้ทั้งชายและหญิง

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเครื่องแต่งกาย Unisex จากผ้าขาม้าร้อยสี ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากที่สุดทุกชุด และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับชุด คือ ชุดมีความสวยงาม งานมีความสร้างสรรค์ เป็นชุดธรรมดาที่ดึงดูดมาก ๆ และน่าใส่ และอยากให้นำเสนอผ้าขาม้าที่แตกต่างจากเดิมมากกว่าสีน้ำเงินและสีแดง แต่โดยรวมชอบมาก

ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นเป็นเครื่องแต่งกายทรงหลวม จึงสวมใส่ได้ทั้งเพศชายและหญิง และรูปแบบของเครื่องแต่งกายเป็นแบบเรียบง่าย เพิ่มความน่าสนใจด้วยการใช้ผ้ายีนส์มาตกแต่ง ซึ่งทางชุมชนสามารถนำไปประยุกต์เพื่อจำหน่ายได้ โดยนำรูปแบบชุด และเลือกใช้ผ้า หรือวัสดุตกแต่งอื่นเพิ่มเติมจากผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผ้าขาม้าที่นำมาใช้ในออกแบบ มีลักษณะลายตาราง ขนาดกว้างประมาณ 1 นิ้ว ทอด้วยเส้นด้ายประดิษฐ์ มีแนวเส้นด้ายพุ่งทอสลับสีและลายตาจ๊กทอขึ้นเป็นระยะ ส่งผลให้การวางแบบตัดและการตัดเย็บต้องระมัดระวังการต่อลายของแนวเส้นด้ายพุ่งและลายตาจ๊กบริเวณตะเข็บให้ตรงกันมากที่สุด โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่พบจากการทำวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

8.1.1 ก่อนวางแบบตัดลงบนผ้าขาม้าอัดพลีท ควรกลัดเข็มหมุดเพื่อให้ลวดลายตรงกันก่อน เพื่อป้องกันลวดลายเคลื่อน หรือตะเข็บมีลวดลายไม่ตรงกัน

8.1.2 การลดความหนาของตะเข็บบริเวณที่เย็บต่อผ้าขาม้าอัดพลีทกับผ้ายีนส์ ควรเลือกใช้ผ้ายีนส์เนื้อบาง หรือผ้าอื่นที่มีสีคล้ายผ้ายีนส์ เพื่อสะดวกต่อการเย็บ และการพับตะเข็บ

8.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

8.2.1 พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าขาม้าให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น เครื่องใช้ภายในบ้าน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องแต่งกายสำหรับบุรุษ หรือของที่ระลึก เป็นต้น

8.2.2 ใช้ผ้าขาม้าหลาย ๆ สีในการออกแบบที่หลากหลายมากขึ้น และใช้ผ้าอื่นร่วมกับผ้าขาม้าในการพัฒนาให้เกิดความสวยงาม

8.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

8.3.1 กลุ่มชุมชนทอผ้า นำเอกลักษณ์ของผ้าทอในชุมชน ทั้งด้านลวดลาย สี สัน มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

8.3.2 สถานศึกษาที่มีการสอนด้านการออกแบบแฟชั่น การตัดเย็บ ร่วมส่งเสริม การออกแบบและตัดเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้าทอของชุมชนผ่านการทำวิจัย หรือโครงการพิเศษ ของบุคลากร

8.3.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมให้ความรู้และคำแนะนำในการส่งเสริม การผลิต การจัดหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยเน้นการจำหน่ายผ่านทางออนไลน์

9. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่สนับสนุนเครื่องมือ และสถานที่ ในการดำเนินงานวิจัย

10. เอกสารอ้างอิง

จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. (2560). คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. *วารสารวิจัยและพัฒนา* *หลักสูตร*, 7(1), 1-15.

ชยพล ทองสวัสดิ์. (2565, ตุลาคม 20). จากบริตนิย์ สเปียร์ส ถึง NewJeans เมื่อเทรนด์แฟชั่น Y2K กลับมาผงาดอีกครั้ง. <https://themomentum.co/entertainment-y2k-fashion/>.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2562). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย, ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ธนพร สมบูรณ์สิทธิ์. (2564, ตุลาคม 27). แฟชั่น ‘Y2K’ คืออะไร...ตอนนี้ใครๆ ก็พูดถึง. <https://www.vogue.co.th/fashion/article/ysk-fashi>.

บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 6). สุวีริยาสาส์น.

พงศ์ธาดา กิริติเรขา. (2562). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองกำเนตเพชร ตำบลเมือง อำเภอมืองเลย จังหวัดเลย. *วารสารการพัฒนารวมชนและคุณภาพชีวิต*, 7(3), 239-248.

พรทิพย์ กำเนิดแจ้ง. (2555). การสร้างคุณค่า สุ่มูลค่า “ผ้าขาวม้าร้อยสี ของดีบ้านหนองขาว” อำเภอม่วง จังหวัดกาญจนบุรี, กลุ่มยุทธศาสตร์และเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี.

ภัชรกรณ โสทธิมาภรณ์ และพิชชาพร อรินทร์. (2565, กุมภาพันธ์ 27). “Unisex” มากกว่าแฟชั่นคือความเท่าเทียม. <https://waymagazine.org/unisex-fashion/>.

- मुखसुता ทองกำพร้าว, อรอนงค์ วรรณวงษ์, เกศทิพย์ กรี่เงิน และอัชชา หัตถยานานนท์. (2563). การออกแบบเสื้อผ้าชุดลำลองยูนิเซ็กส์จากผ้าพลีสำหรับวัยรุ่น. *วารสารเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*, 2(2), 84-96.
- ศิริลักษณ์ บางจริง. (2566, เมษายน 10). “ผ้าขาวม้า” ผ้าสามัญประจำบ้าน.
<https://anurakmag.com/made-in-thailand/04/10/2023/loincloth-a-common-cloth-in-the-house/>.
- ศุภาวรรณ คงสุวรรณ. (2564, ธันวาคม 24). เมื่อวงการแฟชั่นส่งเสียงเรื่องความงามอันสิ้นแหลและแฟชั่นไม่จำกัดเพศ.
<https://plus.thairath.co.th/topic/everydaylife/100872>.
- สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย. (2562, มิถุนายน 13). สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย
<https://shorturl.asia/xgs8G>
- อารียา บุญทวี และจินดา เนื่องจำนงค์. (2565). การพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าในกลุ่มสตรีติดเย็บบ้านนายาว อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทราสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์ (มสป.)*, 24(1), 147-157.
- Chen, Y. (2023, August 11). *Exploring the Style of Korean Girl Group NewJeans in the Context of Contemporary Consumerism*.
<https://doi.org/10.1051/shsconf/202317403024>.
- Coates, I., & Volpe, J. (2021, June 11). WGSN and Coloro announce the Key Colours for A/W 23/24. <https://www.wgsn.com/en/wgsn/press/press-releases/wgsn-and-coloro-announce-key-colours-aw-2324>.
- Muang-krabi. (2559, ตุลาคม 3). “ผ้าขาวม้าร้อยสี” สะท้อนความสามัคคีของชุมชนหนองขาว.
<https://district.cdd.go.th/district-2/2016/10/03/ผ้าขาวม้าร้อยสี>.

การพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีโดยใช้การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของ เดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ สำหรับนักศึกษาชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1

Women's Clothing Patternmaking Skills Development Using Davies' Instructional Model Combined with Skill Training Kits for First-Year Higher Vocational Certificate Program Students

ซูวัยบ๊ะห์ มะอูเซ็ง^{1*}, สุพรรณษา สุวรรณชาติ², ณรงค์ศักดิ์ รอบคอบ³ และ ฉัตรธิดา หยุคง⁴
Suwaibah Ma-useng^{1*}, Supansa Suvanchatree², Narongsak Rorbkorb³ and Chatthida Yukong⁴

Received 3 มีนาคม 2568 Revised 17 เมษายน 2568 Accepted 22 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. พัฒนาชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส ที่ช่วยพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75 2. เปรียบเทียบทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีของนักศึกษาหลังใช้ชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส กับเกณฑ์ร้อยละ 75 และ 3. ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ การวิจัยใช้รูปแบบ One Group Posttest Only Design กลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพอำเภอทุ่งยางแดง ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา 31804-2003 เทคนิคการทำ แพตเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 20 คน เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ 3 แผน ชุดฝึกทักษะ 3 ชุด แบบประเมินทักษะ และแบบสอบถามความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที (t-test) ผลวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้เท่ากับ 76.86/82.94 สูงกว่าเกณฑ์ 75/75 นักศึกษามีทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความพึงพอใจในระดับสูง โดยด้านที่มีคะแนนสูงสุดคือ ประโยชน์ที่ได้รับ รองลงมาคือ กระบวนการเรียนรู้ และเนื้อหา ตามลำดับ

คำสำคัญ: การสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี, แนวคิดของเดวิส, ชุดฝึกทักษะ

¹ นักศึกษาระดับมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

¹ Master's degree student, Faculty of Education, Prince of Songkla University, Pattani Campus.

² อาจารย์ ดร. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

² Dr. Faculty of Education Prince of Songkhla University Pattani Campus

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

³ Assistant Professor Dr. Program in curriculum and Instruction, Faculty of Education Prince of Songkhla University Pattani Campus

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: Waibah.40@gmail.com

Abstract

The objectives of this research were 1) to develop a skill training package integrated with Davies' instructional model to enhance women's clothing patternmaking skills among first-year vocational certificate students, targeting a performance criterion of 75/75; 2) to compare the students' patternmaking skills after using the skill training package with the 75% benchmark; and 3) to study the students' satisfaction with the instructional model based on Davies' approach integrated with the skill training package. The research employed a group post-test design. The target group consisted of 20 first-year vocational certificate students enrolled in the course 31804-2003: Pattern Making and Sewing Techniques for Women's Clothing at the Thung Yang Daeng District Vocational Training Center in the second semester of the 2024 academic year. The research instruments included three lesson plans, three sets of skill training packages, a skill assessment form, and a satisfaction questionnaire. Data were analyzed using mean, standard deviation, and t-test. The results showed that the effectiveness of the instructional model was 76.86/82.94, which was higher than the set criterion of 75/75. Students' patternmaking skills were significantly higher than the 75% benchmark at the 0.01 level of statistical significance. Additionally, their satisfaction was at a high level, with the highest mean score in the aspect of benefits gained, followed by learning process and content, respectively.

Keywords: Women's Clothing Patternmaking, Davies' Instructional Model, Skill Training Package

1. บทนำ

การจัดการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการช่วยสร้างกำลังคนให้เป็นแรงงานที่มีฝีมือเพื่อไปพัฒนาสังคมและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศชาติให้มีความเจริญเติบโต โดยแนวทางการจัดการศึกษาจะเน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติอย่างเต็มรูปแบบ มีการสร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการเพื่อร่วมกันพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะที่เชี่ยวชาญสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานนำไปสู่การจ้างงาน และสร้างงานที่มีคุณภาพ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับการทำงานในชีวิตประจำวัน มีการเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนมีทักษะในการเผชิญต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคต (กระทรวงศึกษาธิการ, 2567) ซึ่งเป็นนโยบายสำคัญในการจัดการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาที่ต้องจัดการศึกษาในด้านวิชาชีพให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อผลิตและพัฒนาากำลังคนในด้านวิชาชีพระดับฝีมือ ระดับเทคนิค และระดับเทคโนโลยี รวมทั้งเป็นการยกระดับการศึกษาวิชาชีพให้สูงขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน

โดยนำความรู้ในทางทฤษฎีอันเป็นสากลและภูมิปัญญาไทยมาพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ความสามารถในทางปฏิบัติและมีสมรรถนะจนสามารถนำไปประกอบอาชีพในลักษณะผู้ปฏิบัติหรือประกอบอาชีพอิสระ (คณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับแนวการจัดการศึกษาของหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ที่มีเป้าหมายในการพัฒนากำลังคนระดับเทคนิคให้มีสมรรถนะ มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพสามารถประกอบอาชีพได้ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน เปิดโอกาสให้เลือกเรียนได้อย่างกว้างขวาง เน้นสมรรถนะเฉพาะด้านการปฏิบัติ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2567)

จากประสบการณ์การจัดการเรียนการสอนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ในรายวิชา 31804 - 0004 เสื้อผ้าสตรีเบื้องต้น ซึ่งเป็นวิชาพื้นฐานในภาคเรียนที่ 1 ที่นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนพบว่านักศึกษายังไม่สามารถที่จะตัดแปลงแบบตัดเสื้อผ้าหรือปรับแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีให้ได้รูปแบบเสื้อผ้าที่หลากหลายได้ ทำให้นักศึกษาขาดทักษะและส่งผลกระทบต่อการจัดการเรียนรู้ในรายวิชา 31804-2002 เทคนิคการออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย 31804-2010 เทคนิคการตัดเย็บเสื้อผ้าต้นแบบแฟชั่น 31804-2003 เทคนิคการทำแพตเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี และรายวิชาอื่น ๆ ที่ผู้เรียนต้องลงทะเบียนเรียนอย่างต่อเนื่องในภาคเรียนที่ 2 เพื่อเป็นการแก้ประเด็นปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงพิจารณาเลือกวิชา 31804-2003 เทคนิคการทำแพตเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี มาต่อยอดสร้างองค์ความรู้ด้านทักษะปฏิบัติอย่างเป็นขั้นตอนเนื่องจากเป็นรายวิชาที่สามารถนำความรู้จากภาคเรียนที่ 1 ในรายวิชา 31804-0004 เสื้อผ้าสตรีเบื้องต้น ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีโดยเฉพาะมาสร้างองค์ความรู้ใหม่ และช่วยให้ผู้เรียนนำความรู้ที่ได้จากกระบวนการจัดการเรียนรู้ในรายวิชา 31804-2003 เทคนิคการทำแพตเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี ไปประยุกต์ใช้กับรายวิชาอื่น ๆ ต่อไป

การฝึกทักษะโดยใช้การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวีส์ ยังช่วยพัฒนาทักษะปฏิบัติอย่างเป็นระบบ โดยฝึกทักษะย่อยก่อนแล้วค่อยเชื่อมโยงเป็นทักษะใหญ่ ซึ่งช่วยให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น (ทิตนา แคมมณี, 2556) งานวิจัยของ นิตยา นันตา (2563) ได้อธิบายไว้ว่าการสอนตามแนวคิดของเดวีส์ร่วมกับบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าเกณฑ์ นอกจากนี้การพัฒนาทักษะผ่านชุดฝึกทักษะปฏิบัติพบว่า ชุดฝึกทักษะช่วยให้การเรียนรู้มีความยืดหยุ่น ตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคล และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเรียนรู้ตามเวลาที่สะดวก นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้เรียนสามารถประเมินผลและติดตามพัฒนาการของตนเองได้อย่างชัดเจน การเรียนรู้ทักษะปฏิบัติควรเริ่มจากการวิเคราะห์งาน จัดลำดับจากง่ายไปยาก และให้ผู้เรียนฝึกปฏิบัติในสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับการทำงานจริง (ทิตนา แคมมณี, 2560)

จากการศึกษางานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีโดยใช้การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวีส์ร่วมกับชุดฝึกทักษะในรายวิชา 31804-2003 เทคนิคการทำแพตเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการเรียนรู้และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา ที่มุ่งพัฒนาให้ผู้เรียนได้มีทักษะที่สำคัญในการนำไปประยุกต์ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าสตรีให้มีประสิทธิภาพในการเสริมสร้างความรู้และทักษะให้กับ

ผู้เรียน การวิจัยในครั้งนี้เน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงผ่านชุดฝึกทักษะที่ถูกออกแบบมาอย่างมีระบบและขั้นตอนที่ชัดเจน มีการจัดการเรียนการสอนและฝึกทักษะปฏิบัติตามขั้นตอนของการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสซึ่งจะช่วยเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาความรู้และทักษะได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีกระบวนการทำงานอย่างเป็นระเบียบ และเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ ช่วยให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติทักษะการสร้างแพตเทิร์นอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งจะช่วยเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนนำความรู้และทักษะที่ได้ปรับไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน และเป็นแนวทางสำคัญในการประกอบอาชีพในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 พัฒนาชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส ในการพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75

2.2 เปรียบเทียบทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 หลังการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ กับเกณฑ์ร้อยละ 75

2.3 ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส ร่วมกับชุดฝึกทักษะ เพื่อพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองโดยมีแบบแผนการวิจัยเชิงทดลองเบื้องต้น (Pre-experimental design) ซึ่งเป็นแบบแผนการทดลองแบบกลุ่มเดียววัดหลังเสร็จสิ้นการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียน (One group posttest only design) ที่มุ่งศึกษาผลของการใช้ชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส เพื่อพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี โดยมีกลุ่มตัวอย่างเพียงกลุ่มเดียวที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ตามวิธีการดังกล่าว และทำการวัดผลหลังการทดลอง (Posttest) เพียงครั้งเดียว

3.1.1 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพอำเภอทุ่งยางแดง สาขาวิทยาลัยการอาชีพปัตตานี ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา 31804-2003 เทคนิคการทำแพตเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 20 คน

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1) แผนการจัดการเรียนรู้ ในรายวิชา 31804-2003 เทคนิคการทำแพตเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2567

2) ชุดฝึกทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจ และฝึกทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ชุด ได้แก่ 1) ชุดฝึกทักษะการวัดตัว 2) ชุดฝึกทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี และ 3) ชุดฝึกทักษะการสร้างแพตเทิร์นแขนเสื้อ

3) แบบประเมินทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี เป็นเครื่องมือในการวัดและประเมินผลทักษะของผู้เรียนในการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี โดยเกณฑ์การประเมินจะพิจารณาจากความถูกต้อง ความเรียบร้อย และทักษะที่ใช้ในการสร้างแพตเทิร์น ผู้เรียนจะถูกประเมินในขั้นตอนต่าง ๆ เช่น ขั้นตอนการวัดตัว ขั้นตอนการสร้างแพตเทิร์น และขั้นตอนการตัดแพตเทิร์น โดยดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญนั้น มีข้อคำถามที่ดัชนีความสอดคล้องมีค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 จึงถือว่าสามารถนำไปใช้ได้

4) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ เป็นเครื่องมือในการสำรวจความคิดเห็นของผู้เรียนเกี่ยวกับการใช้ชุดฝึกทักษะในการจัดการเรียนรู้ โดยแบบสอบถามนี้จะสอบถามความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เช่น ความเข้าใจในเนื้อหา ความเหมาะสมของการใช้ร่วมกับการสอน และประโยชน์ที่ได้หลังการจัดการเรียนรู้ นำแบบสอบถามความพึงพอใจฯ ไปตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งผลการพิจารณาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีข้อคำถามที่ดัชนีความสอดคล้องมีค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 จำนวน 13 ข้อ จึงถือว่าสามารถนำไปใช้ได้

3.1.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ศึกษาเอกสารแนวการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ เพื่อพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2567 ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ

3.2 สังเคราะห์และออกแบบเครื่องมือ

3.2.1 ร่างแผนการจัดการเรียนรู้ประกอบด้วย สารสำคัญ ผลลัพธ์การเรียนรู้ จุดประสงค์การเรียนรู้ สื่อและแหล่งการเรียนรู้ การวัดและประเมินผล บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้ จำนวน 3 แผน

3.2.2 กำหนดองค์ประกอบของการสร้างชุดฝึกทักษะ ได้แก่ 1) ส่วนนำประกอบด้วย ปกหน้า คำนำ สารบัญ คำชี้แจงการใช้ชุดฝึกทักษะ เป็นต้น และ 2) ส่วนเนื้อหาประกอบด้วย ชุดที่ 1 ชุดฝึกทักษะการวัดตัว ชุดที่ 2 ชุดฝึกทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี และชุดที่ 3 ชุดฝึกทักษะการสร้างแพตเทิร์นแขนเสื้อ

3.2.3 พัฒนาแบบประเมินทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีที่สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ในรายวิชา 31804-2003 เทคนิคการทำแพตเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี เพื่อกำหนดรายการประเมินทักษะโดยแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ทักษะการวัดตัว 2) ทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี และ 3) ทักษะการสร้างแพตเทิร์นแขนเสื้อ โดยใช้มาตราประเมินค่า (Scoring rubric) 5 ระดับ

3.2.4 พัฒนาแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ โดยกำหนดพฤติกรรมครอบคลุม 3 ด้าน คือ 1) ด้านเนื้อหา 2) ด้านกระบวนการเรียนรู้ 3) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ จำนวน 3 ท่าน ประกอบไปด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ด้านหลักสูตรและการสอน และด้านการวัดและประเมินผล ด้านละ 1 ท่าน เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ จากนั้น นำไปทดลองใช้กับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย แต่เป็นผู้ที่ผ่านการลงทะเบียนเรียนรายวิชา 31804-2003 เทคนิคการทำแพตเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 10 คน มีผลดังนี้

3.3.1 แผนการจัดการเรียนรู้ ในรายวิชา 31804 - 2003 เทคนิคการทำแพตเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี กับเนื้อหาและจุดประสงค์การเรียนรู้โดยผู้เชี่ยวชาญนั้น พบว่า แผนฯ มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมรายข้ออยู่ระหว่าง 4.33-5.00 และหลังทดลองใช้พบว่า แผนฯ ที่พัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมทางภาษา และกิจกรรมการเรียนรู้ที่ออกแบบไว้มีความเหมาะสมกับเวลาที่กำหนด

3.2.2 ผลการพิจารณาแบบประเมินทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี โดยใช้เกณฑ์การตัดสินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) พบว่า แบบประเมินทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในด้านการใช้ภาษา โดยใช้ถ้อยคำที่กระชับ เข้าใจง่าย และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย คำสั่งต่าง ๆ มีความชัดเจนช่วยให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ การจัดลำดับเนื้อหายังเป็นไปตามขั้นตอนที่เหมาะสมส่งผลให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และฝึกฝนได้อย่างมีประสิทธิภาพภายในระยะเวลาที่กำหนด

3.3.3 ผลการพิจารณาแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ มีค่าความเชื่อมั่นของแบบประเมินทั้งฉบับอยู่ที่ 0.66

3.2.4 นำเครื่องมือที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายจริงจำนวน 3 ครั้ง ครั้งละ 1 แผนฯ/คาบเรียน ใช้เวลาในการดำเนินการทั้งสิ้นจำนวน 3 สัปดาห์

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการหาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส ที่ช่วยพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75 โดยกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 20 คน ปรากฏผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการหาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส

ประสิทธิภาพของกระบวนการจัดการเรียนรู้	คะแนนเต็ม	N	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละของคะแนนเฉลี่ย
ร้อยละของคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบประเมินทักษะระหว่างเรียน (E_1)	180	20	138.35	2.20	76.86
ร้อยละของคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบประเมินทักษะหลังเรียน (E_2)	180	20	149.30	2.34	82.94
$E_1 / E_2 = 76.86 / 82.94$					

จากตารางที่ 1 พบว่า ประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส ที่ช่วยพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ประกอบด้วยร้อยละของคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบประเมินทักษะระหว่างเรียน (E_1) คิดเป็นร้อยละ 76.86 และร้อยละของคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบประเมินทักษะหลังเรียน (E_2) คิดเป็นร้อยละ 82.94 ดังนั้นชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส ที่ช่วยพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 76.86/82.94 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

4.2 ผลการเปรียบเทียบทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีของนักศึกษา หลังการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ กับเกณฑ์ร้อยละ 75 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีของนักศึกษา หลังใช้ชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	t	p	เกณฑ์ที่ใช้เปรียบเทียบ	ผลการทดสอบ
ทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี	149.30	2.34	27.30	0.00**	75	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า ทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีของนักศึกษา หลังใช้ชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้ชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส เพื่อพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้ชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส จำนวน 20 คน

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านเนื้อหา			
1. เนื้อหาในการจัดการเรียนรู้มีความน่าสนใจ	4.50	0.51	มาก
2. เนื้อหาในการจัดการเรียนรู้มีความหลากหลาย	4.15	0.67	มาก
3. เนื้อหาในการจัดการเรียนรู้สามารถกระตุ้นการพัฒนาทักษะสร้างแพทเทิร์นเสื้อผ้าสตรีโดยใช้ชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสได้	4.30	0.80	มาก
4. เนื้อหาในการเรียนรู้มีความทันสมัย	4.20	0.52	มาก
รวม	4.29	0.63	มาก
ด้านกระบวนการเรียนรู้			
1. กิจกรรมการเรียนรู้มีความหลากหลาย	4.30	0.57	มาก
2. กิจกรรมการเรียนรู้มีความชัดเจนน่าสนใจผู้เรียนสามารถปฏิบัติได้	4.55	0.60	มากที่สุด
3. กิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละคาบเรียน ดำเนินได้ตามเวลาที่กำหนด	4.35	0.75	มาก
4. กิจกรรมการเรียนรู้ส่งเสริมให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนได้	4.60	0.60	มากที่สุด
กิจกรรมการเรียนรู้สามารถช่วยพัฒนาทักษะสร้างแพทเทิร์นเสื้อผ้าสตรีโดยใช้ชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสให้กับผู้เรียนได้ดียิ่งขึ้น	4.75	0.44	มากที่สุด
รวม	4.51	0.59	มากที่สุด
ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้			
1. เนื้อหาในการจัดการเรียนรู้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง	5.00	0.00	มากที่สุด
2. การเรียนรู้ช่วยพัฒนาทักษะและความสามารถที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในชีวิตประจำวันได้	4.90	0.31	มากที่สุด
3. การเรียนรู้มีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ตรงกับความต้องการและความสนใจและความสามารถของผู้เรียน	4.40	0.50	มาก
4. การเรียนรู้มีการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานปัจจุบัน	4.55	0.60	มากที่สุด
รวม	4.71	0.35	มากที่สุด
ผลรวมทั้ง 3 ด้าน	4.40	0.61	มาก

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการใช้ชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส รายข้ออยู่ระหว่าง 4.15-5.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในช่วง 0.00-0.80 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของนักศึกษายู่ในทิศทางที่คล้ายคลึงกัน และมีความสม่ำเสมอ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.71 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35 จัดอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่านักศึกษามองว่าการเรียนรู้ด้วยชุดฝึกทักษะนี้ให้ประโยชน์อย่าง

ชัดเจนและตรงตามความต้องการ รองลงมา คือ ด้านกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งได้รับค่าเฉลี่ย 4.51 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 อยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพและช่วยให้การฝึกทักษะเป็นไปอย่างราบรื่น และด้านเนื้อหา ได้ค่าเฉลี่ย 4.29 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 อยู่ในระดับมาก โดยผลรวมทั้ง 3 ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 จัดอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจโดยรวมของนักศึกษาที่มีต่อรูปแบบการจัดการเรียนรู้และชุดฝึกทักษะในภาพรวมอย่างชัดเจน

5. อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีโดยใช้การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ โดยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

5.1 ผลการหาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส ที่ช่วยพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 76.86/82.94 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 75/75 สะท้อนให้เห็นถึงความเหมาะสมของการออกแบบและพัฒนาชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสอย่างเป็นระบบ โดยคำนึงถึงลำดับขั้นของการพัฒนาทักษะปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้แนวคิดของเดวิสกระบวนการเรียนรู้ถูกจัดให้เป็นลำดับขั้น ได้แก่ การสาธิตทักษะ การสาธิตและให้ผู้เรียนปฏิบัติทักษะย่อย การให้ผู้เรียนฝึกปฏิบัติทักษะย่อย การให้เทคนิคและวิธีการ และการให้ผู้เรียนเชื่อมโยงทักษะย่อย ๆ เป็นทักษะที่สมบูรณ์ (ลดาวีลย์ กักตระกูล, 2561) จากการสังเกตระหว่างการเก็บข้อมูลพบว่า ขั้นตอนการสาธิตทักษะและการให้ผู้เรียนปฏิบัติทักษะย่อยมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเข้าใจของผู้เรียน โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้จากตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมและนำไปฝึกฝนด้วยตนเอง ทำให้เกิดการพัฒนาทักษะอย่างเป็นลำดับขั้น อีกทั้งยังช่วยให้ผู้เรียนสามารถฝึกซ้ำในส่วนที่ยังไม่เข้าใจจนเกิดความชำนาญในแต่ละทักษะย่อย ก่อนจะนำทักษะเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ร่วมกันจนเกิดเป็นทักษะที่สมบูรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ โอนา เพียเพ็ง และพิทวัฒน์ พันธะศรี (2566) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส ที่ส่งเสริมทักษะปฏิบัติการบรรเลงพิณสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัยพบว่าการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส ที่ส่งเสริมทักษะปฏิบัติการบรรเลงพิณสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 78.56/85.93 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 70/70 สะท้อนถึงความเหมาะสมของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ พชรกมล จินดารัตน์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ทักษะปฏิบัติของเดวิส (Davies) เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานวิชาเขียนโปรแกรม 1 เรื่อง โปรแกรม Adobe Flash สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ผลการวิจัยพบว่าการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาเขียนโปรแกรม 1 เรื่องโปรแกรม Adobe Flash สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่ใช้แนวคิดของเดวิสในการจัดการเรียนรู้ได้มีประสิทธิภาพเท่ากับ 87.58/93.79 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80 อย่างชัดเจน โดยแสดง

ให้เห็นว่าแผนการจัดการเรียนรู้ที่ออกแบบอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น

5.2 ผลการเปรียบเทียบทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี หลังใช้ชุดฝึกทักษะ ร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส กับเกณฑ์ร้อยละ 75 จากผลการเปรียบเทียบ ทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี หลังใช้ชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิส พบว่า ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ย 149.30 คะแนน (S.D. = 2.34) ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ ร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การที่ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสที่มีการพัฒนาทักษะอย่างเป็นระบบ โดยแบ่งทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีออกเป็นทักษะย่อย ๆ ทำให้ผู้เรียนสามารถฝึกฝน ได้อย่างเป็นขั้นตอนเริ่มจากการสังเกตการสาธิต การฝึกปฏิบัติทักษะย่อย และการเชื่อมโยง ทักษะย่อยเข้าด้วยกัน ทำให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ลดาวัลย์ กัก ตระกูล, 2561) จากการสังเกตระหว่างการเก็บข้อมูลพบว่า ผู้เรียนสามารถปรับทักษะได้เร็วขึ้น ในช่วงแรกของการฝึกเมื่อได้มีโอกาสฝึกทักษะย่อยซ้ำ ๆ และได้รับคำแนะนำจากผู้สอนใน ระหว่างการฝึกปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ เต็นญา และคณะ (2566) ที่ ศึกษาเรื่อง ผลการจัดการเรียนรู้ เรื่อง รวบรวมมาตรฐาน โดยใช้ทักษะปฏิบัติของเดวิสร่วมกับ กระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ ที่มีต่อทักษะปฏิบัตินาฏศิลป์และความคิดสร้างสรรค์ ผลการวิจัย พบว่า ผู้เรียนมีทักษะปฏิบัตินาฏศิลป์สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 80 และอยู่ในระดับดี ซึ่งเป็นผลมา จากการฝึกปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและได้รับการเสริมแรงผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มเรียน นอกจากนี้ยังมิงานวิจัยของ ชนันธร หิรัญเชาว์ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะ นาฏศิลป์ไทยและความคิดสร้างสรรค์โดยใช้แนวคิดของเดวิสกับนักเรียนระดับประถมต้น ผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนมีทักษะความคิดสร้างสรรค์หลังการเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพตามแนวคิดของเดวิสในการ ส่งเสริมทั้งทักษะปฏิบัติและกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของ เดวิสร่วมกับการใช้ชุดฝึกทักษะ เพื่อพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีของนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับการใช้ ชุดฝึกทักษะ เพื่อพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับการเรียนรู้ ซึ่ง สะท้อนถึงความสามารถของชุดฝึกทักษะในการช่วยให้นักศึกษาเห็นคุณค่าและผลลัพธ์ที่เป็น รูปธรรม รองลงมาคือ ด้านกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมของวิธีการจัด กิจกรรมการเรียนรู้ และสุดท้ายคือ ด้านเนื้อหา ที่สะท้อนถึงความสอดคล้องของเนื้อหาและ ความเข้าใจในหัวข้อที่เรียนรู้ได้อย่างชัดเจน (ดรุณี รอดเรืองรัตน์, 2560) จากการสังเกต ระหว่างการเก็บข้อมูลพบว่า นักศึกษามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้อย่างกระตือรือร้น สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น และ สะท้อนถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ทักษะในเชิงปฏิบัติ นอกจากนี้ยัง พบว่า นักศึกษาสามารถปรับปรุงทักษะของตนเองได้จากคำแนะนำที่ได้รับจากการประเมินผล

ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจในกระบวนการจัดการเรียนรู้และสามารถพัฒนาทักษะการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. องค์ความรู้ใหม่

1. การพัฒนาชุดฝึกที่มีลำดับขั้นตอนของการเรียนรู้อย่างชัดเจน ได้แก่ การสาธิต การฝึกย่อย การฝึกซ้ำ การบูรณาการทักษะ การนำไปใช้ ช่วยให้นักศึกษาเกิดความเข้าใจและสามารถฝึกฝนได้อย่างต่อเนื่อง
2. การใช้กระบวนการนี้ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติ และสามารถเรียนรู้จากความผิดพลาดเพื่อปรับปรุงจนเกิดความชำนาญ
3. การแบ่งทักษะหลักออกเป็นทักษะย่อย ๆ ช่วยให้ผู้เรียนฝึกฝนได้ตรงจุดและต่อยอดสู่ทักษะสมบูรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. การเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริงตามแนวทางของเดวิสทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างเป็นธรรมชาติ ฝึกฝนทักษะจากประสบการณ์ตรง
5. ผู้เรียนได้ฝึกซ้ำ ได้ลองผิดลองถูก และได้รับข้อเสนอแนะทันทีจากครูผู้สอน เป็นการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับบริบทการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าจริง

7. สรุป

7.1 ประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสมีค่าเท่ากับ 76.86/82.94 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 75/75 แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาชุดฝึกทักษะดังกล่าวสามารถส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกิจกรรมการเรียนรู้ที่ออกแบบตามลำดับขั้นของแนวคิดเดวิส ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถฝึกทักษะอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การสังเกต การปฏิบัติทักษะย่อย การฝึกซ้ำ และการเชื่อมโยงจนเกิดเป็นทักษะที่สมบูรณ์

7.2 นักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยในการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรีเท่ากับ 149.30 คะแนน (S.D=2.34) ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่าการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ มีส่วนช่วยในการยกระดับทักษะของผู้เรียนได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะจากการฝึกทักษะย่อยซ้ำ ๆ พร้อมทั้งได้รับคำแนะนำจากครูผู้สอน ทำให้ผู้เรียนสามารถปรับปรุงและพัฒนาทักษะให้แม่นยำและมีคุณภาพมากขึ้น

7.3 นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะด้านที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้ รองลงมาคือ ด้านกระบวนการเรียนรู้ และด้านเนื้อหา ตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้เรียนสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้อย่างกระตือรือร้น แก้ไขปัญหาได้จริง และสามารถประยุกต์ใช้ทักษะที่ได้รับจากการเรียนรู้ไปใช้ในบริบทจริงได้อย่างชัดเจน

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) แผนการจัดการเรียนรู้ในรายวิชา 31804-2003 เทคนิคการทำแพตเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี โดยใช้การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะสำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 เป็นแผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นจากการวิเคราะห์หลักสูตร วิเคราะห์เนื้อหา และวิเคราะห์ผู้เรียน ในการนำไปใช้ผู้สอนต้องนำมาปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และบริบทของสถานศึกษา รวมถึงเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนในการจัดการเรียนรู้

2) การจัดการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสร่วมกับชุดฝึกทักษะ ผู้สอนจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนให้ครบทั้ง 5 ขั้น ได้แก่ 1) ขั้นสาธิตทักษะหรือการกระทำ 2) ขั้นสาธิตและให้ผู้เรียนปฏิบัติทักษะย่อย 3) ขั้นให้ผู้เรียนปฏิบัติทักษะย่อย 4) ขั้นให้เทคนิควิธีการ 5) ขั้นให้ผู้เรียนเชื่อมโยงทักษะย่อย ถ้าผู้เรียนยังปฏิบัติขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไม่ได้ ไม่ควรข้ามไปขั้นตอนอื่นหรือขั้นตอนถัดไป ควรให้ผู้เรียนฝึกปฏิบัติจนกว่าจะปฏิบัติได้ก่อน แล้วค่อยปฏิบัติขั้นตอนต่อไป

3) สถานศึกษาอาจนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้สนใจทั่วไปต้องการเรียนรู้และพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการสร้างแพตเทิร์นเสื้อผ้าสตรี

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะร่วมกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสในสาขาวิชาอื่น ๆ โดยคำนึงถึงความหลากหลายของเนื้อหาวิชาและลักษณะของทักษะที่ต้องการพัฒนาในแต่ละสาขาวิชา เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปปรับใช้ได้ในบริบทที่แตกต่างกัน

2) ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น ผู้เรียนในระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน หรือบุคคลทั่วไปที่สนใจพัฒนาทักษะการตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี เพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุมและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในกลุ่มผู้เรียนที่หลากหลาย

3) ควรพัฒนาและวิจัยชุดฝึกทักษะที่ใช้เทคโนโลยีร่วม เช่น การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการออกแบบแพตเทิร์น หรือการใช้เครื่องมือตัดเย็บอัตโนมัติ เพื่อให้การศึกษาก้าวทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการในอุตสาหกรรมแฟชั่นที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว

9. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ดร.สุพริษา สุวรรณชาติ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ดร.ณรงค์ศักดิ์ ครอบครอง ประธานกรรมการสอบ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรธิดา หนูคง กรรมการสอบ ที่ให้แนวคิดและคำแนะนำเพิ่มเติม ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบและปรับปรุงคุณภาพของเครื่องมือวิจัยให้สมบูรณ์ ขอขอบคุณผู้บริหารศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพอำเภอทุ่งยางแดง คณะครู บุคลากร และนักศึกษาทุกท่านที่ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้

10. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2567, กรกฎาคม 18). *กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ ส่งเสริม พัฒนาศักยภาพนักเรียน นักศึกษา และกำลังคนทุกช่วงวัย สร้างกำลังคนสมรรถนะสูงขับเคลื่อนประเทศ*.
<https://vec.go.th/tabid/6276/ArticleId/42912/language/th-TH/42912.aspx>.
- คณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา. (2561). *ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษา*, สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.
- จุฑารัตน์ เต็นภูเขา, สุรัชย์ ปิยานุกุล และวันทนี นามสวัสดิ์. (2566). ผลการจัดการเรียนรู้เรื่องราวมาตรฐาน โดยใช้ทักษะปฏิบัติของเดวิสร่วมกับกระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ ที่มีต่อทักษะปฏิบัตินาฏศิลป์และความคิดสร้างสรรค์. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, 17(2), 44–50.
- ชนันธร หิรัญเชาว์. (2562). *การพัฒนาทักษะนาฏศิลป์ไทยและความคิดสร้างสรรค์โดยใช้แนวคิดของเดวิส กับนักเรียนระดับประถมศึกษา* [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ดารุณี รอดเรืองรัตน์. (2560). *การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อรายวิชา ส 21102 สังคมศึกษา โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT ร่วมกับบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนด้วยโปรแกรมโซติงค์กลันดา (Sothink Glanda) ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1* [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ทิตนา แหมมณี. (2556). *ศาสตร์การสอน* (พิมพ์ครั้งที่ 17). ด่านสุทธาการพิมพ์.
- ทิตนา แหมมณี. (2560). *ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 21). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตยา นันดา. (2563). ผลการจัดการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิส ร่วมกับบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่อง การใช้งาน Microsoft Publisher สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6. *วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษาและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์*, 10(1), 85–96.
- พชรกมล จินดารัตน์, ฐานิ สี่เสถียร และคุณุ ศรีสองเมือง. (2561). ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ทักษะปฏิบัติของเดวิส เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานวิชาเขียนโปรแกรม 1 เรื่อง โปรแกรม Adobe Flash สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. *วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 1(1), 102–112.

- ลดาวัลย์ ก๊กตระกูล. (2561). ผลการใช้รูปแบบการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิส เรื่อง การสร้างงานจากโปรแกรมประมวลคำ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 [การค้นคว้าแบบอิสระ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2567). หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2567.
- อโนชา เพี้ยเพ็ง และพิทยวัฒน์ พันธะศรี. (2566). การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของเดวิสที่ส่งเสริมทักษะปฏิบัติการบรรเลงพิณ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 10(3), 455–474.

การส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี

Promoting Gastronomic Tourism in Nonthaburi Province

ภุริ ชุณหะวัณ^{1*}, พงศ์สุระ ธัญญเจริญอนุกุล², ธีรภัทร์ ชมชื่นจิตต์สิน²,
นิลุบล ประเคนภทรา² และปณณช ลิขหะสุวรรณ³

Puri Chunkajorn^{1*}, Pongsura Thanyacharoen-anukul², Teerapat Chomchuenjitsin²,
Nilubon Prakenpattra² and Poonyanuch Leelhasuwan³

Received 3 มีนาคม 2568 Revised 1 เมษายน 2568 Accepted 11 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี เป็นวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวนทั้งสิ้น 25 คน ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4 C's of gastronomy ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่ 1) แนวทางการส่งเสริมด้านชุมชนอาหาร ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยว สัมผัสกับความหลากหลายของวัฒนธรรมอาหาร 2) แนวทางการส่งเสริมด้านการปรุงอาหารท้องถิ่น นำเสนอเทคนิคการปรุงอาหารแบบดั้งเดิมของชุมชนกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์การท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับฤดูกาลของวัตถุดิบอาหารรวมถึงการสนับสนุนผลิตภัณฑ์มาตรฐานร้านอาหารให้ได้รับตราสัญลักษณ์รางวัลบิบกัวร์มอนด์ สำหรับร้านอาหารในท้องถิ่นที่นำเสนอวัตถุดิบได้เป็นอย่างดี 3) แนวทางการส่งเสริมด้านผู้ประกอบการร้านอาหาร ส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 4) แนวทางการส่งเสริมด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ให้เกิดการประชาสัมพันธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนนทบุรีที่เป็นที่นิยม

คำสำคัญ: การส่งเสริมการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, จังหวัดนนทบุรี

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

¹ Assistant Professor Dr., Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

² อาจารย์, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

² Lecturer, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

³ ดร., นักวิจัยบริษัท ซีบีเอ อะคาเดมี่ จำกัด

³ Dr., Researcher CBA Academy Co., Ltd.

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: puri.chu@dpu.ac.th

Abstract

This research aims to assess the potential of gastronomic tourism to promote food tourism in Nonthaburi province. This qualitative research uses content analysis methodology. Using key informants totaling 25 participants. The study identified four key strategies for promoting gastronomic tourism, known as the 4 C's of Gastronomy: 1) Culinary Community Promotion – Encouraging creative food tourism experiences that allow tourists to immerse themselves in Nonthaburi's diverse culinary culture. 2) Culinary Techniques Promotion – Showcasing traditional cooking techniques through tourism activities that align with seasonal local ingredients. This includes supporting local restaurants to achieve the Bib Gourmand recognition for outstanding ingredient presentation. 3) Culinary Enterprise Development – Supporting local food products, enhancing human resource development in gastronomic tourism, and fostering community participation in managing food tourism. 4) Culinary Experience Enhancement – Implementing continuous marketing via social media to establish Nonthaburi as a renowned food tourism destination.

Keywords: Tourism Promotion, Gastronomic Tourism, Nonthaburi Province

1. บทนำ

อุตสาหกรรมอาหารไทยถูกผลักดันให้เป็นซอฟต์แวร์ (Soft power) ของประเทศไทย ในฐานะผู้ส่งออกสินค้าอาหารอันดับที่ 12 ของโลกปี 2566 มีมูลค่าการส่งออก 1,255,622.69 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.80 ของการส่งออกรวมทุกสินค้าในประเทศ โดยตลาดส่งออกหลักของสินค้าเกษตรและอาหาร คือ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด อันดับหนึ่งเป็น ผัก ผลไม้ สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง ปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารไทยมาจากการเติบโตของประชากรโลกและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงสภาวะสิ่งแวดล้อมรวมถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ เกิดความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร (คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ, 2567)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism) ยังคงเป็นเทรนด์การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ตามรายงานจาก ปรรากพิชญ์ กัษวฒนะ (2566) อธิบายว่ามีนักท่องเที่ยวมากถึงร้อยละ 53 เลือกที่เที่ยวกาอาหารและเครื่องดื่มที่อยากเดินทางไปลองชิม การท่องเที่ยวลักษณะนี้ก็ยังได้รับความนิยมเสมอมา ประกอบกับนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพัง (Solo traveler) ก็ยังนิยมเข้าถึงผู้คนและวัฒนธรรมอาหารในท้องถิ่น ที่ได้รับความนิยมจากการบอกเล่าประสบการณ์การเดินทางรับประทานอาหารผ่านโลก

ออนไลน์ของนักชิมเอง นักท่องเที่ยวชอบเสิร์ฟเรื่องราว (Story) และการทำกิจกรรมด้านอาหาร ผ่านการเรียนรู้ร่วมกับคนในท้องถิ่น ชุมชน รวมถึงการสนับสนุนสินค้าชุมชนโดยตรงอีกด้วย

นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงอาหารของ นิลุบล ประเคนภัทรา และภุริ ชุนห์ขจร (2567) กล่าวว่า แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ที่ให้ชุมชนท้องถิ่น มาสร้างสรรค์คุณค่า ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความผูกพันกับชุมชน เรียนรู้วัฒนธรรมอาหาร อย่างลึกซึ้ง จากการกิน การทำอาหาร ตามวิถีท้องถิ่น และเผยแพร่ประสบการณ์ผ่านทางสังคม ออนไลน์ นับว่าเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ดังนั้นอาหารจึงเป็นตัวแทนที่จะ นำเสนอ วิถีชีวิตของคนในสังคม สะท้อนวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่นทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน และ การศึกษาของ ภัทพร พันธุรี (2558) ได้กล่าวถึง อาหารเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ สำคัญประการหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ เนื่องจาก อาหารสามารถบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้งสามารถ นำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นรูปแบบ การท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็น “ความสนใจพิเศษ” มีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการสร้าง ประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้การสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสามารถ ทำได้โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงอาหารในฐานะเครื่องมือสำคัญในการสืบทอด วัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป ตลอดจนเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้และการจ้างงานให้กับ ประเทศไทยเป็นอย่างมาก กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงได้รับความสนใจเพิ่ม สูงขึ้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัวและได้มีการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมสืบเนื่องมาเป็นเวลานาน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิง อาหารที่อยู่ไม่ไกลจากเมืองหลวง คือ เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เนื่องจากเกาะเกร็ดมีพื้นที่ทาง ภูมิศาสตร์เป็นเกาะขนาดใหญ่กลางแม่น้ำเจ้าพระยา มีอารยธรรมและชุมชนที่เจริญมาตั้งแต่ ปลายสมัยอาณาจักรอยุธยา รวมถึงวัดต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นบนเกาะเป็นโบราณสถานที่สวยงาม สร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลายทั้งสิ้น จึงเป็นตำบลแบ่งเขตการปกครองเป็นหมู่บ้าน รวม ทั้งสิ้น 7 หมู่บ้าน ทำให้เกิดวัฒนธรรมความเป็นอยู่การกินที่หลากหลาย (ปณณนุช สัพพะ สุวรรณ, 2565)

การที่เกาะเกร็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านความสวยงามของธรรมชาติ และอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งตรงกับ ศรดา นิตวรรการ (2557) กล่าวถึงสำหรับอาหาร มอญเกาะเกร็ดพบว่าอาหารส่วนใหญ่เป็นอาหารที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งใช้วัตถุดิบที่มีใน ท้องถิ่นและมีตามฤดูกาล จากการศึกษาเรื่องความหลากหลายของอาหารพื้นบ้านมอญเกาะ เกร็ด สามารถแยกอาหารความมอญดั้งเดิมมีเพียง 8 ประเภท จำนวน 34 รายการ อาหารหวาน มี 4 ประเภท จำนวน 9 รายการ การสำรวจในครั้งนี้นำมาจัดสำหรับอาหารมอญเกาะเกร็ด สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญในการเชื่อมโยงวัฒนธรรมสำหรับอาหารมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีเข้ากับวิถีชีวิตประเพณีรวมทั้งวัฒนธรรมท้องถิ่นคนมอญได้ ตัวอย่างสำหรับอาหาร มอญ เช่น แกงสว่งอารมณ์ แกงส้มกระเจี๊ยบ ปลาร้าหลน หมี่กรอบ ข้าวอีกา แกงเลียงหน่อ กะลา แกงคั่วมะตาด แกงข่าหมูใบมะดัน ข้าวเหนียวหัวหงอก แกงเผ็ดกล้วยดิบ แกงบอน และ

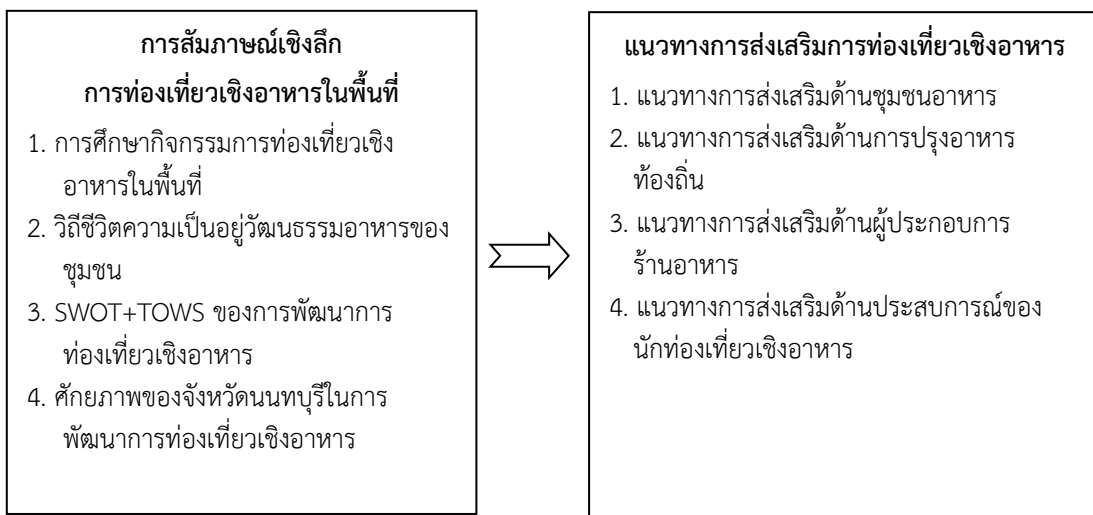
ขนมเทียนมอญ เป็นต้น ทั้งหมดเป็นรายการเมนูท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อไปลิ้มลองรสชาติดั้งเดิมในพื้นที่

ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญของแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริม นำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแท้จริง ต่อกระบวนการวิจัยทุกขั้นตอน และนำผลการวิจัยที่ได้เพื่อนำไปเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์

เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิดเชิงขั้นตอน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็น กลุ่มเชฟอาหาร กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนรวมทั้งสิ้น 25 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก มีการกำหนดแนวคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับข้อมูล

ส่วนตัว การรับรู้แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อรูปแบบการรับประทานอาหาร และปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับกลุ่มตัวอย่างเป็นรายบุคคลแบบตัวต่อตัว (Face-to-face) และเมื่อได้ดำเนินการสัมภาษณ์เสร็จสิ้นแล้วจึงจัดทำเอกสารผลการสัมภาษณ์ (Transcript) เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ทั้งนี้ยุทธศาสตร์การวิจัยแบบการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ผู้วิจัยจะใช้วิธีการเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่อง (Constant comparison method) เป็นการลงรหัสข้อมูล (Coding) จากเหตุการณ์ที่ศึกษาเพื่อนำมาจัดหมวดหมู่ (Category) และเปรียบเทียบกับข้อมูลจากเหตุการณ์ที่ได้เก็บมาก่อนหน้านี้ ซึ่งช่วยให้การสร้างทฤษฎีเป็นระบบมากยิ่งขึ้น วิธีการเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องถูกดำเนินการไปจนกระทั่งข้อมูลมีความอิ่มตัวทางทฤษฎี (Theoretical saturation)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi structure) ที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลหลัก มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความอย่างมีระบบที่มีการอ้างอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี มีวิธีการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) กำหนดเกณฑ์คัดเลือกเอกสาร 2) วางเค้าโครงการวิเคราะห์ 3) พิจารณาเงื่อนไขแวดล้อมของข้อมูลเอกสาร และ 4) การวิเคราะห์ข้อมูล (เอื้อมพร หลินเจริญ, 2555) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการดำเนินการมาตรวจสอบความถูกต้อง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจัดเป็นหมวดหมู่ของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ รวมทั้งใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) กระทำโดยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิจารณาว่า หากเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และข้อมูลต่างบุคคลจะแสดงข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ หากผลของข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีสามเส้าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง หลังจากนั้นผู้วิจัยจะดำเนินการสรุปรวบรวมประเด็นสำคัญนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

4. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลตามหลักการ SWOT พบว่า

จุดแข็ง (Strengths) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพและความพร้อมหลายแห่งมีความหลากหลายทั้งทางบก และทางน้ำ อาทิ วัดเกาะเกร็ด การทำเครื่องปั้นดินเผา วิถีชุมชนมอญเกาะเกร็ด การทำทอดมันหน้าอกปลาของตึกปากเกร็ด การล่องเรือไหว้พระ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติกับการจัดกิจกรรม และงานประเพณีต่าง ๆ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สอดคล้องวัฒนธรรมอาหาร การทำสวนแบบดั้งเดิมของคนในพื้นที่เมืองนนทบุรี รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ

จุดอ่อน (Weaknesses) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การที่จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ที่ติดกับกรุงเทพมหานคร ทำให้การขอความร่วมมือหรือการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในบางพื้นที่ ด้านการให้บริการยังไม่เพียงพอต่อความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมในร้านอาหาร และขั้นตอนการให้บริการของพนักงานต้องเพิ่มให้มีการฝึกทักษะด้านการบริการ และการเข้าใจแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่สามารถแนะนำกับนักท่องเที่ยวได้ พร้อมสร้างการรับรู้ในวงกว้างผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

โอกาส (Opportunities) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การมุ่งเน้นส่งเสริมในการท่องเที่ยวเชิงอาหารใกล้พื้นที่วัดหรือแหล่งการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ ควรจัดให้มีเส้นทางร้านอาหารท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาเยือน โดยสร้างกิจกรรม หรือ จุดเด่นที่เกาเกิร์ต ซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่แล้วให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน การส่งเสริมการตลาดอาหาร รวมถึงการประชาสัมพันธ์ปฏิทินงานอาหารในพื้นที่ให้เกิดการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวในวงกว้าง โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียทั้ง เฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม และ ดิจิตอล เพื่อการเพิ่มโอกาสในการสร้างการรับรู้ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารของจังหวัดนนทบุรีให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างได้มากยิ่งขึ้น

อุปสรรค (Threats) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การที่จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ที่ติดกับกรุงเทพมหานคร โดยในจังหวัดนนทบุรีมีลักษณะเป็นกิ่งสังคมเมือง ขาดวิธีการประชาสัมพันธ์ในการสร้างความร่วมมือหรือสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การรวมกลุ่มการทำกิจกรรมด้านอาหารเกิดข้อจำกัดในพื้นที่ รวมถึงคนดั้งเดิมในพื้นที่ มีการย้ายถิ่นที่อยู่อาศัยหรืออายุมากขึ้น

เมื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และการวิเคราะห์ TOWS Matrix ต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ควรประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1. ด้านกลยุทธ์เชิงรุก ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย

1.1 มีนโยบายในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสร้างความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งอาหารท้องถิ่นอย่างชัดเจนเป็นระบบ รวมถึงช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึงผ่านการออกแบบเส้นทาง Food Tourism Route ทั้งรูปแบบแผนที่และแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเชื่อมโยงร้านอาหารและแหล่งวัฒนธรรมอาหารที่น่าสนใจในพื้นที่

1.2 มีการส่งเสริมการผลิตอาหารชุมชนจากวัตถุดิบในท้องถิ่น ควบคู่กับการจัดทำคู่มือมาตรฐานร้านอาหาร (Standard Operation Procedure: SOP) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร โดยดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ และประสานกับหน่วยงานภาครัฐในการรับรองมาตรฐานคุณภาพร้านอาหาร

1.3 มีนโยบายส่งเสริมและยกระดับร้านอาหารในท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักระดับประเทศและนานาชาติ เพื่อใช้ Gastronomy Tourism เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารของจังหวัดนนทบุรีสู่เวทีโลก โดยจัดกิจกรรมประกวดแข่งขันอาหารเชฟชุมชน การสนับสนุนร้านอาหารเข้าสู่มาตรฐานสากล เช่น Bib gourmand ของ Michelin และอบรมการนำเสนออาหารในรูปแบบ Storytelling ที่สามารถดึงดูดและอัตลักษณ์ท้องถิ่นออกมาได้อย่างชัดเจน พร้อมส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

2. ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย

2.1 มีการจัดอบรมพัฒนากระบวนการให้บริการในพื้นที่ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรด้านอาหาร เช่น โครงการ “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งเชฟอาหารไทย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์ของประเทศเพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการ สร้างความประทับใจและความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว

2.2 มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ อิน스타그램 ดิกต็อก เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้างและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ พร้อมกระตุ้นให้เกิดการเดินทางมาสัมผัสประสบการณ์อาหารท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

2.3 มีการส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารท้องถิ่นและยกระดับร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีให้มีมาตรฐานสูงขึ้น ผ่านการพัฒนาเมนูอาหารในโครงการ Amazing Thai Taste และสนับสนุนร้านอาหารที่มีคุณภาพและราคาจับต้องได้ให้ได้รับตราสัญลักษณ์รางวัลบิบกูร์มอนด์ (Bib gourmand) เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรเข้าถึงง่าย และมีคุณภาพสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้อย่างชัดเจน

3. ด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไข ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย

3.1 มีการพัฒนาเส้นทางความเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร จุดต่าง ๆ ในพื้นที่ได้อย่างทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองหรือเพียงลำพัง

3.2 มีการสนับสนุนโครงการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารและตารางการจัดกิจกรรมอาหารของจังหวัดนนทบุรีในแต่ละเดือน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางอาหารของชุมชนได้

3.3 มีการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริม อนุรักษ์ภูมิปัญญา กระบวนการ กรรมวิธีการทำอาหารท้องถิ่น เพื่อการถ่ายทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหารที่เกี่ยวข้องให้สืบทอดต่อไป

4. ด้านกลยุทธ์เชิงรับ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย

4.1 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

4.2 มีการจัดทำปฏิทินเทศกาล ฤดูกาลของวัตถุดิบที่ผลิตได้ในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดวางแผนการเดินทางมาเยือนได้

4.3 มีการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าอาหารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อความสะดวกในการสั่งซื้อและจัดส่งนอกพื้นที่

นอกจากนี้การศึกษาของคํประกอบแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ยังพบว่า จังหวัดนนทบุรีมีองค์ประกอบของศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ประกอบด้วย

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีมีความพร้อม และหลากหลายทั้งร้านอาหารริมน้ำ ร้านอาหารที่เดินทางสะดวกโดยรถยนต์ส่วนตัวและสาธารณะ

2. ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีมีการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เนื่องจากเป็นพื้นที่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรีมีความเพียงพอ ทั้งในส่วนของที่จอดรถ ป้ายแนะนำสถานที่ ห้องน้ำ ร้านค้าต่าง ๆ รวมถึงถนนตัดใหม่ที่เดินทางได้หลากหลายเส้นทาง แต่ในบางพื้นที่อาจมีสภาพที่ชำรุดทรุดโทรม เช่น จุดจอดรถ

4. ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรีมีศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงด้วยสื่อออนไลน์ และร้านอาหารที่สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและการโอนชำระเงิน

5. ด้านความหลากหลายของร้านอาหาร จังหวัดนนทบุรีมีความหลากหลายตั้งแต่ร้านอาหารท้องถิ่น ร้านอาหารริมบาทวิถี (Street food) ไปจนถึงร้านอาหารระดับฟายน์ไดนิ่ง (Fine dining restaurant) พร้อมการนำเสนอเทคนิคและวัตถุดิบท้องถิ่นให้กับนักชิมอาหารที่มาเยือน

6. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทั้งทางบกและทางน้ำ การท่องเที่ยววัด การล่องเรือ การปั่นเครื่องปั่นดินเผา การทำทอหมันหน่อเกลา และวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำในเมืองนนท์

สำหรับการศึกษาความต้องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวพบว่า จังหวัดนนทบุรี ควรมุ่งเน้นการจัดการในเรื่องพื้นที่ของสถานประกอบการร้านอาหารที่ต้องจัดสรรให้เพียงพอ ความสะอาดและมีความปลอดภัยในหลาย ๆ ด้าน พร้อมมุ่งเน้นในเรื่องการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นที่ยุ้จักในวงกว้าง โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียทั้ง เฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม และ ติ๊กต็อก ซึ่งต้องประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนารูปแบบการสั่งซื้อ ส่งจองอาหารในแหล่งพื้นที่พร้อมรูปแบบการจัดส่งให้มีความสะดวกมากขึ้น โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนนทบุรี ควรดำเนินการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

5. อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่เพื่อการพัฒนาส่งเสริมในแต่ละด้าน ผลการศึกษาวิจัยพบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยและสรุปเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4 C's of Gastronomy และสอดคล้องกับ สุปรียา ภูผา และจารุวรรณ แดงบุผา (2565) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารมี 4 ด้านประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ภูมิปัญญาและมรดกทางอาหาร 3) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ 4) ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปผลการวิจัยออกมาได้ดังนี้

1. แนวทางการส่งเสริมด้านชุมชนอาหาร (Culinary-based tourism) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้สัมผัสกับอาหารท้องถิ่นแท้ ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนที่มีการดึงเอาวัตถุดิบที่อยู่ในท้องถิ่นมาใช้พัฒนาเพื่อก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวอาหารโดยชุมชนร่วมกับการดึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์อาหารชุมชน โดยสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และความพร้อมสำหรับการเดินทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งยังช่วยส่งเสริมการเรียนรู้แหล่งที่มาของวัตถุดิบอาหารตั้งแต่ฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร ส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารในชุมชนเป็นการเกษตรปลอดภัย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอาหาร ยุกระดับเทศกาลประเพณีอาหารในท้องถิ่นของจังหวัด สอดคล้องกับการศึกษาของ สิริตา พันธุ์เทียน และคณะ (2560) ได้กล่าวว่า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารของฝากท้องถิ่นให้มีความทันสมัย สามารถส่งเสริมเพื่อเป็นของฝากชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนและขับเคลื่อนให้เกิดเป็นสินค้าต้นแบบของชุมชน

2. แนวทางการส่งเสริมด้านการปรุงอาหารท้องถิ่น (Culinary technique) นำเสนอเทคนิคการปรุงอาหารแบบดั้งเดิมของชุมชนกับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ที่สอดคล้องกับฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง ๆ พร้อมกับการเพิ่มมาตรการความปลอดภัยในอาหาร สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นชินกับอาหารเพื่อป้องกันการเกิดอาหารเป็นพิษหรือการแพ้อาหาร สอดคล้องกับ ปาจริย์ กิจกาญจนกุล (2566) พบว่าองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านอาหารพื้นบ้านของชุมชนบางกระดี่สะท้อนให้เห็นถึงความฉลาดของภูมิปัญญาพื้นบ้านที่เรียนรู้จากธรรมชาติ การนำเสนอวัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติมาประกอบเป็นอาหารได้อย่างเหมาะสม มีวิธีการปรุงอาหารมอญอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่น่าสนใจ

3. แนวทางการส่งเสริมด้านผู้ประกอบการร้านอาหาร (Culinary enterprise) การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยว การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ประกอบด้วย สร้างมาตรฐานสูตรอาหาร (Standard operation procedure) ยุกระดับความปลอดภัยในอาหารให้มีคุณภาพบริการสุขภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น การอบรมผู้สัมผัสอาหาร ผู้ประกอบอาหาร จากกรมอนามัย และการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารอย่างมีมาตรฐาน ส่งเสริมกรรมวิธีการทำอาหารท้องถิ่นโดยใช้

วัตถุดิบสมุนไพรไทยแบบดั้งเดิม สอดคล้องกับ ทศพร ล้มดำเนิน (2560) กล่าวว่า การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ต้องมีการจัดการความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง ได้แก่ ป้ายเตือนแก่นักท่องเที่ยวในจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ เครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ การให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว และจุดบริการหน่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้น ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

4. แนวทางการส่งเสริมด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary experience) การประชาสัมพันธ์และการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยม ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัย หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรัชพงษ์ศ์ วงศาโรจน์ (2558) พบว่า อาหารพื้นเมืองน่านส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง นักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองมากที่สุด มีการเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองของจังหวัดน่าน 6 ด้าน คือ 1) ด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง 2) ด้านคุณภาพของอาหารพื้นเมือง 3) ด้านราคา 4) ด้านการบริการ 5) ด้านลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และ 6) ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด สำหรับการวางแผนการจัดทำปฏิทินเทศกาล ฤดูกาลของวัตถุดิบที่ผลิตได้ในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดวางแผนการเดินทางมาเยือน สอดคล้องกับงานวิจัย ภัทรพร พันธุ์ (2558) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุดด้วย การสร้างความประทับใจแบบต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การเสนอให้ชิมอาหาร การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น การให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร การนำเสนอเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น การนำชมแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร และการนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาทำอาหาร เพื่อส่งเสริมและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของนักท่องเที่ยวนั้น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้อย่างแท้จริงในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

6. องค์ความรู้ใหม่

การสร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ โดยการกำหนด 1) การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน 2) ส่งเสริมแนวทางของตลาดท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3) การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารสู่การเป็น Gastronomy destination โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลเชิงบวกผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหารที่กำลังการใช้จ่ายต่อไป

7. สรุป

การส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ต้องมีการเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในชุมชนต่าง ๆ การรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาเชฟด้านอาหารไทย เพื่อนำเสนอและเล่าเรื่อง (Story telling) ผ่านรายการวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นสู่โต๊ะอาหาร (Farm to table) เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพ สร้างผลิตภัณฑ์หนึ่งชุมชนหนึ่งผลิตภัณฑ์จากแต่ละหมู่บ้าน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และบอกต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับชุมชนต่อไป

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

หน่วยงานในจังหวัดนนทบุรีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารควรนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลซ้ำอีกครั้ง และจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญบูรณาการมากขึ้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้สนใจ ควรทำการศึกษาวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณผ่านการรวบรวมข้อมูลจากมุมมองของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารและชุมชนวัฒนธรรมอาหารเพิ่มเติม โดยใช้ปัจจัยที่ได้ค้นพบจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งต่อไป ทั้งนี้เพื่อเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ และส่งเสริมอาหารไทยเป็นซอฟต์แวร์ของประเทศไทยต่อไป

9. เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ. (2567, มิถุนายน 5). นโยบายสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือซอฟต์แวร์ของประเทศ. <https://thacca.go.th/>.
- ทศพร ลิ่มดำเนิน. (2560). แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารกรณีศึกษาคลองดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. บัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิลบล ประเคนภัทรา และภูริ ชุณหะวัณ. (2567). กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย. วารสารวัฒนธรรมอาหารไทย, 6(1), 60–69.
- ปรารภพิชญ์ กั้ววัฒนะ. (2566, พฤศจิกายน 22). ใช้ Soft power “อาหารไทย” สร้างจุดเด่นให้การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) คืบรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน. สาลิกาข่าว. <https://www.salika.co/2023/11/22/soft-power-gastronomy-tourism/>.

- ปจรรย์ กิจกาญจนกุล. (2566). องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านอาหารพื้นถิ่นมอญ กลุ่มน้ำแม่กลอง จังหวัดราชบุรี. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 23(1), 204-233.
- บุญยง ลีหะสุวรรณ. (2565). *แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี* [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 8(2), 27-38.
- ศรุต นิตวิกรม. (2557). สำหรับอาหารมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสารกระแสนวัฒนธรรม*, 15(28), 39-58.
- สรिता พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทกร และมารีสา โกเศยะโยธิน. (2560). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 9(3), 190-198.
- สุปรียา ภูผาลา และจารุวรรณ แดงบุผา. (2565). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 8(1), 286-304.
- หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรัชพงศ์ วงศาโรจน์. (2558). ศักยภาพอาหารพื้นเมืองและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหาร พื้นเมืองจังหวัดน่าน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 11(1), 37-53.
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2555). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. *วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 17(1), 17-29.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของเจนเนอเรชันซี

Factors Influencing the Consumption of Phuket's Local Cuisine among Generation Z

ศศิวรรณ โสภา^{1*}, นิติชนม์ เวียงสมุทร², สาวีภา เคลี้ยงกมล² และธนพล นิยมณี²
Sasiwan Sopa^{1*}, Nitichon Wengsamoot², Sawipa Kiangkamon² and Tanapon Nimmanee²

Received 28 ตุลาคม 2567 Revised 4 มกราคม 2568 Accepted 10 กุมภาพันธ์ 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของเจนเนอเรชันซีในจังหวัดภูเก็ต 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับความถี่ในการบริโภค และ 3) เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิสำเนาต่างกัน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 402 ชุด กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจนเนอเรชันซี เกิดระหว่าง พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2555 ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตเฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยมักจะรับประทานกับเพื่อนและครอบครัว และนิยมรับประทานในโอกาสพิเศษ เช่น งานสังสรรค์หรือเทศกาล อาหารคาวที่นิยมสูงสุด คือ หมูฮ้อง ส่วนอาหารหวานคือ ไข่แก้ว ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 101-200 บาทต่อครั้ง ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภค พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรม มีผลมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาคือ รสนิยม ($\bar{X} = 4.35$) สื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 4.34$) เศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.32$) และสังคม ($\bar{X} = 4.30$) 2) ปัจจัยด้านรสนิยมและสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการบริโภค และ 3) ปัจจัยด้านรสนิยม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิสำเนาต่างกัน ผลวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางส่งเสริมการบริโภคอาหารพื้นเมืองที่สอดคล้องกับเจนเนอเรชันซี พร้อมทั้งสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คำสำคัญ: การบริโภค, อาหารพื้นเมือง, ภูเก็ต, เจนเนอเรชันซี (เจนซี)

¹ อาจารย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

¹ Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phuket Rajabhat University

² นักศึกษาปริญญาตรี, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

² Graduate student, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phuket Rajabhat University

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ : e-mail: sasiwan.s@pkru.ac.th

Abstract

This research aims to 1) study the behaviors and factors influencing the consumption of Phuket's local cuisine among Generation Z in Phuket, 2) examine the relationship between various factors and the frequency of consumption, and 3) compare the factors affecting local cuisine choices among participants from different regions. The study employed quantitative research methods, collecting data from 402 questionnaires. The target population was Generation Z, individuals born between 1997 and 2012. The results indicate that: 1) most respondents consume Phuket's local food approximately 2–3 times per week, usually with friends and family, often on special occasions such as gatherings or festivals. Moo Hong is the most popular savory dish, while the favorite dessert is O-Aew. Most respondents spend between 101–200 baht per meal. Regarding factors influencing local food consumption, cultural factors have the most significant impact ($\bar{X} = 4.41$), followed by taste ($\bar{X} = 4.35$), online influence ($\bar{X} = 4.34$), economic factors ($\bar{X} = 4.32$), and social factors ($\bar{X} = 4.30$). 2) Taste and online influence are positively correlated with consumption frequency. 3) The factors of taste, economics, culture, and online influence affect food choices among participants from different regions. These findings can serve as a guideline for promoting local food consumption tailored to Generation Z while supporting local economies and cultural tourism.

Keywords: Consumption, Local Cuisine, Phuket, Generation Z (Gen Z)

1. บทนำ

อาหารพื้นเมืองภูเก็ตแสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดสะท้อนผ่านประวัติศาสตร์อันยาวนานของการติดต่อระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานและทำการค้า โดยเฉพาะอิทธิพลจากชาวจีนฮกเกี้ยนที่เข้ามาตั้งรกรากในช่วงที่ภูเก็ตเป็นศูนย์กลางของการทำเหมืองแร่ดีบุก อาหารภูเก็ตมีจุดเด่นด้านรสชาติและเทคนิคการปรุงอาหารที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับวัฒนธรรมจีนฮกเกี้ยน เกิดเป็น "อาหารเพอรานากัน" ซึ่งพบได้ในภูมิภาคมาลายูที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมจีนอพยพ นอกจากนี้ อาหารภูเก็ตยังได้รับอิทธิพลจากชาติอื่น ๆ ที่เข้ามาทำการค้าในภูมิภาคนี้ในอดีต ทั้งชาวตะวันตกและตะวันออก ส่งผลให้มีการผสมผสานวิธีการปรุงอาหารและการใช้วัตถุดิบที่หลากหลาย รวมถึงอาหารทะเลสดใหม่ที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยงานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาอาหารพื้นเมืองที่เกิดจากการผสมผสานกับวัฒนธรรมจีนฮกเกี้ยน

ใน พ.ศ. 2558 ภูเก็ตได้รับการยกย่องจากองค์การยูเนสโกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (UNESCO Creative City of Gastronomy) เนื่องจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการผสมผสานทางอาหารที่โดดเด่น นอกจากนี้ อาหารพื้นเมืองยังเป็นตัวแทนของวิถีชีวิต

และมรดกทางวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น ทำให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญในระดับสากล (UNESCO, n.d.) นอกเหนือจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในประชากรกลุ่มเจนเอเรชันซี (Gen Z) ได้สร้างความท้าทายในการรักษาและส่งเสริมการบริโภคอาหารพื้นเมืองที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมนี้ (D'Andrea, A., & D'Ulizia, A., 2023; Chen, J. et al., 2024) เจนเอเรชันซี เกิดระหว่าง พ.ศ. 2540-พ.ศ. 2555 นับเป็นผู้บริโภคหลักในอุตสาหกรรมอาหาร มีงานวิจัยระบุว่า Gen Z มักเลือกอาหารจานด่วนมากกว่าอาหารท้องถิ่น เนื่องจากความสะดวก และสอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เร่งรีบ (Kymäläinen, T. et al., 2021; Hoang, D.P. et al., 2024) ขณะเดียวกัน สื่อออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์ก็มีบทบาทสำคัญในการสร้างและส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน (Pavelková, J. et al., 2023) อย่างไรก็ตาม กลุ่ม Gen Z เริ่มตระหนักเรื่องความยั่งยืนและสุขภาพมากขึ้น ซึ่งอาจเปิดโอกาสให้กับการส่งเสริมอาหารพื้นเมือง หากสอดคล้องกับค่านิยมดังกล่าว (Orea-Giner, A. & Fusté-Forné, F. 2023) นอกจากนี้ การบริโภคอาหารของ Gen Z ยังมีปัจจัยจากความต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านรสชาติและบรรยากาศ (Tjokrosaputro, M., 2023) แม้จะเลือกอาหารจานด่วนเพื่อความสะดวกในชีวิตประจำวัน แต่การท่องเที่ยวกลับกระตุ้นให้ Gen Z สนใจบริโภคอาหารท้องถิ่นมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อการบริโภคนั้นเชื่อมโยงกับการสนับสนุนเศรษฐกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่น (Orea-Giner, A. & Fusté-Forné, F., 2023)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เน้นไปที่การศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือการดึงดูดนักท่องเที่ยว อาทิ งานของ Dechakul, M. & Monpanthong, P. (2024) ศึกษาปัจจัย เช่น เอกลักษณ์ คุณภาพ รสชาติ สุขภาพ ความหลากหลาย พฤติกรรม และประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป Chaigasem, T. & Kumboon, A. (2024) ศึกษาผลกระทบของคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่ออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าภูเก็ต Soonsan, N. et al. (2023) กำหนดคุณลักษณะของอาหารท้องถิ่นในการวัดและประเมินความดึงดูดใจที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของภูเก็ต อาทิ คุณภาพ ความจริงแท้ สุขลักษณะ ความแปลกใหม่ ทัศนคติ แดงสังวาลย์ และคณะ (2565) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภูเก็ต ได้แก่ คุณค่าแห่งการเรียนรู้ด้วยบริการที่เป็นเลิศ ความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร รวมถึงสถานที่และสภาพแวดล้อม กิตติยา เกิดปลั่ง และวรวิธดา บุญญาณเมธาวร (2565) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยพื้นฐานการรับรู้คุณค่า และประสบการณ์ทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวในเทศกาลอาหารท้องถิ่น ชิดชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ หนน้ำ (2564) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยอัตลักษณ์ คุณภาพ ความคุ้มค่า และลักษณะของร้านอาหาร ภาณุวัฒน์ รักดีอักษร และปทุมมาลัย พัฒโร (2564) วิเคราะห์แรงจูงใจของชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภูเก็ต ประกอบด้วยประสบการณ์อาหารท้องถิ่น งานเลี้ยงและกิจกรรม การได้รับและแบ่งปันความรู้ สังคมและการ

พักผ่อน และความรู้ทางวัฒนธรรมและความพึงพอใจ หรืองานวิจัยของ อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร กี่อารีโย (2566) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคและเลือกร้านอาหารพื้นถิ่นของคนในภูเก็ต ทว่าส่วนใหญ่เป็นประชากรกลุ่มเจนเนอเรชันวาย หรือ Gen Y ขณะที่ยังขาดงานวิจัยที่ศึกษาประชากรกลุ่ม Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในสังคมและเศรษฐกิจ อีกทั้งในฐานะคนในท้องถิ่น ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ทางอาหารของชุมชนและการรักษามรดกทางวัฒนธรรมด้านอาหารพื้นเมือง นอกจากนี้ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังขาดการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอิทธิพลของสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นตัวแปรหลักหนึ่งของงานวิจัยนี้ เนื่องจากผลการศึกษาจากหลากหลายประเทศระบุว่า มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองของกลุ่ม Gen Z

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตจึงเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากอาหารพื้นเมืองไม่เพียงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของภูเก็ต แต่ยังเป็นตัวแทนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น การวิจัยนี้มีเป้าหมายที่จะทำความเข้าใจพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารของ Gen Z มีประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ และส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาอาหารพื้นเมืองภูเก็ตในอนาคต

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

2.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ กลุ่มเจนเนอเรชันซี หรือ Gen Z เกิดระหว่าง พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2555 ทั้งผู้ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ตและผู้ที่ย้ายมาทำงานหรือศึกษาเล่าเรียนในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจำนวนประชากรกลุ่ม Gen Z ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ตมีประมาณ 83,000 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2566) และประชากรแฝงประมาณ 23,000 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2567) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 402 คน โดยวิธีการสุ่มแบบง่าย ตามเกณฑ์การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (1970) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในลักษณะแบบสอบถามปลายปิด ในตอนต้นของแบบสอบถามมีการอธิบายนิยามของอาหารพื้นเมืองภูเก็ตในงานวิจัยนี้โดยสังเขป แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต ใช้แบบสอบถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices)

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต ประกอบด้วย 5 ด้านหลัก ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 20 ข้อ มีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert scale) โดยแปลความหมายได้ดังนี้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสร้างแบบสอบถาม และตรวจสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ประกอบด้วยนักวิชาการด้านวัฒนธรรม 1 คน นักวิชาการด้านอาหาร 1 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตและจัดจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภูเก็ต 1 คน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่มอาสาสมัครจำนวน 30 คน โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาประเมินความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.928 แสดงถึงความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในระดับสูง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการทดสอบทางสถิติ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ใช้การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยภูมิสำเนาเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ รวมถึงพฤติกรรมการบริโภค ประกอบด้วยอาหารที่ชอบ ความถี่ โอกาส และค่าใช้จ่ายในการบริโภค นอกจากนี้ยังใช้เพื่ออธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต

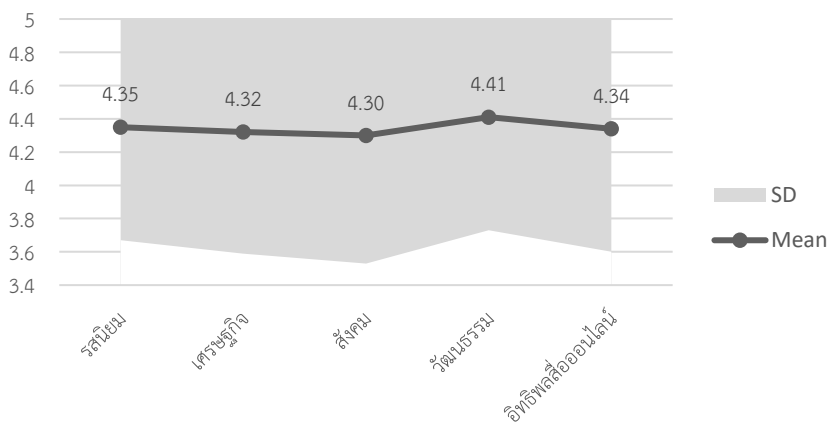
3.4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคกับความถี่ในการบริโภค กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ ยังใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตที่มีภูมิสำเนาต่างกัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และใช้วิธี LSD (Least significant difference) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม

4. ผลการวิจัย

4.1 พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.99 ส่วนคนที่ถิ่นภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 28.36 นอกนั้นเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาในภาคอื่น ๆ ที่เข้ามาทำงานหรือศึกษาเล่าเรียนในจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 19.65 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักอาหารพื้นเมืองภูเก็ต มีเพียงร้อยละ 7.21 เท่านั้นที่ไม่รู้จัก ทั้งนี้ ส่วนใหญ่บริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต เฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 51.49 รองลงมาคือ บริโภคเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.14 และน้อยกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.17 ส่วนผู้ที่บริโภคทุกวัน มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.19 และมักจะรับประทานกับเพื่อนและครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 41.29 และ 36.57 ตามลำดับ ซึ่งการบริโภคเกิดขึ้นในการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.07 และในเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 27.11

เมื่อพิจารณาถึงประเภทของอาหาร พบว่าอาหารความเป็นที่นิยมสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 44.53 โดยเมนูที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ หมูฮ้อง คิดเป็นร้อยละ 29.85 รองลงมาคือ หมี่ฮกเกี้ยน คิดเป็นร้อยละ 22.39 และ น้ำซุบหย่าภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 15.92 นอกจากนี้ อาหารว่างและของหวานก็ยังคงเป็นที่นิยม โดยเฉพาะ ไอ้เอ๋ว ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.08 รองลงมาคือ อาโป่ง คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 32.84 และเต้าส้อ คิดเป็นร้อยละ 21.39 ด้านค่าใช้จ่าย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคครั้งละ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.32 ขณะที่เพียงร้อยละ 0.50 เท่านั้นที่ใช้จ่ายน้อยกว่า 50 บาทต่อครั้ง



แผนภูมิที่ 1 ภาพรวมค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัย 5 ด้าน
ที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาดังปรากฏในแผนภูมิที่ 1 และตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมมีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต ($\bar{X} = 4.41$) โดยเฉพาะความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.43$) และการอนุรักษ์วัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.41$) ปัจจัยถัดมา ได้แก่ ปัจจัยด้านรสนิยม ($\bar{X} = 4.35$) แสดงถึงความชื่นชอบอาหารที่มีภูมิปัญญาที่สืบทอดยาวนาน ($\bar{X} = 4.48$) รวมถึงการเปิดรับอาหารฟิวชัน ($\bar{X} = 4.36$) อันดับที่สาม ได้แก่ ปัจจัยด้านสื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 4.34$) โดยรีวิวในสื่อสังคม ($\bar{X} = 4.39$) มีส่วนกระตุ้นความสนใจอาหารพื้นเมือง อันดับที่สี่ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.32$) แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.38$) และความคุ้มค่า ($\bar{X} = 4.33$) เป็นเหตุผลสำคัญในการเลือกบริโภค อันดับที่สุดท้าย ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม ($\bar{X} = 4.30$) ซึ่งแม้จะมีอิทธิพลน้อยที่สุด แต่ยังมีความสำคัญในมิติของการเป็นช่องทางในการพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ($\bar{X} = 4.41$) และการเชื่อมโยงระหว่างรุ่น ($\bar{X} = 4.32$)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมาย ปัจจัย 5 ด้านที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตในกลุ่ม Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

รายการ	ระดับความเห็น		
	$\bar{X}$	SD	ความหมาย
1. ด้านสเนียม			
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตสะท้อนความเป็นภูเก็ตและภูมิปัญญาที่สืบทอดยาวนาน	4.48	0.67	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตสามารถประยุกต์เป็นอาหารฟิวชั่นได้	4.36	0.67	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตมีรสชาติอร่อย	4.29	0.66	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตมีเอกลักษณ์ที่ไม่สามารถหาซื้อได้จากที่อื่น	4.25	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.35	0.68	มาก
2. ด้านเศรษฐกิจ			
การบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจท้องถิ่น	4.38	0.73	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตมีความคุ้มค่าด้านปริมาณและคุณภาพเมื่อเทียบกับราคา	4.33	0.74	มาก
ราคาอาหารพื้นเมืองภูเก็ตมีผลต่อการเลือกบริโภค	4.31	0.72	มาก
ราคาอาหารพื้นเมืองภูเก็ตที่แตกต่างกันในแต่ละสถานที่ส่งผลต่อการเลือก	4.27	0.71	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.32	0.73	มาก
3. ด้านสังคม			
การบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตเป็นช่องทางในการพบปะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์	4.41	0.69	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงระหว่างรุ่น	4.32	0.67	มาก
การมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตช่วยส่งเสริมความสนใจในสังคม	4.25	0.85	มาก
กิจกรรมทางสังคม เช่น เทศกาล ทำให้มีโอกาสดำเนินการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต	4.20	0.89	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30	0.77	มาก
4. ด้านวัฒนธรรม			
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น	4.43	0.68	มาก
การบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตช่วยอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.41	0.66	มาก
การบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	4.40	0.70	มาก
อาหารพื้นเมืองภูเก็ตเป็นเครื่องมือสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น	4.39	0.69	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.41	0.68	มาก
5. ด้านอิทธิพลสื่อออนไลน์			
รีวิวในสื่อสังคมทำให้อยากลองบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตที่เคยบริโภค	4.39	0.71	มาก
ข้อมูลการรีวิวมีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต	4.38	0.69	มาก
รีวิวในสื่อสังคมกระตุ้นความต้องการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต	4.33	0.73	มาก
อินฟลูเอนเซอร์มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต	4.26	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34	0.74	มาก

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 2 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เปรียบเทียบระดับพยากรณ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ตัวแปร	Mean	ความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต				
		สัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression Coefficient)				
ปัจจัยในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต		B	S.E.	Beta	t	Sig.
1. ด้านรสนิยม	4.35	0.277	0.125	0.166	2.214	0.027*
2. ด้านเศรษฐกิจ	4.32	0.047	0.129	0.030	0.361	0.719
3. ด้านสังคม	4.30	0.066	0.096	0.047	0.688	0.492
4. ด้านวัฒนธรรม	4.41	0.089	0.120	0.056	0.740	0.460
5. ด้านสื่อออนไลน์	4.34	0.229	0.106	0.155	2.158	0.032*
ค่าคงที่		-0.489	0.368	-	-1.328	0.185

R = 0.393 R² = 0.154 SEE = 0.813 F = 14.423 Sig.0.000

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านต่าง ๆ มีผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 15.4 ส่วนอิทธิพลที่เหลืออีกร้อยละ 84.6 มาจากปัจจัยอื่น จากการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ สามารถร่วมกันพยากรณ์ความถี่ในการบริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มีการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 15.4 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.393 มีค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐานการพยากรณ์เท่ากับ 0.813

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต พบว่ามี 2 ตัวแปร เรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์มากไปน้อย ได้แก่ รสนิยม (Beta = 0.166) และสื่อออนไลน์ (Beta = 0.155) กล่าวคือ ตัวแปรปัจจัยมีผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ รสนิยม มีอิทธิพลทางบวกต่อความถี่ในการบริโภคมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อออนไลน์ ส่วนตัวแปรด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความถี่ในการบริโภค

4.3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน

ตารางที่ 3 การทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต
ของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัย	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. รสนิยม	ระหว่างกลุ่ม	3.008	2	1.504	5.561	0.004*
	ภายในกลุ่ม	107.929	399	0.270		
	รวม	110.938	401			
2. เศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	4.901	2	2.451	7.962	0.000*
	ภายในกลุ่ม	122.809	399	0.308		
	รวม	127.710	401			
3. สังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.213	2	0.607	1.527	0.218
	ภายในกลุ่ม	158.514	399	0.397		
	รวม	159.727	401			
4. วัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	5.813	2	2.907	9.823	0.000*
	ภายในกลุ่ม	118.064	399	0.296		
	รวม	123.877	401			
5. สื่อออนไลน์	ระหว่างกลุ่ม	6.003	2	3.001	8.886	0.000*
	ภายในกลุ่ม	134.773	399	0.338		
	รวม	140.776	401			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ พบว่า Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตที่มีภูมิลำเนาต่างกัน ได้แก่ กลุ่มที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดอื่นในภาคใต้ และกลุ่มที่มีภูมิลำเนาในภาคอื่น ๆ มีการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตด้วยปัจจัยที่แตกต่างกัน 4 ด้าน ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least significant different)

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารท้องถิ่นระหว่าง Gen Z ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ต และผู้ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดอื่นในภาคใต้ไม่แตกต่างกัน ทว่าปัจจัยทั้ง 4 ด้าน มีอิทธิต่อผู้มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ต และผู้ที่มีภูมิลำเนาในภาคอื่น ๆ แตกต่างกัน นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน มีผลต่อผู้ที่มีภูมิลำเนาจังหวัดอื่นในภาคใต้ และผู้ที่มีภูมิลำเนาในภาคอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมือง
ภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัย	ภูมิลำเนา	ภูมิลำเนา	Mean Difference	Sig.
1. รสนิยม	ภูเก็ต	จังหวัดอื่นในภาคใต้	-.00399	.948
		ภาคอื่นๆ	.21508*	.005
2. เศรษฐกิจ	ภูเก็ต	จังหวัดอื่นในภาคใต้	-.05044	.435
		ภาคอื่นๆ	.23987*	.003
3. วัฒนธรรม	ภูเก็ต	จังหวัดอื่นในภาคใต้	-.02532	.690
		ภาคอื่นๆ	.28500*	.000
4. สื่อออนไลน์	ภูเก็ต	จังหวัดอื่นในภาคใต้	.04027	.552
		ภาคอื่นๆ	.33050*	.000

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. อภิปรายผล

5.1 พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมอาหารพื้นเมืองภูเก็ตที่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบางประการ ได้แก่ การนิยมบริโภคหมึกเกียน และโอ้แอ่ว สอดคล้องกับงานของ อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร ก่อาริโย (2566) ที่ศึกษาผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต แต่ด้านความถี่ในการบริโภคมีความแตกต่าง งานวิจัยนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ต เฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ขณะที่งานของ อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร ก่อาริโย (2566) ศึกษาเฉพาะเจาะจงเจาะเนอเรน พบว่า ส่วนใหญ่บริโภคเดือนละ 1 ครั้ง สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภค มีรายละเอียดรายดำนดังนี้

5.1.1 ด้านรสนิยม พบว่า รสนิยมเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการบริโภค ซึ่งการเลือกเพราะรสชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hoang, D.P. et al. (2024) พบว่า Gen Z ในเวียดนามให้ความสำคัญกับรสชาติ ส่วนความชื่นชอบอาหารพื้นเมืองภูเก็ตเนื่องจากความเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่สามารถหาจากที่อื่นได้ สอดคล้องกับงานของ Tjokrosaputro, M. (2023) พบว่า Gen Z ในอินโดนีเซียชอบความเป็นเอกลักษณ์ของรสชาติ และแสวงหาประสบการณ์ด้านอาหารใหม่ ๆ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dechakul, M. & Monpanthong, P. (2024) ชิดชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ ทนน้ำ (2564) ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร และปทุมมาลัย พัฒโร (2564) พบว่า เอกลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองภูเก็ตเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานของ อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร ก่อาริโย (2566) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่เฉพาะนักท่องเที่ยว หรือ Gen Z เลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตเนื่องจากมีเอกลักษณ์ ทั้งนี้ การที่ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองเพราะไม่สามารถหาได้ง่ายจากที่อื่น สะท้อนให้เห็นมุมมองที่แตกต่างจากงานวิจัยของ

Kymäläinen, T. et al. (2021) พบว่า Gen Z ในฟินแลนด์ ชอบความสะดวกและการเข้าถึงง่ายที่ตอบสนองวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้นิยมบริโภคอาหารจานด่วน

5.1.2 ด้านเศรษฐกิจ พบว่า เศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ซึ่งมองว่า การบริโภคอาหารพื้นเมืองช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tănase, M. O. et al. (2023) ระบุว่า อาหารท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของ Gen Z ในโรมาเนีย นอกจากนี้ Gen Z ในภูเก็ตยังคำนึงถึงปัจจัยด้านราคา และความคุ้มค่า เมื่อเลือกบริโภคอาหารพื้นเมือง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pavelková, j. et al. (2023) ระบุว่า Gen Z ในสาธารณรัฐเช็กใส่ใจในราคาสินค้า และงานวิจัยของ Tănase, M. O. et al. (2023) พบว่า แม้จะสนใจประสบการณ์ที่แท้จริงและมีเอกลักษณ์ แต่ Gen Z ยังคงให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและมักให้ความสำคัญกับความประหยัด อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานของ ชิดชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ ทนน้ำ (2564) พบว่า ปัจจัยด้านความคุ้มค่าส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะ Gen Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.1.3 ด้านสังคม พบว่า สังคมส่งผลสำคัญต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตในกลุ่ม Gen Z ที่มองว่าอาหารพื้นเมืองเป็นสื่อกลางในการพบปะ แลกเปลี่ยนความเห็น เชื่อมโยงระหว่างรุ่น และเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hoang, D. P. et al. (2024) พบว่า Gen Z มักจะใช้มื้ออาหารเป็นช่องทางในการเชื่อมสัมพันธ์ และงานวิจัยของ Orea-Giner, A. & Fusté-Forné, F. (2023) พบว่า การบริโภคอาหารท้องถิ่นในการท่องเที่ยวของ Gen Z ในสเปนเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและเชื่อมต่อกับวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงงานวิจัยของ Tănase, M. O. et al. (2023) ระบุว่า ในการท่องเที่ยวชนบท Gen Z ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ร่วมกับผู้อื่นที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานของ ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร และปทุมมาลัย พัดโร (2564) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านสังคมเป็นแรงจูงใจสำคัญของชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภูเก็ต

5.1.4 ด้านวัฒนธรรม พบว่า วัฒนธรรมส่งผลต่อการเลือกบริโภคของ Gen Z อย่างมาก เนื่องจากอาหารนั้นสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการบริโภคนั้นถือเป็นการสืบสานวัฒนธรรมผ่านเทศกาลประเพณี สอดคล้องกับงานของ Orea-Giner, A. & Fusté-Forné, F. (2023) ที่พบว่า การบริโภคอาหารท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมสำหรับ Gen Z และงานวิจัยของ Tănase, M. O. et al. (2023) พบว่า เมื่อ Gen Z เดินทางไปชนบท อาหารท้องถิ่นและความแท้จริงของวัฒนธรรมมีผลสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีแนวโน้มจะเข้าร่วมเทศกาลอาหารและลิ้มลองอาหารพื้นเมือง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dechakul, M. & Monpanthong, P. (2024) พบว่า ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวในภูเก็ต โดยเฉพาะ Gen Z อย่างไรก็ตาม Hoang, D. P. et al. (2024) พบว่า Gen Z ไม่ได้รับอิทธิพลจากการตลาดที่เน้นคุณค่าทาง

ประวัติศาสตร์หรือความดั้งเดิมมากเท่ากับคนรุ่นก่อน เนื่องจากเติบโตมาในสภาพแวดล้อมที่ทันสมัยและเปิดรับวัฒนธรรมที่หลากหลาย

5.1.5 ด้านอิทธิพลสื่อออนไลน์ พบว่า สื่อออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญและเป็นแรงผลักดันให้ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตตัดสินใจบริโภคและลองอาหารพื้นเมือง อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการบริโภค สอดคล้องกับพฤติกรรมของ Gen Z ในหลายประเทศ เช่น อินโดนีเซียที่พึ่งพาสื่อสังคมในการค้นหาข้อมูลและแชร์ประสบการณ์การบริโภคอาหารผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ (Tjokrosaputro, M., 2023) นอกจากนี้ Gen Z ในฟินแลนด์ลองอาหารใหม่ๆ เนื่องจากแรงกระตุ้นจากโฆษณาและเนื้อหาที่น่าสนใจในสื่อสังคมออนไลน์ (Kymäläinen, T. et al., 2021) Gen Z ในสาธารณรัฐเช็กและโรมาเนียที่ได้รับอิทธิพลจากอินฟลูเอนเซอร์และใช้สื่อออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลและแรงบันดาลใจในการเลือกอาหาร (Pavelková, J. et al., 2023; Tănase, M. O. et al., 2023) และ Gen Z ในสเปนนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการตัดสินใจเลือกสถานที่บริโภคอาหารเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยว (Orea-Giner, A. & Fusté-Forné, F. 2023)

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านรสนิยม ประกอบด้วยความชื่นชอบในเอกลักษณ์ รสชาติ ความแปลกใหม่ และการประยุกต์เข้ากับอาหารอื่นได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด สอดคล้องกับงานของ Dechakul, M. & Monpanthong, P. (2024) ชิตชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ ทนน้ำ (2564) ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร และปทุมมาลัย พัดโร (2564) พบว่า เกร็ดขานด้านรสชาติและความแปลกใหม่ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ค้นพบเพิ่มเติมว่า สื่อออนไลน์ส่งผลต่อความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองของ Gen Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

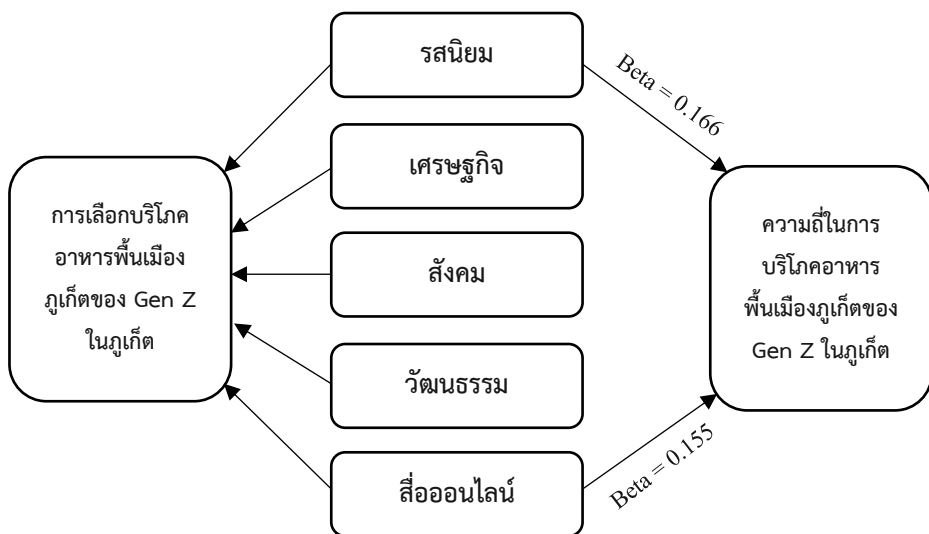
5.3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ ส่งผลต่อการเลือกบริโภคระหว่าง Gen Z ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดอื่นในภาคใต้ไม่แตกต่างกัน ทว่าเมื่อเปรียบเทียบระหว่าง 2 พื้นที่นี้กับภูมิภาคอื่น กลับพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ แม้จะไม่ปรากฏงานวิจัยที่ศึกษาความแตกต่างระหว่างจังหวัดในภาคใต้ หรือเปรียบเทียบระหว่างภูมิภาค ทว่างานของ อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร์ ก่อาริโย (2566) ปรากฏผลที่สอดคล้องว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในการเลือกร้านอาหารพื้นเมืองภูเก็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของกลุ่ม Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นมุมมองจากคนรุ่นใหม่ในท้องถิ่นที่มักไม่ได้รับการสำรวจเมื่อเทียบกับมุมมองของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ค้นพบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ รสนิยม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสื่อออนไลน์ ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของกลุ่ม Gen Z ในจังหวัดภูเก็ตในระดับมากทุกด้าน โดยปัจจัยด้านรสนิยมและสื่อออนไลน์ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมืองด้วย นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังค้นพบอีกด้วยว่า ปัจจัยด้านต่างๆ มีผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อ Gen Z ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน โดยมีความแตกต่างระหว่างภูมิลำเนาในจังหวัดภูเก็ตกับในภาคอื่นที่ไม่ใช่ภาคใต้ และมีความแตกต่างระหว่างผู้ที่มิมีภูมิลำเนาในภาคใต้กับภาคอื่น ๆ

ขณะที่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารพื้นเมืองภูเก็ตอาจมุ่งเน้นปัจจัยดั้งเดิม เช่น รสชาติ ความสะอาด ราคา หรือคุณค่าทางวัฒนธรรม แต่การเชื่อมโยงรสนิยมส่วนตัว และสื่อออนไลน์ กับพฤติกรรมบริโภคของ Gen Z ในงานวิจัยนี้เปิดมุมมองใหม่ว่า ปัจจัยที่ทันสมัยและเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว เช่น การรับรู้จากสื่อสังคม หรือกระแสที่กำลังเป็นที่นิยม มีอิทธิพลสำคัญมากกว่าปัจจัยดั้งเดิมในบางกรณี ในงานวิจัยนี้ นอกจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ยังชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่แตกต่างจากการศึกษาก่อนหน้า ซึ่งไม่เพียงช่วยขยายความเข้าใจในเชิงวิชาการ แต่ยังมีศักยภาพในการนำไปใช้ในทางปฏิบัติ เช่น การพัฒนากลยุทธ์การตลาด การอนุรักษ์อาหารพื้นเมือง และการส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรมอาหารในยุคดิจิทัล



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้ง 5 ด้าน
กับการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของ Gen Z ในจังหวัดภูเก็ต

7. สรุป

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 402 คน พบว่า Gen Z มีแนวโน้มบริโภคอาหารพื้นเมืองเฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มักบริโภคร่วมกับเพื่อนหรือครอบครัวในโอกาสพิเศษ อาหารยอดนิยม ได้แก่ หมูฮ้อง และไอ้เอ๋ว ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นเมืองเรียงตามลำดับ ได้แก่ วัฒนธรรม รสนิยม สื่อออนไลน์ เศรษฐกิจ และสังคม สำหรับปัจจัยด้านรสนิยมและสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการบริโภคอาหารพื้นเมือง นอกจากนี้ ยังพบว่า Gen Z ที่มีภูมิลำเนาต่างถิ่นมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองต่างกัน การศึกษานี้ให้ข้อมูลสำคัญที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแนวทางส่งเสริมอาหารพื้นเมืองให้สอดคล้องกับความสนใจของ Gen Z และสนับสนุนการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก การศึกษาวิจัยและกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคจึงมุ่งเน้นที่กลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนั้นควรเพิ่มความสำคัญกับ Gen Z ในท้องถิ่น โดยพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับความสนใจของประชากรกลุ่มนี้ในฐานะผู้บริโภค รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของ Gen Z ในกิจกรรมอนุรักษ์อาหารพื้นเมืองในฐานะผู้สืบทอดมรดกวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างความภาคภูมิใจและสนับสนุนการบริโภคอาหารและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

8.1 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาบทบาทและความต้องการมีส่วนร่วมของ Gen Z ในการส่งเสริมการบริโภคและอนุรักษ์อาหารพื้นเมือง นอกเหนือจากมุมมองที่มีต่อประชากรกลุ่มนี้ในฐานะผู้บริโภค รวมถึงควรนำเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้หาข้อมูลเชิงลึกของกลุ่ม Gen Z ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มย่อย เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมส่งเสริมอาหารพื้นเมืองที่สอดคล้องกับความสนใจของคนรุ่นใหม่กลุ่มนี้

9. เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา เกิดปลั่ง และวรรณิศา บุญญานเมธาพร. (2565). ตัวแบบปัจจัยการรับรู้คุณค่ากับประสบการณ์ทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวต่อเทศกาลอาหารท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(45), 297–320.
- ชิดชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ ทนน้ำ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 5(1), 113–134.

- ณนันท แดงสังวาลย์, ประสพชัย พสุนนท์ และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น จังหวัดภูเก็ต. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 10(5), 1983–1998.
- ภาณุวัฒน์ ภัคดีอักษร และปทุมมาลัย พัฒโร. (2564). การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบเชิงสำรวจของแรงจูงใจนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 28(2), 1-27.
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2566, เมษายน 28). *รายงานสถิติจังหวัดภูเก็ต: ประชากรหญิงและชาย 2566*.
<https://phuket.nso.go.th/images/documents/Phuket%20Provincial%20Statistical%20Report/2566/7.female%20and%20male66.pdf>.
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2567, พฤษภาคม 27). *ประชากรแฝงจังหวัดภูเก็ต พ.ศ.2566*.
https://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=921:ประชากรแฝงจังหวัดภูเก็ต-พ-ศ-2566&catid=36.
- อมรศรี แซ่ตัน และชญาภัทร์ กี่อารโย. (2566). การใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 5(125), 99-109.
- Chen, J., Xu, A., Tang, D., & Zheng, M. (2024). Divergence and convergence: A cross-generational study on local food consumption. *Scientific Reports*, 14(1), 13463.
- Chaigasem, T., & Kumboon, A. (2024). The Influence of Cultural Heritage Values and Gastronomy Tourism on Cultural Identity in Phuket Old Town, Thailand. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 52(1), 41-48.
- D’Andrea, A., & D’Ulizia, A. (2023). Preserving local food traditions: A hybrid participatory approach for stimulating transgenerational dialogue. *Societies*, 13(4), 95.
- Dechakul, M., & Monpanthong, P. (2024). Decision Making on Participating in Phuket’s Gastronomic Tourism: Evidence from European Tourists. *Rajapark Journal*, 18(59), 523-538.
- Hoang, D. P., Nguyen Hai, D., Nguyen, V. T. N., Nong, H. T., Pham, P. T., & Tran, T. M. (2024). Factors affecting restaurant choices for traditional foods among Gen Y and Gen Z: A multigenerational study on Vietnamese “Pho”. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(2), 868-888.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

- Kymäläinen, T., Seisto, A., & Malila, R. (2021). Generation Z food waste, diet, and consumption habits: A Finnish social design study with future consumers. *Sustainability*, 13(4), 2124.
- Orea-Giner, A., & Fusté-Forné, F. (2023). The way we live, the way we travel: Generation Z and sustainable consumption in food tourism experiences. *British Food Journal*, 125(13), 330-351.
- Pavelková, J., Turčínková, J., & Grajciar, A. (2023). Conspicuous food consumption of Gen Z and social media use. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 26(2), 132-140.
- Soonsan, N., Phakdee-auksorn, P., & Suksirisopon, P. (2023). Determining food attributes for measuring and evaluating a gastronomic destination's appeal to visitors. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(5), 1755-1775.
- Tănase, M. O., Nistoreanu, P., Dina, R., Georgescu, B., Nicula, V., & Mirea, C. N. (2023). Generation Z Romanian students' relation with rural tourismAn exploratory study. *Sustainability*, 15(10), 8166.
- Tjokrosaputro, M. (2023). Experiential value toward behavioral intention of local food through consumer attitude: Insight from Gen Z's in Jakarta. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(1), 179-190.
- UNESCO. (n.d.). *Phuket*. UNESCO Creative Cities Network. <https://www.unesco.org/en/creative-cities/Phuket>.

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

Analysis of Factors Influencing the Preference for Thai-Fusion Coconut Ice Cream Using Conjoint Analysis

นลินี พานสายตา¹, นิตินัย รุ่งจินดารัตน์^{2*}, จิรภิรมย์ ไชยา³, ณัฐชยา สีคำ³,
พิชามณู ชักดา³ และภัครมัย วังสนธิเลิศกุล³

Nalinee Phansaita¹, Nitinai Rungjindarat^{2*}, Jirapirom Chaiya³, Natchaya Seekam³,
Pichamon Sukda³ and Pakkaramai Wangsontilertkul³

Received 16 ธันวาคม 2567 Revised 13 กุมภาพันธ์ 2568 Accepted 14 มีนาคม 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์อรรถประโยชน์และระดับความสำคัญของคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ รสชาติ ท็อปปิ้ง บรรจุภัณฑ์ และราคา ต่อความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์ และ 2) พัฒนาตัวแบบพยากรณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความชื่นชอบของผู้บริโภค ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือวัยรุ่นไทยในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint analysis) ผลการวิจัยในภาพรวมพบว่า รสชาติ (48.47%) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดรองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์ (26.42%) โดยผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติกะทิ 100% และบรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษคราฟท์มีค่าความชื่นชอบสูงสุด เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศหญิงให้ความสำคัญกับรสชาติและท็อปปิ้งมากที่สุด (44.03% และ 30.30% ตามลำดับ) ในขณะที่กลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA+) ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์สูงสุด (52.54%) ผลการพัฒนาตัวแบบพยากรณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ในภาพรวมแสดงให้เห็นว่า รสชาติ ท็อปปิ้ง บรรจุภัณฑ์ และราคา มีผลต่อคะแนนความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติกะทิ 100% เพิ่มท็อปปิ้งลดช่องว่างกระดาษ และใช้บรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษคราฟท์ ช่วยเพิ่มคะแนนความชื่นชอบได้ อย่างไรก็ตามหากกำหนดราคาสูงขึ้นจะส่งผลให้คะแนนความชื่นชอบลดลง องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยและการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด

คำสำคัญ : การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม, บรรจุภัณฑ์, รสชาติ, ความชื่นชอบ, ไอศกรีมกะทิ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศูนย์บริหารธุรกิจและศึกษาทั่วไป, วิทยาลัยดุสิตธานี

¹ Assistance Professor, Business Administration and General Education Center, Dusit Thani College

² อาจารย์, ศูนย์บริหารธุรกิจและศึกษาทั่วไป วิทยาลัยดุสิตธานี

² Instructor, Business Administration and General Education Center, Dusit Thani College

³ นักศึกษา, คณะการจัดการบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

³ Student, Faculty of Hospitality Management, Dusit Thani College

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: nitinai.ru@dtc.ac.th

Abstract

This study aims to 1) examine the significance of utility and various attributes, including flavor, toppings, packaging, and price, on consumer preferences for Thai-fusion coconut ice cream and 2) develop a predictive model for product design that aligns with consumer preferences. A quantitative research methodology was employed, targeting 400 Thai adolescents in Bangkok using Conjoint analysis techniques. The findings revealed that flavor (48.47%) was the most influential factor overall, followed by packaging (26.42%). Products featuring 100% coconut milk flavor and served in kraft paper cups received the highest preference scores. Gender-specific analysis indicated that female participants prioritized flavor and toppings (44.03% and 30.30%, respectively), while sexual and gender minority (LGBTQIA+) participants greatly emphasized packaging (52.54%). The predictive model suggested combining 100% coconut milk flavor with Lod Chong toppings and kraft paper cup packaging significantly enhanced preference scores. However, higher pricing led to a reduction in preference. This study highlights the importance of designing products that reflect Thailand's cultural identity and tailoring marketing strategies to specific target groups to enhance market competitiveness.

Keywords: Conjoint Analysis, Packaging, Flavor, Preference, Coconut Ice Cream

1. บทนำ

ไอศกรีมเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในระดับสากล โดยมีตลาดที่เติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศไทยและในระดับโลก ข้อมูลจากสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ชี้ให้เห็นว่า มูลค่าการส่งออกไอศกรีมของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด 7 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2560–2566) ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี 12.43% โดยในปี 2566 การส่งออกไอศกรีมของไทยมีมูลค่ารวมถึง 148.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (5,099 ล้านบาท) ขยายตัว 7.3% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ทั้งนี้ไทยเป็นผู้ส่งออกไอศกรีมอันดับ 11 ของโลก และเป็นอันดับ 1 ในเอเชีย แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของประเทศไทยในตลาดไอศกรีมระดับโลก (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2567) ความสำเร็จนี้ไม่ได้เกิดจากคุณภาพของสินค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ทั้งนี้ในบริบทระดับสากล กระแสอาหารฟิวชั่น (Global fusion cuisine) ซึ่งเป็นการผสมผสานอาหารจากวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น ทาโก้เกาหลีหรือพิซซ่าอินเดีย กำลังได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง (Dependable Food, 2023) สะท้อนถึงความต้องการประสบการณ์ใหม่ในการบริโภคอาหาร

ในบริบทของอุตสาหกรรมไอศกรีม การผสมผสานองค์ประกอบทางวัฒนธรรมไทยเข้ากับผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ อย่างเช่นไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์ที่มีท็อปปิ้งสอดช่องราดน้ำกระสาย ซึ่งสอดช่องเป็นขนมไทยประเภทหนึ่งที่ทำจากแป้งข้าวเจ้า แป้งมันสำปะหลัง และแป้งถั่วเขียว มีลักษณะเป็นเส้นยาว มีความเหนียวนุ่ม และราดด้วยน้ำกระสายที่ทำจากน้ำตาลมะพร้าวที่มีกลิ่นหอมหวาน การใส่สอดช่องราดน้ำกระสายเป็นการเพิ่มความหอมหวานและรสชาติที่ลงตัวให้กับไอศกรีมกะทิ นอกจากจะช่วยสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ยังตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มองหาประสบการณ์แปลกใหม่ ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมในรูปแบบที่ทันสมัยจึงไม่เพียงช่วยเพิ่มมูลค่าทางการตลาด แต่ยังสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงอีกด้วย การศึกษาพฤติกรรมและความชื่นชอบของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์จึงมีความสำคัญเนื่องจากช่วยให้ผู้ผลิตสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดได้มากขึ้น

การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคทางสถิติขั้นสูงในการศึกษาความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ (Attributes) และระดับของปัจจัย (Levels) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือความชื่นชอบของผู้บริโภค โดยการวิเคราะห์นี้ช่วยให้เข้าใจว่าแต่ละปัจจัย เช่น รสชาติ ท็อปปิ้ง บรรจุภัณฑ์ และราคา มีบทบาทอย่างไรต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมทำให้สามารถระบุลำดับความสำคัญของคุณลักษณะเหล่านี้ได้อย่างชัดเจน ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์คุณลักษณะสำคัญของชาวม้งมุ๊กของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ แสดงให้เห็นว่าขนาดเม็ดชาวม้งมุ๊กเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือระดับน้ำตาล ปริมาณน้ำแข็ง ประเภทของเครื่องดื่ม ราคา และสิ่งที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือส่วนผสมของครีมชีส และยี่ห้อ (Ong, A.K.S. et al., 2021) นอกจากนี้การศึกษาค้นคว้าตั้งใจซื้อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะด้านตราสินค้า และรูปแบบที่ดึงดูด มากที่สุด รองลงมาคือท็อปปิ้งธัญพืช และสไลด์แกนเพื่อสุขภาพ ตามลำดับ (ศรีโสภณห์ พิมพ์สา สลิ และเปรมฤดี จิตรเกื้อกุล, 2566) ในขณะที่การวิจัยเกี่ยวกับความสำคัญและบทบาทของบรรจุภัณฑ์ในฐานะเครื่องมือในการสื่อสารและสร้างแบรนด์ พบว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดผู้บริโภคในทุกกลุ่มได้ และแบ่งกลุ่มผู้บริโภคได้เป็น กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ และกลุ่มย่อยอื่น ๆ ที่เน้นรายละเอียดของผลิตภัณฑ์บนฉลาก (Silayoi, P. & Speece, M., 2007) ผลการศึกษาในอดีตดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของการใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงลึก

งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการสร้างโอกาสทางการตลาดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไอศกรีมที่สะท้อนวัฒนธรรมไทยเข้ากับแนวโน้มการบริโภคสมัยใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นที่มองหาผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติและองค์ประกอบที่แปลกใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะไม่เพียงแต่ช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับตลาด แต่ยังเป็นช่องทางสำคัญในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปสู่ระดับสากลอย่างยั่งยืน นอกจากนี้การนำเทคนิค การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับความ

ต้องการและประสบการณ์ของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้จะสนับสนุนการออกแบบผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อวิเคราะห์อรรถประโยชน์และระดับความสำคัญของคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ รสชาติ ท็อปปิ้ง บรรจุภัณฑ์ และราคา ต่อความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น

2.2 เพื่อพัฒนาตัวแบบพยากรณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) กลุ่มประชากรเป้าหมายคือผู้บริโภคกลุ่มเยาวชนหรือวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี (กรมกิจการเด็กและเยาวชน, 2567) ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 494,754 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2567) กำหนดขนาดตัวอย่างโดยการคำนวณตามสูตรของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie, R.V. & Morgan, D.W., 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่ได้คือ 385 คน ในการศึกษาครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 400 คน ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดทางสถิติและหลักการที่เหมาะสมในการวิจัย ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้คำถามคัดกรองเพื่อให้มั่นใจว่ากลุ่มตัวอย่างมีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด ได้แก่ อายุระหว่าง 18-25 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และมีประสบการณ์ในการบริโภคไอศกรีมกะทิภายในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา เพื่อให้ข้อมูลที่สะท้อนถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมและตรงประเด็นที่สุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบไปด้วย คำถามคัดกรอง ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมกะทิ ซึ่งเป็นคำถามประเภทเลือกตอบ และชุดคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะ (Attributes) ของไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์ ซึ่งคำถามแบบประเมินค่า (Rating scale) โดยใช้ระดับคะแนน 10 ระดับ (1 = ไม่ชอบเลย ถึง 10 = ชอบมากที่สุด) เพื่อวัดความสำคัญที่ผู้ตอบให้กับคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ รสชาติ ท็อปปิ้ง บรรจุภัณฑ์ และราคา โดยพัฒนาขึ้นตามแนวทางของการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Bajaj A., 1999; Hair, J.F. et al., 2006) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน แล้วดำเนินการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of item-objective congruence: IOC) ดัชนีที่ได้มีค่ามากกว่า 0.50 บ่งชี้ว่าข้อคำถามมีความเหมาะสม

เพียงพอที่จะใช้ในการเก็บข้อมูล (Rovinelli, R.J. & Hambleton R.K., 1977) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนพฤศจิกายน ถึง ธันวาคม 2567 ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้คำถามคัดกรองเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ เปอร์เซนต์ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมกะทิ

สถิติเชิงอนุมาน ใช้เทคนิค การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมเพื่อวิเคราะห์ระดับความสำคัญของคุณลักษณะต่าง ๆ ต่อความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิตามไทยประยุกต์ และพัฒนาตัวแบบพยากรณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความชื่นชอบของผู้บริโภค กลุ่มวัยรุ่น ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อคำนวณค่าอรรถประโยชน์ (Part-worth utilities) ของแต่ละคุณลักษณะในการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Orme R.K., 2009) โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม R ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการคำนวณและแปลผลข้อมูล (R Core Team, 2023) โดยมีรายละเอียดดังนี้

คุณลักษณะและโปรไฟล์ (Attributes and profiles) สำหรับการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมได้กำหนดคุณลักษณะจำนวน 4 ด้าน โดยแต่ละด้านมี 2 ระดับ ดังตารางที่ 1 สามารถนำมาคำนวณจำนวนโปรไฟล์ที่เป็นไปได้ทั้งหมดในรูปแบบการออกแบบเชิงแฟกทอเรียลเต็มรูปแบบ (Full factorial design) คือ $2 \times 2 \times 2 \times 2 = 16$ โปรไฟล์

ตารางที่ 1 คุณลักษณะ ระดับ และคำอธิบายของผลิตภัณฑ์

คุณลักษณะ (Attribute)	ระดับ (Level)	คำอธิบาย (Description)
1. รสชาติ (Flavor)	1. Coconut milk 100%	กะทิ 100%
	2. Candle scented coconut Milk	กะทิอบควันเทียน
2. ท็อปปิง (Topping)	1. Topped with lod chong	ใส่ลวดช่องราดน้ำกระสาย
	2. No topping	ไม่ใส่
3. บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	1. Paper cup	แก้วกระดาษคราฟท์
	2. Plastic cup	แก้วพลาสติก
4. ราคา (Price)	1. 40 THB (40)	ราคา 40 บาท
	2. 45 THB (45)	ราคา 45 บาท

เนื่องจากการประเมินโปรไฟล์ทั้งหมด 16 ชุดอาจทำให้ผู้ตอบเกิดความล้า จึงใช้การออกแบบ Orthogonal design ซึ่งดำเนินการผ่านโปรแกรม R และแพ็คเกจ Alg design เพื่อลดจำนวนโปรไฟล์ลงเหลือ 12 ชุด โดยยังคงความครบถ้วนในการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญ (Main effects) ของแต่ละคุณลักษณะ (Rao V.R., 2014; R Core Team, 2023) แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การออกแบบโปรไฟล์ผลิตภัณฑ์จำนวน 12 ชุด

โปรไฟล์	ชนิดของกะทิ	ท็อปปีง	บรรจุภัณฑ์	ราคา
1	กะทิ 100%	ใส่หลอดช่องรดน้ำกระสาย	แก้วกระดาษคราฟท์	40 บาท
2	กะทิ 100%	ใส่หลอดช่องรดน้ำกระสาย	แก้วพลาสติก	40 บาท
3	กะทิอบควันเทียน	ไม่ใส่	แก้วพลาสติก	45 บาท
4	กะทิ 100%	ใส่หลอดช่องรดน้ำกระสาย	แก้วกระดาษคราฟท์	45 บาท
5	กะทิอบควันเทียน	ใส่หลอดช่องรดน้ำกระสาย	แก้วกระดาษคราฟท์	45 บาท
6	กะทิอบควันเทียน	ไม่ใส่	แก้วกระดาษคราฟท์	40 บาท
7	กะทิอบควันเทียน	ใส่หลอดช่องรดน้ำกระสาย	แก้วกระดาษคราฟท์	40 บาท
8	กะทิอบควันเทียน	ใส่หลอดช่องรดน้ำกระสาย	แก้วพลาสติก	45 บาท
9	กะทิอบควันเทียน	ไม่ใส่	แก้วพลาสติก	40 บาท
10	กะทิ 100%	ไม่ใส่	แก้วพลาสติก	40 บาท
11	กะทิ 100%	ไม่ใส่	แก้วกระดาษคราฟท์	45 บาท
12	กะทิ 100%	ใส่หลอดช่องรดน้ำกระสาย	แก้วพลาสติก	45 บาท

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบและพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมกะทิ

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเป็นวัยรุ่นเพศหญิง 49.50% เพศชาย 43.75% และ LGBTQIA+ 6.75% อายุเฉลี่ย 21.06 ปี S.D. = 1.74 ส่วนใหญ่บริโภคไอศกรีมกะทิน้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ 87.75% กว่าครึ่งหนึ่งซื้อไอศกรีมกะทิจากตลาด 58.25% รองลงมาซื้อจากร้านอาหาร/คาเฟ่ 17.75% ร้านไอศกรีมเฉพาะ 16.75% ร้านสะดวกซื้อ 15.75% และซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า 13.5% ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยมักซื้อไอศกรีมกะทิในราคา 25-50 บาท 54.50% รองลงมาคือซื้อในราคาต่ำกว่า 25 บาท 39.25% คุณค่าที่ผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นให้ความสำคัญสูงสุดในการเลือกซื้อไอศกรีมกะทิ คือ รสชาติ 73.00 รองลงมาคือ คุณภาพของวัตถุดิบ และราคา 9.00 และ 7.50 ตามลำดับ ท็อปปีงที่ชื่นชอบ คือ ถั่วลิสงคั่ว 59.25% รองลงมาคือ ช็อกโกแลตซอส 36.25% เม็ดมะม่วงหิมพานต์ 24.50% และ วิปครีม 22.75% ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบและพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมกะทิ

ข้อมูลพื้นฐานแบบสอบถาม และพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมกะทิ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์
1. เพศ		
หญิง	198	49.50
ชาย	175	43.75
LGBTQIA+	27	6.75
2. ความถี่ในการบริโภคไอศกรีมกะทิ		
น้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์	351	87.75
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	31	7.75
4-6 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.25
7 ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป (หรือทุกวัน)	5	1.25
3. สถานที่ที่ซื้อไอศกรีมกะทิ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ตลาด	233	58.25
ร้านอาหาร/คาเฟ่	71	17.75
ร้านไอศกรีมเฉพาะ (เช่น Swensen's, Dairy Queen)	67	16.75
ร้านสะดวกซื้อ (เช่น 7-eleven)	63	15.75
ซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า	54	13.50
อื่น ๆ (เช่น รถเข็น)	38	9.50
4. ราคาที่ซื้อไอศกรีมกะทิเพื่อรับประทานต่อครั้ง		
ต่ำกว่า 25 บาท	157	39.25
25-50 บาท	218	54.50
51-100 บาท	20	5.00
มากกว่า 100 บาทขึ้นไป	5	1.25
5. คุณค่าที่ให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อไอศกรีมกะทิ		
รสชาติ	292	73.00
คุณภาพของวัตถุดิบ	36	9.00
ราคา	30	7.50
ความหลากหลายของท็อปปิ้ง	29	7.25
อื่นๆ (เช่น กลิ่นหอมหวาน)	13	3.25
6. ท็อปปิ้งที่ชื่นชอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ถั่วลิสงคั่ว	237	59.25
ช็อกโกแลตซอส	145	36.25
เม็ดมะม่วงหิมพานต์	98	24.50
วิปครีม	91	22.75
อื่นๆ (เช่น ข้าวเหนียว ลูกชิด)	37	9.25

4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์และระดับความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์

การวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ (Utility) เป็นการประเมินค่าที่สะท้อนถึงระดับความพึงพอใจหรือความน่าสนใจที่ผู้บริโภคมีต่อแต่ละระดับของคุณลักษณะ ได้แก่ รสชาติ ที่อปปิ้งบรรจุภัณฑ์ และราคา ค่าอรรถประโยชน์นี้แสดงให้เห็นว่าแต่ละระดับของคุณลักษณะส่งผลอย่างไรต่อการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค นอกจากนี้การวิเคราะห์ระดับความสำคัญสัมพัทธ์ (Relative importance) เป็นการประเมินว่าแต่ละคุณลักษณะมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในสัดส่วนเท่าใด โดยพิจารณาจากค่าสัมบูรณ์ของอรรถประโยชน์ในแต่ละคุณลักษณะ ผลการวิเคราะห์ที่ได้แสดงให้เห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อคะแนนความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ ทั้งในภาพรวม (Overall) กลุ่มผู้ชาย (Male) กลุ่มผู้หญิง (Female) และกลุ่ม LGBTQIA+ ดังนี้

4.2.1 ค่าอรรถประโยชน์และระดับความสำคัญสัมพัทธ์สำหรับภาพรวม

ในภาพรวม (Overall) คุณลักษณะด้านรสชาติ มีความสำคัญสูงสุด (Relative importance=48.47%) โดยรสชาติกะทิ 100% ได้รับคะแนนความชื่นชอบมากกว่ากะทิอบควันเทียน (-0.381) บรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญรองลงมา (26.42%) ซึ่งแก้วกระดาษคราฟท์ได้รับคะแนนความชื่นชอบสูงกว่าแก้วพลาสติก (-0.208) ส่วนที่อปปิ้งลอดช่องน้ำกระสายได้รับคะแนนความชื่นชอบมากกว่าการไม่ใส่ที่อปปิ้ง (+0.154) และราคาที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้คะแนนความชื่นชอบลดลง (-0.043 ต่อหน่วยราคา)

4.2.2 ค่าอรรถประโยชน์และระดับความสำคัญสัมพัทธ์สำหรับกลุ่มวัยรุ่นชาย

ในกลุ่มวัยรุ่นชายคุณลักษณะด้านรสชาติ ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด (Relative importance = 56.28%) โดยรสชาติกะทิ 100% ได้รับคะแนนความชื่นชอบสูงกว่ากะทิอบควันเทียน (-0.211) อย่างชัดเจน สำหรับบรรจุภัณฑ์พบว่าแก้วกระดาษคราฟท์ได้รับคะแนนความชื่นชอบสูงกว่าแก้วพลาสติก (-0.078) อย่างไรก็ตามที่อปปิ้งลอดช่องน้ำกระสาย (-0.045) และราคาที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้คะแนนความชื่นชอบลดลง (-0.042 ต่อหน่วยราคา)

4.2.3 ค่าอรรถประโยชน์และระดับความสำคัญสัมพัทธ์สำหรับกลุ่มวัยรุ่นหญิง

ในกลุ่มวัยรุ่นหญิงคุณลักษณะด้านรสชาติ และที่อปปิ้ง เป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญ (Relative importance=44.03% และ 30.30% ตามลำดับ) โดยที่อปปิ้งลอดช่องน้ำกระสายได้รับค่าคะแนนความชื่นชอบสูง (+0.391) เมื่อเทียบกับการไม่มีที่อปปิ้ง ส่วนรสชาติกะทิ 100% มีค่าคะแนนความชื่นชอบมากกว่ากะทิอบควันเทียน (-0.568) ในขณะที่บรรจุภัณฑ์พบว่าแก้วกระดาษคราฟท์ได้รับคะแนนความชื่นชอบสูงกว่าแก้วพลาสติก (-0.285) และราคาที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้คะแนนความชื่นชอบลดลง (-0.046 ต่อหน่วยราคา)

4.2.4 ค่าอรรถประโยชน์และระดับความสำคัญสัมพัทธ์สำหรับกลุ่มวัยรุ่น LGBTQIA+

ในกลุ่มวัยรุ่น LGBTQIA+ คุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ มีความสำคัญสูงสุด (Relative importance=52.54%) โดยแก้วกระดาษคราฟท์ได้รับค่าคะแนนความชื่นชอบสูงกว่าแก้วพลาสติก (-0.481) รองลงมาคือที่อปปิ้ง (31.88%) อย่างไรก็ตามที่อปปิ้งลอดช่องน้ำกระสาย (-0.292) ไม่ได้รับความชื่นชอบมากนักเมื่อเทียบกับการไม่มีที่อปปิ้ง ส่วนรสชาติกะทิอบควันเทียนมีค่าความชื่นชอบน้อยกว่ารสชาติกะทิ 100% (-0.110) และราคาที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้คะแนนความชื่นชอบลดลง (-0.032 ต่อหน่วยราคา)

ตารางที่ 4 ค่าอรรถประโยชน์และความสำคัญสัมพัทธ์จำแนกตามกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มผู้ตอบ แบบสอบถาม	คุณลักษณะ (Attribute)	อรรถประโยชน์ (Utility)	ความสำคัญสัมพัทธ์ (Relative importance) (%)
ภาพรวม (Overall)	รสชาติ: กะทิอบควันเทียน	-0.381	48.47
	ท็อปปิ้ง: ลอดช่องน้ำกระสาย	0.154	19.62
	บรรจุภัณฑ์: แก้วพลาสติก	-0.208	26.42
	ราคา (บาท)	-0.043	5.49
วัยรุ่นชาย	รสชาติ: กะทิอบควันเทียน	-0.211	56.28
	ท็อปปิ้ง: ลอดช่องน้ำกระสาย	-0.045	11.89
	บรรจุภัณฑ์: แก้วพลาสติก	-0.078	20.76
	ราคา (บาท)	-0.042	11.07
วัยรุ่นหญิง	รสชาติ: กะทิอบควันเทียน	-0.568	44.03
	ท็อปปิ้ง: ลอดช่องน้ำกระสาย	0.391	30.30
	บรรจุภัณฑ์: แก้วพลาสติก	-0.285	22.10
	ราคา (บาท)	-0.046	3.57
LGBTQIA+	รสชาติ: กะทิอบควันเทียน	-0.110	12.06
	ท็อปปิ้ง: ลอดช่องน้ำกระสาย	-0.292	31.88
	บรรจุภัณฑ์: แก้วพลาสติก	-0.481	52.54
	ราคา (บาท)	-0.032	3.53

4.3 ผลการพัฒนาตัวแบบพยากรณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความชื่นชอบของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น

4.3.1 ตัวแบบพยากรณ์ในภาพรวม

ตัวแบบพยากรณ์ภาพรวม (Overall) แสดงให้เห็นว่า รสชาติกะทิอบควันเทียน บรรจุภัณฑ์แก้วพลาสติก และราคา มีผลกระทบเชิงลบเล็กน้อยต่อคะแนนการพยากรณ์ ส่วนท็อปปิ้งลอดช่องน้ำกระสาย มีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มคะแนนการพยากรณ์ความชื่นชอบผลิตภัณฑ์

สมการพยากรณ์

$$\begin{aligned} \text{Score} &= 8.40906 - 0.38096 \text{ (Candle scented coconut Milk)} \\ &\quad + 0.15422 \text{ (Topped with lod chong)} - 0.20763 \text{ (Plastic cup)} \\ &\quad - 0.04314 \text{ (Price)} \end{aligned}$$

แทนค่า (ตัวอย่างสำหรับโปรไฟล์ 1)

$$\begin{aligned} \text{Score} &= 8.40906 - 0.38096(0) + 0.15422(1) - 0.20763(0) - 0.04314(40) \\ &= 6.83766 \end{aligned}$$

4.3.2 ตัวแบบพยากรณ์ในกลุ่มวัยรุ่นชาย

ตัวแบบพยากรณ์สำหรับกลุ่มวัยรุ่นชายแสดงให้เห็นว่า รสชาติกะทิอบควันเทียนส่งผลกระทบต่อคะแนนการพยากรณ์ได้มากที่สุด ในขณะที่ ท็อปปิ้งลอดช่องน้ำกระสาย มีผลกระทบเชิงลบเล็กน้อยต่อคะแนนการพยากรณ์ บรรจุภัณฑ์แก้วพลาสติกส่งผลกระทบต่อคะแนนในระดับปานกลาง และราคาส่งผลกระทบต่อคะแนนการพยากรณ์ในระดับต่ำ

สมการพยากรณ์

$$\begin{aligned}\text{Score} &= 8.44929 - 0.21125 (\text{Candle scented coconut milk}) \\ &\quad - 0.04464 (\text{Topped with lod chong}) - 0.07792 (\text{Plastic cup}) \\ &\quad - 0.04156 (\text{Price})\end{aligned}$$

4.3.3 ตัวแบบพยากรณ์ในกลุ่มวัยรุ่นหญิง

ตัวแบบพยากรณ์สำหรับกลุ่มวัยรุ่นหญิงแสดงให้เห็นว่า ท็อปปิ้งลอดช่องน้ำกระสาย ช่วยเพิ่มคะแนนการพยากรณ์ได้สูงสุด ในขณะที่ รสชาติกะทิอบควันเทียน ส่งผลกระทบต่อคะแนนมากที่สุดเมื่อเทียบกับคุณลักษณะอื่น บรรจุภัณฑ์แก้วพลาสติก ส่งผลกระทบต่อคะแนนในระดับปานกลาง และ ราคา ส่งผลกระทบต่อคะแนนในระดับต่ำที่สุด

สมการพยากรณ์

$$\begin{aligned}\text{Score} &= 8.46086 - 0.56787 (\text{candle scented coconut milk}) \\ &\quad + 0.39078 (\text{Topped with lod chong}) - 0.28504 (\text{Plastic cup}) \\ &\quad - 0.04602 (\text{Price})\end{aligned}$$

4.3.4 ตัวแบบพยากรณ์ในกลุ่มวัยรุ่น LGBTQIA+

ตัวแบบพยากรณ์สำหรับกลุ่ม LGBTQIA+ แสดงให้เห็นว่า บรรจุภัณฑ์แก้วพลาสติกส่งผลกระทบต่อคะแนนการพยากรณ์มากที่สุด รองลงมาคือ ท็อปปิ้งลอดช่องน้ำกระสาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อคะแนนในระดับรอง รสชาติกะทิอบควันเทียน ส่งผลกระทบต่อคะแนนในระดับต่ำในบรรดาคุณลักษณะหลัก และ ราคา ส่งผลกระทบต่อคะแนนในระดับต่ำที่สุด

สมการพยากรณ์

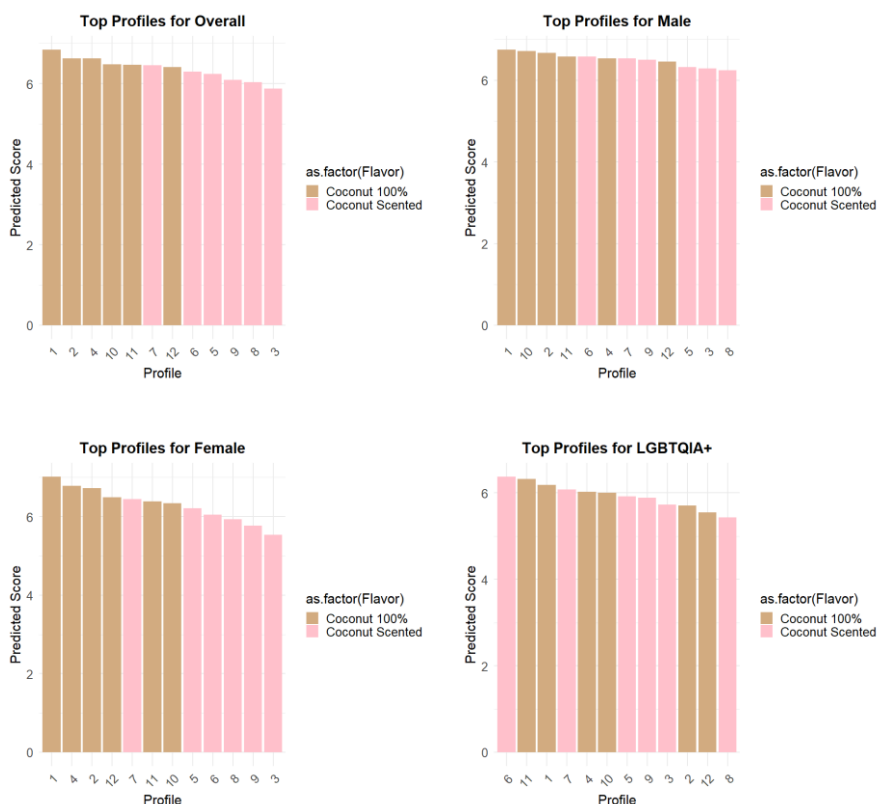
$$\begin{aligned}\text{Score} &= 7.76852 - 0.11034 (\text{Candle scented coconut milk}) \\ &\quad - 0.29167 (\text{Topped with lod chong}) - 0.48071 (\text{Plastic cup}) \\ &\quad - 0.03225 (\text{Price})\end{aligned}$$

ทั้งนี้สามารถแสดงคะแนนการพยากรณ์ความชื่นชอบต่อผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์ในกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ได้แก่ ภาพรวม วัยรุ่นชาย วัยรุ่นหญิง และกลุ่ม LGBTQIA+ ดังตารางที่ 5 และจากภาพที่ 1 จะเห็นว่าโปรไฟล์ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในแต่ละกลุ่ม คือ รสชาติกะทิ 100% อย่างไรก็ตามสำหรับกลุ่ม LGBTQIA+ พบว่าโปรไฟล์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดแตกต่างออกไป คือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติกะทิอบควันเทียน

ตารางที่ 5 คะแนนพยากรณ์ของโปรไฟล์ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความชื่นชอบสูงสุดจำแนกตามกลุ่มผู้บริโภค

โปรไฟล์	รสชาติ	ที่อบปิ้ง	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท)	คะแนนพยากรณ์ (Predicted Score)			
					ภาพรวม	ชาย	หญิง	LGBTQIA+
1	กะทิ	ลอดช่อง	แก้วกระดาษ	40	6.84 (1)	6.74 (1)	7.01 (1)	6.19 (3)
	100%	น้ำกระสาย	คราฟท์					
2	กะทิ	ลอดช่อง	แก้วพลาสติก	40	6.63 (2)	6.66 (3)	6.73 (3)	5.71 (10)
	100%	น้ำกระสาย						
4	กะทิ	ลอดช่อง	แก้วกระดาษ	45	6.62 (3)	6.53 (6)	6.78 (2)	6.03 (5)
	100%	น้ำกระสาย	คราฟท์					
10	กะทิ	ไม่ใส่	แก้วพลาสติก	40	6.48 (4)	6.71 (2)	6.33 (7)	5.99 (6)
	100%							
11	กะทิ	ไม่ใส่	แก้วกระดาษ	45	6.47 (5)	6.58 (4)	6.39 (6)	6.32 (2)
	100%		คราฟท์					
7	กะทิอบ	ลอดช่อง	แก้วกระดาษ	40	6.46 (6)	6.53 (7)	6.44 (5)	6.08 (4)
	ควั่นเทียน	น้ำกระสาย	คราฟท์					
12	กะทิ	ลอดช่อง	แก้วพลาสติก	45	6.41 (7)	6.46 (9)	6.50 (4)	5.54 (12)
	100%	น้ำกระสาย						
6	กะทิอบ	ไม่ใส่	แก้วกระดาษ	40	6.30 (8)	6.58 (5)	6.05 (9)	6.37 (1)
	ควั่นเทียน		คราฟท์					
5	กะทิอบ	ลอดช่อง	แก้วกระดาษ	45	6.24 (9)	6.32 (10)	6.21 (8)	5.92 (7)
	ควั่นเทียน	น้ำกระสาย	คราฟท์					
9	กะทิอบ	ไม่ใส่	แก้วพลาสติก	40	6.09 (10)	6.50 (8)	5.77 (11)	5.89 (8)
	ควั่นเทียน							
8	กะทิอบ	ลอดช่อง	แก้วพลาสติก	45	6.03 (11)	6.25 (12)	5.93 (10)	5.43 (11)
	ควั่นเทียน	น้ำกระสาย						
3	กะทิอบ	ไม่ใส่	แก้วพลาสติก	45	5.88 (12)	6.29 (11)	5.54 (12)	5.73 (9)
	ควั่นเทียน							

หมายเหตุ : คะแนนพยากรณ์ (Predicted score) และตัวเลขในวงเล็บแสดงลำดับความชื่นชอบ



ภาพที่ 1 คะแนนพยากรณ์ของโปรไฟล์ผลิตภัณฑ์ตามคุณลักษณะ จำแนกตามกลุ่มผู้บริโภค

5. อภิปรายผล

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบรวม ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะที่มีความสำคัญในทุกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ด้านรสชาติ บรรจุภัณฑ์ ที่ออปิ้ง และราคา ตามลำดับ โดยเฉพาะรสชาติกะทิ 100% และที่ออปิ้งลดช่องว่างน้ำกระสายที่ได้รับความนิยมชื่นชอบสูงสุดสะท้อนถึงความสำคัญของการสร้างเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมในผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า รสชาติไม่ได้เป็นเพียงปัจจัยที่สำคัญที่สุดเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการวิจัยในอดีตที่พบว่าเหตุผลหลักที่ผู้บริโภคกลุ่มนักศึกษาเลือกซื้อเบเกอรี่แบบ Take away คือ มีรสชาติอร่อย ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีบทบาทมากที่สุด โดยความสะดวกในการบริโภคมีบทบาทรอง (บรรณกร ทาสอน, 2563) เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ วรงค์ ภูระหงษ์ (2565) พบว่าปัจจัยสำคัญสูงสุดที่ส่งผลต่อการบริโภคขนมอบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครคือ รสชาติอร่อยถูกปาก ซึ่งสะท้อนว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มจะเลือกผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อประสบการณ์การรับรสที่ดี ในทำนองเดียวกัน ชิตพิษา แก่นทับทิม (2566) พบว่าปัจจัยด้านรสชาติที่ดี มีความสม่ำเสมอ และคุณภาพสินค้าที่สดใหม่

มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มของร้านกาแฟ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาในบริบทต่างประเทศของ Lyly, M. et al. (2007) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจของผู้บริโภคต่อเครื่องดื่มและซูปแช่แข็งพร้อมรับประทานที่มีส่วนผสมของเบต้ากลูแคนในฟินแลนด์ ฝรั่งเศส และสวีเดน พบว่า รสชาติมีผลสำคัญอย่างมากต่อความเต็มใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ แม้จะมีคุณสมบัติทางสุขภาพเพิ่มเติมก็ตาม

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า รสชาติ เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคในหลากหลายผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นไอศกรีมขนมไทย ขนมอบ เครื่องดื่ม หรือซูปแช่แข็ง รสชาติจึงไม่เพียงแค่อบจายความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง นอกจากนี้การสร้างความประทับใจผู้บริโภคที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค เช่น การพัฒนารสชาติที่มีเอกลักษณ์ ยังช่วยเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาวด้วย

ผลการศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นความสำคัญของคุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญรองจากปัจจัยด้านรสชาติ โดยการใช้แก้วกระดาษkraftที่มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มคะแนนความชื่นชอบ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมีผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นเกี่ยวกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับผลิตภัณฑ์ ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์ โดยเห็นได้ชัดเจนในกลุ่ม LGBTQIA+ ที่ให้ความสำคัญสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ผลการศึกษานี้คล้ายคลึงกับผลการวิจัยของ Silayoi, P. & Speece, M. (2007) ที่ชี้ให้เห็นถึงการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ตอบสนองต่อบรรจุภัณฑ์ เช่น กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ในส่วนของการส่งเสริมความยั่งยืน งานวิจัยของนักสวรรณ วงกตวรินทร์ (2564) รวมถึง ญัฐชา วงศ์ศรีบุปผชาติ และณฐา ธรเจริญกุล (2566) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียวที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และสร้างความไว้วางใจต่อผู้บริโภค ผลวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการออกแบบเพื่อความยั่งยืนที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาวงการกรรมการเลือกบรรจุภัณฑ์น้ำส้มในสหรัฐอเมริกา ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคชื่นชอบบรรจุภัณฑ์ที่ระบุว่า “รีไซเคิลได้ 100%” และผลิตจากวัสดุที่ยั่งยืน (Dlamini, N.N. et al., 2024) และยังมีการศึกษาอื่นที่ยืนยันว่ากลุ่มคนรุ่นใหม่มักมีความตระหนักรู้และใส่ใจในการเลือกสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการใช้คำว่า ธรรมชาติ (Natural) ออร์แกนิก (Organic) หรือย่อยสลายได้ (Biodegradable) ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ (Jain, P. & Hudnurkar, M., 2022) ส่วนการศึกษาของ สุสิกร เทพบุรี และคณะ (2562) ซึ่งมุ่งเน้นการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้ประกอบการรายย่อย ชี้ให้เห็นว่าการคำนึงถึงบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ ไม่เพียงแต่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านค้าเท่านั้น แต่ยังช่วยส่งเสริมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระยะยาว

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน กล่าวคือ การตั้งราคาสูงส่งผลให้คะแนนความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ไอศกรีม

กะทิขนมไทยประยุกต์ของผู้บริโภคลดลง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Dlamini, N.N. et al. (2024) ที่วิเคราะห์ความสำคัญของลักษณะผลิตภัณฑ์น้ำส้มของผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา พบว่าราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะราคาที่ต่ำซึ่งมีผลดึงดูดใจผู้บริโภคมากกว่า ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าการตั้งราคาที่เหมาะสมและเข้าถึงได้มีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคอายุน้อยที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าในการใช้จ่าย ในขณะที่เดียวกัน การตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาด รวมถึงการสร้างสมดุลระหว่างต้นทุนการผลิตและราคาขายที่ผู้บริโภคยอมรับได้ การศึกษาของ Jain, P. & Hudnurkar, M. (2022) ชี้ให้เห็นว่าแม้ราคาที่สูงอาจสะท้อนถึงคุณภาพหรือความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ แต่หากราคาสูงจนเกินไปก็จะกลายเป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่เข้าใจถึงคุณค่าที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์

6. องค์ความรู้ใหม่

ผลการศึกษาข้างต้นก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมไอศกรีม ซึ่งแสดงให้เห็นความแตกต่างของระดับความสำคัญ (Relative importance) และค่าอรรถประโยชน์ (Utility) ในผลิตภัณฑ์ไอศกรีมแต่ละกลุ่มผู้บริโภค (ภาพรวม วัยรุ่นชาย วัยรุ่นหญิง และ LGBTQIA+) นอกจากนี้ยังได้ตัวแบบพยากรณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างในความคาดหวังและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยให้สามารถปรับแต่งผลิตภัณฑ์และการตลาดได้ตามความต้องการเฉพาะของแต่ละกลุ่มผู้บริโภค โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติเกี๊ยว 100% ที่ออปชั่นลดช่องราดน้ำกระสาย และบรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษกราฟที่เหมาะสมสำหรับการตอบสนองต่อความชื่นชอบของผู้บริโภควัยรุ่นโดยรวม และหากต้องการทำการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche marketing) การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะกลุ่มวัยรุ่นเพศหญิงซึ่งมีความชื่นชอบเฉพาะในด้านที่ออปชั่น และเจาะกลุ่มวัยรุ่น LGBTQIA+ ซึ่งให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

7. สรุป

งานวิจัยนี้วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์ในกลุ่มวัยรุ่น โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม ผลการวิจัยพบว่า รสชาติเกี๊ยว 100% เป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญสูงสุดต่อความชื่นชอบ รองลงมาคือการเพิ่มที่ออปชั่นลดช่องราดน้ำกระสาย ในขณะที่บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญเป็นลำดับถัดมา โดยเฉพาะการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความโดดเด่นในกลุ่มเป้าหมาย LGBTQIA+ ส่วนปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลน้อยกว่า อย่างไรก็ตามหากราคาสูงเกินไปจะทำให้ความชื่นชอบต่อผลิตภัณฑ์จะลดลง นอกจากนี้ ผลการพยากรณ์ยังแสดงให้เห็นถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ในภาพรวม ควรเน้นคุณลักษณะด้านรสชาติ โดยเฉพาะรสชาติกะทิ 100% ซึ่งสามารถเพิ่มความนิยมในผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทย ประยุกต์ในกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบรสชาติแบบดั้งเดิม

2) การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มวัยรุ่นชาย วัยรุ่นชายมักมีความอ่อนไหวต่อราคา ดังนั้น การตั้งราคาที่เหมาะสม รวมถึงการทำโปรโมชั่น หรือการเสนอขนาดผลิตภัณฑ์ที่เล็กในราคาที่ดี อาจสามารถเพิ่มยอดขายได้

3) การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มวัยรุ่นหญิง ที่ออปเป็นองค์ประกอบที่สามารถดึงดูดความสนใจและสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ เช่น ลวดช่องน้ำกระสาย ถั่วลิสงคั่ว ช็อกโกแลตซอส หรือวิปครีม เป็นที่ออป การเพิ่มตัวเลือกที่ออปที่หลากหลายช่วยเพิ่มความสนใจในผลิตภัณฑ์นี้ต่อกลุ่มวัยรุ่นหญิงได้

4) การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มวัยรุ่น LGBTQIA+ การเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่เพียงตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่ม LGBTQIA+ แต่ยังสามารถดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยอาจใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ เช่น ถ้วยกระดาษkraft หรือบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แบรนด์

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรม การศึกษาว่าผู้บริโภคที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน เช่น กลุ่มคนต่างชาติ หรือผู้ที่มาจากภูมิภาคที่ต่างกันในประเทศไทย มีมุมมองและความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์ไอศกรีมกะทิขนมไทยประยุกต์อย่างไร เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดที่กว้างขึ้น

2) การศึกษาผลกระทบของประสบการณ์ผู้บริโภค (Consumer experience) เพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยต่าง ๆ เช่น การบริการที่ร้าน รูปลักษณ์ของร้านค้า และประสบการณ์การซื้อผ่านช่องทางต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อความชื่นชอบและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อย่างไร เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

3) การศึกษาผลกระทบของบรรจุภัณฑ์ว่าการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ หรือวัสดุรีไซเคิล มีผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างไร โดยเฉพาะในกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน

9. เอกสารอ้างอิง

กรมกิจการเด็กและเยาวชน. (2567, ตุลาคม 1). แผนปฏิบัติการราชการประจำปี 2567 (โดยใช้งบประมาณรายจ่าย พ.ศ. 2566 ไปพลางก่อน). <https://www.dcy.go.th/publication/1640084008919>.

- ชิตพิชา แก่นทับทิม. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มร้านเอสฟาย คาเฟ่ตลาดน้อยของวิทยาลัยสารพัดช่างสีพระยา สาขาเอี่ยมล่อ. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(2), 92-108.
- ชูลีกร เทพบุรี, ธัญญธิชา ศรีคำ, นภัสสร แซ่ลิ้ม, ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และวาทัญญู รัชมิทัต. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจุกันท์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรายย่อย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 3(1), 50-58.
- ณัฐชา วงศ์ศรีบุปผชาติ และณฐา ธรเจริญกุล. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารรวมคำแห่งฉบับบัณฑิตวิทยาลัย*, 6(3), 77-90.
- นภัสวรรณ วงกตวรินทร์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บรรณ ทาสอน. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษาในเขตจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารร่วมพฤษ มหาวิทยาลัยเกริก*, 38(2), 128-138.
- วรงค์ ภูระหงษ์. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมอบของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *Journal of Roi Kaensam Academi*, 7(4), 266-279.
- ศรีโสภณห์ พิมพ์สาส์ และเปรมฤดี จิตรเกื้อกุล. (2566). การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมและความตั้งใจซื้อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบของผู้บริโภค. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 10(1), 92-108.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2567, มีนาคม 21). *ไอศกรีมไทยฮอตรับซัมเมอร์ไทยเย็นหนึ่งในเอเชีย*. <https://tps.go.th/news/2403-0000000017>.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2567, พฤศจิกายน 1). *สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร*. <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/displayData>.
- Bajaj, A. (1999, December). *Conjoint analysis: a potential methodology for IS research* [Proceedings]. Americas Conference on Information Systems (AMCIS). Milwaukee, United States.
- Dependable Food. (2023, November 10). *exploring global food trends: insights into the diverse palates of the industry*. <https://dependablefood.com/insights/exploring-global-food-trends-insights-into-the-diverse-palates-of-the-industry>.

- Dlamini, N. N., Mayhew, E. J., & Nolden, A. A. (2024). unpacking consumer preferences: perceptions and sustainability of packaging material for orange juice. *Sustainability*, 16(14), 6202.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data analysis* (6th edition). Pearson Prentice Hall.
- Jain, P., & Hudnurkar, M. (2022). Sustainable packaging in the FMCG industry. *Cleaner and Responsible Consumption*, 7, 100075.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Lyly, M., Roininen, K., Honkapää, K., Poutanen, K., & Lähteenmäki, L. (2007). Factors influencing consumers' willingness to use beverages and ready-to-eat frozen soups containing oat β -glucan in Finland, France, and Sweden. *Food Quality and Preference*, 18(2), 242-255.
- Ong, A. K. S., Prasetyo, Y. T., Libiran, M. A. D. C., Lontoc, Y. M. A., Lunaria, J. A. V., & Macalalad, J. A. A. (2021). Consumer preference analysis on attributes of milk tea: A conjoint analysis approach. *Foods*, 10(6), 1382.
- Orme, B. K. (2009). *Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design and Pricing Research* (2nd ed.). Research Publishers, LLC.
- R Core Team. (2023, December 1). *R: A language and environment for statistical computing*. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. <https://www.R-project.org/>.
- Rao, V. R. (2014). *Applied Conjoint Analysis* Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2(2), 49-60.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach. *European journal of marketing*, 41(11/12), 1495-1517.

ภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อความยั่งยืนของชุมชน

Wisdom for making roasted pickled fish chili paste with herbs production:
Product development for community sustainability

วีรยุทธ เปลี่ยนสำโรง¹, ศิวพร ยิ้มแต่^{2*}, จารูวรรณ เนตรบุตร³, กนกวรรณ เตยศิริ⁴ และจุฑามาศ พิรพัชระ⁵
Weerayut Piansamrong¹, Siwaporn Yimtae^{2*}, Jaruwan netboot³, Kanokwan Teasiri⁴
and Chutamas Peeraphatchara⁵

Received 2 มกราคม 2568 Revised 4 มีนาคม 2568 Accepted 2 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาการแบบปรากฏการณ์วิทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพร ศึกษากระบวนการทำน้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพรสมุนไพรตามภูมิปัญญาท้องถิ่น และนำเสนอการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพร ผู้ให้ข้อมูล คือ ประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืดจำนวน 5 คน และผู้บริโภคน้ำจืดจำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบกึ่งโครงสร้าง รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์แก่นสาระ ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบทภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพร เกิดจากการใช้ปลาในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร ที่มีการทำประมงน้ำจืดมาตั้งแต่อดีต และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพร 2) กระบวนการทำน้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพรตามภูมิปัญญาท้องถิ่น มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเตรียมปลา การคั่ว การเตรียมส่วนผสม การผสม และการบรรจุ และ 3) แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพรจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนและผู้วิจัยมี 5 ขั้นตอน คือ 1) วิเคราะห์ความต้องการของตลาด 2) พัฒนาสูตรให้เป็นเอกลักษณ์และใส่ใจต่อสุขภาพ 3) พัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 4) พัฒนาระบบการผลิตให้ได้มาตรฐาน และ 5) ทำการตลาดด้วยการสร้างเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: ภูมิปัญญา, ภูมิปัญญาการทำน้ำพริก, น้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพร, การพัฒนาผลิตภัณฑ์

¹ ครู, สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา

¹ Teacher, Department of Food and Nutrition, Saowabha Vocational College

² เจ้าหน้าที่สำนักงาน (บริหารงานทั่วไป), มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

² Office staff (General Administration), Suan Dusit University

³ นักการอาหาร (การอาหาร), มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

³ Dietitian (Food), Suan Dusit University

⁴ ครู, สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี

⁴ Teacher, Department of Food and Nutrition, Phetchaburi Vocational College

⁵ รองศาสตราจารย์ ดร., คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

⁵ Associate Professor, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: apisada@spvc.ac.th

Abstract

This qualitative research, employing the phenomenological approach, aimed to study the context of wisdom in preparing roasted pickled fish chili paste with herbs. Observe the technique of preparing roasted pickled fish chili paste with herbs using the local knowledge and present the development of roasted pickled fish chili paste. The key informants of this study consisted of five leaders and core members of the freshwater fish processing community enterprise, as well as five consumers. The research instruments were semi-structured in-depth interviews, with data collected through informal interviews and uninvolved observations and analyzed using thematic analysis. The research showed that 1) The context of knowledge in preparing roasted pickled fish chili with herbs was caused by the utilization of natural fish as a raw material in the Khlong Sam Wa district. Bangkok, where there has been freshwater fishing in the past and developed into a product of roasted pickled fish chili paste. 2) traditional production of chili paste with roasted fish and herbs consists of five steps: preparing the fish, roasting, preparing the ingredients, mixing, and packing 3) The developing guideline for chili paste with roasted fish and herbs, that collaboration with the community enterprise and researcher, involve five steps: (1) Analyzing market demands, (2) developing a distinctive and health-conscious formula, (3) developing packaging from environmentally friendly materials, (4) developing production to meet quality standards, and 5) marketing through storytelling of the product.

Keywords: Wisdom, Wisdom for Making Chili Paste, Roasted Pickled Fish Chili Paste, Product Development.

1. บทนำ

ภูมิปัญญา เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีความหมายผูกพันลึกซึ้งจากอดีตสู่ปัจจุบัน แสดงออกถึงการเข้าใจมูลเหตุ การสร้างสรรค์อย่างชาญฉลาดถึงภูมิปัญญาของคนไทยในสมัยหนึ่งที่สามารถคิดค้นสิ่งที่เป็นระเบียบแบบแผน มีรูปแบบที่ยอมรับในสังคมเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตร่วมกันในสังคมนั้น ๆ มีคุณค่างดงามในรูปแบบของงานศิลปะ ผลงานจากภูมิปัญญาไทยจะปรากฏคุณค่าเด่นชัดและน่าทึ่งหาแทน เมื่อได้ประจักษ์ชัดถึงความสัมพันธ์ที่สอดคล้องระหว่างศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สภาพความเป็นอยู่ วิถีชีวิตของคนในสังคมแต่ละยุคสมัย (ธนวิทย์ ลายิ้ม, 2566) การถนอมอาหารและการแปรรูปแบบดั้งเดิมตามภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นวิธีการที่ทำสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีการทำที่ไม่ซับซ้อน เป็นองค์ความรู้และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการพัฒนา ปรับตัว ปรับวิถีชีวิตให้เข้ากับ

สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ถึงแม้ว่าคนไทยในอดีตจะไม่ทราบทฤษฎีหรือหลักการถนอมรักษาลิขิตผล การเกษตรในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แต่ก็ได้มีการปฏิบัติกันมาหลายชั่วอายุคน ส่วนใหญ่มักถนอมอาหารโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและอาศัยธรรมชาติช่วยรักษากฎมปัญญา การถนอมอาหารนี้ (ชยาگانต์ เรื่องสุวรรณ และคณะ, 2552; พระมหาสุริยัน อุตตโร และคณะ, 2564) เช่น การทำปลาร้า ปลาสาม และน้ำพริก ซึ่งเป็นผลผลิตของสมาชิกในชุมชน

วิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด ป้าอ้วนคลองสามวา มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จาก ปลาสามปลาตะเพียน เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชน ด้วยการทำน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะท้อนถึงผู้เชี่ยวชาญในการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะการนำปลาสามมาผสมผสานกับพืชสมุนไพรที่มีอยู่ท้องถิ่น เพื่อสร้างสรรค์รสชาติที่มีเอกลักษณ์และมีความกลมกล่อม สอดคล้องมาตรฐานในการทำน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้การทำให้อาหาร มีรสชาติคงที่และสามารถนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรต่อไปได้ สอดคล้องกับชุมชนตร ตาเฒ่า และคณะ (2565) ที่ได้นำปลาสาม ปลานิล มาพัฒนาเป็นน้ำพริก เพื่อเพิ่มมูลค่าและความหลากหลายให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านสันติ 2 แต่อย่างไรก็ตาม การต่อยอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่แล้วของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืดป้าอ้วนคลอง สามวา พบปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ความไม่คงที่ของมาตรฐานน้ำพริกที่ผลิตออกมาในแต่ละครั้ง เนื่องจากมีการผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพแตกต่างกัน หรือกระบวนการผลิตที่ไม่ได้ มาตรฐาน การรักษามาตรฐานคุณภาพของน้ำพริกจึงเป็นปัญหาที่ต้องได้รับการพัฒนาและดูแล อย่างจริงจัง โดยการใช้มาตรฐานหรือเครื่องมือในการควบคุมคุณภาพเพื่อให้สามารถคงคุณภาพ ได้ตามที่คาดหวัง (สายหยุด ยศกลาง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 พฤศจิกายน 2567)

งานวิจัยนี้ จึงมีแนวคิดที่จะศึกษาบริบทภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร รวมถึงศึกษากระบวนการทำเพื่อเป็นแนวทางนำเสนอการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาสามคั่ว สมุนไพร ให้เป็นประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำน้ำพริกให้คงอยู่แก่ผู้สืบทอด ทั้งนี้ การนำเสนอการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรให้มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ โดยผสมผสานระหว่างองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับวิธีการทางวิทยาศาสตร์และ การตลาด ด้วยการคัดเลือกวัตถุดิบที่เหมาะสม การปรุงประกอบที่มีคุณภาพ และการรักษา กระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ในระยะยาว รวมถึงเป็นที่ยอมรับ จากผู้คนในชุมชนและผู้บริโภค

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 ศึกษาบริบทภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร
- 2.2 ศึกษากระบวนการทำน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรตามภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 2.3 ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรให้มีมาตรฐาน

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีวิทยาการแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology Study) ที่มุ่งทำความเข้าใจประเด็นหลักเกี่ยวกับปรากฏการณ์ในชีวิตมนุษย์ (Langdridge, D., 2007) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลบริบทภูมิปัญญาและกระบวนการทำน้ำพริกปลาสามัคคีสมุนไพรตามภูมิปัญญาท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด ป้าอ้วนคลองสามวา ระเบียบวิธีวิจัยประกอบด้วย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก แบ่งเป็น 2 กลุ่ม 1) กลุ่มชุมชน คือ ประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืดป้าอ้วนคลองสามวาที่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานในกลุ่มไม่ต่ำกว่า 3 ปี จำนวน 5 คน และ 2) กลุ่มผู้บริโภค ที่มีประสบการณ์ในการซื้อน้ำพริกปลาสามัคคีสมุนไพรจำนวน 5 คน โดย Nastasi, B. K. & Schensul, S. L. (2005) กล่าวว่า การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยเชิงคุณภาพ จะใช้บุคคลในการสัมภาษณ์ ประมาณ 5 - 30 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) เครื่องบันทึกเสียง มีความสำคัญในการสัมภาษณ์ เพราะการบันทึกไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด จึงต้องใช้เครื่องมือช่วยให้ได้ข้อมูลครบถ้วน 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง กำหนดแนวคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผ่านการตรวจสอบเนื้อหาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่วิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด 3) สมุดจดบันทึก ใช้ในขณะสัมภาษณ์ เพื่อจดรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) รวบรวมข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) ติดต่อผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้า 3) ดำเนินการสัมภาษณ์ โดยขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลบันทึกเสียงและภาพจนจบการสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลมีโอกาสแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นกับผู้วิจัยได้อย่างเป็นธรรมชาติตรงกับเนื้อหาที่ต้องการศึกษา และ 4) รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตามประเด็นที่กำหนด

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบความถูกต้อง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์แก่นสาระ โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาถอดเทปการสนทนา แยกประเด็นตามเนื้อหาและตีความข้อมูล งานวิจัยนี้ มีการอ้างอิงผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มชุมชนด้วยสัญลักษณ์ PC ตามด้วยหมายเลขผู้ให้ข้อมูลในการนำเสนอผลการวิจัย โดยสัญลักษณ์ PC1 คือ ประธานกลุ่ม PC2 - PC5 คือ สมาชิกกลุ่ม และกลุ่มผู้บริโภค ใช้สัญลักษณ์ PB1 - PB5

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 บริบทภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาสามัคคีสมุนไพร พบว่า การทำน้ำพริกปลาสามัคคีสมุนไพรเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะท้อนถึงความรู้ความชำนาญ และวิถีชีวิตของชุมชนในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นชุมชนที่มีการทำประมงน้ำจืดและการเกษตรแบบดั้งเดิมมานาน คลองสามวาเป็นคลองที่เชื่อมต่อกับแม่น้ำเจ้าพระยาและทำหน้าที่สำคัญด้านการคมนาคมทางน้ำ ปัจจุบันคลองสามวาและพื้นที่โดยรอบได้รับการพัฒนาเป็นเขตชุมชนและแหล่งเศรษฐกิจสำคัญ ซึ่งปลาน้ำจืดที่พบในคลองนี้และเหมาะสมกับการทำน้ำพริกมีหลายชนิด เช่น ปลาตะเพียน ปลานิล ปลากระดี่ ในช่วงที่มีผลผลิตจำนวนมากคือในช่วงฤดูฝน (เดือนมิถุนายน-ตุลาคม) การนำวัตถุดิบจากท้องถิ่นมาปรุงเป็น

น้ำพริกปลาส้มควัสมุนไพร เป็นการสืบสานและอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำอาหารของชุมชนให้คงอยู่ เป็นหนึ่งในวิธีการถนอมอาหาร ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาปลาและเพิ่มรสชาติให้กับอาหารในครัวเรือน โดยสืบทอดสูตรการทำปลาส้มมาจากบรรพบุรุษ และนำความรู้เหล่านั้นมาปรับปรุงให้เข้ากับบริบทของผู้บริโภคปัจจุบัน

PC1 “...ป้าเป็นคนเกิดและโตอยู่ที่นี้ เห็นความอุดมสมบูรณ์ของลำคลองสามวา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีปลามีหลากหลายมาก แล้วความเป็นอยู่ของชาวบ้านตรงนี้ ก็อาศัยปลาในลำคลองนี้แหละเป็นอาหารและขายได้ ทุกวันนี้ก็ยังมีนะคะ ปลาธรรมชาติไม่มีการให้อาหารหรืออะไร ชาวบ้านทำเป็นอาชีพได้หลายอย่าง ป้าเองก็เอามาทำปลาส้ม เป็นภูมิปัญญาที่พ่อ แม่ เขาทำกัน ป้าก็จำมาทำอีกที...” (PC1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 พฤศจิกายน, 2567)

PC2 “...นั่นแหละทั้งหมดที่ป้าบอก จำปู่ย่าตายายทำมาบ้าง เราเห็นใครเขาทำดีเรา ก็แอบมาทำกินบ้าง พอปลาเยอะเข้าเขาก็มาพลิกแพลงทำกัน ขึ้นแรกเราก็ทำปลาเค็ม ปลาร้า ข้าวคั่ว ปลาเจ่า แล้วก็ค่อยมีปลาส้ม พวกนี้ทำแล้วเก็บไว้เป็นปี ๆ เอาไว้กินได้หน้าทำนา เพราะพอทำนาเสร็จก็วิดน้ำออกจากนา ก็จะมีปลานำมาถนอมอาหาร กุ้งก็เอามาทำกะปิ ทำกุ้งเค็ม แต่ว่าตอนนี้ไม่มีกุ้งแล้ว...” (PC2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 พฤศจิกายน, 2567)

PC3 “...ภูมิปัญญาการแปรรูปปลาน้ำจืด เกิดจากครูพักลักจำค่ะ ทั้งจากทางพ่อแม่ทำกินกันในครอบครัวและอีกหลายช่องทาง เช่นพวกชาวบ้านทำกันเมื่อก่อนก็ได้เห็นมา...” (PC3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 พฤศจิกายน, 2567)

PC1 “...แต่รุ่นพ่อ แม่ ส่วนใหญ่เขาจะทำปลาร้ากัน มารุ่นป้า ปลาร้ามีเหมือนกันแต่คนไม่ค่อยอยากกินละ ก็เลยมาคิดกันว่าจะทำอะไรดีเพราะได้ปลามาเยอะ หลังจากที่แจกชาวบ้านเป็นปลาดิบแล้วมันก็เบื่อ ไม่รู้จะทำอะไร ก็คุยกันว่าลองทำปลาส้มจากปลาตะเพียน ลองผัดลองถูก พอได้ดีก็แจกชาวบ้านชิม ชาวบ้านบอกว่าสมควรทำขาย ทำขายใหม่ ๆ ก็ขายดีนานเข้าก็ไม่กินกันว่ามันเปรี้ยวเกินไป จนลองทอดแล้วทำน้ำพริกดู น้ำนั้นเยอะไปอีก ตอนหลังเอามาหนึ่งแล้วคั่วแห้งอีกที ใส่ถุงร้อนมัดหนังยางก็ขายได้ เสริจก็มีหน่วยงานให้คำแนะนำจดวิสาหกิจชุมชนเมื่อปี 2566 มาส่งเสริมให้เราทำแบบนี้แบบนี้นั้นจนสำเร็จ จนมหาวิทยาลัยมาสอนเราขายของออนไลน์...” (PC1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 พฤศจิกายน, 2567)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 กระบวนการทำน้ำพริกปลาส้มควัสมุนไพรตามภูมิปัญญาท้องถิ่น

อัตลักษณ์หรือจุดเด่นของน้ำพริกปลาส้มควัสมุนไพร คือ ใช้วัตถุดิบจากแหล่งน้ำธรรมชาติในพื้นที่ที่ขึ้นชื่อเรื่องความสดใหม่และปลอดภัย รสชาติเอกลักษณ์จากปลาสดหมักด้วยสูตรเฉพาะของกลุ่ม ซึ่งเน้นการหมักที่ให้รสเปรี้ยวกำลังดี และไม่เหม็นคาว ความหอมของเครื่องเทศที่เกิดจากการคั่วอย่างพิถีพิถัน และมีกระบวนการผลิตแบบโฮมเมด (Homemade) โดยให้ความสำคัญกับความสะอาดและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2.1 การเตรียมวัตถุดิบ เป็นการเตรียมปลาสด โดยวิธีการทำปลาสด ต้องทำล่วงหน้าก่อนการทำน้ำพริก จากนั้น จึงเตรียมสมุนไพรทอดกรอบ คือ หอมแดงเจียว และกระเทียมเจียว รวมทั้งเครื่องเทศ ได้แก่ ข่าหั่นเป็นแว่น ตะไคร้ซอยบาง และใบมะกรูดหั่นฝอย เตรียมไว้สำหรับนำไปคั่วกับเนื้อปลาและสมุนไพรทอดกรอบ

2.2 กระบวนการทำน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการเตรียมปลาสาม การคั่วปลาสาม การเตรียมส่วนผสม การผสม และการบรรจุ โดยเริ่มจาก 1) การเตรียมปลาสาม ด้วยการควักไส้ปลาออกแล้วล้างน้ำ 3 ครั้ง บั้งปลาตามแนวขวางให้เป็นรอยลึก เพื่อให้ส่วนผสมซึมเข้าไปในเนื้อ และนำมาล้างอีกครั้งด้วยน้ำส้มสายชูเพื่อลบกลิ่นคาว หมักปลาด้วยเกลือทิ้งไว้ 1 คืน และนำมาล้างด้วยน้ำอีกครั้ง นำข้าวสุก (ที่มีลักษณะร่วนแข็ง) เกลือ และกระเทียมโขลก คลุกเคล้าเนื้อปลากับส่วนผสม หมักไว้ในภาชนะปิดสนิทประมาณ 5-7 วัน จนปลาเริ่มเปรี้ยวตามต้องการ 2) การคั่วปลาสาม โดยการเตรียมเนื้อปลาสามคั่ว แยกข้าวและกระเทียมออกจากปลาสาม นำหนังและก้างออก หั่นเป็นชิ้นๆ นำเนื้อปลาสามพร้อมข้าวและกระเทียมที่แยกเอาไว้มาหนึ่งประมาณ 10 นาที จากนั้น นำเนื้อปลาที่หนึ่งได้ไว้ในกระทะและคั่วเนื้อปลาให้แห้ง 3) การเตรียมส่วนผสม ได้แก่ สมุนไพรทอดกรอบ คือ หอมแดงเจียวและกระเทียมเจียว เครื่องเทศ ได้แก่ ข่าหั่นเป็นแว่น ตะไคร้ซอยบาง ใบมะกรูดหั่นฝอย เครื่องปรุงรส 4) การผสม นำปลาสามคั่ว สมุนไพรทอดกรอบ เครื่องเทศผสมให้เข้ากันในกระทะ ปรุงรสด้วยเกลือ น้ำมะขาม และน้ำตาล คั่วจนแห้ง และ 5) การบรรจุ บรรจุน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรในบรรจุภัณฑ์ที่เตรียมไว้ และใส่ซองกันชื้น

PC1 “...ปลาสามที่เราจะเอามาทำน้ำพริก ปกติ 4 วัน เราจะเอาไปขายเป็นปลาสามธรรมดา ปลาสามเป็นตัว หรือปลาสามพร้อมทาน ทอดแล้วขายเลย หรือไม่คนเขาจะซื้อปลาสามสดๆละครั้งก็โล 60 บาท ซักอาทิตย์นึงก็จะเปรี้ยวแล้ว สาเหตุที่มันเปรี้ยวเร็ว เพราะใช้ข้าวเจ้าที่เรากินเหลือนี่แหละมาทำ มันก็จะเปรี้ยว ตอนหลังลองเอามาคั่ว ปลาตะเพียนก็รู้ณะ ก้างมันเยอะ 3 ชั่วโมงกว่าจะได้ 1 อย่าง คือป้าต้องใช้มือตลอดเลย ให้กรรมการกลุ่มช่วยทำ แต่เดี๋ยวนี้ใช้เครื่องทุ่นแรงหน่อยนึง อย่างเครื่องบดอาหาร การทำน้ำพริกเราไม่มีสูตรตายตัว กะส่วนผสมเอาตามชอบตามรสที่กินแล้วว่าอร่อย... (PC1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 พฤศจิกายน, 2567)

PC2 “...วัตถุดิบที่ใช้ทำน้ำพริกจะมีปลาสามที่เราคั่วแล้ว หอมเจียว กระเทียมเจียว อันนี้เราต้องซื้อนะ เพราะกระเทียมเราเจียวได้กรอบ แต่หอมเราเจียวไม่กรอบ มันเป็นปัญหาแป๊บเดียวนี่มั้งแล้ว ตามจริงเราอยากทำเอง เพราะมันหอม แล้วก็มีพริกป่น มะขามเปียก เกลือ เวลาเราปรุงเราจะใช้แบบนี้ บางครั้งเราก็ต้องใช้มะนาวผงหน่อยนึง แล้วก็ใส่ตะไคร้ ข่า มีกระเทียม ตะหลิว กะละมังผสม...” (PC2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 พฤศจิกายน, 2567)

PC5 “...การทำปลาสาม เมื่อก่อนก็ใช้ปลาสดหั่นเอาแต่เนื้อ แต่ปัจจุบันใช้ปลาตะเพียน ทำแบบชาวบ้าน สัตว์ส่วนกะประมาณเองตามประสบการณ์ ไม่มีการชั่งตวงครับ...” (PC5, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 พฤศจิกายน, 2567)

PC1 “...ตอนนี้เรามีน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรสูตรสมุนไพร น้ำพริกนรกปลาอย่าง แล้วป้าเอาปลาสามไปคั่วแล้วใส่พริก มะขามเปียก เอาไปชั่งขาย 2 ซีด 50 บาท ตอนนี้นึกคำติดใจเหมือนเป็นตัวใหม่ซื้อปลาสามคั่ว แล้วก็จะมีปลาสามคั่วไก่ ปลาสามคั่วหมู ปลาสามขายอยู่แล้วไปไหนก็ติดไปด้วย ทั้งไม่ทอดและที่ทอดเลย ถ้าทอดก็อ้อพราดาไปหน่อย ขึ้นละ 50 ตัวละ 50 ตัวละ 100... (PC1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 พฤศจิกายน, 2567)

การทำน้ำพริกปลาสามัคคีสมุนไพร สรุปตามภาพที่ 1 และแผนภูมิที่ 1



1. การเตรียมปลาสามัคคี



2. การคั่วปลาสามัคคี



3. การเตรียมส่วนผสม



4. การผสมให้เข้ากัน



5. การบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 1 การทำน้ำพริกปลาสามัคคีสมุนไพร



แผนภูมิที่ 1 ขั้นตอนการทำน้ำพริกปลาสามัคคีสมุนไพร

การทำน้ำพริกปลาสามัคคีสมุนไพร เป็นการเริ่มต้นจากการทำเพื่อบริโภคในครัวเรือน และต่อยอดเป็นอาชีพ ซึ่งทางกลุ่มยังมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาด ปัจจุบันและความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการคัดสรรวัตถุดิบทั้งจากปลาในพื้นที่หรือส่วนประกอบอื่น มาตรฐานกระบวนการผลิตด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การบรรจุภัณฑ์ และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

นอกจากนี้ จากผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการเข้าเยี่ยมชมหรือซื้อน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้บริโภคเห็นว่า น้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติอร่อย รับประทานง่าย เป็นภูมิปัญญาที่มีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ไว้ แต่ควรพัฒนากระบวนการผลิตให้มีมาตรฐาน ปรับบรรจุภัณฑ์ มาตรฐานการผลิต และพัฒนาด้านการตลาด

PB1 “...ภูมิปัญญาการทำน้ำพริก โดยใช้ปลาสามกับสมุนไพรที่มีสรรพคุณช่วยบำรุงร่างกาย ช่วยให้มีรสชาติกลมกล่อมและเผ็ดร้อน สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปรับใช้วัตถุดิบและวิธีการที่เหมาะสมเพื่อให้ได้อาหารที่อร่อยและมีคุณค่าทางโภชนาการ ช่วยยกระดับอาหารท้องถิ่นให้มีความโดดเด่น แต่ควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจ ใช้งานง่าย พกพาสะดวก ช่วยให้มีความอายุการเก็บรักษานานขึ้น...” (PB1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กุมภาพันธ์, 2568)

PB2 “...คิดว่าเป็นน้ำพริกแบบสำเร็จรูปที่มีรสชาติอร่อย ขนาดของบรรจุภัณฑ์ไม่ใหญ่เกินไป สามารถพัฒนาเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สะท้อนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาตอบโจทย์เรื่องของโภชนาการ เป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับผู้ที่ต้องการอาหารที่ง่ายต่อการทานในชีวิตประจำวัน และเป็นทางเลือกสำหรับผู้ต้องการสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยนำไปใช้เป็นของขวัญของฝากได้ดี...” (PB2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กุมภาพันธ์, 2568)

PB3 “...น้ำพริกปลาสามคั่วมีรสชาติจากปลาสาม มีสมุนไพรช่วยเพิ่มความเข้มข้นของรสชาติ ทั้งเผ็ด เค็ม เปรี้ยว กลมกล่อม มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เพราะสมุนไพรที่มีสรรพคุณที่ดีต่อร่างกาย ขณะที่ปลาสามเป็นแหล่งโปรตีนสำคัญ แต่ยังมีไขมันสูง อย. ซึ่งคิดว่าสำคัญในการสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค ส่วนบรรจุภัณฑ์ หากใช้เป็นกระปุกที่มีฝาปิดสนิท น่าจะช่วยให้รสชาติและกลิ่นคงทนยาวนานขึ้น...” (PB3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กุมภาพันธ์, 2568)

PB5 “...น้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร เป็นภูมิปัญญาจากการถนอมอาหาร โดยใช้เทคโนโลยีตามยุคสมัย เพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้มีมาตรฐาน แต่การบรรจุในถุงพอยฟิวด์เกรดที่ปิดสนิท ทำให้น้ำพริกมีความชื้น ควรปรับการทำให้แห้งมากขึ้น การบริโภคน้ำพริกเป็นการช่วยอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์ที่ส่งต่อภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นให้คงอยู่ ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสืบต่อภูมิปัญญาให้คงอยู่...” (PB5, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กุมภาพันธ์, 2568)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร โดยผสมผสานองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับวิธีการทางวิทยาศาสตร์และการตลาด จากความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืดและผู้วิจัย โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลสถิติการทำน้ำพริก จดบันทึกกระบวนการผลิต และข้อมูลจากผู้บริโภค พบว่า ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปรับใช้วัตถุดิบและวิธีการที่เหมาะสมทำให้ได้น้ำพริกที่อร่อยและมีคุณค่าทางโภชนาการ ช่วยยกระดับอาหารท้องถิ่นให้มีความโดดเด่น เป็นน้ำพริกสำเร็จรูปที่มีรสชาติอร่อยและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ แต่กระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานยังไม่ชัดเจน ขาดมาตรฐาน อย. ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค รวมทั้งการปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจมากขึ้น จากผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 นำไปสู่แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร ดังนี้

3.1 วิเคราะห์การตลาดของน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร ศึกษาพฤติกรรม และสำรวจความต้องการผู้บริโภค เช่น รสชาติ ขนาดบรรจุภัณฑ์ ราคาที่เหมาะสม และการวิเคราะห์คู่แข่ง

3.2 พัฒนาสูตรน้ำพริก ปรับปรุงลักษณะและรสชาติให้เป็นเอกลักษณ์ ยกระดับอาหารท้องถิ่นให้มีความโดดเด่นและพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจต่อสุขภาพ โดยการผสมสมุนไพรเพื่อประโยชน์ในการบำบัดโรค เช่น การเติมขมิ้นชันลงในน้ำพริก เนื่องจากขมิ้นชันมีสรรพคุณในการบรรเทาอาการแน่นจุกเสียด ท้องอืด ท้องเฟ้อ (ฉัตรชัย สวัสดิไชย และ สุรศักดิ์ อิ่มเอี่ยม, 2559) และอาจช่วยให้สีของน้ำพริกน่ารับประทานมากขึ้น หรือการใช้สารทดแทนเกลือ เช่น เกลือโพแทสเซียม พร้อมกับลดปริมาณเกลือแบบค่อยเป็นค่อยไป เพื่อลดปริมาณโซเดียมในน้ำพริกโดยยังคงความน่ารับประทานไว้ (Liem, D. G. et al., 2011) ทั้งนี้ เพื่อการมีสุขภาพดี

3.3 พัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริก ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัสดุใบตาลซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติจากผลผลิตของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียง สามารถนำมาห่อหรือทำเป็นภาชนะบรรจุเป็นของขวัญของฝาก ซึ่งนอกจากจะช่วยสิ่งแวดล้อมแล้วยังช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนข้างเคียงอีกด้วย ออกแบบให้น่าสนใจ ใช้งานง่ายสะดวกในการพกพาและรับประทาน ตลอดจนปรับปรุงขั้นตอนการบรรจุและกระบวนการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีอายุการเก็บนานขึ้น

3.4 พัฒนาระบบการผลิตให้ได้มาตรฐาน เช่น ใช้หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (Good Manufacturing Practice: GMP) มาตรฐานอาหารและยา (อย.) เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน สร้างความมั่นใจและความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค

3.5 ทำการตลาดของน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร สร้างเรื่องราว เรื่องเล่าจากภูมิปัญญาการผลิตน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรเพื่อสร้างการเรียนรู้ให้กับผู้บริโภค สร้างสรรค์และแนะนำเมนูใหม่จากน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรเพื่อต่อยอดสินค้าและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขาย

จากผลการวิจัย สามารถนำเสนอเป็นประเด็นสาระได้ตามภาพที่ 3



ภาพที่ 2 ประเด็นสาระของภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาซิมคั่วสมุนไพร

5. อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาซิมคั่วสมุนไพร: แนวทางสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

5.1 การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 บริบทภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาซิมคั่วสมุนไพร พบว่า เกิดจากการใช้ปลาธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบจากท้องถิ่นที่สื่อถึงวิถีชีวิตของชุมชนในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นชุมชนที่มีการทำประมงน้ำจืดกันมาตั้งแต่คนรุ่นก่อน การทำปลาซิมจึงเป็นการใช้ประโยชน์จากปลาธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น เป็นแหล่งโปรตีนที่ย่อยง่าย คุณภาพสูง มาใช้เป็นวัตถุดิบสำคัญในการถนอมอาหารเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างรายได้ และพัฒนาจนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อว่า “น้ำพริกปลาซิมคั่วสมุนไพร” ทั้งนี้ เนื่องจากชุมชนนี้มีวิถีชีวิตที่อยู่คู่กับคลองมาตั้งแต่อดีต จึงมีประสบการณ์ในการนำปลาที่เป็นทรัพยากรในท้องถิ่นที่คุ้นเคยและหาง่ายมาประกอบอาหาร และพัฒนาเป็นอาชีพในเวลาต่อมาโดยปรับสูตรและกระบวนการผลิตจนเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนาริรัตน์ ศรีหล้า (2567) พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกให้มีความหลากหลาย มีรสชาติดี มีคุณภาพ เน้นใช้วัตถุดิบในชุมชนและมีส่วนผสมของปลาแม่น้ำมูล ความเป็นเอกลักษณ์และสะท้อนถึงวัฒนธรรมของชุมชน พญงค์ดี มะโนชัย และคณะ (2563) พบว่า การพัฒนาน้ำพริกพื้นบ้านด้วยการใช้เห็ดและลำไยเป็นส่วนผสม สามารถพัฒนาต่อยอดเพิ่มความหลากหลายของสูตรน้ำพริกพื้นบ้านและส่งเสริมให้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพได้ และแสงแข สพันธุ์พงศ์ (2564) ศึกษาพบว่า น้ำพริกของกลุ่มชาติพันธุ์แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและเอกลักษณ์จากการอาศัยอยู่บริเวณนั้น ๆ บางกลุ่มมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตามพื้นถิ่นที่อยู่อาศัย มีการปรับตัวให้เข้ากับสังคมของการอยู่ร่วมกัน จนทำให้ลักษณะน้ำพริกปรับเปลี่ยนตามพื้นถิ่น ปรับรสชาติให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจนเกิดเป็นอัตลักษณ์ของคนในกลุ่มชาติพันธุ์

5.2 การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 กระบวนการทำน้ำพริกปลาส้มคั่ว

สมุนไพรตามภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า มีการเตรียมปลาที่ล้างทำความสะอาดให้หายคาว หมักด้วยข้าวสุก เกลือ กระเทียม จนกลายเป็นปลาส้ม ผสมกับสมุนไพรทอดกรอบและเครื่องปรุงคั่วจนได้ที่ บรรจุใส่บรรจุภัณฑ์ กระบวนการดังกล่าว ถือเป็นการใช้ประโยชน์จากปลาในพื้นที่ที่มีตามฤดูกาล เป็นภูมิปัญญาการถนอมอาหารที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชนในพื้นที่ เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาให้บริโภคได้นานขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของธนวิทย์ ลายิ้ม และคณะ (2565) พบว่า ภูมิปัญญาอาหารของจังหวัดชัยนาทมีความหลากหลาย เชื่อมโยงกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ใช้วัตถุดิบทางการเกษตรตามฤดูกาล ใช้เนื้อปลาและพืชผักสมุนไพรในการปรุงอาหาร มีการถนอมอาหารให้เก็บไว้ได้นาน ใช้วิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น เลือกใช้เครื่องปรุงที่เหมาะสม จึงทำให้รสชาติเข้มข้นกลมกล่อม ปรีชญา รุ่งวิริยگانต์ (2567) พบว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำน้ำพริกกระสังสับทอดมายาวนานกว่าหลายรุ่น โดยใช้ "กระสัง" สมุนไพรพื้นบ้านที่มีรสเปรี้ยว เป็นวัตถุดิบหลักผสมผสานกับเครื่องเทศสมุนไพรและพืชผักท้องถิ่น

5.3 การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริก

ปลาส้มคั่วสมุนไพร ประกอบด้วย 1) วิเคราะห์การตลาดของน้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพรด้วยการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค 2) พัฒนาสูตรน้ำพริก ปรับปรุงรสชาติและคุณภาพให้มีเอกลักษณ์ 3) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 4) พัฒนาระบบการผลิตให้ได้มาตรฐาน และ 5) ทำการตลาดของน้ำพริกการโดยสร้างเรื่องเล่า เนื่องจากแนวทางเหล่านี้ เป็นกระบวนการดำเนินการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำโดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นหลักในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่มีผลทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกอย่างยั่งยืน โดยการศึกษาของเพชรรัตน์ มีสมบูรณ์ (2555) พบว่า ผู้คนต่างเคยบริโภคน้ำพริก เพราะมีจำหน่ายอย่างแพร่หลายและได้รับการนิยมนับประมาน การทำน้ำพริกมีกระบวนการที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษซึ่งคงความเป็นน้ำพริกแบบดั้งเดิมและตอบโจทย์สำหรับผู้บริโภคที่รักสุขภาพ (สุภารัตน์ ประสงค์ทัน และคณะ, 2567) อังคณา ตาเสนา และคณะ (2567) พบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพื่อส่งเสริมให้บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ดึงดูดความต้องการของลูกค้าและสามารถช่วยให้เก็บรักษาได้นานขึ้น สอดคล้องกับกฤษฎิ์ภทร ศิริกุล และอุทิศ ทาหอม (2564) ที่สรุปไว้ว่าการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ได้ เพราะทำให้ประชาชนที่สนใจมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้านั้น ๆ นอกจากนี้ นันทวัน ชมโนม (2567) ยังพบว่า แนวทางส่งเสริมการสื่อสารอัตลักษณ์ขนมไทยให้ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการผลิตสื่อดิจิทัล การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ ออกแบบตราสินค้าของตนเอง การใช้กลุ่มคนที่มีอิทธิพลมาช่วยสื่อสารการตลาด รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐบาลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทยด้วยการสร้างซอฟต์แวร์ขนมไทยในอนาคต สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

6. องค์ความรู้ใหม่

การเรียนรู้ภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาส้มคั่วสมุนไพรจากความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน (Tacit knowledge) เป็นความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ครอบคลุมการคัดสรรวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และ

การตลาดที่สอดคล้องกับบริบทชุมชน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค เป็นประโยชน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด ใช้เป็นเครื่องมือส่งต่อความรู้แก่ผู้สืบทอด เกิดองค์ความรู้ใหม่ต่อยอดภูมิปัญญาเดิม และเป็นแนวทางนำภูมิปัญญาท้องถิ่นไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนของชุมชนในอนาคต

7. สรุป

วิถีชีวิตของชุมชนในเขตคลองสามวา เป็นชุมชนที่มีการทำประมงน้ำจืดและการเกษตรแบบดั้งเดิมมาแต่อดีต ปลาที่พบในคลองสามวาและเหมาะสำหรับการทำน้ำพริกมีหลายชนิด การนำวัตถุดิบจากท้องถิ่นมาปรุงเป็นน้ำพริกเป็นการสืบสานภูมิปัญญาการทำอาหารของชุมชนให้คงอยู่ โดยสืบทอดสูตรการทำปลาสามจากบรรพบุรุษและปรับปรุงให้เข้ากับรสนิยมของผู้บริโภคปัจจุบัน มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาการผลิตแก่สมาชิกในชุมชนและเผยแพร่ให้แก่ประชาชนทั่วไปร่วมกับการนำเทคโนโลยีช่วยให้ทำได้ง่ายและสะดวกขึ้น กระบวนการทำน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเตรียมปลาสาม การคั่ว การเตรียมส่วนประกอบ การผสม และการบรรจุ แนวทางการพัฒนามี 5 ขั้นตอน คือ วิเคราะห์ความต้องการของตลาด พัฒนาสูตรให้เป็นเอกลักษณ์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ พัฒนาระบบการผลิตให้ได้มาตรฐาน และทำการตลาดด้วยการสร้างเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาด เพิ่มความมั่นใจแก่ผู้บริโภค ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรสามารถทำได้ผ่านการศึกษาและวิจัยที่มุ่งเน้นในการรักษาคุณภาพของอาหาร พร้อมทั้งนำเทคโนโลยีการผลิตหรือเทคโนโลยีการยืดอายุการเก็บน้ำพริกเข้ามาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นและนวัตกรรมในกระบวนการผลิตจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรสามารถขยายตลาดได้และเติบโตในวงกว้าง

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ควรศึกษาชนิดของข้าวที่ใช้หมักปลาสาม เพราะการใช้ข้าวจะส่งผลต่อรสชาติ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานและรสชาติคงที่

8.2.2 ควรศึกษาด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ปลาสามและน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด ป้าอ้วนคลองสามวา โดยศึกษากลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ข้อมูลและแนวโน้มผลิตภัณฑ์เพื่อกำหนดวิธีการนำเสนอ การสร้างเรื่องเล่า และข้อมูลย้อนกลับจากกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ การวิจัยการตลาด จะช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์

8.2.3 ควรศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร เช่น ขนมกรอบที่มีรสชาติของน้ำพริกปลาสามคั่วสมุนไพร

9. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด ป้าอ้วนคลองสามวา ที่ให้ความอนุเคราะห์ความรู้ ถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำน้ำพริกปลาสามัคคีสมุนไพร ขอขอบคุณ ชุมชนคลองสามวาที่ได้มีส่วนสนับสนุนซึ่งเป็นแรงบันดาลใจในการศึกษาครั้งนี้ และขอขอบคุณ ผู้บริโภคในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริก

10. เอกสารอ้างอิง

ฉัตรชัย สวัสดิไชย และสุรศักดิ์ อิ่มเอี่ยม. (2559). ทบพทงานวิจัยสมุนไพรไทย การแพทย์แผนไทยและสมุนไพรไทย. *วารสารศูนย์การศึกษาแพทยศาสตร์คลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า*, 33(3), 265-270.

ชยาگانต์ เรื่องสุวรรณ, ชัยยงค์ พรหมวงศ์, สุทธิ ภมรสมิต และปรีชา อุตระกุล. (2552). แบบจำลองภูมิปัญญาชุมชนกรณีศึกษาปลาสามของชนชาวไทญ้อ หมู่บ้านท่าขอนยาง ตำบลท่าขอนยาง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 3(2), 67-78.

ธนวิทย์ ลายิ้ม, จริยา บุรพุกศลศรี, สุริย์รัตน์ เอมพรหม, ศศธร สิงขรอาจ, ภัทรภร ภควีระชาติ, ธนัฐพล เวียงสิมมา และอมลณัฐ ค้ายาด. (2565). ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นจังหวัดชัยนาท: การพัฒนาสำหรับชัยนาท. *วารสารคหกรรมศาสตร์*, 65(2), 58-73.

ธนวิทย์ ลายิ้ม. (2566). ภูมิปัญญาการผลิตขนมทองหยิบลูกุ่มจังหวัดภาคกลาง. *วารสารกระแสนวัฒนธรรม*, 25(5), 58-71.

นันทวัน ชมโณม สุพรรณนิการ์ โกสุม พิทักษ์ ศิริวงศ์ และฉัตรยา งามเลิศ. (2567). การสื่อสารอัตลักษณ์ขนมไทย เพื่อส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาด กรณีศึกษาร้านจันทรวงศ์ขนมไทย และร้านย่าหม่อมขนมไทย จังหวัดนนทบุรี. *วารสารคหกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน*, 6(2), 72-85.

นาริรัตน์ ศรีหล้า. (2567). การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนตำบลน้ำคำ อำเภอเมืองศรีสะเกษจังหวัดศรีสะเกษ. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 9(1) 489-500.

นุชนนตรี ตาเฒ่า, จริยา สุขจันทร์, คีนจันทร์ ณ นคร และรุสนี กาแมแล. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาสามปลานิล. *วารสารและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มจร*, 7(3), 1-8.

ปรีชญา รุ่งวิกรัยกานต์. (2567, กรกฎาคม 4-5). “น้ำพริกกระสัง” soft power อาหารพื้นถิ่นจังหวัดสระแก้วภูมิปัญญา และรูปแบบการจัดการองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 16. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. นครปฐม, ประเทศไทย.

- พยุงค์ศักดิ์ มะโนชัย, กมลวรรณ มโนวรรณ และนิอร โฉมศรี. (2563). การพัฒนาน้ำพริกพื้นบ้าน เพื่อเป็นอาหารสุขภาพ. *วารสารวิจัยเทคโนโลยีนวัตกรรม*, 4(2), 50-59.
- พระมหาสุริยัน อุตโตโร, พระมหาสิงห์ณรงค์ สิรินทรเมธี, พระสฤทธิ์ สุมโน, พระพัฒนพล สิริ สุวณโณ, และพระวงศ์ทอง สุภโท. (2564). การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการ ถนอมอาหารตามภูมิปัญญาท้องถิ่น ของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนกاهอง อำเภอ พิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 6(1), 381-396.
- เพชรรัตน์ มีสมบุรณ์. (2555). ทศนคติเกี่ยวกับอาหารภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษาอาหาร พื้นเมืองเชียงใหม่ประเภทน้ำพริก. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ*, 15(1), 57-66.
- รุ่งนภา ว่องไวไพโรจน์ และวิศรุต ศิริพรกิตติ. (2563, เมษายน 21). “ปลาส้ม”ผลิตภัณฑ์ พื้นบ้านไทยยอดนิยม. https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20200622132612_1_file.pdf.
- ฤทัยภัทร ให้ศิริกุล และอุทิศ ทาหอม. (2564). ยุทธวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรมปลา ส้มผักของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองระเวียง ตำบลเวียงชัย อำเภอพยุหะภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 13(1), 53-69.
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน, รกัส ศิลป์ศิริกุล, จริญญา สุพรรณ และภพพิศลย์ ภพอุดม. (2567). การ พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในตำบลบางพัง อำเภอ บ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 8(7), 254-266.
- แสงแข สพันธุพงศ์. (2564). มุมมองเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในภาคตะวันตก ผ่าน “น้ำพริก”. *วารสารเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*, 3(1), 73-83.
- อังคณา ตาเสนา, ชีรศิลป์ กันธา, ชนัษพร หาใต้ และมัลลิกา ทองแถม. (2567). การพัฒนา ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาหัวขี้ครกคุยจัดการชุมชนแม่ปะเหนือ ตำบลแม่ปะ อำเภอ แม่สอด จังหวัดตาก. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราช ภัฏมหาสารคาม*, 8(3), 159-167.
- Langdridge, D. (2007). *Phenomenological Psychology: Theory, Research and Method*, Pearson Education.
- Liem, D. G., Miremadi, F., & Keast, R. S. (2011). Reducing sodium in foods: The effect on flavor. *Nutrients*, 3(6), 694-711.
- Nastasi, B. K. & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research, *Journal of School Psychology*. 43(3), 177-195.

น้ำปลาพริก: เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลา สิ่งเล็ก ๆ ในสำรับแต่ยิ่งใหญ่เรื่องรสชาติ

The Amazing Of Flavors: Categorizing Thai Fish Sauce With Chili

ภูษิษฐ์ สว่างสุข^{1*}

Phuchit Sawangsuk

Received 19 พฤศจิกายน 2567 Revised 17 มกราคม 2568 Accepted 6 กุมภาพันธ์ 2568

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตำรับและการแบ่งหมวดหมู่ของเครื่องจิ้มประเภทน้ำปลา โดยใช้วิธีพรรณนาเชิงวิเคราะห์ แนวทางสำคัญอาศัยวิธีการทางประวัติศาสตร์พบว่าเครื่องจิ้มประเภทน้ำปลาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลารสเค็มนำ ส่วนประกอบหลักใช้น้ำปลาและน้ำตาลหม้อหรือน้ำตาลทราย เรียกน้ำปลาตามด้วยชื่อส่วนประกอบรอง เช่น น้ำปลาพริก น้ำปลามะม่วง น้ำปลาเห็ดโคน น้ำปลาปูแสมเค็ม แบ่งเป็น 3 ประเภท 1.1 น้ำปลาเพิ่มผลไม้รสเปรี้ยว เช่น ระกำ มะม่วง มะดัน 1.2 น้ำปลาเพิ่มเห็ดโคน 1.3 น้ำปลาเพิ่มเนื้อสัตว์ เช่น แผลงดانا ปูแสมเค็ม กุ้งเผา 2. เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลารสหวานนำ ส่วนประกอบหลักใช้น้ำปลาและน้ำตาลหม้อเคี่ยวพอข้น บางตำรับเพิ่มมะขามเปียกเรียก น้ำปลาหวาน แบ่งเป็น 4 ประเภท 2.1 น้ำปลาหวานประเภทจิ้มกับผลไม้รสเปรี้ยว 2.2 น้ำปลาหวานประเภทจิ้มกับผลไม้รสเปรี้ยวแบบทรงเครื่อง 2.3 น้ำปลาหวานรับประทานกับเมี่ยง 2.4 น้ำปลาหวานรับประทานกับผักสดหรือขนม

คำสำคัญ: น้ำปลาพริก, เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลา, น้ำปลาหวาน

¹ รองศาสตราจารย์, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Associate Professor, Faculty of Education, Ramkhamhaeng University

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: homeeco_ru@hotmail.com

Abstract

This academic article aims to study and categorize fish sauce-based dipping condiments using descriptive and analytical methods. The primary approach utilizes a historical analysis, revealing that fish sauce-based condiments were divided into two categories: 1) salty fish sauce and 2) sweet fish sauce condiments. Salty fish sauce condiments include fish sauce and sugar (either palm sugar or granulated sugar). These condiments are named based on the additional ingredients, such as "Nam Pla Prik" (fish sauce with chili), "Nam Pla Mango" (fish sauce with mango), "Nam Pla Hed Khon" (fish sauce with mushrooms), and "Nam Pla Pu Sema Kem" (fish sauce with salted crab). These were further divided into three subcategories: 1) fish sauce with sour fruits (e.g., salacca, mango, or madan), 2) fish sauce with hed khon mushrooms, and 3) fish sauce with added proteins, such as giant water bugs, salted crabs, or grilled shrimp. Sweet fish sauce condiments include fish sauce and palm sugar; simmer until slightly thickened. Some recipes may consist of tamarind, commonly called "Nam Pla Wan" (sweet fish sauce). These are divided into four subcategories: 1) sweet fish sauce with sour fruits (for dipping), 2) sweet fish sauce with sour fruits in a mixed style, 3) sweet fish sauce with Miang (a type of savory leaf-wrapped bite), and 4) sweet fish sauce with bitter or astringent vegetables.

Keywords: Nam Pla Prik, Fish Sauce-Based Condiments, Sweet Fish Sauce

1. บทนำ

เครื่องจิ้มเป็นพื้นฐานอาหารของชาวไทย สังเกตได้ว่าจะวางอยู่กลางสำรับหรือเป็นประธานกับข้าวอื่น ๆ จนมีคำกล่าวว่า “เกิดเป็นลูกผู้หญิงแล้วต้องต้มแกงตำน้ำพริกกินเป็น จึงจะเป็นแม่เรือนได้ มีเสน่ห์ปลายจวัก ผัวรักไม่วาย” ดังหลักฐานเพลงทรงเครื่อง เรื่องขุนช้างขุนแผน ตอน นางขุขบาผู้เป็นแม่สอนศรีมาลา เกี่ยวกับงานครัวว่าการตำน้ำพริกใส่หัวหอมแดง กระเทียม การเก็บรักษากะปิ และเมื่อทำเสร็จต้องเก็บล้างให้สะอาด ประเทือง คล้ายสุบรรณ (2522)

...แต่พอลูกขึ้นตีนก่อนผัว
จงเอาไฟมาก่อเอาหม้อมาตั้ง
จงตำน้ำพริกขยิกขยี้
โหปลา ร้าอย่าไปไว้หวนนอน
กะปิกะปุดอย่าให้บูดให้แฉะ
ทั้งผ้าซั้วไว้ใช้แล้วจงซัก
ทั้งครกตำน้ำตำแล้วจงล้าง

จงรีบตรงเข้าครัวเร็วไว
มีอย่านั่นอ้งเตาไป
ทั้งหัวหอมหัวกระเทียมมีเด็ดใส่
อย่าทำอย่างแต่ก่อนไม่ได้
จงหมั่นตบหมั่นแตะเข้าไว้
ลูกเอ๋ยอย่าหมกเก็บไว้
อย่าปล่อยให้เป็นยางเยิ้มไหล

พลูหลวง และ ส. ตูลยานนท์ (2515) กล่าวถึงอาหารไทยดั้งเดิมว่า “อาหารไทยแท้เราจะต้องศึกษาจากอาหารพื้นเมืองของเชียงใหม่ ภาคอีสานและลาว เช่น ปลาแร่ เนื้อเค็ม ปลาไหล แกงเลียง ต้มยำ น้ำพริกต่าง ๆ เช่น น้ำพริกปลาแร่ น้ำพริกตาแดง และน้ำพริกกะปิ...เคยไปรับประทานอาหารเช้าที่สุโขทัย โดยทางราชการเกณฑ์ชาวบ้านให้ห่อข้าวมาเลี้ยงนักศึกษาเมื่อ 20 ปีมาแล้ว ผมพบน้ำพริกขนานแท้ซึ่งเรียกกันว่า พริกกะเกลือ คือ เขาเอาพริกโขลกกับเกลือจริง ๆ ไม่มีส่วนผสมอื่นปนอยู่เลย รสเค็ม ๆ เผ็ด ๆ เป็นรสป่าโดยแท้” หม่อมราชวงศ์ คึกฤทธิ์ ปราโมช (2541) กล่าวว่า “พริกกับเกลือที่เอามาตำกับข้าวเพื่อให้กินข้าวได้มากขึ้นนั้น กินนานเข้ามันก็จะต้องเบื่อ เพราะมีรสเผ็ดกับเค็ม จึงต้องหาอะไรมาเติมลงไป ในพริกกับเกลือเพื่อแก้เบื่อหรือแก้เซ็งกันบ้าง หอม กระเทียม เป็นของซุกลิ้นหาได้ก็เอามาตำใส่ลงไปกับพริกกับเกลือ ส้มมะขาม มะดัน มะนาว สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นของที่ช่วยให้มีรสเปรี้ยวขึ้น อีกรสหนึ่งจึงใส่ลงไปด้วยทำให้อร่อยขึ้นและกินข้าวได้มากขึ้นไปอีก...ต่อมาก็หาอะไรเติมลงไป ในน้ำพริกนั้นอีก ที่อยู่ไกลทะเลก็เอาถั่วเหลืองที่ราขึ้น และล้างออกแล้วนำมาคั่วตำลงไปกับน้ำพริก ที่อยู่ใกล้ทะเลก็เอากะปิโขลกลงไป น้ำพริกก็พัฒนามาอีกขั้นหนึ่ง กินข้าวกับน้ำพริกยิ่งกินข้าวได้ ถึงหน้าปลาซุม จับปลาขึ้นมาได้ก็เอามาปิ้งย่างกินเปล่า ๆ มันก็จืดเลยมานมกับน้ำพริก เป็นกับข้าวที่สมบูรณ์ขึ้นมา”

นอกจากน้ำพริกประเภทต่าง ๆ ยังมีเครื่องจิ้มอีกชนิดหนึ่ง เรียกว่า น้ำปลาพริก หรือน้ำปลาพริก เครื่องจิ้มที่มีรสเค็มนำ ส่วนประกอบสำคัญได้แก่ น้ำปลา บางตำรับเพิ่มมะนาว น้ำตาลทราย ใส่พริกขี้หนูซอย อาจเพิ่มหัวหอมแดงหรือกระเทียมซอย ใช้กับอาหารหลากหลายชนิด เช่น ข้าวราดแกง ข้าวผัดกะเพรา หรือใช้จิ้มกับของทอดต่าง ๆ เช่น ไข่ดาว ปลาทอด ช่วยตัดความมันและเผ็ด ทำให้รับประทานข้าวได้มากขึ้น อร่อยขึ้น น้ำปลาพริกจึงเป็นส่วนหนึ่งในมื้ออาหารของคนไทย แต่ยิ่งขาดการบันทึกประวัติความเป็นมา ตำรับ และไม่มีการแยกหมวดหมู่ให้ชัดเจน ดังนั้นบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา และตำรับนำมาจัดหมวดหมู่ให้ถูกต้อง เพื่อบันทึกเป็นวัฒนธรรมอาหารอีกด้านหนึ่ง

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาและแบ่งหมวดหมู่ตำรับเครื่องจิ้มประเภทน้ำปลา

3. เนื้อเรื่อง

บทความวิชาการ เรื่อง น้ำปลาพริก: เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลา สิ่งเล็ก ๆ ในสำหรับแต่ยิ่งใหญ่เรื่องรสชาติ ใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ แนวทางสำคัญอาศัยวิธีทางประวัติศาสตร์ โดยนำมาสังเคราะห์ทางประวัติศาสตร์ เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา ตำรับ และนำมาแบ่งหมวดหมู่โดยศึกษาจาก ตำราอาหารและหลักฐานอื่น ๆ เช่น วรรณคดี หมายรับสั่ง บันทึกส่วนบุคคล จดหมายเหตุ งานนิพนธ์ทางประวัติศาสตร์ นำมาวิเคราะห์ทางประวัติศาสตร์ เพื่อตีความจากหลักฐานโดยผูกเรื่องราวอธิบายสาเหตุในอดีตและให้ความหมายของข้อมูลหรือหลักฐานต่าง ๆ ดังมีผลการศึกษาดังนี้

1. เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลาแบ่งเป็น 2 ประเภท

1.1 เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลารสเค็มนำ ใช้น้ำปลาเป็นส่วนประกอบหลักมีรสเค็มนำ มีรสเปรี้ยวจากน้ำมะนาวหรือผลไม้รสเปรี้ยวเล็กน้อย คนไทยรู้จักและยังรับประทานอยู่ในชีวิตประจำวันเรียกว่า “น้ำปลาพริก” ประกอบด้วยน้ำปลา น้ำมะนาว พริกขี้หนูซอย บางตำรับเพิ่มกระเทียมหรือหัวหอมแดงซอย บางตำรับใส่น้ำตาลทรายเล็กน้อย ดังหลักฐานเรื่องสังคีลปรัชยกลอนสวด (2513)

หมูต้ม หมูเผา ต้มส้ม ต้มเจ้า บางคั่ว บางแกง

หมู **พริกน้ำปลา** อย่าช้าแต่ง เครื่องสดเครื่องแห้ง แต่งนกหนา

เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลารสเค็มนำมีหลายตำรับ ดังหลักฐานน้ำปลาแมงดาเสภาคำครูแจ้ง ในเสภาเรื่อง พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และคณะ (2558)

พี่เสาะซื้อไขไก่ไข่เต่านา

ทำน้ำปลาแมงดาหัวหอมหัน

แต่ลักษณะต้มไข่ให้สำคัญ

ถ้าต้มดีแล้วมีมันขยันทัก

ถ้าต้มสุกเสียสิ้นแล้วกินจิต

ต้มพอยี้ดเยอะเป็นยางมะตูมตัก

กินกะเข้าเส้นซามสั๊กสามพัก

แต่หัวคำแล้วคักตลอดคืน

จะเห็นว่าไขไก่ต้มเป็นยางมะตูม มีเครื่องจิ้มคือน้ำปลาแมงดา (แมลงดา) ใส่หัวหอมแดงซอยเป็นเครื่องจิ้มช่วยให้ร่างกายแข็งแรง น้ำปลาแมงดามีส่วนประกอบพื้นฐานจากน้ำปลาพริก เพิ่มแมลงดานา (ตัวผู้) ทำให้เกิดกลิ่นเฉพาะตัว ดังหลักฐานรวมบันทึกประวัติศาสตร์อยุธยาของ ฟานฟลีต (วันวลิต) (2547)

พวกเขาไม่ฟุ่มเฟือยในเรื่องอาหารการกิน แต่มัก
รับประทานข้าวธรรมดา ๆ ปลาแห้ง ปลาสด และปลาเค็มกับ
ผัก ในส่วนของน้ำจิ้มและของหวานนั้น พวกเขารับประทาน
ปลาจ่อม (bladsjan) (กุ้ง ปู หอย และปลา ประดับด้วยพริกไทย
และเกลือ) **น้ำปลาพริก** (fish and pepper sauce) มีกลิ่น
เฉพาะเหม็นมาก แต่พวกเขาเห็นว่าอร่อย

ฟานฟลีต (วันวลิต) (2547) กล่าวถึง “น้ำปลาพริก” ว่าใช้น้ำปลา และพริกไทย คัด
ว่า คือ (1) พริกไทยอ่อน เพราะคนไทยเรียกพริกไทยว่าพริก (2) พริกขี้หนู คัดว่าใช้เม็ดเล็กสี
เขียวและหันเป็นชิ้นเล็ก ๆ จึงคล้ายเมล็ดพริกไทยอ่อน สันนิษฐานคนไทยอาจกินพริกขี้หนูมา
ก่อนที่จะมีพริกที่มีต้นกำเนิดจากเม็กซิโก ซึ่งปลูกแพร่หลายในยุโรป แล้วจึงนำเข้ามาปลูกในไทย
สมัยอยุธยา ดังหลักฐานพบการใช้เครื่องเทศและพริกขี้หนู จากจารึกปราสาทเขินโตจ หอสมุด
แห่งชาติ กรมศิลปากร (2529) จังหวัดสุรินทร์ จารึกเป็นอักษรขอม ภาษาสันสกฤต พุทธ

ศตวรรษที่ 18 สันนิษฐานว่า พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ทรงสร้างประดิษฐานไว้ ดังหลักฐานด้านที่ 3 กล่าวถึง เครื่องยาต่าง ๆ

โคลกที่ 12 มิตรเทวะที่ควร คือ เอาหนักสามบาท น้ำผึ้งสองกู่ทะ
พริกขี้หนูก็เท่านั้น พุทราหนึ่งลูก และน้ำดอกไม้อสามกู่ทะ

ส่วนคำว่า “กลั่นเฉพาะเหม็นมาก” คาดว่าเป็น น้ำปลาพริกใส่แมลงดานาซึ่งเครื่องจิ้มประเภทน้ำปลารสเค็ม นำแบ่งตามส่วนประกอบเป็น 3 ประเภทดังนี้

1.1.1 น้ำปลาเพิ่มผลไม้รสเปรี้ยว ใช้ น้ำปลาผสมน้ำตาลหม้อหรือน้ำตาลทรายเล็กน้อย ใส่ผลไม้รสเปรี้ยว เช่น มะม่วง มะดัน ตะลิงปลิง ระกำ มะกอก ไร้วด้วยหัวหอมแดงหรือกระเทียม พริกขี้หนู บางตำรับเพิ่ม ตะไคร้ ใบมะกรูด เช่น

น้ำปลามะดัน อนุสรณ์งานสถาปนากิจศพ หม่อมหลวงตัว ชลมารค พิจารณ์ (2508) มีตำรับดังนี้ น้ำปลา น้ำตาลหม้อละลายให้เข้ากัน ใส่มะดัน หัวหอมแดง ตะไคร้ และใบมะกรูดซอย ไร้วด้วยพริกขี้ฟ้าแดงและเขียว่างพอสุกฉีกเป็นฝอย ๆ คลุกเคล้าให้เข้ากันทิ้งไว้ 10 นาที รสเปรี้ยวของมะดันจึงออกมาเข้ากับน้ำปลา ในตำรับใช้จิ้มกับปลาตะเพียนทอด โดยนำปลาตะเพียนมาทอดเกล็ด ควักไส้ ล้างทำความสะอาด แล้วใช้มีดบังตามขวางตัวตั้งแต่หางไปตลอดถึงคอให้ถี่ ๆ เวลากรีดมีดต้องให้ลงถึงก้างกลางทุก ๆ บั้ง ก้างจึงจะละเอียด นำทอดพอเหลืองกรอบ

น้ำปลาระกำ ตำรับอาหารหม่อมเจ้าหญิง นิवासวัสดิ์ จิระประวัติ (2508) มีตำรับดังนี้ ละลายน้ำปลาและน้ำตาลหม้อ ใส่ระกำ กระเทียม และพริกขี้หนูซอย ถ้าไม่เปรี้ยวเพิ่มน้ำมะนาว ใช้จิ้มเนื้อสัตว์ต่าง ๆ นึ่งหรือทอด ไข่ต้ม ไข่ทอด ถ้าเป็นน้ำปลาตะลิงปลิง มะเขือเทศหรือมะเฟือง ใช้ตำรับเดียวกับน้ำปลาระกำ เพิ่มกุ้งแห้ง และพริกขี้ฟ้าเผือกเป็นเส้น ๆ ในตำรับยาและเครื่องจิ้มไทยของสภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์ (2509) จึงเรียกน้ำปลาดำรับนี้ว่า “น้ำปลาพริกเผา”

1.1.2 น้ำปลาเพิ่มเห็ดโคน ใช้เห็ดโคนสดนำห่อใบตองเผาหรือเห็ดโคนดอง บางตำรับใส่รวมกับผลไม้รสเปรี้ยว เช่น มะม่วง ระกำ มะดัน ตะลิงปลิง ปูรสด้วยน้ำมะนาว น้ำส้มเหม็น อาทิ

น้ำปลาเห็ดโคน สายปัญญาสมาคมในพระบรมราชินูปถัมภ์ (2523) โขลกกระเทียม หัวหอมแดงให้ละเอียด ใส่ระกำผานเอาแต่เนื้อ ปูรสด้วยน้ำปลา น้ำตาลหม้อ น้ำมะนาว น้ำส้มเหม็น คลุกเคล้าพอเข้ากันใส่เห็ดโคนฉีกเป็นเส้น ๆ ห่อใบตองปิ้งพอสุก และพริกเหลืองหั่นเป็นท่อน ๆ

น้ำส้มเหม็น คือ ส้มเขียวหวานผลอ่อนที่ออกเป็นจำนวนมาก ชาวสวนจึงต้องเด็ดออกบางส่วนเพื่อให้ส้มเขียวหวานที่เหลือมีผลใหญ่ นำมาคั้นน้ำเหมือนมะนาว ส้มเหม็นจะมีรสเปรี้ยวอมหวาน มีกลิ่นของเปลือกส้ม จึงเรียกว่าส้มเหม็น

1.1.3 น้ำปลาเพิ่มเนื้อสัตว์ นิยมใช้ แมลงดานา ปูแสมเค็ม กุ้งแห้ง กุ้งผามันกุ้ง ไร้วหน้าด้วยหัวหอมแดงหรือกระเทียม และพริกขี้หนูซอย อาทิ

น้ำปลาแมลงดา ตำรับอาหารหม่อมเจ้าหญิงนิวาศสวัสดิ์ จิรประวัติ (2508) เรียกน้ำปลาแมงดา มีตำรับดังนี้ ใช้กระเทียม ระกำ มะดัน ขอยใส่ครก โขลกรวมกันให้ละเอียด ตักขึ้นใส่ถ้วย ปูรสด้วยน้ำปลา แมลงดานาแกะเอาแต่เนื้อ ตามด้วยน้ำส้มหมื่นหรือน้ำมะนาว และน้ำตาลหม้อเล็กน้อย ใช้จิ้มกับปลาเทโพทอด

แมลงดา เมื่อนำมาทำอาหารจะเรียกชื่อเป็นแมงดา เช่น น้ำพริกแมงดา น้ำปลาแมงดา แมงมี 8 ขาหรือ 10 ขา ไม่มีหนวดและปีก ส่วนแมลงดานา มี 6 ขา ที่นำมาทำ น้ำพริกแมงดา หรือน้ำปลาแมงดาจะใช้ตัวผู้มีลักษณะกลมป้อม มีกลิ่นเป็นเอกลักษณ์ สำหรับ ดึงดูดตัวเมียและป้องกันตัว เสฐียรโกเศศ (2510) กล่าวว่า “แมลงดานานี้คนชอบกินประหลาด นักหนาที่มันมีกลิ่นเหม็นเหมือนตัวแมงกะแท้ แต่คนไม่ว่าขึ้นไหน ไพร่หรือผู้ดีมักชอบกินกัน จริง ๆ เอาตัวมาผัดกับน้ำพริกหรือดองน้ำปลา ตัวของมันเองไม่มีเนื้อมีหนังอะไรมีดีที่กลิ่นเหม็นของมันซึ่งเป็นกลิ่นซึ่งชวนใจ... ราคาขายเมื่อก่อนนี้ตัวหนึ่งอย่างถูกก็ 5 สตางค์...”

1.2 เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลารสหวานนำ ใช้น้ำปลาและน้ำตาลหม้อเคี้ยวพอ ขึ้นเป็นยางมะตูม บางตำรับเพิ่มน้ำส้มมะขามเปียก น้ำปลารสหวานนำใช้กับผลไม้รสเปรี้ยว เช่น มะม่วงที่มีรสเปรี้ยวจัด เมื่อจิ้มแล้วจะได้ 3 รสพอดีกัน ผักและสมุนไพรสดและคม เช่น เมี่ยงหรือสมุนไพรที่มีรสฝาด สะเดาที่มีรสขม ต้องตัดด้วยน้ำปลาหวานจะทำให้รสฝาดและรสขมเหล่านั้นน้อยลง เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลารสหวานนำจึงแบ่งตามอาหารที่รับประทานแนมกันได้ 4 ประเภทดังนี้

1.2.1 น้ำปลาหวานประเภทจิ้มกับผลไม้รสเปรี้ยว เช่น มะม่วง มะขามอ่อน มะดัน มะปรางอ่อน เรียก“น้ำปลาจิ้มส้ม” หรือ น้ำปลาหวาน มีส่วนประกอบ 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 น้ำปลาหวาน ใช้น้ำตาลหม้อ น้ำปลา น้ำเปล่า เคี้ยวพอขึ้นเป็นยางมะตูมอาจเพิ่มกะปิ กุ้งแห้งป่น ปลากรอบป่น ปลาแห้งป่น

ส่วนที่ 2 เครื่องโรยหน้า ใช้หัวหอมแดงซอย พริกชี้หนูซอย พริกแห้งหั่นเป็นท่อน ๆ ทอดหรือพริกชี้หนูทอด กุ้งแห้งหรือปลาแห้งป่น

น้ำปลาหวานประเภทจิ้มกับผลไม้รสเปรี้ยวนิยมใส่กะปิเพื่อเพิ่มรสเค็มและกลิ่นทำให้รสชาติกลมกล่อม ดังหลักฐานกาพย์ห่อโคลงนิราศธารทองแดง พระนิพนธ์ของเจ้าฟ้าธรรมาธิเบศ กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร (2545)

หมากม่วงดิบห่ามผ่าน	ใส่ในงานพานตบะรอง
นึ่งล่อมหอมเนืองนอง	จิ้ม น้ำปลางาปิ กิน
หมากม่วงดิบห่ามให้	ปอกผ่าน
งาปีน้ำปลาจาน	จุ่มจิ้ม
นึ่งล่อมหอมกินกราน	กินอยู่
เช็ดฟันผ่นหน้ายิ้ม	อ้มเอื้อยราลอย

น้ำปลาหวานใส่กะปิแบบโบราณเรียก “น้ำพริกหวาน” ตำรับสถาบันการเรือน (2527) มีตำรับดังนี้ ใช้พริกแห้งเผา (ย่าง) หัวหอมแดงและกระเทียมโขลกละเอียด ตักลงหม้อ

ใส่น้ำตาลหม้อ น้ำปลาและน้ำเปล่า เคี้ยวให้ขึ้นเป็นยางมะตูม ใช้จิ้มผลไม้ต่าง ๆ หรือใช้เป็นเครื่องจิ้มข้าวเกรียบทอดหรือข้าวตังทอด น้ำปลาทวนอีกชนิดหนึ่งเรียก “กะปิโหว่” มาจากลักษณะของน้ำปลาทวนใสกะปิขึ้น ๆ ใช้น้ำตาลหม้อและกะปิละลายให้เข้ากัน ใส่พริกขี้หนูและหัวหอมแดงโขลกละเอียดคลุกเคล้าพอเข้ากัน ใส่กุ้งแห้งป่น หัวหอมแดง และพริกขี้หนูซอย ลักษณะของกะปิโหว่จึงขึ้นมากเพราะไม่ได้ใส่น้ำปลาทวนจิ้มลงไป จึงเกิดช่องกลวงโหว่ลงไป น้ำปลาทวนประเภทจิ้มกับผลไม้รสเปรี้ยว อาทิ

น้ำปลาจิ้มส้ม ตำรับอาหารหม่อมเจ้าหญิงนิวาศสวัสดิ์ จิรประวัติ (2508) ใช้น้ำตาลหม้อ น้ำปลาและน้ำเปล่า เคี้ยวพอเป็นยางมะตูม ใส่กุ้งแห้งป่น พริกป่น ใช้จิ้มส้มต่าง ๆ (ผลไม้รสเปรี้ยว) ถ้าเป็น “น้ำปลาจิ้มส้มเครื่องทอด” ใช้น้ำตาลหม้อ น้ำปลา และน้ำเปล่า เคี้ยวพอเป็นยางมะตูม โรยหน้าด้วยปลาสดแห้งย่างโขลกละเอียด หัวหอมแดงเจียว และพริกแห้งทอด ใช้จิ้มส้มต่าง ๆ

1.2.2 น้ำปลาทวนประเภทจิ้มกับผลไม้รสเปรี้ยวแบบทรงเครื่องใช้ผลไม้รสเปรี้ยวสดหรือดอง ราดด้วยน้ำปลาทวน โรยด้วยกุ้งแห้งหรือปลาแห้งป่น บางตำรับเพิ่มมะพร้าวและถั่วลิสงคั่ว หัวหอมแดงและพริกขี้หนูซอย ดังหลักฐานนิราศพระแท่นดงรัง ของสามเณรกลั่น (2504)

ที่บ้านร้างว่างคนตันพุทรา
ดกระย้าสุกหามอร่ามเรือง
เห็นสมควรชวนกันขึ้นสันตน์
คอยเก็บหล่นลูกล้วนเป็นนวลเหลือง
เอาเกลือตำราหัดเมื่อขัดเคือง
พอทรงเครื่องเจ้าพุทราสง่างาม

จากหลักฐาน พบว่า “เอาเกลือตำราหัด เมื่อขัดเคือง” หมายถึง พุทราโรยหรือจิ้มด้วยเกลือป่น แก่ขีดไปก่อนยามไม่มี “ราหัด” หมายถึง กิริยาที่จิบมือ โดยใช้นิ้วชี้กับนิ้วโป้งหยิบเกลือ เทียบปริมาตร การปรุงอาหารอย่างตะวันตกเท่ากับ พินช (pinch) หมายถึง จำนวนเล็กน้อย ใช้กับของแห้ง ปริมาตรเท่ากับนิ้วชี้กับนิ้วโป้งหยิบจับขึ้นมาโดยประมาณ 1/16 ช้อนชา “พอทรงเครื่องเจ้าพุทราสง่างาม” หมายถึง พอทรงเครื่องทำให้ดูสวยงามน่ารับประทาน “ทรงเครื่อง” มี 2 ความหมาย (1) เพิ่มเติมส่วนประกอบให้มากกว่าปกติ คือ พุทรา กับน้ำปลาทวนทรงเครื่อง (เพิ่ม) กุ้งแห้งหรือปลาแห้งป่น หัวหอมแดงและพริกขี้หนูซอย โดยไม่ผ่านการปรุงด้วยความร้อน (2) การแต่งตัวหรือการประติดประต่อยให้งาม โดยการโรยส่วนประกอบ ไปทีละอย่าง คือ พุทราใส่น้ำปลาทวน ทรงเครื่องด้วย (โรย) มะพร้าวคั่ว ถั่วลิสงคั่ว กุ้งแห้งหรือปลาแห้งป่น หัวหอมแดงและพริกขี้หนูซอย บางตำรับใช้พริกป่นหรือพริกแห้งทอด โดยไม่ผ่านการปรุงด้วยความร้อน อาทิ

กระท้อนทรงเครื่องของท่านผู้หญิงกลีบ มหิธร อนุสรณ์ในงาน ฉาปนกิจศพ ไสวศรีภิรมย์ (2509) มีตำรับดังนี้ นำกระท้อนปอกเปลือก ขอยตามลูกทั้งลูก แช่น้ำเกลือให้หายฝาด บีบน้ำออก ราดด้วยน้ำปลาทวน ใส่พริกป่น กุ้งแห้ง มะพร้าวคั่ว

จากการศึกษายังพบว่าการปกผลไม้รสเปรี้ยวจะใช้มีดทองเหลืองหรือมีดม้าพ่อในหนังสืออักขราภิธานศรับท์ แदनบิช บรัดลีย์ (2514) ได้ให้คำอธิบายว่า “ม้าพ่อคือเครื่องประโคมของจีนรูปเหมือนเถา ทำด้วยทองเหลืองจีนดีเอาฤกษ์” ซึ่งแต่เดิมเครื่องทองเหลืองนั้นเป็นโลหะผสมช่างบุจะใช้ม้าพ่อหรือพ่อเกี้ยวที่ชำรุด นำมาหลอมแล้วตีเป็นภาชนะต่าง ๆ ขึ้นใหม่ ช่างเรียกกันว่าทองม้าพ่อหรือทองใบไม้ เป็นโลหะที่ได้รับการนำเข้ามาจากเมืองจีนตั้งแต่สมัยอยุธยา ดังหลักฐานนิราศเมืองกวางตุ้งของพระยามหามุนีภาพ กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร (2532)

แล้วเขาทำเปิดโกให้หัวเฒะ
แต่ขลุ่ยขลุ่ยแล้วลุกขึ้นไปรยปราย
เย็นเข้าให้เจ้าด้วยม้าพ่อ

ตามเพศที่ทะเลแล้วเทถวาย
กระดาษพรายเผาเพลิงเถลิงเรื่อง
พระมหาจ้องฟังอิงคะนึ่งเนื่อง

ครั้นคำแวนโคมเคียงเรียงเรื่อง

ตลอดเบื้องหน้าท้ายที่รายไป

ดังหลักฐานการใช้มีดทองปกมะม่วงในนิราศตามเสด็จลำน้ำน้อย พระยาตรังแต่งไว้เมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชไปตีเมืองทวาย พ.ศ. 2330-2334 กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร (2547)

เห็นม่วงชุมชายทวิ
มีดทองปกถวายสาย

เทศน์น้อง
สวาสดีตีตมาถ

สมัยโบราณยังไม่มีมีดเนื้อสแตนเลส (Stainless Steel) หรือเหล็กไร้สนิม แต่ใช้มีดเนื้อเหล็ก ซึ่งนำไปปกเป็นผลไม้จะทำให้เนื้อผลไม้ดำและมีกลิ่นของเหล็ก สมัยโบราณจึงต้องใช้มีดที่เป็นเนื้อเงิน หรือทองเหลืองปกผลไม้ ในบันทึกของหมอ สมิต มัลคอล์ม (2542) กล่าวว่า “เสร็จจากเครื่องคาวก็จะถึงผลไม้ตามฤดูกาล ซึ่งจัดเตรียมมาอย่างประณีตไม่ว่าจะเป็นปกเปลือก คว้านเมล็ด หรือเอาเมล็ดเล็ก ๆ ออก โดยใช้มีดทองเหลืองที่ทำขึ้นสำหรับงานประเภทนี้โดยเฉพาะ เนื้อโลหะจะไม่ทำให้รสชาติของผลไม้เปลี่ยนไป”

1.2.3 น้ำปลาหวานรับประทานกับเมี่ยง เมี่ยงคืออาหารว่างชนิดหนึ่งลักษณะเป็นคำ ๆ จะใช้ใบไม้ กลีบดอกไม้ หรือ ผลิตภัณฑ์จากแป้ง เช่น กว๊ายเตี๋ยเส้นใหญ่ จะนำมาห่อกับเครื่องเมี่ยงหรือไม่ห่อก็ได้ มีส่วนประกอบของเมี่ยง มี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เครื่องเมี่ยง

1) สมุนไพร เช่น ตะไคร้ หัวหอมแดง กระเทียม กระเทียมดอง ชিংอ่อน พริกชี้หนู พริกชี้ฟ้า มะนาว ข่าอ่อน นำมาซอยบาง ๆ หรือหั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ

2) เนื้อสัตว์ เช่น ปลา กุ้ง หอย ปู เนื้อไก่ เนื้อหมู หนั๋งหมู เนื้อวัว นก นำมาสับหรือหั่นเป็นชิ้น ๆ แล้วปรุงให้สุก ด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น นึ่ง ต้ม ลวก เผา ปิ้งย่าง อบ ทอด ถ้ามีเปลือก กระดุก หรือก้างต้องแกะเอาแต่เนื้อ

3) ผลไม้รสเปรี้ยว นิยมใช้มะม่วง มะเฟือง มะดัน หั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ

4) อื่น ๆ ใช้ส่วนประกอบที่ให้รสเค็มและมัน เช่น มะพร้าวคั่ว ถั่วลิสงคั่ว เม็ดมะม่วงหิมพานต์คั่ว กุ้งแห้ง กากหมู (มันหมูเจียว)

ส่วนที่ 2 เครื่องห่อและเครื่องประกอบอื่น ๆ

1) ใบไม้และกลีบดอกไม้ เช่น ใบทองหลาง ใบชะพลู ใบมะยม ใบมันสำปะหลัง ผักกาดหอม ผักคะน้า ต้นหอม ผักชี ใบโหระพา ผักชีลาว ผักกระโดน ผักแต้ว ใบโศก ผักกาดทอง กลีบบัว

2) ผลไม้รสเปรี้ยว ถ้าใช้ผลไม้รสเปรี้ยวเป็นส่วนประกอบหลักเรียก เมี่ยงส้ม เช่น ส้มโอ สับปะรด มะดัน มะปราง มะม่วง ส้มซ่า

3) ผลิตภัณฑ์จากข้าวและแป้ง เช่น กระทงทอง ข้าวตัง ขนมนเรไร วุ้นเส้น ขนมนจีน ข้าวเกรียบ ข้าวตาก กวยเตี๋ยวเส้นใหญ่ กวยเตี๋ยวเส้นหมี่

ส่วนที่ 3 น้ำเมี่ยง

1) ส่วนประกอบหลัก ได้แก่ น้ำตาลหม้อ น้ำปลาและน้ำเปล่าเคี่ยวพอข้น เป็นยางมะตูม บางตำรับเพิ่มส่วนประกอบอื่น ๆ ที่ทำให้กลิ่น รสชาติและความข้นเพิ่มขึ้น เช่น กะปิ กุ้งแห้งหรือปลาแห้งป่น ข่าโขลกละเอียด ถั่วลิสงคั่วป่น มะพร้าวคั่วป่น

2) เครื่องโรยหน้า เช่น หัวหอมแดงซอย กระเทียมซอย หัวหอมแดงเจียว กระเทียมเจียว พริกแห้งทอด พริกชี้หนูแห้งทอด

ท่านผู้หญิง เปลี่ยน ภาสกรวงศ์ (2554) อธิบายเมี่ยงไว้ในตำราแม่ครัวหัวป่าก์ เล่ม 1 ว่า “เครื่องว่างนี้เป็นของไว้รับประทานกลางวัน บ่าย หรือค่ำ ระหว่างอาหารเช้าหรือเย็น มีทั้งคาว และหวาน หลายอย่าง ต่างชนิด ที่แผลงถ่ายจากของต่างประเทศ ทั้งแม่ครัวหัวป่าก์ ประดิษฐ์ขึ้นโดยมากที่สุด เพียงเมี่ยงของโบราณ ก็ทำเพิ่มเติมขึ้นอีกหลายอย่าง แทบจะเป็นเมี่ยงไปได้ในใบไม้ ผลไม้ ที่มีรสขมขึ้น ผาด อยู่ในประเภทผัก...” ซึ่งเมี่ยงแบบดั้งเดิมมีหลายชนิด ดังหลักฐานกาพย์เห่ชมเครื่องว่าง พระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (2516)

เมี่ยงค่าน้ำลายสอ
ข้าวคลุก คลุกไก่หมู

เมี่ยงสมอ เมี่ยงปลาทุ
น้ำพริกกล้วยทอด

เมี่ยงคำ ศรีมาลา (ปอง มาลากุล) (2497) มีตำรับดังนี้ เครื่องเมี่ยง ใช้มะพร้าวคั่ว กุ้งแห้ง ถั่วลิสงคั่ว ชিংอ่อน พริกชี้หนู หัวหอมแดงและมะนาว หั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ เครื่องห่อ ใช้ใบชะพลู ใบทองหลาง หรือใช้กลีบบัว น้ำเมี่ยง ใช้น้ำตาลหม้อ น้ำปลา กะปิ และน้ำเปล่า เคี่ยวพอเป็นยางมะตูม บางตำรับเพิ่มมะพร้าวคั่วโขลกละเอียดลงไปด้วย

เมี่ยงสมอ ศรีมาลา (ปอง มาลากุล) (2497) แบ่งเป็น 2 ประเภท (1) เมี่ยงสมออย่างเครื่องสด มีตำรับดังนี้ เครื่องเมี่ยง ใช้ผลสมอ ชিংอ่อน หัวหอมแดง กระเทียม พริกชี้หนู และมะนาวหั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ วางเกลือเม็ด และน้ำตาลลงบนหั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ ไม่มีเครื่องห่อและน้ำเมี่ยง (2) เมี่ยงสมออย่างเครื่องทอด มีเครื่องเมี่ยงเหมือนกับเมี่ยงสมออย่างเครื่องสดและมีเครื่องห่อเป็นใบทองหลาง น้ำเมี่ยง ใช้กุ้งแห้งทอดและถั่วลิสงทอดโขลกละเอียดใส่น้ำพริกเผา

ปรงรสด้วยน้ำตาลหม้อ น้ำปลา น้ำส้มมะขามเปียก ละลายให้เข้ากัน โรยด้วยหัวหอมแดงเจียว และกระเทียมเจียว

เมี่ยงปลาทุ อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพนาง ละม่อม กนิษฐดิษ (2537) มีตำรับ ดังนี้ เครื่องเมี่ยงใช้ปลาทุทอดแกะเอาข้างและหัวออก ชิงอ่อน หัวหอมแดง พริกชี้หนูและ มะนาวหั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ ต้นหอมซอย ผักชีเด็ดเป็นช่อ และถั่วลิสงทอด เครื่องห่อใช้ใบทองหลาง ใบชะพลู ใบผักกาดหอม น้ำเมี่ยงใช้น้ำตาลหม้อ น้ำปลา น้ำส้มมะขามเปียก เคี้ยวพอชื้นเป็นยาง มะตูม ใส่พริกชี้หนูซอย (บางตำรับไม่มีน้ำเมี่ยง)

จากหลักฐานกายภาพให้เรือชมเครื่องว่างพบว่าน้ำเมี่ยง แบ่งเป็น 3 ประเภท (1) น้ำเมี่ยงอย่างน้ำปลาหวาน บางตำรับเพิ่มน้ำส้มมะขามเปียก (2) ใช้น้ำตาลลงบั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ และเกลือเม็ด (3) น้ำพริกเผาปรงรสด้วยน้ำตาลหม้อ น้ำปลา และน้ำส้มมะขามเปียก ดังตัวอย่าง น้ำปลาหวานรับประทานกับเมี่ยง

เมี่ยงคน้ำ กรมอาชีวศึกษา (2539) มีตำรับดังนี้ เครื่องเมี่ยงใช้ ชิงอ่อน มะดัน หัวหอมแดง และพริกชี้หนู ทุกอย่างหั่นเป็นชิ้นสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ ถั่วลิสงคั่ว กุ้งแห้ง เครื่องห่อ ใช้ ใบคน้ำ น้ำเมี่ยง ใช้น้ำตาลหม้อ น้ำปลา น้ำปลาใส่หัวหอมแดงเผา ข่าเผา และมะพร้าวคั่ว โขลกละเอียด เคี้ยวพอชื้นเป็นยางมะตูม ใส่ปลากรอบปน

เมี่ยงส้ม กรมอาชีวศึกษา ลักษณะค่อนข้างแห้งบางตำรับปั้นเป็นก้อน ๆ ประกอบด้วย เครื่องเมี่ยง ใช้มะพร้าวคั่ว เต้าหู้เหลืองหั่นเล็ก ๆ ทอด ถั่วลิสงคั่ว น้ำเมี่ยง ใช้น้ำตาลหม้อ น้ำปลา น้ำส้มมะขามเปียก เคี้ยวพอชื้นเป็นยางมะตูมใส่หัวหอมแดงเผาโขลกละเอียดและชิง ซอย นำเครื่องเมี่ยงผสมกับน้ำเมี่ยง รับประทานกับส้มโอ มะม่วง มะปราง

น้ำปลาใบเมี่ยง ตำรับอาหารหม่อมเจ้าหญิงนิภาสวสดี จิระประวัติ (2508) มีตำรับ ดังนี้ เครื่องเมี่ยงใช้กุ้งแห้งหรือกุ้งนางเผา กากหมู เครื่องห่อ ใช้ใบกุ่มดอง หรือใบทองหลางทอด น้ำเมี่ยง ใช้น้ำตาลหม้อ น้ำปลา น้ำส้มมะขามเปียก เคี้ยวพอเป็นยางมะตูม โรยหน้าด้วยพริก ชี้หนูและกระเทียมซอย

1.2.4 น้ำปลาหวานรับประทานกับผักรสเผ็ดหรือขม ลักษณะเหมือนน้ำปลาหวานประเภทจิ้มกับผลไม้รสเปรี้ยว ใช้น้ำปลา น้ำตาลหม้อ บางตำรับเพิ่มน้ำส้มมะขามเปียก เคี้ยวพอชื้น ใช้แฉกกับสะเดา ผักชี แพงพวย เช่น

น้ำปลาหวานกับสะเดา ตำรับอาหารหม่อมเจ้าหญิงนิภาสวสดี จิระประวัติ (2508) แบ่งตำรับน้ำปลาหวานกับสะเดาเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) น้ำปลาสะเดาเครื่องทอด ใช้เนื้อมะขามเปียกสับละเอียดละลายใส่น้ำปลา น้ำตาลหม้อ และน้ำมันหมูเล็กน้อย ตั้งไฟพอเดือดยกลง โรยด้วยหัวหอมแดงเจียว พริกชี้หนูทอด ผัก ใช้สะเดาเผาหรือลวก ผักชี ต้นหอม ปลาเกล็ดใช้ปลาชุกย่าง ปลาช่อนย่าง กุ้งเผา

2) น้ำปลาสะเดาเครื่องสด ทำอย่างเดียวกับเครื่องทอดแต่ไม่ต้องตั้งไฟ โรยด้วยหัวหอมแดง ต้นหอมผักชี และพริกชี้หนูซอย รับประทานอย่างเดียวกับเครื่องทอด

น้ำปลาหวานกับสะเดาในตำราอื่น ๆ มีวิธีการปรุงต่างออกไปเล็กน้อยดังนี้ ใช้หัวกะทิ เคี้ยวจนเป็นน้ำมันซีได้ ใส่น้ำตาลหม้อ น้ำปลา น้ำส้มมะขามเปียก เคี้ยวพอชื้นเป็นยางมะตูม โรยด้วย หัวหอมแดงเจียว กระเทียมเจียว พริกแห้งทอด ผักแนม ใช้สะเดาลวกในน้ำข้าวและ

ผักชี ปลาเกล็ด ใช้ปลาตุ๋นย่าง และกุ้งเผา ตำราครอบโลก (2472) กล่าวว่า “การเผากุ้งต้องใช้ไฟแรงตามธรรมเนียมของ กองกุลอัคคี ท่านให้ใส่ของที่จะเผาลงไปไนไฟร้อนจัด ระวัง พอมิผิวเกรียมอย่าให้ไหม้ เนื้อจะหวาน ถ้าแห้งไป เนื้อจะแข็งหมดโอชะ ส่วนสะเดา เมื่อจะเผาต้องห่อหุ้มด้วย ใบตองสด ให้หนา ประมาณ 3 - 4 ชั้น เผากลับไปกลับมาจนใบสะเดาอ่อนนิ่ม ใบตองจะเกรียมหมดพอดี เอาออก ตัดก้านใส่จานสำหรับรับประทานจิ้มน้ำปลาหวานกับกุ้งเผา ปลาตุ๋นย่าง”

น้ำปลาแพงพวย ตำราแม่ครัวหัวป่าก์ เล่ม 5 ของท่านผู้หญิง เปลี่ยน ภาสกรวงศ์ (2554) ใช้ น้ำส้มมะขามเปียกขยำกับกะปิ และน้ำตาลหม้อ พอละลายเข้ากัน ใส่หัวหอมแดง และกระเทียมซอยหรือสับให้ละเอียด โรยด้วยพริกแห้งย่าง ปลาเกล็ดใช้ปลาหมอตูใหญ่ปิ้งทั้งเกล็ด ปลาตุ๋นย่าง ผักใช้สะเดาลวกหรือเผา และแพงพวย

แพงพวย เป็นพรรณไม้เลื้อยที่อาศัยอยู่ในน้ำมีลำต้นทอดยาวไปตามผิวน้ำใช้ยอดอ่อนและลำต้นอ่อนลวกรสชาติดีหอมผัด มีมากในช่วงฤดูน้ำ (นึ่ง) หรือช่วงเดือนสิบเอ็ดถึงสิบสอง ดังหลักฐานโคลงพระราชพิธีทวาทศมาส พระนิพนธ์สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอเจ้าฟ้ากรมพระยาบำราบปรปักษ์ (2545)

เหล้าหญิงเก็บผักเหล้า	นานา
ตบตบเต่าสันตะวา	ผักบุ้ง
แพงพวยอีกต้นขา	เขียดเก็บ มากแฮ
บัวเผื่อนผักก้ามกุ้ง	กับทั้งใบบัว

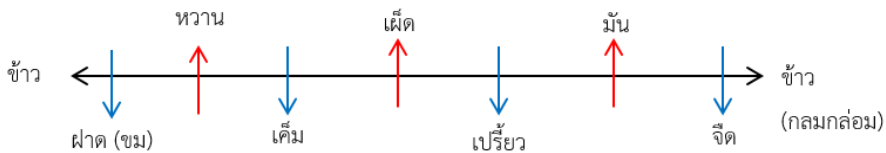
ช่วงเวลาเดือนสิบเอ็ดหรือตุลาคม น้ำจะเริ่มไหลบ่ามาจนถึงภาคกลางตอนล่าง ระดับน้ำจะสูงเรื่อย ๆ จนถึงเดือนสิบสอง หรือพฤศจิกายน น้ำจะหยุดนิ่ง ท่วมนา และพื้นที่ต่ำทั่วไปโบราณเรียกว่า “เดือนสิบเอ็ดน้ำนอง เดือนสิบสองน้ำทรง” น้ำท่วมนี้จะอยู่ราวหนึ่งเดือน พอถึงเดือนอ้ายหรือธันวาคม น้ำจะค่อย ๆ ลดระดับลงโบราณเรียกว่า “เดือนอ้าย เดือนยี่ น้ำก็รู้ไหลลง” ช่วงนี้ชาวบ้านรอเก็บเกี่ยว อาภาศเย็นสบาย ในน้ำมีผักปลาอุดมสมบูรณ์ จึงพายเรือเก็บผักน้ำ ไปจิ้มกับน้ำพริก ซึ่งในโคลงพระราชพิธีทวาทศมาส กล่าวถึง ผักตบเต่า ผักสันตะวา ผักบุ้ง แพงพวย บัวเผื่อน ผักก้ามกุ้ง ผักข่าเขียด และผักตบ

4. องค์ความรู้ใหม่

เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลา ถูกจัดมาจิ้มกับอาหารเพื่อประกอบรสชาติอาหารในสำรับนั้น ๆ ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้รับประทาน รับประทานได้ร่อยมากขึ้น เพราะรสชาติอาหารไทยที่ถูกต้องว่ากลมกล่อมนั้นไม่ใช่รับประทานอาหารที่ละอย่างแบบชาวตะวันตก แต่อาหารไทยถูกเสิร์ฟมาเป็นสำรับและที่สำคัญขาดไม่ได้คือน้ำพริก มีรสเค็มและเผ็ดเป็นพื้นฐาน ในสำรับจึงมีน้ำพริกอยู่เป็นประธาน (กลางสำรับ) และมีปลาอย่าง ปลาทอด ผักต่าง ๆ (เรียกผักปลาเกล็ด) มาตัดรสเค็มและเผ็ดเพื่อไม่ให้ 2 รสนี้โดดเด่นเกินไป ฉะนั้นถ้าในสำรับไม่มีน้ำพริกก็ต้องใช้น้ำปลาพริกแทน

เช่น ข้าวผัดกะเพราหมูสับกับไข่ดาวที่มีความมันและเผ็ดจึงต้องมีน้ำปลาพริก เพื่อตัดความมัน เลี่ยนและเผ็ดทำให้กินข้าวได้และมากอ่อยขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าว จะเห็นได้ว่าเครื่องจิ้มประเภทน้ำปลารสเค็มนำจะทำหน้าที่ตัด ความมันเลี่ยน และเผ็ด ส่วนเครื่องจิ้มประเภทน้ำปลารสหวาน ทำหน้าที่ 3 อย่าง (1) ตัดความ มันเลี่ยนและเผ็ด (2) ตัดรสเปรี้ยว (3) ตัดรสฝาดหรือขม ซึ่งเครื่องจิ้มประเภทน้ำปลาทั้ง 2 ประเภทจะต้องมี “ข้าว” เป็นตัวเชื่อมทุกรสชาติ ให้กลมกล่อม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รสชาติอาหารไทย

ที่มา : ภูษิษย์ สว่างสุข (2564)

5. สรุป

ผลจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (1) เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลาเค็มนำ แบ่งเป็น 3 ประเภท (1.1) น้ำปลาเพิ่มผลไม้รสเปรี้ยว เช่น น้ำปลามะดัน น้ำปลาระกำ (1.2) น้ำปลาเพิ่มเห็ดโคน เรียกน้ำปลาเห็ดโคน (1.3) น้ำปลาเพิ่ม เนื้อสัตว์ เช่น น้ำปลาแมลงดา น้ำปลาปูแสมเค็ม เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลารสเค็มทำหน้าที่ตัด ความมัน เลี่ยน และเผ็ด (2) เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลารสหวานนำ เรียกน้ำปลาหวาน แบ่งเป็น 4 ประเภท (2.1) น้ำปลาหวานประเภทจิ้มกับผลไม้รสเปรี้ยว อาทิ มะม่วงน้ำปลาหวาน (2.2) น้ำปลาหวานประเภทจิ้มกับผลไม้รสเปรี้ยวแบบทรงเครื่อง อาทิ กระท่อนทรงเครื่อง (2.3) น้ำปลาหวานรับประทานกับเมี่ยง อาทิ เมี่ยงกลีบบัว (2.4) น้ำปลาหวานรับประทานกับผัดรส ฝาดหรือขม อาทิ น้ำปลาหวานกับสะเดาลวก เครื่องจิ้มประเภทน้ำปลาหวานรสหวานนำทำ หน้าที่ 3 อย่าง (1) ตัดความมันเลี่ยนและเผ็ด (2) ตัดรสเปรี้ยว (3) ตัดรสฝาดหรือขม

6. ข้อเสนอแนะ

ประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมด้านอาหารไทยควรศึกษาและบันทึกอย่างเป็นระบบ เพื่อนำองค์ความรู้เหล่านี้มาต่อยอดสร้างสรรค์คือทุนที่ไม่ใช่ตัวเงินแต่เป็นความคิด ทางประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นไทยที่หลากหลายออกมาต่อยอดเพื่อเพิ่ม มูลค่าสินค้าและบริการได้

7. เอกสารอ้างอิง

- กรมอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2539). *ตำราเครื่องว่างและขนมไทย*, บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป จำกัด.
- กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร. (2532). *วรรณกรรมธนบุรี เล่ม 1*, กรมศิลปากร.
- กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร. (2545). *วรรณกรรมสมัยอยุธยา เล่ม 2* (พิมพ์ครั้งที่ 2). โรงพิมพ์ของคุรุสภาลาดพร้าว.
- กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร. (2547). *วรรณกรรมพระยาตรัง* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรมศิลปากร.
- แดนปีช บัณฑิตย์. (2514). *อักษราภิธานศรับท์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- ธรรมธิเบตร์, พุทธเลิศล้ำภักดิ์, จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, มงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว, นริศรานันต์ดิวงษ์ และสุนทรภู่. (2516). *ประชุมกาพย์เห่เรือ*, องค์การค้าของคุรุสภา.
- นางละม่อม กนิษฐดิษ. (2537). *เมี่ยงปลาทุ* ใน *อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพ นางละม่อม กนิษฐดิษ. ณ ฌาปนสถานกองทัพอากาศ วัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร* (10 มีนาคม). กิตติพงศ์การพิมพ์.
- นิवासวดี จิระประวัติ. (2508). *ตำรับอาหารหม่อมเจ้าหญิง นิवासวดี จิระประวัติ*. ใน *อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงหม่อมเจ้าหญิงวิมลปัทมราช จิระประวัติ*. (16 พฤษภาคม). ห้างหุ้นส่วนจำกัด ศิวพร.
- ประเทือง คล้ายสุบรรณ. (2522). *ร้อยกรองชาวบ้าน*, สุทธิสารการพิมพ์.
- เปลี่ยน ภาสกรวงศ์. (2554). *ตำราแม่ครัวหัวป่าก์ เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 7). สำนักพิมพ์ต้นฉบับ.
- พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย, พระสุนทรโวหาร (ภู่), ครูแจ้ง, ครูอ่อน และครูเพิ่ม. (2558). *เสภาเรื่อง ขุนช้าง-ขุนแผน ฉบับสมบูรณ์สามภาค และฉบับต่างสำนวน เล่ม 2*, บริษัท ตลาดา พับลิเคชั่น จำกัด.
- พลุลวง และ ส. ตูลยานนท์. (2515). *สารจากนครพิงค์ถึงบางกอก* กรุงเทพฯ: เกษมบรรณกิจ.
- ฟานฟลิต (วันวลิต). (2547). *Description of the Kingdom of Siam* [รวมบันทึกประวัติศาสตร์อยุธยา] (นันทา วรเนติวงศ์, ผู้แปล; พิมพ์ครั้งที่ 2). กรมศิลปากร.
- ภูษิย์ สว่างสุข. (2564). *อาหารไทย*, โรงพิมพ์ เอส. ออฟเซ็ทกราฟ.
- ศรีมาลา (ปอง มาลากุล). (2497). *ตำรับอาหารพิเศษ*, วิสุทศคาม.
- สถาบันการเรือน. (2527). *กับข้าวชาวบ้าน 1000 ชนิด*, เสริมวิทยบรรณาการ.
- สมเด็จพระเจ้าฟ้ามหาเมลา กรมพระยาบำราบปรปักษ์. (2545). *โคลงราชพิธีทวาทศมาส* (พิมพ์ครั้งที่ 4). เอ็ดสันเพลสโปรดักส์ จำกัด.
- สมิธ, มัลคอล์ม. (2542). *The Court of Siam* [ราชสำนักสยามในทัศนะของหมอสมิธ] (ศุกลรัตน์ ธาราคักดี, ผู้แปล; พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์เซนจูรี.

- สังข์ศิลป์ชัยกลอนสวด. (2513). *สังข์ศิลป์ชัยกลอนสวด*, โรงพิมพ์คุรุสภา.
- สามเณรกลั่น. (2504). *นิราศพระแท่นดงรัง ของสามเณรกลั่น ฉบับชำระใหม่*, กรมศิลปากร.
- สายปัญญาสมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์. (2523). *ตำรับสายยาวภา* (พิมพ์ครั้งที่ 5).
สววิชาญการพิมพ์.
- เสฐียรโกเศศ (พระยาอนุมานราชธน). (2510). *ชีวิตชาวไทยสมัยก่อน*, สำนักพิมพ์บรรณาคาร.
- ไสว ศรีภิรมย์. (2509). ตำรากับข้าวสอนลูกหลาน ผลไม้ ของว่างและขนมของท่านผู้หญิงกลีบ
มทิธร. ใน *อนุสรณ์ในงาน ฌาปนกิจศพ นายไสว ศรีภิรมย์* (2509). บริษัท เสนาการ
พิมพ์ จำกัด.
- หม่อมราชวงศ์ คึกฤทธิ์ ปราโมช. (2541). *คึกฤทธิ์พ่อครัวหัวป่าก์*, อัมรินทร์พรินต์ติ้ง แอนด์
พลับพลึง จำกัด.
- หม่อมหลวงดิ้ว ชลมารคพิจารณ. (2508). *น้ำปลามะดัน ใน อนุสรณ์งานฌาปนกิจศพ
หม่อมหลวงดิ้ว ชลมารคพิจารณ* ท.จ.. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญ นิติบุคคลไทย
วัฒนา พานิช.
- หอสมุดแห่งชาติ กรมศิลปากร. (2529). *จารึกประเทศไทย เล่ม 4 อักษรขอม พุทธศตวรรษที่
17-18*, โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- อนุสรณ์ ตีปยานนท์. (2472). *ตำราครอบโลก เล่ม 1 ภาค 1*, โรงพิมพ์กิมหลีหงวนเสาชิงช้า.

แผนผังต้นแบบสูตรอาหาร: เครื่องมือสร้างสรรค์สูตรอาหารอย่างเป็นระบบ

Recipe Model Canvas: A Structured Tool for Creative Recipe Development

วีร์ วงศ์สันติวนิช^{1*}, นิตินัย รุ่งจินดารัตน์², วาতি อินทลักษณ์³ และปิยวิทย์ ตันติเวทย์¹

Vee Vongsantivanich^{1*}, Nitinai Rungjindarat², Watit Intuluck² and Piyawit Tantiwet¹

Received 10 ธันวาคม 2567 Revised 31 มกราคม 2568 Accepted 10 กุมภาพันธ์ 2568

บทคัดย่อ

บทความนี้นำเสนอแนวคิด แผนผังต้นแบบสูตรอาหาร (Recipe Model Canvas; RMC) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ออกแบบมาเพื่อช่วยสนับสนุนการสร้างสรรค์และพัฒนาสูตรอาหารอย่างเป็นระบบในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีการแข่งขันสูงในประเทศไทย โดยรวบรวมปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคและความพึงพอใจของลูกค้า เช่น ปัจจัยด้านประสาทสัมผัส ปัจจัยด้านบริบทแวดล้อม และลักษณะเฉพาะของผู้บริโภค RMC ช่วยให้การวางแผนการควบคุมคุณภาพ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรอบด้าน

นอกจากนี้ RMC ยังเหมาะสำหรับการสร้างสรรค์เมนูที่เพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจอาหาร โดยเฉพาะในบริบทที่ต้องการสร้างความแปลกใหม่ เช่น การใช้เทคนิค Molecular Gastronomy ทั้งนี้ การพัฒนาศักยภาพของ RMC ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อผู้บริโภค รวมถึงการปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทวัฒนธรรมและตลาดในระดับสากล เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว แนวคิดนี้ได้รับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ตามกฎหมายไทย หมายเลข ว.054356

คำสำคัญ: แผนผังต้นแบบสูตรอาหาร, ประสาทสัมผัส, ความพึงพอใจ, การพัฒนาสูตรอาหาร

¹ อาจารย์, คณะศิลปการประกอบอาหาร วิทยาลัยดุสิตธานี

¹ Instructor, Faculty of Culinary Arts, Dusit Thani College

² อาจารย์, ศูนย์บริหารธุรกิจและศึกษาทั่วไป วิทยาลัยดุสิตธานี

² Instructor, Business Administration and General Education Center, Dusit Thani College

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ศูนย์บริหารธุรกิจและศึกษาทั่วไป วิทยาลัยดุสิตธานี

³ Assistant Professor, Ph.D., Business Administration and General Education Center, Dusit Thani College

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: vee.vo@dtc.ac.th

Abstract

This article introduces the concept of the Recipe Model Canvas (RMC), a tool designed to systematically support the creation and development of recipes in the highly competitive food and beverage industry in Thailand. The RMC integrates key factors influencing consumer choices and satisfaction, including sensory aspects, environmental contexts, and individual consumer characteristics. By incorporating these factors, the RMC facilitates effective planning, quality control, and product development, enabling businesses to meet consumer demands comprehensively and efficiently.

Moreover, the RMC is particularly suitable for creating innovative menus that add value to food businesses, especially in contexts requiring unique dining experiences, such as utilizing Molecular Gastronomy techniques. To enhance the potential of the RMC, further studies should explore the relationships among the factors affecting consumers and adapt the tool to fit diverse cultural contexts and international markets. This development will empower businesses to increase their competitive advantage and promote sustainable growth in the long term. The Recipe Model Canvas (RMC) is protected under Thai copyright law, Copyright No. ว.054356.

Keywords: Recipe Model Canvas, Sensory, Satisfaction, Recipe Development

1. บทนำ

ตลาดอาหารและเครื่องดื่มและภาคอุตสาหกรรมบริการของประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องที่ร้อยละ 4.0-5.0 ต่อปี โดยช่วงปี 2567-2569 มีการคาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดรวมจะอยู่ที่ 275,000-300,000 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การแข่งขันที่รุนแรงจากธุรกิจอาหารทั้งในและต่างประเทศ และการขยายตัวของศูนย์การค้า ทำให้ SMEs เผชิญความยากลำบากในการรักษากำไร โดยข้อมูลยังระบุว่าร้อยละ 40 ของร้านอาหารไทยมีการดำเนินธุรกิจและคงอยู่ไม่เกิน 3 ปี (ศุภกร กรบุญไทรเทศ, 2567)

อาหารมีบทบาทสำคัญในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ไม่เพียงในฐานะสินค้าหลัก แต่ยังช่วยสร้างความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีของลูกค้า ความพึงพอใจในอาหารท้องถิ่นส่งผลต่อความไว้วางใจในธุรกิจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ อาหารจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงธุรกิจกับผู้บริโภค งานวิจัยของ Ilban, M. O., & Yildiz, N. (2020) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เคยสัมผัสกับอาหารท้องถิ่นมีระดับความพึงพอใจสูง ซึ่งความพึงพอใจนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและความภักดีต่อจุดหมายปลายทางอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษายังพบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นคนท้องถิ่นมีแนวโน้มชื่นชอบอาหารท้องถิ่นมากเป็นพิเศษเนื่องจากความคุ้นเคยกับรสชาติ วัตถุดิบ และวิถีวัฒนธรรมในอาหารนั้น ความคุ้นเคยนี้ช่วยเพิ่ม

ความพึงพอใจและความผูกพันกับอาหารในระดับที่สูงขึ้น ผลการวิเคราะห์จากแบบจำลองสมการโครงสร้างสนับสนุนว่าความพึงพอใจในอาหารท้องถิ่นมีผลเชิงบวกอย่างชัดเจนต่อความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้า

ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสที่สำคัญสำหรับธุรกิจอาหารในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนากลยุทธ์ที่เน้นสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวท้องถิ่น ซึ่งไม่เพียงช่วยดึงดูดลูกค้า แต่ยังเสริมสร้างความภักดีที่นำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งอาจรวมถึงการเน้นคุณภาพและเอกลักษณ์ของอาหาร รวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ความไว้วางใจและความภักดีที่เพิ่มขึ้นสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว โดยช่วยให้ธุรกิจอาหารท้องถิ่นดึงดูดและรักษากลุ่มลูกค้าเดิมพร้อมขยายฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ ธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหาร ประสาทสัมผัส และความปลอดภัย รวมถึงการใช้ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เช่น สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ (Mac Con Iomaire, M. et al., 2021) อย่างไรก็ตาม เครื่องมือออกแบบสูตรอาหารที่เป็นระบบยังไม่ได้มีการใช้อย่างแพร่หลาย จากการศึกษา พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภค ได้แก่ คุณภาพของอาหาร การให้บริการ บรรยากาศ และพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อแบรนด์อาหารและเครื่องดื่ม เพื่อรองรับปัจจัยดังกล่าว ผู้เขียนจึงเสนอแนวคิด Recipe Model Canvas (RMC) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นเพื่อลดข้อผิดพลาดในการออกแบบสูตรอาหาร และสนับสนุนให้ธุรกิจสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการรวบรวมและวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ RMC ได้รับการออกแบบให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลากหลายมิติ รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างครอบคลุม ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในตลาดที่มีการแข่งขันสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์

2.1 ศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม

2.2 นำเสนอแนวคิด แผนผังต้นแบบสูตรอาหาร (Recipe Model Canvas; RMC) สำหรับการพัฒนาสูตรอาหารใหม่

3. เนื้อเรื่อง

3.1 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในอาหาร

ความพึงพอใจในอาหารเกิดจากหลายปัจจัย ได้แก่ ประสาทสัมผัส บริบทแวดล้อม และลักษณะของลูกค้า โดยประสาทสัมผัสประกอบด้วยรสชาติ เนื้อสัมผัส และกลิ่น ส่วนบริบทแวดล้อม ได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม บรรยากาศ และสถานที่รับประทานอาหาร ส่วนลักษณะของลูกค้า ได้แก่ ความคาดหวัง ประสบการณ์ สภาพร่างกายหลังการบริโภค และความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นต้น (Andersen, B. V., & Hyldig, G., 2015)

3.1.1 ปัจจัยด้านประสาทสัมผัสต่อการเลือกอาหาร

คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับของผู้บริโภค โดยเฉพาะเมื่อมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ แม้ส่วนผสมจะเป็นสิ่งที่ไม่คุ้นเคย แต่หากมีคุณภาพทางประสาทสัมผัสที่ดี เช่น สี รสชาติ และกลิ่น ผลิตภัณฑ์นั้นก็สามารถสร้างความพึงพอใจได้ ตัวอย่างที่ชัดเจนคือการทดลองผสมสาหร่ายไมโครแอลจีในขนมปังแท่ง ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคให้การยอมรับหากอาหารนั้นมีลักษณะทางประสาทสัมผัสที่ตอบโจทย์ (García-Segovia, P., et al., 2020) จึงเป็นสิ่งสะท้อนว่า ประสาทสัมผัสคือกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จของอาหาร จึงกล่าวได้ว่าลักษณะทางประสาทสัมผัสของอาหารนั้นมีผลต่อการตัดสินใจและเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจและการยอมรับผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ของผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 กลิ่น (Odor) กลิ่นเป็นผลมาจากการรับรู้สารประกอบระเหยผ่านตัวรับกลิ่นของมนุษย์ ตัวรับเหล่านี้ตอบสนองต่อโมเลกุลกลิ่นที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการประเมินกลิ่นว่า “น่าพึงพอใจ” หรือไม่ ผลจากงานวิจัยพบว่า กลิ่นที่น่าพึงพอใจช่วยเสริมการรับรู้รสหวาน ในขณะที่กลิ่นไม่พึงประสงค์จะเพิ่มการรับรู้รสขม (Davis, L. A., & Running, C. A., 2023; Fukutani, Y. et al., 2023) จะเห็นได้ว่า เมื่อกลิ่นสามารถปรับเปลี่ยนการรับรู้รสชาติได้ การออกแบบกลิ่นที่เหมาะสมในอาหารจึงกลายเป็นปัจจัยที่ไม่ควรมองข้าม การจับคู่กลิ่นกับรสชาติอย่างลงตัวสามารถสร้างความประทับใจและเพิ่มความชอบของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน ดังนั้น กลิ่นจึงไม่ใช่เป็นเพียงตัวเสริมในอาหาร แต่เป็นตัวกำหนดประสบการณ์การรับรู้ที่ผู้บริโภคจะจดจำและเลือกซื้อซ้ำ

ด้านที่ 2 รูปลักษณ์ (Visual) รูปลักษณ์ของอาหารมีผลสำคัญต่อการยอมรับของผู้บริโภค โดยเริ่มจากกระบวนการมองเห็นที่แปลงแสงเป็นภาพรับรู้ในสมอง ซึ่งช่วยให้เราประเมินอาหารจากลักษณะรูปร่าง สี ความลึก และการเคลื่อนไหว เช่น สีและการจัดวางอาหารสามารถส่งผลต่อการรับรู้รสชาติและความพึงพอใจได้โดยตรง จากการสังเคราะห์ผลการศึกษที่ผ่านมา ยังแสดงให้เห็นว่าปัจจัยแวดล้อม และรูปลักษณ์อาหารใหม่ เช่น ขนาดของจานและวิธีการจัดตกแต่ง มีผลต่อปริมาณการบริโภค (Snowden, R. J. et al., 2012; Sen, A., 2023) จะเห็นได้ว่า สิ่งเร้าทางสายตาจึงไม่เพียงแค่เพิ่มความสวยงามให้กับอาหาร แต่ยังสามารถกระตุ้นการรับรู้และอารมณ์ของผู้บริโภคได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญกับรูปลักษณ์ เช่น การเลือกสีและการออกแบบรูปร่างอาหารที่ดึงดูดสายตา สามารถสร้างประสบการณ์เชิงบวกและกระตุ้นการเลือกซื้อได้

ด้านที่ 3 เนื้อสัมผัส (Texture) เนื้อสัมผัสเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจเกี่ยวกับอาหาร คุณสมบัติอย่างความนุ่ม กรอบ และ หรือความหนาแน่นของอาหาร สร้างความประทับใจตั้งแต่สัมผัสแรกจนถึงการบริโภค ตัวอย่างเช่น โยเกิร์ตที่มีเนื้อสัมผัสนุ่มละมุนเป็นที่นิยมทั้งในสหรัฐอเมริกา และฟินแลนด์ (Greis, M. et al., 2023) นอกจากนี้ อุณหภูมิของอาหารยังมีบทบาทต่อการรับรู้รสชาติ เช่น อาหารร้อนมักถูกมองว่าอร่อยและให้ความพึงพอใจมากกว่า ในขณะที่เดียวกัน รสชาติที่เข้มข้นหรือความเผ็ดจากเครื่องเทศก็ช่วยสร้างประสบการณ์การรับประทานที่น่าจดจำ (Yamim, A. P. et al., 2020; Wen, Q. et al., 2021)

ด้วยเหตุนี้ เนื้อสัมผัสและอุณหภูมิของอาหารจึงมีผลอย่างยิ่งต่อการยอมรับและการสร้างประสบการณ์ที่ดีในมื้ออาหาร ซึ่งควรนำมาพิจารณาอย่างรอบคอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านที่ 4 การรับรสชาติ (Taste) การรับรสชาติเป็นการตอบสนองทางประสาทสัมผัสที่เกิดขึ้นเมื่ออาหารสัมผัสกับลิ้น รสชาติหลัก เช่น เปรี้ยว หวาน ขม เค็ม และอูมามีบทบาทสำคัญในการระบุคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร รสหวานเป็นที่ชื่นชอบเพราะบ่งบอกถึงพลังงานจากคาร์โบไฮเดรต ขณะที่รสเปรี้ยวช่วยควบคุม pH ของอาหาร และรสขมอาจสัมพันธ์กับสารพิษแต่กลับได้รับความนิยมในบางผลิตภัณฑ์ เช่น กาแฟและเบียร์ (Beauchamp, G. K., 2016; Romagny, S. et al., 2017) รสอูมามี ซึ่งเกี่ยวข้องกับกรดอะมิโนอย่างกลูตาเมต ยังช่วยเสริมรสชาติและลดการบริโภคโซเดียมได้ นอกจากนี้ รสชาติยังมีบทบาทสำคัญในธุรกิจอาหาร โดยเฉพาะร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ที่รสชาติส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า แม้ราคาจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ แต่ไม่ส่งผลต่อความภักดีในระยะยาว (Ashari, M. F. S. et al., 2023) ด้วยความสำคัญของรสชาติในแง่มุมต่าง ๆ การเข้าใจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการรสชาติของผู้บริโภค จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจและโอกาสในการสร้างความภักดีในผลิตภัณฑ์อาหาร

3.1.2 ปัจจัยด้านบริบทแวดล้อม และการบริการ

บริบทแวดล้อมถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งเสริมความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยไม่ได้มีผลเฉพาะต่อการรับประทานอาหารในขณะนั้น แต่ยังส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำอีกด้วย (Qurnia, M. D., & Prabawati, A., 2021) หนึ่งในปัจจัยที่มีบทบาทอย่างมากคือ เสียงและดนตรี จากการศึกษาที่ผ่านมา พบว่าเสียงที่สอดคล้องกับบรรยากาศ เช่น เพลงที่ผู้บริโภคชอบหรือความเงียบ ช่วยเพิ่มความพึงพอใจ ในขณะที่เสียงหรือดนตรีที่ไม่เหมาะสมอาจสร้างอารมณ์ด้านลบต่อประสบการณ์ (Siangphoen, P. et al., 2024) นอกจากนี้ เสียงที่กระตุ้นความทรงจำ เช่น เสียงคลื่นทะเลในเมนู “Sound of the Sea” ยังช่วยเสริมความรู้สึกสดชื่นและเพิ่มการรับรู้รสชาติอาหารได้ (Leonor, F. D. C., 2014)

นอกจากนี้คุณภาพการบริการและราคาก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนความพึงพอใจของลูกค้า เช่น การศึกษาในร้าน Ayam Geprek Idola ประเทศอินโดนีเซีย พบว่าคุณภาพการบริการที่ดีและราคาที่เหมาะสมมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า (Indajang, K., et al., 2023)

จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านบริบทแวดล้อม เช่น บรรยากาศ เสียง และคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์เชิงบวกในการบริโภคอาหาร ความเข้าใจในปัจจัยเหล่านี้สามารถช่วยผู้ประกอบการปรับปรุงบริการและออกแบบสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความพึงพอใจและเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าได้

3.1.3 ปัจจัยด้านลักษณะของผู้บริโภค

ลักษณะของผู้บริโภคเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกและยอมรับอาหาร โดยผู้บริโภคแต่ละคนมีความชอบและพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามอายุ เพศ สุขภาพและโภชนาการ และภูมิหลังทางวัฒนธรรม ดังนี้

อายุ มีผลอย่างมากต่อการเลือกอาหารของผู้บริโภค วัยรุ่นมักให้ความสำคัญกับรสชาติ ราคา และความสะดวกสบาย ขณะเดียวกัน การเลือกอาหารยังถูกชี้นำ

จากสังคมและความอิสระในการเลือกอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ในทางตรงกันข้าม ผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดด้านการเคี้ยวและการกลืนอาหาร มักบริโภคอาหารที่มีเนื้อสัมผัสนุ่มและปรับรสชาติให้เหมาะสม เช่น ลดเกลือและน้ำตาล พร้อมทั้งเพิ่มกลิ่นและรสชาติที่ช่วยสร้างความเพลิดเพลินในการบริโภค (Nakauma, M., & Funami, T., 2021; Daly, A. N. et al., 2022)

เพศ มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการบริโภคอาหารผู้หญิงมักใส่ใจในสุขภาพมากกว่าผู้ชาย เช่น หลีกเลี่ยงการบริโภคเกลือ เนื้อแดง และสารปรุงแต่งอาหาร รวมถึงเลือกรูปแบบการบริโภคที่ดีต่อสุขภาพ เช่น การบริโภคผัก ผลไม้ และอาหารแคลอรีต่ำ นอกจากนี้ ผู้หญิงยังมักเลือกวิธีการปรุงอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพมากกว่าผู้ชายด้วย เช่น การต้มและการอบ (Bärebring, L. et al., 2020; Gil, M. et al., 2022)

สุขภาพและโภชนาการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจในอาหาร จากการศึกษาที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคจะเลือกอาหารที่มีคุณภาพโภชนาการสูง ปลอดภัย และตอบโจทย์สุขภาพ โดยเฉพาะในหมวดอาหารสะดวกซื้อที่ตอบสนองวิถีชีวิตที่เร่งรีบ (Imtiyaz, H., Soni, P., & Yukongdi, V., 2021)

ภูมิหลังทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการกินของผู้บริโภค ผู้บริโภคมักเลือกอาหารที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของตน นอกจากนี้ การแลกเปลี่ยนข้ามวัฒนธรรมยังช่วยส่งเสริมความหลากหลายในการบริโภคอาหารและสร้างความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมอีกด้วย (Reddy, G., & van Dam, R. M., 2020)

ดังนั้น ลักษณะของผู้บริโภค เช่น อายุ เพศ สุขภาพ และภูมิหลังทางวัฒนธรรม มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ความแตกต่างเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้เข้าใจความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค แต่ยังช่วยให้ผู้ผลิตอาหารสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ได้อย่างเหมาะสม เช่น การออกแบบอาหารสำหรับผู้สูงอายุ การส่งเสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่เหมาะสมสำหรับผู้หญิง หรือการคงความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในเมนูอาหาร

3.1.4 ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบสูตรอาหาร

การออกแบบสูตรอาหารเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยกำหนดมาตรฐานและควบคุมคุณภาพของอาหารที่นำเสนอแก่ลูกค้า สูตรอาหารไม่ได้เป็นเพียงชุดคำแนะนำในการปรุงอาหาร แต่ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานในสถานประกอบการสามารถผลิตอาหารได้อย่างสม่ำเสมอและตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ สูตรอาหารมาตรฐานควรประกอบด้วยรายละเอียดที่ครบถ้วน เช่น ชื่ออาหาร ปริมาณรวมต่อสูตร ขนาดเสิร์ฟ และรายการส่วนผสมที่เรียงตามลำดับการใช้งาน นอกจากนี้ ยังต้องมีคำแนะนำการเตรียมและปรุงอาหารที่เข้าใจง่าย เพื่อให้มั่นใจว่าทุกขั้นตอนดำเนินการไปอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับมาตรฐานของสถานประกอบการ (The Culinary Institute of America, 2011)

การออกแบบสูตรอาหารควรถูกปรับให้เหมาะสมกับอุปกรณ์และทรัพยากรที่มีอยู่ในครัวของสถานประกอบการ เช่น การเลือกใช้เครื่องมือวัดที่แม่นยำ การกำหนดอุณหภูมิหรือเวลาที่ใช้ในการปรุงอาหาร และการจัดเตรียมวัตถุดิบที่สะดวกต่อการใช้งาน การพิจารณาเหล่านี้ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและสม่ำเสมอในทุกงานที่เสิร์ฟ (Gisslen, W.,

2018; Labensky et al., 2024) นอกจากนี้ยังควรมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของอาหาร ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีในสูตรอาหาร เช่น การระบุจุดควบคุมวิกฤต (Critical Control Points หรือ CCPs) เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการเตรียมและปรุงอาหาร รวมถึงการจัดเก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสม และคำแนะนำสำหรับการอุ่นซ้ำหรือเก็บรักษาอาหารเหลืออย่างปลอดภัย (Labensky, S. R. et al., 2024)

นอกจากนี้ สูตรอาหารที่ใช้ควรผ่านการทดสอบเพื่อให้มั่นใจว่ามีความสม่ำเสมอทั้งในด้านรสชาติ เนื้อสัมผัส และคุณภาพทุกครั้งที่น่าไปใช้งาน การใช้การวัดปริมาณอย่างแม่นยำช่วยลดข้อผิดพลาดและรักษาความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์อาหาร การออกแบบที่ดีจะช่วยให้สถานประกอบการสามารถส่งมอบประสบการณ์การรับประทานที่น่าพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ในทุกครั้ง (Gisslen, W., 2018)

จะเห็นได้ว่า การออกแบบสูตรอาหารที่มีรายละเอียดครบถ้วนและผ่านการวิเคราะห์อย่างรอบคอบจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสร้างมาตรฐาน เพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินงาน และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์ จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางเปรียบเทียบปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบสูตรอาหาร ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบสูตรอาหาร

ปัจจัยที่ต้องคำนึง	ผู้เขียน		
	CIA	Gisslen	Labensky
ชื่อสูตรอาหาร	✓		✓
ข้อมูลผลผลิต (น้ำหนัก, ปริมาตร, จำนวนที่เสิร์ฟ)	✓	✓	✓
ขนาดเสิร์ฟ	✓	✓	✓
ส่วนผสมและปริมาณ	✓	✓	✓
ขั้นตอนการเตรียมและอุปกรณ์ที่ต้องใช้	✓	✓	✓
คำแนะนำในการเสิร์ฟและจัดจาน	✓	✓	✓
แนวทางการเก็บรักษาและการอุ่นซ้ำ	✓		
จุดควบคุมวิกฤต (CCPs)	✓		
เพื่อความปลอดภัยของอาหาร			
ข้อพิจารณาทางการเงิน			✓
(ต้นทุนวัตถุดิบและเปอร์เซ็นต์ผลผลิต)			
การทดสอบเพื่อความสม่ำเสมอ			✓
การเข้าถึงและความชัดเจน			✓
การปฏิบัติตามกฎหมายความปลอดภัยด้านอาหาร		✓	✓
การปรับสูตรให้เหมาะกับอุปกรณ์และปริมาณ			✓
มาตรฐานของสูตรอาหาร		✓	✓

หมายเหตุ: CIA ย่อมาจาก Culinary Institute of America

3.2 แผนผังต้นแบบสูตรอาหาร (Recipe Model Canvas; RMC)

แผนผังต้นแบบสูตรอาหาร (RMC) เป็นเครื่องมือที่ช่วยออกแบบและปรับปรุงสูตรอาหารอย่างเป็นระบบ โดยรวบรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก การชอบ ความพึงพอใจ และการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภค เช่น คุณภาพอาหาร ประสาทสัมผัส บริบทแวดล้อม และพฤติกรรมผู้บริโภค โดยอ้างอิงงานวิจัยที่ระบุว่าความพึงพอใจในอาหารขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ประสาทสัมผัส (Andersen, B. V., & Hyldig, G., 2015; Davis, L. A., & Running, C. A., 2023; García-Segovia, P. et al., 2020) บริบทแวดล้อม และลักษณะของลูกค้า รวมถึงปัจจัยด้านรูปลักษณ์ (Snowden, R. J. et al., 2012) และเสียงหรือบรรยากาศ (Siangphloen, P. et al., 2024)

เครื่องมือนี้รวบรวมและวิเคราะห์ปัจจัยเหล่านี้เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์และปรับปรุงสูตรอาหารอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค RMC จึงเป็นเครื่องมือที่ครอบคลุมและมีศักยภาพในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.1 การประยุกต์ใช้ “Recipe Model Canvas” ถูกแบ่งเป็นสองส่วนหลัก ได้แก่ ส่วน A ซึ่งเป็นการสร้างแนวคิด (concept) ของอาหารที่จะสร้างขึ้นหรือปรับปรุง และ ส่วน B ซึ่งเป็นการเขียนสูตรอาหาร โดยส่วน B จะเป็นการนำแนวคิดและข้อมูลจากส่วน A มาพัฒนาต่อยอดเป็นสูตรอาหารที่สมบูรณ์ โดยรายละเอียดของแต่ละส่วนมีดังนี้

ส่วน A การสร้างแนวคิด

ผู้ออกแบบสูตรอาหารควรให้ความสำคัญกับการพิจารณาแต่ละหัวข้อที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกัน โดยหัวข้อต่าง ๆ ที่ผู้ออกแบบสูตรอาหารต้องใส่ข้อมูลให้ครบ มีดังนี้

1) ชื่ออาหาร: ควรตั้งชื่อที่น่าสนใจและน่าจดจำสำหรับอาหาร: ระบุประเภทของอาหาร ส่วนผสมหลัก วิธีการเตรียมและการปรุง รวมถึงคุณลักษณะพิเศษที่ทำให้อาหารจานนี้โดดเด่นและแตกต่างจากจานอื่น ๆ

2) กลิ่น: อธิบายกลิ่นหลักและที่มาของกลิ่น ซึ่งอาจมาจากส่วนผสมหรือเทคนิคการปรุง เน้นการสร้างสมดุลของกลิ่นที่ทำให้อาหารมีกลิ่นหอมและน่ารับประทาน

3) รูปลักษณ์: การจัดวางอาหารควรคำนึงถึงส่วนผสมหลัก รูปร่าง สี เนื้อสัมผัส ภาชนะที่ใช้ รวมถึงอุปกรณ์เสริมการตกแต่งและบริการต่าง ๆ ที่ช่วยเพิ่มความสวยงามและการเคลื่อนไหวในงาน

4) รสชาติ: อธิบายรสชาติหลักและรสชาติรองของอาหาร พร้อมระบุส่วนผสมและเทคนิคการเตรียมและการปรุงที่ใช้ รวมถึงการปรับสมดุลของรสชาติให้น่ารับประทานและเข้ากันได้

5) เนื้อสัมผัสและความรู้สึกในปาก: อธิบายถึงความหลากหลายของเนื้อสัมผัส และการเสริมสร้างรสสัมผัสในอาหาร โดยใช้วัตถุดิบ เทคนิคการเตรียม และการปรุงที่เหมาะสม เพื่อให้สัมผัสในปากมีความสมดุล

6) ลักษณะของผู้บริโภค: ระบุเหตุผลที่สูตรอาหารนี้จะเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงปัจจัย เช่น เพศ อายุ สุขภาพ และภูมิหลังทางวัฒนธรรม ที่อาจมีอิทธิพลต่อความชื่นชอบในอาหาร

7) สิ่งแวดล้อมและการบริการ: อธิบายถึงบรรยากาศร้านอาหารที่เหมาะสมกับสูตรอาหารที่ออกแบบ การตกแต่งร้าน เสียงเพลง และวิธีการให้บริการที่สอดคล้องกับอาหาร

โดยในการออกแบบในแต่ละหัวข้อ ผู้ออกแบบสูตรอาหารไม่จำเป็นต้องทำเรียงตามลำดับ แต่ต้องปรับแต่งให้ทุกหัวข้อสอดคล้องกันและเมื่อทำข้อมูลส่วน A เสร็จผู้ออกแบบสูตรอาหารจะได้แนวคิดหลักของอาหารจานนี้เพื่อนำไปใช้ในส่วน B ต่อไป

ส่วน B การเขียนสูตรอาหาร

ในขั้นตอนนี้ ผู้ออกแบบสูตรอาหารจะนำแนวคิดหลักที่ได้จากส่วน A มาสร้างรายละเอียดของสูตรอาหาร โดยเน้นการพัฒนาแต่ละองค์ประกอบให้ชัดเจนและสามารถนำไปใช้ได้จริงในกระบวนการทำอาหาร ส่วน B มีรายละเอียดและแนวทางการเขียนสูตรอาหารตามหัวข้อต่อไปนี้

1) วัตถุดิบและส่วนผสม: ระบุวัตถุดิบและส่วนผสมทั้งหมดที่ใช้ในการปรุงอาหาร รวมถึงลักษณะเฉพาะและปริมาณที่กำหนดอย่างชัดเจน

2) การเตรียม: อธิบายขั้นตอนการเตรียมและการปรุงอาหารอย่างละเอียด โดยเขียนเรียงลำดับเป็นข้อ ๆ ระบุจุดเผื่อระวัง และระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละขั้นตอน รวมถึงอุปกรณ์พิเศษนอกเหนือจากอุปกรณ์ปกติที่มีอยู่

3) การจัดตกแต่งจานอาหาร: กำหนดรูปแบบการจัดวางอาหารในจานอย่างชัดเจน พร้อมระบุองค์ประกอบตกแต่ง (garnishes) และระบุจุดเผื่อระวัง ในการจัดจานจากนั้นสร้างภาพประกอบ

4) การบริการ: อธิบายขั้นตอนและวิธีการเสิร์ฟอาหารจานนี้อย่างละเอียด เพื่อให้สอดคล้องกับตัวอาหารและมาตรฐานการบริการของร้าน

5) การสื่อสารกับผู้บริโภค: สร้างเนื้อหาสำหรับพนักงานผู้ให้บริการในการอธิบายอาหารจานนั้น เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า เนื้อหาที่ใช้บรรยายควรเรียงลำดับ ดังนี้ ที่มาและแรงบันดาลใจของจานอาหาร ส่วนผสมหลัก ขั้นตอนการเตรียมและการปรุง การรับรู้ทางประสาทสัมผัส (Sensory experience) และการจับคู่กับเครื่องดื่มและเครื่องดื่ม ทั้งนี้ ไม่จำเป็นต้องอธิบายทุกส่วน สามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับบริบทของสถานประกอบการ

จากขั้นตอนการใช้ “Recipe Model Canvas” ที่ได้อธิบายมา สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้

ส่วน A					
ชื่อและลักษณะของอาหาร:					
กลิ่น 	ภาพลักษณ์ 	รสชาติ 	เนื้อสัมผัสและ ความรู้สึกในปาก 	ลักษณะของ ผู้บริโภค 	สิ่งแวดล้อม 
ส่วน B					
วัตถุดิบและส่วนผสม 		การเตรียม 			
การจัดจาน 		การบริการและสื่อสารกับผู้บริโภค 			

ภาพที่ 1 Recipe Model Canvas (ผู้เขียน, 2567)

© แผนผังต้นแบบสูตรอาหาร (RMC), เลขที่ลิขสิทธิ์ ว.054356

เมื่อสูตรอาหารได้รับการพัฒนาและทดสอบจนสมบูรณ์แล้ว สามารถจัดเก็บและนำไปใช้งานได้โดยการใช้แบบฟอร์มมาตรฐานขององค์กรช่วยให้ข้อมูลทุกอย่างครบถ้วนและเป็นระเบียบ รวมถึงสามารถนำไปใช้สำหรับการผลิตซ้ำ การฝึกอบรมพนักงาน หรือการวางแผนการจัดการเมนูในอนาคต

3.3. ตัวอย่างการนำไปใช้

ในการทดสอบ ผู้เขียนได้กำหนดสถานการณ์ โดยสถานประกอบการคือร้านอาหารที่มีการออกแบบร้านให้ทันสมัยและหรูหรา เน้นการใช้เทคนิค การปรุงอาหารเชิงโมเลกุล (Molecular gastronomy) เพื่อสร้างประสบการณ์การทานอาหารที่น่าตื่นตา โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นที่มีรายได้ระดับกลางถึงสูงที่สนใจอาหารแปลกใหม่ ร้านตั้งอยู่ในย่านนิมมานเหมินท์หรือเมืองเก่าเชียงใหม่ ซึ่งให้บรรยากาศหรูหราและเดินทางสะดวก มีเมนูพิเศษตามฤดูกาลและโปรโมชั่นเทศกาลเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและลูกค้าท้องถิ่น ในช่วงนอกฤดูกาล นอกจากนี้ บริเวณรอบร้านยังมีคู่แข่งจำนวน 8 ร้าน ได้แก่ ร้านอาหารนานาชาติ 2 ร้าน คาเฟ่ 3 ร้าน และร้านอาหารไทย 3 ร้าน เมื่อทดสอบใช้ RMS จึงได้ผลออกมาดังต่อไปนี้

ส่วน A การสร้างแนวคิด

1. ชื่อและลักษณะของอาหาร

ชื่ออาหาร : “ลาบเปิดสเฟียร์สมุนไพรสด” (Fresh herb spherified duck larb)

ประเภทอาหาร : อาหารไทยฟิวชั่นโมเลกุลแบบ Fine Dining

ส่วนผสมหลัก : เนื้อเป็ดท้องถิ่นคุณภาพสูง เสิร์ฟในรูปแบบการนำเสนอที่ทันสมัย ผสมผสานกับเทคนิค Molecular Gastronomy โดยการทำให้เจล อากาศ (foam) และซอส ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์

วิธีการเตรียมและการปรุง : นำเนื้อเป็ดไปย่างจนสุก จนได้ความชุ่มฉ่ำ และนุ่ม จากนั้นนำมาทำเป็นลาบที่มีรสชาติเปรี้ยว เผ็ด หอมสมุนไพรไทย จัดเสิร์ฟแบบโมเลกุลโดยทำเป็นทรงบอลลกกลมด้วยเทคนิค Spherification และเสิร์ฟพร้อมเจลมะนาวและโฟมสมุนไพรสด เพื่อเพิ่มมิติการทาน

คุณลักษณะพิเศษ : ผสมผสานรสชาติของอาหารไทยพื้นบ้านเข้ากับการนำเสนอที่หรูหราและนำเสนอสั่งในรูปแบบ Molecular Gastronomy ที่คงรสชาติลาบเปิดแบบดั้งเดิม แต่เพิ่มความประทับใจในการทานด้วยการนำเสนอที่น่าสนใจและมีมิติใหม่ ๆ

2. กลิ่น อาหารควรหอมกลิ่นหอมของสมุนไพรไทย เช่น ใบสะระแหน่ ผักชีฝรั่ง และตะไคร้ที่ใช้ในลาบเปิด ผสมกับกลิ่นเนื้อเป็ดย่างที่มีความหอมหวานไฟอ่อน ๆ ทำให้ได้กลิ่นที่หอมสดชื่นและกระตุ้นความอยากอาหาร

3. ภาพลักษณ์ การจัดวางอย่างแม่นยำ ใช้จานเซรามิกนำเสนอแบบโมเลกุล เนื้อลาบเปิดถูกปั้นเป็นลูกบอลทรงกลมขนาดพอดีคำ มีเจลมะนาวแต่งแต้มสีส้ม และโฟมสมุนไพรที่เบาและละเอียดราดด้านบน ให้ความรู้สึกรูหราและทันสมัย

4. รสชาติ รสชาติหลักคือความกลมกล่อมของลาบเปิดที่มีรสเผ็ด เค็ม เปรี้ยว หวาน นิด ๆ จากนั้นมะนาว น้ำปลา และน้ำตาล ผสมผสานกับรสชาติเนื้อเป็ดที่เข้มข้น เสริมด้วยเจลมะนาวที่มีรสเปรี้ยวอมหวานและโฟมสมุนไพรที่มีกลิ่นหอมเบา ๆ ทำให้รสชาติอาหารซับซ้อนและมีมิติมากขึ้น

5. เนื้อสัมผัสและความรู้สึกในปาก ลูกบอลลาบเปิดมีเนื้อสัมผัสนุ่มฉ่ำที่ละลายในปาก เมื่อรับประทานพร้อมเจลมะนาวจะรู้สึกสดชื่นและโฟมสมุนไพรจะให้ความเบาและหอม ทำให้การรับประทานแต่ละคำมีความหลากหลายของรสชาติและเนื้อสัมผัสที่แตกต่างกัน

6. ลักษณะของผู้บริโภค กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบอาหารแบบ Fine Dining พร้อมประสบการณ์การทานอาหารแบบแปลกใหม่ และมีความสนใจในเทคนิคการทำอาหารแบบ Molecular Gastronomy ที่ผสมผสานกับรสชาติไทยแท้ โดยลูกค้าส่วนมากจะเป็นกลุ่มที่มองหาประสบการณ์ทานอาหารแบบพิเศษ

7. สิ่งแวดล้อม เป็นบรรยากาศร้านหรูหรามืออาชีพ ใช้โทนสีดำ ทอง และขาวที่ให้ความรู้สึกละมุนและมีความหรู ผสมผสานกับวัสดุไม้และโลหะเงาเพื่อความรู้สึกรูหรา มีการจัดแสงไฟที่เน้นเฉพาะจุดเพื่อสร้างบรรยากาศโรแมนติกและสวยงาม พร้อมเพลงบรรเลงเบา ๆ เพื่อเสริมประสบการณ์ Fine Dining

ส่วน B การเขียนสูตรอาหาร
วัตถุดิบและส่วนผสม

ลาบเปิดสเฟียร์สมุนไพรสด

- เนื้อเป็ด 200 กรัม (สับละเอียด)
- น้ำปลา 2 ช้อนชา
- น้ำมะนาว 2 ช้อนชา
- น้ำตาลมะพร้าว 1 ช้อนชา
- ข้าวคั่ว 1 ช้อนโต๊ะ
- พริกป่น 1/2 ช้อนชา
(ปรับตามความชอบ)
- ใบสะระแหน่ขอย 1 ช้อนชา
- ผักชีฝรั่งขอย 1 ช้อนชา
- ตะไคร้ขอย 1 ช้อนชา

เจลมะนาว

- น้ำมะนาว 2 ช้อนโต๊ะ
- น้ำตาล 1/2 ช้อนชา
- ผงเจลาติน 1/4 ช้อนชา

โฟมสมุนไพร

- ใบสะระแหน่ 1 ถ้วย
- น้ำต้มสุก 1/4 ถ้วย
- เลซิทีน 1 ช้อนชา
(เพื่อทำให้เกิดโฟม)

การเตรียม

1) เตรียมลาบเปิด: นำเนื้อเป็ดไปย่างจนสุกแล้วสับให้ละเอียด ผสมน้ำปลา น้ำมะนาว น้ำตาลมะพร้าว ข้าวคั่ว พริกป่น และสมุนไพรไทยทั้งหมด คลุกเคล้าให้เข้ากัน แล้วนำไปแช่เย็นเตรียมไว้

2) ทำเจลมะนาว: ผสมน้ำมะนาว น้ำตาล และผงเจลาตินในหม้อเล็ก ๆ ต้มให้เดือดจนน้ำตาลละลาย ปิดไฟเย็น แล้วเทลงในแม่พิมพ์ทรงหยดน้ำหรือจุ่มลงบนจานในลักษณะหยดน้ำ

3) ทำโฟมสมุนไพร: ปั่นใบสะระแหน่กับน้ำต้มสุกจนละเอียด กรองเอาแต่น้ำ จากนั้นผสมเลซิทีนและตีให้เกิดโฟมเบา ๆ

การจัดตกแต่งจาน

จัดวางลาบเปิดที่ปั่นเป็นลูกบอลขนาดพอดีคำลงบนจานสวยงาม ท็อปด้วยโฟมสมุนไพรสดที่เตรียมไว้ และแต่งด้วยเจลมะนาวในรูปทรงหยดน้ำเพื่อเพิ่มสีสันและความน่ารับประทาน ใช้สมุนไพรสดแต่งจานเพิ่มเติมตามความสวยงาม

การบริการและสื่อสารกับผู้บริโภค

1) การบริการ เสิร์ฟบนจานสวยหรูที่มีรูปทรงโมเดิร์น เน้นการนำเสนอที่ประณีต พร้อมอธิบายให้ลูกค้าทราบถึงที่มาของเมนูและเทคนิค Molecular Gastronomy ที่ใช้ในการรังสรรค์รสชาติและเนื้อสัมผัสที่แปลกใหม่ เพื่อเพิ่มความตื่นเต้นในการทานอาหาร

2) การสื่อสารกับผู้บริโภค “ลาบเปิดสเฟียร์สมุนไพรสดนำเสนอความเป็นไทยในรูปแบบโมเดิร์นผ่านเทคนิค Molecular Gastronomy ที่สร้างมิติและประสบการณ์การทานอาหารที่แปลกใหม่ เนื้อเป็ดที่นุ่มละมุนผสานกับกลิ่นหอมของสมุนไพรไทย และความสดชื่นจากเจลมะนาวและโฟมสมุนไพร จะสร้างความประทับใจให้กับทุกประสาทสัมผัสของคุณ”

จากตัวอย่างการนำไปใช้พบว่า เมื่อผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารใช้ RMC ตามขั้นตอน ก็จะช่วยให้ออกแบบเมนูอาหารได้อย่างครบถ้วนและไม่ตกหล่น กล่าวได้ว่าเครื่องมือนี้ช่วยเสริมประสิทธิภาพการสร้างสรรค์สูตรอาหารใหม่อย่างเป็นระบบได้

4. องค์ความรู้ใหม่

บทความนี้นำเสนอแนวคิด Recipe Model Canvas ซึ่งเป็นเครื่องมือใหม่ที่ออกแบบมาเพื่อช่วยสนับสนุนการสร้างสรรค์และพัฒนาสูตรอาหารอย่างเป็นระบบ โดยรวบรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก การชอบ ความพึงพอใจ และการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภค RMC ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ เช่น คุณภาพอาหาร ปัจจัยทางประสาทสัมผัส บริบทแวดล้อม และลักษณะของผู้บริโภค

เครื่องมือนี้แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ การสร้างแนวคิดอาหาร และการเขียนสูตรอาหารซึ่งช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ อย่างครบถ้วนและเป็นระเบียบ ทำให้การออกแบบสูตรอาหารมีความแม่นยำและมีประสิทธิภาพ

RMC เหมาะสำหรับการสร้างสรรค์อาหารใหม่ โดยเฉพาะในบริบทที่ต้องการนำเสนอประสบการณ์การรับประทานแบบแปลกใหม่หรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจอาหาร เช่น การใช้เทคนิค Molecular Gastronomy ผู้ใช้งานสามารถใช้ RMC เป็นแนวทางในการออกแบบเมนูและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ช่วยลดข้อผิดพลาดในกระบวนการและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Recipe Model Canvas (RMC) ได้รับการพัฒนาโดยผู้วิจัย และได้รับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ตามกฎหมายไทย หมายเลข ว.054356 เพื่อยืนยันความเป็นเจ้าของทางปัญญาในเชิงโครงสร้างของเครื่องมือ

5. สรุป

แผนผังต้นแบบสูตรอาหาร (Recipe Model Canvas; RMC) มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการออกแบบและพัฒนาสูตรอาหารอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการรวบรวมและวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค เช่น ปัจจัยด้านประสาทสัมผัส เช่น รสชาติ เนื้อสัมผัส และกลิ่น ปัจจัยด้านบริบทแวดล้อม เช่น บรรยากาศร้านและการปฏิสัมพันธ์ และปัจจัยด้านลักษณะของผู้บริโภค เช่น ความคาดหวัง สุขภาพ และประสบการณ์เดิม RMC มีเป้าหมายในการช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างสรรค์เมนูอาหารที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน โดยแบ่งการทำงานออกเป็นสองส่วนหลัก คือ การสร้างแนวคิด เช่น การตั้งชื่ออาหารและการกำหนดเอกลักษณ์เมนู และการเขียนสูตรอาหาร เช่น การกำหนดวัตถุดิบและขั้นตอนการเตรียม RMC ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์เมนูใหม่ ลดข้อผิดพลาดในกระบวนการพัฒนา และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ข้อเสนอแนะ

เพื่อพัฒนาศักยภาพของ Recipe Model Canvas (RMC) ควรมีการศึกษาและงานวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในเชิงลึก โดยเฉพาะการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประสาทสัมผัส บริบทแวดล้อม และลักษณะของผู้บริโภคในหลากหลายกลุ่มเป้าหมาย งานวิจัยควรมุ่งเน้นการพัฒนาเครื่องมือวิเคราะห์ที่สามารถประเมินผลได้อย่างแม่นยำและครอบคลุม รวมถึงศึกษาความแตกต่างด้านวัฒนธรรมที่อาจมีผลต่อการออกแบบเมนู เพื่อให้กรอบแนวคิดนี้สามารถปรับใช้ได้ในบริบทสากล นอกจากนี้ ควรมีการทดลองใช้ RMC ในธุรกิจอาหารหลากหลายประเภทเพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงปฏิบัติที่สามารถนำไปปรับปรุงกรอบแนวคิดนี้ได้ต่อไป

ในการประยุกต์ใช้ RMC กับธุรกิจจริง ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการวางแผนและปรับแต่งกรอบแนวคิดนี้ให้เหมาะสมกับบริบทเฉพาะของธุรกิจ เช่น การตั้งงบประมาณ การเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และการพัฒนาสูตรอาหารที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม ควรระมัดระวังในเรื่องการบริหารทรัพยากรและการจัดการต้นทุนเพื่อไม่ให้เกิดการพัฒนาสูตรอาหารส่งผลกระทบต่อกำไรของธุรกิจ นอกจากนี้ การปรับตัวตามความคิดเห็นของลูกค้าและการเปลี่ยนแปลงในตลาดเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้เครื่องมือนี้ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

7. เอกสารอ้างอิง

- ศุภกร กรบุญไตรทศ. (2567, มิถุนายน 11). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2567-2569: ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/food-beverages/io/io-food-beverage-restaurant-2024-2026>.
- Andersen, B. V., & Hyldig, G. (2015). Consumers' view on determinants to food satisfaction. A qualitative approach. *Appetite*, 95(12), 9-16.
- Ashari, M. F. S., Siregar, Z. M. E., & Halim, A. (2023). The influence of service quality, taste, and perceived price on customer loyalty by mediating customer satisfaction. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(3), 474-485.
- Bärebring, L., Palmqvist, M., Winkvist, A., & Augustin, H. (2020). Gender differences in perceived food healthiness and food avoidance in a Swedish population-based survey: A cross-sectional study. *Nutrition Journal*, 19(1), 1-8.
- Beauchamp, G. K. (2016). Why do we like sweet taste: a bitter tale?. *Physiology & Behavior*, 164(10), 432-437.

- Daly, A. N., O'Sullivan, E. J., & Kearney, J. M. (2022). Considerations for health and food choice in adolescents. *Proceedings of the Nutrition Society*, 81(1), 75-86.
- Davis, L. A., & Running, C. A. (2023). Good is sweet and bad is bitter: Conflation of affective value of aromas with taste qualities in untrained participants. *Journal of Sensory Studies*, 38(3), e12820.
- Fukutani, Y., Abe, M., Saito, H., Eguchi, R., Tazawa, T., de March, C. A., Nishida, T., Kumagai, M., Mori, K., & Matsunami, H. (2023). Antagonistic interactions between odorants alter human odor perception. *Current Biology*, 33(11), 2235-2245.
- García-Segovia, P., García Alcaraz, V., Tárrega, A., & Martínez-Monzó, J. (2020). Consumer perception and acceptability of microalgae based breadstick. *Food Science and Technology International*, 26(6), 493-502.
- Gil, M., Rudy, M., Stanistawczyk, R., Duma-Kocan, P., & Zurek, J. (2022). Gender differences in eating habits of Polish young adults aged 20–26. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(22), 15280.
- Gisslen, W. (2018). *Professional Cooking* (9th ed.). Wiley.
- Greis, M., Nolden, A. A., Kinchla, A. J., Puputti, S., Seppä, L., & Sandell, M. (2023). What if plant-based yogurts were like dairy yogurts? Texture perception and liking of plant-based yogurts among US and Finnish consumers. *Food Quality and Preference*, 107(4), 104848.
- Ilban, M. O., & Yildiz, N. (2020). The role of local cuisine satisfaction and consumer trust in creating customer loyalty towards destinations: The case of Sakarya/Adapazarı (Turkish cuisine). *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 240-260.
- Imtiyaz, H., Soni, P., & Yukongdi, V. (2021). Role of sensory appeal, nutritional quality, safety, and health determinants on convenience food choice in an academic environment. *Foods*, 10(2), 345.
- Indajang, K., Candra, V., Sianipar, M. Y., Sembiring, L. D., & Simatupang, S. (2023). The effect of service quality and price on customer satisfaction. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4(3), 942-950.
- Labensky, S. R., Hause, A. M., & Martel, P. A. (2024). *On Cooking: A Textbook of Culinary Fundamentals* (7th ed.). Pearson.

- Leonor, F. D. C. (2014). *Effect of nostalgia triggered by sound: from the sound of the sea dish: on flavour perception* [Master's Degree]. Estoril Higher Institute for Tourism and Hotel Studies.
- Mac Con lomaire, M., Afifi, M. F., & Healy, J. J. (2021). Chefs' perspectives of failures in foodservice kitchens, part 1: A phenomenological exploration of the concepts, types, and causes of food production failure. *Journal of Foodservice Business Research*, 24(2), 177-214.
- Nakauma, M., & Funami, T. (2021). *Structuring for elderly foods*. Food Hydrocolloids, Springer.
- Qurnia, M. D., & Prabawati, A. (2021). The Effect of Food Quality and Physical Environment on Revisit Interests with Consumer Satisfaction as Mediation Variable. *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 8(02), 81-90.
- Reddy, G., & van Dam, R. M. (2020). Food culture and identity in multicultural societies: Insights from Singapore. *Appetite*, 149(6), 104633
- Romagny, S., Ginon, E., & Salles, C. (2017). Impact of reducing fat, salt and sugar in commercial foods on consumer acceptability and willingness to pay in real tasting conditions: A home experiment. *Food Quality and Preference*, 56(3), 164-172.
- Sen, A. (2023). Plating for Perfection: An Exploration of Techniques for Optimal Food Decorating Strategies and Aesthetic Visual Appeal in Indian Cuisine. *Asian Journal of Food Research and Nutrition*, 2(4), 612-624.
- Siangphloen, P., Shepherd, D., Kantono, K., & Hamid, N. (2024). Lunch melodies: Investigating the impact of music on emotions, hunger, liking, and psychophysiology while viewing a lunch meal. *Food Research International*, 192(9), 114825.
- Snowden, R. J., Snowden, R., Thompson, P., & Troscianko, T. (2012). *Basic vision: an introduction to visual perception*, Oxford University Press.
- The Culinary Institute of America. (2011). *The professional chef* (9th ed.). Wiley.

- Wen, Q., Wei, Y., Du, H., Lv, J., Guo, Y., Bian, Z., ... & Li, L. (2021). Characteristics of spicy food consumption and its relation to lifestyle behaviours: Results from 0.5 million adults. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 72(4), 569-576.
- Yamim, A. P., Mai, R., & Werle, C. O. (2020). Make it hot? How food temperature (mis)guides product judgments. *Journal of Consumer Research*, 47(4), 523-543.
- Zhang, Y., Venkitasamy, C., Pan, Z., Liu, W., & Zhao, L. (2017). Novel umami ingredients: Umami peptides and their taste. *Journal of Food Science*, 82(1), 16-23.