ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2568

วารสาร การพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต

เครือข่ายบริหารการวิจัย
Research Administrative Network

ISSN (Print): 2630-0443 ISSN (Online): 2630-0451 Journal of Community Development and Life Quality

1. หญ้าแฝกกับการสร้างเสถียรภาพในการทำเกษตร: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี
บุษรินทร์ ดวงเด่น และอุ่นเรือน เล็กน้อย 1
2. ความต้องการการส่งเสริมการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช
เสาวณีย์ เล็กบางพง, ภัคสุดา คุ้มกุมาร, ธรียา ลายทิพย์ และบุษยมาศ ดวงจันทร์ 13
3. การพัฒนาสถานที่ผลิตพริกทอดสู่มาตรฐานสากลเพื่อยกระดับเศรษฐกิจในพื้นที่ ตำบลกาหลง อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
พรชัย พรหฤทัย, พีรวัจน์ มีสุข, นฏกร สิริมงคลกาล, ศิริรัตน์ ศรอินทร์, อนุรักษ์ ใจวังโลก, นุกูล สาระวงศ์ และณัฏฐกิตติ์ เหมทานนท์ 20
4. ความคิดเห็นต่อการจัดตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนโดยชุมชนประมงในจังหวัดตรัง
วรรณกร พลพิชัย และธงชัย นิติรัฐสุวรรณ 35
5. แนวทางการพัฒนาการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
พรรษา สมณะ และยศ บริสุทธิ์ 42
6. การยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานในจังหวัดน่านให้ได้รับมาตรฐานด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ผุสดี สายวงศ์, นพรัตน์ ดิลกสุนทร, อัญชัน ศศิวัจน์ไพสิฐ และสุทธิกัญจน์ ทิพยเกสร 55
7. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี – สร้างบง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี
วัฒน์จิรชัย เวชชนินนาท, อรชุมา มูลศรี, กมณทิพย์ ชูประทีป, เสาวนีย์ สิทธิโชติ และโศภิดา บุญจำนง 67
8. การพัฒนาระบบบัญชีและการจัดการต้นทุนของผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัดไทร พระราม 3 กรุงเทพมหานคร
สุรเกียรติ ธาดาวัฒนาวิทย์ และสรัญญา รัตนกรทรัพย์ 78
9. รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากในชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง
จุติมา บุญมี, พีรวิชญ์ สิงฆาพะ และอนุตตมา บุญมี 91
10. การประเมินการรับรู้ผ่านประสบการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพในจังหวัดเชียงราย
เสงี่ยม บุญพัฒน์, มัลลิตา ชูติระกะ, อรวรรณ บุญพัฒน์, สิทธิ สิทธิกรรณ์, มนสิชา ชาวคำ, ภูวนารถ ศรีทอง, สุรัชนี ยลธะศาสตร์, อุทุมพร การเก็บ และปานดวงใจ บุญจนาวิโรจน์ 103
11. การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อโรค COVID-19 ในเขตชุมชนเมืองของกรุงเทพมหานคร
จารุวรรณ เกษมทรัพย์ และอัญชลี เชี่ยวโสธร 117
12. การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ: ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในภาคธุรกิจ
กาจปกรณ์ นิลอรุณ และประสพชัย พสุนนท์ 129

TCI กลุ่มที่ 2 Impact Factor 2561 = 0.663

คำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับ

เรื่องที่ตีพิมพ์

บทความวิจัย บทความปริทัศน์ หรือบทความวิชาการ

การเตรียมต้นฉบับ

1. ภาษา เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ

2. การพิมพ์ พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษขนาด A4 ด้วย คอมพิวเตอร์โปรแกรมไมโครซอฟเวิร์ด ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 ตัวอักษรต่อนิ้ว **ความยาวไม่ควรเกิน 8 - 10 หน้า** (รวมบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

3. การเรียงลำดับเนื้อหา

3.1 ชื่อเรื่อง (Title) ควรสั้น ชัดเจน และต้องสื่อเป้าหมายหลักของการศึกษาวิจัย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 18 หนา

3.2 ชื่อผู้เขียน เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 หนา เอียง สำหรับ ที่อยู่ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ให้พิมพ์บรรทัดถัดไป ข้างล่างชื่อผู้เขียน ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 12

3.3 บทคัดย่อ (Abstract) ควรเป็นเนื้อหาที่สั้น ชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยรวมเหตุผลในการศึกษาวิจัย อุปกรณ์ วิธีการ ตลอดจนผลการศึกษาและสรุปด้วย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ **ไม่ควรเกิน 200 คำ** และให้ระบุคำสำคัญ (keywords) ไว้ท้ายบทคัดย่อแต่ละภาษาด้วย **จำนวนคำไม่เกิน 5 คำ** (บทความปริทัศน์อาจไม่ต้องมีบทคัดย่อ)

3.4 คำนำ (Introduction) แสดง**ความเป็นมาและเหตุผล**ที่นำไปสู่การศึกษาวิจัย รวมการตรวจเอกสารอย่างน้อย 5 แหล่ง (Review of Literature) และ**วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย**ไว้ด้วย

3.5 อุปกรณ์และวิธีการ (Materials and Methods) ให้บอกรายละเอียด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประชากรต้องระบุขอบเขต จำนวนและคุณลักษณะของประชากรให้ชัดเจน กลุ่มตัวอย่าง คือ ส่วนหนึ่งของประชากรที่จะนำมาศึกษา ต้องระบุขนาด ของกลุ่มตัวอย่าง วิธีการและขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างละเอียด

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นการให้รายละเอียดเครื่องมือที่จะใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการอธิบายว่าจะเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการอธิบายถึงวิธีการจัดกระทำกับข้อมูลที่ได้มา เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.6 ผลการศึกษาหรือผลการทดลอง (Results) ให้บรรยายผลการศึกษาวิจัย พร้อมเสนอข้อมูลในรูปแบบ ตารางหรือภาพประกอบได้ โดยตารางหรือภาพ ให้จัดทำเป็น**ภาษาอังกฤษ**ทั้งหมด และไม่ควรมีการอ้างอิงในผลการศึกษา

3.7 วิจารณ์ (Discussion) หรืออภิปรายผล ควรเชื่อมโยงกับผลการศึกษาว่า**สอดคล้อง**กับสมมุติฐาน **หรือแตกต่างไปจากผลงานวิจัยที่มีผู้รายงานไว้ก่อน**หรือไม่อย่างไรและด้วยเหตุใด โดยมีพื้นฐานการอ้างอิงที่เชื่อถือได้ วิจารณ์อาจนำไปรวมกับผลการศึกษาเป็นผลการศึกษาและวิจารณ์ (Results and Discussion)

3.8 สรุป (Conclusion) ควรสรุปผลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยอย่างกระชับว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่

4. กิตติกรรมประกาศ หรือ คำขอบคุณ (Acknowledgement)

อาจมีหรือไม่มีก็ได้ เป็นการแสดงความขอบคุณแก่ผู้ที่ช่วยเหลือในงานวิจัย แต่ไม่ได้เป็น ผู้ร่วมงานวิจัย

5. เอกสารอ้างอิง (References)

5.1 ในเนื้อเรื่อง

หน้าข้อความ	ท้ายข้อความ
TH: Jaisuk (2018) รายงานว่า	TH: (Jaisuk, 2018)
EN: Johny (2018)	EN: (Johny, 2018)
หากมีผู้เขียน 2 คน ให้ใช้เป็น	
Jaisuk and Jaingam (2018) รายงานว่า	(Jaisuk and Jaingam, 2018)
Johnnie and Walker (2018)	(Johnnie and Walker, 2018)
ถ้ามีผู้เขียนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ให้ใช้ชื่อคนแรกแล้วตามด้วยคำว่า และคณะ	
Jaisuk *et al.* (2018) รายงานว่า	(Jaisuk *et al*., 2018)
Johny *et al.* (2018)	(Johny *et al*., 2018)
*** หมายเหตุในเนื้อเรื่องของบทความให้ใส่ชื่อผู้เขียนทุกคน ห้ามใช้คำว่า และคณะ หรือ *et al.***	

5.2 เอกสารอ้างอิง ต้องเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดโดยเรียงตามลำดับอักษร ตามรูปแบบการเขียน มีดังนี้

1) วารสาร (Journals) **(อ้างอิงวารสารที่มีความทันสมัย/เป็นปัจจุบันมากที่สุด)**

ชื่อผู้เขียน./ปีที่พิมพ์./ชื่อเรื่อง./ชื่อวารสาร/(เขียนเต็ม)/ปีที่(ฉบับที่):/เลขหน้าเริ่มต้น-เลขหน้าที่สิ้นสุด ตัวอย่างเช่น (เว้นวรรค Spacebar 1 ครั้ง)

Chutrakul, S. 2022. Development approach for community-based tourismin travel TV shows content in support of community-based tourism. Journal of Community Development and Life Quality 10(1): 35-44. (in Thai)

Wong, W. and G. Tang. 2017. Social movement and youth participation in Hong Kong: Importance of co-evolution between government and youth. Journal of Youth Studies 20(1): 96-112.

2) หนังสือ และตำรา (Books & Textbooks) **(อ้างอิงให้น้อยที่สุด ในกรณีที่ไม่สามารถสืบค้นจากวารสารได้)**

ชื่อผู้เขียน./ปีที่พิมพ์./ชื่อหนังสือ./สำนักพิมพ์,/เมืองที่พิมพ์./จำนวนหน้าทั้งหมด. ตัวอย่างเช่น

Jaturasitha, S. 2012. Meat Technology Mingmuang. Chiangmai. 367p. (in Thai)

Gullan, P. J. and P. S. Cranston. 2005. The Insects: An Outline of Entomology. 3rd ed. Blackwell Publishing, Malden. 505 p.

3) เรื่องย่อยในตำราหรือหนังสือที่มีผู้เขียนแยกเรื่องกันเขียน และมีบรรณาธิการ **(อ้างอิงให้น้อยที่สุด ในกรณีที่ไม่สามารถสืบค้นจากวารสารได้)**

ชื่อผู้เขียน./ปีที่พิมพ์./ชื่อเรื่องย่อย./หน้า/เลขหน้าเริ่มต้น-เลขหน้าที่สิ้นสุด./*ใน*:/ชื่อบรรณาธิการ,/(บก.)/ชื่อหนังสือ. สำนักพิมพ์,/เมืองที่พิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

Wechakit, D. and S. Tongsakul. 2017. Technical Use of Pesticides. pp. 22-42. *In*: S. Ruiaree (eds.) Insects and Animals, Major Enemies of Economic Plants and Management. Idea Square, Bangkok. (in Thai)

Bourdeau, P. J. Corneloup and P. Mao. 2004. Adventure sports and tourism in the French mountains: Dynamics of change and challenges for sustainable development. pp. 101-116. *In*: B.W. Ritchie and D. Adair (eds.). Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues. Channel View Publications, Clevedon.

4) สื่ออิเล็คทรอนิคส์ **(อ้างอิงเฉพาะข้อมูลที่ทันสมัย/เป็นปัจจุบัน เช่น สถิติจำนวนประชากร เป็นต้น)**

ชื่อผู้เขียน./ปีที่พิมพ์./ชื่อเรื่อง./(ระบบออนไลน์)./แหล่งข้อมูล:/ชื่อ Website/(วันเดือนปีที่สืบค้นข้อมูล).

Department of Local Administration. 2018. Community Management Plan (Online). Available: http://www.dla.go.th/upload/document/type2/2018/1/19390_2_1516003578311.pdf?time=1516143862616 (May 9, 2018). (in Thai)

National Statistical Office. 2016. The 2016 household survey on the use of information and communication technology. (Online). Available: https://goo.gl/rv6nbc (October 05, 2017).

รูปแบบในการใช้ภาษาอังกฤษในเนื้อเรื่องภาษาไทย

ชื่อวิทยาศาสตร์ คำขึ้นต้นให้ใช้อักษรตัวใหญ่ และใช้อักษรตัวเอน

Meloidogyne incognita

ชื่อเฉพาะ ให้ขึ้นต้นด้วยอักษรตัวใหญ่ทุกคำ

Berdmann, Marschner

ภาษาอังกฤษทั้งในวงเล็บและนอกวงเล็บ ให้ใช้ตัวเล็ก

completely randomized design, (transition period)

ตัวย่อ ให้ใช้อักษรตัวใหญ่ทั้งหมด และควรมีคำเต็มบอกไว้ในการใช้ครั้งแรก

(randomized complete block design, RCBD)

หัวข้อเรื่อง ให้ขึ้นด้วยอักษรตัวใหญ่

Abstract, Introduction

คำแรกที่ตามหลัง คำสำคัญ ให้ขึ้นต้นด้วยอักษรตัวใหญ่

Keywords: Mango, chlorophyll

การส่งเรื่องเพื่อตีพิมพ์ ให้ส่งต้นฉบับ หรือ Online Submission

การตอบรับบทความ บทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร ต้องได้รับการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต
Journal of Community Development and Life Quality
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2568)
Volume 13, Issue 1 (January – April 2025)
ISSN: 2630-0443 (Print)
ISSN: 2630-0451 (Online)

ผู้จัดพิมพ์ **Publisher**	เครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน	Upper Northern Research Administrative Network
กำหนดการพิมพ์ **Publication**	วารสารราย 4 เดือน (3 ฉบับ/ปี) ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม	Tri-annually Issue 1 January-April Issue 2 May-August Issue 3 September-December
วัตถุประสงค์ **Objective**	เป็นวารสารสาขามนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ที่ตีพิมพ์ผลงานวิจัยของนักวิชาการและบุคคลทั่วไปที่มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะเพื่อการพัฒนาชุมชนและเพิ่มคุณภาพชีวิต โดยการสนับสนุนจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.)	To be Humanities and Social Sciences journal published the results of research scholars and the general quality and can be used, especially for community development and enhance the quality of life. The journal was supported by the Office of the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation
ที่ปรึกษา **Consulting**	ศ.ดร.ศุภชัย ปทุมนากุล Supachai Pathumnakul, Ph.D. Prof.	ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation
	รศ.ดร.ก้าน จันทร์พรหมมา Kan Chantrapromma, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ Hatyai University
บรรณาธิการ **Editor**	ศ.เกียรติคุณ ดร. สัญชัย จตุรสิทธา Sanchai Jaturasitha, Ph.D., Prof. Emeritus	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University
ผู้ช่วย **บรรณาธิการ** **Asst. Editor**	นางสาว กีรติ แก้วสัมฤทธิ์ Geerati Kaewsumrit, M.A.	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม Office of the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation
	รศ.ดร.ไสว บูรณพานิชพันธุ์ Sawai Buranapanichpan, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University
	ผศ.ดร.นิราภรณ์ ชัยวัง Niraporn Chaiwang, Ph.D., Asst. Prof.	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ Chiang Mai Rajabhat University
กองบรรณาธิการ **(ฝ่ายวิชาการ)** **Editorial Board** **(Academic)**	ศ.พญ.ผิวพรรณ มาลีวงษ์ Pewpan Maleewong, Ph.D., MD. ศ.ดร.กรกนก อิงคนินันท์ Kornkanok Ingkaninan, Ph.D. Prof.	มหาวิทยาลัยขอนแก่น Khon Kaen University มหาวิทยาลัยนเรศวร Naresuan University

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต
Journal of Community Development and Life Quality
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2568)
Volume 13, Issue 1 (January – April 2025)
ISSN: 2630-0443 (Print)
ISSN: 2630-0451 (Online)

กองบรรณาธิการ (ฝ่ายวิชาการ) Editorial Board (Academic)	รศ.ดร.ศุภศิลป์ มณีรัตน์ Suppasil Maneerat, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Prince of Songkla University
	ผศ.ดร.อมรศักดิ์ สวัสดี Amonsak Sawusdee, Ph.D., Asst. Prof.	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ Walailak University
	ศ.ดร.หนึ่ง เตียอำรุง Neung Teaumroong, Ph.D. Prof.	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี Suranaree University of Technology
	รศ.ดร.จิตติมา เจริญพานิช Jittima Charoenpanich, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University
	รศ.ดร.รัมภา บุญสินสุข Rumpa Boonsinsukh, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Srinakharinwirot University
	รศ.ดร.ภก.ประสพชัย พัฒน์โรจนโสภณ Prasopchai Patrojanasophon, Ph.D., Assoc. Prof., Pharm.	มหาวิทยาลัยศิลปากร Silpakorn University
	ผศ.ดร.สุพัฒน์ กู้เกียรติกูล Supath Kookiattikoon, Ph.D., Asst. Prof.	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี Ubon Ratchathani University

กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการตรวจและแก้ไขบทความที่เสนอเพื่อการตีพิมพ์ในวารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต
The Editorial Board claims a right to review and correct all articles submitted for publishing

บทความหรือข้อความคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต เป็นวรรณกรรมของผู้เขียนโดยเฉพาะ คณะผู้จัดทำไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย และไม่ใช่ความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยและคณะผู้จัดทำ / บรรณาธิการ

ติดต่อกองบรรณาธิการ
นางสาวณัฐริกา อุตสาใจ
กองบรรณาธิการวารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต
เครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน สถาบันวิจัยพหุศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200 E-mail: journals.unrn@gmail.com
โทรศัพท์ 053-942-476 โทรศัพท์ (มือถือ) 087-656-0160

พิมพ์ที่: เครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน
สถาบันวิจัยพหุศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

บทบรรณาธิการ

สวัสดีครับ ท่านผู้อ่าน

สวัสดีปีใหม่ 2568 วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต ฉลองขึ้นปีที่ 13 ฉบับนี้เป็นฉบับที่ 1 มีบทความวิจัยถึง 12 เรื่องด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการเกษตร วิสาหกิจชุมชน การท่องเที่ยว สาธารณสุข และที่น่าสนใจ การทบกวนวรรณกรรม ซึ่งฉบับนี้ท่านผู้อ่านจะได้รู้ได้เข้าใจกับงานวิจัยที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้เลย เช่น การเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนที่มีการเลี้ยงไม่กี่จังหวัดภาคใต้ของเรา หรือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน เป็นต้น

สำหรับปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้ประสบปัญหาอย่างหนักของการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ El Niño ในฤดูร้อนที่ผ่านมาแสนจะร้อนจัดและนาน จากนั้นก็เข้าสู่ La Niña ซึ่งเกิดฝนตกอย่างหนัก ทำให้ภาคเหนือเกิดน้ำท่วมและดินโคลนถล่ม รวมถึงภาคใต้ก็ประสบภัยน้ำท่วมที่รุนแรงกว่าทุกครั้งที่เกิดปรากฏ นี่อาจเป็นสัญญาณเตือนจากภัยธรรมชาติว่าการใช้ทรัพยากรที่ขาดสมดุล จะนำมาซึ่งการเกิดภัยหายนะต่าง ๆ จากประเด็นดังกล่าว ทางวารสารฯ ต้องการบทความวิจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ก็หวังว่าจะเป็นโจทย์ให้นักวิจัยได้ดำเนินการด้านนี้ให้มากขึ้น

ผมขอบพระคุณผู้วิจัยและทีมงานทุกท่านที่ได้ส่งผลงานดี ๆ มีสาระมาแบ่งปันให้ผู้อ่านได้รับทราบและยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อีกด้วย หวังว่าคงได้รับการสนับสนุนจากผู้เขียนในโอกาสหน้า

พบกันใหม่ในฉบับหน้าครับ

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร. สัญชัย จตุรสิทธา
บรรณาธิการวารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต

หญ้าแฝกกับการสร้างเสถียรภาพในการทำเกษตร: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี

Vetiver Grass and Agricultural Stability Creation: A Case Study of Ban Tha Thong Mango Group Community Enterprise, Pak Nam Subdistrict, Doem Bang Nang Buat District, Suphan Buri Province

บุษรินทร์ ดวงเด่น[1] และ อุ่นเรือน เล็กน้อย[2]*

Bussarin Duangden[1] and Unruan Leknoi[2]*

[1]หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ 10330

[1]Master of Arts Program in Human and Social Development, Graduate School of Chulalongkorn University, Bangkok 10330, Thailand

[2]หน่วยปฏิบัติการวิจัยนวัตกรรมสังคมและความยั่งยืนสำหรับคนกลุ่มเปราะบาง สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ 10330

[2]Social Innovation and Sustainability for Vulnerable People Research Unit, Social Research Institute, Chulalongkorn University, Bangkok 10330, Thailand

*Corresponding author: Email: bussarin.d@chula.ac.th

(Received: June 13, 2024; Revised: July 3, 2024; Accepted: July 30, 2024)

Abstract: The objectives of this research were to identify the lessons learned on the success of integrating vetiver grass into agricultural areas at Ban Tha Thong Mango Group Community Enterprise, Pak Nam subdistrict, Doem Bang Nang Buat district, Suphan Buri province. The study adopted an in-depth interview with eight key informants. Data analysis applied the Theory of Change and the Impact Value Chain concept to examine the process of social change that led to long-term outcomes. This study provides recommendations and guidelines for expanding the benefits of integrating vetiver grass into agriculture. The study found that the operations of the community enterprise reflect systematic outcomes driven by five key processes: 1) identifying community problem conditions; 2) finding solutions to farmers' problems; 3) expanding the use of vetiver grass by community enterprise groups; 4) expanding benefits from vetiver grass to create added value for agricultural products; and 5) striking to become an exemplar region for the promotion of vetiver grass utilization within agricultural landscapes. These key factors are an important mechanism that will lead to sustainable occupational stability for farmers in the community in the future.

Keywords: Vetiver grass, community enterprise, sustainability

บทคัดย่อ: งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อถอดบทเรียนการยอมรับการนำหญ้าแฝกมาใช้ในพื้นที่เกษตรกรรมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ 8 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงและแนวคิดห่วงโซ่ผลลัพธ์ในการวิเคราะห์กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่นำไปสู่ผลลัพธ์ในระยะยาว เพื่อจัดทำข้อเสนอแนวทางการขยายผลการสร้างการยอมรับการนำหญ้าแฝกมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่เกษตรกรรม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม 5 กระบวนการ คือ 1) การค้นหาเงื่อนไขปัญหาของชุมชน 2)

การแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาของเกษตรกร 3) การขยายผลการใช้หญ้าแฝกโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4) การต่อยอดการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร และ 5) การเป็นพื้นที่ต้นแบบในด้านการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกในพื้นที่เกษตรกรรม ซึ่งกระบวนการขับเคลื่อนดังกล่าว เป็นกลไกสำคัญที่จะนำไปสู่การสร้างความมั่นคงในการประกอบอาชีพให้กับเกษตรกรในชุมชนได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ: หญ้าแฝก วิสาหกิจชุมชน ความยั่งยืน

คำนำ

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติขึ้นมากมาย Centre for Research on the Epidemiology of Disasters (2022) ระบุว่า ในปี พ.ศ.2564 เกิดภัยพิบัติจากภัยธรรมชาติทั่วโลกมากถึง 432 ครั้ง โดยภัยพิบัติที่เกิดมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ อุทกภัย (223 ครั้ง) ซึ่งเป็นภัยพิบัติทางน้ำที่มีระดับความรุนแรงและรูปแบบของการเกิดขึ้นอยู่กับลักษณะภูมิประเทศและสภาพแวดล้อมในแต่ละพื้นที่ มักส่งผลกระทบและสร้างความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อชีวิตและทรัพย์สิน รวมไปถึงพื้นที่เกษตรกรรม โดยเฉพาะการเกิดการพังทลายของดินในพื้นที่ทำเกษตร ประเทศไทยมีความเสี่ยงต่อการเกิดน้ำท่วมมากถึงร้อยละ 44.31 (Vijitthanasarn and Aobpaet, 2022) เกษตรกรจึงต้องหาแนวทางการรับมือกับภัยพิบัติน้ำท่วม เพื่อลดความสูญเสียดังกล่าวที่จะเกิดขึ้น

หญ้าแฝกถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการอนุรักษ์ดินและน้ำ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช-บรมนาถบพิตร และเพื่อให้การน้อมนำแนวพระราชดำริในการนำหญ้าแฝกมาใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่อง จึงได้มีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริขึ้น เพื่อกำหนดกรอบความรับผิดชอบและแนวทางในการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแผนแม่บทการพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2566 - 2570) ฉบับปัจจุบัน มีเป้าหมายสำคัญมุ่งเน้นการนำหญ้าแฝกไปใช้เป็น “นวัตกรรมทางสังคม” (social innovation) ภายใต้กรอบแนวทางการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์หลัก ทั้งในมิติสิ่งแวดล้อม มิติเศรษฐกิจ และมิติสังคม ให้เกิดขึ้นในสังคมไทย (Office of the Royal Development Projects Board, 2023)

ในแง่ของงานวิจัยเกี่ยวกับการนำหญ้าแฝกมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่เกษตรกรรมที่ผ่านมา ชี้ให้เห็นว่า เกษตรกรมีการนำหญ้าแฝกมาปลูกในพื้นที่เกษตรกรรมมากขึ้น ทั้งการนำหญ้าแฝกมาช่วยในเรื่องของการเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับดิน จนส่งผลทำให้มีปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นและได้รับผลตอบแทนจากการขายผลผลิตเพิ่มสูงขึ้น (Manoonyo *et al.*, 2020) การปลูกเพื่อป้องกันปัญหาการพังทลายและการกัดเซาะของดิน (Asima *et al.*, 2022; Aziz and Islam, 2023; Oshunsanya *et al.*, 2023; Yiengthaisong and Leknoi, 2020) และการปลูกหญ้าแฝกเพื่อใช้ดูดซับสารพิษในดิน เช่น สารโลหะหนัก (Kumar and Singh, 2023) จากข้อมูลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่ายังไม่มีงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นถึงแนวทางการสร้างการยอมรับในการนำหญ้าแฝกมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่ทำเกษตร ที่ช่วยสร้างความมั่นคงและมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อถอดบทเรียนความสำเร็จในการยอมรับเอาหญ้าแฝกมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่เกษตรกรรม สู่การสร้างความยั่งยืนในการทำเกษตรของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำไปสู่การจัดทำ

ข้อเสนอแนะแนวทางต่อการขยายผลการสร้างการยอมรับการนำหญ้าแฝกมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่เกษตรกรรม เพื่อให้เกษตรกรในพื้นที่อื่นนำไปประยุกต์และปรับใช้ให้เข้ากับพืชเศรษฐกิจในพื้นที่ของตนเองอย่างเป็นรูปธรรม

อุปกรณ์และวิธีการ

ระยะเวลาในการวิจัย

ตั้งแต่เดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2566 – มีนาคม ปี พ.ศ. 2567

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling technique) ได้แก่ คณะทำงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 5 คน และภาคีเครือข่ายในพื้นที่ ได้แก่ เครือข่ายคนรักษ์แฝก เขต 1 (จังหวัดสุพรรณบุรี) จำนวน 2 คน และโรงเรียนหญ้าแฝกแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 8 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อศึกษากระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ในการยอมรับการนำหญ้าแฝกมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่เกษตรกรรม โดยมีรายละเอียดแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ดังนี้

1) จุดเริ่มต้นการนำหญ้าแฝกมาปลูกในพื้นที่ทำเกษตร

2) ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายหลังการนำหญ้าแฝกมาปลูกในพื้นที่ทำเกษตร

3) บทบาทและการเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนการปลูกหญ้าแฝกในพื้นที่ของหน่วยงานต่าง ๆ

4) ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการนำหญ้าแฝกมาปลูก และแนวทางในการแก้ไขปัญหา

5) ประโยชน์จากการนำหญ้าแฝกมาใช้ในพื้นที่ทำเกษตร และความสอดคล้องกับความต้องการของคนในชุมชน

6) ปัจจัยเอื้อที่ทำให้การขับเคลื่อนการใช้หญ้าแฝกในชุมชนเกิดขึ้นได้อย่างกว้างขวาง

7) การมีส่วนร่วมหรือตอบสนองต่อการขับเคลื่อนการนำหญ้าแฝกมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่ทำเกษตรของคนในชุมชน และกระบวนการในการสร้างการยอมรับในระดับชุมชน

8) ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นภายหลังที่มีการขับเคลื่อนการนำหญ้าแฝกมาใช้ในพื้นที่ทำเกษตร และการนำไปสู่ความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (key informants) ร่วมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการส่งเสริมการใช้หญ้าแฝกในพื้นที่เกษตรกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (theory of change) และแนวคิดห่วงโซ่ผลลัพธ์ (impact value chain) (Achavanuntakul and Yaemla-or, 2017) ในการวิเคราะห์และอธิบายถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อชี้ให้เห็นกระบวนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่นำไปสู่การสร้างความยั่งยืนในการทำเกษตร และสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับเกษตรกรในชุมชน

ผลการศึกษาและวิจารณ์

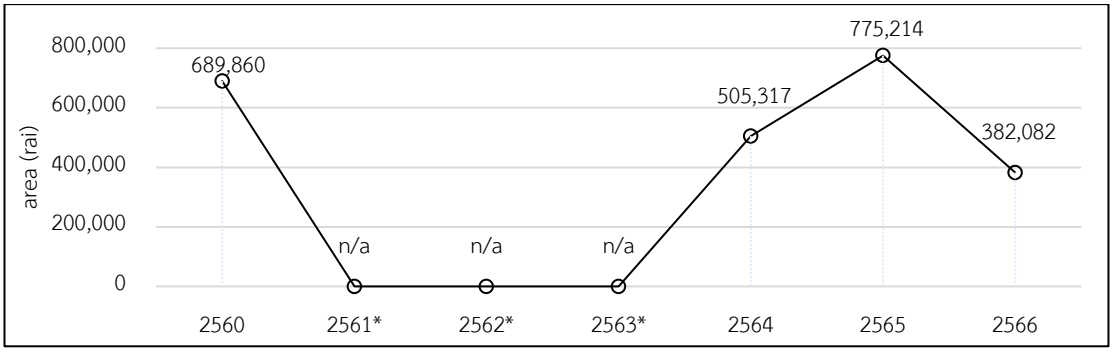
ผลการวิเคราะห์กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม จากการยอมรับการนำหญ้าแฝกมาใช้ในพื้นที่เกษตรกรรมของเกษตรกรในวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี สะท้อนให้เห็นถึงผลการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

1) การค้นหาเงื่อนไขปัญหาของชุมชน

ชุมชนบ้านท่าทอง ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 ตำบลปากน้ำ อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี คนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนาและทำสวนเป็นหลัก หนึ่งในพืชเศรษฐกิจที่เกษตรกรนิยมปลูก ได้แก่ มะม่วงนอกฤดู แต่ด้วยลักษณะภูมิประเทศของพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม และชุมชนตั้งอยู่ติดกับแม่น้ำสุพรรณบุรี (ท่าจีน) ทำให้เมื่อถึงช่วงฤดูฝนชุมชนมักประสบกับปัญหาน้ำท่วมแปลงเกษตรเป็นประจำเกือบทุกปี ส่งผลให้เกิดพังทลายของดินในพื้นที่ทำเกษตร และสร้างความเสียหายต่อผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการทำสวนมะม่วง เมื่อเกิดน้ำท่วมจะทำให้ร่องสวนพังทลายและต้นมะม่วงยืนต้นตาย หากเกษตรกรจะเริ่มต้นปลูกใหม่อีกครั้ง ต้องใช้ต้นทุนในการผลิตค่อนข้างสูง

ทั้งนี้ จากข้อมูลรายงานสถานการณ์น้ำประเทศไทยของจังหวัดสุพรรณบุรีระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2566 (Figure 1) ของสถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำ แสดงให้เห็นว่าจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีโอกาสเกิดน้ำท่วมมากที่สุด ซึ่งติดอันดับ 1 ใน 5 จังหวัดของประเทศ



Note. * No information found.

Source: Hydro-Informatics Institute (2017, 2021, 2022 and 2023)

Figure 1. Flooded areas in Suphanburi province.

> “ พื้นที่สวนที่นี่ปัญหามันคือ น้ำมันท่วม เมื่อตอนปี 2554 ร้างไปหลายแปลง น้ำท่วมแล้วต้นทุนมันสูงถ้าต้องทำใหม่ พอร้างแล้วเค้าก็กลับมาทำนากัน คนที่จะสู้ต่อต้องปลูกใหม่ แต่ปลูกใหม่มันต้องใช้ทุนทำคันล้อม ต้องลงทุนใหม่ ต้องรอเวลาอีก 2 - 3 ปี กว่าจะได้ผลผลิต ”
>
> สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน, วันที่ 8 ธันวาคม 2566

นอกจากนี้ ปัญหาที่เกษตรกรต้องประสบอีกหนึ่งปัญหา คือ ปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำ เนื่องจากปัจจุบันเกษตรกรหันมาปลูกมะม่วงนอกฤดูมากขึ้น ทำให้ผลผลิตที่ออกมามีมากเกินความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการที่ผลผลิตของเกษตรกรไม่มีแหล่งตลาดรองรับ ด้วยเพราะต้นทุนในการผลิตมะม่วงนอกฤดูที่ค่อนข้างสูง แต่การกำหนดราคาขายของตลาดภายในประเทศที่ต่ำ จึงไม่สอดคล้องกับต้นทุนในการผลิตและราคาขายที่เกษตรกรตั้งไว้

> “ พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเขาจะตีราคาไม่สูง เค้าไม่สู้ราคา เต็มที่ตลาดนัดขายกิโลกรัมละ 30 บาท แต่ต้นทุนในการผลิตมะม่วงนอกฤดู ต้นทุน 1 กิโลกรัม จะอยู่ที่ประมาณ 25 บาท เพราะฉะนั้นปลายทางของเราจึงต้องผลิตมะม่วงคุณภาพเพื่อส่งออกเท่านั้น ”
>
> สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน, วันที่ 2 กันยายน 2566

ปัญหาดังกล่าวข้างต้น ล้วนส่งผลต่อความไม่มั่นคงในการประกอบอาชีพของเกษตรกร ทั้งในแง่ของความเสียหายที่เกิดจากน้ำท่วม การมีต้นทุนที่ใช้ในการผลิตที่ค่อนข้างสูง ในกรณีที่พื้นที่ทำเกษตรได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม และต้องเริ่มต้นลงทุนใหม่อีกครั้ง การมีข้อจำกัดในการต่อรองราคาขายผลผลิตในตลาด และการเข้าถึงแหล่งตลาดในพื้นที่ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานศึกษาของ Saiyodtong *et al*. (2020) ที่รายงานว่า ปัญหาน้ำท่วมส่งผลกระทบต่อการทำเกษตรของเกษตรกรโดยตรง ทั้งต่อพื้นที่ทำเกษตรและการเกิดการระบาดของแมลงศัตรูพืช ดังนั้น จึงนำมาสู่การค้นหาวิธีในการแก้ไขปัญหาที่เกษตรกรสามารถเข้าถึงได้และสอดคล้องกับบริบทของชุมชน

2) การแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาของเกษตรกร

การรับรู้ปัญหาสำคัญที่เกษตรกรต้องประสบเป็นประจำอย่างปัญหาน้ำท่วม ด้วยลักษณะพื้นที่ทำสวนของเกษตรกรในชุมชนที่เป็นการทำร่องสวนแบบทั่วไป และไม่มีการทำคันดินล้อมรอบพื้นที่ การแก้ปัญหาของเกษตรกรจึงมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ หากต้องใช้วิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการทำคันล้อมตามรูปแบบที่ได้มาตรฐานทางวิศวกรรม ซึ่งต้องใช้งบประมาณสูง และทำให้เกษตรกรสูญเสียพื้นที่ในการทำเกษตร ดังนั้น ผู้ใหญ่บ้านชุมชนบ้านท่าทองในฐานะผู้นำชุมชน จึงนำประโยชน์ของ “หญ้าแฝก” ในฐานะนวัตกรรมทางสังคม มาใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหา โดยเริ่มทดลองแก้ปัญหาบนพื้นที่แปลงเกษตรของตนเอง

เนื่องจากผู้ใหญ่บ้านที่เป็นทั้งหมอดินอาสาประจำหมู่บ้าน และประธานเครือข่ายคนรักษ์แฝกประเทศไทย (วาระการดำรงตำแหน่ง ปี พ.ศ. 2566 - 2569) นั้นมีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับหญ้าแฝกมาเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี รวมถึงในพื้นที่ชุมชนมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนหลายแห่ง อาทิ องค์การบริหารส่วนตำบลปากน้ำ สถานีพัฒนาที่ดินสุพรรณบุรี เครือข่ายคนรักษ์แฝก (เขต 1) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และโรงเรียนหญ้าแฝก แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น เข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการปลูกและใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกอย่างต่อเนื่อง สำหรับวิธีการในการแก้ปัญหาของผู้ใหญ่บ้าน คือ การทำคันดินล้อมรอบสวนให้มีความสูงมากกว่าระดับที่เคยเกิดน้ำท่วม และนำหญ้าแฝกมาปลูกบนคันดินดังกล่าว เพื่อใช้หญ้าแฝกเป็นแนวกั้นน้ำในช่วงเวลาที่น้ำหลาก โดยให้รากของหญ้าแฝกทำหน้าที่ยึดโครงสร้างของดินให้เกิดความมั่นคง ช่วยลดการพังทลายของดินเมื่อเกิดน้ำท่วม แต่ทว่าวิธีการดังกล่าวจะมีประสิทธิภาพสูงสุดนั้น หญ้าแฝกที่ปลูกบนคันดินต้องมีอายุหลังการปลูกอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป เพื่อให้ต้นหญ้าแฝกมีการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมในพื้นที่

> “ เพราะพื้นที่เราเป็นพื้นที่ลุ่ม แล้วก็เป็นพื้นที่ที่ปลูกมะม่วงในลักษณะของร่องสวน สิ่งหนึ่งที่เราเองต้องมองให้ออกว่า ปัญหาที่เราเจออยู่ น้ำท่วม ปัญหาที่เราเจออยู่ คือ ร่องสวนพังทลาย ตรงนี้เราก็ต้องหาคำตอบจากการแก้ปัญหา ก็คือนึกถึงหญ้าแฝก หญ้าแฝกก็เอามาช่วยในเรื่องของป้องกันน้ำท่วมบนคันล้อม ให้คันล้อนที่เราทำล้อมสวนมีความมั่นคง ”
>
> สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน, วันที่ 2 กันยายน 2566

การใช้หญ้าแฝกเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว สามารถช่วยป้องกันความเสี่ยงในการพังทลายของดินเมื่อเกิดน้ำท่วม โดยรากของหญ้าแฝกที่มีการเจริญเติบโตเต็มที่ จะช่วยยึดคันดินให้มีความแข็งแรงและมีความมั่นคง ทนต่อแรงพัดพาและการกัดเซาะของน้ำในช่วงเวลาที่เกิดน้ำท่วมได้ อีกทั้งวิธีการนี้ยังใช้งบประมาณที่ต่ำกว่าวิธีการทางวิศวกรรม ซึ่งเกษตรกรสามารถนำไปปรับใช้กับพื้นที่สวนของตนเองได้ โดยเกษตรกรเสียค่าใช้จ่ายเฉพาะในส่วนของค่าแรงและค่าน้ำมันที่ใช้ในการทำคันดินรอบพื้นที่สวน (ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ทำเกษตรของเกษตรกร) ส่วนต้นกล้าหญ้าแฝกเกษตรกรสามารถขอรับการสนับสนุนได้ จากสถานีพัฒนาที่ดินเขต 1 และศูนย์การเรียนรู้ชุมชนบ้านท่าทอง สอดคล้องกับงานศึกษาของ Islam *et al.* (2013) ที่ทำการศึกษาประสิทธิผลของรากหญ้าแฝกต่อการป้องกันความลาดชันของคันดิน รายงานว่า ดินที่มีการปลูกหญ้าแฝก ระบบรากของหญ้าแฝกจะช่วยยึดเกาะอนุภาคของดิน สามารถช่วยป้องกันคันดินและทางลาดจากการกัดเซาะของน้ำฝนและการไหลบ่าจากน้ำท่วมได้ดี และงานศึกษาของ Zaman *et al.* (2016) ที่ศึกษาความต้านทานแรงเฉือนและแรงยึดเกาะของดินระหว่างดินที่มีการปลูกหญ้าแฝกกับดินที่ไม่มีการปลูกหญ้าแฝก รายงานว่า ดินที่มีการปลูกหญ้าแฝกมีความต้านทานแรงเฉือนและแรงยึดเกาะของดินสูงกว่าดินที่ไม่มีการปลูกหญ้าแฝก

ทั้งนี้ ในแง่การสร้างการยอมรับการใช้ประโยชน์หญ้าแฝกให้กับเกษตรกรในชุมชนจากผู้นำชุมชน พบว่า ระยะแรกของการส่งเสริมยังไม่ได้รับความร่วมมือจากเกษตรกรมากนัก เนื่องจากเกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับหญ้าแฝก แต่ทว่าภายหลังเกษตรกรเกิดความเชื่อมั่นในการนำหญ้าแฝกมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่ทำเกษตรของตนเองมากขึ้น จากการเห็นตัวอย่างการทดลองปฏิบัติของผู้นำชุมชน และการส่งเสริมการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของหญ้าแฝกให้กับเกษตรกรในชุมชนจากสำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 1 และบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Yiengthaisong and Leknoi (2020) ที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการรับรู้ต่อการยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบหญ้าแฝกเพื่อป้องกันดินถล่มในพื้นที่ทางการเกษตร รายงานว่า รูปแบบการรับรู้และการส่งเสริมองค์ความรู้ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ซึ่งรูปแบบการรับรู้ของเกษตรกรชุมชนบ้านท่าทอง คือ การมองเห็นตัวอย่างจากทดลองปฏิบัติจริงของผู้นำชุมชน ที่สามารถแก้ปัญหาการพังทลายของดินในพื้นที่ทำเกษตร เมื่อเกิดน้ำท่วมโดยการใช้หญ้าแฝกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) การขยายผลการใช้หญ้าแฝกโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ ริเริ่มมาจากความต้องการในการแก้ไขปัญหาของเกษตรกร ทั้งปัญหาราคาขายผลผลิตในประเทศที่ต่ำเกินไป และไม่มีแหล่งตลาดที่จะรองรับผลผลิตของเกษตรกร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกษตรกรในชุมชน มีศูนย์กลางในการรวบรวมผลผลิตมะม่วงคุณภาพประจำตำบลปากน้ำ และเพื่อช่วยพัฒนาให้เกษตรกรผู้ผลิตมะม่วงในพื้นที่มีความเข้มแข็ง สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและจัดการผลผลิตมะม่วงให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน GAP นอกจากนี้การจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ยังเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างเครือข่ายเกษตรกรในระดับชุมชนที่มีการนำหญ้าแฝกเข้ามามีบทบาทในกระบวนการผลิตมะม่วง โดยมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในและนอกพื้นที่ เข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการจัดตั้งและการดำเนินงาน ทั้งในแง่ของการสนับสนุน สถานที่ตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การเข้ามาอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการผลิต เช่น การส่งเสริมการใช้ประโยชน์ จากหญ้าแฝกเพื่ออนุรักษ์ดินและน้ำ

การเตรียมความพร้อมในการขอรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร การเขียนแผนธุรกิจและการตลาดออนไลน์ เป็นต้น การมอบปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นต่อกระบวนการผลิต เช่น กล่องพัสดุส่งผลไม้สารป้องกันเชื้อรา น้ำหมักชีวภาพพร้อมใช้ อุปกรณ์สกรีนบรรจุภัณฑ์สินค้า เป็นต้น และการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตไม้ผลให้ได้คุณภาพ (Figure 2) ซึ่งการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนของหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้ ช่วยทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานศึกษาของ Punyaboon and Zumitzavan (2022) ระบุว่า ความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำให้เกิดการขับเคลื่อนการทำงานแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ

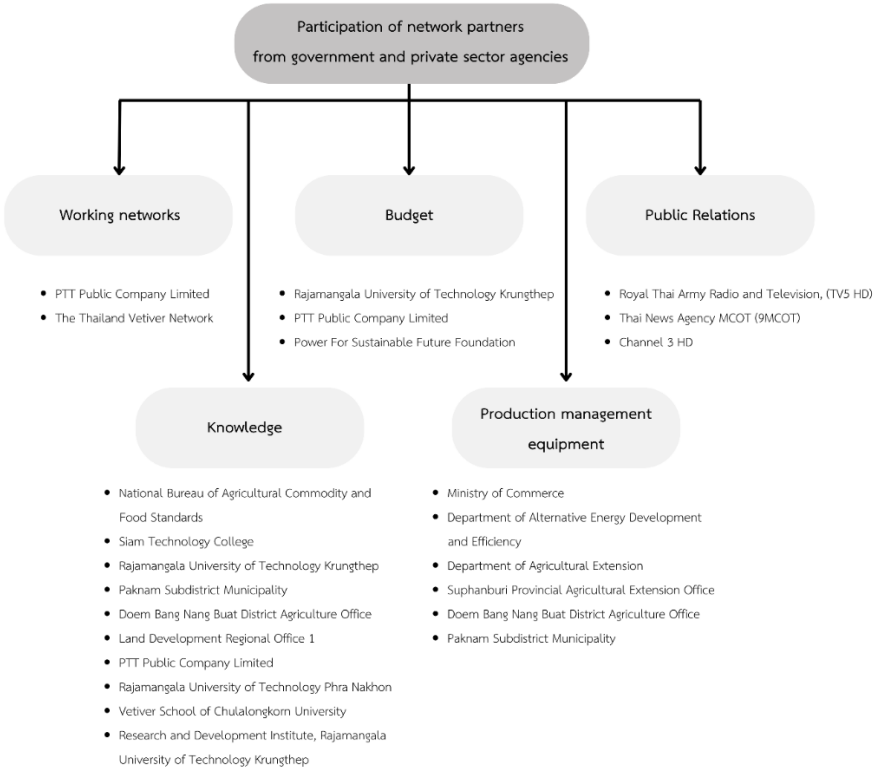


Figure 2. Participation of network partners from government and private sector agencies

นอกจากการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชุมชนยังได้จัดตั้งศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านท่าทองขึ้น เป็นศูนย์ที่เน้นไปที่การให้องค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝก และสนับสนุนต้นกล้าหญ้าแฝกให้กับเกษตรกรในชุมชน สำหรับเกษตรกรที่ต้องการนำหญ้าแฝกไปปลูกในพื้นที่ทำเกษตรของตนเอง การดำเนินการดังกล่าวถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและส่งเสริมการปลูกหญ้าแฝกไปพร้อมกับการพัฒนาคุณภาพผลผลิตมะม่วง ภายใต้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ

> “...เราพยายามจะขยายผลงานหญ้าแฝกควบคู่ไปกับการทำสวนมะม่วงด้วย เพราะว่าสวนมะม่วงที่มีหญ้าแฝกวันนี้ หลายคนที่ได้รับการขยายผลไป ยอมรับและมองว่ามันเกิดประโยชน์ นี่คือสิ่งที่พยายามจะขยาย จากจุดที่เราเป็นและอยู่ในบริบทที่เราทำอยู่...”
>
> “ สิ่งที่ผมทำ หลายหน่วยงานที่มาต่อยอด เขามองเห็นในสิ่งที่ผมทำว่า สถานที่วิสาหกิจตรงนี้ คือ สาธารณะ พอเขาสนับสนุนงบประมาณมา เขาก็มั่นใจได้ว่าผมไม่ได้เอาไปที่บ้านผม มันก็เลยมีอะไรที่มาต่อยอด เราสามารถที่จะเดินทางมาถึงทุกวันนี้ แล้วที่สำคัญการทำงาน เราทำงานด้วยลักษณะของการคิดถึงผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก เราจะได้ประโยชน์จากที่ส่วนรวมได้ประโยชน์ ”
>
> สัมภาษณ์ คณะทำงานวิสาหกิจชุมชนฯ วันที่ 2 กันยายน 2566

4) การต่อยอดการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร

การใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ ไม่เพียงถูกนำมาใช้เพื่อการรับมือกับปัญหาน้ำท่วมในพื้นที่ทำเกษตรเท่านั้น แต่ยังถูกนำมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ โดยการนำเศษวัสดุเหลือทิ้งจากหญ้าแฝก (ส่วนของใบหญ้าแฝก) มาผ่านกระบวนการทางเคมีให้มีลักษณะนุ่มและเหนียว เพื่อใช้เป็นวัสดุกันกระแทกป้องกันความเสียหายให้กับผลผลิตทางการเกษตร และทำเกลียวเป็นเชือก เรียกว่า “แฝกนุ่มนิ่ม” ส่วนเศษชีวมวลจากใบหญ้าแฝกที่เหลือจากการทำแฝกนุ่มนิ่มถูกนำไปย่อยและแปลงสภาพให้กลายเป็นแผ่นห่อสินค้า เรียกว่า “แฝกหีบห่อ” ผลผลิตทั้ง 2 ชิ้น ถูกผลิตขึ้นภายใต้แบรนด์แฝกฟรี-ฟอร์ม ที่มีการดำเนินการวิจัยและพัฒนาร่วมกันระหว่างศูนย์การเรียนรู้ชุมชนบ้านท่าทอง และโรงเรียนหญ้าแฝกแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร โดยการสร้างจุดขายผ่านการเล่าเรื่องราว (storytelling) ของผลผลิตมะม่วงในพื้นที่ชุมชนบ้านท่าทอง ที่มีการนำหญ้าแฝกเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตตลอดทั้งกระบวนการ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกให้กับกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจ

5) การเป็นพื้นที่ต้นแบบในด้านการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกในพื้นที่เกษตรกรรม

การขับเคลื่อนการขยายผลการใช้หญ้าแฝกในพื้นที่เกษตรกรรมของชุมชนบ้านท่าทอง ผ่านวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ ที่มีการส่งเสริมการใช้ประโยชน์ของหญ้าแฝกในพื้นที่ทำเกษตร ไปพร้อมกับการพัฒนาคุณภาพผลผลิตมะม่วง ตั้งแต่การนำหญ้าแฝกมาใช้แก้ปัญหาในชุมชนได้อย่างตรงจุด ตลอดจนการนำมาใช้พัฒนาคุณภาพผลผลิตทางการเกษตร และการต่อยอดการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร ภายใต้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับ “รางวัลชมเชยประเภทส่งเสริมการปลูกและขยายผล พื้นที่แหล่งเรียนรู้และขยายผล” (รางวัลระดับชุมชน) ประจำปี 2565 ซึ่งการได้รับรางวัลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงบ้านท่าทอง ตำบลปากน้ำ มีรูปแบบการบริหารจัดการที่เห็นชัดเป็นรูปธรรม จากการเข้ามามี ส่วนร่วมของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรในชุมชน ทั้งในแง่ของการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากการเข้าร่วมการอบรม การพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากหญ้า

แฝกในพื้นที่เกษตรกรรมให้กับเกษตรกรอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานทั้งในและนอกพื้นที่ ผ่านการขับเคลื่อนและผลักดันโดยผู้นำชุมชน ที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ในการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับหญ้าแฝก ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างการรับรู้และการยอมรับในการนำหญ้าแฝกมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่ทำเกษตรในกลุ่มเกษตรกรที่ขยายเป็นวงกว้างมากยิ่งขึ้น จนเกิดเป็นกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรที่มีความเข้มแข็งในระดับชุมชน (Figure 3 และ 4) สอดคล้องกับงานศึกษาของ Satpanit *et al.* (2018) ระบุว่า จุดแข็งที่ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนให้กับกลุ่มเกษตรกร คือ การมีสมาชิกในกลุ่มเป็นคนในพื้นที่เกือบทั้งหมด ทำให้คนในกลุ่มมีความคุ้นเคยและสามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้ง่าย รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ และงานศึกษาของ Jiumpanyarach (2022) ระบุว่า การมีผู้นำชุมชนและชุมชนที่เข้มแข็ง เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการพัฒนากลุ่มเกษตรกรที่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน

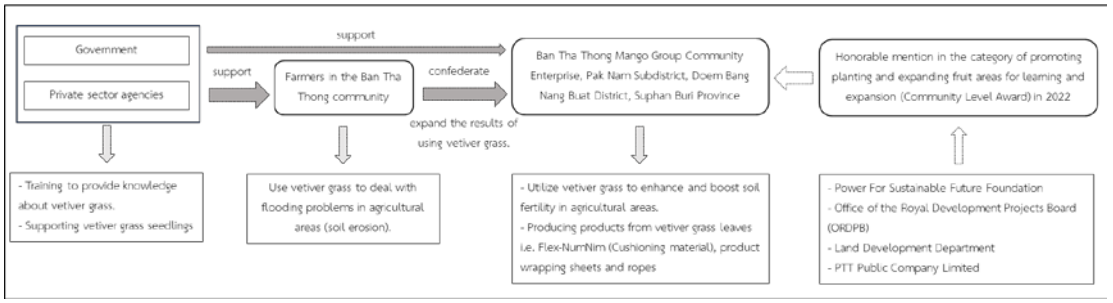


Figure 3. Promoting and expanding the use of vetiver grass at the community level

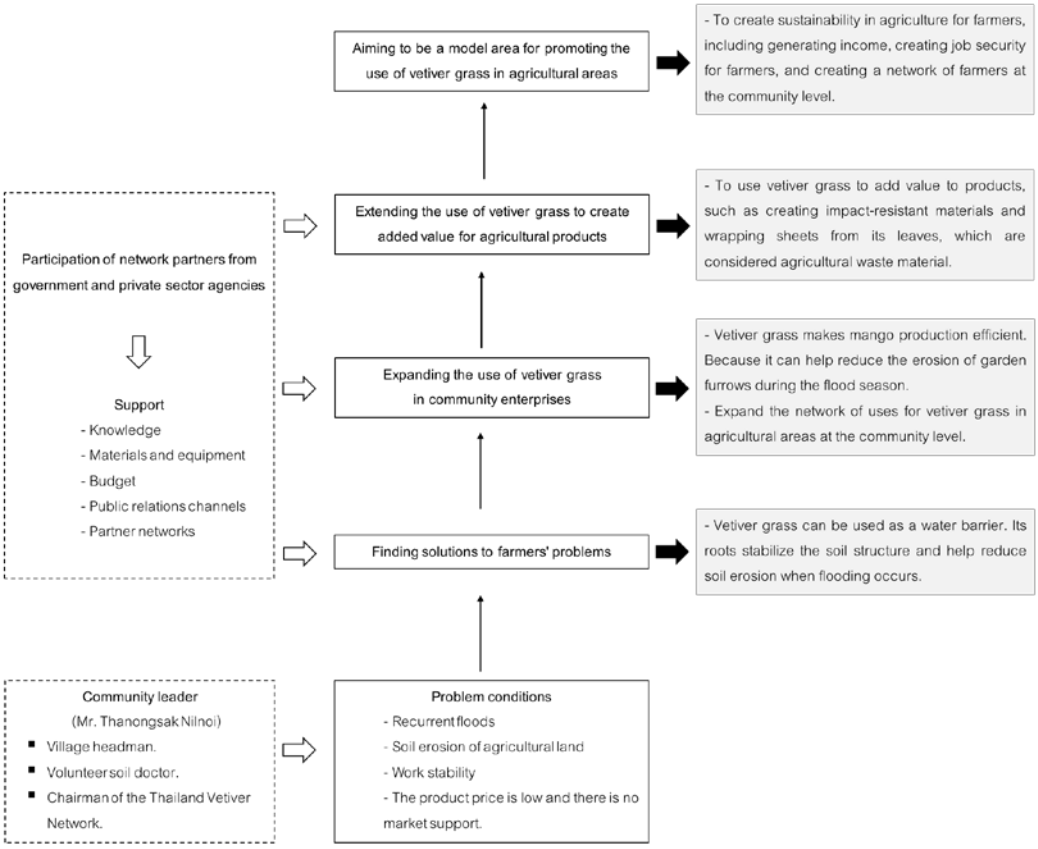


Figure 4. The social change process of Ban Tha Thong Mango Group Community Enterprise

สรุป

การนำหญ้าแฝกเข้ามาช่วยป้องกันและลดผลกระทบจากน้ำท่วม กระทั่งนำไปสู่การส่งเสริมและขยายผลในรูปแบบเครือข่ายเกษตรกรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำให้เกษตรกรมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยมีปัจจัยที่สำคัญคือผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นทั้งผู้นำการเปลี่ยนแปลงและเป็นต้นแบบในการปฏิบัติงาน ที่มีการนำหญ้าแฝกเข้าไปส่งเสริมการใช้ประโยชน์ตลอดทั้งกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยสร้างความมั่นคงในการประกอบอาชีพให้กับเกษตรกรได้อย่างยั่งยืนในอนาคต โดยควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้เกิดการนำไปใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสม การสร้างเครือข่ายผู้นำการเปลี่ยนแปลงในระดับชุมชนในกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคีเครือข่ายในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินกิจกรรมภายในกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะต่อการศึกษาครั้งต่อไป คือ ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพื้นที่ที่มีการใช้หญ้าแฝกกับพื้นที่ที่ไม่มีการใช้หญ้าแฝก ในด้านต้นทุนที่ใช้ในการผลิตและผลตอบแทนที่ได้รับ รวมถึงศึกษาการเปลี่ยนแปลงในมิติสังคม เพื่อวิเคราะห์คุณภาพชีวิตของเกษตรกร ทั้งก่อนและหลังเข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

เอกสารอ้างอิง

Achavanuntakul, S. and P. Yaemla-or. 2017. Handbook for Social Impact Assessment and Social Return on Investment. The Thailand Research Fund, Bangkok. 310P. (in Thai)

Asima, H., V. Niedzinski, F. C. O'Donnell and J. Montgomery. 2022. Comparison of vegetation types for prevention of erosion and shallow slope failure on steep slopes in the southeastern USA. Land 11(10): 1739, doi: 10.3390/land11101739.

Aziz, S. and M. S. Islam. 2023. Erosion and runoff reduction potential of vetiver grass for hill slopes: A physical model study. International Journal of Sediment Research 38(1): 49-65.

Centre for Research on the Epidemiology of Disasters. 2022. 2021 Disasters in numbers. (Online). Available: https://reliefweb.int/report/world/2021-disasters-numbers (May 3, 2024).

Hydro-Informatics Institute. 2017. Thailand water situation 2017. (Online). Available: https://www.thaiwater.net/uploads/contents/current/YearlyReport2017/watersituation2017.pdf. (March 3, 2023). (in Thai)

Hydro-Informatics Institute. 2021. Thailand water situation 2021. (Online). Available: https://www.thaiwater.net/uploads/contents/current/YarlyReport2021/flood_area.html: (March 3, 2023). (in Thai)

Hydro-Informatics Institute. 2022. Thailand water situation 2022. (Online). Available: https://www.thaiwater.net/uploads/contents/current/YearlyReport2022/highlight.html. (March 3, 2023). (in Thai)

Hydro-Informatics Institute. 2023. Thailand water situation 2023. (Online). Available: https://www.thaiwater.net/uploads/contents/current/YearlyReport2 0 2 3 / flood_area.html. (March 3, 2023). (in Thai)

Islam, M. S., H. Md. Shahin and S. Nasrin. 2013. Effectiveness of vetiver root in embankment slope protection: Bangladesh perspective. International Journal of Geotechnical Engineering 7(2): 136-148.

Jiumpanyarach, W. 2022. Participatory on agriculture: Ban Rai–Khao Din Community Kaeng Khoi district, Saraburi province. Journal of Community Development and Life Quality 10(2): 159-168.

Kumar, P. and V.P. Singh. 2023. The potential of Chrysopogon Zizanioides (L.) Nash in remediation of heavy metal-contaminated land-A Review. Lecture Notes in Civil Engineering 281: 63-74.

Manoonyo, J., T. Inboonchuay, C. Thongjoo and S. Amkha. 2020. Effect of soil and water conservation system on yield of maize and changes of soil properties in upland area. Khon Kaen Agriculture Journal 48(2): 237-248. (in Thai)

Office of the Royal Development Projects Board. 2023. Master Plan for the Development and Campaign on the

Use of Vetiver Grassess from the Royal Initiative No. 7 (2023-2027). Office of the Royal Development Projects Board, Bangkok. 99P. (in Thai)

Oshunsanya, S. O., H. Yu, C. C. Opara, A. M. Odebode, T. S. Oluwatuyi and O. Babalola. 2023. Integration effect of vetiver grass strips with maize population density on soil erosion under two contrasting slopes of rainforest agroecology. Catena 221: 106768, https://doi.org/10.1016/j.catena.2022.106768.

Punyaboon, K. and V. Zumitzavan. 2022. Promoting the community enterprise of the Mahachanok Mango Growers Group Ban Nong Bua Chum, Nonghinnong Kung Si, Kalasin Province. Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology 7(9): 218-234. (in Thai)

Saiyodtong, N., V. Chamchoy and C. Bodeerat. 2020. Disaster and management of Thai farmers. Journal of Modern Learning Development 5(4): 173-184. (in Thai)

Satpanit, K., C. Sinhgad, A. Lamoontreephon and T. Suthibhapha. 2018. A Model for the Strength of Large-Scale mangosteen Producer Groups for Sustainable Development of Khao Khitchakut District, Chanthaburi Province (research report). Chanthaburi: Rambhai Barni Rajabhat University. (in Thai)

Vijitthanasarn, P. and A. Aobpaet. 2022. Development of natural disaster risk map in Thailand. (Online). Available: https://conference.thaince.org/index.php/ncce27/article/download/1360/896/ (May 3, 2024). (in Thai)

Yiengthaisong, A. and U. Leknoi. 2020. Influence of the acknowledging the vetiver system innovation utilization for landslide prevention in agricultural land. Journal of Social Sciences Srinakharinwirot University 23(2): 347–356. (in Thai)

Zaman, Md. W., T.Z. Asik, Md. Y. Rumi and H. M. Shahin. 2016. Geotechnical hazard analysis of river embankment of Bangladesh and its protectability. International Journal of GEOMATE 10(22): 2050-2057.

ความต้องการการส่งเสริมการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช

Needs for Support Services for Durian Farmers with Large Durian Plots in Mueang Nakhon Si Thammarat District, Nakhon Si Thammarat Province

เสาวณีย์ เล็กบางพง[1] ภัคสุดา คุ้มกุมาร[1] ธรียา ลายทิพย์[1] และ บุษยมาศ ดวงจันทร์[2]*

Saowanee Lekbangpong[1], Paksuda Kumkuman[1], Thareeya Laithip[1] and Budsayamat Duangchan[2]*

[1]หลักสูตรส่งเสริมการเกษตรและการพัฒนาชุมชน คณะเทคโนโลยีและการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยทักษิณ จ. พัทลุง 93210

[1]Program in Agricultural Extension and Community Development, Faculty of Technology and Community Development, Thaksin University Phatthalung Province 93210

[2]สำนักงานเกษตรจังหวัดนครศรีธรรมราช จ. นครศรีธรรมราช 80000

[2]Nakhon Si Thammarat Provincial Agricultural Office, Nakhon Si Thammarat, Thailand 80000

* Corresponding author: Email: Lekbangpong04@gmail.com

(Received: May 1, 2024; Revised: July 3, 2024; Accepted: September 4, 2024)

Abstract: The objective of this study was to study the durian production conditions, Needs and problems in promoting durian production. The study focused on a population of 52 farmers who cultivated large plots of durian in Mueang Nakhon Si Thammarat District, Nakhon Si Thammarat Province. The research findings showed that the majority of participants were male, with an average age of 54.31 years, and had completed primary school education. There were four members per household, and their primary occupation was agriculture. Farmers cultivated Mon Thong durian on 6.77 rai of land, primarily in loamy soil, and they watered the plants approximately 2.98 times per week. Farmers utilized both chemical and organic fertilizers in their cultivation practices. Sales predominantly occur locally, with an average selling price of durian produced at 135.67 baht per kilogram. There was a need for knowledge on promoting durian production at a high level (mean 4.07). The need for promotion channels is through personal media. There is a problem with the overall need for promoting durian production at a high level (mean 3.72). Therefore, relevant agencies should develop guidelines for promoting durian production in line with the true needs of farmers and use media to reach farmers more efficiently.

Keywords: Need, extension, production, durian

บทคัดย่อ: การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการผลิตทุเรียน ความต้องการและปัญหาการส่งเสริมการผลิตทุเรียน ประชากรที่ศึกษา คือ เกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนแปลงใหญ่ อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 52 ราย ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 54.31 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คน อาชีพเกษตรกรรม มีพื้นที่ปลูกทุเรียนสายพันธุ์หมอนทองเฉลี่ย 6.77 ไร่ ดินที่ปลูกเป็นดินร่วน ความถี่ในการให้น้ำเฉลี่ย 2.98 ครั้ง/สัปดาห์ มีการใช้ปุ๋ยเคมีร่วมกับปุ๋ยอินทรีย์ ผู้ซื้อมารับซื้อในท้องถิ่น ราคาจำหน่ายผลผลิตทุเรียนเฉลี่ย 135.67 บาท/กิโลกรัม มีความต้องการความรู้การส่งเสริมการผลิตทุเรียนภาพรวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความต้องการช่องทางส่งเสริม คือ สื่อบุคคล

มีปัญหาเกี่ยวกับความต้องการการส่งเสริมการผลิตทุเรียนภาพรวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรวางแผนการพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการผลิตทุเรียนให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรอย่างแท้จริง และสามารถใช้สื่อในการเข้าถึงเกษตรกรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ: ความต้องการ การส่งเสริม การผลิต ทุเรียน

คำนำ

ทุเรียนเป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่ภาครัฐให้การยอมรับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยราคาที่ปรับตัวสูงขึ้นได้สร้างแรงจูงใจต่อการขยายพื้นที่เพาะปลูกทั้งในประเทศไทย ซึ่งในปี พ.ศ. 2565 สถานการณ์ทุเรียนของภาคใต้ พบว่า ทุเรียนมีพื้นที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 6.46) เนื่องจากราคาทุเรียนอยู่ในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกษตรกรปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้น โดยมีการปลูกทุเรียนทดแทนกาแฟ ยางพารา ไม้ผล อื่น ๆ เช่น มังคุด เงาะ ลองกอง และปลูกเพิ่มในที่ว่าง มีเนื้อที่ให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 9.44) (Office of Agricultural Economics, 2022) จากความนิยมบริโภคทุเรียนในปัจจุบันรัฐบาลจึงได้มีการจัดประกวดทุเรียนและจัดทำมาตรฐานทุเรียนเพื่อการส่งออก ทำให้ได้ทุเรียนพันธุ์ที่มีลักษณะตามต้องการ ทั้งในด้านรูปทรง กลิ่น และรสชาติ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ตลาดของการบริโภคทั้งในและต่างประเทศเพิ่มจำนวนสูงขึ้นส่งผลให้เกษตรกรชาวสวนมีการปลูกทุเรียนเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเพิ่มมากขึ้น โดยมุ่งปลูกทุเรียนที่เป็นพันธุ์เพื่อการค้าเป็นหลัก (Mankong, 2019) ในการส่งออกทุเรียนไม่เป็นตามเกณฑ์มาตรฐานการส่งออก เนื่องจากเกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการส่งออกทุเรียนที่มีคุณภาพ พ่อค้ามีการกำหนดราคาเองทำให้เกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองราคาได้ยากขึ้น (Sakhong and Ngamsa-ard, 2021) และการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศที่แปรปรวนในปัจจุบันเกษตรกรจึงจำเป็นได้รับการช่วยเหลือจากนักวิชาการ โดยใช้หลักวิชาการผสานความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น ใช้ภูมิปัญญาในการปรับตัว และลดความเสี่ยงจากดิน น้ำ อากาศ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม (Sarnnoi and Bualek, 2023) นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตเชื่อมโยงไปจนถึงการแปรรูป และการตลาด การขาดความรู้ ความเข้าใจเรื่องการใช้ปัจจัยการผลิตเกินความจำเป็น และเกิดการตกค้างของสารพิษในผลผลิตทางการเกษตร การพัฒนาการเกษตรให้เติบโตอย่างยั่งยืนต้องอาศัย“เกษตรกร” เป็นศูนย์การในการพัฒนา (Sawangsawai *et al*., 2019) การพัฒนาและส่งเสริมเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนแปลงใหญ่จากการดำเนินงานที่ผ่านยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เกษตรกรยังประสบปัญหาขาดทุนจากการผลิตทุเรียน เนื่องจากปัจจัยการผลิตที่สูงขึ้น รวมไปถึงความรู้ความเข้าใจของเกษตรกรกรที่ไม่เพียงพอ

ดังนั้นการศึกษาสภาพการผลิตทุเรียน ความต้องการและปัญหาในการส่งเสริมการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ทำให้มีการวางระบบการผลิตและการบริหารจัดการในแนวทางเดียวกัน ประหยัดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเน้นการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดตามนโยบายการตลาดนำการผลิต สร้างเสถียรภาพของราคาสินค้าเกษตรได้อย่างมั่นคงในอนาคต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนการพัฒนาส่งเสริมถ่ายทอดความรู้ให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรอย่างแท้จริง

อุปกรณ์และวิธีการ

ระยะเวลาในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิง

ปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สภาพการผลิตทุเรียน ความต้องการและปัญหาในการส่งเสริมการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ดำเนินการวิจัยระหว่างพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 – เดือนเมษายน พ.ศ. 2566 ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและรายละเอียดการดำเนินงานวิจัยตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ เกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนแปลงใหญ่ในอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 52 ราย โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ (Structured Interview) ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน 2) สภาพการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน 3) ความต้องการการส่งเสริมการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน 4) ปัญหาในการส่งเสริมการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน ลักษณะของข้อคำถามตอนที่ 3-4 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert) 5 ระดับ (5=มากที่สุด, 4=มาก, 3=ปาน-กลาง, 2=น้อย, 1=น้อยที่สุด) แล้วนำค่าคะแนนที่ได้มาแบ่งกลุ่มคะแนนเฉลี่ยดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 ระดับมากที่สุด, คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ระดับมาก, คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 ระดับปาน-กลาง, คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 ระดับน้อย, คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 ระดับน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้มีการวัดความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC: index of item objective congruence) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำ จากนั้นทดสอบคุณภาพด้วยการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสัมภาษณ์ไปทดสอบ (Try out) กับตัวแทนประชากรซึ่งมีลักษณะใกล้เคียง แต่ไม่ใช่ประชากรจริงในการวิจัย จำนวน 30 คน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ปแอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยมีค่าเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.87 ซึ่งถือว่ามีความน่าเชื่อถือต่อการนำไปใช้กับประชากรของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร สภาพการผลิตทุเรียน ความต้องการและปัญหาในการส่งเสริมการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน

สมาชิกแปลงใหญ่ทุเรียน อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 67.31) เนื่องจากเพศมีผลต่อการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของชุมชน ผู้ชายเป็นเพศที่แข็งแรงกว่า มีบทบาทหน้าที่ในการเข้าร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ได้มากกว่าผู้หญิงซึ่งเป็นผู้ที่ต้องดูแลบ้านเรือนมากกว่างานนอกบ้าน มีอายุเฉลี่ย 54.31 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 38.46) จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คน อาชีพเกษตรกรรม (ร้อยละ 82.70) มีพื้นที่ทำการเกษตรเฉลี่ย 15.30 ไร่

2. สภาพการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน

สมาชิกแปลงใหญ่ทุเรียน อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช นิยมปลูกทุเรียนสายพันธุ์หมอนทอง มีพื้นที่ปลูกทุเรียนเฉลี่ย 6.77 ไร่ อายุของต้นทุเรียนเฉลี่ย 5.52 ปี มีประสบการณ์ปลูกทุเรียนเฉลี่ย 5.85 ปี ส่วนใหญ่มีลักษณะดินที่ปลูกเป็นดินร่วน ใช้แหล่งน้ำในสวนทุเรียนที่มาจากบ่อน้ำดิน (ร้อยละ 50) ไม่มีการปรับปรุงพื้นที่ ระยะการปลูก 8 x 8 เมตร มีความถี่ในการให้น้ำเฉลี่ย 2.98 ครั้ง/สัปดาห์ ความถี่ในการใส่ปุ๋ยเฉลี่ย 8.35 ครั้ง/ปี มีการใช้ปุ๋ยเคมีร่วมกับปุ๋ยอินทรีย์ แรงงานที่ใช้ในการปลูกและแรงงานในการกำจัดวัชพืชมากที่สุด (ร้อยละ 78.85) แรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวทุเรียนจะเป็นแรงงานจากผู้รับซื้อเก็บเอง (ร้อยละ 42.31) ส่วนใหญ่มีการจำหน่ายทุเรียนโดยผู้ซื้อมารับซื้อในท้องถิ่น (ร้อยละ 88.46) มีต้นทุนในการปลูกทุเรียนเฉลี่ย 30,085.58 บาท/ปี ผลผลิตทุเรียนเฉลี่ยต่อไร่ 11,090.38 กิโลกรัม/ไร่ ราคาจำหน่ายผลผลิตทุเรียนในปีการผลิต 2565 เฉลี่ย 135.67 บาท/กิโลกรัม รายได้จากการจำหน่ายผลผลิตทุเรียนเฉลี่ยต่อไร่ 35,192.31 บาท

3. ความต้องการการส่งเสริมการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน

ความต้องการความรู้การผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) สามารถแยกประเด็นได้ ดังนี้ มาตรฐานที่จำเป็นในการผลิตทุเรียน และการให้น้ำ การใส่ปุ๋ย และการดูแลรักษาอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา คือ การจัดการวัชพืชในสวนทุเรียน และการปฏิบัติก่อนและหลังการเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) การทำการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการจัดการศัตรูพืชอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ความต้องการวิธีการส่งเสริมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.67) สามารถแยกประเด็นได้ ดังนี้ สื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา คือ สื่อมวลชนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) และที่น้อยที่สุด คือ สื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) (Table 1)

Table 1. Needs of Extension for durian production farmers with large durian plots

Needs of Extension for durian production	Mean	S.D.	Description
Needs of Extension for durian production	**4.07**	**0.86**	**High**
1. Standards required for durian production	4.21	0.87	Highest
2. Watering, fertilizing, and care	4.21	0.82	Highest
3. Weed management	4.06	0.94	High
4. Pest management	3.88	1.10	High
5. Practices before and after harvesting products	4.06	0.75	High
6. Marketing	4.00	0.71	High
Needs of methods Extension for durian production	**3.67**	**0.86**	**High**
1. Personal Media	3.81	0.74	High
2. Print Media	3.50	0.83	High
3. Mass Media	3.69	1.02	High

Remarks: Mean 4.21 – 5.00 = Highest, Mean 3.41 – 4.20 = High, Mean 2.61 – 3.40 = Moderate, Mean 1.81 – 2.60 = Little, Mean 1.00 – 1.80 = least

4. ปัญหาในการส่งเสริมการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน

สมาชิกเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช มีปัญหาในการส่งเสริมการผลิตทุเรียนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) สามารถแยกประเด็นได้ ดังนี้ ปัญหาการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีตามมาตรฐาน GAP อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ ความรู้ด้านการผลิตทุเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.85) การให้ความรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 3.73) วัสดุอุปกรณ์ในการผลิตทุเรียนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) เงินทุนที่ใช้ในการผลิตทุเรียนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) แรงงานในการผลิตทุเรียนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) และตลาดในการจำหน่ายผลผลิตทุเรียนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ (Table 2)

Table 2. Problems in extension durian production farmers with large durian plots

Problems in Extension durian production	Mean	S.D.	Description
1. Knowledge about durian production	3.85	0.75	High
2. Labor in durian production	3.56	0.80	High
3. Durian production materials and equipment	3.71	0.72	High
4. Funds used in durian production	3.63	0.89	High
5. The market for selling durian produce	3.54	0.83	High
6. Providing knowledge from relevant agencies	3.73	0.82	High
7. Good agricultural practices	4.00	0.69	High
Total	**3.72**	**0.79**	**High**

Remarks: Mean 4.21 – 5.00 = Highest, Mean 3.41 – 4.20 = High, Mean 2.61 – 3.40 = Moderate, Mean 1.81 – 2.60 = Little, Mean 1.00 – 1.80 = least

อภิปรายผล

ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช มีอายุเฉลี่ย 54.31 ปี สอดคล้องกับการศึกษาของ Yungsuk and Choompolsathien (2023) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อเพจสำนักงานเกษตรจังหวัดชุมพรของชาวสวนทุเรียนในจังหวัดชุมพร พบว่า ชาวสวนทุเรียนในจังหวัดชุมพร มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มากที่สุด

สภาพการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช นิยมปลูกทุเรียนสายพันธุ์หมอนทอง สอดคล้องกับการศึกษาของ Suradanai *et al.* (2023) กล่าวว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลจะเลือกทุเรียนพันธุ์หมอนทองเป็นหลักมาใช้ปลูก โดยให้เหตุผลว่าเป็นพันธุ์ที่สามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้โดยเฉพาะประเทศจีน และขายได้ราคาดีกว่าพันธุ์อื่น ๆ ซึ่งมีระยะการปลูกทุเรียน 8 x 8 เมตร สอดคล้องกับการศึกษาของ Nimkanchana *et al.* (2022) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษารูปแบบการปลูกทุเรียนของเกษตรกรอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง พบว่า ระยะการปลูกทุเรียน 8x8 เมตร ส่วนใหญ่มีการจำหน่ายทุเรียนโดยผู้ซื้อมารับซื้อในท้องถิ่น (ร้อยละ 88.46) สอดคล้องกับการศึกษาของ Saksri *et al.* (2019) ได้ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการพัฒนาทุเรียนหลงลับแลอุตรดิตถ์ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทาง

ภูมิศาสตร์ พบว่า เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตให้กับผู้ประกอบการ (ร้อยละ 59.52) ซึ่งผู้ประกอบการได้แก่ พ่อค้าในท้องถิ่น (ร้อยละ 50.00) ตลาดในจังหวัด (ร้อยละ 2.38) ตลาดต่างจังหวัด (ร้อยละ 7.14)

มีความต้องการความรู้การส่งเสริมการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) สามารถแยกประเด็นได้ ดังนี้ มาตรฐานที่จำเป็นในการผลิตทุเรียน และการให้น้ำการใส่ปุ๋ยและการดูแลรักษาอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา คือ การจัดการวัชพืชในสวนทุเรียน และการปฏิบัติก่อนและหลังการเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) การทำการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการจัดการศัตรูพืชอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ Sathirakosolwong and Treewannakul (2019) ได้ศึกษาการจัดการตลาดทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน จังหวัดจันทบุรี พบว่า เกษตรกรมีการรับรู้การตลาดทุเรียนด้านผลิตภัณฑ์ และราคาอยู่ในระดับน้อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก

ความต้องการวิธีการส่งเสริมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) สามารถแยกประเด็นได้ ดังนี้ สื่อบุคคล อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา คือ สื่อมวลชนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) และที่น้อยที่สุด คือ สื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) สอดคล้องกับการศึกษาของ Chuaysuk *et al.* (2022) ได้ศึกษาการส่งเสริมการผลิตทุเรียนตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีของเกษตรกรตำบลเขาค่าย อำเภอสวี จังหวัดชุมพร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับความรู้อยู่ในระดับปานกลางจากแหล่งความรู้ที่เป็นสื่อบุคคล จากหน่วยงานภาครัฐ และเพื่อนบ้าน รองลงมา คือ สื่อมวลชนจากอินเทอร์เน็ต เช่น Website Facebook YouTube เป็นต้น

ปัญหาในการส่งเสริมการผลิตทุเรียนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) สอดคล้องกับการศึกษาของ Chuaysuk *et al.* (2022) ได้ศึกษาการส่งเสริมการผลิตทุเรียนตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีของเกษตรกรตำบลเขาค่าย อำเภอสวี จังหวัดชุมพร พบว่า เกษตรกรมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางในด้านการจำหน่าย การจัดการสวนทุเรียน การป้องกันกำจัดโรค และการบำรุงรักษา

สรุป

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าสภาพการผลิตทุเรียนของเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียนส่วนใหญ่เป็นดินร่วน ระยะการปลูกทุเรียน 8 x 8 ใช้ปุ๋ยเคมีร่วมกับปุ๋ยอินทรีย์ มีความต้องการความรู้การส่งเสริมการผลิตทุเรียนภาพรวมระดับมาก มีความต้องการความรู้การส่งเสริมการผลิตทุเรียนภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนความต้องการวิธีการส่งเสริมการผลิตทุเรียนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ในสื่อบุคคล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ ปัญหาในการส่งเสริมการผลิตทุเรียนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมในการวางแผนการพัฒนาศักยภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุน ส่งผลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนในอาชีพเกษตรและทำให้คุณภาพเกษตรกรและครอบครัวดีขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

คณะวิจัยขอขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช และสมาชิกเกษตรกรแปลงใหญ่ทุเรียน อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ทุกท่านที่สละเวลาในการให้ข้อมูลในครั้งนี้ รวมทั้งขอขอบคุณคณะเทคโนโลยีและการพัฒนาชุมชน ที่ให้การสนับสนุนการดำเนินโครงการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่าง

เอกสารอ้างอิง

Chuaysuk, S., N. Seerasarn and B. Keowan. 2022. Extension of durian production according to good agriculture practices for farmers in Khao Kai Sub-district, Sawi District, Chumphon Province. Journal of Roi Kaensarn Academi 7(8): 334-352. (in Thai)

Nimkanchana, T.,Seeniang, P., Kummanee, K. and J. Thungngern. 2022. The Study of Durian Planting Patterns of Farmers in Huai Yot District, Trang Province. Agricultural Science and Management 5(3): 16-26. (in Thai)

Mankong, M. 2019. Policy and mechanism for promoting horticulture (durian) of the local government and government in Sisaket Province. Journal of Buddhist Studies Vanam Dongrak 6(2): 61-70. (in Thai)

Office of Agricultural Economics. 2022. Situation of southern fruit trees in 2022. (Online). Available: https://www.opsmoac.go.th/news-files-441091791314 (December 5, 2023). (in Thai)

Sakhong, P. and W. Ngamsa-ard. 2021. Development of durian supply chain management and the enhancement of durian sorting process with SCOR model principle. Journal of Science and Technology, Southeast Bangkok College 1(2): 25-38. (in Thai)

Saksri, J. and S. Weerabunkit. 2021. Value chain and development guidelines for Uttaradit Long Lab-Lae durian certified geographical indication. Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University 3(2):40-60. (in Thai)

Sarnnoi, S. and P. Bualek. 2023. Eco-way inheritance of the durian gardeners in Nonthaburi Province. Journal of Humanities and Social Sciences 7(2): 30-44. (in Thai)

Sathirakosolwong, P. and P, Treewannakul. 2019. Durian marketing management of collaborate farmers in durian, Chanthaburi province. Agricultural Science Journal 50(3):239-252. (in Thai)

Sawangsawai, T., P. Sriboonruang and P. Thongdeelert. 2019. Media exposure of durian farmers in Tha Mai district, Chanthaburi province. Agricultural Science Journal 50(2): 156-166. (in Thai)

Suradanai, S., S. Chanthachon and R. Sirisumpan. 2023. Application of local wisdom of durian cultivation on highland for promoting the community economy in Chanthaburi Province. Interdisciplinary Academic and Research Journal 3(1): 659-674. (in Thai)

Yungsuk, S. and A. Choompolsathien. 2023. Expectation's and satisfaction of Chumphon durian farmers towards the Chumphon provincial agricultural extension office page. Media and Communication Inquiry 5(1):79-100. (in Thai)

การพัฒนาสถานที่ผลิตพริกทอดสู่มาตรฐานสากลเพื่อยกระดับเศรษฐกิจในพื้นที่ ตำบลกาหลง อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

Developing Fried Chili Product Facilities to Meet International Standards to Elevate Economy in Area of Ka Long Subdistrict, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province

*พรชัย พรหฤทัย[1] พีรวัจน์ มีสุข[1] * นฏกร สิริมงคลกาล[1] ศิริรัตน์ ศรอินทร์[1]*

อนุรักษ์ ใจวังโลก[1] นุกูล สาระวงศ์[2] และ ณัฏฐกิตติ์ เหมทานนท์[3]

Pornchai Pornharuthai[1], Peerawat Meesuk[1], Natakron Sirimongkolgal[1],*

Sirirat Sonin[1], Anurak Jaiwanglok[1], Nukul Sarawong[2] and Nattakit Hemtanont[3]

[1]สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้าและระบบควบคุมอัตโนมัติ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร 10600

[1]Electrical Engineering and Automation Control System Program, Faculty of Engineering and Industrial Technology, Bansomdejchaopraya Rajabhat University, Bangkok 10600, Thailand

[2]สาขาวิชาการจัดการวิศวกรรมการผลิตและโลจิสติกส์ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร 10600

[2]Production and Logistics Engineering Management Program, Faculty of Engineering and Industrial Technology, Bansomdejchaopraya Rajabhat University, Bangkok 10600, Thailand

[3]สาขาวิชาผู้ประกอบและบริการอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร 10600

[3]Cookery and Food Service Program, Faculty of Engineering and Industrial Technology, Bansomdejchaopraya Rajabhat University, Bangkok 10600, Thailand

*Corresponding author: E-mail: peerawat.me@bsru.ac.th

(Received: May 20 2024; Revised: August 30, 2024; Accepted: November 22, 2024)

Abstract: This article presents the development of a production facility for producing fried chili which is a product of Ka Long subdistrict, Mueang Samut Sakhon district, Samut Sakhon province, The objective is to promote products to meet the standards and improve the economy in the area. The operation involved 3 population groups: 1) Villagers developing community enterprises (10 persons), 2) Lecturers from the Faculty of Engineering and Industrial Technology, Rajabhat Bansomdejchaopraya University (20 persons), and 3) Public health academics from Samut Sakhon province (3 persons). The operation began with a survey of the production site and then sought advice from public health experts to design the site to meet the required standards. for the production site of fried chili peppers.. Suggestions were given to reorganize the entire facility by arranging rooms according to the production process, starting with changing rooms, followed by raw material preparation rooms, raw material storage rooms, frying rooms, and packing rooms. After adjusting the fried chili production facility, the process of creating documents for inspection and certification of the facility was initiated. The product was tested for its nutritional value, product labels were designed, and applications were submitted for community enterprise establishment and certification from the Food and Drug Administration (FDA).

Keywords: Fried chili, production location, international standards

บทคัดย่อ: บทความนี้ได้นำเสนอการพัฒนาสถานที่ผลิตพริกทอดที่เป็นผลิตภัณฑ์ของตำบลกาหลง อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและยกระดับเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยการดำเนินงานมีกลุ่มประชากร ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มชาวบ้านที่กำลังพัฒนาเป็นวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน 2) กลุ่มอาจารย์จากคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จำนวน 20 คน 3) นักวิชาการสาธารณสุขจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 3 คน การดำเนินงานเริ่มจากการสำรวจสถานที่ผลิต จากนั้นขอคำปรึกษาจากนักวิชาการสาธารณสุขเพื่อออกแบบให้ได้ตามข้อกำหนดมาตรฐาน ซึ่งได้ให้ข้อเสนอแนะปรับสถานที่ใหม่ทั้งหมดโดยมีการจัดห้องตามกระบวนการผลิตเริ่มจาก ห้องเปลี่ยนชุด ห้องเตรียมวัตถุดิบ ห้องเก็บวัตถุดิบ ห้องทอด และห้องบรรจุ หลังทำการปรับปรุงสถานที่ผลิตพริกทอดให้ได้ตามมาตรฐานแล้ว ได้ดำเนินการจัดทำเอกสารเพื่อตรวจรับรองสถานที่ผลิต และนำผลิตภัณฑ์พริกทอดไปทดสอบคุณค่าทางโภชนาการพร้อมออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ประกอบการขอจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนและการรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.)

คำสำคัญ: พริกทอด สถานที่ผลิต มาตรฐานสากล

คำนำ

จังหวัดสมุทรสาคร เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทั้งทางด้านการอุตสาหกรรม การประมง และการเกษตรกรรม จึงมีผลิตภัณฑ์โดดเด่นทางด้านอาหารทะเลแปรรูป และสินค้าเกษตรกรรม เป็นสินค้าหลักสร้างร้ายได้จนทำให้มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสูง (GDP) ของจังหวัดสูงติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศตลอดมา

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการในจังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพแต่ยังไม่มีการรับรองมาตรฐาน ทำให้ประสบปัญหาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยปัญหาหลักของผู้ประกอบการส่วนมากเป็นเพราะยังไม่มีสถานที่ผลิตที่เป็นได้มาตรฐาน ตามงานวิจัยของ Phayoonpun *et al*. (2021)

Ooaymaweerahirun *et al.* (2023) ได้ศึกษาการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในเขตภาคกลางตอนล่าง เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความปลอดภัย มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการผลิตและการตลาด ซึ่งจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนมีความมั่นคงและมีโอกาสดำเนินงานได้อย่างเข้มแข็ง โดย Chokwarakul and Chokwarakul (2017) ได้พบว่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดชัยภูมิได้มีการพัฒนาเครือข่ายและยกระดับผลิตภัณฑ์พริกเพื่อการส่งออก ดังนั้นภายใต้โครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น สามารถช่วยผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือผู้ประกอบการในชุมชนที่มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว ให้มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับสามารถแข่งขันได้

ทั้งนี้กลุ่มผู้วิจัยได้ร่วมกันพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการพริกทอดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์พริกทอดให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน อย. โดยดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และสถานที่ผลิตที่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดกระทรวงสาธารณสุข (Sukjuntra *et al.*, 2020) เพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าให้ได้รับมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์พริกทอดให้มีความหลากหลาย โดยนำเศษพริกทอดที่เหลือจากกระบวนการผลิตมาพัฒนาเป็นผงโรยข้าวที่เป็นที่นิยมทั่วไป เช่น งานวิจัยของ Pansuntia *et al.*, (2023) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ผงโรยข้าวจากแมลงที่เป็นที่นิยมรับประทาน และ Sripawatakul *et al.*, (2021) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ผงโรยข้าวปลาเสริมสาหร่ายพวงองุ่นประกอบกับการส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายผ่านแพลทฟอร์มออนไลน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38

แห่ง (RJ 38) ตามงานวิจัยของ Rodthabthan and Punluekdej (2023) ที่มีผลการวิจัยว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวในจังหวัดสมุทรสาครอยู่ในระดับมาก ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ ทำให้รายได้ของชุมชนเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 ตามเป้าหมาย

อุปกรณ์และวิธีการ

ระยะเวลาในการวิจัย

เดือน ธันวาคม ปี พ.ศ. 2566 ถึง เดือน เมษายน ปี พ.ศ. 2567

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มชาวบ้านที่กำลังพัฒนาเป็นวิสาหกิจชุมชนบ้านกาหลง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พริกทอดในหมู่บ้านมาอย่างยาวนานเป็นผู้ให้ข้อมูล 2) กลุ่มอาจารย์จากคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จำนวน 20 คน เป็นผู้พัฒนาคุณภาพการผลิตให้ได้ตามมาตรฐานขององค์การอาหารและยา 3) นักวิชาการสาธารณสุข จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 3 คน เป็นผู้มาให้คำแนะนำในการดำเนินการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการพริกทอด จำนวน 10 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการพัฒนากระบวนการผลิตพริกทอดด้วยการวิเคราะห์ SWOT Analysis ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็ง (strengths: S) จุดอ่อน (weaknesses: W) โอกาส (opportunities: O) และอุปสรรค (threats: T) ของกลุ่ม ใช้เอกสารคู่มือการใช้งานสำหรับผู้ประกอบการ (User Manual) ระบบ e-Submission อาหาร เพื่อใช้ประกอบการพัฒนาสถานที่ผลิตให้เป็นตามข้อกำหนดกระทรวงสาธารณสุข ใช้การทดสอบแบบ 9-point hedonic scale ด้วยผู้ทดสอบชิมที่ไม่ผ่านการฝึกฝน จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบรสชาติผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา นอกจากนี้ใช้การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและสร้างการเรียนรู้ร่วมกันผ่านการสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วมการสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกันของคณะผู้วิจัยและกลุ่มผู้ผลิตพริกทอดในชุมชน โดยใช้การบันทึกภาพนิ่งเพื่อบันทึกการร่วมกิจกรรมและข้อมูลมาวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ ด้วย SWOT Analysis เพื่อยกระดับรายได้ของชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการพริกทอด จำนวน 10 คน ด้วยการวิเคราะห์ SWOT Analysis ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการพัฒนากระบวนการผลิตพริกทอดดังนี้

1. การทดสอบแบบ 9-point hedonic scale

ผู้วิจัยใช้การทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส 9-point hedonic scale ซึ่งจะใช้การมองเห็น การได้กลิ่น การลิ้มรส การได้ยิน และการสัมผัส โดยใช้ประสาทสัมผัส ตา จมูก ปาก หู และผิวหนัง ตามลำดับ เป็นสเกลที่ใช้กับการทดสอบการยอมรับในผลิตภัณฑ์ บอกระดับความชอบของผู้เข้ารับการทดสอบ ส่วนมากจะกำหนดไว้ 9 ระดับ ตั้งแต่ไม่ชอบมากที่สุดจนถึงชอบมากที่สุด โดยผลิตภัณฑ์พริกทอดของตำบลกาหลงที่ได้ทดสอบ แสดงได้ดัง Figure 1

Figure 1. Fried chili from a Ka Long subdistrict entrepreneur, Mueang Samut Sakhon district, Samut Sakhon province

2. มาตรฐานสถานที่ผลิตสำหรับผักและผลไม้ตามข้อกำหนดกระทรวงสาธารณสุข

ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจสถานที่ผลิตก่อนการปรับปรุงซึ่งยังไม่ได้มาตรฐานในการขอรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเนื่องจากการก่อสร้างสถานที่ผลิตพริกทอดไม่เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยและไม่มีการแบ่งสัดส่วนกระบวนการผลิต โดยเชิญนักวิชาการสาธารณสุขจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 3 คน มาตรวจสอบสถานที่ผลิตและให้คำปรึกษาแนะนำให้เป็นไปตามมาตรฐานผู้ผลิตที่มีสถานที่ผลิต(คัดและบรรจุ)ผักและผลไม้สดเข้าข่ายตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เลขที่ 386 พ.ศ. 2560 เรื่อง กำหนดวิธีการผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษาผักหรือผลไม้สดบางชนิดและการแสดงฉลาก ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์วิธีการผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษาผักหรือผลไม้สดบางชนิดและการแสดงฉลาก โดยภาพสถานที่การผลิตก่อนการผลิตแสดงได้ดัง Figure 2

Figure 2. Original production location before renovation

3. บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการไม่โดดเด่นและเป็นที่ดึงดูดใจของผู้บริโภค ทั้งยังไม่มีฉลากบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นจึงต้องการออกแบบตราสินค้าและจัดทำบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นตามข้อกำหนดกระทรวงสาธารณสุข ประกอบด้วยคุณลักษณะดังนี้

3.1 รูปภาพหรือตัวอักษร ต้องสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตชุมชนพร้อมทั้งแสดงสีและโครงสร้าง ให้ชัดเจน มีความโดดเด่นและมีความเป็นสากล

3.2 แนวคิดในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต้องสามารถอธิบายได้ว่าลักษณะของสัญลักษณ์สื่อสารถึงอะไรบ้างและมีความหมาย/แนวคิดอย่างไร

3.3 ส่วนประกอบของเครื่องหมายการค้าต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย เช่น ธงชาติ เครื่องหมายราชการ พระบรมฉายาลักษณ์ ตราประจำจังหวัดหรือธงประจำจังหวัด

3.4 รายละเอียดหรือข้อความที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์ต้องระบุอย่างน้อยดังนี้

- ชื่อ ประเภท หรือ ชนิดสินค้า
- ชื่อ หรือ เครื่องหมายการค้าของผู้ผลิต
- สถานที่ตั้งของผู้ผลิต
- ต้องแสดงขนาด หรือมิติ หรือประมาณ หรือ ปริมาตร หรือน้ำหนักขอสินค้าแล้วแต่กรณี
- ข้อแนะนำในการใช้ หรือห้ามใช้ หรือคำเตือนแล้วแต่กรณี
- วัน เดือน ปี ที่ผลิต หรือ วัน เดือน ปีที่หมดอายุการใช้ หรือวัน เดือน ปี ที่ควรบริโภค
- ราคาโดยระบุเป็นบาท
- เรื่องราวความเป็นมาของสินค้า
- องค์ประกอบหรือส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ที่แสดงในฉลากต้องเป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ว่าด้วยการแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ (สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร)

4. ช่องทางการตลาดออนไลน์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการร่วมแสดงความคิดเห็นและสร้างการเรียนรู้ร่วมกันผ่านการสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกันของคณะผู้วิจัยและกลุ่มผู้ผลิตพริกทอดในชุมชน พบว่าช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มการจำหน่าย 3 แหล่ง ประกอบด้วย 1. ที่โรงพยาบาลบ้านแพ้ว 2. ตามการสั่งซื้อทางโทรศัพท์จากลูกค้า และ 3. การออกบูธจำหน่ายของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งทำให้มีการจำหน่ายสินค้าที่จำกัด

ผู้วิจัยจึงร่วมส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นช่องทางหนึ่ง ซึ่งช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ยอดขายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นได้ดีเป็นอย่างมาก ทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่หันมาใช้การตลาดออนไลน์มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

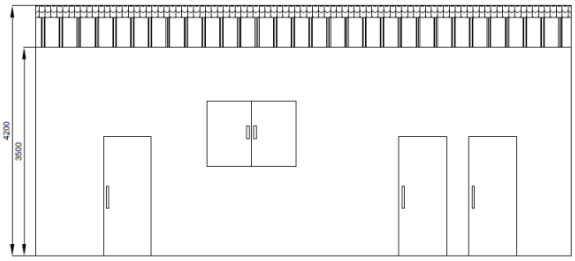
จากการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการพริกทอด จำนวน 10 คน วิเคราะห์ SWOT Analysis และการแสดงความคิดเห็นการเรียนรู้ร่วมกันผ่านการสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วมการสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกันของคณะผู้วิจัยและกลุ่มผู้ผลิตพริกทอดในชุมชน ทำให้คณะผู้วิจัยกำหนดกระบวนการส่งเสริมผลิตภัณฑ์พริกทอดให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน อย.และเพิ่มรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบการพริกทอดยกระดับเศรษฐกิจชุมชนพื้นที่ตำบลกาหลง อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ได้ดังนี้

1. การพัฒนาสถานที่ผลิต

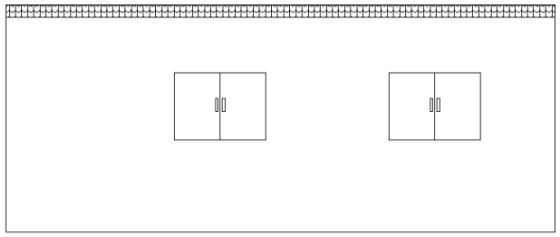
ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงสถานที่ผลิตใหม่หลังจากได้รับการตรวจสอบเบื้องต้นและรับคำแนะนำจากนักวิชาการสาธารณสุขจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับการรับรองมาตรฐานอย. นั้นพื้นฐานแรกคือต้องมีสถานที่ผลิตที่เป็นไปตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุขก่อน โดยสถานที่ผลิต(คัดและ

บรรจุ) ผักและผลไม้สดเข้าข่ายตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เลขที่ 386 พ.ศ. 2560 เรื่อง กำหนดวิธีการผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษาผักหรือผลไม้สดบางชนิดและการแสดงฉลาก ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์วิธีการผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษาผักหรือผลไม้สดบางชนิดและการแสดงฉลาก

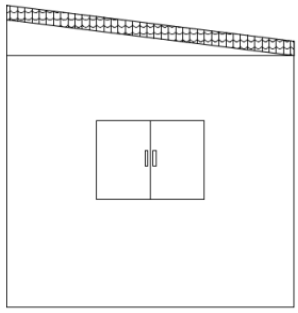
ทั้งนี้ในการออกแบบปรับปรุงสถานที่ผลิตใหม่นั้น ภายนอกประกอบด้วยด้านหน้า หน้าหลัง และด้านข้าง ดังแสดงใน Figure 3 ภายในประกอบด้วยส่วนการผลิตดังแสดงใน Figure 4 ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุข โดยได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่จากสาธารณสุขจังหวัดในการให้ข้อมูลปรับปรุงและแนวทางในการสร้างสถานที่ผลิตให้ถูกต้องตามมาตรฐาน ซึ่งสถานที่ผลิตนี้ได้ออกแบบให้มีขนาดความกว้าง 4.00 เมตร ความยาว 9.00 เมตร และสูง 3.50 เมตร แบ่งเป็นโซนห้องล้างวัตถุดิบ โซนห้องผลิต โซนห้องเก็บวัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์ และโซนห้องบรรจุ ดัง Figure 5



a.) front view



b.) back view



c.) side view

Figure 3. Front, back, and side production site layouts

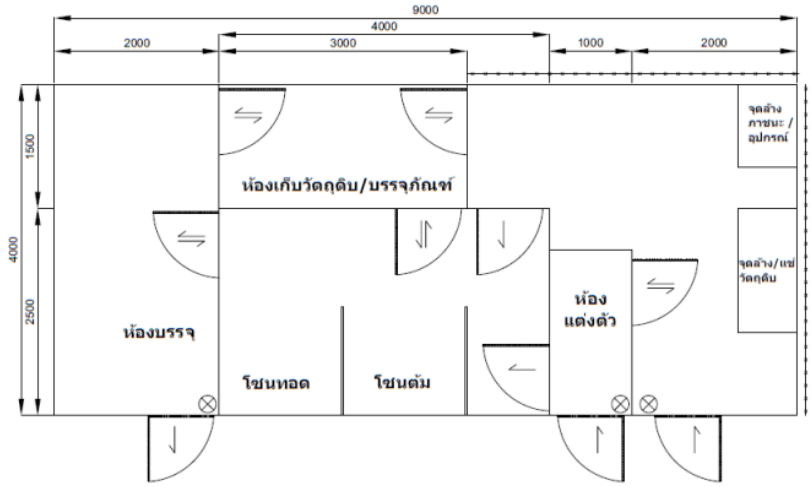


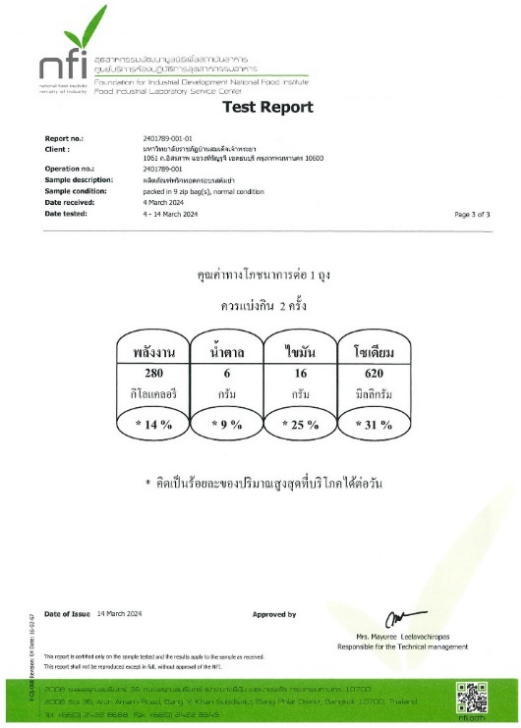
Figure 4. Plan of the production site

Figure 5. Inspection of fried chili production sites

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์พริกทอด ผู้วิจัยได้นำนวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ โดยการนำเศษที่เหลือจากการทำพริกทอด มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ผงโรยข้าวรสต้มยำ จากนั้นทำการทดสอบทางด้านประสาทสัมผัสเพื่อหาส่วนผสมที่ผู้บริโภคนิยมและให้การยอมรับมากที่สุด โดยใช้การทดสอบแบบ 9-point hedonic scale ด้วยผู้ทดสอบชิมที่ไม่ผ่านการฝึกฝน จำนวน 30 คน ผลปรากฏว่า อัตราส่วนผสมในการทำผลิตภัณฑ์ผงโรยข้าวที่ได้คือ 1. เศษพริกทอด 100 กรัม 2. กุ้งเคย10 กรัม 3. ผงสาหร่าย 5 กรัม และ 4. ผงต้มยำ 23 กรัม แสดงดัง Figure 6 และเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์พริกทอดกรอบเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน อย. ทางกลุ่มผู้วิจัยได้ส่งตรวจวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการผลิตภัณฑ์พริกทอดกรอบ ไปที่อุตสาหกรรมมูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร ศูนย์บริการห้องปฏิบัติการอาหาร ได้ผลทดสอบดัง Figure 7

Figure 6. Product development of Tom Yum Rice Seasoning



Test Report

Report no.: 2401789-001-01
Client :
Operation no.: 2401789-001
Sample description:
Sample condition: packed in 9 zip bag(s), normal condition
Date received: 4 March 2024
Date tested: 4 - 14 March 2024
Page 3 of 3

คุณค่าทางโภชนาการต่อ 1 ถุง

ควรแบ่งกิน 2 ครั้ง

พลังงาน	น้ำตาล	ไขมัน	โซเดียม
280	6	16	620
กิโลแคลอรี	กรัม	กรัม	มิลลิกรัม
* 14 %	* 9 %	* 25 %	* 31 %

* คิดเป็นร้อยละของปริมาณสูงสุดที่บริโภคได้ต่อวัน

Date of Issue 14 March 2024
Approved by
Mrs. Plaverie Leelavicheopas
Responsible for the Technical management

Figure 7. Fried chili peppers with tom yum flavor test report

3. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ผู้วิจัยได้ออกแบบตามข้อกำหนดการของกระทรวงสาธารณสุข เพื่อสนับสนุนการขอรับรองมาตรฐาน อย. ของผลิตภัณฑ์พริกทอด ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องกระดาษอาร์ตพิมพ์ลาย 4 สี พร้อมตราสัญลักษณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์ในชื่อ “พริกกรอบครัวแม่ตุ๋ย” ซึ่งได้รับการแนะนำตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดสมุทรสาคร ดัง Figure 8

Figure 8. Inspection of fried chili packaging

4. การส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์

ผู้วิจัยส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ผ่านแพลทฟอร์ม RJ38 ซึ่งเป็นแพลทฟอร์มจำหน่ายสินค้าออนไลน์ของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง และการจำหน่ายผ่านเฟซบุ๊คของกลุ่มผู้ประกอบการ ดัง Figure 9

Figure 9. Online Marketing of RJ38

ผลการศึกษา

หลังจากการปรับปรุงสถานที่ผลิตพริกทอด คณะผู้วิจัยได้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์พริกทอดให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน อย.และเพิ่มรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบการพริกทอดยกระดับเศรษฐกิจชุมชนพื้นที่ตำบลกาหลง อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยออกแบบให้มีขนาดความกว้าง 4.00 เมตร ความยาว 9.00 เมตร และสูง 3.50 เมตร แบ่งเป็นโซนห้องล้างวัตถุดิบ โซนห้องผลิต โซนห้องเก็บวัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์ และโซนห้อง

บรรจุ แยกกันเป็นสัดส่วน พร้อมติดตั้งถังดักไขมันเพื่อใช้ในกระบวนการบำบัดน้ำเสียที่เกิดจากการผลิตไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่จากสาธารณสุขจังหวัดในการให้ข้อมูลปรับปรุงและแนวทางในการสร้างสถานที่ผลิตให้ถูกต้องตามมาตรฐาน ดังนี้

1. สถานที่ตั้งอาคารหรือบริเวณผลิต

สถานที่ตั้งอาคารหรือบริเวณผลิต เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญที่จะป้องกันการปนเปื้อนข้าม (cross contaminate) จากสิ่งแวดล้อมภายนอกและการปนเปื้อนไปสู่อาหาร ดังนั้นเพื่อให้ผักและผลไม้สดที่ผลิตมีความปลอดภัย ขั้นแรกผู้ผลิตจะต้องเลือกทำเลที่ตั้งและออกแบบสถานที่ตั้งอาคารหรือบริเวณผลิตอย่างเหมาะสมถูกสุขลักษณะและสุขาภิบาลที่ดี ตัวอาคารและบริเวณโดยรอบควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1.1 สถานที่ตั้งตัวอาคารและที่ใกล้เคียง ต้องอยู่ในที่ที่จะไม่ทำให้ผักหรือผลไม้สดที่คัดบรรจุเกิดการปนเปื้อนได้ง่าย

1.2 อาคารหรือบริเวณคัดและบรรจุผักหรือผลไม้สด มีการดูแลความสะอาด และรักษาให้อยู่ในสภาพที่ถูกสุขลักษณะ

2. เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต

เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์การคัดและบรรจุมีการออกแบบติดตั้งในลักษณะที่ถูกสุขลักษณะ ไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อน และง่ายแก่การทำความสะอาด และบำรุงรักษา ดังนี้

2.1 การออกแบบติดตั้งเครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ต้องเหมาะสมคำนึงถึงการปนเปื้อน ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงสามารถทำความสะอาดตัวเครื่องมือ อุปกรณ์ และบริเวณที่ติดตั้งได้ง่ายและทั่วถึง

2.2 ภาชนะหรืออุปกรณ์ที่สัมผัสผักหรือผลไม้สด ต้องทำจากวัสดุที่ไม่ทำปฏิกิริยากับอาหารอันอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และง่ายต่อการทำความสะอาด

2.3 โต๊ะหรือพื้นผิวที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการปฏิบัติงานในส่วนที่สัมผัสกับผักหรือผลไม้สด ต้องทำจากวัสดุที่ไม่เกิดสนิม ทำความสะอาดง่าย และไม่ทำให้เกิดปฏิกิริยาที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค โดยตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ทำความสะอาดง่าย มีความสูงเหมาะสมในการปฏิบัติงานหรือมีมาตรการป้องกัน การปนเปื้อนที่อาจเกิดขึ้นได้

3. การควบคุมกระบวนการผลิต

การดำเนินงานทุกขั้นตอนจะต้องมีการควบคุมตามหลักสุขาภิบาลที่ดี และควบคุมอันตรายทั้ง ด้านกายภาพ เคมี และชีวภาพ ตั้งแต่ขั้นตอนการตรวจรับวัตถุดิบผักหรือผลไม้สดบางชนิดที่มาจากแหล่งเพาะปลูก หรือแหล่งรวบรวม ภาชนะบรรจุ การขนย้าย การจัดเตรียม การล้างการคัด ตัดแต่ง การบรรจุ การเก็บรักษา และการขนส่ง ดังนี้

3.1 ต้องมีการคัดเลือกวัตถุดิบผักหรือผลไม้สดที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

3.2 ภาชนะบรรจุที่สัมผัสโดยตรงกับผักหรือผลไม้สดต้องสะอาด ทำจากวัสดุที่ไม่เป็นพิษ ไม่เคยบรรจุวัตถุอันตรายหรือสารพิษมาก่อน มีการทำความสะอาดก่อนการใช้งานตามความเหมาะสม

3.3 มีการเก็บรักษาวัตถุดิบผักหรือผลไม้สด และภาชนะบรรจุอย่างเหมาะสมในสภาพที่ป้องกันการปนเปื้อนโดยมีการเสื่อมสลายน้อยที่สุด มีการหมุนเวียนการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 มีมาตรการตรวจสอบการตกค้างของสารเคมีกำจัดศัตรูพืชในวัตถุดิบผักหรือผลไม้สดอย่างสม่ำเสมอโดยใช้ชุดทดสอบอย่างง่าย และตรวจวิเคราะห์โดยห้องปฏิบัติการตรวจวิเคราะห์ที่ได้รับการรับรองอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

3.5 การดำเนินการระหว่างการคัดและบรรจุ มีการขนย้ายวัตถุดิบผักหรือผลไม้สดภาชนะบรรจุรวมถึงในขั้นตอนการเก็บรักษา ต้องมีมาตรการป้องกันการปนเปื้อนและเสื่อมสลายของอาหารด้วย

3.6 การขนส่งผลิตภัณฑ์ผักหรือผลไม้สด ต้องขนส่งในลักษณะที่ป้องกันการปนเปื้อนและเสื่อมสลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.7 มีการควบคุมกระบวนการคัดและบรรจุให้เป็นไปตามข้อกำหนดหรือตามความเหมาะสมของกระบวนการคัดและบรรจุผัก หรือผลไม้สดชนิดนั้นๆ อย่างเคร่งครัด

3.8 น้ำ หรือน้ำแข็งที่ใช้ในกระบวนการล้างทำความสะอาด หรือต้องสัมผัสกับผักและผลไม้สดที่พร้อมบริโภคทันที ต้องเป็นน้ำสะอาดเหมาะสมตามวัตถุประสงค์การใช้ ผ่านการปรับสภาพตามความจำเป็นและมีการนำไปใช้ที่ถูกสุขลักษณะ

3.9 มีการบ่งชี้ หรือระบุรุ่นการผลิต หรือวันที่ผลิต เพื่อการตามสอบย้อนกลับการบ่งชี้รุ่นการผลิต หรือระบุรุ่นการผลิต หรือวันที่คัดและบรรจุ ที่ภาชนะบรรจุของผักและผลไม้สด ตั้งแต่กระบวนการรับวัตถุดิบ คัดและบรรจุไปจนถึงผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถตามสอบย้อนกลับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.10 มีบันทึกหรือข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบผักหรือผลไม้สด สารเคมีที่ใช้ในการผลิตการควบคุมกระบวนการผลิต รวมถึงผลิตภัณฑ์และเก็บรักษาบันทึกไว้ เพื่อสามารถตรวจประเมินและตามสอบได้

4. การสุขาภิบาล

การสุขาภิบาล เป็นเกณฑ์ที่กำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานทั้งหลาย เช่น น้ำใช้ ห้องน้ำ ห้องส้วม อ่างล้างมือ ระบบการกำจัดขยะมูลฝอย และทางระบายน้ำทิ้ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยเสริมให้สุขลักษณะสถานที่ตั้ง อาคารผลิต เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต การควบคุมกระบวนการผลิตให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ดังนั้น สถานที่ผลิต จึงควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรการเพื่อให้ดำเนินการได้ตามหลักสุขาภิบาลที่ดี ดังนี้

4.1 น้ำที่ใช้ภายในสถานที่ผลิต ต้องเป็นน้ำสะอาดและจัดให้มีการปรับคุณภาพน้ำตามความจำเป็น

4.2 การกำจัดขยะมูลฝอย

4.3 จัดให้มีห้องส้วมและอ่างล้างมือหน้าห้องส้วมให้เพียงพอสำหรับผู้ปฏิบัติงาน มีอุปกรณ์ในการล้างมือและทำให้มือแห้งอย่างครบถ้วนถูกสุขลักษณะ และใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งต้องแยกต่างหากจากบริเวณผลิต หรือไม่เปิดสู่บริเวณปฏิบัติงานโดยตรง

4.4 จัดให้มีอ่างล้างมือบริเวณปฏิบัติงานให้เพียงพอ อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม มีอุปกรณ์การล้างมือ และทำให้มือแห้งอย่างครบถ้วนถูกสุขลักษณะและใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.5 มีวิธีการจัดการระบายน้ำทิ้งและสิ่งโสโครกอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม

5 การบำรุงรักษาและทำความสะอาด

การบำรุงรักษาและทำความสะอาดในหมวดนี้จะช่วยให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเสริมการป้องกันการปนเปื้อนจากอันตรายลงสู่อาหารได้ ดังนี้

5.1 อาคารสถานที่มีการทำความสะอาดให้อยู่ในสภาพสะอาดถูกสุขลักษณะอย่างสม่ำเสมอ

5.2 เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต มีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ และอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้

5.3 การเก็บรักษาสารเคมีทำความสะอาดหรือสารเคมีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขลักษณะจะต้องแยกเป็นสัดส่วนและปลอดภัยและมีป้ายแสดงชื่อสารเคมี

6. บุคลากร สุขลักษณะผู้ปฏิบัติงาน

6.1 ผู้ปฏิบัติงานในบริเวณผลิตต้องไม่เป็นโรคติดต่อหรือโรคน่ารังเกียจตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง หรือมีบาดแผลอันอาจก่อให้เกิดการปนเปื้อนกับผักหรือผลไม้สด

6.2 ผู้ปฏิบัติงานทุกคนในขณะที่ดำเนินการคัดและบรรจุ และมีการสัมผัสโดยตรง หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของพื้นผิวที่สัมผัสกับผักหรือผลไม้สด ต้องมีสุขลักษณะ ดังนี้

(1) สวมเสื้อผ้าที่สะอาด และเหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน กรณีที่ใช้เสื้อคลุมต้องสะอาด

(2) มีมาตรการจัดการรองเท้าที่ใช้ในบริเวณคัดและบรรจุผักหรือผลไม้สดที่เหมาะสม เช่น เปลี่ยนใช้รองเท้าเฉพาะบริเวณ หรือจุ่มรองเท้าในน้ำยาฆ่าเชื้อโรคก่อนเข้าสู่บริเวณคัดและบรรจุเพื่อป้องกันการปนเปื้อน

(3) ไม่สวมใส่เครื่องประดับขณะปฏิบัติงานและดูแลสุขอนามัยของมือและเล็บให้สะอาดอย่างสม่ำเสมอ

(4) ล้างมือให้สะอาดทุกครั้งก่อนเริ่มปฏิบัติงาน ภายหลังจากสัมผัสสิ่งที่ก่อให้เกิดการปนเปื้อน และภายหลังจากใช้ห้องน้ำและห้องส้วม

(5) สวมหมวกหรือผ้าคลุมผม หรือตาข่ายที่สะอาดขณะปฏิบัติงาน

และได้เข้าสู่กระบวนการส่งตรวจรับรองมาตรฐานสถานที่ผลิตสำหรับใช้ประกอบการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ อย. ต่อไป ดัง Figure 9 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์พริกทอด คณาจารย์จากคณะวิศวกรรมศาสตร์ฯร่วมกับผู้ประกอบการ ได้นำนวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ โดยการนำเศษที่เหลือจากการทำพริกทอด มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ผงโรยข้าวรสต้มยำ ซึ่งเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG และต่อยอดสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการและชุมชนได้ ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทางผู้วิจัยจากคณะวิศวกรรมศาสตร์ฯได้ออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ตามการแนะนำตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อประกอบการขอรับรอง อย.

นอกจากนี้ผู้วิจัยส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ผ่านแพลทฟอร์ม RJ38 ทำให้รายได้ของชุมชนเพิ่มขึ้นตามเป้าหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 โดยจากการเก็บข้อมูลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พริกทอดของกลุ่มผู้ประกอบการ ตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2566 - มีนาคม 2567 รวมระยะเวลา 4 เดือน พบว่ามียอดจำหน่ายรวมเฉลี่ยเดือนละ 8,000 บาท ขณะที่หลังจากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ผงโรยข้าว การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่และส่งเสริมช่องทางการตลาดผ่านแพลทฟอร์ม RJ38 ซึ่งทดสอบการจำหน่ายในเดือนเมษายน พบว่ามียอดจำหน่ายรวม 9,500 บาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 18.75 ทั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ตาม Figure 10 เพื่อติดตามความก้าวหน้าเป็นระยะทำให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผน

Figure 9. Raw material preparation rooms, raw material storage rooms, frying rooms, and packing rooms

Figure 10. Field survey of the fried chili production site after improvements to the production site

วิจารณ์

จากการปรับปรุงสถานที่ผลิตผลิตภัณฑ์พริกทอดให้มีสถานที่ผลิต(คัดและบรรจุ) ผักและผลไม้สดเข้าข่ายตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เลขที่ 386 พ.ศ. 2560 เรื่อง กำหนดวิธีการผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษาผักหรือผลไม้สดบางชนิดและการแสดงฉลาก ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์วิธีการผลิต เพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต อาหารเป็นพื้นฐานการจัดการความปลอดภัยอาหารที่ผู้ประกอบการต้องดำเนินการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค สร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและพัฒนาสถานประกอบการผลิตอาหารให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานด้วยการมี ส่วนร่วมสำหรับผู้ประกอบการตามงานวิจัยของ (Sukjuntra *et al*., 2020) ซึ่งหลังจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดสมุทรสาครให้คำแนะนำและร่วมออกแบบสถานที่ผลิตใหม่ โดยดำเนินการก่อสร้างใหม่ทั้งหมด และได้รับการตรวจสอบเบื้องต้นหลังจากดำเนินการแล้วเสร็จ พบว่าสถานที่ผลิตใหม่สามารถเข้าสู่กระบวนการขอรับรองมาตรฐานได้ ดังนี้

1. สถานที่ตั้งหรืออาคารผลิต

โดยสถานที่ผลิตมีลักษณะเป็นโรงเรือนที่มีการป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งแวดล้อมภายนอก และมีการดูแลรักษาความสะอาดให้ถูกสุขลักษณะ ทำเลที่ตั้งของสถานที่มีความเหมาะสมและไม่ทำให้ผลิตภัณฑ์พริกทอดที่คัดบรรจุปนเปื้อนได้ง่าย

2. เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต

จากการปรับสถานที่ผลิตโดยการก่อสร้างใหม่ทั้งหมด มีการแบ่งโซนแยกกันชัดเจน มีการติดตั้งเครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์การคัดและบรรจุที่ถูกสุขลักษณะ สามารถทำความสะอาดโดยไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนได้ง่าย โดยมีจุดที่ต้องแก้ไขบางจุด เช่น ตำแหน่งการติดตั้งเครื่องดักแมลง กระจกแต่งตัวของผู้ปฏิบัติงาน ป้ายแนะนำตามจุดต่างๆ เป็นต้น

3. การควบคุมกระบวนการผลิต

ในการดำเนินการผลิตได้มีการควบคุมคุณภาพให้เป็นไปตามหลักสุขาภิบาลที่ดี ประกอบด้วย การคัดเลือกวัตถุดิบที่สดมีคุณภาพ มีการทำความสะอาดภาชนะบรรจุวัตถุดิบก่อนการใช้งาน มีมาตรการการตรวจสอบและป้องกันสิ่งปนเปื้อนในระหว่างการขนย้ายอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การสุขาภิบาล

จากการปรับปรุงสถานที่ผลิตได้มีการแบ่งโซนที่ชัดเจน โดยโซนล้าง มีอุปกรณ์ปฏิบัติงานที่พร้อมหลายอย่าง เช่น น้ำใช้ ห้องน้ำ อ่างล้างมือ ระบบระบายน้ำทิ้ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ช่วยให้มีการดำเนินการผลิตได้ตามหลักสุขาภิบาลที่ดี

5. การบำรุงรักษาและทำความสะอาด

ในการผลิตที่เป็นตามหลักสุขาภิบาลที่ดีต้องมีหลักการบำรุงรักษาและการทำความสะอาดในการทำงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

6. สุขลักษณะผู้ปฏิบัติงาน

ทางทีมวิจัยผลิตภัณฑ์พริกทอดได้มีการกำหนดให้ในขณะที่ผู้ปฏิบัติงานมีการสัมผัสกับวัตถุดิบโดยตรงต้องสวมเสื้อคลุมหรือเสื้อผ้าที่สะอาด มีมาตรการการจัดการรองเท้าที่ใช้ในบริเวณปฏิบัติงานที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการปนเปื้อน ไม่สวมเครื่องประดับและดูแลสุขอนามัยของมือและเล็บให้สะอาดอยู่เสมอ และที่สำคัญที่สุดทีมวิจัยให้ความสำคัญกับการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการในเรื่องของสุขาภิบาลตามงานวิจัยของ Charoenphong (2019) ซึ่งเป็นประเด็นที่สถานที่ผลิตส่วนใหญ่จะประสบปัญหาอยู่

พร้อมกันนี้ทีมวิจัยได้ช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการ ในการนำโมเดลเศรษฐกิจ BCG ด้วยการใช้เศษเหลือจากการทำพริกทอดมาพัฒนาเป็นผงโรยข้าว ซึ่งเป็นการนำวัสดุเหลือทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุดตามหลักระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน Circular Economy ตามงานวิจัยของ Jeenaboonrueang (2022) รวมถึงการส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ สามารถช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและชุมชนในพื้นที่ตำบลกาหลงตามงานวิจัยของ Rodthabthan and Punluekdej (2023) ที่มีผลการวิจัยว่า การสื่อสารการตลาดสามารถสร้างอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคได้ แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แนะนำผู้ประกอบการในสร้างเพจเฟซบุ๊คเป็นของตนเองเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคตามงานวิจัยของ Sasanrakkit (2023)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาสถานที่ผลิตพริกทอดสู่มาตรฐานสากลสามารถยกระดับเศรษฐกิจในพื้นที่ตำบลกาหลงได้ เนื่องจากปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในปัจจุบัน คือ ด้านคุณภาพของสินค้าที่มีมาตรฐานรับรอง ด้านผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ที่สามารถตอบโจทย์ในการแก้ปัญหาในชีวิตของผู้บริโภค ตามงานวิจัยของ Hoang *et al*., (2019)

สรุป

การพัฒนาสถานที่ผลิตพริกทอดสู่มาตรฐานสากลและยกระดับเศรษฐกิจในพื้นที่ตำบลกาหลงอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ทำให้สถานที่การผลิตพริกทอดได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้น โดยการปรับปรุงสถานที่ผลิตได้ทำภายใต้คำแนะนำของนักวิชาการสาธารณสุขของจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อรองรับการรับรองมาตรฐาน อย.ต่อไป และสามารถยกระดับรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบการพริกทอดให้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 ได้ตามเป้าหมายของการวิจัยนี้

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ โครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โครงการร่วมที่ 1 ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์: ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่มาตรฐานสากลด้วยวิศวกรรมบูรณาการและภูมิปัญญาท้องถิ่น จังหวัดสมุทรสาคร ประจำปีงบประมาณ 2567 ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการ

เอกสารอ้างอิง

Charoenphong, S. 2019. The feasibility analysis of the development of production facilities for processed food contained in ready-to-sell containers in accordance with the primary GMP guidelines by Lamphun entrepreneurs. Thai Journal of Public Health and Health Sciences 2(3): 16-28. (in Thai)

Chokwarakul, K. and S. Chokwarakul. 2017. The development of network and agricultural product “chilli” for exportation cases Nakhon Ratchasima and Chaiyaphum. Dhammathas Academic Journal 17(3) (special issue): 275-284. (in Thai)

Jeenaboonrueang, S. 2022. Driving business with BCG economy : A case study of doing grain partnership limited. academic. Journal Phranakhon Rajabhat University 13(2): 48-65. (in Thai)

Hoang, T.M., K. Sansom and K. Chareonchai. 2019. Factors affecting decision making behavior on purchasing through E-commerce of the people living in municipal area, Mahasarakham province. Journal of Research and Development Institute, Rajabhat Maha Sarakham University 6(2): 225-244. (in Thai)

Ooaymaweerahirun, P., C. Kee-ariyo, T. Soteyome and N. Suteebut. 2023. Adaptation during the next normal of community enterprises in processed and food product groups in the lower central region, group 2. Journal of Humanities and Social Sciences, Suan Sunandha Rajabhat University 6 (2): 128-142. (in Thai)

Pansuntia, R., K. Fanpimai, J. Roddee, S. Promboot, P. Sangsawad, K. Promyo and T. Phahom. 2023. Product development of furikake-rice seasoning from the cricket. Khon Kaen Agriculture Journal 51 (Suppl.1): 587-594. (in Thai)

Phayoonpun, T, N. Kosiyaporn. and S. Suttiyapiwat 2023. Product development, marketing channel development and community enterprise management of container from Betel Husk Producer Group: A case study of Chaw Phron’s lifestyle women power group. Journal of Community Development and Life Quality 9(3): 452-464. (in Thai)

Rodthabthan, T and T. Punluekdej. 2023. Integrated marketing communication effect on the purchase intention of a snack product in Samut Sakhon province. Journal of Legal Entity Management and Local Innovation 9(8): 214-227. (in Thai)

Sasanrakkit, S. 2023. Factors affecting consumer decision-making via online channels in Phra Nakhon Area Bangkok. The Journal of Development Administration Research 13(2): 433-443. (in Thai)

Sripawatakul, O., M. Tamtin and P. Kosawatpat. 2021. The product development of fish rice-seasoning fish supplemented with green caviar. Udon Thani Rajabhat University Journal of Science and Technology 9(2): 69-82. (in Thai)

Sukjuntra, J., K. Kanpairo, S. Srisuk and K. Na-Nakorn. 2020. Development of small halal food processing enterprises in three southern border provinces to enhance food safety. Area Based Development Research Journal 12(6): 469-485. (in Thai)

ความคิดเห็นต่อการจัดตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีน โดยชุมชนประมงในจังหวัดตรัง

Opinions on Establishing a Project to Increase the Breeding of Dog Conch by the Fishing Community

วรรณกร พลพิชัย[*] และ ธงชัย นิติรัฐสุวรรณ

Wannakorn Ponpichai[*] and Thongchai Nithiratsuwan[2]

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง จ. ตรัง 92150

Faculty of Fisheries Science and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya Trang Campus, Trang 92150, Thailand

[*]Corresponding author: Email: Wannakorn.p@rmutsv.ac.th

(Received: July 17, 2024; Revised: October 9, 2024; Accepted: November 18, 2024)

Abstract: The purpose of this research aims to study opinions on the establishment of the project and the need to participate in the management of the project to increase the dog conch in the community. The sample consisted of 140 fishermen and other stakeholders in Trang province. Data were collected by questionnaire. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, and standard deviation. The results of the study found that 1) the opinion about the people who should participate in the project the most were fishermen, the place that should be used as an operation was the beach area, the villagers in the community should play a part in getting the most benefits, and most of the opinions about the establishment of this project were very good. For this project to be successful, it must rely on cooperation. The person most suitable for implementing the project is the village headman, and the primary budget source to support the project should be the Department of Fisheries.2) The opinions on the project's establishment showed that fishermen agreed at a high level. 3) The need for participation in project management were at a very high level.

Keywords: Dog conch, project establishment, increasing the Dog conch

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการก่อตั้งโครงการและความต้องการมีส่วนร่วมในการบริหารโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนในชุมชน กลุ่มตัวอย่างคือชาวประมงและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบด้วย แพรับซื้อสัตว์น้ำ และผู้นำชุมชน จำนวน 140 ราย เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าผู้ที่ควรเข้าร่วมดำเนินโครงการมากที่สุดคือชาวประมง สถานที่ที่ควรใช้ดำเนินงานคือ บริเวณชายหาด ผู้ที่ควรจะเข้าไปใช้ประโยชน์คือชาวบ้านในชุมชน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการจัดตั้งโครงการนี้ว่าดีมาก ถ้าจะทำให้โครงการนี้สำเร็จจะต้องเกิดจากความร่วมมือ ผู้ที่มีความเหมาะสมในการดำเนินโครงการมากที่สุด ลำดับที่ 1 คือผู้ใหญ่บ้าน และแหล่งงบประมาณที่ควรให้การสนับสนุนโครงการที่ถูกเลือกเป็นลำดับที่ 1 คือกรมประมง 2) ความคิดเห็นต่อการก่อตั้งโครงการพบว่าชาวประมงเห็นด้วยอยู่ในระดับสูง 3) ความต้องการมีส่วนร่วมในการบริหารโครงการอยู่ในระดับสูงมาก

คำสำคัญ: หอยชักตีน การจัดตั้งโครงการ การเพิ่มพันธุ์หอยชักตีน

คำนำ

ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติปัจจุบันมีสาเหตุหลักมาจากพฤติกรรมของมนุษย์ National Economic and Social Development Council (NESDC, 2016) NESDC (2016) ได้กำหนดให้มีการรักษาฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติโดยเฉพาะทรัพยากรทางทะเล เนื่องจากเป็นแหล่งสัตว์น้ำที่สร้างรายได้แก่ประชาชนและประเทศชาติเป็นจำนวนมาก ผลผลิตและมูลค่าสัตว์น้ำจากการประมงในช่วง พ.ศ. 2566 - 2569 คาดการณ์ว่าการเพาะเลี้ยงชายฝั่งจะมีปริมาณ 536,639 ตัน (Division of Fisheries Policy and Development Plans, 2023) หอยชักตีน (dog conch) เป็นสัตว์น้ำที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่ง ซึ่งทางกรมประมงได้ให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูและขยายพันธุ์ด้วยการผลิตลูกหอยและปล่อยหอยชักตีนลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติและบริเวณรอบอ่าวคุ้งกระเบนฯ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกหอยธรรมชาติ (Department of Fisheries, 2021) ในขณะที่ปัญหาการทำประมงในจังหวัดตรังพบว่ามีเพียงชาวประมงพื้นบ้านที่ทำการประมงสัตว์น้ำชนิดนี้ เนื่องจากพื้นที่อาศัยของหอยชักตีนจะอยู่บริเวณแนวหญ้าทะเล ส่งผลให้กลุ่มประมงพาณิชย์ไม่สามารถทำประมงหอยชักตีนได้ และจากการที่หอยชักตีนเป็นที่ต้องการเพื่อบริโภคเพิ่มขึ้น ชาวประมงจึงมีการทำประมงหอยชักตีนเพิ่มขึ้น ทำให้ปัจจุบันพบว่าหอยชักตีนจับได้น้อยลง ทำให้เห็นว่ามีการทำประมงเกินศักยภาพของธรรมชาติที่จะผลิตได้ หรือที่เรียกว่า over fishing รวมทั้งในปัจจุบันไม่มีกฎหมายหรือข้อบังคับในการทำประมงที่ชัดเจน หากไม่มีการจัดการที่เหมาะสมก็อาจจะส่งผลให้สูญพันธุ์ในอนาคตอันใกล้ (Dummee *et al.*, 2016) ซึ่งนอกจากจังหวัดตรังแล้ว จังหวัดอื่น ๆ ในฝั่งทะเลอันดามันก็ประสบปัญหาในลักษณะเดียวกัน เช่น จังหวัดกระบี่ พังงา เป็นต้น โดยเฉพาะจังหวัดกระบี่ที่มีความหลากหลายทางพันธุกรรมต่ำ (Suppapan and Supmee, 2019) แนวทางในการแก้ไขปัญหาการลดลงของหอยชักตีนสามารถทำได้ด้วยกระบวนอนุรักษ์และการฟื้นฟู โดยเฉพาะการดำเนินการบนพื้นฐานความต้องการของชุมชน ซึ่งจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ระดมสมองเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นอย่างสร้างสรรค์ (Phetuthai, 2024) ชุมชนชายฝั่งในบ้านแหลมไทรบ้านทุ่งทอง บ้านปากเมง และบ้านมดตะนอย เป็นพื้นที่ชุมชนประมงสำคัญใน จังหวัดตรัง ซึ่งมีการจับหอยชักตีนเป็นประจำ และเป็นชุมชนที่มีชาวประมงอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้น หากมีการจัดตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จะเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถอนุรักษ์ทรัพยากรหอยชักตีนให้เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถอนุรักษ์ได้ไว้อย่างยั่งยืน จึงมีความสนใจศึกษาความคิดเห็นต่อการจัดตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนโดยชุมชนประมงในจังหวัดตรัง

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการจัดตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนโดยชุมชนประมงในจังหวัดตรัง ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนมกราคม - กันยายน 2564 พื้นที่วิจัยคือชุมชนประมงในจังหวัด ตรัง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ชาวประมง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ แพรับซื้อสัตว์น้ำและผู้นำชุมชนที่อาศัยอยู่ในบ้านแหลมไทร บ้านทุ่งทอง ตำบลเขาไม้แก้ว บ้านปากเมง ตำบลไม้ฝาด บ้านปากเมง ตำบลไม้ฝาด อำเภอสิเกา บ้านมดตะนอย ตำบลเกาะลิบง อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ซึ่งเป็นพื้นที่ประมงชายฝั่ง จำนวน 207 ราย คำนวณหาขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 137 ราย (เก็บจริง 140 ชุด) ชาวประมงจำนวน 128 คน แพรับซื้อสัตว์น้ำจำนวน 8 แพ และผู้นำชุมชน 4 คน การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบ

แบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนประชากร (Proportional Stratified Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ข้อคำถามประกอบด้วย เพศ ช่วงอายุ หมู่บ้านที่อยู่อาศัย กลุ่มผู้ให้ข้อมูล สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประสบการณ์การประกอบอาชีพประมง ลักษณะการประกอบอาชีพประมง รายได้จากการทำประมงเฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สิน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการก่อตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนในชุมชน ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ข้อคำถามประกอบด้วย ความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ที่ควรเข้าร่วมดำเนินโครงการ สถานที่ที่ควรใช้เป็นที่ดำเนินงาน ผู้ที่ควรจะเข้าไปใช้ประโยชน์ ความคิดเห็นต่อการจัดตั้งโครงการโดย การรู้จักเกี่ยวกับโครงการ การเข้าร่วมโครงการ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จของโครงการนี้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งงบประมาณสนับสนุนโครง การความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ที่มีความเหมาะสมในการดำเนินโครงการ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อการก่อตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนในชุมชน

ตอนที่ 4 ความต้องการมีส่วนร่วมในการบริหารโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนในชุมชน

แบบสอบถามตอนที่ 2-4 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับคือ จริงมากที่สุดเท่ากับ 5 จริงมากเท่ากับ 4 จริงปานกลางเท่ากับ 3 จริงน้อยเท่ากับ 2 และไม่จริงเลยเท่ากับ 1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแยกความถี่แล้ว แบ่งความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ 1.00-1.79 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับต่ำมาก1.80-2.59 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับต่ำ 2.60-3.39 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง 3.40-4.19 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับสูง 4.20-5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับสูงมาก (Silanoi and Chindaprasert, 2019)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลจากตัวอย่างชาวประมง ด้วยการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ จากนั้นเก็บรวบรวมแบบสอบถามและนำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้นำแบบสอบถามที่ตรวจให้คะแนนแล้วมาบันทึกคะแนนโดยการลงรหัสและบันทึกข้อมูลลงคอมพิวเตอร์ เพื่อรอการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มี คือ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย สำหรับการวิเคราะห์เพื่อบรรยายลักษณะข้อมูล และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อวิเคราะห์การกระจายของข้อมูล

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 81.4 ช่วงอายุส่วนใหญ่คือ 40-59 ปี ร้อยละ 47.1 อาศัยอยู่ในหมู่ที่ 2 เป็นจำนวนมากที่สุดร้อยละ 36.4 กลุ่มให้ข้อมูลมีสถานภาพเป็นชาวประมงร้อยละ 94.3 และเป็นแพรับซื้อสัตว์น้ำร้อยละ 5.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสอยู่ด้วยกันร้อยละ 85 จบการศึกษาระดับประถมมากที่สุดร้อยละ 62.5 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การประกอบอาชีพประมงอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี ร้อยละ 19.3 ประกอบอาชีพประมงเป็นอาชีพหลักร้อยละ 95.0 รายได้จากการทำประมงเฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 63.6 และเฉลี่ยต่อปีอยู่ในช่วงระหว่าง 100,000 – 150,000 บาท และส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำประมงอย่างเดียวไม่มีรายได้อื่นร้อยละ 80.7 นอกจากนั้นพบว่าชาวประมงส่วนใหญ่มีภาระหนี้สินมากถึงร้อยละ 77.1

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการก่อตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนในชุมชน ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการก่อตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนในชุมชน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าผู้ที่ควรเข้าร่วมดำเนินโครงการมากที่สุดคือ ชาวประมงร้อยละ 66.4 สถานที่ที่ควรใช้เป็นที่ดำเนินงานมากที่สุดคือ บริเวณชายหาดร้อยละ 62.1 หากมีการก่อตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนในชุมชนผู้ที่ควรจะเข้าไปใช้ประโยชน์ได้คือ ชาวบ้านในชุมชนร้อยละ 95.7 ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยภาพรวมต่อการจัดตั้งโครงการนี้ว่าดีมากร้อยละ 83.6 ส่วนใหญ่รู้จักโครงการลักษณะนี้ร้อยละ 64.3 โดยเคยเข้าร่วมโครงการลักษณะเช่นนี้ร้อยละ 52.9 และกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าถ้าจะทำให้โครงการนี้สำเร็จสิ่งที่ต้องมีการดำเนินการและมีองค์ประกอบสำคัญคือ ความร่วมมือร้อยละ 63.6 ถ้าโครงการนี้จะล้มเหลวไม่ประสบความสำเร็จเป็นเพราะชาวบ้านไม่ร่วมมือร้อยละ 45.0 ผู้ที่มีความเหมาะสมในการดำเนินโครงการมากที่สุด พบว่าผู้ที่ถูกเลือกเป็นลำดับที่ 1 มากที่สุดคือผู้ใหญ่บ้านร้อยละ 62.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งสนับสนุนงบประมาณสนับสนุนโครงการ พบว่า แหล่งที่ถูกเลือกเป็นลำดับที่ 1 มากที่สุดคือกรมประมงร้อยละ 72.9 การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการก่อตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนในชุมชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยภาพรวมต่อการจัดตั้งโครงการนี้ว่าดีมากร้อยละ 83.6 ส่วนใหญ่รู้จักโครงการลักษณะนี้ร้อยละ 64.3 โดยเคยเข้าร่วมโครงการลักษณะเช่นนี้ร้อยละ 52.9 และกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าถ้าจะทำให้โครงการนี้สำเร็จสิ่งที่ต้องมีการดำเนินการและมีองค์ประกอบสำคัญคือ ความร่วมมือร้อยละ 63.6 ถ้าโครงการนี้จะล้มเหลวไม่ประสบความสำเร็จเป็นเพราะชาวบ้านไม่ร่วมมือร้อยละ 45.0 รองลงมาคือสภาพอากาศ ร้อยละ 30.7 ดัง Table 1

Table 1. Number and percentage of general information about opinions towards the establishment of the project to increase the dog conch in the community

Opinions	Number	Percentage
Individuals who should be involved in project implementation who		
- Fisherman	93	66.4
Locations suitable for project establishment		
- Beach area	87	62.1
Individuals eligible to access and benefit from the project		
- Villagers in the community	134	95.7
Opinion on the establishment of this project		
- Very good	117	83.6
Do you know this kind of project?		
- Know	90	64.3
To make this project successful		
- Cooperation	89	63.6
Factors leading to project failure		
- The villagers did not cooperate	63	45.0
Opinions about those who are suitable for the first project		
- Village headman	63	62.9
Sources to support the budget to support the project		
- Department of Fisheries	73	72.9

ความคิดเห็นที่มีต่อการก่อตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนในชุมชน

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการก่อตั้งโครงการ พบว่า ชาวประมงเห็นด้วยอยู่ในระดับสูงมาก ($\bar{x}$ = 4.58) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า เห็นด้วยต่อการก่อตั้งโครงการอยู่ในระดับสูงมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านการเข้าไปใช้ประโยชน์ ($\bar{x}$ = 4.65) รองลงมาคือ ด้านความต้องการ ($\bar{x}$ = 4.60) และด้านการดำเนินการโครงการและการเข้าร่วมโครงการ ($\bar{x}$ = 4.50) ส่วนผลการวิเคราะห์ความต้องการมีส่วนร่วมในการบริหารโครงการ พบว่า มีความต้องการมีส่วนร่วมในการบริหารโครงการอยู่ในระดับสูงมาก ($\bar{x}$ = 4.35) และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่ามีความต้องการมีส่วนร่วมในการริหารโครงการอยู่ในระดับสูงมากทุกด้านเช่นกัน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ($\bar{x}$ =4.42) ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\bar{x}$ =4.37) ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ($\bar{x}$ =4.28) ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม ($\bar{x}$ =4.26) ดัง Table 2

Table 2. Mean, standard deviation, and the level of opinion towards the establishment of the project and the demand to participate in project management

Opinions on the establishment of the project	$\bar{x}$	S.D.	Level of opinion
1. Demand aspect	4.60	0.45	Very high
2. Utilization aspect	4.65	0.40	Very high
3. Project implementation and participation aspect	4.50	0.61	Very high
Average	4.58	0.41	**Very high**
The need to participate in project management			
1. Participation in decision making	4.37	0.69	Very high
2. Participation in activities	4.26	0.60	Very high
3. Participation in receiving benefits	4.42	0.63	Very high
4. Participation in the evaluation	4.28	0.83	Very high
Average	4.35	0.53	**Very high**

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการก่อตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนในชุมชน สามารถสรุปได้ว่าการจะทำให้โครงการสำเร็จ จะต้องมีการสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นในชุมชนก่อน ซึ่งการสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นต้องอาศัยการประสานความร่วมมือจากหลายภาคส่วนเพื่อเข้าไปทำความเข้าใจ สร้างกฎ กติกา ข้อตกลงที่ไม่ขัดกับวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน และชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของโครงการ ทั้งหน่วยงานจากภาครัฐสถาบันการศึกษา ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน ชาวประมง เป็นต้น ซึ่งหากชาวบ้านเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของโครงการและรับทราบถึงประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับก็มีแนวโน้มที่ชาวบ้านจะให้ความร่วมมือ แต่หากไม่เข้าใจ

รายละเอียด ขาดความชัดเจนในการมีส่วนร่วม ก็มีแนวโน้มที่โครงการจะประสบความล้มเหลว ซึ่งสอดคล้องกับ Ratchathawan *et al.* (2018) ที่กล่าวว่าความสำเร็จของกระบวนการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบหลายด้าน อาทิ ศักยภาพของประชาชนในชุมชน ความสัมพันธ์ของประชาชนในชุมชน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน สถาบันทางสังคม ในชุมชน ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ของชุมชน และองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมสำคัญที่สุด คือ ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในบริบทของสังคมไทย ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ และความคิดเห็นที่มีต่อการก่อตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนในชุมชน สอดคล้องกับ Kantawong and Intaruccomporn (2014) กล่าวว่าสิทธิชุมชนเป็นเสมือนหนึ่งในเครื่องมือหรือกลไกของความสมดุลต่อกระแสอำนาจและผลประโยชน์ จึงเท่ากับเป็นหลักประกันการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ดังนั้น ในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานหรือข้อตกลงต่าง ๆ จึงต้องการมีส่วนร่วมในการให้ความเห็นชอบและรับทราบรายละเอียดในแต่ละเรื่อง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของชุมชนและไม่เกิดปัญหากันในภายหลัง และสอดคล้องกับ Euachongprasit (2008) ได้กล่าวถึงสาระสำคัญของการมีส่วนร่วมของบุคลากรว่าหมายถึง การเปิดโอกาสให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มตัดสินใจในการปฏิบัติงานและการร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบมาถึงตัวของบุคลากรเองและด้านการดำเนินการโครงการและการเข้าร่วมโครงการ ($\bar{x}$ = 4.50) ซึ่งเป็นประเด็นนี้เปรียบเสมือนกับการกำหนดกฎ กติกา ข้อตกลง รวมทั้งแนวทางในการปฏิบัติที่จะต้องการสร้างความเข้าใจร่วมกัน ดังนั้น จากผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อเห็นด้วยกับการจัดตั้งโครงการฯ และก่อนจะดำเนินการใด ๆ จะต้องชี้แจงรายละเอียด ข้อตกลง และสร้างความเข้าใจร่วมกันให้ครบทุกฝ่ายก่อนเสมอ ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดข้อขัดแย้งขึ้นในภายหลัง ซึ่งสอดคล้องกับ Bureau of Public Participation Promotion (2010) ที่กล่าวว่าการมีส่วนร่วมในระดับให้อำนาจแก่ประชาชน (empower) ถือเป็นขั้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมสูงที่สุด เป้าหมายคือการให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจลงมือด้วยตนเอง รูปแบบการมีส่วนร่วม คือ การลงประชามติ และการแก้ไขปัญหา ความขัดแย้งโดยกระบวนการประชาคมมักเป็นประเด็นที่มีผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง ประโยชน์ของการตัดสินใจขั้นนี้ คือการสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน เข้าใจ และมีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน

สรุป

ความคิดเห็นต่อการจัดตั้งโครงการเพิ่มพันธุ์หอยชักตีนโดยชุมชนประมงในจังหวัดตรัง สามารถนำมาเป็นแนวทางในการเตรียมการจัดตั้งโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยให้ผู้นำชุมชน คือ ผู้ใหญ่บ้าน มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ และให้กรมประมงเข้ามาสนับสนุนด้านงบประมาณ สำหรับการจัดตั้งโครงนี้การชาวประมงเห็นด้วยอยู่ในระดับสูง และมีความต้องการมีส่วนร่วมในการบริหารโครงการอยู่ในระดับสูงมากเช่นกัน

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่ให้การช่วยเหลือ สนับสนุนให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

Bureau of Public Participatory Promotion. 2010. Public participation manual. Bureau of Public Participatory Royal Irrigation Department, Bangkok. (in Thai)

Kantawong, P, and W. Intaruccomporn. 2014. Factors affecting participation of Karen Villagers in forest resource conservation in Baelae highland agricultural development station, Omkoi district, Chiang Mai province. Journal of Agriculture 30(1): 71 – 78. (in Thai)

Department of Fisheries. 2021. The conservation of dog conch. (Online). Available:https: //www.fisheries.go.th/ dof/activity_item/4832/all_activity/240

Dummee, V., T. Chanmethagul, S. Tonklang and W. Kaewchan. 2016. Gametogenesis study in dog conch *Strombus canarium* Linnaeus, 1758 (Strombidae) from Koh Yao Yai, Phang Nga province. Journal of Fisheries Technology Research 10(2): 1-10. (in Thai)

Division of Fisheries Policy and Development Plans. 2023. Estimated production and value of aquatic animals. (Online).Available:https://www4. Fisheries.go.th/local/file_document/20210705093649_1file.pdf (August 7, 2024). (in Thai)

Euachongprasit, S. 2008. The Importance of Personnel Participation. Sam Charoen Panich Printing, Bangkok. (in Thai)

National Economic and Social Development Council. 2016. The Twelfth national economic and social development plan, (2017–2021). (Online). Available: https://drive.google.com/file/d/1VXj7xULoiyzJsNlOHo3 zbkFNG5 dnt c0 V/view (March 15, 2024). (in Thai)

Phetuthai, K. 2024. Conflict issues and solutions case study of the interchange survey and design project, Mueang district, Surat Thani province. Journal of Community Developmentand Life Quality 12(2): 189-200. (in Thai)

Ratchathawan, R., T. Kaewkrajok, W. Jongkatekit, P. Phromkaew, D. Sumdangsan and D. Thonglert. 2018. The community participation process in well-being development. Southern of Bureau of Public Participatory Promotion. Journal Technology 11(1): 231-238. (in Thai)

Suppapan, J. and V. Supmee. 2016. Population genetic structure of Wing shell (Strombus canarium) along the Andaman Sea Coast. Burapha Science Journal 21(3): 138-150.

Silanoi, L. and K. Chindaprasert. 2019. The use of rating scale in quantitative research on social sciences, humanities, hotel and tourism study. Journal of Management Science, Ubon Ratchathani University 9(15); 112-126. (in Thai)

Yamane, T. 1973. Statistics: An Introductory Analysis. 3rd ed. Harper & Row, News York. 1130 p.

แนวทางการพัฒนาการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์

Marketing Development Guidelines for Ornamental Plants, Ban Khok Phluang Community, Nong Kong Subdistrict, Nang Rong District, Buriram Province

พรรษา สมณะ[1,2] และ ยศ บริสุทธิ์[2*]

Pansa Sommana[1,2] and Yos Borisutdhi[2*]

[1]สำนักงานเกษตรอำเภอนางรอง จ. บุรีรัมย์ 31110

[1]Nang Rong District Agricultural Extension Office, Buri Ram 31110, Thailand

[2]คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จ. ขอนแก่น 40002

[2]Faculty of Agriculture, Khon Kaen University, Khon Kaen 40002, Thailand

*Correspondence author: E-mail: yosboris@kku.ac.th, yospure@gmail.com

(Received: April 24, 2024; Revised: June 13, 2024; Accepted: August 9, 2024)

Abstract: This study aimed to study marketing development guidelines for ornamental plants (OP), Ban Khok Phluang community (KPC), Nong Kong subdistrict, Nang Rong district, Buri Ram province. This study was conducted by (1) applying the RRA technique to understand the context and operational practices (OP) of KPC from October 2022 to January 2023, and (2) applying the AIC technique to create marketing development guidelines for the OP of KPC in February 2023. This study found that: (1) the entrepreneurship in the community focused on farming and retailing OP by themselves. OP products did not meet customer needs due to a lack of biodiversity and quality, high production cost and a lack of modern practices for farming, and (2) The marketing development guidelines for OP revealed that two main approaches can be implemented within a year: (2.1) Marketing development by creating products to meet market needs, with three sub-approaches: (a) development of plant propagation practices, (b) development of practices for using microbial pesticides, and (c) exchange of knowledge and field studies; and (2.2) The development of digital and community marketing: (d) OP digital marketing development, and (e) OP community and event marketing development.

Keywords: Ornamental plant marketing, digital marketing, community marketing

บทคัดย่อ : การศึกษานี้มุ่งศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยเริ่มจาก (1) ประยุกต์ใช้เทคนิค RRA ในการทำความเข้าใจบริบทชุมชน ไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวงในช่วงเดือนตุลาคม 2565 - มกราคม 2566 และ (2) ประยุกต์ใช้เทคนิค AIC ในการค้นหาแนวทางการพัฒนาการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวงในเดือนกุมภาพันธ์ 2566 ผลการศึกษาพบว่า (1) ครัวเรือนผู้ประกอบการในชุมชนเน้นการผลิตและขายปลีกไม้ประดับด้วยตนเอง ไม้ประดับของชุมชนเป็นสินค้าที่ไม่มีความหลากหลายและมีคุณภาพไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ต้นทุนการผลิตสูง ขาดความรู้และทักษะด้านการผลิตและการตลาดไม้ประดับที่ทันสมัย (2) จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดไม้ประดับ พบว่า มี 2 แนวทางหลักที่สามารถดำเนินการได้ภายใน 1 ปี คือ (2.1) การพัฒนาการตลาด ด้วยการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการ

ของตลาด โดยมีแนวทางการพัฒนา 3 แนวทางย่อย คือ (ก) การพัฒนาด้านการขยายพันธุ์พืช (ข) การพัฒนาด้านการใช้สารชีวภัณฑ์ และ (ค) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และศึกษาดูงาน และ (2.2) การพัฒนาการตลาดดิจิทัลและตลาดชุมชน โดยมีแนวทางย่อย 2 แนวทาง คือ (ก) การพัฒนาการตลาดดิจิทัลไม้ประดับ และ (ข) การพัฒนาการตลาดชุมชนอิเวนท์ไม้ประดับ

คำสำคัญ: การตลาดไม้ประดับ การตลาดดิจิทัล การพัฒนาการตลาดชุมชน

คำนำ

ไม้ดอกไม้ประดับ เป็นพรรณไม้ที่ปลูกเพื่อความสวยงาม โดยอาศัยความโดดเด่นของผล ดอก ใบ และลำต้น นอกจากนี้ไม้ดอกไม้ประดับ ยังมีความสำคัญกับชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์ทางด้านจิตใจ การจัดสภาพแวดล้อมให้ร่มรื่นสวยงาม จะทำให้ผู้อยู่อาศัยมีความสุขทางด้านจิตใจ สุขภาพจิตดี (Kokanut and Kaewkhiew, 2019)

การส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของไทยในปี พ.ศ. 2563 ไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับที่ 3 ของเอเชีย และอันดับที่ 11 ของโลก โดยมีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 132.5 ล้านเหรียญสหรัฐ (Department of Trade Negotiations, 2021)

กรณีไม้ประดับ (ไม่รวมไม้ดอก) ประเทศไทยถือเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกไม้ประดับแห่งหนึ่ง ถึงแม้จะมีส่วนแบ่งการตลาดไม่มาก แต่การผลิตยังเป็นที่ต้องการของตลาดในประเทศ (Lekawatana and Suwannamek, 2017) ซึ่งแทบทุกจังหวัดมีผู้ประกอบการหรือชุมชนผลิตไม้ดอกไม้ประดับเพื่อเป็นอาชีพ ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวได้ เช่น หมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับ คลอง 15 จังหวัดนครนายก ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมพรรณไม้ที่ใหญ่ที่สุดในเขตกรุงเทพปริมณฑล และต่างจังหวัด อีกทั้งได้รับการส่งเสริมให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกอีกด้วย (Chaiyasung *et al.*, 2023) จังหวัดบุรีรัมย์มีผู้ประกอบการไม้ดอกไม้ประดับกระจายตัวอยู่หลากหลายพื้นที่ แต่ชุมชนบ้านโคกพลวง ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์นั้น เป็นชุมชนที่มีผู้ประกอบการไม้ประดับอยู่รวมกันเป็นจำนวนมาก

จากการศึกษาเบื้องต้นกรณีชุมชนบ้านโคกพลวง ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า เริ่มผลิตไม้ประดับขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2551 ด้วยการสนับสนุนขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกง ที่สนับสนุนให้ชาวบ้านผลิตไม้ประดับเพื่อจำหน่ายเป็นอาชีพเสริม มีมูลค่าทางเศรษฐกิจของทั้งชุมชนประมาณ 5 ล้านบาทต่อปี ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการ เป็นการขายส่งผ่านพ่อค้าคนกลาง (ผู้ประกอบการรายใหญ่) แต่ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่นั้นเป็นผู้ประกอบการ รายย่อยและขายในรูปแบบขายปลีก ซึ่งกำลังประสบปัญหาไม่สามารถขายสินค้าได้ และยังพบว่าชุมชนบ้านโคกพลวงนั้นยังไม่เป็นที่นิยมฐานะชุมชนผู้ผลิตไม้ประดับเมื่อเทียบกับแหล่งจำหน่ายไม้ประดับในจังหวัดใกล้เคียงกัน ดังนั้นผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน จึงให้ความสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาการตลาดไม้ประดับเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการตลาดที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งการพัฒนาการตลาดจะเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการใช้กลยุทธ์การตลาด (marketing strategy) เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตลาดเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดจำหน่ายและเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ ได้ (Jinai and Borisutdhi, 2022)

การพัฒนาการตลาดไม้ประดับชุมชนบ้านโคกพลวงเริ่มต้นด้วยการหาคำตอบว่า มีแนวทางใดบ้างที่เหมาะสมกับการพัฒนาการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง ซึ่งคำตอบที่ได้จะเป็นส่วนสำคัญที่นำไปสู่การขับเคลื่อนงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรภายใต้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวคิด Bio Economy–Circular Economy–

Green Economy หรือ BCG ของสำนักงานเกษตรอำเภอนางรอง และสำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์ ภายใต้บันทึกความร่วมมือทางวิชาการระหว่างกรมส่งเสริมการเกษตร และมหาวิทยาลัยขอนแก่น

อุปกรณ์และวิธีการ

1. พื้นที่ศึกษา

ดำเนินการศึกษา ณ ชุมชนบ้านโคกพลวง หมู่ที่ 6 ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ชุมชนอยู่ติดกับทางหลวงหมายเลข 218 สายบุรีรัมย์-นางรอง ห่างจากตัวอำเภอนางรองประมาณ 15 กิโลเมตร และห่างจากตัวเมืองบุรีรัมย์ประมาณ 33 กิโลเมตร พิกัด 14°42'02"N 102°53'44"E (Google Earth, 2024)

2. ขั้นตอนการศึกษา

ระยะที่ 1 ศึกษาบริบทชุมชน สภาพการผลิตและการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง: ประยุกต์ใช้เทคนิค rapid rural appraisal (RRA) ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล(Borisutdhi, 2015 ; Chambers, 1981) ดำเนินการระหว่างเดือนตุลาคม 2565- มกราคม 2566 โดยเริ่มจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นพื้นฐานในการสร้างประเด็นหัวข้อย่อย (sub topic) เพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลมือสอง ตลอดจนการสังเกตและการสัมภาษณ์ ในการเก็บข้อมูล สภาพการผลิตและการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง โดยมีผู้ให้ข้อมูล ทั้งสิ้น 36 ราย ประกอบด้วย (1) ผู้นำชุมชน ได้แก่ (ก) กำนันตำบลหนองกง/ผู้ใหญ่บ้านชุมชนบ้านโคกพลวง และ (ข) เจ้าอาวาสวัดตาไก้พลวง รวมจำนวน 2 ราย (2) ผู้รู้ ได้แก่ ผู้ประกอบการรายใหญ่ครบวงจร จำนวน 1 ราย (3) เจ้าหน้าที่รัฐ ได้แก่ (ก)เจ้าหน้าที่จากองค์การบริหารส่วนตำบลหนองกง (ข) เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเกษตรอำเภอนางรอง และ (ค) เจ้าหน้าที่จากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอนางรอง รวมจำนวน 3 ราย (4) ผู้ประกอบการไม้ประดับในชุมชน โดยคัดเลือกจากผู้ประกอบการไม้ประดับในชุมชนบ้านโคกพลวง และเป็นผู้ที่สมัครใจเข้าร่วมให้ข้อมูล รวมจำนวน 30 ราย

ระยะที่ 2 ประเมินความจำเป็น ความเป็นไปได้ และแนวทางการพัฒนาการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง: ประยุกต์ใช้เทคนิค appreciation-influence-control หรือ AIC ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล (Borisutdhi, 2015) โดยนำผลการศึกษาในระยะที่ 1 มาเป็นพื้นฐานในการรวบรวมข้อมูลผ่านการจัดเวทีชุมชน (group discussion) โดยคัดเลือกผู้เข้าร่วมการจัดเวทีชุมชนจากผู้ประกอบการ ที่มีรูปแบบการขายแบบขายปลีกทั้งแบบออนไลน์และแบบหน้าร้าน และยังเป็นผู้ที่ร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนอยู่บ่อยครั้งจำนวน 10 ราย และผู้ประกอบการ ที่สมัครใจเข้าร่วมให้ข้อมูลอีก จำนวน 20 ราย รวมทั้งสิ้น 30 ราย ดำเนินการในเดือนกุมภาพันธ์ 2566 ณ ศาลาชุมชนบ้านโคกพลวง หมู่ที่ 6 ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษา

1. บริบทชุมชน สภาพการผลิตและการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง

1.1 บริบทชุมชน

ชุมชนบ้านโคกพลวงมีลักษณะพื้นที่ราบ ด้านเหนือติดกับคลองลำปะเทีย โดยในชุมชนมีถนนคอนกรีตที่เชื่อมโยงทุกหลังคาเรือนเข้าด้วยกัน บรรพบุรุษโยกย้ายถิ่นฐานอพยพมาจากจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งปัจจุบัน (พ.ศ. 2566) ยังคงสืบสานวัฒนธรรมชาวอีสานไว้ ปัจจุบันชุมชนบ้านโคกพลวงมีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 114 ครัวเรือน ประชากร 394 คน คนในชุมชนมีกิจกรรมการประกอบอาชีพด้วยการอาชีพทำนา (เริ่มกิจกรรมในเดือนเมษายนสิ้นสุดเดือนธันวาคม) การปศุสัตว์ (ตลอดปี) การทอผ้า (ตลอดปี) และผลิตไม้ประดับ (ตลอดปี) เพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน

1.2 สภาพการผลิตและการตลาดไม้ประดับ

ชุมชนบ้านโคกพลวง เน้นผลิตเฉพาะไม้ประดับเท่านั้น เนื่องจากชุมชนบ้านโคกพลวงมีสภาพอากาศร้อน ซึ่งไม่เหมาะกับการผลิตไม้ดอกให้มีคุณภาพ และผู้ประกอบการ ไม่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตไม้ดอกมาตั้งแต่ต้น ซึ่งปัจจุบัน (พ.ศ. 2566) มีผู้ประกอบการไม้ประดับจำนวน 40 ครัวเรือน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ 1 ราย และผู้ประกอบการรายย่อย 39 ราย ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 55 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา โดยผลิตไม้ประดับที่มีความคล้ายคลึงกัน เนื่องจากมีการแบ่งปันแม่พันธุ์ไม้ประดับภายในชุมชน นอกจากนี้ยังมีความรู้ในการผลิตไม้ประดับอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน เนื่องจากผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ไม่ได้รับโอกาสในการเรียนรู้การผลิตไม้ประดับจากแหล่งความรู้นอกชุมชน ความรู้ในการผลิตไม้ประดับของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่จึงเกิดจากการศึกษาด้วยตนเองและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเองในชุมชนเท่านั้น

ไม้ประดับส่วนใหญ่ที่ผลิตเป็นพืชกลุ่มแคคตัสและไม้ในร่ม เช่น Aglaonema และ Philodendron ตามลำดับ แรงงานที่ใช้เป็นแรงงานในครัวเรือนประมาณ 2-3 คน ต่อครัวเรือน โดยใช้เวลาว่างจากการทำการเกษตรด้านอื่น ๆ ในการผลิตไม้ประดับ ผู้ประกอบการ สามารถผลิตและขายไม้ประดับได้ตลอดทั้งปี โดยมีการผลิตมากที่สุดในช่วงเดือน พฤษภาคม - มิถุนายน และขายสินค้าได้สูงสุดในช่วงเดือน ตุลาคม-ธันวาคม ของทุกปี มีผู้ประกอบการ ที่สามารถขายออนไลน์ได้อยู่ประมาณ 20% ของผู้ประกอบการ ทั้งหมด โดยการขายออนไลน์จะเป็นการขายเฉพาะแคคตัส เนื่องจากเป็นไม้ที่แพคได้ง่าย ต้นทุนในการแพคต่ำกว่าไม้ประเภทอื่น ๆ และมักไม่พบความเสียหายระหว่างการจัดส่ง นอกจากนี้ยังมีบริการขนส่งในพื้นที่คอยให้บริการผู้ประกอบการ ในการส่งสินค้าให้ลูกค้าออนไลน์ โดยมูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจไม้ประดับของทั้งชุมชนประมาณ 5 ล้านบาทต่อปี (โดยคิดจากรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนผู้ประกอบการ ประมาณ 10,000บาท/เดือน)

จากการศึกษา สามารถแบ่งประเภทครัวเรือนผู้ประกอบการ ออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ (1) ครัวเรือนผู้ประกอบการที่ผลิตเอง รวบรวมซื้อ และขายปลีกเพียงอย่างเดียว ประมาณ 80% และ (2) ผู้ประกอบการที่ผลิตเอง รวบรวมซื้อ และขายทั้งส่งและขายปลีก ประมาณ 20% การที่มีครัวเรือนผู้ประกอบการขายปลีกเป็นจำนวนมาก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีเงินทุนในการผลิตไม่มากนัก มีแรงงานน้อย และมีพื้นที่ในการผลิตอยู่อย่างจำกัด จึงทำให้ผลิตสินค้าได้น้อย และการขายปลีกจะทำให้ผู้ประกอบการ สามารถนำเงินกลับมาหมุนเวียนในการประกอบการได้อย่างต่อเนื่อง

2. ความจำเป็น ความเป็นไปได้ และ แนวทางการพัฒนาการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง

2.1 ศักยภาพ ข้อจำกัด และความภาคภูมิใจ

การศึกษาในส่วนนี้ ได้มีโจทย์ให้ผู้เข้าร่วมเวทีร่วมกันหาคำตอบ ภายใต้โจทย์ **“ไม้ประดับของชุมชนเราในวันนี้”** ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพ ข้อกำจัด และความภาคภูมิใจ (การยอมรับชื่นชม จากอดีตสู่ปัจจุบัน (appreciation 1: A1)) โดยแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการ ออกเป็น 2 กลุ่ม ตามความเหมาะสม ให้แต่ละกลุ่มวาดภาพ “ไม้ประดับชุมชนบ้านโคกพลวงในอดีตและปัจจุบัน” เพื่อแสดงสิ่งที่ชุมชนมีและสิ่งที่ชุมชนขาด กลุ่มนำเสนอภาพวาดของกลุ่มตนเอง จากนั้นทั้ง 2 กลุ่มร่วมกันนำภาพชุมชนทั้งสองภาพมารวมกัน และนำเสนอภาพไม้ประดับชุมชนบ้านโคกพลวงในอดีตและปัจจุบัน ที่สะท้อนความคิดของผู้ประกอบการ โดยรวม สามารถสรุป ศักยภาพ ข้อจำกัด และความภาคภูมิใจได้ดังนี้ (Figure 1)

2.1.1 ศักยภาพในการผลิตและการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง

1) ศักยภาพด้านการผลิต พบว่า (ก) ชุมชนบ้านโคกพลวงมีครัวเรือนผู้ประกอบการ

จำนวนมาก (ข) ครัวเรือนผู้ประกอบการ มีความสามารถพื้นฐานในการผลิตไม้ประดับเป็นอย่างดี และ (ค) ผู้ประกอบการ ทุกรายมีโรงเรือนในการเพาะต้นไม้ของตนเอง

2) ศักยภาพการตลาด พบว่า (ก) การคมนาคมระหว่างชุมชนกับนอกชุมชนมีความสะดวก เนื่องจากชุมชนอยู่ติดกับถนนสายสำคัญ คือสายบุรีรัมย์-นางรอง (ข) การคมนาคมภายในชุมชนค่อนข้างสะดวก ถนนในชุมชนเป็นถนนคอนกรีตแข็งแรงและเชื่อมต่อทุกร้านของผู้ประกอบการ (ค) มีบริการขนส่งเอกชนคอยให้บริการรับส่งสินค้าในพื้นที่และมีร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตไม้ประดับครบวงจรที่คอยให้บริการผู้ประกอบการ และลูกค้าทั่วไป (ง) ชุมชนอยู่ติดวัดตาไก้พลวงซึ่งเป็นวัดที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของจังหวัดบุรีรัมย์เอื้อต่อการจำหน่ายไม้ประดับให้กับผู้ที่มาวัด และเอื้อให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น

2.1.2 ข้อจำกัดในการผลิตและการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง

1) ข้อจำกัดด้านการผลิต พบว่า (ก) สินค้าไม่มีความหลากหลายและคุณภาพไม่ดี เนื่องจากผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ไม่มีแม่พันธุ์ที่หลากหลาย (ข) ต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตไม้ประดับมีราคาสูงขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการ มีเงินทุนไม่มาก จึงทำให้ไม่สามารถซื้อวัสดุอุปกรณ์ในปริมาณมากเพื่อให้ได้ราคาส่งได้ (ค) ปัญหาด้านโรคและแมลง ทำให้สินค้าเกิดความเสียหาย บางครั้งรุนแรงจนทำผู้ประกอบการ สูญเสียแม่พันธุ์ไป (ง) ครัวเรือนผู้ประกอบการ ขาดโอกาสในการเพิ่มพูนความรู้และทักษะการผลิตในไม้ประดับ

2) ข้อจำกัดด้านการตลาด พบว่า (ก) ขาดองค์ความรู้ในการขายในตลาดดิจิทัล เนื่องจากผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เป็นสตรีวัยกลางคนจนถึงวัยผู้สูงอายุ จึงมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีอย่างจำกัด และในส่วนของผู้ประกอบการที่สามารถในการขายสินค้าออนไลน์ได้นั้น ยังขาดเทคนิคใหม่ ๆ ในการทำสื่อการขาย และยังไม่สามารถใช้แพลตฟอร์มบางแพลตฟอร์มได้ เนื่องจากไม่เข้าใจในกระบวนการทำงานของสมาร์ทโฟนและแพลตฟอร์มดีพอ และ (ข) ขาดการประชาสัมพันธ์ชุมชน ทำให้สูญเสียโอกาสในการนำเสนอสินค้าแก่บุคคลทั่วไป

2.1.3 ความภาคภูมิใจ: ที่เป็นแรงเชิงบวกในการพัฒนา 2 ประเด็น คือ (ก) ผู้ประกอบการ มีความภาคภูมิใจในการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายไม้ประดับของตนเอง เนื่องจากเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวได้ และ (ข) ชุมชนบ้านโคกพลวงได้รับการยอมรับว่าเป็นชุมชนที่ผลิตแคคตัสมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นชุมชนที่มีผู้ประกอบการไม้ประดับที่มากที่สุดในจังหวัดบุรีรัมย์

2.2 ประเด็นการพัฒนา และความจำเป็นการในพัฒนา

2.2.1 ประเด็นในการพัฒนา: ได้มีโจทย์ให้ผู้ร่วมเวทีร่วมหาคำตอบ ภายใต้โจทย์ไม้ประดับของเราในฝัน เพื่อค้นหาประเด็นในการพัฒนา (การยอมรับชื่นชม จากปัจจุบันสู่อนาคต (appreciation 2: A2)) ด้วยการให้ผู้เข้าร่วมเวทีทุกคนร่วมกันวาดภาพ **“ไม้ประดับของเราในฝัน”** เพื่อแสดงสิ่งที่ต้องการพัฒนาและสิ่งที่ต้องปรับปรุง จากนั้นนำเสนอภาพวาด โดยผลที่ได้คือผู้ประกอบการต้องการให้ชุมชนของตนเองนั้นเป็นที่รู้จักในฐานะชุมชนไม้ประดับมากขึ้น ต้องการลูกค้าเข้ามาในชุมชน และอยากพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและความหลากหลายมากขึ้น จากนั้นแจกกระดาษ ให้ผู้เข้าร่วมเวทีเขียนเป้าหมายของตนเอง 3 เป้าหมาย แล้วนำมาแปะบนกระดาษฟาง และร่วมกันจัดกลุ่มเป้าหมายเพื่อเลือกเป้าหมายที่สำคัญนำมาเป็นประเด็นที่ต้องการพัฒนา และร่วมกันอภิปรายโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) การพัฒนาเพื่อการเพิ่มลูกค้า เนื่องจากในช่วงปี พ.ศ. 2565-2566 มีลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าในชุมชนน้อยลง อีกทั้งลูกค้าเก่าก็ลดกำลังการซื้อ และปรับตัวลดการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง ซึ่งส่งผลทำให้ลูกค้าลดลง

2) การพัฒนาเพื่อการลดต้นทุนการผลิต เนื่องจากปัจจัยการผลิตปรับราคาสูงขึ้น และผู้ประกอบการ รายย่อย มีเงินลุงทุนไม่มาก จึงไม่สามารถซื้อปัจจัยการผลิตในราคาส่งได้

3) การพัฒนาสินค้าด้วยการเพิ่มความหลากหลายของพันธุ์พืช บ่อยครั้งที่ลูกค้าต้องการซื้อพันธุ์ไม้ที่ไม่มีในชุมชน แต่ชุมชนไม่มีพันธุ์ไม้นั้น การเพิ่มพันธุ์ไม้ให้หลากหลายจะช่วยโอกาสให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น

4) การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ ไม้ประดับของชุมชนมักมีคุณภาพไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า เช่น ฟอร์มต้นไม้ที่ไม่สวย หรือแผลของแคคตัสที่เกิดขึ้นจากการเข้าทำลายของเชื้อรา การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ(สวยงาม) จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น

5) การพัฒนาการจัดการศัตรูพืช การกำจัดศัตรูพืชที่ใช้กันอยู่นั้นได้มาจากการเรียนรู้ด้วยตนเอง หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในชุมชน ซึ่งบางอย่างเป็นวิธีการที่ไม่ถูกต้อง ดังนั้นผู้ประกอบการควรได้รับความรู้ในการกำจัดศัตรูพืชอย่างถูกวิธี เพื่อลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้น

6) การพัฒนาการตลาดดิจิทัล ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีแนวโน้มซื้อสินค้าต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น แต่ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ไม่สามารถขายสินค้าออนไลน์ได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาการตลาดดิจิทัล เพื่อให้สามารถขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้

7) การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ชุมชน ชุมชนมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักในฐานะชุมชนไม้ประดับมากขึ้น เป็นการเปิดโอกาสให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น

2.2.2 ประเด็นที่มีความจำเป็นในการพัฒนา: ได้มีโจทย์ให้ผู้ร่วมเวที ร่วมหาคำตอบภายใต้โจทย์ **"ฝันใดยิ่งใหญ่กว่า"** โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาระดับความความจำเป็นในการพัฒนา และประเมินความจำเป็นในการพัฒนา (พลังอิทธิพลหรือพลังประชาคม ที่สามารถก้าวข้ามปัจจุบันสู่อนาคตได้ (influence 1: I1)) ด้วยการนำประเด็นที่ได้ในข้อ 2.2.1 ทั้ง 7 ประเด็น มาให้ผู้เข้าร่วมเวทีลงคะแนน โดยให้แต่ละคนลงคะแนนด้วยการใช้หนังยาง 20 เส้น หรือ 20 คะแนน ทั้งนี้ การลงคะแนนของแต่ละบุคคลครบ 20 คะแนนหรือไม่ ถือเป็นเอกสิทธิ์ของแต่ละบุคคล จากนั้นทำการนับคะแนน และเรียงลำดับคะแนน (Figure 1)

2.3 ความเป็นไปได้ในการพัฒนา

ในส่วนนี้ ได้มีโจทย์ให้ผู้ร่วมเวทีร่วมกันหาคำตอบ ภายใต้โจทย์ ฝันที่เป็นไปได้ภายใน 1 ปี เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการพัฒนา และกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน (พลังอิทธิพลหรือพลังประชาคม ที่สามารถไปสู่อนาคตเป็นไปได้ในเร็วๆ นี้ (influence 2: I2)) ด้วยการนำความจำเป็นในการพัฒนาที่เรียงลำดับแล้วในข้อ 2.2.2 ทั้ง 7 ประเด็น มาให้ผู้ประกอบการ พิจารณาและอภิปรายถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาภายในเวลา 1 ปี ผลจากการค้นหาคำตอบ พบว่าทั้ง 7 ประเด็น สามารถพัฒนาได้จริงภายในระยะเวลา 1 ปี เนื่องจากผู้ประกอบการ เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนา ในด้านองค์ความรู้และวัสดุอุปกรณ์ในการพัฒนาสามารถขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่ได้ อีกทั้งผู้ประกอบการมีความรู้พื้นฐานในการผลิต งบประมาณจะจัดหาโดยการขอรับบริจาคต้นไม้จากผู้ประกอบการเพื่อนำไปขายและนำเงินที่ได้มาเป็นทุนในการพัฒนาต่อไป

2.4 แนวทางการพัฒนา

ผู้ประกอบการ ร่วมกันกำหนดแนวทางในการพัฒนาการตลาดไม้ประดับชุมชนบ้านโคกพลวง (การควบคุมเชิงสร้างสรรค์หรือการจัดการพัฒนาไปสู่อนาคต (control: C)) ได้ 2 แนวทาง ดังนี้ (Figure 1)

2.4.1 พัฒนาการตลาด ด้วยการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด: โดยนำประเด็นการพัฒนา 4 ข้อ จาก 7 ข้อ ได้แก่ (ก) การพัฒนาสินค้าด้วยการเพิ่มความหลากหลายของพันธุ์พืช (ข) การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ (ฉ) การพัฒนาเพื่อการลดต้นทุนการผลิต และ (ช) การพัฒนาด้านการ

จัดการศัตรูพืช มาบูรณาการกันเป็นแนวทางกังกล่าว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มคุณภาพและปริมาณสินค้า ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น โดยมีแนวทางย่อยในการดำเนินการ ดังนี้

1) การพัฒนาด้านการขยายพันธุ์ไม้ประดับ : มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มจำนวนสายพันธุ์และเพิ่มปริมาณพันธุ์ไม้ที่มีอยู่เดิมให้มากขึ้น โดยการถ่ายทอดความรู้และเทคนิคในการขยายพันธุ์พืชที่ต่างจากเดิมทั้งวิธีการและพันธุ์พืช

2) การพัฒนาด้านการใช้สารชีวภัณฑ์ในการผลิตไม้ประดับ : มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มคุณภาพไม้ประดับให้มีความสวยงามปราศจากการเข้าทำลายของศัตรูพืช ซึ่งวิธีนี้จะช่วยลดต้นทุนการผลิตให้แก่ผู้ประกอบการ ด้วย

3) แลกเปลี่ยนเรียนรู้และศึกษาดูงานด้านการผลิตและการตลาดไม้ประดับ ณ ชุมชนผู้ผลิตไม้ประดับที่มีชื่อเสียง : มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการ ได้เรียนรู้เทคนิคการผลิตไม้ประดับชนิดที่ต่างออกไปจากเดิม และเรียนรู้แนวโน้มความต้องการของตลาดไม้ประดับจากแหล่งผลิตไม้ประดับที่มีชื่อเสียง เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าของตนเองให้ตรงตามความต้องการของตลาดมากขึ้น

2.4.2 พัฒนาการตลาด ด้วยการพัฒนาการตลาดดิจิทัลและการตลาดชุมชน: โดยการนำประเด็นการพัฒนา 3 ข้อ จาก 7 ข้อ ได้แก่ (ค) การพัฒนาเพื่อการเพิ่มลูกค้า (ง) การพัฒนาการตลาดดิจิทัล และ (จ) การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ชุมชน สามารถบูรณาการเป็นแนวทางดังกล่าว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน เพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการ เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น ได้โดยมีแนวทางย่อยในการดำเนินการ ดังนี้

1) การพัฒนาการตลาดดิจิทัลไม้ประดับ : มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าออนไลน์ได้มากขึ้น และเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้แตกต่างจากเดิม โดยการพัฒนาทักษะการใช้สื่อในตลาดดิจิทัล การพัฒนาการตลาดดิจิทัล จะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเทคนิคการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อสร้างคอนเทนต์บน social media อย่างต่อเนื่อง

2) การพัฒนาการตลาดชุมชนและอิเวนต์ไม้ประดับ: เป็นการพัฒนาตลาด ณ ที่ตั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการ ที่ไม่สามารถขายสินค้าออนไลน์ ได้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น และยังเป็นการพัฒนาเทคนิคการขายในสถานการณ์จริง อีกทั้งการตลาดพัฒนาตลาดชุมชนจะเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านโคกพลวงในฐานะชุมชนไม้ประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดบุรีรัมย์

ทั้งนี้ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาทั้ง 2 แนวทางนี้ต่อที่ประชุมสำนักงานเกษตรอำเภอนางรอง และที่ประชุมได้เห็นชอบในหลักการให้บรรจุแนวทางทั้ง 2 ดังกล่าวในแผนการพัฒนาการตลาดไม้ประดับชุมชนบ้านโคกพลวง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 และ 2567

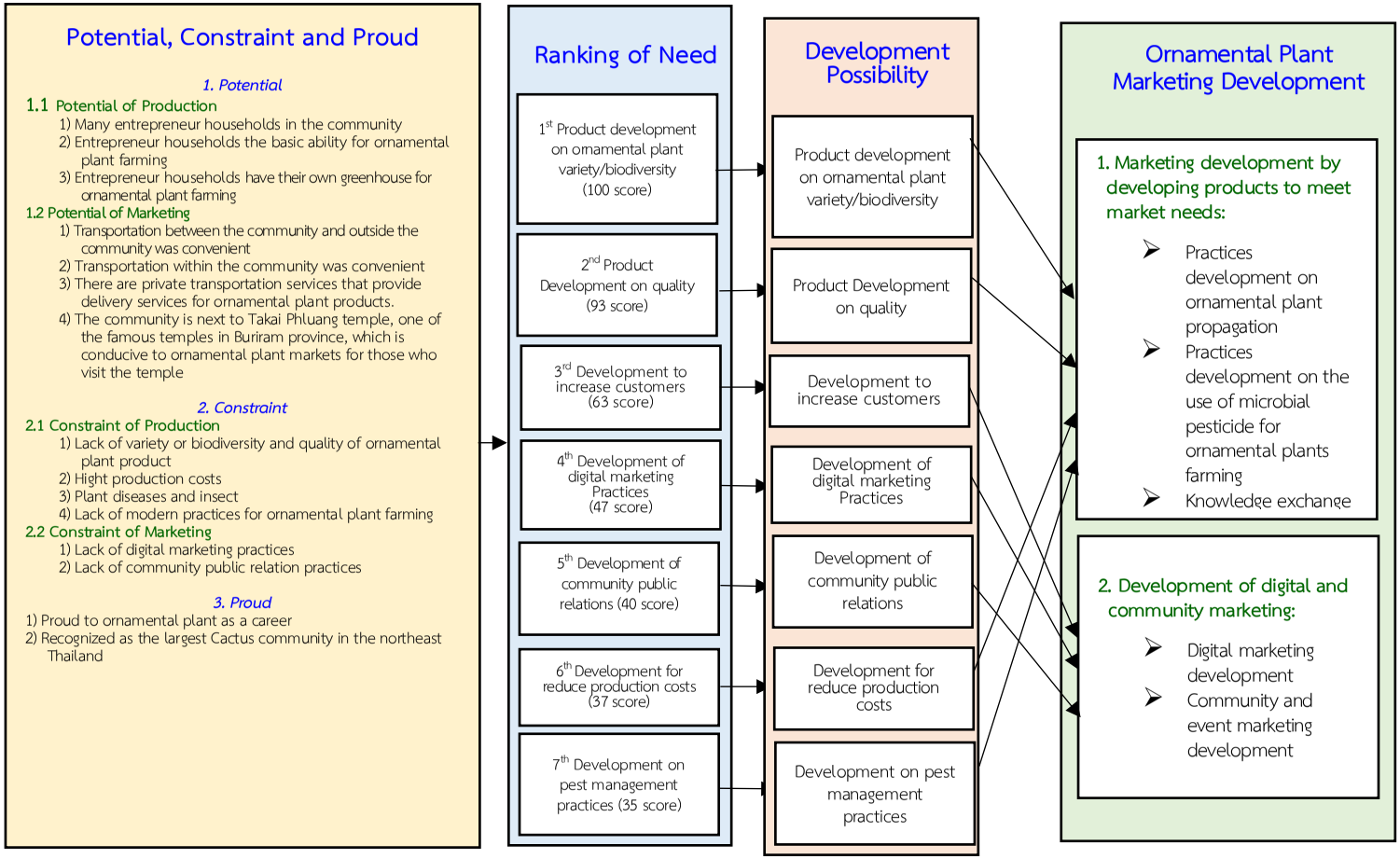


Figure 1. Marketing development guidelines of ornamental plant, Ban Khok Phluang community, Nong Kong subdistrict, Nang Rong district, Buri Ram province

อภิปรายผล

1. สภาพการผลิต และการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 55 ปี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุของ generation X (อายุ 44-59 ปี) และรองลงมาช่วงอายุของ generation baby boomer (อายุ 60-78 ปี) และน้อยที่สุดคือช่วงอายุของ generation Y (อายุ 28-43 ปี) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า บ้านโคกพลวงมีผู้ประกอบการ ที่เป็นคนรุ่นใหม่จำนวนน้อยมาก และมีแนวโน้มที่จะมีผู้ประกอบการ ที่เป็นผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Chant-on and Borisutdhi (2022) ที่รายงานการประกอบการเกษตรของคนรุ่นใหม่ generation X, Y และ Z ว่า ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่กำลังประสบปัญหาการลดจำนวนลงของเกษตรกร และเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ โดยมีเกษตรกรวัยหนุ่มสาวลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันเกษตรกรที่เป็นผู้สูงอายุกลับมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

จากการศึกษาที่พบว่า ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา ทำให้มีทักษะการเรียนรู้ไม่แตกต่างกันมากนัก ใช้แรงงานอยู่ที่ 2-3 คน ต่อครัวเรือน โดยส่วนใหญ่เป็นแรงงานในครัวเรือน ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ Lertsiri and Tongdeelert (2012) ที่ศึกษาปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายก พบว่าลักษณะทั่วไปของผู้ ประกอบการฯ เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา และประกอบธุรกิจโดยใช้แรงงาน จำนวน 2-3 คน ต่อผู้ประกอบการ

นอกจากนี้จากการศึกษาสภาพการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง พบว่า ไม้ที่จำหน่ายได้มากที่สุด คือแคคตัส เนื่องจาก มีวิธีการบรรจุหีบห่อส่งลูกค้าออนไลน์ที่ง่ายและต้นทุนต่ำเมื่อเทียบกับไม้ประเภทอื่น ๆ ซึ่ง Lekawatana and Suwannamek (2017) รายงานว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมไม้ประดับไทย ได้แก่ สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม เกษตรกรผู้ปลูกที่มีทักษะ การบริหารจัดการกลุ่ม สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งที่ดีขึ้น ต้นทุนที่ลดลง วัสดุปลูกมีคุณภาพดี การขยายพันธุ์ผ่านการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ การจัดหาพันธุ์ใหม่อย่างต่อเนื่องผ่านการปรับปรุงพันธุ์ การกลายพันธุ์ การแนะนำ และการจัดการการผลิตที่ดีขึ้นในโรงเรือนพลาสติกหรือโรงบังแดด และจากการศึกษาที่พบว่าสินค้าแคคตัสไม่พบความเสียหายระหว่างการจัดส่งส่งผลให้ลูกค้าออนไลน์ส่วนใหญ่มักเลือกซื้อแคคตัสมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ Phuengthuen and Choom polsathien (2022) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อต้นไม้ประดับผ่าน Instagram ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อต้นไม้ประดับผ่าน Instagram พบว่าประเภทไม้ประดับที่ซื้อมากที่สุด คือ ประเภทแคคตัส รองลงมาคือ บอนสี วงศ์มอนสเตอร่า วงศ์อโลคาเซียและวงศ์โคโลคาเซีย ไม้ประดับอื่น ๆ ตามลำดับ

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ มีพื้นที่โรงเรือนเป็นของตนเอง และตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ชุมชนมีร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตไม้ประดับครบวงจรที่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป และการมีถนนที่เชื่อมต่อกับร้านของผู้ประกอบการรายอื่น ก่อให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้า ปัญหาด้านโรคและแมลง ซึ่งในฤดูฝนผู้ประกอบการ มักประสบปัญหาการระบาดของเชื้อราในแคคตัสและไม้ประดับเกือบทุกชนิด ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าของผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ Intrachaimas (2006) ที่ศึกษาธุรกิจสวนไม้ดอกไม้ประดับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยศึกษาถึงศักยภาพ โครงสร้าง อุปสงค์และอุปทาน ของธุรกิจสวนไม้ดอกไม้ประดับฯ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา มีสถานที่ประกอบการเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองถึงร้อยละ 50 และผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกไม้ประดับจากร้านไม้ดอกไม้ประดับถึงร้อยละ 59.29 ด้านทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับลูกค้า กล่าวคือหากที่ตั้งใดมีความสะดวกในการคมนาคม จะ

ส่งผลดีต่อยอดขายด้วย ปัญหาการผลิตที่สำคัญคือเรื่องโรคที่มักเกิดขึ้นกับไม้ดอกไม้ประดับในฤดูฝนหรือช่วงที่มีความชื้นสูงส่วนใหญ่เป็นโรคที่เกิดจากเชื้อรา

2. แนวทางการพัฒนาการตลาดไม้ประดับของชุมชนบ้านโคกพลวง

2.1 พัฒนาการตลาด ด้วยการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด: เป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมากขึ้นและเพิ่มความหลากหลายของสินค้า เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าจนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับ Krimjai *et al.* (2023) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อต้นไม้ผ่านทางสังคมออนไลน์: กรณีศึกษารูปแบบไลฟ์สดผ่านแพลตฟอร์มเฟสบุ๊คของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือการมีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายประเภท ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อ และการรีวิวสินค้าจากผู้เชี่ยวชาญส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการรายงานของ Eampeam and Nonthanathorn (2020) ที่ศึกษาคุณลักษณะของตลาดต้นไม้องค์การตลาดเพื่อเกษตรกรที่มีผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเมื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของตลาดต้นไม้ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญแก่คุณลักษณะด้านคุณภาพสินค้าเป็นอันดับหนึ่ง ความหลากหลายของสินค้าและราคาสินค้าเมื่อเทียบกับคุณภาพเป็นอันดับสอง การให้บริการเป็นอันดับสาม ตามลำดับ

2.2 พัฒนาการตลาดด้วยการพัฒนาการตลาดดิจิทัลและตลาดชุมชน

1) การพัฒนาการตลาดดิจิทัลไม้ประดับมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการ ได้นำเสนอการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และพัฒนาทักษะการใช้สื่อในตลาดดิจิทัล เพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าออนไลน์ เพิ่มมูลค่าสินค้าให้ต่างไปจากเดิม และจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pansuwan *et al.* (2020) ช่องทางการจัดจำหน่ายสับปะรดภูแลผ่านเฟสบุ๊คในเขตจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาเทคนิคการใช้สื่อและการออกแบบสื่อดิจิทัลออนไลน์ บน Facebook fanpage เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Panyavuttrakul and Panyavuttrakul (2021) ที่ศึกษาการพัฒนาคอนเทนต์สินค้าเกษตรปลอดภัยในสื่อสังคมออนไลน์ของ NGV มาร์เก็ตเพลส โดยจากการศึกษาพบว่าการใช้คอนเทนต์ต่าง ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ จะสามารถนำเสนอสินค้าให้เกิดความสนใจจนนำไปสู่การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าในที่สุด และ สอดคล้องกับ Tupkrut *et al.* (2023) ที่ศึกษาการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนในอำเภอสิเกา จังหวัดตรัง ผลการศึกษาได้แนวทางการส่งเสริมการจัดการและศักยภาพการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและขยายฐานลูกค้า ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี เช่น อบรมเชิงปฏิบัติการช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น

ส่วนหนึ่งของการพัฒนาการตลาดดิจิทัลไม้ประดับนั้นเป็นการพัฒนาทักษะการใช้สื่อบน social media ของผู้ประกอบการที่สามารถขายสินค้าออนไลน์ได้อยู่แล้วให้ต่างไปจากเดิม เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ Yeesuntsam (2022) ที่ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้ขายต้นไม้ในชุมชนออนไลน์ พบว่าการพัฒนาการขายต้นไม้ด้วยวิธีการแบบการสตรีมสด (live Streaming) มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าการโพสต์ (Post) รูปภาพ (วิธีการจากเดิม) เนื่องจากวิธีการแบบการสตรีมสด (live Streaming) นั้นสามารถสร้างการมีส่วนร่วม (engagement) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายได้มากกว่า เพิ่มโอกาสในการขายได้มากขึ้น

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการ ขาดองค์ความรู้ในตลาดดิจิทัล เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นสตรีวัยกลางคนจนถึงวัยผู้สูงอายุ ซึ่งมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีอย่างจำกัด และบางรายไม่เปิดรับการ

เรียนรู้ในการใช้สื่อดิจิทัล ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถขายสินค้าออนไลน์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Kuptawatin *et al.* (2018) ที่ศึกษาสังคมสูงวัยกับโลกสมัยใหม่ พบว่าผู้สูงวัยขาดแรงจูงใจในการใช้เทคโนโลยี ทำให้ขาดทักษะดิจิทัลในการดำรงชีวิต

นอกจากนี้ การพัฒนาการตลาดดิจิทัล ที่เน้นการพัฒนาเทคนิคการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น โดยมุ่งหวังให้การพัฒนาดังกล่าวเป็นแนวทางในการพัฒนาที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ Jinai and Borisutdhi (2022) ที่รายงานว่าแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรมีหลายแนวทาง หนึ่งในนั้นคือ การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยกลยุทธ์การตลาด (marketing strategy) ซึ่งเป็นแนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการ เพื่อเป็นประโยชน์ในพัฒนาสินค้า ทำได้โดยการทำการตลาดเฉพาะกลุ่ม การประชาสัมพันธ์ และการสร้างเครือข่ายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook page เป็นต้น

2)การพัฒนาการตลาดชุมชนและอิเวนต์ไม้ประดับ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตลาด ณ ที่ตั้ง สร้างการสื่อสารการตลาดและเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการ ที่ขายสินค้าออนไลน์ไม่ได้ ได้เข้าถึงลูกค้ามากขึ้น โดยให้ผู้ประกอบการเป็นผู้ขายสินค้าเอง ผ่านการจัดงานอิเวนต์ไม้ประดับ ซึ่งสอดคล้องกับ Yaothanee *et al.* (2015) ที่ศึกษาการพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาได้พัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดของธุรกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย ที่พบว่า การจัดกิจกรรมทางการตลาด event marketing เป็นหนึ่งในแนวทางในการสื่อสารทางการตลาดที่มีคุณภาพในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนมากที่สุด เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจจนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ ตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดเชิงประสบการณ์ (experiential contact or experiential marketing)

การสื่อสารทางการตลาดเชิงประสบการณ์ เป็นการส่งต่อประสบการณ์ โดยการได้รับการบริการการขายที่ดี และการรับรู้ว่าชุมชนบ้านโคกพลวงเป็นแหล่งผลิตไม้ประดับที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดบุรีรัมย์ จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคให้มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นการโน้มน้าวใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า กระบวนการเหล่านี้เป็นการสร้าง soft power หรือพลังละมุน ที่ชักจูงใจทำให้ผู้อื่นมีความเต็มใจเปลี่ยนพฤติกรรมยอมรับคล้อยตามสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้อำนาจ โดยมิได้เกิดจากการบังคับ (Nye, 2004) อีกทั้งแนวทางการพัฒนาดังกล่าวยังสอดคล้องกับ BCG model ด้าน Green Economy เศรษฐกิจสีเขียว ที่มุ่งเน้นการทำการเกษตรแบบยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมและคุ้มค่า ใช้ประโยชน์จากฐานทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างรายได้แก่ชุมชน และยกระดับความเป็นอยู่ของเกษตรกรในชุมชน (Department of Agricultural Extension, 2023)

สรุป

ครัวเรือนผู้ประกอบการไม้ประดับในชุมชนบ้านโคกพลวง ตำบลหนองหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่เป็นครัวเรือนผู้ประกอบการผลิตและขายปลีก โดยสินค้าไม่มีความหลากหลายและมีคุณภาพไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ต้นทุนการผลิตสูง ขาดความรู้และทักษะด้านการผลิตและการตลาดไม้ประดับที่ทันสมัย จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดไม้ประดับ พบว่ามี 2 แนวทางหลักที่สามารถดำเนินการได้ภายใน 1 ปี คือ (1) พัฒนาการตลาด ด้วยการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับตามความต้องการของตลาด เพื่อเพิ่มคุณภาพและปริมาณ และ (2) การพัฒนาการตลาดดิจิทัลและตลาดชุมชน เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้า ในการพัฒนาการตลาดทั้ง 2 แนวทางหลักข้างต้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายในการร่วมกันขับเคลื่อนการพัฒนาการตลาดไม้

ประดับเป็น soft power ของชุมชน และการพัฒนาตามแนวคิด BCG โดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการพัฒนา

กิติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการไม้ประดับชุมชนบ้านโคกพลวง ที่ร่วมให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการศึกษานี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอนางรอง และสำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์ ที่สนับสนุนการศึกษาครั้งนี้ ภายใต้บันทึกความร่วมมือทางวิชาการระหว่างกรมส่งเสริมการเกษตร และมหาวิทยาลัยขอนแก่น

เอกสารอ้างอิง

Borisutdhi, Y. 2015. Community Study: Perspective Based on Research and Scientific Process. Khon Kaen University Printing House, Khon Kaen. 600 p. (in Thai)

Chaiyasung, P., P. Kaewdang, R. Sridet and W. Wong-oui. 2023. The development of health tourism in ornamental plant village Khlong 15, Ongkharak district, Nakhon Nayak province. Journal of The Royal Thai Army Nurses 24(2): 484-494. (in Thai)

Chambers, R. 1981. Rapid rural appraisal: Rationale and repertoire. Public Administration and Development 1(2): 95-106.

Chant-on, P. and Y. Borisutdhi. 2022. Agricultural entrepreneurship: The challenge occupation of new generations; X, Y, and Z generations. Journal of the Greater Mekong Subregion Research and Development 1(1): 82-98. (in Thai)

Department of Agricultural Extension. 2023. Guidelines for driving the BCG Model of the Department of Agricultural Extension. (Online). Available: https://shorturl.asia/jy6Zw (March 2, 2024) (in Thai)

Department of Trade Negotiations. 2021. Situation of trade in flower and ornamental plant products and plant species in Thailand in 2020 and the first 2 months of 2021. (Online). Available: https://www.dtn.go.th/th/content/category/detail/id/1541/cid/1566/iid/2798 (October 7, 2022). (in Thai)

Eampeam, K and P. Nonthanathorn. 2020. Attributes of the trees market marketing organization for farmers that affects the consumers service selection in Bangkok metropolitan. Journal of the Association of Researchers 25(3): 162-177 (in Thai)

Google Earth, 2024. (Online). Available: https://earth.google.com/web/@14.70056925,102.89569649,185.23658607a,650.02842901d,35y,0h,0t,0r/data=OgMKATA (May 9, 2024)

Intrachaimas, W. 2006. Flower and ornamental garden business in Muang district of Yala province. Journal of Yala Rajabhat university 1(1): 1-10 (in Thai)

Jinai, T. and Y. Borisutdhi. 2022. Value added of agricultural products: The guideline for small entrepreneurs. Journal of the Greater Mekhong Subregion Research and Development 1(2): 66-80. (in Thai)

Krimjai, C., P. Teepapal, P. Srisopachit, C. Furuno and P. Sriraporn. 2023. Factors

Influencing the decision to buy trees through social media: case studies of live broadcasts via Facebook platform of Consumers in Bangkok. Journal of Education Management and Research Innovation 5(1): 201-210. (in Thai)

Kokanut, N. and K. Kaewkhiew. 2019. Service marketing mix factors and psychological factors associated with consumer's purchase behaviour for ornamental plants at Muang district, Chumphon province. Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning 9(1): 118-128. (in Thai)

Kuptawatin, W., M. Wassanaphong, P. Khundee and R. Mitrsomwang. 2018. Aged society and the modern world. Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social Sciences) 4 (Special issue): 444-450. (in Thai)

Lekawatana, S. and B. Suwannamek. 2017. Ornamental plants in Thailand. Acta Horticulturae 1167(2): 11-16

Lertsiri, S. and P. Tongdeelert. 2012. Study on basic of ornamental plant entrepreneur in ornamental plant village, Khlong 15, Nakhornnayok province. Agricultural Science Journal 43(Suppl. 2): 618-620. (in Thai)

Nye, J.S. 2004. Soft Power: The Means to Success in World Politics. Public Affairs, New York. 206 p.

Pansuwan, P., W. Promsen and C. Yajaimun. 2020. Distribution channels of Phulae pineapple on Facebook in Chiang Rai. Journal of Community Development and Life Quality 8(1): 121-130 (in Thai)

Panyavuttrakul, H. and W. Panyavuttrakul. 2021. The development of social media content for safe agricultural products of NGV marketplace. Journal of Communication Arts Review 25(3): 220-231. (in Thai)

Phuengthuen, W. and A. Choompolsathien. 2022. Factors affecting purchasing decisions of ornamental plants via Instagram. Media and Communication Inquiry 4(3): 102-121. (in Thai)

Tupkrut, N., S. Boonkue and S. Silarak. 2023. Development of community product distribution channel through online media: A case study of community enterprise in Sikao district, Trang province. Journal of Community Development and Life Quality 11(3): 191-203. (in Thai)

Yeesuntsam, S. 2022. Marketing communication strategies of tree sellers in the online community. Journal of Communication and Innovation NIDA 9(2): 36-60. (in Thai)

Yaothanee, W., S. Leetrakul, T. arreenich and A. Tengtragul. 2015. The development of marketing communication model for increasing the efficiency of community business implementation in Chiang Rai province. Journal of Social Academic, Chiang Rai Rajabhat University 8(Special issue): 85-104. (in Thai)

การยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานในจังหวัดน่านให้ได้รับมาตรฐาน ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Standard Enhancement of Wicker Handicrafts Through the Creative Economy Concept in Nan Province

ผุสดี สายวงศ์[1] นพรัตน์ ดิลกสุนทร[1] อัญชัน ศศิวัจน์ไพสิฐ[1] และ สุทธิกัญจน์ ทิพยเกษร[2]*

Phudsadee Saiwong[1] Nopparat Diloksunthon[1] Unchan Sasiwatpaisit[1] and Sutthikan Thipayakesorn[2]*

[1]สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยชุมชนน่าน จ. น่าน 55000

[1]Public Administration Program, Nan Community College, Nan 55000, Thailand

[2]ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จ. เชียงใหม่ 50200

[2]Department of Curriculum, Teaching & Learning, Faculty of Education, Chiang Mai University, Chiang Mai 50200, Thailand

*Corresponding author: Email: nudeekha@hotmail.com

(Received: April, 3 2024; Revised: July 3, 2024; Accepted: September 4, 2024)

Abstract This research aimed to evaluate communities' product management potential and enhance the standard of wicker handicrafts. It was a mixed-method approach, consisting of a focus group with 20 representatives based on purposive sampling and 426 questionnaires. Using convenience sampling, data were analyzed using means and standard deviations. The results revealed that 1) the Lak Lai group and the Sen Sai Line Tok group had moderate product management potential, and 2) the craftsmanship of products made from triangle grass, a natural material from the community, combined with local wisdom, scientific knowledge, and contemporary design, creates distinctive characteristics for garlands, candles, and pins. This uniqueness significantly influences the purchasing decisions for wicker products in Nan Province. Buyers place the highest importance on the aesthetic appeal of the products. Furthermore, garlands and woven candles made from triangle grass are currently in the process of patent registration with the Department of Intellectual Property to ensure their future use benefits the community.

Keywords: Wicker handicraft, standard leveraging, creative economy

บทคัดย่อ บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชนในพื้นที่จังหวัดน่าน และยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานให้ได้รับมาตรฐาน เป็นการวิจัยแบบผสมผสานด้วยการเสวนากลุ่มกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานจักสานที่สุ่มแบบเจาะจง จำนวน 20 คน และการตอบแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 426 คน มีการวิเคราะห์ความสอดคล้องเชิงเนื้อหาของข้อมูลเชิงเนื้อหาและการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ศักยภาพในการจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหลากลาย และกลุ่มเส้นสายลายตอกอยู่ในระดับปานกลาง และ 2) ความประณีตของผลิตภัณฑ์ที่ใช้หญ้าสามเหลี่ยมซึ่งเป็นวัสดุธรรมชาติของชุมชนผสานรวมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับวิทยาศาสตร์ และการออกแบบร่วมสมัยจะสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์มาลัย เทียน และเข็มกลัดที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จักสานในพื้นที่จังหวัดน่านโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ซื้อให้ความสำคัญกับความสวยงามของผลิตภัณฑ์มากที่สุด ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์มาลัย และเทียนจักสานจากหญ้าสามเหลี่ยมอยู่ระหว่างขอสิทธิบัตรออกแบบกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อการใช้ประโยชน์ของชุมชนต่อไป

คำสำคัญ: จักสาน ยกระดับผลิตภัณฑ์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ชี้ให้เห็นทิศทางการพลิกโฉมประเทศไทยสู่เศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าสังคมและพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนประเทศในทุกมิติเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการให้มีมูลค่าสูงผ่านงานวิจัยและพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้เดิม เกิดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีคุณค่าและเกิดความยั่งยืนตามแนวคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ Howkins (2001) ได้นิยามว่าหมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการด้วยความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ปัจจุบัน Creative Economy Agency (2024) นิยาม “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม ซึ่งงานหัตถกรรมจักสานเป็นหนึ่งในสาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่อาจใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันทางเศรษฐกิจของชุมชนให้ประเทศไทยหลุดจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลางได้ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ Withatanang (2015) ค้นพบเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการส่งออก คือรูปแบบผลิตภัณฑ์ และการออกแบบรูปลักษณ์เครื่องจักสานที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ส่วน Nithisiriwariskul *et al.* (2023) พบจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ จึงนำนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อเป็นหนึ่งในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ ในขณะที่ Boonlone *et al.* (2024) ได้รวบรวมฐานข้อมูลช่างจักสาน ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่และพัฒนาพิพิธภัณฑ์เครื่องจักสานคนลุ่มน้ำฟ้าห่วน วัดฟ้าห่วนใต้ ตำบลฟ้าห่วน อำเภอค้อวัง จังหวัดยโสธรให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการจักสานไม้ไผ่ และ Bunprakob *et al.* (2024) ปรับเครื่องจักสานของบ้านวัดโบสถ์ให้เป็นกระเป๋าจักสานไม้ไผ่ตกแต่งด้วยผ้าฝ้ายทอที่มีความสวยงาม ทันสมัยและผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ที่ 40/2546 และจากฐานข้อมูล Thai Industrial Standards Institute, (2024) พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมจักสานหญ้าสามเหลี่ยมบ้านนาบง เป็นผู้ประกอบการรายเดียวในจังหวัดน่านที่ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ที่ 233/2559 ประเภทผลิตภัณฑ์จากหญ้าสามเหลี่ยม ชี้ให้เห็นว่าการสืบทอดภูมิปัญญาการจักสานหญ้าสามเหลี่ยมในปัจจุบันมีน้อยลง ในขณะที่ชุมชนอื่นซึ่งมีวัสดุธรรมชาติชนิดเดียวกัน แต่ยังขาดองค์ความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม จึงเป็นความท้าทายในการยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานในจังหวัดน่านให้ได้รับมาตรฐานและแตกต่างจากพื้นที่อื่น ด้วยการนำหญ้าสามเหลี่ยม วัชพืชที่มีสีน้ำตาลอ่อนจนถึงดำซึ่งเป็นสีธรรมชาติสานคู่กับก้านตอง (ตองจางหรือตองสาด) พืชในตระกูลคล้า เป็นของใช้ในครัวเรือนและของที่ระลึก เช่น แก้วไวน์ แจกันที่มีลวดลายอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่และจะสร้างรายได้ให้กับชุมชน จึงเป็น soft power ที่สำคัญยิ่ง หากได้รับการสนับสนุนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาศักยภาพในการจัดการผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชน และยกระดับผลิตภัณฑ์ จักสานให้ได้รับมาตรฐาน โดยมีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมจักสานหญ้าสามเหลี่ยมบ้านนาบง อำเภอ บ่อเกลือ จังหวัดน่านหรือ“กลุ่มหลากลาย”และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นสายลายตอก อำเภอปัว จังหวัดน่านหรือ “กลุ่มเส้นสายลายตอก” เป็นพื้นที่ในการศึกษา โดยมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติจากป่าชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์จักสานที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพด้วยองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อป้องกันมอดและเชื้อราก่อนนำมาใช้งาน รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ร่วมสมัย

นอกจากเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาด้านการจักสานแล้ว ยังทำให้ผลิตภัณฑ์จักสานของจังหวัดน่านมีมาตรฐาน และแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จักสานในพื้นที่อื่นอย่างเห็นได้ชัด

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method research) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชน และยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชนให้ได้รับมาตรฐานด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดำเนินการวิจัยระหว่างมิถุนายน 2566 – มกราคม 2567

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย 1) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มหลากลาย ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลบ่อเกลือใต้ ผู้ใหญ่บ้านนาบง ปราชญ์ชุมชน ประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหญ้าสามเหลี่ยมบ้านนาบง อำเภอบ่อเกลือ และกลุ่มเส้นสายลายตอก ได้แก่ บริษัท ไฟฟ้าหงสา จำกัด (สำนักงานน่าน) ผู้ใหญ่บ้านห้วยหาด ปราชญ์ชุมชน ประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นสายลายตอก อำเภอปัว จังหวัดน่าน จำนวน 20 คน ที่ได้จากการคัดเลือกแบบเจาะจง แบ่งเป็นช่างจักสาน จำนวน 7 คน ปราชญ์ชุมชน จำนวน 6 คน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน และภาคเอกชน จำนวน 2 คน ที่จะเป็นผู้ขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์จักสานให้ได้มาตรฐานต่อไป และ 2) ผู้บริโภค จำนวน 426 คน ที่ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ ประกอบด้วย ประชาชนและนักท่องเที่ยวในถนนคนเดินข่วงเมืองน่านในวันศุกร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ระหว่างเดือนธันวาคม 2566 - มกราคม 2567 และประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมในงานของดีบ่อเกลือ ประจำปี พ.ศ. 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นเครื่องมือที่คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้น และผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย 1) แบบสำรวจวัสดุธรรมชาติที่ใช้ในรวบรวมข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติจากการสำรวจป่าชุมชน 2) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างในการเสวนากลุ่มย่อยเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานของแต่ละกลุ่ม โดยมีแนวคำถามดังนี้ 2.1) ข้อมูลด้านวัสดุธรรมชาติ ได้แก่ พื้นที่และอาณาเขตของป่าชุมชน ชนิดและปริมาณวัสดุธรรมชาติในป่าชุมชนที่นำมาใช้ในงานจักสาน รวมถึงเงื่อนไขหรือข้อตกลงในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในป่าชุมชน 2.2) ข้อมูลด้านภูมิปัญญาด้านการจักสาน ได้แก่ ภูมิปัญญาด้านการจักสานของชุมชน การสืบทอด ภูมิปัญญา ตลอดจนกิจกรรมที่ชุมชนจัดให้มีเพื่อเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาด้านการจักสาน 2.3) ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสาน ได้แก่ กระบวนการเตรียมวัสดุธรรมชาติ การจัดการผลิตภัณฑ์จักสาน ประเภทผลิตภัณฑ์จักสาน รวมถึงราคาและสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชน และ 2.4) ข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จักสานในการยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานให้ได้รับมาตรฐาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ จักสานของชุมชน และ 3) แบบตรวจสอบรายการประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) ตามแนวคิดของ Likert (1967) ประกอบด้วย 3.1) แบบประเมินศักยภาพในการจัดการผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชนใน 4 ด้าน คือ (1) ด้านช่างจักสาน ได้แก่ จำนวนและอายุเฉลี่ยของช่างจักสาน ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญา ทักษะการจักสานแบบร่วมสมัย (2) ด้านงบประมาณ ได้แก่ งบประมาณในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ แหล่งที่มาของงบประมาณ สัดส่วนงบประมาณที่ใช้ (3) ด้านวัสดุธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งที่มาขอวัสดุธรรมชาติ การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิต มาตรฐานและคุณภาพของวัสดุและชิ้นงาน และ (4) ด้านการจัดการชุมชน ได้แก่ การจัดตั้งกลุ่ม การมีส่วนร่วมของกลุ่ม การบริหารจัดการคำสั่งซื้อ การบริหารจัดการรายได้ และการบริหารจัดการวัสดุที่ใช้ในงานจักสานและผลิตภัณฑ์พร้อมส่งมอบ และ 3.2) แบบสอบถามปัจจัยส่วน

ประสมตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานในพื้นที่จังหวัดน่านใน 4 ด้าน คือ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความสวยงามและแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย (2) ด้านราคา ได้แก่ มีป้ายแสดงราคา และราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การจัดวางผลิตภัณฑ์และความเหมาะสมของสถานที่จัดจำหน่าย และ (4) ด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ ส่วนลดที่น่าสนใจและผู้ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการดังนี้ 1) การสำรวจป่าร่วมกับปราชญ์ชุมชนที่เชี่ยวชาญในการเลือกวัสดุธรรมชาติที่เหมาะกับการใช้งานของผลิตภัณฑ์จักสานแต่ละประเภทของชุมชนบ้านดงผาปูน อำเภอบ่อเกลือ และบ้านห้วยหาด อำเภอปัว จังหวัดน่าน ซึ่งเป็นชุมชนที่ได้รับรางวัลลูกโลกสีเขียวประจำปี พ.ศ. 2550 และ 2562 ในขนาดพื้นที่ 50 x 50 เมตร เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุธรรมชาติที่นำมาใช้ในงานจักสาน 2) การเสวนากลุ่มย่อยร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจักสานของกลุ่มหลากหลายและกลุ่มเส้นสายลายตอก ได้แก่ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ผู้ใหญ่บ้าน ช่างจักสาน ปราชญ์ชุมชน และตัวแทนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมจักสานหญ้าสามเหลี่ยมบ้าน นาบงหรือกลุ่มหลากลาย และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นสายลายตอกหรือกลุ่มเส้นสายลายตอก รวมทั้งสิ้น 20 คน เพื่อวางแผนยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานจากวัสดุธรรมชาติที่ได้จากผลการสำรวจป่าชุมชนให้ได้รับมาตรฐาน 3) การประเมินศักยภาพในการจัดการผลิตภัณฑ์จักสานของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจักสาน จำนวน 20 คน เพื่อให้ทราบถึงระดับศักยภาพในด้านช่างจักสาน ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุธรรมชาติ และด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ และ 4) การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานในพื้นที่จังหวัดน่านกับผู้บริโภคในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขายกับผู้บริโภค จำนวน 426 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาเอกสารเพื่อหาความสอดคล้องของการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หลักการจัดการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จักสาน และการออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานสร้างสรรค์ เพื่อนำมาวางแผนยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำวัสดุธรรมชาติจากป่าชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นผลิตภัณฑ์จักสานที่ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จักสานของผู้บริโภค และ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบเชิงบรรยายสรุปผล ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 2.1) ศักยภาพในการจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหลากลายและกลุ่มเส้นสายลายตอก ในด้านช่าง จักสาน ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุธรรมชาติ และด้านการจัดการชุมชน โดยกำหนดให้แต่ละด้านมีคะแนนประเมินด้านละ 25 คะแนน รวมทั้งสิ้น 100 คะแนน และเกณฑ์ในการแปลผลศักยภาพการจัดการผลิตภัณฑ์ของชุมชนแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับดีเยี่ยม (81-100 คะแนน) ระดับดีมาก (71-80 คะแนน) ระดับดี (61-70 คะแนน) ระดับปานกลาง (51-60 คะแนน) และระดับต่ำ (น้อยกว่า 50 คะแนน) และ 2.2) ปัจจัยส่วนประสมตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานในพื้นที่จังหวัดน่าน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ที่กำหนดค่าน้ำหนักตามวิธี rating scales แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับมากที่สุด (5 คะแนน) ระดับมาก (4 คะแนน) ระดับปานกลาง (3 คะแนน) ระดับน้อย (2 คะแนน) และน้อยที่สุด (1 คะแนน) ทั้งนี้ มีเกณฑ์การแปลผลตามมาตรวัดแบบประมาณค่า (rating scale) ตามเกณฑ์ระดับ ดังนี้ เห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00) เห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50) เห็นด้วยปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50) เห็นด้วยน้อย (1.51 - 2.50) และเห็นด้วยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 0 - 1.50)

ผลการศึกษา

ผลการยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานในจังหวัดน่านให้ได้รับมาตรฐานด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถสรุปผลโดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) ศักยภาพการจัดการผลิตภัณฑ์ของชุมชนจักสานในพื้นที่จังหวัดน่าน และ 2) แนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานในจังหวัดน่านให้ได้รับมาตรฐาน ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

1. ศักยภาพการจัดการผลิตภัณฑ์ของชุมชนจักสานในพื้นที่จังหวัดน่าน สามารถสรุปผลดังนี้

1.1 ผลการสำรวจป่าชุมชนร่วมกับปราชญ์ชาวบ้านที่เชี่ยวชาญในการเลือกวัสดุธรรมชาติมาใช้ในงานจักสานแต่ละประเภท พบว่า ป่าชุมชนบ้านดงผาปูน อำเภอบ่อเกลือ ของกลุ่มหลากลาย มีไผ่ข้าวหลามและไผ่บงในปริมาณเท่ากันมากที่สุด รองลงมาคือต้นก้านตอง และน้อยที่สุดคือหวาย ส่วนหญ้าสามเหลี่ยมพบมากในพื้นที่เกษตรกรรมซึ่งอยู่นอกเขตป่าชุมชน ในขณะที่ป่าชุมชนบ้านห้วยหาด อำเภอปัว ของกลุ่มเส้นสายลายตอก มีไผ่เฮียะมากที่สุด รองลงมาคือ ไม้ไผ่บง และน้อยที่สุดคือหวาย นอกจากนี้ ยังมีคลุ้ม หญ้าสามเหลี่ยม และต้นก้านตอง ที่สามารถนำมาใช้ในงานจักสานได้เช่นกัน

1.2 ผลการเสวนากลุ่มย่อยร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานจักสาน พบว่า ช่างจักสานของกลุ่มหลากลายมีอายุเฉลี่ย 35 ปี ที่สืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิมของการจักสาน การเลือก และเตรียมวัสดุธรรมชาติด้วยการแช่เส้นตอกในน้ำซาวข้าวไว้ 3 คืน ผึ่งลมให้แห้งก่อนนำมาใช้งาน นอกจากนี้ยังมีการสืบทอดภูมิปัญญาดังกล่าวให้กับเยาวชนในชุมชน ทำให้กลุ่มหลากลายเป็นกลุ่มหัตถกรรมที่มีความชำนาญในการสานผลิตภัณฑ์จักสานจากหญ้าสามเหลี่ยมได้อย่างสวยงาม และมีลวดลายอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น ลายดาวล้อมเดือน ลายหัวใจ ลายภูเขา เป็นต้น ในขณะที่กลุ่มเส้นสายลายตอกมีช่างจักสานอายุเฉลี่ย 45 ปี ที่ชำนาญในการจักสานไม้ไผ่ สามารถผลิตผลิตภัณฑ์จักสานที่ร่วมสมัยได้ แต่มีการสืบทอดภูมิปัญญาให้กับเยาวชนในชุมชนน้อย เนื่องจากย้ายที่อยู่เพื่อศึกษาต่อและประกอบอาชีพต่างจังหวัด

1.3 ผลการประเมินศักยภาพในการจัดการผลิตภัณฑ์จักสาน พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มมีศักยภาพนการจัดการผลิตภัณฑ์จักสานโดยรวมในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 57.25 และ 60.00 คะแนน) เมื่อพิจารณารายกลุ่ม พบว่า กลุ่มหลากหลายมีศักยภาพด้านงบประมาณมากที่สุด รองลงมาคือด้านวัสดุธรรมชาติ และน้อยที่สุดคือด้านการจัดการชุมชน ($\bar{X}$ = 16.00, 15.50 และ 11.25 ตามลำดับ) ในขณะที่กลุ่มเส้นสายลายตอกมีศักยภาพในด้านวัสดุธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือด้านงบประมาณ และน้อยที่สุดคือด้านการจัดการชุมชน ($\bar{X}$ = 19.33, 14.67 และ 12.67 ตามลำดับ) รายละเอียดดัง Table 1

Table 1. The potential of product management of wicker handicraft community in Nan province

Factor	Points	Lak Lai	Sen Sai Line Tok
Community artisans			
1) Amount of community artisans	5	3.75	2.00
2) Average age of community artisans	5	3.50	2.33
3) Ability to continuously inherit wisdom and knowledge	5	3.00	2.33
4) Community artisans' personal development	5	2.25	2.67
5) Contemporary wicker skills	5	2.00	4.00
Total	**25**	**14.50**	**13.33**
Financial			
6) Financial management	5	2.00	2.00
7) Source of budget	10	4.50	3.33
8) Proportion of financial	10	9.50	9.33
Total	**25**	**16.00**	**14.67**
Natural material			
9) Source of material in wicker handicraft	10	6.50	6.67
10) Apply technology in the production process	5	2.00	3.33
11) Quality of products	10	7.00	9.33
Total	**25**	**15.50**	**19.33**
Community management			
12) Group formation management	5	2.75	2.33
13) Participation management	5	1.75	1.33
14) Order management	5	3.00	3.33
15) Income management	5	3.00	3.00
16) Material management and product delivery	5	3.75	2.67
Total	**25**	**11.25**	**12.67**
The total community's potential	**100**	**57.25**	**60.00**

2. แนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานในจังหวัดน่านให้ได้รับมาตรฐาน สามารถสรุปผลดังนี้

2.1 ผลการเสวนากลุ่มเพื่อพัฒนาแนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานในจังหวัดน่านให้ได้รับมาตรฐาน พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มมีความพยายามที่จะยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานด้วยการประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในการเตรียมวัสดุธรรมชาติด้วยแช่ในน้ำเกลือไว้ 5-7 วันแทนการแช่ในน้ำซาวข้าวเพื่อป้องกันมอด และเก็บวัสดุธรรมชาติสำหรับงานจักสานหรือผลิตภัณฑ์จักสานไว้ในที่ที่อากาศถ่ายเทสะดวกเพื่อป้องกันเชื้อรา นอกจากนี้กลุ่มหลากลายยังสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้หญ้าสามเหลี่ยมและก้านตองตามภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน ควบคู่กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ร่วมสมัย เป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์จักสานสร้างสรรค์ จำนวน 3 แบบ คือ มาลัย เทียน และเข็มกลัด รายละเอียดดัง Figure 1

Figure 1. Lak Lai's wicker handicraft prototypes

ในขณะที่กลุ่มเส้นสายลายตอกมีการต่อยอดผลิตภัณฑ์จักสานโดยใช้ก้านตอง หวายและเถาวัลย์ป่าร่วมกับผ้าทอไทลื้อ ที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน เกิดเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์จักสานสร้างสรรค์ จำนวน 3 แบบ คือเข็มกลัดจักสานกับผ้าทอไทลื้อ ปลาจักสานจากหวาย และที่วางนามบัตรจากเถาวัลย์ป่า รายละเอียดดัง Figure 2

Figure 2. Sen Sai Line Tok's wicker handicraft prototypes

2.2 ผลการสำรวจปัจจัยส่วนประสมตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อต้นแบบผลิตภัณฑ์จักสานจากหญ้าสามเหลี่ยมของทั้ง 2 กลุ่ม จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ คือมาลัย เทียน และเข็มกลัด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จักสานทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.99, 4.01 และ 3.98 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณารายผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มาลัยมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างสวยงาม รองลงมาคือมีป้ายราคาที่มีผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน และน้อยที่สุดคือมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$ = 4.21, 4.06 และ 3.92 ตามลำดับ) ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เทียนมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์มีรูปร่างสวยงาม รองลงมาคือมีป้ายราคาที่มีผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน และน้อยที่สุดคือผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายแบบ ($\bar{X}$ = 4.14, 4.07 และ 3.93 ตามลำดับ) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เข็มกลัดมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์มีรูปร่างสวยงาม รองลงมาคือมีป้ายราคาที่มีผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน สถานที่ในการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสมง่ายต่อการเข้าถึง และมีส่วนลดที่น่าสนใจเมื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามที่กำหนดในระดับเท่ากัน และน้อยที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายแบบ ($\bar{X}$ = 4.06, 4.01 และ 3.88 ตามลำดับ) รายละเอียดดัง Table 2

Table 2. Marketing factors that affect to the decision to purchase wicker handicraft products in Nan province

Factors	Garlands			Incense candles			Pins		
	$\bar{X}$	S.D.	Meaning	$\bar{X}$	S.D.	Meaning	$\bar{X}$	S.D.	Meaning
1. Beautiful products	4.21	0.66	High	4.14	0.73	High	4.06	0.75	High
2. Product various	3.84	0.70	High	3.93	0.70	High	3.88	0.74	High
3. Clear price tag	4.06	0.71	High	4.07	0.64	High	4.01	0.66	High
4. Reasonable price and quality	3.92	0.68	High	3.94	0.67	High	3.94	0.68	High
5. Proper arrangement	4.02	0.59	High	4.05	0.63	High	3.98	0.62	High
6. Appropriate place	3.94	0.65	High	3.99	0.67	High	4.01	0.60	High
7. Interesting discount	3.98	0.62	High	3.95	0.67	High	4.01	0.63	High
8. Salesperson has well-known product information	3.95	0.65	High	3.98	0.65	High	3.99	0.65	High
Total	**3.99**	**0.66**	**High**	**4.01**	**0.67**	**High**	**3.98**	**0.67**	**High**

อภิปรายผล

การยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานในจังหวัดน่านให้ได้รับมาตรฐานด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการศึกษาศักยภาพในการจัดการผลิตภัณฑ์จักสานจากการนำวัสดุจากป่าชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่มที่แตกต่างจากชุมชนอื่น เกิดเป็นผลิตภัณฑ์จักสานที่มากด้วยประโยชน์การใช้งาน และยังตรงกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความสวยงามของผลิตภัณฑ์ และป้ายราคาที่ชัดเจน นอกจากนี้ Wannasuth *et al.* (2024) แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของผู้บริโภคที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นของฝากให้กับคนรู้จักในราคาไม่เกิน 5,000 บาท วางจำหน่าย ณ สถานที่ผลิต และรู้จักผลิตภัณฑ์จากคำบอกเล่า โดยของที่ระลึกที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ 1) ผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค 2) ผลิตภัณฑ์สำหรับการประดับตกแต่ง 3) เครื่องจักสาน 4) เครื่องปั้นดินเผา และ 5) เซรามิค และผลิตภัณฑ์จักสานขนาดเล็กที่นิยมซื้อเป็นของที่ระลึกคือพัด รวมถึง Wongman *et al.* (2023) ชี้ให้เห็นว่าแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์คือต้องคำนึงถึงประโยชน์ด้านการใช้สอย ขนส่งได้ง่าย มีความปลอดภัย สามารถซ่อมแซมได้ง่าย มีความสวยงาม คงทนแข็งแรง มีราคาที่เหมาะสมทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่าย ดังนั้น จึงสามารถอธิบายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. การสำรวจป่าชุมชนบ้านดงผาปูน ตำบลบ่อเกลือใต้ อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้กลุ่มหลากลายมีศักยภาพในการจัดการด้านวัสดุธรรมชาติและด้านช่างจักสานที่สูงกว่าชุมชนอื่น กล่าวคือ กลุ่มมีการนำวัสดุธรรมชาติจากป่าชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้หญ้าสามเหลี่ยมและก้านตอง วัสดุธรรมชาติเฉพาะถิ่นมาใช้ในงานจักสานตามภูมิปัญญาที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษตั้งแต่การเลือกตัด การจัก การเตรียมวัสดุ และการถ่ายทอดภูมิปัญญาให้กับเยาวชนในชุมชนให้สามารถสานเสื่อ ที่รองจาน และดอกไม้ประดิษฐ์จากหญ้าสามเหลี่ยมได้อย่างสวยงามและประณีต เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาด้านการจักสานให้คงอยู่กับกลุ่มตลอดไป เมื่อเปรียบเทียบกับชุมชนอื่นที่มีวัสดุธรรมชาติชนิดเดียวกันแต่ยังขาดองค์ความรู้ใน

การเลือก และใช้ประโยชน์จากวัสดุดังกล่าว ทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์จักสานในแต่ละพื้นที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลต่อราคาขายผลิตภัณฑ์จักสานจากหญ้าสามเหลี่ยมของกลุ่มหลากลายมีราคาสูงขึ้น นอกจากนี้ เมื่อหญ้าสามเหลี่ยมเป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการหลายกลุ่มต้องการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง ด้วยการใช้เส้นตอกหญ้าสามเหลี่ยมตกแต่งผลิตภัณฑ์ เกิดเป็นลวดลายและรูปแบบที่แปลกใหม่ทันสมัยมากขึ้น เช่น กระเป๋าผ้าทอกับตอกหญ้าสามเหลี่ยม งานจักสาน ไม้ไผ่กับหญ้าสามเหลี่ยม เป็นต้น ส่งผลให้เส้นตอกหญ้าสามเหลี่ยมและก้านตองในอำเภอบ่อเกลือมีราคาขายสูงกว่าในอดีต โดยเส้นตอกหญ้าสามเหลี่ยมราคากิโลกรัมละ 300 - 400 บาท และเส้นตอก ก้านตองราคากิโลกรัมละ 200 - 300 บาท จัดเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มในการขายวัสดุธรรมชาติให้กับผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าว หากสามารถขยายพันธุ์และการทำให้เส้นตอกหญ้าสามเหลี่ยมมีคุณภาพเทียบเท่ากับเส้นตอกที่เก็บเกี่ยวตามธรรมชาติ นอกจากนี้ การเปิดรับเทคนิคและรูปแบบการจักสานสมัยใหม่ที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ มีผลต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มเช่นเดียวกัน กล่าวคือ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการจักสานและทัศนคติของช่างจักสานที่มีต่อการจักสานแบบร่วมสมัยซึ่งต่างจากภูมิปัญญาดั้งเดิมของกลุ่มหลากลาย อาจใช้เวลานานในการปรับตัว เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเส้นสายลายตอกที่แม้ช่างจักสานจะมีอายุเฉลี่ย 45 ปี แต่มีแนวคิดที่เปิดกว้าง สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการจักสาน รวมถึงการออกแบบชิ้นงานที่ร่วมสมัย ตลอดจนมีการนำภูมิปัญญาการทอผ้าของชาวไทลื้อมาผสมผสานกับผลิตภัณฑ์จักสาน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเส้นสายลายตอกที่แฝงด้วยอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อได้อย่างเหมาะสม แต่อย่างไรก็ตาม ทั้ง 2 กลุ่มยังต้องพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีส่วนร่วมในการจัดการผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการคำสั่งซื้อ การจัดการรายได้ การบริหารจัดการวัสดุที่ใช้ในงานจักสานและชิ้นงานพร้อมส่งมอบ รวมถึงคุณภาพของวัสดุธรรมชาติและผลิตภัณฑ์จักสาน เป็นต้น

2. จากผลการสำรวจปัจจัยส่วนประสมตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานในพื้นที่จังหวัดน่านชี้ให้เห็นว่า ความสวยงามและรูปแบบลายจักสานที่หลากลายบนแก้วเทียนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จักสานของผู้บริโภคมากที่สุด รองลงมาคือมาลัย และน้อยที่สุดคือเข็มกลัด นำไปสู่แนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานในจังหวัดน่านให้ได้รับมาตรฐานและมีพบประเด็นที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนจักสานตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายประการ นั่นคือ การเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น หญ้าสามเหลี่ยม หวาย ไม้ไผ่ และก้านตองที่มีเฉพาะพื้นที่ ควบคู่กับองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในการเตรียมวัสดุ ซึ่ง Wanichacheva *et al.* (2023) ได้ทดสอบความทนทานของวัสดุจักสานต่อเชื้อราของหญ้าสามเหลี่ยมและก้านตองด้วยการต้มหรือแช่ในน้ำเกลืออัตราส่วน 3 : 15 จะช่วยชะลอการเจริญของราได้ เมื่อเปรียบเทียบกับวัสดุธรรมชาติที่ไม่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพก่อนจักสาน ทั้งนี้ จังหวัดน่านมีบ่อต้มเกลือสินเธาว์ จำนวน 5 บ่อ จากทั้งหมด 9 บ่อ และเมื่อทดสอบองค์ประกอบของเกลือสินเธาว์ อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน ระหว่างปี พ.ศ. 2564 - 2566 พบว่า เกลือทั้ง 5 บ่อ ได้แก่ บ่อน่าน บ่อเวร ตำบลบ่อเกลือเหนือ บ่อหยวก ตำบลดงพญา บ่อ เจ้าสม และบ่อเจ้าชางคำ ตำบลบ่อเกลือใต้ มีปริมาณโซเดียมเฉลี่ยใกล้เคียงกับเกลือบริโภคทั่วไป (211.33 มก./ก. และ 194.35 มก./ก. ตามลำดับ) แต่มีแคลเซียม (Ca) ในปริมาณที่สูงกว่าเกลือบริโภคทั่วไป (4.61 มก./ก. และ 0.94 มก./ก. ตามลำดับ) และยังตรวจพบแมงกานีส (Mn) (0.94 มก./ก.) ซึ่งไม่พบหรือพบน้อยมากในเกลือบริโภคทั่วไป นอกจากนี้ยังพบว่าเกลือสินเธาว์ของอำเภอบ่อ

เกลือไม่มีไมโคร พลาสติกและธาตุโลหะหนักต่าง ๆ เช่น โคบอล (CO), ซีลีเนียม (SE), อลูมิเนียม (Al) ในการวิเคราะห์ทั้ง 3 ปี ยิ่งไปกว่านั้น กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ขึ้นทะเบียนเกลือจากบ่อเจ้าสม (บ่อเหนือ) และบ่อเจ้าซางคำ (บ่อใต้) ตำบลบ่อเกลือใต้ อำเภอบ่อเกลือ เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) จึงเป็นเครื่องหมายที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของเกลือสินเธาว์ของจังหวัดน่านที่ผ่านการรับรองคุณภาพ และเมื่อถูกนำมาใช้ในกระบวนการเตรียมวัสดุธรรมชาติสำหรับงานจักสานของชุมชนในจังหวัดน่าน จึงทำให้กลุ่มหลากลายผ่านการรับรองมาตรฐาน มผช.ที่ 233/2558 ประเภทผลิตภัณฑ์จากหญ้าสามเหลี่ยม และกลุ่มเส้นสายลายตอกผ่านการรับรองมาตรฐาน มผช.ที่ 40/2559 ประเภทผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ Tekhanmag and Thampramau (2020) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานบ้านปากคลองบางกระเพียง ตำบลหัวไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรีสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานโดยการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเดิม แต่ปรับเปลี่ยนวัสดุและวิธีการผลิตด้วยภูมิปัญญาการจักสานไม้ไผ่และหวายให้มีความสวยงามที่เป็นอัตลักษณ์ มีความทันสมัยเหมาะกับการใช้งานในปัจจุบัน เป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นเอกเพียงชิ้นเดียวในโลก จึงขอจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาต่อกระทรวงพาณิชย์ต่อไป นอกจากนี้ Wirunphan (2021) ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทอเสื่อกก อำเภอศิลาลาด จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ศักยภาพทางการตลาดที่จะทำให้ลูกค้าเก่ากลับมาซื้ออย่างต่อเนื่อง คือ การมีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มมากขึ้น พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง กำหนดราคาขายและการส่งเสริมการตลาดที่สามารถเพิ่มปริมาณการขายได้มากขึ้น ในขณะที่ Haenjohn *et al.* (2023) สำรวจความคิดเห็นของผู้สูงอายุในชุมชนในการยกระดับขีดความสามารถของชุมชนไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงาม ทันสมัย เหมาะกับการใช้งานที่หลากหลาย รวมถึงการขายวัสดุธรรมชาติให้กับผู้ประกอบการเพื่อนำไปสร้างชิ้นงานใหม่ การมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งการจำหน่ายในงานมหกรรมสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ และการจำหน่ายออนไลน์ ตลอดจนส่วนลดทางการขายที่น่าสนใจ จัดเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชนที่เพิ่มมากขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การเลือกใช้วัสดุธรรมชาติที่มีเฉพาะถิ่น ผ่านการปรับปรุงคุณภาพด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ ร่วมสมัย ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ ตลอดจนการรับรองสิทธิบัตรการออกแบบจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา จะเป็นแนวทางในการยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชนในจังหวัดน่านให้ได้มาตรฐานตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่เกิดจากการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชนมารังสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ จักสานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่จะสร้างรายได้ให้กับชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

สรุป

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จักสานจากหญ้าสามเหลี่ยม วัสดุธรรมชาติที่เกิดจากภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนในพื้นที่จังหวัดน่าน ผสานรวมกับความรู้ทางวิทยาศาสตร์และการออกแบบร่วมสมัย จะสร้างรายได้ให้กับชุมชนจักสานในจังหวัดน่านได้อย่างยั่งยืนจะต้องได้ความร่วมมือขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนในการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์จักสานจากหญ้าสามเหลี่ยมเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนจักสานในจังหวัดน่าน รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับการขยายพันธุ์หญ้าสามเหลี่ยมให้มีคุณภาพเทียบเท่ากับหญ้าสามเหลี่ยมที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ ที่มีสีและขนาดเหมาะกับการ

ใช้งาน คือปัจจัยสำคัญในการยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานในพื้นที่จังหวัดน่านให้ได้รับมาตรฐานด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างแท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณเครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบนภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และบริษัท ไฟฟ้าหงสา จำกัดที่สนับสนุนงบประมาณในการศึกษาในครั้งนี้ ขอบคุณ ดร. กรกต อารมย์ดี ที่ให้คำแนะนำในการยกระดับผลิตภัณฑ์จักสานให้ได้รับมาตรฐาน ตลอดจนภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนที่ให้ข้อมูลอันมีค่ายิ่งสำหรับการศึกษาในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

Boonlone, W., R. Waiyapoj and S. Sriliphat. 2024. A survey of creative bamboo products from basketry handicraft community in Yasothon province. Journal of Community Development and Lift Quality 12(1): 12–20. (in Thai)

Bunprakob, S., K. Pratumtone, R. Maakat, S. Hanvongsa, K. Popan and N. Sanprasit. 2024. Development of a community product prototype under the Thailand 4.0 concept for the OTOP product of Wat Bot bamboo handicraft group, Wat Bot district, Phitsanulok province. Journal of Community Development and Life Quality 12(1): 1-11. (in Thai)

Creative Economy Agency. 2024. About CEA. (Online). Available: https://www.cea.or.th/en/about (March 9, 2024). (in Thai)

Haenjohn, J., W. Supwirapakorn, K. Noimanop, and T. Julvanichpong. 2023. Guideline for product development of handicraft to the creative economy: the perspective of the elderly in Phanat Nikhom Community. HRD Journal 13(2): 86–96. (in Thai)

Howkins, J. 2001. The creative economy: How people make money from ideas. Penguin, London.

Likert, R. 1967. The method of constructing an attitude scale. pp.90-95. In: M. Fishbein (ed.). Reading in Attitude Theory and Measurement. John Wiley & Son, New York.

Nithisiriwariskul, W., S. Phonphuak, N. Nithichaianan, P. Chara, S. Prasongsuk and T. Srisaphonphusitti. 2023. Developing and increasing the value of silk products in Surin province according to the creative economy concept. Journal of Local Governance and Innovation 7(3): 1-14. (in Thai)

Tekhanmag, K. and P, Thampramaun. 2020. Wickers product development to the creative economy of Ban Pakklongbangkapieng, Huaphai sub-district, Muang district, Singburi province. NRRU Community Research Journal 14(2): 44-56. (in Thai)

Thai Industrial Standards Institute. 2024. List of Thai community product standards in Nan province. (Online). Available: https://tcps.tisi.go.th/public/en/certificatelist.aspx?province=55&provincename=Nan (March 10, 2024). (in Thai)

Wanichacheva, N., W. Sirivesmas, E. Bangyekhan and P. Kulpanich. 2023. Analysis of fungi in handicraft products and natural

material in order to inherit the work of Thai artisans. Research report. Silapakorn University, Nakhon Pathom. (in Thai)

Wannasuth, P., S. Kerdkarn , W. Panturee. 2024. Development of souvenir products Case study: Plastic basketry products, Maeku Subdistrict, MaeSotDistrict, Tak Province. Journal of Nakhonratchasima College (Humanities and Social Sciences) 18(1): 259-268. (in Thai)

Wirunphan, P. 2021. Market potential development based on the concept of creative economy: Woven reed mat community in Sala Lat district, Sisaket province. Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University 8(1): 15–29. (in Thai)

Withatanang, W. 2015. Development on standards of basketry product for export. VRU Research and development Journal Science and Technology 10(2): 67-83. (in Thai)

Wongman, K., A. Laosupab, C. Chaikong, P. Chandee, P. Sirichairattanakul, S. Puipol, P. Saksirisopon. Guidelines for product design of Ban Non-Non souvenir products Warin-Chamrap district, Ubon Ratchathani. Humanities and Social Sciences Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University 14(2): 464-479. (in Thai)

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

Costs and Returns Analysis of the Ban Na Di – Sang Bong Community Enterprise Group, Kumphawapi District, Udon Thani Province

วัฒน์จิรชัย เวชชนินนาท[1] อรชุมา มูลศรี[1] กมณทิพย์ ชูประทีป[1]*
เสาวนีย์ สิทธิโชติ[1] และ โศภิดา บุญจำนง[2]
Watchirachai Wetchaninnart[1], Onchuma Moonsri[1], Kamonthip Chooprathеep[1]*
Saowanee Sittichot[1] and Sopida Boonchumnong[2]
[1]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จ. อุดรธานี 41000
[1] Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University, Udon Thani 41000, Thailand
[2]สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จ. อุดรธานี 41000
[2] Institute of General Education, Udonthani Rajabhat University, Udon Thani 41000, Thailand
*Corresponding author: E-mail: wetchaninnart@gmail.com
(Received: April 9, 2024; Revised: July 2, 2024; Accepted: August 13, 2024)

Abstract: This research investigated the operational efficiency of the Ban Na Di - Sang Bong Community Enterprise Group by analyzing costs and returns across four product groups (brooms, thong phap snacks, dishwashing liquid, and organic vegetables) through participatory action research approach employing structured interviews, small group meetings, and a community forum to study costs using accounting calculation models. The study involved 40 participants, including the broom group of 10 people, the thong phap snacks group of 10 people, the organic vegetables group of 10 people, and the dishwashing liquid group of 10 people. Findings reveal the broom group had a total production cost per handle of 12.73 baht, the thong phap snacks group had a total production cost per bag of 15.92 baht, the dishwashing liquid group had a total production cost per bottle of 17.52 baht, and the organic vegetable group had a total production cost per kilogram of 8.77 baht. The return analysis results using economic theory found that the organic vegetable group had a return on investment of 146.22%, the broom group 113%, the thong phap snacks group 101.46%, and the dishwashing liquid group 5.20%. As for the results of the study of guidelines for developing the Ban Nadi - Sang Bong community enterprise group, it was found that the enterprise group should develop packaging, raise product standards and develop distribution channels to make products accessible to more customer groups.

Keywords: Cost, returns on investment, Ban Na Di – Sang Bong community enterprise group

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและวิเคราะห์ผลตอบแทนการดำเนินงาน และสร้างแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 40 คน ได้แก่ กลุ่มไม้กวาด จำนวน 10

คน กลุ่มขนมทองพับ จำนวน 10 คน กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ จำนวน 10 คน และกลุ่มน้ำยาล้างจาน จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การประชุมกลุ่มย่อย การจัดเวทีประชาคม และการศึกษาต้นทุนใช้รูปแบบการคำนวณทางการบัญชี ผลการการศึกษาต้นทุนการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มไม้กวาดมีต้นทุนการผลิตรวมต่อด้ามเท่ากับ 12.73 บาท กลุ่มขนมทองพับมีต้นทุนการผลิตรวมต่อถุงเท่ากับ 15.92 บาท กลุ่มน้ำยาล้างจานมีต้นทุนการผลิตรวมต่อขวดเท่ากับ 17.52 บาท และกลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษมีต้นทุนการผลิตรวมต่อกิโลกรัมเท่ากับ 8.77 บาท และ ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนใช้การวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ พบว่า กลุ่มผักปลอดสารพิษอัตรามีผลตอบแทนจากเงินลงทุน 146.22% กลุ่มไม้กวาด 113 % กลุ่มขนมทองพับ 101.46 % และกลุ่มน้ำยาล้างจาน 5.20 % ส่วนผลการศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง พบว่า กลุ่มวิสาหกิจควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และพัฒนาการช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

คำสำคัญ: ต้นทุน ผลตอบแทน วิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง

คำนำ

โคโรน่าไวรัส 2019 หรือโรคโควิด 19 เป็นโรคติดต่ออุบัติใหม่ซึ่งเกิดจากเชื้อไวรัสกลุ่มทางเดินทางหายใจและได้แพร่ระบาด ที่นครอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน จากนั้นได้มีการแพร่ระบาดครั้งใหญ่ไปทั่วโลก องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ ด้วยมาตรการการควบคุมโรคจากการแพร่กระจายของเชื้อโคโรน่าไวรัส 2019 คือ มาตรการ “ระยะห่างทางสังคม” (social distancing) โดยการลดการเดินทางการเข้าออกพื้นที่ ด้วยการปิดประเทศหรือเมือง ปิดสถานการค้าและการบริการต่าง ๆ (Department of Disease Control, 2019) สร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ทำให้ผู้ประกอบการบางรายต้องหยุดกิจการ มีการเลิกจ้างแรงงานจำนวนมาก รวมทั้งธุรกิจขนาดเล็กโดยทั่วกัน ส่งผลให้ตัวเลขการขยายตัวทางเศรษฐกิจตลอดทั้งปีติดลบ 6.1% (Thailand Development Research Institute, 2019) โดยสถานการณ์การระบาดของโคโรนาไวรัส 2019 ในปี พ.ศ. 2566 ได้คลี่คลายและมีแนวโน้มในทางที่ดีขึ้น โดยภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ เช่น การใช้เทคโนโลยีที่ช่วยให้การผลิตและบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น การส่งเสริมและพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ จะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจพื้นฐาน ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจมหาภาคขับเคลื่อนไปได้ วิสาหกิจชุมชนจะเป็นผู้อยู่รอดและกลายเป็นผู้พยุงเศรษฐกิจระดับมหาภาคได้อีกด้วย (Onsamlee, 2021)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี เกิดจากความร่วมมือร่วมใจของคนชุมชน มีการรวมกลุ่มผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายให้กับคนในชุมชนและผู้บริโภคนอกชุมชน โดยมีกลุ่มวิสาหกิจภายในชุมชน จำนวน 10 กลุ่ม แต่ด้วยปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และสภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่ได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น และจำนวนของคู่แข่งขันในตลาดก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบงในตำบลผาสุก ส่วนใหญ่ประสบปัญหาขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงานและเลิกการดำเนินงานไปในที่สุด จากการสนทนากลุ่มย่อยกับสมาชิกในกลุ่มพบว่าสมาชิกขาดความรู้ด้านการลงบัญชีรับ-จ่ายเบื้องต้น ส่งผลให้กลุ่มสมาชิกไม่ทราบการใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงในกระบวนการผลิต ไม่ทราบว่ามีรายรับและค่าใช้จ่ายจากการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนเท่าใด ส่งผลให้การคำนวณต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตไม่ตรงความเป็นจริง และปัญหาสำคัญของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอีกประการหนึ่ง คือ ขาดความรู้เรื่องผลตอบแทนจาก

การลงทุน ส่งผลให้การจัดการเงินทุนของกลุ่มวิสาหกิจไม่มีประสิทธิภาพ ขาดเงินลงทุนเพื่อขยายธุรกิจที่น่าสนใจ อีกทั้งยังไม่สามารถสร้างงานเพิ่มขึ้น ส่งผลให้รายได้ลดลง และต้องยุติการทำงานในที่สุด ดังนั้นหากได้นำเอาแนวคิดต้นทุนผลิตประกอบในการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งจะประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต (Pinitnuk and Napaporn, 2016) และการวิเคราะห์ผลตอบแทนด้วยอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน อัตราต้นทุนขายต่อยอดขาย อัตรากำไรขั้นต้น อัตราและกำไรสุทธิ (Chainantaporn, 2018) ซึ่งการคิดต้นทุนทำให้สามารถวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ได้ (Cokins, 2002) จะทำให้กลุ่มวิสาหกิจทราบต้นทุนการผลิตที่แท้จริงและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนจะช่วยให้วางแผนการในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อมีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาต้นทุนและวิเคราะห์ผลตอบแทนการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี และสร้างแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ซึ่งผลจากการศึกษาจะช่วยให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง มีความรู้เรื่องต้นทุนการผลิตที่แท้จริง และผลตอบแทนจากการลงทุนสามารถเลือกโครงการลงทุนที่มีศักยภาพ คุ้มค่า และมีความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ช่วยให้ใช้เงินทุนที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นำไปสู่การพัฒนาธุรกิจของกลุ่มหเข็มแข็งและยั่งยืนต่อไป

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อศึกษาต้นทุนวิเคราะห์ผลตอบแทนการดำเนินงาน และสร้างแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง ดำเนินการวิจัยระหว่าง วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2566 - 30 เมษายน พ.ศ. 2567

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรประกอบด้วย ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และชาวบ้านชุมชนบ้านนาดี โดยเอาประชากรเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 4 กลุ่ม ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง ของกลุ่มไม้กวาด 10 คน กลุ่มขนมทองพับ 10 คน กลุ่มน้ำยาล้างจาน 10 คน และกลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ 10 คน รวมทั้งสิ้น 40 คน โดยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตังอย่าง คือ เป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มอย่างต่อเนื่องมากกว่า 5 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อใช้ในการคำนวณต้นทุนการดำเนินงานและอัตราผลตอบแทนจากการดำเนินงาน โดยสัมภาษณ์ประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง ประกอบด้วยคำถามปลายเปิดและปลายปิด จำนวน 8 ข้อ แบ่งเป็น 2 .ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การคำนวณหาต้นทุนการผลิตประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายการผลิต และต้นทุนการผลิตต่อหน่วย จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ผลตอบแทนประกอบด้วย การวิเคราะห์รายได้จากการขายสินค้า ต้นทุนขาย กำไรสุทธิ รวมถึงวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน จำนวน 4 ข้อ

2. การประชุมกลุ่มย่อย เพื่อสรุปผลการดำเนินงาน ข้อปัญหาในการดำเนินงานที่ผ่านมาให้สมาชิกร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อร่วมกันหาแนวทางการพัฒนา

3. การจัดเวทีประชาคม เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี-สร้างบง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยดำเนินตามขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การเก็บข้อมูลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยดำเนินการรวบรวมข้อมูลแล้วนำไปทำการศึกษาเรื่องการศึกษาต้นทุน และผลตอบแทนการผลิต และนำข้อมูลมาประมวลผล ผู้วิจัยจัดประชุมกลุ่มย่อย โดยนำเอาข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาสรุปผลการดำเนินงาน ข้อปัญหาในการดำเนินงานที่ผ่านมา เพื่อให้สมาชิกร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อร่วมกันหาแนวทางการพัฒนา ร่วมกันจัดเวทีประชาคม เพื่อชี้แจงรับฟังความคิดเห็นต่อกิจกรรมการดำเนินงาน นำข้อมูลการคำนวณต้นทุนในการดำเนินงานและอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนร่วมกันพิจารณาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง และจัดกิจกรรมคืนข้อมูล เพื่อคืนข้อมูลสู่ชาวบ้านในชุมชนฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหาในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการแก้ปัญหา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากตำราวิชาการ วิทยานิพนธ์ บทความ รายงานการศึกษา รวมทั้งเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ ของหน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลผลการศึกษาการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจบ้านนาดี - สร้างบงเพื่อใช้ในการพัฒนาโจทย์วิจัยและเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาคำนวณต้นทุนในการดำเนินงาน ได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนค่าแรงงาน ต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิต ต้นทุนผลิตภัณฑ์รวม และ กำไรสุทธิ และคำนวณอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน อัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขาย อัตราส่วนกำไรขั้นต้น อัตราส่วนกำไรสุทธิ(Ross, *et al*. 2015) รายละเอียดดังต่อไปนี้

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย และการจัดเวทีประชาคมนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาต้นทุนและวิเคราะห์ผลตอบแทนการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี –สร้างบง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

1.1 ผลการศึกษาต้นทุนการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

1.1.1 ผลการศึกษาต้นทุนการผลิตไม้กวาดดอกหญ้า พบว่า ณ ปริมาณการผลิต 1,500 ด้าม ต้นทุนการผลิตกลุ่มไม้กวาดดอกหญ้า ประกอบด้วย 1) ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงได้แก่ ดอกหญ้า ด้าม และเต้าไม้กวาด รวมทั้งสิ้น 11,100 บาท 2) ต้นทุนค่าแรงงานทางตรงได้แก่ แกะทอน มัดจัก เข้าเต้า เย็บหน้า และเข้าด้าม รวมทั้งสิ้น 5,460 บาท และ 3) ต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตประกอบด้วย รวมทั้งสิ้น 2,539 บาท เมื่อรวมต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง และต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตเป็นต้นทุนการผลิตรวมทั้งหมด 19,099 บาท ต้นทุนการผลิตรวมต่อด้ามเท่ากับ 12.73 บาท

1.1.2 ผลการศึกษาต้นทุนการผลิตกลุ่มขนมทองพับ พบว่า ณ ปริมาณการผลิต 1,980 ห่อ ต้นทุนการผลิตกลุ่มขนมทองพับ ประกอบด้วย 1) ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง คือ แป้งอเนกประสงค์ มะพร้าว น้ำตาล แป้งมัน เกลือ งาดำ กลิ่นผสมอาหาร และไข่ รวมทั้งสิ้น 8,488 บาท 2) ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง รวมทั้งสิ้น 22,500 บาท และ 3)

ต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตประกอบด้วย สติกเกอร์ ถุงแพ็ค ลวดเย็บกระดาษ ค่าไฟ เตาอบ เครื่องขูดมะพร้าว รวมทั้งสิ้น 533 บาท เมื่อรวมต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง และต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิต เป็นต้นทุนการผลิตรวมทั้งหมด 31,521 บาท ต้นทุนการผลิตรวมต่อถุงเท่ากับ 15.92 บาท

1.1.3 ผลการศึกษาต้นทุนการผลิตกลุ่มน้ำยาล้างจาน พบว่า ณ ปริมาณการผลิต 50 ขวด ต้นทุนการผลิตกลุ่มน้ำยาล้างจาน ประกอบด้วย 1) ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง คือ หัวเชื้อ น้ำสะอาด และมะกรูด รวมทั้งสิ้น 380 บาท 2) ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง รวมทั้งสิ้น 127.50 บาท และ 3) ต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตประกอบด้วย ค่าเสื่อมถังน้ำ ไม้พาย ถ้วยตวง กรวย เสื่อ เก้าอี้ สติ๊กเกอร์ และขวด รวมทั้งสิ้น 368.50 บาท เมื่อรวมต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง และต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิต เป็นต้นทุนการผลิตรวมทั้งหมด 876 บาท ต้นทุนการผลิตรวมต่อขวดเท่ากับ 17.52 บาท

1.1.4 ผลการศึกษาต้นทุนการผลิตกลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ พบว่า ณ ปริมาณการผลิต 1,400 กิโลกรัม ต้นทุนการผลิตกลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ ประกอบด้วย 1) ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง คือ เมล็ดพันธ์ รวมทั้งสิ้น 400 บาท 2) ต้นทุนค่าแรงงานทางตรงประกอบด้วย ค่าทำแปลง ค่าปลูก ค่ารดน้ำ และค่าเก็บเกี่ยว รวมทั้งสิ้น 9,800 บาท และ 3) ต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตประกอบด้วย ค่าปุ๋ย ค่าแกลบ ค่าน้ำ ค่าบัวรดน้ำ ผ้าแสลม และไม้ไผ่รวมทั้งสิ้น 2,082 บาท เมื่อรวมต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง และต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิต เป็นต้นทุนการผลิตรวมทั้งหมด 12,282 บาท ต้นทุนการผลิตรวมต่อกิโลกรัมเท่ากับ 8.77 บาท (Table 1)

1.2 การวิเคราะห์ผลตอบแทนการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

สามารถนำข้อมูลข้างต้นมาวิเคราะห์รายได้จากการขายสินค้า ต้นทุนขาย กำไรสุทธิ รวมถึงวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน (Table 2,3)

Table 1. Production costs of community product groups per month

Production costs	Cost per month (Baht)			
	Broom group	Thong phap group	Dishwashing liquid group	0rganic vegetables group
Direct raw material	11,100	8,488	380	400
Direct labor costs	5,460	22,500	127.50	9,800
Production expenses	2,539	533	368.50	2,082
Total production costs	19,099	31,521	876	12,282
Production cost per unit	12.73	15.92	17.52	8.77

Table 2. Net profit of community product groups

Calculation of net profit	Broom group	Thong phap group	Dishwashing liquid group	0rganic vegetables group
Investment	30,000	34,200	2,000	10,000
Sales volume	1,500	1,980	50	1,400
Selling price per unit	37	35	20	20
Sales income	55,500	69,300	1,000	28,000
Less cost of sales	19,095	31,521	876	12,278
Gross profit	36,405	37,779	124	15,722
Less operating expenses	2,500	3,075	20	1,100
expenses	33,905	34,704	104	14,622

Table 3. Profitability Ratios of community product groups

Elements	Broom group	Thong phap group	Dishwashing liquid group	0rganic vegetables group
Return on investment (ROI)	113%	101.46%	5.20%	146.22%
Cost of sales to net sales ratio	34.41%	45.48%	87.60%	43.85%
Gross profit ratio	65.59%	54.52%	12.40%	56.15%
Net profit ratio	61.09%	50.08%	10.40%	52.22%

1.3 การวิเคราะห์ผลตอบแทน

จากการคำนวณกำไรสุทธิและวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน อัตราต้นทุนขายต่อขายสุทธิ อัตรากำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิ (Table 2,3) ของแต่ละกลุ่ม ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

1.3.1 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการดำเนินงานของกลุ่มไม้กวาด พบว่า ผลตอบแทนที่ได้จากการจำหน่ายไม้กวาดมีรายได้จากการจำหน่าย 55,500 บาทต่อ เดือน มีกำไรสุทธิ 33,905 บาท อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน 113% อัตราต้นทุนขายต่อยอดขาย 34.41 อัตรากำไรขั้นต้น 65.59% และอัตรากำไรสุทธิ 61.09%

1.3.2 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการดำเนินงานของกลุ่มขนมทองพับ พบว่า ผลตอบแทนที่ได้จากการจำหน่ายขนมทองพับมีรายได้จากการจำหน่าย 69,300 บาทต่อเดือน มีกำไรสุทธิ 34,704 บาท อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน 101.46% อัตราต้นทุนขายต่อยอดขาย 45.48% อัตรากำไรขั้นต้น 54.52% และอัตรากำไรสุทธิ 50.08%

1.3.3 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการดำเนินงานของกลุ่มน้ำยาล้างจาน พบว่า ผลตอบแทนที่ได้จากการจำหน่ายน้ำยาล้างจานมีรายได้จากการจำหน่าย 1,000 บาทต่อเดือน มีกำไรสุทธิ 104 บาท อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน

5.20% อัตราต้นทุนขายต่อยอดขาย 87.60% อัตรากำไรขั้นต้น 12.40% และอัตรากำไรสุทธิ 10.40%.

1.3.4 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการดำเนินงานของกลุ่มผักปลอดสารพิษ พบว่า ผลตอบแทนที่ได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีรายได้จากการจำหน่าย 28,000 บาทต่อเดือน มีกำไรสุทธิ 14,622 บาท อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน 146.22% อัตราต้นทุนขายต่อยอดขาย 43.85% อัตรากำไรขั้นต้น 56.15% และอัตรากำไรสุทธิ 52.22%

2. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี -สร้างบง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

ผลการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (Table 3) พบว่า กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษมีอัตราผลตอบแทนการลงทุนมากที่ 146.22% รองลงมาได้แก่ กลุ่มไม้กวาด กลุ่มขนมทองพับ และกลุ่มน้ำยาล้างจาน (113% 101.46% และ5.20%) ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกันพิจารณาและเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มที่อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงสุดคือกลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษและเร่งแก้ปัญหากลุ่มที่มีอัตราผลแทนจากการลงทุนต่ำคือกลุ่มน้ำยาล้างจานดังต่อไปนี้ 1). โครงการผักปลอดสารพิษจากชุมชนส่งขึ้นห้าง จะช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผักปลอดสารพิษสามารถปลูกผักที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้า และเข้าสู่ช่องทางการตลาดใหม่ และ 2) โครงการพัฒนาน้ำยาล้างจานสู่มาตรฐานความปลอดภัย จะช่วยให้กลุ่มน้ำยาล้างจานพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ น้ำยาแช่ผัก เพื่อลดการปนเปื้อน ช่วยสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค

กิจกรรมคืนข้อมูล

หลักจากได้วิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนโดยชุมชนมีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยและตัวแทนกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง ร่วมกันจัดกิจกรรมคืนข้อมูลสู่ชาวบ้านในชุมชน (Figure 1) เพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหาในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการแก้ปัญหา จากการประชุมพูดคุยกับตัวแทนกลุ่มสมาชิก สรุปได้ว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง ทั้ง 4 กลุ่มจะเสนอโครงการในการขับเคลื่อนการดำเนินการทางธุรกิจของกลุ่มเพื่อการศักยภาพทางการตลาดและการแข่งขันต่อไปในอนาคต โดยกลุ่มน้ำยาล้างจานและกลุ่มผักปลอดสารพิษจะร่วมกันผลิตน้ำยาล้างผักเพื่อใช้ล้างผักช่วยชำระล้างสิ่งสกปรกและสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ เพื่อสร้างความสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค กลุ่มขนมทองพับจะแก้ปัญหาวัตถุดิบ (มะพร้าว) ในฤดูขาดแคลนโดยจะผลิตขนมชนิดใหม่ออกมาจัดจำหน่าย เป็นต้น

Figure 1. Feedback loop reflecting processes

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานีสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาต้นทุนการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบว่า กลุ่มไม้กวาดดอกหญ้าจะมีต้นทุนวัตถุดิบทางตรงสูง เนื่องจากต้องซื้อวัตถุดิบทางตรงทั้งหมดจากตลาดในราคาที่สูงกว่าคู่แข่งขัน เนื่องจาก คู่แข่งขันทางตรงมีจำนวนการผลิตไม้กวาดจำนวนมาก ทำให้ปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบซื้อจำนวนมาก จึงซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่ถูกกว่า ราคาสินค้าจึงมีราคาต่ำกว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนั้นทางกลุ่มควรแสวงหาแหล่งวัตถุดิบในการผลิตจากแหล่งอื่นๆเช่น การหาผู้ขายวัตถุดิบรายอื่นๆใกล้เคียง โดยพิจารณาเรื่องคุณภาพสินค้า ราคาส่งมอบ การขนส่งและบริการอื่นๆประกอบการตัดสินใจ มาเพื่อเปรียบเทียบราคาเพื่อเป็นทางเลือกในการตัดสินใจซื้อวัตถุดิบ ทางด้านกลุ่มทองพับเป็นกลุ่มที่มีต้นทุนค่าแรงงานทางตรงสูงกว่ากลุ่มอื่นเนื่องจากมีการผลิตสินค้าทุกวัน โดยมีการใช้แรงเฉลี่ยวันละ 5 คน ครั้งละ 4 ชั่วโมง ซึ่งหากทางกลุ่มสามารถปรับปรุงขั้นตอนผลิตให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยพิจารณาปรับกระบวนการผลิต ให้มีความสอดคล้องกับจำนวนแรงงานจะสามารถลดจำนวนชั่วโมงการผลิตลงและจะสามารถลดต้นทุนค่าแรงได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Sribub *et al.* (2022) ที่ให้ข้อเสนอแนะว่าทางวิสาหกิจชุมชนควรขยายระยะเวลาในการทำงานในแต่ละวันให้มากขึ้นเพื่อที่จะได้ลดแรงงานคนลง จากปกติใช้เวลาในการทำงานในแต่ละวันเพียง 5 – 6 ชั่วโมงต่อวัน ควรจะเพิ่มเป็น 7 - 8 ชั่วโมงต่อวัน Beryl and Boontham (2023) พบว่าในการบริหารชุมชนท่องเที่ยว ต้นทุนการให้บริการมีสัดส่วนของต้นทุนค่าแรงผู้ปฏิบัติงานมากที่สุด ทางด้านกลุ่มผักปลอดสารพิษจะเน้นการปลูกพืชสวนครัวเพื่อบริโภคในครัวเรือนและจัดจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางจำเป็นต้องมีการดูแลเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้ต้นทุนค่าแรงงานทางตรงสูง ดังนั้นหากต้องการลดต้นทุนแรงงานทางตรงจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกจะช่วยลดค่าแรงงานทางตรงได้ เช่น โรงเรือนอัจฉริยะ ช่วยควบคุมการเพาะปลูก อุณหภูมิ ความชื้น การให้น้ำ ปริมาณปุ๋ย ความเข้มของแสง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Naksenee *et al.* (2022) ที่พบว่าการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนเน้นใช้นวัตกรรมที่ในการแก้ปัญหาคิดค้นวิธีการใหม่ ๆ ที่จะสามารถช่วยแก้บัญหาการดำเนินงานและลดต้นทุนแรงงานได้อย่างยั่งยืน และมีประสิทธิภาพ สามารถต่อยอดได้ นอกจากนี้การวัดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) หากต้องการเพิ่มอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนให้กลุ่มขนมทองพับ ต้องลดต้นทุนค่าแรงทางตรงลงและตั้งราคาขายให้สูงมากขึ้น Kliengthaisong. and Sanposh (2021) พบว่า ค่าแรงงานทางตรงผ่านกิจกรรมให้ความรู้ ประกอบด้วย กิจกรรมการเพิ่มพูนความรู้แก่เกษตรกรในการลดต้นทุนค่าแรงการปลูกผัก ลดต้นทุนค่าแรงในการเก็บ ลดต้นทุนค่าแรงในการดูแลรักษา ลดต้นทุนค่าแรงในการขนย้าย และลดต้นทุนค่าแรงในการเพาะปลูก อันจะนำมาซึ่งการสร้างอาชีพ การสร้างรายได้ และสร้างความยั่งยืนให้ชุมชนภายใต้ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของ Dethamrong *et al.* (2023) ผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำเทคนิคการวิเคราะห์ทางการเงินมาประกอบการตัดสินใจเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์สูงสุดจากการลงทุน

2. จากการที่ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกันพิจารณาและเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบง โดยการจัดโครงการพัฒนาการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและแก้ปัญหาขาดความรู้ด้านการลงบัญชีรับ - จ่าย การคำนวณต้นทุนที่เกี่ยวข้องไม่ตรงความเป็นจริง และการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนของกลุ่มวิสาหกิจไม่มี

ประสิทธิภาพ และพบแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มเพื่อการพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันในตลาดได้และเติบโตต่อไปอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนว่า ด้านการผลิตต้องพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ซึ่งหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนโดยความรู้และการอบรมเชิงปฏิบัติให้กับทางกลุ่ม ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อดึงดูดและน่าเชื่อถือจากผู้บริโภค ด้านการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสูงขึ้น เพื่อให้ได้รับการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ โดยการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) สอดคล้องกับการศึกษาของ Punroob, *et al*. (2022) พบว่า แนวทางการพัฒนาควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย โดดเด่น และราคาถูก และด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายต้องพัฒนาเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายมาขึ้น เช่น ช่องทางออนไลน์ต่างๆและผ่านตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์หรืออีมาร์เก็ตเพลส (e-Marketplace) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Phutthawong, *et al*. (2024) พบว่า แนวทางในการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ คือ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้งานเพจผลิตภัณฑ์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ค และ ทดลองใช้สื่อเทคโนโลยี โดยการใช้เพจบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ค

สรุป

การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาดี - สร้างบงมีการบันทึกบัญชีรายรับและรายจ่ายเบื้องต้น แต่ยังขาดการคำนวณหาต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการทางด้านการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ ผลการอบรมทำให้กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการบันทึกบัญชีมากยิ่งขึ้น สามารถแยกต้นทุนการผลิต และคำนวณอัตราผลตอบแทนได้ ส่งผลให้สามารถวางแผนการดำเนินงานเกิดความยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรจัดโครงการอบรมให้ความรู้ทางด้านจัดทำบัญชีโดยตรง มีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ให้กับกลุ่มด้านการจัดทำบัญชีที่เป็นระบบและถูกต้องตามหลักบัญชี

2. ควรมีการจำแนกต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ของสินค้าแต่ละชนิด เพื่อนำใช้ในการบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยขยายผลไปยังการดำเนินวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ เพื่อให้อัตราผลตอบแทนจากการดำเนินงานอันจะทำให้เกิดเป็นแนวปฏิบัติที่ดี (good practice) ที่จะพัฒนาวิสาหกิจชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

2. ควรทำการวิเคราะห์ต้นทุนทางสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบผลตอบแทนทางสังคม (SROI) จะเพิ่มมุมมองด้านผลตอบแทนด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีที่สนับสนุนทุนเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ช่วยทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

Beryl, R and K. Boontham. 2023. Costs and returns of sustainable tourism resource management of community enterprises in Phetchaburi province.

Journal of Management Science Review 25(1): 259-274. (in Thai)

Chainantaporn, A . 2018. Costs and returns on maize growing of farmers in Phrao district, Chiang Mai province. Payap University Journal 24(2): 247–264. (in Thai)

Cokins, G. 2002. Integrating target costing and ABC. Journal of Cost Management, 16(4): 13-22

Department of Disease Control. 2019. Coronavirus disease 2019 (COVID-19). (Online) . Available: https://ddc. moph.go.th/viralpneumonia/index.php (October 01, 2023). (in Thai)

Dethamrong, U., C. Suthamdee and D. Suthamdee. 2023. Cost and benefit analysis of Mai Nadee model native chicken community Enterprise,. Journal of Innovation and Management 8(1): 22-34. (in Thai)

Kliengthaisong, K. and K. Sanposh. 2021. Approaches to reduce the cost of growing safe hydroponics vegetables in the area of Udon Thani province, Udon Thani Rajabhat University Academic Journal 9(2): 86-96. (in Thai)

Naksenee, T., R. Sangkhae and A. Phithuk. 2022. Social returns on investment from community enterprise business to promote sports tourism in the organization of Chom Bueng marathon, A case study of Uyenpensook Thai-Mon Folkway. Lawasri Journal 6(1): 88-105. (in Thai)

Onsamlee, P. 2021. Adaptation of community enterprises in the epidemic conditions of coronavirus Infection in 2019. Journal of Management Science Review 23(1): 195-205. (in Thai)

Phutthawong, N., K. Riwong and R. Suwannatip. 2024. Product development and online marketing expansion for Hug Ngan Pha group, Nai Mueang subdistrict, Mueang district, Nakhon Phanom province. Journal of Community Development and Life Quality 12(2): 107-116. (in Thai)

Pinitnuk, J and W. Napaporn. 2016. The analysis of cost and returns of the silks productionof sericulturists at Khoke village, Noen Yang sub-district, KhamMuang district, Kalasin province. Journal of The Way Human Society 4 (2): 351-367. (in Thai)

Punroob, J., E. Duangjai and N. Punroob, (2022). Marketing development for enhancing hand-woven fabric products of community enterprise, Nan province. University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences 42(2): 145-160. (in Thai)

Ross, S.A., R. W. Westerfield., J. Jaffe, J. Lim, R. Tan and H. Wong. 2015. Corporate Finance, Asia Global Edition 10th ed. New York: McGraw-Hill. 1060 p.

Sribub, H., S. Leekul, A. Nammat and O. Moonsri. 2022. Analysis of costs and returns of single-breed orange fish production: a case study of an enterprise fish processing products community, Ban Huai Bong, Non

Mueang subdistrict, Non Sang district, Nong Bua Lamphu province. Journal of Management Science Udon Thani Rajabhat University 4(1): 43-55. (in Thai)

Thailand Development Research Institute. 2019. Impact of the COVID-19 outbreak, 2nd round, continuing 3rd round, and the direction of the Thai labor market. (Online). Available: https://tdri.or.th/2021/04/covid-19-2-3-affected-thai-labor-market (October 1, 2023). (in Thai)

การพัฒนาระบบบัญชีและการจัดการต้นทุนของผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัดไทร พระราม 3 กรุงเทพมหานคร

Development of Accounting and Cost Management System for Community Products of Wat Sai Rama 3, Bangkok

สุรเกียรติ ธาดาวัฒนาวิทย์ และ สรัญญา รัตนกรทรัพย์*

Surakiat Tadawattanawit and Saranya Rattanakornsap*

คณะการจัดการการบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ 10240

Faculty of Service Management, Dusit Thani College, Bangkok 10240, Thailand

*Corresponding author: Email: surakiat.ta@dtc.ac.th

(Received: June 18, 2024; Revised: September 11, 2024; Accepted: October 2, 2024)

Abstract: This study aims to 1) examine the accounting practices of the Wat Sai community, 2) develop guidelines for product cost management, and 3) determine appropriate selling prices and profit planning. The study used purposive sampling, selecting 7 members from the Wat Sai Lovers Club. The research tool was a semi-structured in-depth interview. Data analysis was conducted using content analysis. The study of the Wat Sai community's accounting practices revealed that the community's accounting was not systematic, lacking income-expense records, inaccurate production cost calculations according to accounting principles, lack of inventory management, pricing based on market rates, and lack of sales/revenue planning. The study on developing product cost management guidelines found that the development approach consists of 1) systematically preparing accounting documentation, 2) surveying raw material/packaging prices, creating material cards and control registers to reflect actual costs in calculations, 3) collecting cost data, calculating unit costs, determining profit margins, setting selling prices, forecasting sales, and monitoring actual sales/revenue. Determining selling prices and profit planning resulted in the cost of brownie products increasing from 14.40 baht to 22.71 baht. The study on determining appropriate selling prices and profit planning found that a new selling price of 39.43 baht should be set, as the original cost did not include labor costs, causing the actual costs to be lower than reality.

Keywords: Development of accounting system, cost management, cost analysis, Wat Sai Rama 3 community products

บทคัดย่อ: การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษารูปแบบการจัดทำบัญชีของชุมชนวัดไทร 2) พัฒนาแนวทางการจัดการต้นทุนผลิตภัณฑ์ และ 3) กำหนดราคาขายและวางแผนกำไรที่เหมาะสม ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากสมาชิกชมรมคนรักษ์วัดไทร 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและ ผลการศึกษารูปแบบการจัดทำบัญชีของชุมชนวัดไทร พบว่า การจัดทำบัญชีของชุมชนยังไม่เป็นระบบ ขาดการบันทึกรายรับ-รายจ่าย การคำนวณต้นทุนการผลิตที่ไม่ถูกต้องตามหลักบัญชี ขาดการจัดการสินค้าคงคลัง การตั้งราคาขายขึ้นกับราคาตลาด และขาดการวางแผนยอดขาย/รายได้ ผลการศึกษาพัฒนา

แนวทางการจัดการต้นทุนผลิตภัณฑ์ พบว่า แนวทางการพัฒนาประกอบด้วย 1) จัดทำเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ 2) สำรวจราคาวัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์ จัดทำบัตรวัตถุดิบและทะเบียนคุมเพื่อให้การคำนวณต้นทุนสะท้อนราคาจริง 3) รวบรวมข้อมูลต้นทุน คำนวณต้นทุนต่อหน่วย กำหนดอัตรากำไร ตั้งราคาขาย คาดการณ์ยอดขาย และติดตามยอดขาย/รายได้จริง การกำหนดราคาขายและวางแผนกำไร ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนของผลิตภัณฑ์บราวนี่เพิ่มขึ้นจากเดิม 14.40 บาท เป็น 22.71 บาท ผลการศึกษาการกำหนดราคาขายและวางแผนกำไรที่เหมาะสม พบว่า ต้องมีการตั้งราคาขายใหม่ เป็น 39.43 บาท เนื่องจากต้นทุนเดิมไม่มีการคำนวณในเรื่องของค่าแรงงาน ทำให้ต้นทุนที่เกิดขึ้นต่ำกว่าความเป็นจริง

คำสำคัญ: การพัฒนาระบบบัญชี การจัดการต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ผลิตภัณฑ์ชุมชนวัดไทร พระราม 3

คำนำ

การมีระบบบัญชีและการจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจทุกขนาด (Pongklang, 2019) ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถติดตาม ควบคุม และวิเคราะห์รายรับ-รายจ่าย และต้นทุนการผลิตได้อย่างแม่นยำ นำไปสู่การวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจที่เหมาะสม (Palepu *et al.*, 2021)

สำหรับชุมชนท้องถิ่น ระบบบัญชีและการจัดการต้นทุนที่ดีมีความจำเป็นอย่างยิ่ง (Office of Accounting Transferring Technology, 2021) เนื่องจากมักมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและทักษะการบริหารจัดการ การขาดความรู้ในด้านนี้อาจนำไปสู่ปัญหาการดำเนินงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ การสูญเสียรายได้ และขาดความสามารถในการแข่งขัน (Kuntawong *et al.*, 2023) การพัฒนาระบบดังกล่าวจึงช่วยเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน (Puchthonglang and Namwongprom, 2013; Phiwphun and Kobamrung, 2023)

ชุมชนวัดไทร พระราม 3 กรุงเทพมหานคร เป็นชุมชนที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ รวมถึงอาหาร ขนม และเครื่องดื่ม ซึ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่น สะท้อนภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ชุมชนยังประสบปัญหาในการจัดการระบบบัญชีและต้นทุน ขาดความรู้ในการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ การคำนวณต้นทุนการผลิตที่ถูกต้อง และการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในชุมชนใช้วิธีการบันทึกบัญชีแบบดั้งเดิม ขาดความเป็นระบบและการจัดเก็บข้อมูลที่เหมาะสม การคำนวณต้นทุนการผลิตยังคลาดเคลื่อน เนื่องจากไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนค่าวัตถุดิบ แรงงาน และค่าใช้จ่ายการผลิตอื่น ๆ อย่างครบถ้วน ส่งผลให้ขาดข้อมูลสำคัญในการบริหารจัดการต้นทุนและกำหนดราคาสินค้า

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดทำระบบบัญชีและการจัดการต้นทุนสำหรับผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัดไทร พระราม 3 รวมถึงการกำหนดราคาขายและวางแผนกำไรที่เหมาะสม โดยมุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจในหลักการบัญชีและการจัดการต้นทุน การออกแบบระบบที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน และการฝึกอบรมให้สมาชิกชุมชนสามารถนำระบบไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลที่คาดว่าจะได้รับคือการพัฒนาระบบบัญชีและการจัดการต้นทุนที่เหมาะสม ส่งผลให้สมาชิกชุมชนมีความรู้และทักษะในการจัดการทางการเงินที่ดีขึ้น สามารถกำหนดราคาขายและวางแผนกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชน และส่งเสริมความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของชุมชนในระยะยาว

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research: PAR) ใช้วิธีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ดำเนินการวิจัยระหว่าง วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2567 ถึง 15 เมษายน 2567 โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดทำบัญชีและการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบด้านบัญชีและสังเกตการณ์กระบวนการทำงาน เพื่อทำความเข้าใจปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น

2. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อถ่ายทอดความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการบัญชี การจัดทำเอกสารบัญชี กระบวนการการจัดทำบัญชีและการคำนวณต้นทุน รวมถึงแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวทางการดำเนินงานของชุมชน

3. ระดมความคิดเห็นและร่วมกันออกแบบระบบบัญชี เอกสารบัญชี และการจัดประเภทต้นทุนการผลิตที่สอดคล้องกับกระบวนการทำงานจริงของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

4. ประเมินผลการใช้งานระบบบัญชีและเอกสารที่พัฒนาขึ้น โดยทดลองนำไปใช้งานจริงและรับฟังข้อคิดเห็นจากผู้ใช้งาน จากนั้นจึงปรับปรุงและจัดทำคู่มือสำหรับการนำระบบไปใช้งานต่อไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย ประกอบด้วย สมาชิกของชมรมคนรักษ์วัดไทร ในพื้นที่วัดไทร พระราม 3 เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกของชมรมคนรักษ์วัดไทร ในพื้นที่วัดไทร พระราม 3 เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร จำนวน 7 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกของชมรมคนรักษ์วัดไทรที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของชุมชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง เพื่อใช้ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบในการจัดทำบัญชีของชุมชน รวมถึงความต้องการในการจัดเก็บข้อมูล การนำข้อมูลต้นทุนการผลิตไปใช้ประโยชน์ และเอกสารที่ใช้ประกอบการบันทึกบัญชี ขั้นตอนการดำเนินงานของกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาระบบบัญชีที่เหมาะสมสำหรับชุมชนวัดไทร พระราม 3 เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยคำถามปลายเปิดจำนวน 3 ข้อ แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดทำบัญชีและการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบด้านบัญชีและสังเกตการณ์กระบวนการทำงาน เพื่อทำความเข้าใจปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น

ตอนที่ 2 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อถ่ายทอดความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการบัญชี การจัดทำเอกสารบัญชี กระบวนการการจัดทำบัญชีและการคำนวณต้นทุน รวมถึงแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวทางการดำเนินงานของชุมชน

ตอนที่ 3 ระดมความคิดเห็นและร่วมกันออกแบบระบบบัญชี เอกสารบัญชี และการจัดประเภทต้นทุนการผลิตที่สอดคล้องกับกระบวนการทำงานจริงของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยดำเนินการตามขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ

ในส่วนของข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์และสังเกตกระบวนการทำงานของผู้นำชุมชนและสมาชิกกลุ่มชมรมคนรักษ์วัดไทร เพื่อศึกษาวิธีปฏิบัติในการจัดทำบัญชี เอกสารที่ใช้ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้ ยังได้จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับระบบบัญชีมาตรฐาน การบันทึกบัญชี การจำแนกประเภทต้นทุนและค่าใช้จ่าย รวมถึงวิธีการคำนวณต้นทุนการผลิตสินค้า โดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ฝึกปฏิบัติจริง

ผู้วิจัยยังได้สอบถามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากสมาชิกกลุ่มเกี่ยวกับการพัฒนาระบบบัญชีใหม่ การเปลี่ยนแปลงวิธีการคำนวณต้นทุน และการใช้ข้อมูลทางบัญชีในการกำหนดราคาขายและวางแผนการผลิต หลังจากนั้น ได้มีการติดตามและประเมินผลการนำระบบบัญชีและวิธีการคำนวณต้นทุนการผลิตที่พัฒนาขึ้นไปใช้งานจริงในชุมชน

สำหรับข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและบันทึกทางบัญชีที่ชุมชนใช้อยู่ในปัจจุบัน รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีสำหรับชุมชนและวิสาหกิจขนาดย่อม ตลอดจนศึกษาแนวทางการคำนวณต้นทุนการผลิตที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน นอกจากนี้ ยังได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการกำหนดราคาขายสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์และพัฒนาระบบบัญชีและการคำนวณต้นทุนการผลิตที่เหมาะสมสำหรับชุมชนวัดไทร พระราม 3

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อประเมินสภาพการจัดทำบัญชีปัจจุบัน ระบบบัญชีของชุมชน รวมถึงการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต พร้อมพิจารณาความสอดคล้องของระบบบัญชีที่ใช้อยู่กับการดำเนินงานจริงและมาตรฐานที่ควรจะเป็น โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์มุมมองและความคิดเห็นของผู้ใช้งบการเงิน และคำนึงถึงลักษณะของผู้ใช้ สถานการณ์การจัดทำบัญชี และการใช้ข้อมูลต้นทุนการผลิต เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาระบบบัญชีให้เหมาะสมกับการดำเนินงานชุมชนในพื้นที่ดังกล่าว

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษารูปแบบการจัดทำบัญชีของชุมชนวัดไทร พระราม 3 เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมของการจัดการด้านต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนของผลิตภัณฑ์ชุมชนวัดไทร พระราม 3 นั้นยังคงมีข้อบกพร่องและไม่เป็นระบบที่ชัดเจน การบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายขาดความสม่ำเสมอ ไม่มีการจัดเก็บเอกสารหลักฐานประกอบอย่างครบถ้วน ส่งผลให้ไม่สามารถติดตามผลประกอบการและกำไรขาดทุนที่แท้จริงได้อย่างถูกต้อง การคำนวณต้นทุนการผลิตสินค้ายังคงใช้วิธีการคำนวณแบบเดิมซึ่งผลการคำนวณไม่ครอบคลุมต้นทุนที่แท้จริง ทำให้ต้นทุนต่ำกว่าความเป็นจริง ส่วนในเรื่องของวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งของการผลิตสินค้าขาดการควบคุมและจัดการสินค้าคงคลังอย่างเป็นระบบ ทำให้ต้นทุนบรรจุภัณฑ์เป็นเพียงการคาดการณ์เท่านั้น ราคาขายยังขึ้นอยู่กับราคาตลางโดยประมาณเป็นหลัก มิได้คำนึงถึงต้นทุนการผลิตที่แท้จริง นอกจากนี้ยังขาดการวางแผนยอดขายหรือรายได้อย่างเป็นระบบ การผลิตจะขึ้นอยู่กับใบสั่งซื้อหรือการเข้าร่วมกิจกรรมเป็นหลัก และการคิดต้นทุนก็มิได้รวมค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายในการผลิตโดยตรง แต่ใช้วิธีเหมาจ่ายตามอัตรา ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ดังนั้นระบบต้นทุนและการบริหารผลตอบแทนการลงทุนจึงยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นเป็นระบบมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 รูปแบบการบันทึกบัญชีของชุมชนวัดไทร ทำบัญชีด้วยมือโดยใช้การบันทึกรายละเอียดการรับเงิน/การจ่ายเงินในสมุดบัญชี ซึ่งประกอบด้วยรับรายได้จากการขายสินค้า / รายได้จากการสอนทำขนม/เงินบริจาค / ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าวัตถุดิบ/ ค่าบรรจุภัณฑ์ / ค่าน้ำมันรถ / ค่าจ้างแรงงาน ฯลฯ รวมทั้งในการจัดทำบัญชีไม่มีเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีประกอบด้วย

รวมทั้งไม่ได้มีการบันทึกบัญชีสม่ำเสมอ ทำให้ไม่สามารถทราบยอดรายได้/ค่าใช้จ่าย ของแต่ละเดือนที่แท้จริงว่ามีจำนวนเท่าใด จึงไม่สามารถนำข้อมูลบัญชีไปใช้ในการวางแผนการขายหรือวางแผนทางด้านกำไรของชมรมได้ ดัง Figure 1

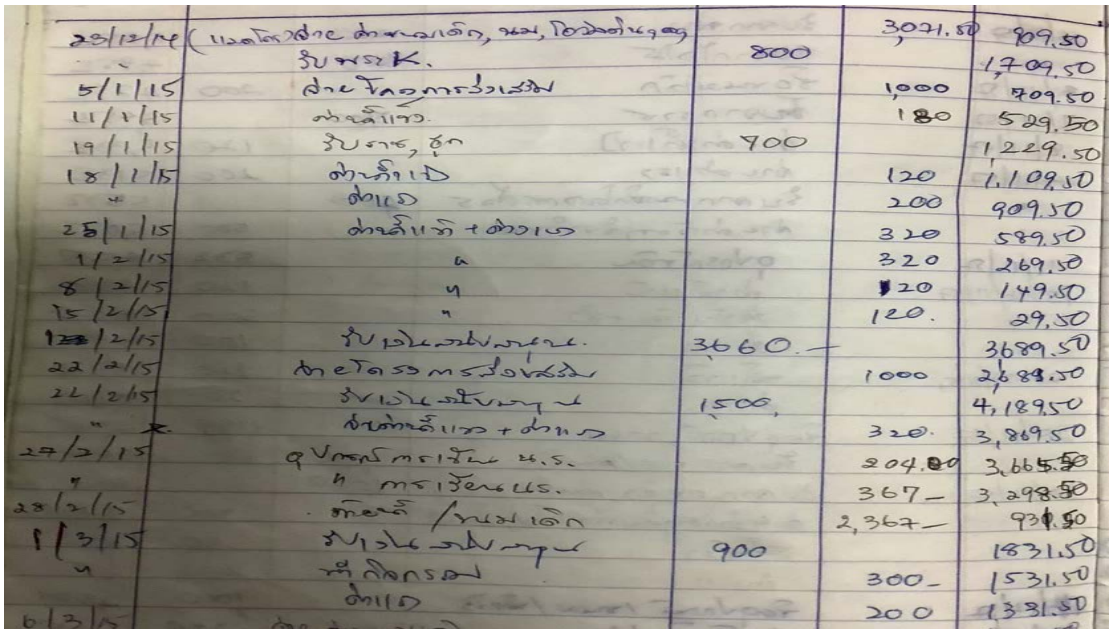


Figure 1. Cash receipt and disbursement record book

1.2 การคำนวณต้นทุนการผลิตของสินค้าแต่ละชนิด จะมีการคำนวณตามสูตรขนม/สินค้าแต่ละอย่างไว้ล่วงหน้า หากมีการผลิตจะได้ต้นทุนการผลิตเดิม ซึ่งเมื่อมีการผลิตในครั้งต่อ ๆ ไป อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ หากใช้ราคาต้นทุนเดิมอาจส่งผลให้ต้นทุนที่คำนวณได้ต่ำกว่าความเป็นจริง ซึ่งควรจะต้องมีการกำหนดระยะเวลาในการสำรวจราคาตลาดเพื่อดูการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ ดัง Figure 2

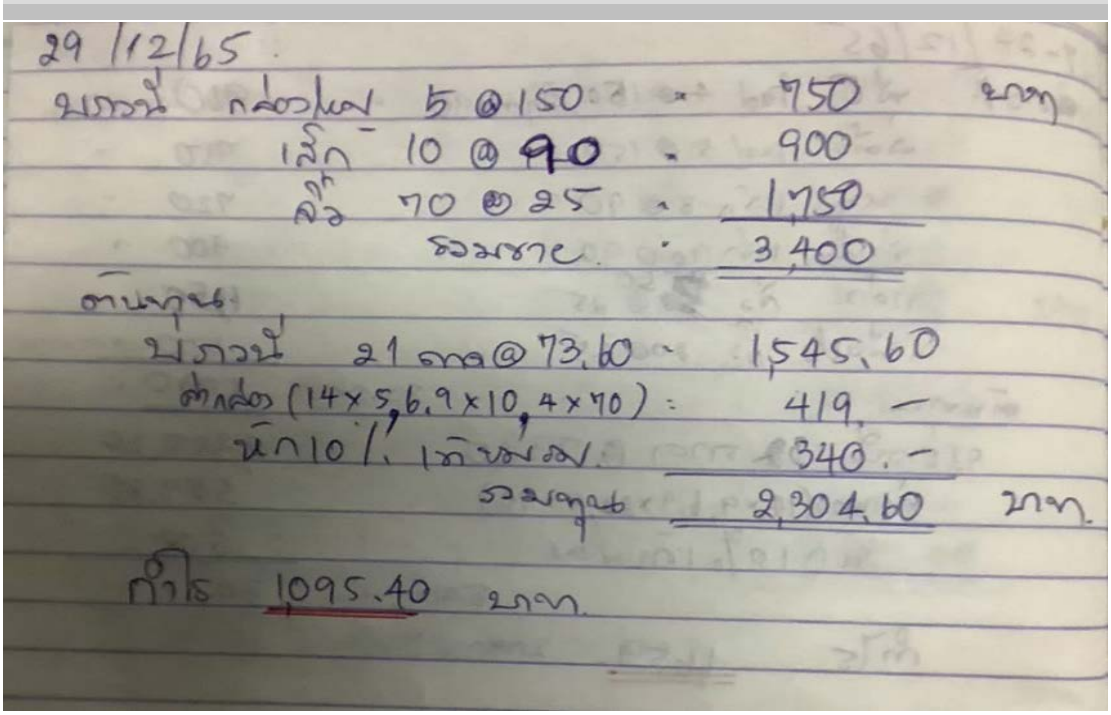


Figure 2. Example of the previous product cost calculation method

1.3 วัตถุดิบ สินค้า และบรรจุภัณฑ์ ไม่มีการทำบัตรวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และสินค้า ไม่มีทะเบียนคุมวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และสินค้า รวมทั้งยังไม่มีการตรวจนับวัตถุดิบและสินค้าคงเหลือ ทำให้การคิดต้นทุนในส่วนของบรรจุภัณฑ์ใช้ราคาตามการประมาณการ ไม่ใช่ราคาจริง

1.4 การตั้งราคาขายสินค้าจะตั้งตามราคาตามท้องตลาด

1.5 ไม่ได้มีการวางแผนยอดขาย/รายได้จากการขาย จากการนำข้อมูลบัญชีมาวิเคราะห์แต่จะขายสินค้าตามใบคำสั่งซื้อจากลูกค้าหรือจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นแล้วทางกลุ่มสามารถเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ๆ ได้

1.6 ในการคิดต้นทุนไม่ได้มีการนำค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายในการผลิตมาคิดเป็นต้นทุนแต่จะใช้คิดค่าใช้จ่ายเข้าชมรม (ต้นทุนแฝง) 10% โดยในส่วนของค่าแรงงานจะไม่ได้คิดเนื่องจากนำไปจ่ายค่าแรงงานจากการนำผลกำไรไปแบ่งปันกับสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งอาจจะส่งผลให้ราคาของสินค้าต่ำกว่าความเป็นจริง

2. ผลการศึกษาการพัฒนาแนวทางการจัดการต้นทุนผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัดไทร พระราม 3 พบว่า การพัฒนาแนวทางการจัดการต้นทุนในการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนวัดไทร พระราม 3 เน้นการรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับการบัญชีและวิธีการดำเนินงานภายในของชุมชนเป็นไปอย่างต่อเนื่อง โดยการปรับปรุงระบบบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ และสนับสนุนกิจกรรมดำเนินงานเพื่อการใช้ข้อมูลบัญชีในการวางแผน วิเคราะห์ต้นทุนการผลิต กำหนดราคาขาย และกำไรที่ต้องการ ขั้นตอนการพัฒนาระบบบัญชี ดังนี้

2.1 แนวทางการพัฒนารูปแบบการบันทึกบัญชีของชุมชนคนรักวัดไทร คือควรจัดทำระบบเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบสำคัญจ่าย ทะเบียนคุมวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และสินค้า เป็นต้น และบันทึก

บัญชีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทราบรายได้และค่าใช้จ่ายที่แท้จริงในแต่ละเดือน สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการขายและวางแผนด้านกำไรได้ ซึ่งเอกสารเหล่านี้จะถูกจัดเก็บเข้าแฟ้มอย่างเป็นระบบและเก็บรักษาไว้เป็นหลักฐานอย่างน้อย 5 ปี ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการจัดทำงบการเงินสร้างความโปร่งใสและตรวจสอบได้

2.2 กำหนดให้มีสำรวจราคาตลาดของวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เป็นระยะ เพื่อให้การคำนวณต้นทุนการผลิตสินค้าสะท้อนต้นทุนที่ใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด พร้อมจัดทำบัตรและทะเบียนคุมวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และสินค้า รวมถึงตรวจนับวัตถุดิบ บรจุภัณฑ์และสินค้าคงเหลืออย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การคิดต้นทุนของสินค้าใช้ราคาจริง

2.3 คณะทำงานร่วมมือกับตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตในชุมชนวัดไทร พระราม 3 ควรรวบรวมข้อมูลต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายการผลิตทั้งหมดเพื่อคำนวณต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสินค้าแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง เพื่อนำต้นทุนที่ได้มากำหนดราคาขายและวางแผนกำไรที่จะได้จากการขายสินค้านั้น ๆ รวมถึงการคาดการณ์ยอดขายเป็นรายเดือนจากข้อมูลยอดขายในอดีต และกิจกรรมต่าง ๆ ติดตามยอดขาย/รายได้จริงเพื่อพิจารณาปรับราคาขายหรือแผนการขายตามความเหมาะสม เพื่อให้การกำหนดราคาขาย การวางแผนการขาย และการคำนวณต้นทุนมีความใกล้เคียงความเป็นจริงและสอดคล้องกับบริบททางชุมชนมากที่สุด

3. ผลการศึกษาการกำหนดราคาขายและวางแผนกำไรที่เหมาะสม พบว่า การคำนวณต้นทุนที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ชุมชนวัดไทร พระราม 3 ทางคณะวิจัยได้ทำการปรับปรุงการคำนวณต้นทุนของการผลิตบราวนี่ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนวัดไทร ที่ใช้สูตรพื้นฐานคือผลรวมของค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต เพื่อหาต้นทุนการผลิตรวมต่อหน่วย จากนั้นจึงกำหนดราคาขายที่เหมาะสมสำหรับบราวนี่ดังกล่าว โดยมีรายละเอียดดังนี้ ค่าวัตถุดิบโดยตรง ได้แก่ ส่วนผสมหลักในการทำบราวนี่ เช่น ไข่ไก่ น้ำตาลทราย เนยเกลือ แป้งสาลี ผงโกโก้ และวัตถุดิบอื่น ๆ ในส่วนของค่าแรงงานทางตรงใช้การคำนวณค่าแรงงานจากคนทำบราวนี่ และในส่วนของค่าใช้จ่ายในการผลิตจะใช้เป็นการคำนวณต้นทุนแฝง (ค่าใช้จ่ายโดยประมาณการ กำหนดขึ้นเป็นร้อยละ เนื่องจากไม่ทราบค่าใช้จ่ายที่แท้จริง) เช่น ค่ารถ ค่าน้ำมัน ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าของเหลือของเสีย ค่าเสื่อมอุปกรณ์ เป็นต้น (Table 1)

Table 1. Brownie product cost calculation table for Wat Sai community, Rama 3 road, recipe for 1 batch (7 boxes) (previous method)

Product	Raw materials	Quantity	Unit cost (Baht)	Raw material cost (Baht/box)
Brownie	Eggs	2 pieces	4	8
	White sugar	200 grams	0.024	4.8
	Butter	150 grams	0.20	30
	Salt	0.5 grams	0.012	0.01
	Vanilla essence	1 gram	0.50	2.5
	Wheat flour	75 grams	0.028	2.1
	Cocoa powder (Tulip)	60 grams	0.26	15.60
	Raw material cost			63.01
	Imputed cost 10%			6.30
	Total raw material cost			**69.31**
	Box 8.2 x 8.2 x 3 cm	7 boxes	3.50	24.50
	Stickers	7 pieces	1	7
	Raw material + Packaging cost (for 7 boxes)			**100.81**
	Actual cost per Box			**14.40**
	Profit 73.61%			**10.60**
	Selling price			**25**

จากการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์บราวนี่ของชุมชนวัดไทร พระราม 3 ต่อ 1 สูตร (7 กล่อง) แบบเดิมมีต้นทุนวัตถุดิบรวม เท่ากับ 69.31 บาท ต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ เท่ากับ 100.81 บาท ต้นทุนจริง (ต่อ 7 กล่อง) เท่ากับ 100.81 ต้นทุนจริงต่อกล่องจะเท่ากับ 14.40 บวกกำไร 73.61% เท่ากับ 10.60 ดังนั้นราคาขายบราวนี่ต่อกล่องจะเท่ากับ 25 บาท ซึ่งเป็นความเข้าใจของคนในชุมชน

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า การคำนวณต้นทุนไม่พบการคำนวณค่าแรงงานซึ่งเป็นองค์ประกอบของการคิดต้นทุนราคาสินค้า ที่ประกอบด้วยวัตถุดิบ ค่าแรงงานและค่าใช้จ่าย เพราะฉะนั้นเมื่อขาดค่าแรงงานซึ่งเป็นส่วนประกอบของต้นทุนไป จึงส่งผลให้การคำนวณต้นทุนที่ได้ต่ำกว่าความเป็นจริง ด้วยเหตุนี้ทางคณะวิจัยจึงจึงได้ออกแบบตารางแสดงรายละเอียดการคำนวณต้นทุนที่ถูกต้อง (Table 2)

Table 2. Brownie product cost calculation table for Wat Sai community, Rama 3 road, recipe for 1 batch (7 boxes) (new method)

Products	Product costs	Raw materials	Quantity	Unit cost (Baht)	Raw material cost (Baht/box)
Brownie	**materials**	Eggs	2 pieces	4	8
		White sugar	200 grams	0.024	4.8
		Butter	150 grams	0.20	30
		Salt	0.5 grams	0.012	0.01
		Vanilla essence	1 gram	0.50	2.5
		Wheat flour	75 grams	0.028	2.1
		Cocoa powder (Tulip)	60 grams	0.26	15.60
		Raw material cost			63.01
	Labor	Employee labor cost 1			50
	Manufacturing costs	Box 8.2 x 8.2 x 3 cm	7 boxes	3.50	24.50
		Stickers	7 pieces	1	7
		Total cost (Raw materials + Labor + Production expenses per 7 boxes)			**144.51**
		Imputed cost 10%			**14.45**
		Total cost + Imputed cost			**158.96**
		Actual cost per box			**22.71**
		Profit 10.08%			**2.29**
		Previous selling price			**25**
		If maintaining previous 73.61% profit margin			**16.72**
		New selling price			**39.43**

จากการคำนวณต้นทุนแบบใหม่ให้เป็นไปตามองค์ประกอบของต้นการผลิตสินค้า ซึ่งคือผลรวมของวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการผลิต จะเห็นได้ว่าต้นทุนต่อกล่องมีราคาที่สูงขึ้น จากเดิม 14.40 บาท เป็น 22.71 บาท และในส่วนของกำไรจะมีอัตรากำไรที่ลดลง จากเดิม 73.61% (10.60 บาท) เป็น 10.08% (2.29) หากผู้ผลิตยังคงตั้งราคาขายไว้เท่าเดิมคือ 25 บาท จะต้องยอมรับในส่วนของกำไรที่ลดลง แต่หากต้องการอัตรากำไรเท่าเดิม ต้องมีการตั้งราคาขายใหม่ เป็น 39.43 บาท เนื่องจากต้นทุนเดิมไม่มีการคำนวณในเรื่องของค่าแรงงาน ทำให้ต้นทุนที่เกิดขึ้นต่ำกว่าความเป็นจริง เมื่อมีการปรับปรุงการคำนวณต้นทุนโดยใช้การคำนวณแบบใหม่ที่ถูกต้อง คือ วัตถุดิบ+ค่าแรงงาน+ค่าใช้จ่ายในการผลิต ทำให้ทราบต้นทุนที่แท้จริงของการผลิตบราวนี่ ซึ่งผู้ขายจะสามารถนำข้อมูลจากการคำนวณต้นทุนส่วนนี้ไปวางแผนในเรื่องของกำไรและการตั้งราคาขายที่เหมาะสมได้

อภิปรายผล

1. จากการศึกษานั้น พบว่า การจัดการด้านต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนจากผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัดไทร พระราม 3 ยังคงประสบปัญหาและข้อบกพร่องในหลายด้าน เริ่มจากการบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่ขาดความต่อเนื่องและไม่มีการจัดเก็บหลักฐานอย่างครบถ้วน ส่งผลให้ไม่สามารถติดตามผลประกอบการและกำไรขาดทุนที่แท้จริงได้ การคำนวณต้นทุนการผลิตสินค้ายังคงใช้วิธีเดิมที่ไม่ถูกต้องตามหลักบัญชี ประกอบกับการขาดระบบการจัดการสินค้าคงคลังที่ดี ทำให้ต้นทุนบรรจุภัณฑ์เป็นเพียงการประมาณการ ราคาขายสินค้าก็กำหนดจากราคาตลาดโดยไม่ได้พิจารณาจากต้นทุนการผลิตที่แท้จริง นอกจากนี้ยังขาดการวางแผนยอดขายหรือรายได้ล่วงหน้า โดยการผลิตจะทำเมื่อมีคำสั่งซื้อหรือมีกิจกรรมเท่านั้น อีกทั้งกระบวนการคิดต้นทุนก็ไม่ได้รวมค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายในการผลิตโดยตรง แต่ใช้วิธีการเหมาจ่ายตามอัตราซึ่งอาจทำให้ต้นทุนคลาดเคลื่อนจากสภาพความเป็นจริง สอดคล้องกับการศึกษาของ Inthapantee *et al.* (2023) ที่พบว่า รูปแบบการบันทึกบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมอาชีพบ้านนิคมใช้ระบบการบันทึกด้วยมือ รับรู้เฉพาะรายการเงินสดจากรายรับและรายจ่าย ไม่มีการจัดทำบัญชีต้นทุนการผลิตเพื่อคำนวณต้นทุนสินค้า และการกำหนดราคาขายใช้ราคาโดยการประมาณการเช่นเดียวกัน และยังสอดคล้องกับ Intawong *et al.* (2021) ที่พบว่า การจัดการต้นทุนผลิตภัณฑ์ของสินค้า OTOP ประเภทอาหารแปรรูป และหัตถกรรมในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีวิธีการคิดต้นทุนที่ยังไม่ถูกต้องโดยจำแนกวัตถุดิบไม่ถูกต้องและไม่มีการคิดค่าแรงงานทางตรง รวมทั้งการคิดค่าใช้จ่ายในการผลิตไม่ครบถ้วน และไม่มีการจัดการเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการต้นทุนผลิตภัณฑ์ของสินค้า OTOP นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Chawalit and Manee (2021) ที่พบว่า สภาพแวดล้อม และสภาพปัญหาการจัดการต้นทุนตามแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน กลุ่มเครื่องแกงบ้านนาแงะ อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช คือการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับต้นทุน ไม่มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ การตั้งราคาขายไม่สอดคล้องกับต้นทุน การจัดซื้อวัตถุดิบ และฐานลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

2. จากการศึกษานั้น พบว่า การพัฒนาแนวทางการจัดการต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนวัดไทร พระราม 3 โดยมีแนวทางดังนี้ 1) จัดทำระบบเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบสำคัญจ่าย ทะเบียนคุมวัตถุดิบ บรรจุบรรจุภัณฑ์และสินค้า และบันทึกบัญชีอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับการศึกษาของ Chokphiriyapinyo and Noramart (2020) ที่พบว่าแนวทางในการจัดระบบบัญชีและการจัดทำรายงานทางการเงินมาตฐานทางบัญชีสำหรับวัด คือ ควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเอกสารต่าง ๆ ทางบัญชีเพื่อให้สามารถจัดเก็บได้อย่างเป็นระบบและครบถ้วน สามารถตรวจสอบได้ด้วยความโปร่งใสและถูกต้อง ในส่วนของการสำรวจราคาตลาดของวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ จัดทำบัตรวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และสินค้า ทะเบียนคุมวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ และสินค้า และตรวจนับวัตถุดิบเพื่อให้การคำนวณต้นทุนสะท้อนราคาจริง รวมถึงให้มีการรวบรวมข้อมูลต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายการผลิต เพื่อคำนวณต้นทุนการผลิตต่อหน่วย หรืออัตรากำไร กำหนดราคาขาย คาดการณ์ยอดขาย และติดตามยอดขาย/รายได้จริง เพื่อปรับราคาขายหรือแผนการขายให้เหมาะสม และสอดคล้องกับ Inthapantee *et al.* (2023) ที่นำเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการต้นทุนผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ของวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมอาชีพบ้านนิคม อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ว่าควรมีการจัดทำระบบเอกสารเพื่อประกอบการบันทึกทางบัญชี ทั้งใบเสร็จรับเงิน ใบสำคัญจ่าย ทะเบียนคุมสินค้าและวัตถุดิบ โดยมีการกำหนดเลขที่เอกสารไว้ล่วงหน้า นอกจากนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Kiniphan (2023) ที่ทำการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตกระเป๋าสานเส้น

พลาสติกของวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาป้อม โดยได้เสนอแนวทางการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานเส้นพลาสติกราคาใหม่จากการคิดต้นทุนทั้งแบบวิธีต้นทุนเต็มและกำหนดราคาขายตามวิธีต้นทุนผันแปร

3. กำหนดราคาขายและวางแผนกำไรที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนวัดไทร พระราม 3 เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร ที่ใช้สูตรพื้นฐานคือ ผลรวมของค่าวัตถุดิบ + ค่าแรงงาน + ค่าใช้จ่ายในการผลิต เพื่อหาต้นทุนการผลิตรวมต่อหน่วย ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนจริงของผลิตภัณฑ์บราวนี่ต่อกล่องเพิ่มขึ้นจากเดิม 14.40 บาท เป็น 22.71 บาท สอดคล้องกับการศึกษาของ Saphio (2023) ที่ทำการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตปลาส้มจากตะเพียนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปปลาบ้านหนองทุ่ม อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น โดยใช้สูตรการคำนวณต้นทุนการผลิตปลาส้มเท่ากับ ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง 1,215.40 บาท และค่าแรงงานทางตรง 900 บาท ค่าใช้จ่ายการผลิต 258.60 บาท กำไรสุทธิต่อรอบการผลิตเท่ากับ 600.17 บาท มีกำไรส่วนเกิน ต่อหน่วยเท่ากับ 31.3 บาทมีมูลค่าขาย ณ จุดคุ้มทุนเท่ากับ 123 บาท และสอดคล้องกับการศึกษาของ Butsalee (2022) ที่ทำการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ชุมชนบ้านมาบสมอ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ใช้การวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนการทอผ้าไหมมัดหมี่จากวัตถุดิบทางตรง ได้แก่ ค่าเส้นไหม ค่าด้ายซีกวง ค่าสีย้อมไหม และค่าด่างฟอกไหม ค่าแรงทางตรง ได้แก่ ค่าแรงจากการทอ ค่าแรงจากการมัดหมี่ ค่าแรงจากการสาวไหม และค่าแรงการย้อมสีไหม ค่าใช้จ่ายในการผลิต ได้แก่ ค่าน้ำประปา ค่าฟืน ค่าเชือก ฟางมัดหมี่ ค่าน้ำยาล้างไหม ค่าสบู่เทียม และค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ได้แก่ ค่าขนส่งออก ค่าถุงแพ็ค และค่าสติ๊กเกอร์

สรุป

การจัดทำบัญชีของชุมชนวัดไทร พระราม 3 ยังมีข้อบกพร่องและไม่เป็นระบบที่ชัดเจน โดยพบปัญหาในการบันทึกรายรับ-รายจ่าย เอกสารไม่ครบถ้วน การคำนวณต้นทุนไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ขาดการจัดการสินค้าคงคลัง และการวางแผนยอดขาย แนวทางในการพัฒนาการจัดการต้นทุนประกอบด้วยการจัดทำระบบเอกสารบัญชีอย่างเป็นระบบ การสำรวจราคาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เป็นประจำ รวมถึงการรวบรวมข้อมูลต้นทุนทั้งหมดเพื่อคำนวณต้นทุนต่อหน่วย กำหนดราคาขาย และวางแผนธุรกิจ การกำหนดราคาขายและวางแผนกำไรจะช่วยสร้างความเข้าใจโครงสร้างต้นทุนที่แท้จริง ทำให้ชุมชนสามารถกำหนดราคาขายที่เหมาะสม วางแผนกำไร และแก้ปัญหาการขาดทุน ซึ่งจะนำไปสู่การบริหารจัดการธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แข่งขันได้อย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

เอกสารอ้างอิง

Butsalee, P. 2022. Analysis of costs, returns and financial ratios from Mudmee silk weaving of Ban Mapsamor community, Mueang district, Buriram province. NRRU Community Research Journal 16(3): 111-123. (in Thai)

Chawalit, A. and P. Manee. 2021. Development of cost management base on community's economy ideas: Case study of Baan Nah Ngae spice-community, Nopphitam district, Nakhon Si Thammarat province.

Narkbhutparitat Journal 13(2): 54-63. (in Thai)

Chokphiriyapinyo, S. and K Noramart. 2020. The guidelines for managing the accounting system and preparation of financial reports for temple to become sustainability. Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University 14(2): 151-162. (in Thai)

Intawong, S., P. Phuengthanasan, R. Damrongmanee and S. Maneesai. 2021. The cost management of the OTOP product, proceessed food and handicraft, in Sansai district, Chiang Mai province. Payap University Journal 31(2): 80-91. (in Thai)

Inthapantee, P., P. Suknu, J. Jantawong and P. Nuanlaong. 2023. Accounting system development and production cost management to enhance community products of occupation promotion community enterprise group at Ban Nikhom, Muang district, Surat Thani province. The Journal of Research and Academics 6(4): 145-161. (in Thai)

Kiniphan, P. 2023. Cost analysis and guidelines for determining sales prices based on the cost method of plastic woven bag products of Ban Kham Pom community enterprise, Suan Mon subdistrict, Manchakhiri district, Khon Kaen province. NEU Academic and Research Journal. 13(4): 298-309. (in Thai)

Kuntawong, T., K. Kasorn, W. Yeunyong, P. Akarak and N. Chaichok. 2023. Development of village savings fund accounting system to community accounting enhancement in Chiang Rai province. Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences 6(2): 588-610. (in Thai)

Office of Accounting Transferring Technology. 2021. Community Enterprise Accounting Manual. Bangkok: Cooperative Auditing Department, Bangkok. 116 p. (in Thai)

Palepu, K. G., P. M. Healy, S. Wright, M. Bradbury and J. Coulton. 2021. Business Analysis and Valuation: Using Financial Statements. Third Asia-Pacific Edition. Cengage Learning Australia, Melbourne, Victoria. 384 p.

Phiwphun, K. and P. Kobamrung. 2023. Analysis of the causal relationship path influencing local economic capital development approached for enhancing the capacity of community enterprise entrepreneurs in the lower northern region of Thailand. Journal of SaengKhomKham Buddhist Studies 8(2): 260-281. (in Thai)

Pongklang, P. 2019. The role of cost accounting in management. Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University 38(1): 11-20. (in Thai)

Puchthonglang, P and Namwongprom, A. (2013). Creative economic development model of Lanna Lantern manufacturer at Muang Sart Community in Muang district, Chiang Mai province. Journal of Community Development and Life Quality 1(3): 129-139.

Saphio, M. 2023. Analysis of costs and break-even points in pickled fish production from carp: A case study of a group of community enterprise Ban Nong Thum, Si Chomphu district, Khon Kaen province. pp. 866-874. *In*: Proceedings of the 10th National Academic Conference and Research Presentation, Northeastern University, Khon Kaen. (in Thai)

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากในชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง

The Development Model for Cultural Tourism Based on the Way of Life Surrounding the Nipa Palm in Yan Sue Community, Kantang District, Trang Province

จุติมา บุญมี[1] พีรวิชญ์ สิงฆาพะ[2] และ อนุตตมา บุญมี[3]*

Jutima Boonmee[1], Peravich Singkhala[2] and Anuttama Boonmee[3]*

[1]สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จ. ตรัง 92150

[1]Hotel and Tourism Department, College of Hospitality and Tourism, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Trang 92150, Thailand

[2]หลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพฯ 10250

[2]Hospitality Industry and Tourism Management Program, Kasem Bundit University, Bangkok 10250, Thailand

[3]งานสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยทักษิณ จ. สงขลา 90000

[3]Corporate Communication Office of Thaksin University, Songkhla 90000, Thailand

Corresponding author: Email: peravich.singkhala@gmail.com

(Received: May 20; Reviser: August 30, 2024; Accepted: Octorber 29, 2024)

Abstract: This study aimed to achieve two primary objectives: 1) to investigate the components of cultural tourism in the Yan Sue community, Kantang district, Trang province, and 2) to propose a model for cultural tourism development of the Way of Life Surrounding the Nipa Palm in the Yan Sue community, Kantang district, Trang province. This study employed a qualitative research approach, with data collected through in-depth interviews with key informants selected. Interviews were conducted with a total of 15 participants. The research findings revealed that 1) the Yan Sue community encompasses all four elements of cultural tourism based on the 4Hs model, which includes habitat, heritage, history, and handicrafts, and 2) the model for cultural tourism development of the Way of Life surrounding the Nipa Palm in Yan Sue community is known as the EPSL model. The model for the development of cultural tourism management of the Way of Life surrounding the Nipa Palm used the EPSL components in conjunction with the 4Hs of cultural tourism. This approach involved managing the environment to facilitate learning, emphasizing the active participation of stakeholders, and promoting storytelling and knowledge exchange about the Way of Life surrounding the Nipa Palm between tourists and the community.

Keywords: Development, cultural tourism, ways of Nipa palm

บทคัดย่อ: บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง และ 2) เสนอรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากในชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สัมภาษณ์จนพบความอิ่มตัวของข้อมูลที่จำนวน 15 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ชุมชนย่านซื่อมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4Hs ครบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ร่องรอยการอยู่อาศัย 2) ความเป็นแหล่งมรดก 3) ประวัติศาสตร์ และ

4) งานศิลปหัตถกรรม และ 2) รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากในชุมชนย่านซื่อ คือ รูปแบบ EPSL Model ซึ่งเป็นรูปแบบการพัฒนาที่เชื่อมโยงการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจาก โดยนำองค์ประกอบ EPSL มาจัดการร่วมกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4Hs โดยจัดการด้านสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการเรียนรู้ เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง ส่งเสริมให้เกิดการเล่าเรื่องราวและการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมวิถีต้นจากระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน

คำสำคัญ: การพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีต้นจาก

คำนำ

ประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายกระจายไปในทุกพื้นที่ ซึ่งสามารถนำต้นทุนทางวัฒนธรรมเหล่านั้น มาส่งเสริมให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (cultural tourism) อย่างไรก็ตาม กลับพบว่า ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น ยังพบปัญหาด้านการจัดการต้นทุนทางวัฒนธรรม จึงต้องเชื่อมโยงองค์ความรู้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยอาศัยรูปแบบการจัดการที่เหมาะสม เน้นการมีส่วนร่วมและสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับชุมชนเจ้าของพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น (Ministry of Tourism and Sports, 2022)

ตรังเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทยที่มีการส่งเสริมในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วยเพราะมีต้นทุนทางวัฒนธรรมในด้านวิถีชีวิตของชุมชนที่ผูกพันเชื่อมโยงกับทรัพยากรธรรมชาติ แต่ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ พบว่า ชุมชนยังขาดการจัดการเพื่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสืบทอดให้แก่เยาวชนรุ่นหลังได้เรียนรู้ (Boonmee and Lakbanchong, 2020) เช่น ชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง เป็นอีกหนึ่งชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตรังที่มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถถ่ายทอดความเป็นท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นวิถีของชุมชนได้ (Phomnimitkul *et al.,* 2020) โดยชุมชนย่านซื่อตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำตรัง คำเรียกชื่อชุมชน ที่เรียกกันถึงปัจจุบันว่า “ย่านซื่อ” เป็นคำเรียกที่มาจากบริเวณแม่น้ำที่ชุมชนตั้งถิ่นฐานอยู่นี้ มีลักษณะยาวตรงตลอดสาย ซึ่งคำว่าตรงในภาษาใต้ เรียกว่า “ซื่อ” ชุมชนมีลักษณะการดำรงชีวิตที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ในการทำการเกษตรและประมงชายฝั่ง และมีต้นทุนทางทรัพยากรทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่น คือ ต้นจาก (Nipa palm) (Phetchit *et al.,* 2020) และต้นจากที่ชุมชนย่านซื่อจะมีลักษณะที่แตกต่างจากในพื้นที่อื่น คือ ใบจากจะมีความมันวาว สมบูรณ์ สามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้อย่างสวยงาม ทำให้เป็นที่ต้องการของท้องตลาด

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดการศึกษาความพร้อมด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4Hs (Smith, 1996) ประกอบด้วย 1) ด้านร่องรอยการอยู่อาศัย (habitat) 2) ด้านความเป็นแหล่งมรดก (heritage) 3) ด้านประวัติศาสตร์ (history) และ 4) ด้านงานศิลปหัตถกรรม (handicrafts) เนื่องจากองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4Hs นี้ เป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญในการศึกษาความพร้อมของพื้นที่ในการจัดการเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพในการเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้เรื่องราวในอดีตที่มีคุณค่า (Johansen and Mehmetoglu, 2011; Kinnares, 2021; Smith, 1996) โดยนำมาวิเคราะห์ร่วมกับทรัพยากรในชุมชนที่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ตลอดจนร่องรอยต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการความเป็นมาและความเจริญรุ่งเรืองที่ตกทอดถึงปัจจุบัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดขององค์ประกอบในแต่ละด้านที่มีความแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ในการเก็บข้อมูลจากการทบทวนเอกสาร (document research) และสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อศึกษาเรื่องราวและภูมิปัญญาเกี่ยวกับวิถีต้นจากของชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง และนำเสนอรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากที่เหมาะสมกับชุมชน

ระยะเวลาในการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทบทวนเอกสารและสัมภาษณ์เชิงลึกระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคมพ.ศ. 2567 ในพื้นที่ตำบลย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีต้นจากผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ประกอบด้วย ประกอบอาชีพปลูกและแปรรูปต้นจาก ผู้ประสานงานด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนที่สนับสนุนกิจกรรมของชุมชน ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ที่คัดเลือกเจาะจงแบบปรกติ ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อการรวบรวมข้อมูลเพื่อตีความ โดยกำหนดเกณฑ์ด้านความรู้และประสบการณ์ในงานที่เกี่ยวข้องกับวิถีต้นจากมาแล้วมากกว่า 5 ปี สัมภาษณ์จนพบความอิ่มตัวของข้อมูล ที่ จำนวน 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) โดยกำหนดประเด็นข้อคำถามไว้และสามารถเพิ่มเติมได้ภายหลัง หากพบข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการวิจัย ซึ่งข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์เกี่ยวข้องกับความพร้อมด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4Hs ประกอบด้วย 1) ด้านร่องรอยการอยู่อาศัย (habitat) 2) ด้านความเป็นแหล่งมรดก (heritage) 3) ด้านประวัติศาสตร์ (history) และ 4) ด้านงานศิลปหัตถกรรม (handicrafts) โดยนำองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ทั้งนี้ได้นำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาในคำสัมภาษณ์ และผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เพื่อให้กระบวนการในการเก็บข้อมูลเป็นไปตามคุณภาพและมาตรฐานสากล เลขที่การรับรอง IRB.2567.002/14

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้มี 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนการทบทวนเอกสารจากงานวิจัย หนังสือ ตำรา ข้อมูลที่ได้มีการบันทึกไว้ ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนที่ 1 สามารถเชื่อมโยงไปสู่ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิถีต้นจากในชุมชนย่านซื่อ 2) ขั้นตอนการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อทราบถึงข้อมูลองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามสภาพความเป็นจริงที่เป็นอยู่ รวมถึงการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมร่วมกัน สอดคล้องกับกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพที่มุ่งอธิบายปรากฏการณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ใช้วิธีการอุปนัย (inductive method) โดยการตีความสร้างกรอบแนวคิดและแปลความหมายจากข้อมูลความจริงย่อย ๆ โดยวิเคราะห์สรุปข้อมูลจากการบันทึกภาคสนาม สร้างความน่าเชื่อถือในแหล่งที่มาของข้อมูล โดยก่อนการวิเคราะห์ทำการตรวจสอบสามเส้า (triangulation technique) จากแบบสัมภาษณ์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่งในเรื่องหรือประเด็นเดียวกัน ประกอบด้วย 3 แหล่ง คือ ด้านเวลา ด้านสถานที่ และด้านบุคคล เพื่อตรวจสอบว่าหากเก็บข้อมูลจากทั้ง 3 แหล่งที่มีความแตกต่างกัน ข้อมูลจะสอดคล้องกันหรือไม่ จากนั้นวิเคราะห์

สรุป และจัดกลุ่มข้อมูล (coding analysis) วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ให้ได้ข้อสรุป (conclusion)

ผลการศึกษา

1. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง

ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ตามข้อสรุปที่ได้จากการทบทวนเอกสารและการสัมภาษณ์มีความสอดคล้องกัน โดยพบว่า ชุมชนย่านซื่อมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ครบทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านร่องรอยการอยู่อาศัย 2) ด้านความเป็นแหล่งมรดก 3) ด้านประวัติศาสตร์ และ 4) ด้านงานศิลปหัตถกรรม ซึ่งในแต่ละด้าน สรุปได้ ดังนี้

1) ด้านร่องรอยชุมชนการอยู่อาศัย ดัง Figure 1 ชุมชนย่านซื่อมีพื้นที่ที่แสดงหลักฐานการสร้างถิ่นฐานของชุมชน มาอย่างยาวนานนับร้อยปี โดยชุมชนมีลักษณะการดำรงชีวิตที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ซึ่งเป็นแม่น้ำตรังยาวตลอดสาย ไหลลงสู่ทะเลอันดามันที่อำเภอกันตัง ชุมชนจึงยึดอาชีพการปลูกจากบริเวณริมแม่น้ำ หรือบริเวณที่น้ำท่วมถึง ดัง Figure 2 เนื่องจากเป็นพืชที่ขึ้นได้ดีในบริเวณริมแม่น้ำแห่งนี้ และการดูแลรักษาก็ทำได้ง่าย แต่อาจจะมีความลำบากบ้างในช่วงของการไปตัดต้นจากและนำมาแปรรูป ซึ่งต้องใช้ภูมิปัญญาและเทคนิควิธีการที่สืบทอดต่อกันมา และคำว่าย่านซื่อที่ใช้เรียกชื่อชุมชนนี้มาจากคำว่า บริเวณริมแม่น้ำนี้เป็นแนวตรง ซึ่งบอกลักษณะของแม่น้ำว่า ยาวตรงตลอดสาย ซึ่งภาษาใต้เรียกคำว่าตรง คือ ซื่อ

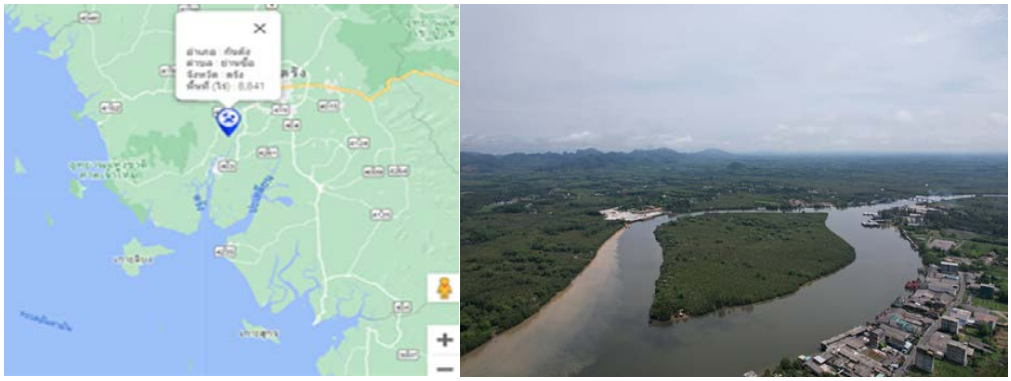


Figure 1. Images showing the location of the community

Figure 2. The Yan Sue community area, which is completely filled Nipa palm

“...คำว่าย่านซื่อ มาจากคนโบราณแต่ก่อนใช้เรียกลักษณะพื้นที่ตรงนี้ ซื่อ คือ ตรง เป็นแม่น้ำที่ตรงตลอดไปเลย...”
(I5 นามสมมติ, 2567, พฤษภาคม, สัมภาษณ์)
“...ตั้งแต่เด็กมาเลย ก็เห็นปู่ ย่า ตา ยาย พ่อแม่ของเราทำจาก ทำกันมานานมากแล้ว...”
(I10 นามสมมติ, 2567, พฤษภาคม, สัมภาษณ์)

2) ด้านความเป็นแหล่งมรดก ชุมชนย่านซื่อเป็นชุมชนที่อยู่ในอำเภอกันตัง ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยในอดีตเป็นเมืองท่าค้าขายที่มีความรุ่งเรืองทั้งทางเรือ ทางรถไฟ และเป็นชุมชนที่ตั้งเมืองเก่า มีตึกรามบ้านช่องที่แสดงถึงสถาปัตยกรรมเก่าแก่ที่ผสมผสานทั้งวัฒนธรรมไทย จีน และตะวันตกกระจายอยู่ทั่วเมือง ดัง Figure 3 และในอดีตเมืองกันตัง คือเมืองเก่าของจังหวัดตรัง ก่อนจะย้ายไปตั้งเมืองที่ทับเที่ยง ปัจจุบันจึงยังคงเห็นความเจริญรุ่งเรืองในอดีตที่เป็นหลักฐานมอบไว้เป็นมรดกให้คนรุ่นหลังได้ศึกษา

“...แต่ก่อนที่นี่เป็นเมืองที่คึกคักมาก จนมีคำพูดเล่ากันว่าหัวเรือกับหัวรถไฟมาถึงพร้อมกัน...”
(I7 นามสมมติ, 2567, พฤษภาคม, สัมภาษณ์)
“...ถ้าสังเกตดี ๆ นะ จะเห็นตึกรามบ้านช่องในรูปแบบทั้งไทย จีน ตะวันตกผสมผสานกันไป...”
(I11 นามสมมติ, 2567, พฤษภาคม, สัมภาษณ์)

Figure 3. Images showing the old architecture in Kantang city

3) ด้านความเป็นประวัติศาสตร์ ชุมชนย่านซื่อตั้งอยู่ในอำเภอกันตัง ซึ่งมีเรื่องราวสำคัญทางประวัติศาสตร์ในฐานะเป็นเมืองท่าค้าขายในอดีต เห็นได้จากร่อยรอยของความเจริญและหลักฐานต่าง ๆ ที่มีมาอย่างยาวนานนับร้อยปี โดยในอดีตเมืองกันตังนับว่าเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงในด้านการขนส่งสินค้าทางเรือจากต่างประเทศ มีการเดินทางของผู้คนจากเมืองสำคัญต่าง ๆ เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม กันตังจึงเป็นเมืองที่มีความสำคัญมาจนถึงปัจจุบัน โดยสถานที่สำคัญที่เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เช่น สถานีรถไฟกันตัง พิพิธภัณฑ์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ยางพาราต้นแรกของประเทศไทย ซึ่งชุมชนย่านซื่อตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำตรัง ซึ่งในอดีตเป็นเส้นทางประวัติศาสตร์ในการเดินทางสัญจรและการตั้งเมือง ชุมชนย่านซื่อจึงนับว่าเป็นหมู่บ้านโบราณที่สำคัญบริเวณริมแม่น้ำตรัง

“...ตรงแม่น้ำสายนี้ ในอดีตมีเรือวิ่งผ่านไปมาตลอด ชุมชนก็จะคึกคักหน่อย...”
(I3 นามสมมติ, 2567, พฤษภาคม, สัมภาษณ์)
“...ถ้ามากันตัง และไปที่สถานี ต้นยาง พิพิธภัณฑ์ก็จะรู้เลยว่าแต่ก่อนเป็นอย่างไร ในอดีตที่นี่เจริญมาก...”
(I11 นามสมมติ, 2567, พฤษภาคม, สัมภาษณ์)

4) ด้านงานศิลปหัตถกรรมที่ชุมชนย่านซื่อมีงานศิลปะที่ทำด้วยมือที่โดดเด่น โดยเฉพาะการแปรรูปงานจักสานจากต้นจาก ซึ่งมีขั้นตอนในการทำที่สืบทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างยาวนาน ดัง Figure 4 งานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงได้แก่ ติหมา และเสวียนหม้อ โดยติหมา คือ ภาชนะตักน้ำ ทำหน้าที่เหมือนถังน้ำและขันน้ำ ส่วนเสวียนหม้อ หรือ ถาดรองหม้อมีลักษณะพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เพื่อใช้สอยในครัวเรือนเป็นที่รองหม้อใส่ผลไม้และสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นต้น ปัจจุบันภูมิปัญญาเหล่านี้ กำลังจะสูญหาย เพราะไม่มีคนรุ่นหลังสืบทอด ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะมีส่วนสำคัญที่ช่วยรักษาภูมิปัญญานี้ไว้ โดยให้คนรุ่นหลังได้เห็นความสำคัญ และช่วยกันอนุรักษ์ผ่านการเรียนรู้และตระหนักเห็นคุณค่าและความสำคัญของงานหัตถกรรมนี

“...ติหมานี้จะเอาใบมาสาน ส่วนเสวียนหม้อจะใช้ก้าน...”
(I8 นามสมมติ, 2567,พฤษภาคม, สัมภาษณ์)
“...วัสดุในชุมชนเรามีมากมาย แค่เราต้องมีฝีมือ และเข้าใจเทคนิคในการทำ...”
(I14 นามสมมติ, 2567, พฤษภาคม, สัมภาษณ์)

Figure 4. Steps to make a products from Nipa palm

2. รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากในชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง

ผลการศึกษาสามารถนำเสนอรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากในชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่จากการวิเคราะห์ร่วมกันของชุมชนในการสำรวจทรัพยากรทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมผ่านลักษณะที่เป็นจุดเด่นของชุมชนประกอบกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดัง Figure 5 โดยใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม เชื่อมโยงประวัติศาสตร์ของชุมชนที่บอกเล่าวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ผูกพันกับวิถีอาชีพการทำจาก

Figure 5. Participation for activities design of cultural tourism from Nipa palm

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีความโดดเด่นในด้านงานศิลปหัตถกรรม เนื่องจากเป็นแหล่งการทำงานจักสานและแปรรูปส่วนต่าง ๆ ของต้นจากที่สืบทอดมาอย่างยาวนาน เนื่องจากที่ชุมชนย่านซื่อมีต้นจากขึ้นเป็นจำนวนมากในพื้นที่ โดยชุมชนจะเข้าไปตัดส่วนต่าง ๆ ของต้นจาก เมื่อได้ต้นจากมาแล้วจะนำมาทำความสะอาด แล้วเลือกส่วนที่จะใช้มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งส่วนต่าง ๆ ของต้นจากนั้น ต้องทำในขณะที่ส่วนต่าง ๆ ยังสดอยู่เพื่อง่ายต่อการขึ้นรูปทรงแล้วจึงค่อยนำไปตากแห้งต่อ สมาชิกในชุมชนสามารถนำส่วนประกอบต่าง ๆ ของต้นจากมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ได้ทุกส่วนเริ่มจาก ใบจาก โดยส่วนใบที่แก่ สามารถนำมาใช้ประโยชน์เป็นตับจากมุงหลังคาบ้าน นอกจากนั้นใบที่แก่ยังใช่ห่อขนมจากยอดจาก ใช้ทำใบห่อยาสูบ ทำติหมาตักน้ำ ทำที่ใส่ของ ทำเสวียนหม้อ ลูกจาก ทำน้ำหวาน น้ำตาลจากหวาก (เหล้าพื้นบ้าน)น้ำส้มสายชู ลูกจากเชื่อมอบแห้ง และแยม เป็นต้น ทั้งนี้ ยังสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และนำไปตกแต่งสถานที่ซึ่งมีความสวยงามและมีเอกลักษณ์ นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงกับ 3 องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ด้านร่องรอยการอยู่อาศัย ด้านความเป็นแหล่งมรดกและด้านประวัติศาสตร์ โดยพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เน้นการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตการทำจากของชุมชน พร้อมบอกเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน ความสำคัญของมรดกภูมิปัญญาที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ซึ่งลักษณะของการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน คือ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากย่านซื่อเชื่อมโยงเส้นทางประวัติศาสตร์ของเมืองกันตัง โดยกิจกรรมท่องเที่ยวหลัก ๆ ประกอบด้วย เล่าเรื่องประวัติความเป็นมาของชุมชนเชื่อมโยงกับการเป็นเมืองท่าของกันตัง ชมและเรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์ต้นจาก รับประทานอาหารท้องถิ่นซึ่งวัตถุดิบหาได้จากแม่น้ำตรัง พร้อมกับเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากต้นจากที่ผลิตในชุมชน ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชุมชนให้เพิ่มขึ้นได้อีกทางหนึ่ง โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 86.66 เห็นถึงความสำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากในชุมชนย่านซื่อที่ได้จากการศึกษาเน้นกระบวนการจัดการที่เชื่อมโยงกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4Hs ทั้ง 4 ด้าน เพื่อให้เกิดการจัดการที่มีประสิทธิภาพควบคู่กับแนวทางตามรูปแบบ EPSL model ดัง Figure 6

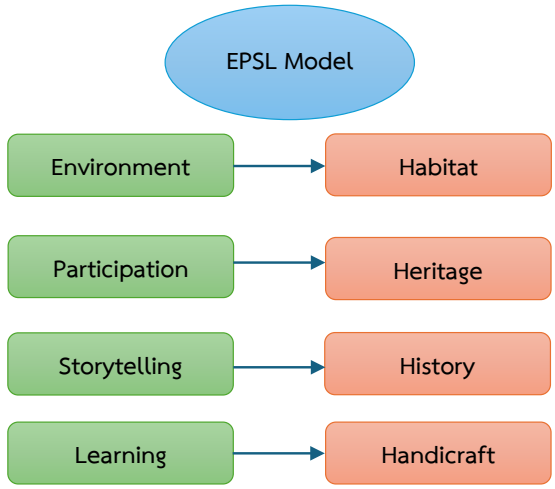


Figure 6. EPSL model for cultural tourism of Yan Sue community

จากภาพ Figure 6 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทาง EPSL model ประกอบด้วย การออกแบบสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ (E=environment) เชื่อมโยงกับบริบทของพื้นที่ (habitat) การทำงานร่วมกันกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ยกระดับให้เป็นพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรมในอนาคต ผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ถ่ายทอดสานต่อ คงไว้จากรุ่นสู่รุ่น (P=particpation) เชื่อมโยงกับความเป็นแหล่งมรดก (heritage) การออกแบบเรื่องราว สร้างเรื่องเล่า (S=storytelling) เชื่อมโยงกับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ (history) และการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาในงานจักสานจากของชุมชน (L=learning) เชื่อมโยงอาชีพและความยั่งยืนทางภูมิปัญญา ด้านงานศิลปหัตถกรรม (handicraff) ซึ่งชุมชนสามารถนำวิธีการจัดการที่กล่าวถึงไปปรับใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนให้เกิดความเหมาะสม โดยเชื่อมโยง องค์ประกอบ EPSL ร่วมกับองค์ประกอบ 4Hs เข้าด้วยกัน และนำมาจัดการให้เกิดกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น หากนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยวในรูปแบบเชิงนิเวศ สามารถเชื่อมโยงกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่มีของชุมชน โดยให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้ระบบนิเวศของป่าจากในชุมชน เรียนรู้กระบวนการปลูกที่สอดคล้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม หรือ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่สามารถเชื่อมโยงกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม โดยให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้การทำงานหัตถกรรมจักสานของชุมชน โดยเฉพาะการทำติหมา ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญยกให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและมีชื่อเสียงของชุมชน ดัง Figure 7 ซึ่งเป็นงานจักสานที่มีความโดดเด่น นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และฝึกทำ ทำให้เกิดประสบการณ์จากการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมร่วมกันกับชุมชน

Figure 7. Timba made from Nipa palm

ซึ่งการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนย่านซื่อ ยังสอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ นำเที่ยวที่ให้ข้อมูลถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากของชุมชนย่านซื่อว่า ปัจจุบันเมื่อนำนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม กิจกรรมการทำผลิตภัณฑ์ต้นจากมีค่อนข้างน้อย นอกจากจะมีการนัดหมายมาล่วงหน้า ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเพราะคนรุ่นหลังไม่ได้สืบทอดต่อและไม่มีความเข้าใจวิธีการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งผู้ที่จะสามารถทำผลิตภัณฑ์ได้ ต้องผ่านการเรียนรู้และฝึกฝนอย่างต่อเนื่องจากผู้มีความรู้และประสบการณ์ ดังตัวอย่างข้อมูลการสัมภาษณ์

“...เสียดายนะ ที่ย่านซื่อ น่ามาเที่ยวมาก นักท่องเที่ยวชอบ แต่หลัง ๆ มาไม่ค่อยเห็นใครทำจากแล้ว...”
(I1 นามสมมติ, 2567, พฤษภาคม, สัมภาษณ์)
“...มีนักท่องเที่ยวติดต่อมา อยากชมการทำจาก แต่เราก็ไม่รู้ว่าจะประสานใครเหมือนกัน...”
(I2 นามสมมติ, 2567, พฤษภาคม, สัมภาษณ์)

จากข้อมูลข้างต้น การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากตามแนวทาง EPSL model เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงควรมีการจัดการและวางแผนเพื่อให้คนรุ่นหลังได้เข้ามามีส่วนร่วม โดยการกระตุ้นและทำให้คนรุ่นหลังตระหนักและเห็นความสำคัญของคุณค่าภูมิปัญญาวิถีจากของชุมชน โดยให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสม

วิจารณ์

1. ชุมชนมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ครบทั้ง 4 ด้านทั้ง 1) ด้านร่องรอยการอยู่อาศัย 2) ด้านความเป็นแหล่งมรดก 3) ด้านประวัติศาสตร์ และ 4) ด้านงานศิลปหัตถกรรม ซึ่งชุมชนย่านซื่อมีความโดดเด่นมากที่สุดในด้านงานศิลปหัตถกรรม สอดคล้องกับ Johansen and Mehmetoglu (2011) Kinnares (2021) และ Smith (1996) ที่สรุปให้เห็นถึงข้อค้นพบของการศึกษาตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เมื่อนำไปศึกษาแล้วจะพบความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ และในแต่ละพื้นที่จะมีองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งแตกต่างกับข้อค้นพบที่ได้ของ Johansen and Mehmetoglu (2011) ที่พบว่าร่องรอยของที่อยู่อาศัย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการเชื่อมโยงสู่ถิ่นที่อยู่อาศัยหรือความเป็นชุมชนนั้น ๆ เหตุที่

ข้อค้นพบแตกต่างกันเพราะชุมชนย่านซื่อเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของชุมชนหนึ่งในอำเภอกันตัง ความโดดเด่นในด้านร่องรอยของที่อยู่อาศัยจึงให้ความสำคัญไปยังตัวเมืองกันตังที่เป็นเมืองใหญ่มากกว่า ในขณะที่ชุมชนย่านซื่อจะมีความสำคัญในเรื่องการทำจาก หรือวิถีอาชีพจากค่อนข้างมาก ข้อค้นพบจึงให้ความสำคัญไปตามลักษณะของพื้นที่และอาชีพความเป็นอยู่ของชุมชน

2. รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากในชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง เน้นการออกแบบให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เรียนรู้วิถีต้นจากในชุมชนย่านซื่อ ทั้งนี้ยังสามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าในอดีตของอำเภอกันตัง เช่น สถานีรถไฟกันตัง ท่าเรือกันตัง พิพิธภัณฑ์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ยางพาราต้นแรกของประเทศไทย ย่านเมืองเก่า ซึ่งเป็นกลุ่มอาคารที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทยจีนตะวันตก โดยพัฒนาให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การเล่าเรื่องประวัติความเป็นมาของชุมชน เชื่อมโยงกับการเป็นเมืองท่าของกันตัง ชมและเรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์จากต้นจาก รับประทานอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นวัตถุดิบที่หาได้จากแม่น้ำตรัง พร้อมกับเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากต้นจากที่ผลิตในชุมชน ผ่านกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวตามรูปแบบ EPSL model ซึ่งให้ความสำคัญกับการจัดการองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับร่องรอยการอยู่อาศัย ความเป็นแหล่งมรดก ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชนย่านซื่อ และงานศิลปหัตถกรรมที่โดดเด่นซึ่งมาจากวิถีชีวิตของชุมชน โดยเชื่อมโยงองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน มาจัดการร่วมกันกับสิ่งแวดล้อมของชุมชน เน้นการมีส่วนร่วม การสื่อความหมาย และการเรียนรู้เพื่อที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรมวิถีจากของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ Cheablm and Chanklap (2020) และ Ninsa-nguandecha (2018) ที่สรุปให้เห็นถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องมีวิธีการในการให้ความรู้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญ ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าให้สินค้า ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเชื่อมโยงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ทำให้ชุมชนสามารถรักษามรดกทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาต่าง ๆ ไว้ได้อย่างยั่งยืน และยังสอดคล้องกับ Kinnares (2021) ที่อธิบายให้เห็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบวร ซึ่งหมายถึง บ้าน วัด โรงเรียน เชื่อมโยงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์และวิถีของชุมชน นอกจากนั้นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะยั่งยืนได้ ต้องมีการส่งเสริมความร่วมมือเพื่อยกระดับและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมตามวิถีของชุมชนต่อไป ดังที่ Dokmai and Ampailapsuk (2022) และ Ministry of Tourism and Sports (2020) สรุปถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งช่วยส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นกิจกรรมที่มีคุณค่า นอกจากจะเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังช่วยในการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาเหล่านั้นให้คงอยู่ต่อไป

สรุป

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีต้นจากในชุมชนย่านซื่อ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดเรื่องราวและการสร้างประสบการณ์ โดยสามารถออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สามารถกระจายรายได้ในชุมชน ทั้งนี้ยังให้ความสำคัญกับการออกแบบสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการเรียนรู้และการสัมผัสประสบการณ์ สามารถเพิ่มคุณค่าและมูลค่า โดยที่ชุมชนยังคงรักษาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่สำคัญ พร้อม ๆ

กับถ่ายทอดให้กับคนรุ่นหลังต่อไป โดยนำเสนอผ่านการเล่าเรื่องราวและการเรียนรู้ร่วมกัน รวมไปถึงการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ จากการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยว ล้วนเป็นแนวทางที่ช่วยให้วิถีอาชีพต้นจากยังคงอยู่คู่ชุมชนไปสู่คนรุ่นหลังอีกนานเท่านาน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย งบประมาณรายได้ประจำปี พ.ศ. 2567

เอกสารอ้างอิง

Boonmee, J. and T. Lakbanchong. 2020. The strategy for community-based tourism development in Trang province. pp. 510-519. In: Proceedings of 6th National Conference on Tourism 2020: New Normal Tourism to Drive Local Economy. Ubon Rachathani University, Ubon Rachathani. (in Thai)

Cheablam, O. and B. Chanklap. 2020. Sustainable Nipa palm (*Nypa fruticans* Wurmb.) product utilization in Thailand. Scientifica 2020: 3856203, doi: 10.1155/2020/3856203.

Dokmai, A. and S. Ampailapsuk. 2022. Designing cultural heritage tourism trail on OTOP Nawatwithi sustainable Noen Kham community, Noen Kham subdistrict, Noen Kham district, Chai Nat province. Journal of Community Development and Life Quality 10(3): 263 -272. (in Thai)

Johansen, T. E. and M. Mehmetoglu. 2011. Indigenous tourism from a visitor's perspective: An empirical examination of Valene L. Smith's 4Hs at a Sami festival in Norway. Journal of Heritage Tourism 6(2): 129-141.

Kinnares, P. 2021. Development of participatory waste management model in the cultural tourism of Wat Mahathat community Nakhon Phanom province. Journal of Community Development and Life Quality 9(3): 366 -376. (in Thai)

Ministry of Tourism and Sports. 2020. Tourism Economic Review. Ministry of Tourism and Sports, Bangkok. 68 p. (in Thai)

Ministry of Tourism and Sports. 2022. Thai Tourism Towards Sustainability. Bangkok. 50 p. (in Thai)

Ninsa-nguandecha, J. 2018. Guidelines for cultural tourism management with a cooperation of Trang tourism partnership: A case study of vegetarian tradition in Kew Ong Yeah Shrine, Trang province. Research report. University of the Thai Chamber of Commerce, Bangkok. 191 p. (in Thai)

Phetchit, J., S. Buakhao, R. Unjan, R. Chuaymung and N. Thammachot. 2020. The opinion of the Nipa palm farmer in Wang Won sub district, Kan Tang district, Trang province. Journal of Science and Technology Songkhla Rajabhat University 1(1): 33-44. (in Thai)

Phomnimitkul, K., T. Putjorn and T. Vechpong. 2020. The culture management of the second-tier provinces to support local experience-based tourism under the LINK Project. Journal of Liberal Arts, Prince of Songkla University 12(1): 200-226. (in Thai)

Smith, V. 1996. Indigenous tourism: The four Hs. pp. 283-307 In: R.W. Butler and T.D. Hinch (eds.), Tourism and Indigenous Peoples International Thomson Business Press, Toronto.

การประเมินการรับรู้ผ่านประสบการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพในจังหวัดเชียงราย

Evaluating Foreign Tourists' Perceptions of Travel Experiences for Effective Tourism Development in Chiang Rai Province

เสงี่ยม บุญพัฒน์ มัลลิตา ชูติระกะ อรวรรณ บุญพัฒน์ สิทธิ สิทธิกรรณ์ มนสิชา ซาวคำ ภูวนารถ ศรีทอง สุรัชนี ยลธะศาสตร์ อุทุมพร การเก็บ และ ปานดวงใจ บุญจนาวิโรจน์*

Sa-Ngiam Boonpat, Munlita Chootiraka, Orawan Boonpat, Sitthi Sitthikan, Monsicha Saokham, Phuwanart Srithong, Suratchanee Youlthasart, Uthumphorn Kankeb and Panduangchai Boonjanawirod*

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จ. เชียงราย 57100

Faculty of Tourism and Hotel, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai 57100, Thailand

*Corresponding author: E-mail: munlita.cho@crru.ac.th

(Received: June 11, 2024; Revised: September 11, 2024; Accepted: October 4, 2024)

Abstract: Tourism development has generated both positive and negative impacts on the economy, society, environment and way of life of people in tourist destinations. The rapid growth and increase in tourism development in recent year has brought many problems. Hence, tourism development that is consistent with the perceptions towards experiences of tourists is fundamental for the determining of a tourism development model that will minimize the negative impacts from tourism. Therefore, this study aims to examine tourists' perceptions based on their travel experiences in order to develop appropriate tourism models for Chiang Rai province. A Likert scale questionnaire was designed for 370 international tourists. Self-administered data collection method were adopted for this study. Data were analyzed by descriptive statistics consisting of frequency and percentage. The study revealed that tourists' perceptions based on travel experiences in Chiang Rai province exhibit both similarities and differences, even within the same subject area depending on each traveler's purposes. Tourists' perception information can be used for tourism marketing activities and for determining

a tourism development model for enhancing tourism destinations to response the needs of tourists.

Keywords: Tourism, tourists' perception, tourism development

บทคัดย่อ: การพัฒนาการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและลบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ความเจริญของการท่องเที่ยวที่ผ่านมาก่อให้เกิดปัญหาจำนวนมาก ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการรับรู้ ทัศนคติ และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวใช้กำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ลดความเสี่ยงและผลกระทบจากการท่องเที่ยว การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ท่องเที่ยวและกำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามตามมาตรวัดของลิเคิร์ท เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 370 คนโดยนักท่องเที่ยว

เป็นผู้กรอกคำถามด้วยตัวเอง (self-administered questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (ความถี่และร้อยละ) ผลการศึกษาพบว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีลักษณะคล้ายกัน และแตกต่างกันแม้จะเป็นในเรื่องเดียวกัน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง และข้อมูลการรับรู้ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน สามารถใช้ออกแบบกิจกรรมการตลาดท่องเที่ยว และกำหนดรูปแบบในการพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว การรับรู้ของนักท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยว

คำนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาและกระจายความเจริญออกไปสู่ทุกภูมิภาคของประเทศเกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม เกิดการลงทุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จากตัวเลขบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (tourism satellite account: TSA) พบว่าในปี พ.ศ. 2562 ก่อนการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส (COVID-19) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว สูงถึง 3,005,552 ล้านบาท หรือเท่ากับสัดส่วนร้อยละ 17.79 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (National Tourism Policy Committee, 2023) จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางท่องเที่ยว ศักยภาพของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวว่าต้องมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว ความสวยงามและมีความน่าสนใจ ปัจจัยสำคัญที่ใช้ประเมินศักยภาพของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (attractions) ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึง (accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) มาตรฐาน และความหลากหลายของที่พักแรม (accommodation) และกิจกรรมต่าง ๆ (activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้นอกจากการเยี่ยมชมทัศนียภาพหรือภูมิทัศน์ (sightseeing) (Boonpat, 2021; Descarten, 2023; Kumara and Senarathna, 2022; Torres *et al.*, 2024; Velasquez *et al.*, 2024)

นักวิชาการได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกันอย่างแพร่หลาย (Akay, 2020; Rahman *et al.*, 2020; Buzova *et al.*, 2021; Daskin and Pala, 2022; Bagheri *et al.*, 2023; Karim *et al.*, 2024; Gogitidze *et al.*, 2023; Kim, 2021; Lan *et al.*, 2021) จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ว่า พลวัตทางสังคมและวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อรูปแบบพฤติกรรม รวมไปถึงค่านิยมของนักท่องเที่ยวมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจึงเป็นประเด็นที่ต้องมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทราบถึงกระแสความต้องการที่ทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งผลการศึกษาสามารถนำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์/การบริการที่ทันสมัยตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว

จังหวัดเชียงรายจัดเป็นเมืองรองที่สำคัญของภาคเหนือ ซึ่งมีโครงสร้างเศรษฐกิจมาจากการทำการเกษตร ป่าไม้ และการประมงเป็นหลัก และมีการเพาะปลูกพืชสำคัญทางเศรษฐกิจที่มีชื่อเสียง สินค้าทางการเกษตรบางชนิดได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น สับปะรดนางแล สับปะรดภูแล เชียงราย กาแฟดอยตุง กาแฟดอยช้าง ชาเชียงราย ข้าวเหนียวเขี้ยวงูเชียงราย ข้าวก่ำล้านนา (Chiang Rai Provincial Agriculture and Cooperatives Office, 2024) ปี 2565 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายสูงเป็นอันดับที่ 2 ด้วยทำเลและความหลากหลายของทรัพยากร (Longtunman, 2024) และปัจจุบันรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่าง

ต่อเนื่องของจังหวัดเชียงราย คือการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Boonpat and Boonpat, 2023)

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมีเป้าหมายหลักในการประเมินการรับรู้ผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และกำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้บรรลุเป้าหมายหลักจึงได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยไว้ 3 ข้อ ดังนี้

1) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

2) เพื่อประเมินการรับรู้ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

3) เพื่อกำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและเหมาะสมกับบริบทจังหวัดเชียงราย

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อการประเมินการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและใช้เป็นข้อมูลสำหรับกำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย มีการดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนมิถุนายน – ธันวาคม พ.ศ. 2566 โดยมีพื้นที่การศึกษาใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการศึกษาครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ซึ่งประชากรของการศึกษามีลักษณะไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ขนาดกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้จึงได้คำนวณจากสูตร Cochran (1977) โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่มไว้ร้อยละ 40 ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับได้ร้อยละ 5 ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาครั้งนี้จะต้องไม่น้อยกว่า 369 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามจึงเก็บข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 400 คน โดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างไว้ดังนี้ (1) เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี (2) สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ (ฟัง พูด อ่าน และเขียน) (3) มีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง หรือกำลังอยู่ระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามที่ออกแบบตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เลือกใช้ฉบับภาษาอังกฤษเป็นหลัก ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาครั้งนี้จะต้องมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้เบื้องต้น แบบสอบถามประกอบด้วย 1) คำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว 2) คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย คณะผู้วิจัยทำการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยนำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วยอาจารย์/นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจบริการการท่องเที่ยว โดยค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ที่ 0.80 และหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ด้วยการนำแบบสอบถามมาทดลองใช้ (pilot test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน ซึ่งผลการทดสอบพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ (α = 0.93)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากนักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 คน ซึ่งนักวิจัยจะนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างพร้อมทำการอธิบายส่วนต่าง ๆ ในแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจ

ก่อน โดยกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้กรอกคำถามด้วยตัวเอง (self-administered questionnaire) ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลกระจายไปยังสถานที่ต่าง ๆ ภายในจังหวัดเชียงราย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในจังหวัดเชียงราย สถานีขนส่ง ท่าอากาศยาน ร้านอาหาร และโรงแรม โดยผู้วิจัยจะดำเนินการขออนุญาตสถานประกอบการด้วยวาจาในเบื้องต้น และหากสถานประกอบการใดที่ต้องการให้ทำหนังสือแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร ทางคณะผู้วิจัยจะจัดทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล โดยจะระบุในเอกสารชี้แจงไว้อย่างชัดเจนว่าสถานประกอบการ และผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยสามารถถอนตัวออกจากโครงการได้ตลอด โดยคณะผู้วิจัยจะไม่บังคับเพื่อให้ได้ข้อมูล ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 400 ชุด โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 7 เดือน (มิถุนายน – ธันวาคม พ.ศ. 2566) อย่างไรก็ตาม มีแบบสอบถามบางส่วนสูญหาย และมีข้อมูลไม่สมบูรณ์ คณะผู้วิจัยจึงเลือกใช้เฉพาะแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนในการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 370 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้จัดการข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเลือกใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหลัก คือ เพื่อการประเมินการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและใช้เป็นข้อมูลสำหรับกำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย ดังแสดงใน Figure 1

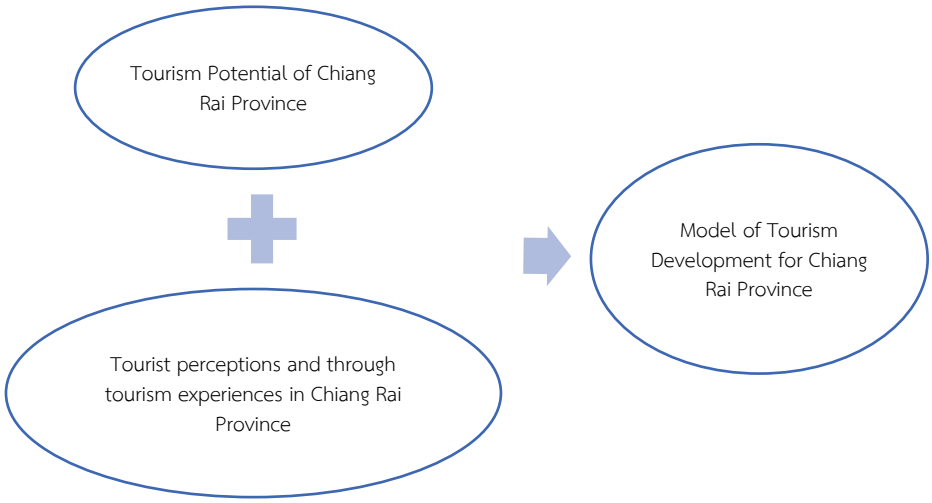


Figure 1. Research conceptual framework

ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้กำหนดเป้าหมายหลักคือเพื่อการประเมินการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและใช้เป็นข้อมูลสำหรับกำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย โดยผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

1) ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 186 คน (ร้อยละ 50.3) เพศหญิงจำนวน 183 คน (ร้อยละ 49.5) มีอายุ 36 ปีขึ้นไปมากที่สุด จำนวน 110 คน (ร้อยละ 29.7) รองลงมาคืออายุ 26-30 ปี จำนวน 93 คน (ร้อยละ 25.1) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด จำนวน 50 คน (ร้อยละ 13.5) รองลงมา คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 37 คน (ร้อยละ 10.0) ประเทศฝรั่งเศส จำนวน 35 คน (ร้อยละ 9.5) ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทำงานประจำ จำนวนสูงถึง 178 คน (ร้อยละ 48.1) รองลงมาคือ ทำงานแบบไม่ประจำ จำนวน 96 คน (ร้อยละ 26) ในส่วนของประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียง พบว่าจำนวนมากถึง 324 คน (ร้อยละ 87.6) เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายครั้งแรก ขณะที่มีเพียงจำนวน 46 คน (ร้อยละ 12.4) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายมากกว่า 1 ครั้ง โดยเป็นการเดินทางพร้อมกับครอบครัว และการเดินทางพร้อมกับเพื่อนมีจำนวนเท่ากันคือ 108 คน (ร้อยละ 29.2) ทั้งสองกลุ่ม รองลงมาคือเป็นการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว จำนวน 84 คน (ร้อยละ 22.7) ลักษณะการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ ส่วนใหญ่เลือกจัดวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง จำนวน 334 คน (ร้อยละ 90.3) และเลือกการจัดการโดยบริษัทนำเที่ยวเพียงจำนวน 36 คน (ร้อยละ 9.7) สำหรับจำนวนเฉลี่ยของการเข้าพักแรมในจังหวัดเชียงราย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกพักค้างคืน 2-3 คืน จำนวน 186 คน (ร้อยละ 50.3) รองลงมาคือเข้าพักค้างคืน 4-5 คืน จำนวน 77 คน (ร้อยละ 20.8) และเข้าพัก 1 คืน จำนวน 75 คน (ร้อยละ 20.3) ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการมากที่สุด คือ โรงแรมระดับ 4-5 ดาว จำนวน 111 คน (ร้อยละ 30.0) รองลงมาคือ โรงแรมระดับ 2-3 ดาว จำนวน 83 คน (ร้อยละ 22.4) และที่พักประเภทโฮสเทล (hostel) จำนวน 75 คน (ร้อยละ 20.3) และนิยมจองที่พักในรูปแบบออนไลน์ จำนวน 221 คน (ร้อยละ 59.7) เลือกแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายที่ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จำนวน 101 คน (ร้อยละ 27.3) ค้นคว้าข้อมูลผ่านเสิร์ชเอนจิน (search engine) และจำนวน 54 คน (ร้อยละ 14.6) เลือกหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของบริษัทนำเที่ยวและตัวแทนนำเที่ยว และการหาข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติหรือคนรู้จักที่เคยมาเที่ยว จำนวน 53 คน (ร้อยละ 14.3) ตามลำดับ ดังแสดงใน Table 1

Table 1. Profile of samples

Item	Frequency	%
Gender		
Male	186	50.3
Female	183	49.5
Prefer not to say	1	0.3
Age		
20-25	79	21.4
26-30	93	25.1
31-35	88	23.8
36 years and over	110	29.7
Country of origin		
USA	50	13.5
China	37	10.0
France	35	9.5
Vietnam	30	8.1
Korea	32	8.6
German	31	8.3
Japan	32	8.6
Australia	33	8.9
Sweden	28	7.6
Canada	34	9.2
Brazil	28	7.6
Occupation		
Full time	178	48.1
Part time	96	26
Unemployed	40	10.8
Not specified	56	15.1
Number of visits		
First visit	324	87.6
More than one times	46	12.4
Traveling companion		
Alone	84	22.7
Families	108	29.2
Friends	108	29.2
Prefer not to say	70	18.9
Travel arrangement		
Own arrangement	334	90.3
Travel agency	36	9.7
Number of nights		
1 night	75	20.3
2-3 nights	186	50.3

4-5 nights	77	20.8
Accommodation		
Luxury hotel	111	30.0
Budget hotel	83	22.4
Hostel	75	20.3
Booking channel		
Online	221	59.7
Offline	149	40.3
Information sources		
Search Engine	101	27.3
Websites	54	14.6
Friends/Families/Relatives	53	14.3
TV	48	13
Prints medias	50	13.5
Others	46	12.4
Not specified	18	4.9

n = 370

2) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จำนวน 186 คน (ร้อยละ 50.27) ให้ความสำคัญระดับปานกลางด้านการซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชน (activities) ในขณะที่ จำนวน 143 คน (ร้อยละ 38.65) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดด้านการมีประสบการณ์การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มของชุมชน (activities) ในขณะที่มีนักท่องเที่ยว จำนวน 136 คน (ร้อยละ 36.77) ให้ความสำคัญน้อยที่สุดด้านความน่าสนใจและดึงดูดใจของทรัพยากรการท่องเที่ยว (attractions) ตามลำดับ นอกจากนี้จากผลการศึกษายังพบว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมเรื่องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.37) ดังแสดงใน Table 2

Table 2. Analysis of tourism perceptions in Chiang Rai province

No	Tourism perceptions in Chiang Rai province	5※	4	3	2	1	$\bar{X}$	Interpretation
				(Percentage)				
1	Convenience to access	58 (15.68)	73 (19.73)	80 (21.62)	76 (20.54)	83 (22.43)	2.86	Medium
2	Value for money	43 (11.62)	74 (20.00)	82 (22.16)	84 (22.70)	87 (23.51)	2.74	Medium
3	Entertainment and night life	108 (29.19)	95 (25.68)	67 (18.11)	57 (15.41)	43 (11.62)	3.45	High
4	Sustainable of tourist attractions	63 (17.03)	76 (20.54)	89 (24.05)	64 (17.30)	78 (21.08)	2.95	Medium
5	Attractiveness of tourism resources	62 (16.76)	59 (15.95)	47 (12.70)	66 (17.84)	136 (36.77)	2.58	Medium
6	Surrounding environment	117 (31.62)	138 (37.30)	45 (12.16)	35 (9.46)	35 (9.46)	3.72	High
7	Provides environmentally friendly services	101 (27.30)	135 (36.49)	55 (14.86)	47 (12.70)	32 (8.65)	3.61	High
8	Services received environmental awards	93 (25.14)	137 (37.03)	87 (23.51)	30 (8.11)	23 (6.22)	3.67	High
9	Accommodation management based on sustainable standard	107 (28.92)	126 (34.05)	95 (25.68)	22 (5.95)	20 (5.41)	3.75	High
10	Tourism incomes distributed to the community	121 (32.70)	133 (35.95)	57 (15.41)	48 (12.97)	11 (2.97)	3.83	High
11	Experience the community way of life	97 (26.22)	139 (37.57)	106 (28.65)	18 (4.86)	10 (2.70)	3.80	High
12	Experience local food and drinks	143 (38.65)	113 (30.54)	57 (15.41)	38 (10.27)	19 (5.14)	3.87	High
13	Culture and community sustainable	133 (35.95)	109 (29.46)	80 (21.62)	36 (9.73)	12 (3.24)	3.85	High
14	An opportunity to travel to nearby tourist attraction	107 (28.92)	97 (26.22)	140 (37.84)	15 (4.05)	11 (2.97)	3.74	High
15	An opportunity to participate with local community	36 (9.73)	85 (22.97)	176 (47.57)	17 (4.59)	56 (15.14)	3.08	Medium
16	An opportunity to participate with local festival	64 (17.30)	76 (20.54)	77 (20.81)	76 (20.54)	77 (20.81)	2.93	Medium
17	An interest in buying local products	16 (4.32)	78 (21.08)	186 (50.27)	35 (9.46)	55 (14.86)	2.91	Medium
				Overall			**3.37**	**Medium**

n = 370

※5 = Extremely important, 4 = Important, 3 = Moderately important, 2 = Slightly important, 1 = Not important

3) การเข้าถึงและความพึงพอใจของการให้บริการทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จำนวน 141 คน (ร้อยละ 38.11) ได้ให้ความคิดเห็นว่าการเดินทางเข้าที่พักภายในจังหวัดเชียงรายสามารถเข้าถึงได้ง่าย (accommodation) รองลงมาพบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 137 คน (ร้อยละ 37.03) ระบุว่าความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (accessibility) ภายในจังหวัดเชียงรายอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่มีเพียงจำนวน 5 คน (ร้อยละ 1.35) ระบุว่าการเข้าถึงที่พักแรมอยู่ในระดับเข้าถึงได้ยาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการเข้าถึงและความพึงพอใจของการให้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.32) ดังแสดงใน Table 3

Table 3. Analysis level of service satisfaction

No	Service satisfaction	5※	4	3	2	1	$\overline{X}$	Interpretation
				(Percentage)				
1	Tour guide services in Chiang Rai	32 (8.65)	22 (5.95)	233 (62.97)	22 (5.95)	61 (16.49)	2.84	Medium
2	Ease of entrance to accommodation	104 (28.11)	141 (38.11)	98 (26.49)	5 (1.35)	22 (5.95)	3.81	High
3	Ease of entrance to tourist attraction	76 (20.54)	104 (28.11)	137 (37.03)	32 (8.65)	21 (5.68)	3.49	High
4	Available of transportation	83 (22.43)	100 (27.03)	122 (32.97)	43 (11.62)	22 (5.95)	3.48	High
5	Available of tour service	83 (22.43)	28 (7.57)	131 (35.41)	117 (31.62)	11 (2.97)	3.42	High
6	Opportunity to participate in local events	82 (22.16)	111 (30.00)	131 (35.41)	31 (8.38)	15 (4.05)	3.58	High
7	Attractiveness of cultural sites	100 (27.03)	153 (41.35)	63 (17.03)	30 (8.11)	24 (6.49)	3.74	High
8	Traffic and public transportation	33 (8.92)	23 (6.22)	65 (17.57)	100 (27.03)	149 (40.27)	2.16	Low
		Overall					**3.32**	**Medium**

n = 370

※5 = Excellent, 4 = Satisfied, 3 = Neutral, 2 = Dissatisfied, 1 = Very dissatisfied

4) ความพึงพอใจในภาพรวม และความภักดีของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จำนวน 271 คน (ร้อยละ 73.24) มีประสบการณ์ที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวเพียง 11 คน (ร้อยละ 2.97) ที่ระบุว่าการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ยังไม่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของตนได้ และเมื่อสอบถามถึงความตั้งใจที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำพบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 133 คน (ร้อยละ 35.95) ยังไม่ตัดสินใจว่าจะเดินทางกลับมาอีกครั้งหรือไม่ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จำนวน 168 คน (ร้อยละ

45.41) ที่มีความตั้งใจจะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จำนวน 244 คน (ร้อยละ 65.95) ระบุว่าจะแนะนำจังหวัดเชียงรายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเมื่อเพื่อนหรือครอบครัวสอบถาม ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวบางส่วนจำนวน 58 คน (ร้อยละ 15.68) ที่ปฏิเสธจะแนะนำจังหวัดเชียงรายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเมื่อมีคนใกล้ชิดสอบถาม อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านความพึงพอใจในภาพรวมและความภักดีของนักท่องเที่ยวพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08) ดังแสดงใน Table 4

Table 4. Analysis of overall satisfaction and tourist loyalty

No.	Overall satisfaction and tourist loyalty	5※	4	3	2	1	$\overline{X}$	Interpretation
		(Percentage)						
1	Enjoy and satisfy travel experience in Chiang Rai province	271 (73.24)	83 (22.43)	3 (0.81)	11 (2.97)	2 (0.54)	4.65	Very High
2	Intention to revisit Chiang Rai province in the future	168 (45.41)	0	133 (35.95)	0	69 (18.65)	3.54	High
3	Intention to recommend Chiang Rai as a tourist destination	244 (65.95)	35 (9.46)	20 (5.41)	13 (3.51)	58 (15.68)	4.06	High
	Overall						**4.08**	**High**

n = 370

※5 = Strongly agree, 4 = Agree, 3 = Undecided, 2 = Disagree, 1 = Strongly disagree

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้มีเป้าหมายหลักเพื่อประเมินการรับรู้ผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และกำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อพิจารณาด้านสิ่งดึงดูดใจ (attractions) ประเภทสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของจังหวัดเชียงรายพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับปานกลางถึงมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Rattanopart *et al*. (2022) ที่อธิบายว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งแวดล้อมที่ดีโดยเฉพาะปัจจัยด้านคุณภาพหรือสภาพอากาศ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาสิ่งดูดใจที่เกิดจากตัวบุคคล เช่น ความเป็นมิตรของชุมชน หรือบรรยากาศที่เป็นมิตรของผู้คนในท้องถิ่น รวมไปถึงการให้บริการของผู้ให้บริการที่แสดงให้เห็นถึงความสมัครใจ สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในระดับมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Torres *et al.* (2024) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่าปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจมีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และได้อธิบายว่า นอกเหนือจากความสวยงาม และความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวความเป็นมิตรของคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวพิจารณาเลือกแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ กิจกรรมการซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชน (activities) และประสบการณ์ที่ได้รับจากการรับประทานอาหารในร้านอาหารชุมชนถือเป็นกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) ที่นักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติให้ความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Descarten (2023) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและปัจจัย 5As ของแหล่งท่องเที่ยวพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ธนาคาร โรงรับจำนำ หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางด้านสินเชื่อต่าง ๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การบูรณาการทรัพยากรในท้องถิ่นกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งปัจจัยดึงดูดสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวบางส่วนไม่ได้ระบุเจาะจงว่ามีความสนใจในเรื่องของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ส่วนหนึ่งมาจากความแตกต่างของวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ดังที่ Bowen and Clarke (2009) ระบุว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการแสวงหา (seeking) ความแปลกใหม่จะเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ความตื่นเต้นและประสบการณ์แปลกใหม่ เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายบางส่วนให้ความสำคัญกับสีสันและการใช้ชีวิตยามค่ำคืน ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อหลีกหนีจากความซ้ำซากจำเจในการใช้ชีวิตประจำวัน (escape or avoidance) จะแสวงหาบรรยากาศที่เงียบสงบ เป็นส่วนตัว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความชื่นชอบการใช้ชีวิตท่ามกลางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ไม่พลุกพล่าน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความยากง่ายของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (accessibility) และการให้บริการที่พักแรม (accommodation) ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ Kumara and Senarathna (2022) ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย 5As และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมีผลมาจากความประทับใจต่อที่พักแรม และรูปแบบการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายผ่านปัจจัยที่สะท้อนศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายภายใต้แนวคิด 5As (Boonpat, 2021; Descarten, 2023; Kumara and Senarathna, 2022; Torres *et al*., 2024; Velasquez *et al*., 2024) และแนวคิดศักยภาพการท่องเที่ยวของ Emphandhu (2006) ซึ่งเป็นข้อมูลการรับรู้โดยตรงของนักท่องเที่ยวจะสามารถใช้เป็นดัชนีบ่งชี้ (indicator) สำหรับนำไปใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการกำหนดทิศทางของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Jangra *et al.,* 2021) และเป็นข้อมูลในการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว (Gao and Pan, 2022) สอดคล้องกับ Pearce and Lee (2005) ที่ระบุว่าข้อมูลที่ได้รับผ่านการรับรู้ที่เกิดจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายลักษณะ โดยเฉพาะการนำไปใช้เพื่อดำเนินกิจกรรมการตลาดท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในลักษณะของการกำหนดรูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวให้มีลักษณะที่สอดคล้องและตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน

อาจกล่าวได้ว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย นอกจากวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวอาจขึ้นอยู่กับภูมิหลังและประสบการณ์เดิม รวมถึงลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และภายใต้ความแตกต่างของการรับรู้ ข้อมูลการรับรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการนำไปใช้เพื่อกำหนดรูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

จากการสังเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาครั้งนี้พบว่าข้อมูลการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจากประสบการณ์การท่องเที่ยว เป็นข้อมูลสำคัญที่สามารถนำไปใช้ประกอบในการกำหนดรูปแบบ (โมเดล) การพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้

สามารถตอบสนองทั้งต่อความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและความต้องการของชุมชนในลักษณะที่เรียกว่า “Hosts Meet Guests” โดยโมเดลในการพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวควรมีลักษณะ (1) เป็นโมเดลที่ไม่ส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชน (2) เป็นโมเดลที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และความต้องการของนักท่องเที่ยว และ (3) เป็นโมเดลที่สอดคล้องกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ดังแสดงใน Figure 2 เป็นสิ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพิจารณานำมาเป็นโมเดลและแนวทางในการพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

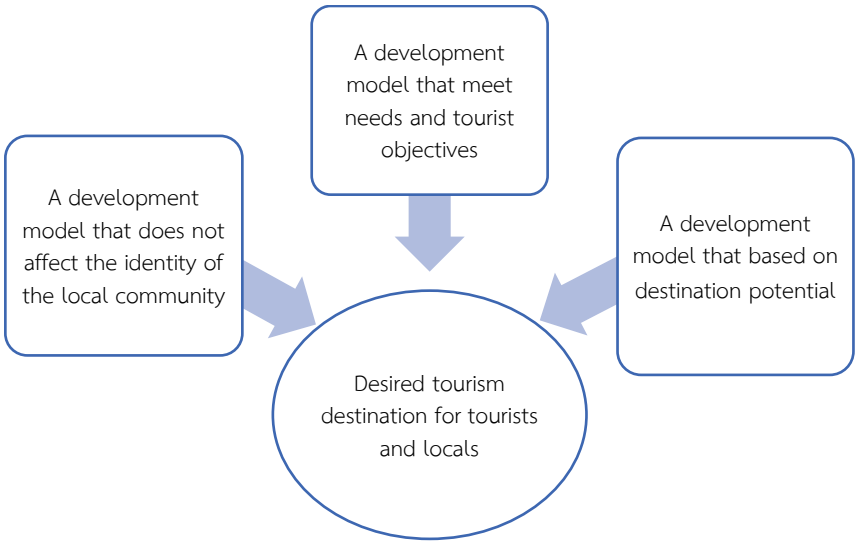


Figure 2. Model of Tourism Development for Chiang Rai Province

สรุป

การศึกษาครั้งนี้มีเป้าหมายหลักเพื่อประเมินการรับรู้ผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และกำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงราย ซึ่งจากข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่าการประเมินการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญและสามารถนำไปใช้ในการกำหนดรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้ และอาจจะนำไปสู่ความยั่งยืนของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวนั้น

เอกสารอ้างอิง

Akay, B. 2020. Examining the rural tourism experiences of tourists in emerging rural tourism destination: Burdur province, Turkey. GeoJournal of Tourism and Geosites 29(2): 534-544.

Bagheri, F., M. Guerreiro, P. Pinto and Z. Ghaderi. 2023. From tourist experience to satisfaction and loyalty: Exploring the role of a sense of well-being. Journal of Travel Research. 1-16.

Boonpat, S. 2021. Introduction to Tourism. Faculty of Tourism and Hotel, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai. (in Thai).

Boonpat, S. and O. Boonpat. 2023. An assessment on gastronomy tourism potential of Chiang Rai province based on BCG economy concept. Journal of Liberal Art of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi 5(3): 679-693. (in Thai)

Bowen, D. and J. Clarke. 2009. Contemporary Tourist Behaviour: Yourself and Others as Tourists**.** CABI, Wallingford. 289 p.

Buzova, D., S. Sanz-Blas and A. Cervera-Taulet. 2021. "Sensing" the desination: development of the destination sensescape index. Tourism Management 87(2): 1-9.

Chiang Rai Provincial Agriculture and Cooperatives Office. 2024. Chiang Rai Information Background. (Online) . Available:https://www.opsmoac.go.th /chiangrai-dwl-files-442991791952 (September 19, 2024) (in Thai)

Cochran, W. G. 1977. Sample Techniques. 3rd Ed. New York: John Wiley & Sons.

Daskin, M. and K. Pala. 2022. Importance of destination image and customer satisfaction for new emerging destinations: An empirical research case from tourism development perspective. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 20(5): 1203-1217.

Descarten, R. 2023. Tourism 5A, tourism satisfaction, and electronic word of mouth in a small island destination. Journal of Business on Hospitality and Tourism 9(1): 10-18.

Emphandhu, D. 2006. Principles of Recreation and Tourism. Bangkok: Faculty of Forestry, Kasetsart University, Bangkok. (in Thai)

Gao, J. and Y. Pan. 2022. Evaluating influencing factors of tourists' experiences with smart tour guide system: A mixed method research. Sustainability 14(23): 16320, doi: 10.3390/su142316320.

Gogitidze, G., N. Nadareishvili, R. Harun, I. D. Arion and I. C. Muresan. 2023. Exploring residents' perceptions towards tourism development – A case study of the Adjara mountain area. Sustainability 15(1): 1-18.

Jangra, R., S. P. Kaushik and S. S. Saini. 2021. An analysis of tourist's perceptions toward tourism development: Study of cold desert destination, India. Geography and Sustainability 2(1): 48-58.

Karim, R. A., M. K. Rabiul and S. M. Arfat. 2024. Factors influencing tourists' behavioural intentions towards beach destinations: the mediating roles of destination experience and destination satisfaction. Journal of Hospitality and Tourism Insights 7(4): 2033-2054.

Kim, S., Y. Kang, J. H. Park and S. E. Kang. 2021. The impact of residents' participation on their support for tourism development at a community level destination. Sustainability 13(9): 1-15.

Kumara, P. B. S. N. and T. M. C. D. Senarathna. 2022. An analysis of the relationship between the 5AS and domestic tourists' satisfaction at the Anuradhapura cultural heritage site. International Tourism Research Conference 6(1): 1-8.

Lan, T., Z. Zheng, D. Tian, R. Zhang, R. Law and M. Zhang. 2021. Resident-tourist value co-creation in the intangible cultural

heritage tourism context: The role of residents' perception of tourism development and emotional solidarity. Sustainability 13(3): 1-20.

Longtunman. 2024. The rising of second city: Chiang Rai. (Online) . Available: https://www.longtunman.com/49751 (September 19, 2024) (in Thai)

National Tourism Policy Committee. 2023. The Third National Tourism Development Plan (2023 – 2027). Ministry of Tourism and Sports, Bangkok. 158 p. (in Thai)

Pearce, P. L. and U-I. Lee. 2005. Developing the travel career approach to tourist motivation. Journal of Travel Research 43(3): 226-237.

Rahman, M., S. Moghavvemi, T. Thirumoorthi and M. K. Rahman. 2020. The impact of tourists' perceptions on halal tourism destination: a structural model analysis. Tourism Review 75(3): 575-594.

Rattanopart, P., P. Pruksakit, J. Chamsoon and L. Satsanguan. 2022. Communities' satisfaction survey in Koh Mak island to enhance a development of tourist attraction prototypes. Journal of Community Development and Life Quality 10(2): 138-147. (in Thai)

Torres, A. A., A. N. Jacobo, C. Y. Sapida and R. Alfred. 2024. Cultivating agritourism destinations in Silang, Cavite: Factors affecting tourists' decision-making. Journal of Higher Education Research Disciplines 9(1): 73-91.

Velasquez, R. J. Z., M. A. Abad, C. L. C. Balagtas, M. A. Corpuz, A. Fernando, D. Flores, N. A. D. Manabat and A.V. Pacheco. 2024. Assessment through 5A's of tourism in Cuyapo, Nueva Ecija: A basis for tourism development plan. International Journal of English Literature and Social Sciences 9(4): 21-31.

การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อโรค COVID-19 ในเขตชุมชนเมืองของกรุงเทพมหานคร

Environmental Management for Prevention of COVID-19 Infection in Urban Community of Bangkok

จารุวรรณ เกษมทรัพย์[1] และ อัญชลี เชี่ยวโสธร[2]*

Charuvan Kasemsap[1] and Anchalee Cheosothorn[2]*

[1]บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร 10250

[1]Graduate School, Kasem Bundit University, Bangkok 10250, Thailand

[2]คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จ. ฉะเชิงเทรา 24000

[2]Faculty of Nursing, Rajabhat Rajanagarindra University, Chachoengsao 24000, Thailand

*Corresponding author: E-mail: chauvan.kas@kbu.ac.th

(Received: April 3, 2024; Revised: July 4, 2024; Accepted: August 14, 2024)

Abstract: The objective of this research was to study the environmental management of people in Ladkrabang district, Bangkok, in order to prevent infection by the coronavirus disease 2019 (COVID-19). The research was quantitative research. The sample consisted of 127 non-infected persons who asked to do questionnaire with an index of item-objective congruence of 0.93 and a reliability of 0.73. The questionnaire consisted of two parts: a personal data section and environmental management in the prevention of COVID-19. The research findings indicated that the majority of the participants was female, with an average age of 61 and an education level of elementary school graduate. Their environmental management practices included maintaining physical distance, using 70% alcohol or washing hands after engaging in activities with others, and opening doors and windows to increase air flow across the room. Individual factors (age, gender, education level) were positively correlated with environmental management for prevention of COVID-19 infection with a statistically significance at the level of 0.05. Therefore, an appropriate environmental management promoted the prevention of COVID-19 infection in urban community.

Keywords: Environmental management, coronavirus disease 2019, prevention of infection, urban community

บทคัดย่อ: บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนที่ไม่ติดเชื้อไวรัส จำนวน 127 ราย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 0.93 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.73 แบบสอบถามประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 61 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีการจัดการสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การรักษาระยะห่างทางสังคม การล้างทำความสะอาดด้วยน้ำและแอลกอฮอล์ทุกครั้งหลังหยิบจับสิ่งของ และการเปิดประตู หน้าต่าง เพื่อให้เกิดการระบายอากาศ ซึ่งจะช่วยป้องกันการติดเชื้อ COVID-19 ได้ ตลอดจนปัจจัยส่วน

บุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อโรค COVID-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั้นคือ การจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมนำไปสู่การป้องกันการติดเชื้อโรค COVID-19 ในเขตชุมชนเมือง

คำสำคัญ: การจัดการสิ่งแวดล้อม โรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 การป้องกันการติดเชื้อ ชุมชนเมือง

คำนำ

เมื่อปลายปี พ.ศ. 2562 ได้มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่าอย่างรวดเร็วไปทั่วโลก โดยองค์การอนามัยโลกได้ตั้งชื่อโรคติดเชื้อนี้ว่า ไวรัสโคโรน่าสายพันธุ์ใหม่ (coronavirus disease 2019: COVID-19) ทำให้องค์การอนามัยโลกประกาศมาตรการให้ประชากรโลกทุกคนเพิ่มความระมัดระวังการติดเชื้อ COVID-19 ในระบบทางเดินหายใจ โดยการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล ให้ความร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุขโดยเก็บตัวอยู่กับบ้านเพื่อลดการติดเชื้อโรค (Cucinotta and Vanelli, 2020) ตลอดจนการดูแลตนเองด้วยการสวมหน้ากากอนามัย รับประทานอาหารที่ส่วนผสมของสมุนไพรที่ช่วยป้องกันการติดเชื้อเป็นประจำ (Kaewjantha *et al.*, 2024) และการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อโรคโควิด-19 ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 แนวทาง (Ministry of Public Health, 2020) ได้แก่

1) การรักษาระยะห่างทางสังคม (social distancing) หรือการลดความเสี่ยงการติดเชื้อของไวรัสในรูปของละอองฝอย (air droplets) จากการพูดคุย ไอ จาม ได้ (Qian and Jiang, 2022) โดยการรักษาระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1.5 เมตร ซึ่งสามารถทำสัญลักษณ์เว้นระยะห่างเพื่อป้องกันการติดเชื้อ สัมผัส หรือ แพร่กระจายเชื้อโรคทางฝอยละอองน้ำลาย หรือการจัดให้มีจุดตรวจคัดกรองกลุ่มเสี่ยงซึ่งมีอุณหภูมิร่างกายเกิน 37.5 องศาเซลเซียส แยกออกจากบุคคลในสังคม หรือการจัดทำฉากกั้น (counter shield) หรือการจำกัดจำนวนคนเข้าใช้บริการ ไม่ให้แออัดหรือลดระยะเวลาในการอยู่ร่วมกัน ซึ่งคนงานก่อสร้างที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่ยากแก่การเว้นระยะห่างภายในห้องพัก มีการสัมผัสใกล้ชิดกันระหว่างคนในครอบครัว จะมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด 19 สูง (Tancharoen and Jarutach, 2022)

2) การฆ่าเชื้อโรค (disinfection) เช่น การทำความสะอาด (cleaning) อาคารสถานที่และจุดสัมผัสเสี่ยงหรือจุดสัมผัสที่ใช้ร่วมกัน Chamchoi *et al.*, 2021) ด้วยน้ำ สบู่ นานอย่างน้อย 20 นาที และน้ำยาฆ่าเชื้อโรค เช่น แอลกอฮอล์ 70% หรือโซเดียมไฮโปคลอไรท์ 0.1% อย่างน้อยทุก 1 ชั่วโมง (Kapoor and Saha, 2020) หรือการใช้เจลทำความสะอาดมือที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เนื่องจากมีประสิทธิภาพในการยับยั้งไวรัส (Golin *et al.*, 2020) หรือการใช้รังสียูวี (Kasemsap, 2021) ที่ระดับความยาวคลื่น 245 ถึง 285 นาโนเมตร เนื่องจากมีประสิทธิภาพในการทำลาย deoxyribonucleic acid (DNA) และ ribonucleic acid (RNA)

3) การระบายอากาศ (ventilation) เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 70-90 ใช้ระยะเวลาภายในที่พักอาศัย ดังนั้นคุณภาพอากาศภายใน indoor air quality (IAQ) จึงปนเปื้อนด้วยสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ฝุ่นละออง และเชื้อโรค COVID-19 ในรูปของละอองฝอย ดังนั้นการเติมอากาศบริสุทธิ์จากภายนอกและระบายอากาศเสียออกสู่ภายนอก (Chamchoi *et al.*, 2021) ซึ่งมีปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ได้แก่ ความเร็วของลมภายนอกห้อง (ambient wind) การหมุนเวียนอากาศภายในห้อง (air recirculation) อัตราการถ่ายเทอากาศ (rate of ventilation: Air change per hour: ACH) ความชื้นสัมพัทธ์ (relative humidity) ความดันอากาศบวกและลบ (positive and negative pressure) และอุณหภูมิ (temperature) (Fadaei, 2021) ตลอดจนการใช้เครื่องกรองอากาศสำหรับห้องที่มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ หรือการควบคุมทิศทางการไหลของอากาศ (airflow

direction) เพื่อให้ระบายอากาศที่มีการปนเปื้อนออกนอกอาคารที่ระดับความสูงมากกว่าความสูงของอาคารอย่างน้อย 5 เมตร (Elsaid and Ahmed, 2021) จึงช่วยลดปริมาณเชื้อโรคภายในห้องของที่พักอาศัยได้

ทั้งนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการป้องกันการติดเชื้อโรค COVID-19 ในเขตชุมชนเมืองด้วยการจัดการสิ่งแวดล้อม จึงศึกษารูปแบบการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อ COVID-19 ในแขวงคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นชุมชนเมืองที่แออัด มีพื้นที่ชุมชนและสิ่งปลูกสร้าง ร้อยละ 71.29 ของพื้นที่แขวง ในรูปแบบของหมู่บ้านบนพื้นราบ ร้อยละ 44.51 ตัวเมืองและย่านการค้า ร้อยละ 20.03 และมีความหนาแน่นโดยเฉลี่ย 4,143.87 คนต่อตารางกิโลเมตร (Land Development Department, 2023) โดยมีค่าสูงกว่าความหนาแน่นของกรุงเทพมหานคร 3,524 คนต่อตารางกิโลเมตร ซึ่งมีอัตราการติดเชื้อ COVID-19 ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 เท่ากับ 179 คนต่อประชากร 1,000 คน และมีอัตราการเสียชีวิตจาก COVID-19 ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 เท่ากับ 15 คนต่อประชากร 10,000 คน (Jayathavaj, 2023) เพื่อใช้เป็นแนวทางและใช้ประโยชน์ต่อหลายชุมชน และหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนผู้อาศัยร่วมกันในบ้านของกลุ่มตัวอย่าง กับการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการป้องกันโรค COVID-19 ของประชาชนในเขตชุมชนเมืองของกรุงเทพมหานคร

อุปกรณ์และวิธีการ

กรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการป้องกันโรค COVID-19 ของประชาชนในเขตชุมชนเมือง แสดงดัง Figure 1 ดัดแปลงจาก (WHO, 2022) โดยมีสมมติฐานการวิจัยว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อ COVID-19

ระยะเวลาในการวิจัย

ระหว่างเดือนเมษายน 2565 - พฤษภาคม 2565

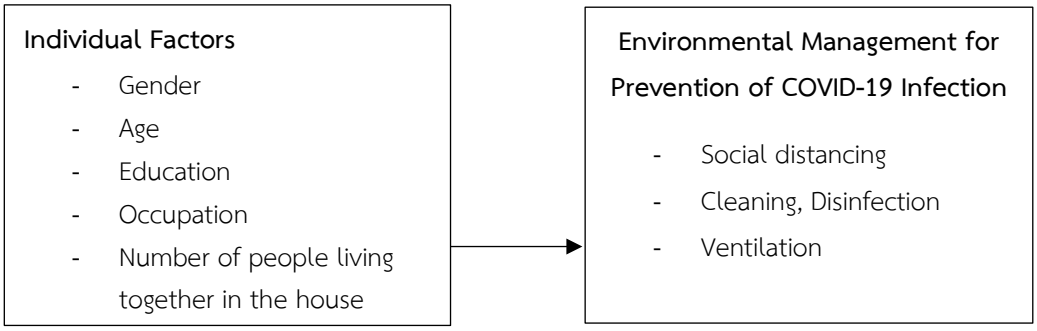


Figure 1. Research conceptual framework

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างมีเกณฑ์คัดเข้า (Inclusion criteria) โดยอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ของ ศูนย์บริการสาธารณสุข 45 ร่มเกล้า ลาดกระบัง รวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในในพื้นที่ชุมชนเมือง แขวงคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง และอยู่ภายใต้การให้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุข 45 ร่มเกล้า ลาดกระบัง และไม่มีประวัติการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า ด้วยการสุ่มแบบสโนว์บอลล์ (snowball sampling) และยินยอมเข้าร่วมในการวิจัยด้วยความสมัครใจ ในขณะที่มีเกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria) ในกรณีที่มี

พฤติกรรมเสี่ยงสูงต่อการติดเชื้อโรค COVID-19 และเป็นผู้ที่เจ็บป่วยด้วยโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณจาก วิธีการของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 10 % ของประชากรทั้งหมดใน แขวงคลองสองต้นนุ่น จำนวน 67,160 คน (Department of Provincial Administration, 2021) และผู้วิจัยป้องกันการสูญหายโดยเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 27 คน จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 127 คน

การวิจัยครั้งนี้ ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต เลขที่ R014/64P ระหว่างวันที่ 15 ตุลาคม 2564 – 15 ตุลาคม 2565 ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้เขียนอธิบายให้กลุ่มตัวอย่างทราบก่อนการตอบแบบสอบถามว่าการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามความสมัครใจ หากเปลี่ยนใจที่จะไม่เข้าร่วมในการวิจัย สามารถยุติการตอบแบบสอบถามทันทีโดยไม่ต้องแจ้งเหตุผลให้ผู้วิจัยทราบ ข้อมูลทั้งหมดจะไม่มีการระบุชื่อหรือระบบข้อมูลส่วนตัวใด ๆ และจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ซึ่งจะนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น ข้อมูลที่บันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์ จะถูกเก็บรักษาไว้เป็นเวลา 5 ปี โดยมีรหัสลับในการเข้าถึงข้อมูล ไม่มีผู้ใดสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ นอกจากคณะผู้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยพัฒนาเครื่องมือวิจัยขึ้นเอง โดยใช้แนวคิดจากองค์การอนามัยโลก (WHO, 2022) โดยแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนผู้อาศัยร่วมกันในบ้าน และข้อมูลการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับการป้องกันการติดเชื้อโรค COVID-19 จำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย การเว้นระยะห่างทางสังคม จำนวน 3 ข้อ การทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค จำนวน 5 ข้อ การระบายอากาศ จำนวน 2 ข้อ โดยใช้มาตราวัดประมาณค่า (rating scale) แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ทำเป็นประจำ มีคะแนนเท่ากับ 3 ทำบ้างไม่ทำบ้าง มีคะแนนเท่ากับ 2 ไม่เคยทำ มีคะแนนเท่ากับ 1 การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้ ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66 หมายถึง ระดับน้อย ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.33 หมายถึง ระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.34 – 4.00 หมายถึง ระดับมาก โดยคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือ (content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (item objectivity congruence: IOC) เท่ากับ 0.93 หลังจากนั้นนำมาแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ก่อนนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีประวัติการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า ในพื้นที่ชุมชนเมืองของแขวงลาดกระบัง จำนวน 30 ราย โดยค่าความเที่ยง (reliability) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการติดเชื้อโรค COVID-19 ในเขตชุมชนเมือง มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาก (Cronbach’s alpha coefficient) เท่ากับ 0.73

การเก็บรวบรวมข้อมูล

นักวิจัยจัดการประชุมในพื้นที่ประชาคมหมู่บ้านของชุมชน เพื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับการป้องกันการติดเชื้อโรค COVID-19 จากกลุ่มตัวอย่างด้วยนักวิจัยเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับการป้องกันการติดเชื้อโรค COVID-19 ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS V. 26 และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลและการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับการป้องกันการติดเชื้อโรค COVID-19 ด้วยสถิติ Pearson’s chi-square โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 127 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 76.37 มีอายุเฉลี่ย 61.18 ± 13.48 ปี และจบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 51.18 ประกอบอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน มากที่สุด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 51.96 รองลงมา คือประกอบอาชีพอิสระ รับจ้างทั่วไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 31.49 แสดงดัง Table 1 และมีจำนวนผู้อาศัยร่วมกันในบ้านเฉลี่ย 3.44 ± 2.01 คน ตั้งแต่ 1 ถึง 15 คน

Table 1. Characteristics of participants (n=127) in Khlong Song Ton Nun subdistrict

Characteristics	Frequency (N=127)	Percentage (%)
Gender		
Male	30	23.62
Female	97	76.37
Age		
Adults: 19 – 40 years	12	9.44
Middle-aged: 41 – 60 years	41	32.28
Seniors: higher than 60 years	74	58.26
Average		61.18 ± 13.48
Education		
Unlettered	4	3.14
Elementary school	65	51.18
High school	17	13.38
Vocational	9	7.08
Diploma	12	9.44
Bachelor's degree	12	9.44
Master’s degree	8	6.29
Occupation		
Company employees	8	6.29
Government officer	1	0.78
Merchants	12	9.44
Housekeeper	66	51.96
Business owner/Self-employed	40	31.49
Number of co-residents in the house		
Average		3.44 ± 2.01 people

กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 เป็นประจำ ในด้านการรักษาระยะห่างทางสังคมมากที่สุดโดยการไม่พูดคุย หรือคุยโทรศัพท์ขณะที่อยู่ในลิฟต์หรือรถสาธารณะ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 65.35 รองลงมาคือการรักษาระยะห่างทางสังคมมากในการเว้นระยะห่างจากคนอื่นอย่างน้อย 1.5 เมตร ตลอดเวลา จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 58.26 ในด้านการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรคมากที่สุดโดยการล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ หรือน้ำก๊อกกับสบู่ทุกครั้งหลังหยิบจับสิ่งของ หรือหลังการใช้ห้องน้ำ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 86.61 รองลงมาคือการอาบน้ำและสระผมเมื่อกลับเข้าบ้านก่อนทำกิจกรรมอื่น จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 77.95 ในด้านการระบายอากาศมากที่สุดโดยการเปิดห้องให้โล่ง ไม่ใช้แอร์ เมื่ออยู่ร่วมกันในครอบครัว หรือกลุ่มใหญ่ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 64.56 รองลงมาคือการเลือกใช้บริการรถสาธารณะที่เปิดหน้าต่างให้มีการระบายอากาศ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 54.33 แสดงดัง Table 2

กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยมาตราวัดประมาณค่าของการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 ในด้านการรักษาระยะห่างทางสังคมในระดับมากในการไม่พูดคุย หรือคุยโทรศัพท์ขณะที่อยู่ในลิฟต์หรือรถสาธารณะ และการเว้นระยะห่างจากคนอื่นอย่างน้อย 1.5 เมตร ตลอดเวลา โดยมีระดับคะแนนเท่ากับ 2.52±0.72 และ 2.56±0.54 ตามลำดับ ในด้านการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยมาตราวัดประมาณค่าในระดับมากในการล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ หรือน้ำก๊อกกับสบู่ทุกครั้งหลังหยิบจับสิ่งของหรือหลังการใช้ห้องน้ำ มีระดับคะแนนเท่ากับ 2.85±0.39 การล้างมือ 7 ขั้นตอนตามหลักการของกระทรวงสาธารณสุขทุกครั้ง หลังหยิบจับสิ่งของ มีระดับคะแนนเท่ากับ 2.53±0.63 การอาบน้ำและสระผมเมื่อกลับเข้าบ้านก่อนทำกิจกรรมอื่น มีระดับคะแนนเท่ากับ 2.80±0.47 การใช้แอลกอฮอล์ 70 % ฉีดพ่นสิ่งของจากภายนอกก่อนนำเข้าบ้าน มีระดับคะแนนเท่ากับ 2.64±0.59 และการใช้แอลกอฮอล์ 70% หรือ น้ำยาฆ่าเชื้อเช็ดถูพื้นผิวสัมผัสร่วมกัน มีระดับคะแนนเท่ากับ 2.58±0.66 ในด้านการระบายอากาศ กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยมาตราวัดประมาณค่าในระดับมาก ในการเปิดห้องให้โล่ง ไม่ใช้แอร์ เมื่ออยู่ร่วมกันในครอบครัว หรือกลุ่มใหญ่ และการเลือกใช้บริการรถสาธารณะที่เปิดหน้าต่างให้มีการ ระบายอากาศเท่ากับ 2.56±0.65 และ 2.42±0.71 ตามลำดับ แสดงดัง Table 3

Table 2. Number and percentage of environmental management for effective preventing COVID-19 infection in Khlong Song Ton Nun subdistrict

Environmental management	Number (Percentages)		
	Frequent	Sometimes	Never
Social distancing			
S1 Do not share a meal at the same table	57 (44.88)	54 (42.52)	16 (12.59)
S2 Do not talk to each other or talk on the phone while in an elevator or public transport	83 (65.35)	27 (21.25)	17 (13.38)
S3 Keep a distance of at least 1.5 meters from other people at all times	74 (58.26)	50 (39.37)	3 (2.36)
Cleaning, Disinfection			
C1 Always wash your hands with alcohol or tap water and soap after handling objects or using the bathroom	110 (86.61)	15 (11.81)	2 (1.57)
C2 Wash your hands in 7 steps according to the principles of the Ministry of Public Health every time. After handling things	76 (59.84)	42 (33.07)	9 (7.08)
C3 Shower and wash hair when go home before doing other activities	99 (77.95)	26 (20.47)	2 (1.57)
C4 Use 70% alcohol to spray items from outside before entering the house	88 (69.29)	32 (25.19)	7 (5.51)
C5 Use 70% alcohol or disinfectant to rub down contact surfaces together	86 (67.71)	29 (22.83)	12 (9.44)
Ventilation			
V1 Choose to use public transportation with opened windows for ventilation	69 (54.33)	42 (33.07)	16 (12.59)
V2 Keep open your room and do not use air conditioning when you are together in a family or large group	82 (64.56)	34 (26.77)	11 (8.66)

Table 3. Rating scale of environmental management for effective preventing COVID-19 infection in Khlong Song Ton Nun subdistrict

Environmental management	Mean ± SD	Meaning
Social distancing		
S1 Do not share a meal at the same table	2.32±0.69	Moderate
S2 Do not talk to each other or talk on the phone while in an elevator or public transport	2.52±0.72	High
S3 Keep a distance of at least 1.5 meters from other people at all times	2.56±0.54	High
Cleaning, Disinfection		
C1 Always wash your hands with alcohol or tap water and soap after handling objects or using the bathroom	2.85±0.39 2.53±0.63	High
C2 Wash your hands in 7 steps according to the principles of the Ministry of Public Health every time. After handling things	2.80±0.47	High
C3 Shower and wash hair when go home before doing other activities	2.64±0.59	High
C4 Use 70% alcohol to spray items from outside before entering the house	2.58±0.66	High
C5 Use 70% alcohol or disinfectant to rub down contact surfaces together		High
Ventilation		
V1 Choose to use public transportation with opened windows for ventilation	2.42±0.71 2.56±0.65	High
V2 Keep open your room and do not use air conditioning when you are together in a family or large group		High

ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรักษาระยะห่างทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการไม่พูดคุยกัน หรือคุยโทรศัพท์ขณะที่อยู่ในลิฟต์หรือรถสาธารณะ ที่ระดับ 0.011 ในขณะที่ข้อมูลระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ท่านเว้นระยะห่างจากคนอื่นอย่างน้อย 1.5 เมตร ตลอดเวลา ที่ระดับ 0.000 แสดงดัง Table 4

ข้อมูลส่วนบุคคล อายุ ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ หรือน้ำก๊อกกับสบู่ทุกครั้งหลังหยิบจับสิ่งของหรือหลังการใช้ห้องน้ำ ที่ระดับ 0.011 ในขณะที่ ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการทำความสะอาดและฆ่า เชื้อโรค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการใช้แอลกอฮอล์ 70% หรือน้ำยาฆ่าเชื้อเช็ดถูพื้นผิวสัมผัสร่วมกัน ที่ระดับ 0.025 และ ข้อมูลส่วนบุคคล ระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการทำความสะอาดและฆ่า เชื้อโรค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการล้างมือด้วยแอลกอฮอล์หรือน้ำก๊อกกับสบู่ทุกครั้ง หลังหยิบจับสิ่งของหรือหลังการใช้ห้องน้ำ ที่ระดับ 0.030 แสดงดัง Table 5

Table 4. Correlation between characteristics and social distancing environmental management

Characteristics	Statistics	Social distancing		
		S1	S2	S3
1. Age	Chi-square	94.882	99.909	107.214
	Sig	0.727	0.595	0.395
2. Gender	Chi-square	10.418	12.996	3.299
	Sig	0.034*	0.011*	0.509
3. Education	Chi-square	13.784	13.569	42.803
	Sig	0.315	0.329	0.000*

Remarks: * It is statistically significant at the level of 0.05

Table 5. Correlation between characteristics and cleaning and disinfection environmental management

Characteristics	Statistics	Cleaning and Disinfection				
		C1	C2	C3	C4	C5
1. Age	Chi-square	139.711	126.576	151.344	93.249	107.171
	Sig	0.011*	0.066	0.550	0.766	0.396
2. Gender	Chi-square	1.867	8.508	7.427	7.580	11.168
	Sig	0.760	0.075	0.283	0.108	0.025*
3. Education	Chi-square	22.784	11.655	9.540	13.186	12.606
	Sig	0.030*	0.474	0.946	0.356	0.398

Remarks: * It is statistically significant at the level of 0.05

ข้อมูลส่วนบุคคล ระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการระบายอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการเปิดห้องให้โล่ง ไม่ใช้แอร์ เมื่ออยู่ร่วมกันเป็นครอบครัว หรือกลุ่มใหญ่ ที่ระดับ 0.019 แสดงดัง Table 6

Table 6. Correlation between characteristics and ventilation environmental management

Characteristics	Statistics	Ventilation	
		V1	V2
1. Age	Chi-square	101.613	119.102
	Sig	0.548	0.148
2. Gender	Chi-square	2.420	5.286
	Sig	0.659	0.259
3. Education	Chi-square	20.351	24.234
	Sig	0.061	0.019*

Remarks: * It is statistically significant at the level of 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 127 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 75.6 มีอายุเฉลี่ย 61.18 ± 13.48 ปี และจบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 แสดงดัง Table 1 และมีจำนวนผู้อาศัยร่วมกันในบ้านเฉลี่ย 3.44 ± 2.01 คน กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 เป็นประจำ ในด้านการรักษาระยะห่างทางสังคมโดยการไม่พูดคุย หรือคุยโทรศัพท์ขณะที่อยู่ในลิฟต์หรือรถสาธารณะ ร้อยละ 65.4 การทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรคโดยการล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ หรือน้ำก๊อกกับสบู่ทุกครั้งหลังหยิบจับสิ่งของ หรือหลังการใช้ห้องน้ำ ร้อยละ 86.6 การระบายอากาศโดยการเปิดห้องให้โล่ง ไม่ใช้แอร์ เมื่ออยู่ร่วมกันในครอบครัว หรือกลุ่มใหญ่ ร้อยละ 64.6 แสดงดัง Table 2 หรือมีระดับคะแนนเฉลี่ยมาตราวัดประมาณค่าของการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 ในการเว้นระยะห่างจากคนอื่นอย่างน้อย 1.5 เมตร ตลอดเวลา เท่ากับ 2.56±0.54 การล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ หรือน้ำก๊อกกับสบู่ทุกครั้งหลังหยิบจับสิ่งของ หรือหลังการใช้ห้องน้ำ เท่ากับ 2.85±0.39 การระบายอากาศ ระดับมาก ในการเปิดห้องให้โล่ง ไม่ใช้แอร์ เมื่ออยู่ร่วมกันในครอบครัว หรือกลุ่มใหญ่ เท่ากับ 2.56±0.65 แสดงดัง Table 3 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Ruankham *et al.* (2022) ที่พบว่าผู้ใหญ่ ในเขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 88.45 เนื่องจากประเทศไทยมีการจัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนครอบคลุมทุกด้านในทุกวัน รวมถึงมีอาสาสมัครสาธารณสุข (อสส.) หรืออาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศ ช่วยดูแลขับเคลื่อนให้ประชาชนปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรักษาระยะห่างทางสังคม ได้แก่ การไม่รับประทานอาหารร่วมโต๊ะเดียวกัน การไม่พูดคุยกัน หรือคุยโทรศัพท์ขณะที่อยู่ในลิฟต์หรือรถสาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงดัง Table 4 และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค ได้แก่ การใช้แอลกอฮอล์ 70% หรือน้ำยาฆ่าเชื้อเช็ดถูพื้นผิวสัมผัสร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (chi-square = 11.168, sig = 0.025) แสดงดัง Table 5 ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Chiraseddhabhon and Waseeweeras (2023) ในชุมชนซอยสุเหร่า เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ในขณะที่อายุ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการล้างมือด้วยแอลกอฮอล์หรือน้ำก๊อกกับสบู่ทุกครั้งหลังหยิบจับสิ่งของหรือหลังการใช้ห้องน้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (chi-square = 139.711, sig = 0.011) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Chiraseddhabhon and Waseeweeras (2023) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเมืองของกรุงเทพมหานคร มีความสามารถในการใช้อินเตอร์เน็ต หรือสื่อออนไลน์ เช่น Line Application, YouTube, Facebook เป็นต้น ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตลอดจนระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเว้นระยะห่างจากคนอื่นอย่างน้อย 1.5 เมตรตลอดเวลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (chi-square = 42.803, sig = 0.000) แสดงดังTable 4 และมีความสัมพันธ์กับการล้างมือด้วยแอลกอฮอล์หรือน้ำก๊อกกับสบู่ทุกครั้งหลังหยิบจับสิ่งของหรือหลังการใช้ห้องน้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (chi-square = 22.784, sig = 0.030) แสดงดัง Table 5 และมีความสัมพันธ์กับการเปิดห้องให้โล่ง ไม่ใช้แอร์ เมื่ออยู่ร่วมกันใน

ครอบครัว หรือกลุ่มใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (chi-square = 11.168, sig = 0.025) แสดงดัง Table 6 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Chiraseddhabhon and Waseeweeras (2023) เนื่องจากประชาชนในชุมชนมีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับปริญญาโท สามารถอ่านออก เขียนได้ การค้นหาความรู้ การรับรู้ข้อมูลผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ ในการปฏิบัติตนเพื่อป้องกันโรค COVID-19 สามารถทำได้โดยง่าย

สรุป

กลุ่มตัวอย่างในชุมชนเมือง เขตลาดกระบัง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 ได้แก่ การไม่พูดคุยขณะที่อยู่ในลิฟต์หรือรถสาธารณะ การล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ หรือน้ำก๊อกกับสบู่ทุกครั้งหลังหยิบจับสิ่งของ การเปิดห้องให้โล่ง เมื่ออยู่ร่วมกันในครอบครัว ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันการติดเชื้อโรค COVID-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ถ่ายทอดร่วมกันกับหน่วยงานด้านการบริการสุขภาพในพื้นที่ให้แก่สมาชิกของชุมชนในชุมชนเมืองได้ หากมีกรณีโรคอุบัติใหม่ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

Chamchoi, N., A. Bulsathaporn and C. Bunyagidj. 2021. COVID-19: Prevention under environmental health perspective. Journal of Health Science 30(Suppl.2): S376-S388. (in Thai)

Chiraseddhabhon, K. and W. Waseeweeras. 2023. The factors related to implementation of prevention measures for coronavirus disease 2019 in Soi Surao community Ratchathewi district Bangkok metropolis. Journal of MCU Nakhondhat 10(1): 241-257. (in Thai)

Cucinotta, D. and M. Vanelli. 2020. WHO declares COVID-19 a pandemic. Acta Biomedica 91(1): 157-160.

Department of Provincial Administration. 2021. Bangkok province: Population statistics. (Online). Available: https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/view (March 28, 2024). (in Thai)

Elsaid, A.M. and M.S. Ahmed. 2021. Indoor air quality strategies for air-conditioning and ventilation systems with the spread of the global coronavirus (COVID-19) epidemic: Improvements and recommendations. Environmental Research 199: 111314, doi: 10.1016/j. envres. 2021.111314.

Fadaei, A. 2021. Ventilation systems and COVID-19 spread: Evidence from a systematic review study. European Journal of Sustainable Development Research 5(2): em0158, doi: 10. 21601/ejosdr/10845.

Golin, A.P., D. Choi and A. Ghahary. 2020. Hand sanitizers: A reviews of ingredients, mechanisms of action, modes of delivery, and efficacy against coronaviruses. American Journal of Infection Control 48(9): 1062-1067.

Jayathavaj, V. 2023. Clustering provinces in Thailand based on demographic and COVID-19 epidemiological factors. Science and Technology to Community 1(1): 1-18. (in Thai)

Kapoor, A. and R. Saha. 2020. Hand washing agents and surface disinfectants in times of Coronavirus (COVID- 19) outbreak. Indian Journal of Community Health 32(Special issue 2): 225-227.

Kaewjantha. S., S. Chansangsa, J. Hattapasu, K. Taoprasert and Y. Taoprasert. 2024. A study opportunities and guidelines for self-reliance in caring and preventing for COVID-19 disease with local wisdom of the people in Ban Du subdistrict, Mueang district, Chiang Rai province. Journal of Community Development and Life Quality 12(2): 166-177. (in Thai)

Kasemsap, C. 2021. UV-C disinfection in the environment of pathogen transmission. Journal of Food Health and Bioenvironmental Science 14(1): 64-72.

Land Development Department. 2023. Land Use Planning of Klong Song Ton Nun Sub-district Lat Krabang district Bangkok, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Bangkok. 42p. (in Thai)

Ministry of Public Health. 2020. Public Health Practice Guidelines for COVID-19 Pandemic Management In the provisions issued in accordance with Article 9 of the Emergency Decree on Public Administration in Emergency Situations B.E. 2548 (No. 1), 107p. (in Thai)

Qian, M. and J. Jiang. 2022. COVID- 19 and social distancing. Journal of Public Health: From Theory to Practice 30(1): 259-261.

Ruankham. P., S. Kongsin, S. Jiamton, Y. Sattayasomboon and P. Uthis. 2022. Factors associated with preventive behaviors against COVID-19 SAR-COV-2 among the adult population: A case study of Chom Thong district, Bangkok Metropolitan. Journal of Health Science 31(Suppl.2): S247-S259. (in Thai)

Tancharoen, T. and T. Jarutach. 2022. Guidelines for the management of workers camp during COVID-19 pandemic. Sarasatr 5(3): 399-412. (in Thai)

Thai PBS News. 2021. 4 Days Data of 5 Districts with the Highest Cumulative COVID Cases of Bangkok. (Online). Available: https://www.thaipbs.or.th/news/content/3 0 7 3 3 1 (August 26, 2021)

WHO. 2022. Infection Prevention and Control in the Context of Coronavirus Disease (COVID-19): A Living Guideline, WHO., Geneva. 56p.

การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ: ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในภาคธุรกิจ

A Systematic Review: The Causal Factors and Impacts of the Use of Green Logistics in Business

กาจปกรณ์ นิลอรุณ[1] และ ประสพชัย พสุนนท์[2]*

Kardpakorn Ninaroon[1] and Prasopchai Pasunon[2]*

[1]สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร 10300

[1]Office of the President, Suansunandha Rajabhat University, Bangkok 10300, Thailand

[2]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี 76120

[2]Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchaburi 76120, Thailand

*Corresponding author: E-mail: kardpakorn.n@gmail.com

(Received: July 4, 2024; Revised: October 24, 2024; Accepted: November 11, 2024)

Abstract: The purpose of this research was to synthesize research findings in articles on the causal factors and effects of using green logistics in business. The study employed a documentary research process in the form of a systematic review. Based on the established criteria for selecting articles, 6 articles from the Scopus database and 3 research reports from databases in Thailand. The results showed that the causal factors for the use of green logistics in business were classified into 2 causal factors: internal driving factors, consisting of 3 components: internal motivation, internal obstacles, and concerns about the company's image, and external pressure factors, consisting of 3 components: external support, social pressure, and various laws or regulations for the impact of implementing green logistics in 5 areas of business: circular economy, environmental sustainability, competitive capability, business performance and environmentally friendly practice. The results of this systematic review can be used as a conceptual framework for empirical research to further explore the relationships between causal factors and their effects.

Keywords: Systematic review, green logistics

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์บทความเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงเอกสารในรูปแบบการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ และกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกบทความ ศึกษาวรรณกรรมของประเทศจากฐานข้อมูล Scopus จำนวน 6 บทความ และฐานข้อมูลในประเทศไทย โดยใช้ฐานข้อมูล Thai Journals จำนวน 3 บทความ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ จำแนกเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุ 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยแรงผลักดันจากภายใน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ แรงจูงใจภายใน อุปสรรคภายใน และความกังวลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัท ปัจจัยแรงกดดันจากภายนอก ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ การสนับสนุนจากภายนอก แรงกดดันจากสังคม และกฎหมายหรือข้อบังคับต่าง ๆ สำหรับผลกระทบของการนำโลจิสติกส์สีเขียวไปใช้ในธุรกิจ 5 ด้าน ได้แก่ เศรษฐกิจหมุนเวียน ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม ความสามารถทางการแข่งขัน ผลการดำเนินงานของธุรกิจ และหลักปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบสามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเชิงประจักษ์ เพื่อค้นคว้าหาความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของแต่ละปัจจัยต่อไป

คำสำคัญ: การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ โลจิสติกส์สีเขียว

คำนำ

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ความกังวลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ถือเป็นข้อจำกัดหลักที่ธุรกิจต่าง ๆ ต้องคำนึงถึงในการวางแผนการดำเนินงานของตน เพื่อสร้างการทำงานร่วมกันและความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Aloui *et al*., 2022; Dhar *et al*., 2022) ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบัน ระบบโลจิสติกส์ถูกมองว่าเป็นสาเหตุหลักของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งการใช้พลังงานเป็นจำนวนมากและมีการปล่อยขยะที่มีปริมาณสูง อันจะส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นสาเหตุของการใช้ต้นทุนทางการเงินสูงของธุรกิจ (Khan *et al*., 2020; Larina *et al*., 2021; Ariyawong *et al*., 2023)

แนวคิดโลจิสติกส์สีเขียวจึงถูกนำมาใช้โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม (Aloui *et al*., 2022) ลดผลกระทบของการปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การจัดซื้อ การลด การรีไซเคิล การใช้ซ้ำ กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์สีเขียวกลายเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมในท้ายที่สุด โดยโลจิสติกส์สีเขียวประกอบด้วยแนวปฏิบัติ ได้แก่ การจัดซื้อสีเขียว การผลิตสีเขียว การจัดการวัสดุสีเขียว การกระจายสีเขียวและการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Navavongsathian *et al*., 2020)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของการนำโลจิสติกส์สีเขียวไปใช้ พบว่าการศึกษาในประเด็นนี้ยังมีจำนวนน้อยในการศึกษาของประเทศไทย แต่เป็นสิ่งสำคัญที่ควรตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม จึงเป็นที่มาของบทความวิจัยในครั้งนี้ บทความนี้จึงมุ่งศึกษาโดยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการนำแนวคิดโลจิสติกส์สีเขียวไปใช้ในธุรกิจ โดยทำการสืบค้นจากฐานข้อมูล Scopus และฐานข้อมูล Thai Journals เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของการนำโลจิสติกส์สีเขียวไปใช้ ว่าเกิดจากสาเหตุใด และมีผลกระทบต่อธุรกิจและเศรษฐกิจอย่างไรบ้าง และสามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิเพื่อให้ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น

อุปกรณ์และวิธีการ

ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสารในรูปแบบการทบทวนอย่างเป็นระบบ เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวภายในธุรกิจจากบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการนานาชาติ ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนมีนาคม - พฤษภาคม ปี พ.ศ. 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยปรับใช้การเขียนโครงร่างการศึกษาประเด็นต่าง ๆ ตามแนวทางของ Kummatid and Markrat (2016) ซึ่งกำหนดกรอบ PICo มีความหมายดังนี้ P หมายถึง การระบุกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการค้นคว้า I หมายถึง การระบุปรากฏการณ์ที่ต้องการค้นคว้า และ Co หมายถึง การระบุบริบทที่ต้องการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยจึงได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาบทความสำหรับทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ เป็นบทความที่สามารถสืบค้นได้จากฐานข้อมูล Scopus และ Thai Journals โดยมีเกณฑ์การพิจารณาบทความตาม Table 1

Table 1. Criteria for reviewing articles for a systematic review

Criterion	Database Scopus		Database Thai Journals	
	Inclusion criteria	Exclusion criteria	Inclusion criteria	Exclusion criteria
Database	Articles published in the database Scopus	Articles that are not published in the database Scopus	Articles published in the database Thai Journals	Articles that are not published in the database Thai Journals
Topic or key word of the article	Green Logistics	Articles with different topics or keywords than those specified	Green Logistics	Articles with different topics or keywords than those specified
Publication period	Articles published between 2019-2024	Previous published articles 2019	Articles published between 2019-2024	Previous published articles 2019
Discipline	An article published in a journal in the field of business, management, and accounting	An article not published in a journal affiliated with the field of business, management, and accounting	An article published in a journal in the field of business, management, and accounting	An article not published in a journal affiliated with the field of business, management, and accounting
Language	Articles published in English	Articles not published in English	Articles published in English or Thai	Articles not published in English or Thai
Accessibility to articles	Articles can be accessed in full text	Articles that cannot be accessed in full text	Articles can be accessed in full text	Articles that cannot be accessed in full text

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยสืบค้นบทความในฐานข้อมูล Scopus โดยใช้คำสำคัญในการสืบค้นบทความว่า “Green Logistics” ในการสืบค้น ปรากฏบทความในฐานข้อมูล Scopus จำนวน 6,497 บทความ ผู้วิจัยเลือกศึกษาบทความที่มีการเผยแพร่อยู่ในช่วงเวลาไม่เกิน 5 ปี ย้อนหลัง เพื่อให้ได้บทความที่มีเนื้อหาเป็นปัจจุบันที่สุด ตัวบทความที่ศึกษาจะต้องเผยแพร่อยู่ในวารสารสาขาวิชา business, management และ accounting เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่ต้องการศึกษา และบทความที่ศึกษาจะต้องเผยแพร่เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถทำการศึกษาทำความเข้าใจได้ หลังจากพิจารณาตามเกณฑ์ที่กำหนดแล้ว จะได้บทความที่ปรากฏในฐานข้อมูล Scopus จำนวน 39 บทความ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการทบทวนบทความฉบับเต็มเพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ ได้เป็นจำนวนบทความท้ายสุดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่มาจากฐานข้อมูล Scopus เป็นจำนวน 6 บทความ รายละเอียดตาม Figure 1

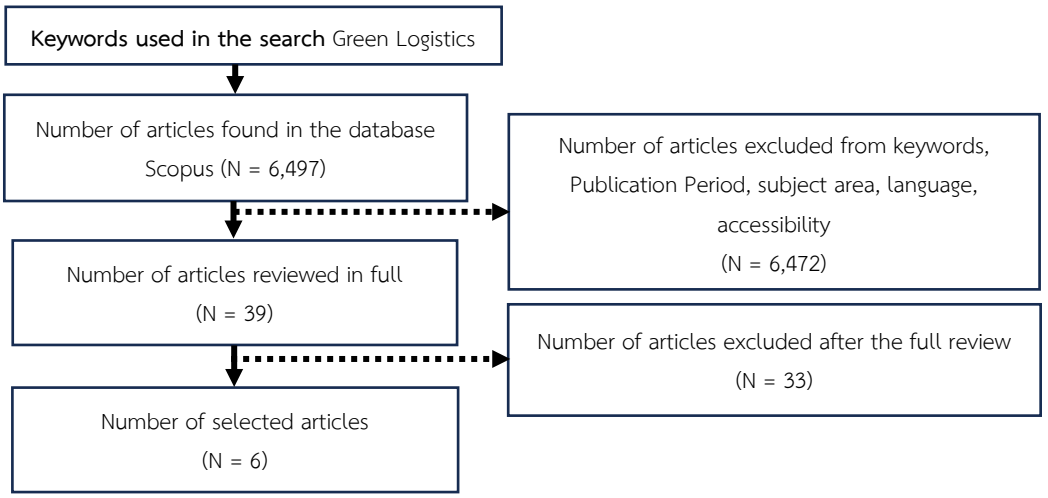


Figure 1. Selection of articles searched within the database Scopus

การสืบค้นบทความในฐานข้อมูล Thai Journals ผู้วิจัยใช้คำสำคัญในการสืบค้นบทความว่า “Green Logistics” และ “โลจิสติกส์สีเขียว” ในการสืบค้น ปรากฏบทความในฐานข้อมูล Thai Journals จำนวน 85 บทความ ผู้วิจัยเลือกศึกษาบทความที่มีการเผยแพร่อยู่ในช่วงเวลาไม่เกิน 5 ปี ย้อนหลัง เพื่อให้ได้บทความที่มีเนื้อหาเป็นปัจจุบันที่สุด ตัวบทความที่ศึกษาจะต้องเผยแพร่อยู่ในวารสารสาขาวิชาสาขาวิชาการบริหารธุรกิจและการ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่ต้องการศึกษา และบทความที่ศึกษาจะต้องเผยแพร่เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถทำการศึกษาทำความเข้าใจได้ หลังจากพิจารณาตามเกณฑ์ที่กำหนดแล้ว จะได้บทความที่ปรากฏในฐานข้อมูล Thai Journals จำนวน 6 บทความ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการทบทวนบทความฉบับเต็มเพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ ได้เป็นจำนวนบทความท้ายสุดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่มาจากฟฐานข้อมูล Thai Journals เป็นจำนวน 3 บทความ รายละเอียดตาม Figure 2

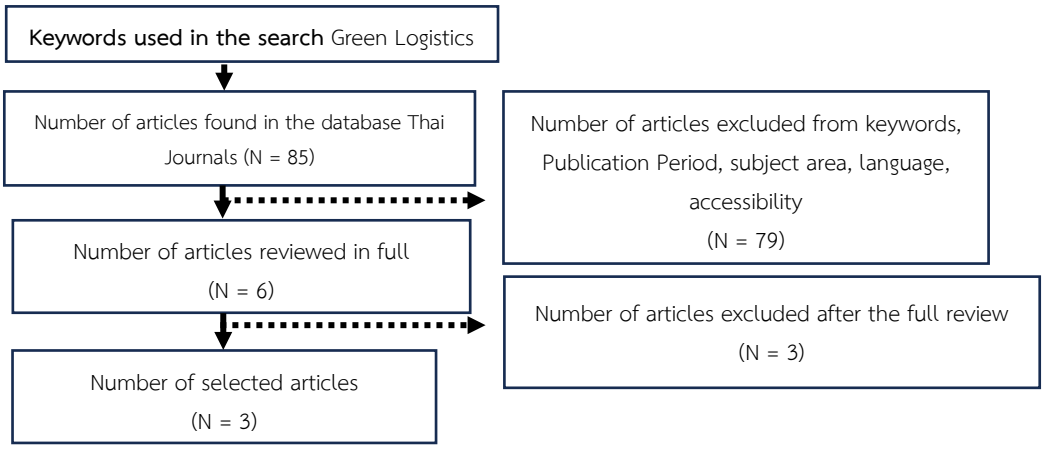


Figure 2. Selection of articles searched within the database Thai Journals

ผลการศึกษา

จากการวิจัยเชิงเอกสารด้วยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับโลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ พบว่า บทความที่ศึกษาเป็นบทความที่ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 2020 จำนวน 3 บทความ บทความที่ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 2022 จำนวน 3 บทความ และบทความที่ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 2023 จำนวน 3 บทความ

บทความที่ศึกษาเกี่ยวกับโลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจที่พบส่วนใหญ่เผยแพร่ในวารสาร Cleaner Logistics and Supply Chain จำนวน 2 บทความ นอกจากนั้นเป็นบทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร Journal of Cleaner Production จำนวน 1 บทความ, วารสาร Logistics Research จำนวน 1 บทความ, วารสาร International Journal of Logistics Research and Applications จำนวน 1 บทความ, วารสาร Polish Journal of Management Studies จำนวน 1 บทความ, วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศมหานคร จำนวน 1 บทความ วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) จำนวน 1 บทความ และวารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย โดยมีรายละเอียดตาม Table 2

Table 2. List of journals and years in which research articles were published

List of journals	Published a research article on green logistics in business	
Cleaner Logistics and Supply Chain	2022	2023
Logistics Research	2023	
Journal of Cleaner Production	2020	
International Journal of Logistics Research and Applications	2020	
Polish Journal of Management Studies	2022	
MUT Journal of Business Administration	2020	
Southeast Bangkok Journal	2023	
Journal of Educational Innovation and Research	2022	

Origin: database Scopus and Thai Journals

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากวรรณกรรมต่างประเทศและภายในประเทศ จำนวน 9 บทความ สามารถสังเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจได้ โดยจำแนกเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุ 2 ปัจจัย และผลกระทบ 5 ด้าน ดังนี้

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ

1. ปัจจัยแรงผลักดันจากภายในประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ แรงจูงใจภายใน อุปสรรคภายใน และความกังวลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัท

2. ปัจจัยแรงกดดันจากภายนอกประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ การสนับสนุนจากภายนอก แรงกดดันจากสังคม และกฎหมายหรือข้อบังคับต่าง ๆ

Table 3. The synthesis of causal factors affecting the use of green logistics in business

Researcher and year of publication	Internal driving factors			External driving factors		
	Internal motivation	Internal Barriers	Corporate image concerns	External support	Social pressure	Laws and regulations
Li *et al.* (2020)	✓	✓		✓		
Jazairy and von Haartman (2020)					✓	
Jefimovaitė and Vienažindienė (2022)			✓			✓

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากวรรณกรรมต่างประเทศและภายในประเทศ จำนวน 9 บทความ เมื่อทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ พบว่ามี 3 บทความที่กล่าวถึงสาเหตุเหล่านั้น ได้แก่ Li *et al.* (2020) กล่าวว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ ได้แก่ แรงจูงใจภายใน อุปสรรคภายใน และการสนับสนุนจากภายนอก Jazairy and von Haartman (2020) กล่าวว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ ได้แก่ แรงกดดันจากสังคม บทความท้ายสุดที่กล่าวถึงปัจจัยเชิงสาเหตุของการนำโลจิสติกส์สีเขียวไปใช้ในธุรกิจถูกกล่าวโดย Jefimovaitė and Vienažindienė (2022) โดยระบุว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ ได้แก่ ความกังวลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัท และกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ซึ่งมีรายละเอียดตามTable 3

ปัจจัยผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ

1. เศรษฐกิจหมุนเวียน
2. ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม
3. ความสามารถทางการแข่งขัน
4. ผลการดำเนินงานของธุรกิจ
5. หลักปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Table 4. The synthesis of the impact of using green logistics in business

Researcher and year of publication	Circular economy	Environmental sustainability	Competitive capability	Business performance	Environmentally friendly practice
Dansomboon and Narunart (2020)				✓	
Singthongchai (2022)	✓				✓
de Souza *et al.* (2022)	✓				
Maji *et al.* (2023)		✓			
Kanyepe *et al.* (2023)				✓	
Pimonrattnakan and Aunyawong (2023)			✓	✓	

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากวรรณกรรมต่างประเทศและภายในประเทศ จำนวน 9 บทความ เมื่อทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวถึงผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ พบว่ามี 6 บทความที่กล่าวถึงผลกระทบเหล่านั้น ได้แก่ Dansomboon and Narunart (2020) กล่าวว่า ผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ คือ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ Singthongchai (2022) กล่าวว่า ผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ ได้แก่ เศรษฐกิจหมุนเวียน และหลักปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม de Souza *et al.* (2022) กล่าวว่า ผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ คือ เศรษฐกิจหมุนเวียน Maji *et al.* (2023) กล่าวว่า ผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ คือ ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม Kanyepe *et al.* (2023) กล่าวว่า ผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ คือ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ บทความท้ายสุดที่กล่าวถึงผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจถูกกล่าวโดย Pimonrattnakan and Aunyawong (2023) โดยระบุว่า ผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ ได้แก่ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งมีรายละเอียดตาม Table 4

อภิปรายผล

จากการการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ สามารถจำแนกเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุ 2 ปัจจัย และผลกระทบ 5 ด้าน มีรายละเอียดประกอบ ดังนี้

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ ประกอบด้วย 2 ปัจจัย

1. ปัจจัยแรงผลักดันจากภายใน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ

1.1 แรงจูงใจภายใน

แรงจูงใจภายใน คือ ทัศนคติขององค์กรซึ่งเป็นผลกระทบร่วมกันของปัจจัยภายใน คือ ข้อมูลและการตัดสินใจของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจขององค์กร ร่วมกันกับปัจจัยภายนอก คือ นโยบายจากภาครัฐและแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ผลกระทบร่วมกันเหล่านี้ส่งผลให้เกิดเป็นทัศนคติขององค์กรในการนำระบบโลจิสติกส์สีเขียวไปใช้ในการดำเนินการทางธุรกิจ (Li *et al.*, 2020) เห็นได้ชัดว่าการตระหนักถึงประสิทธิภาพโลจิสติกส์สีเขียว มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้โลจิสติกส์สีเขียว การส่งเสริมนโยบายและการสร้างความตระหนักรู้ถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลต่อยอดให้ธุรกิจเร่งนำโลจิสติกส์สีเขียวไปใช้ในธุรกิจ

1.2 อุปสรรคภายใน

อุปสรรคภายใน ตัวอย่างเช่น ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น การขาดความเชี่ยวชาญ และโครงสร้างองค์กรที่ขาดความแข็งแกร่ง ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการพัฒนาการดำเนินงานทางธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตระหนักดีว่าการพัฒนาโลจิสติกส์สีเขียวเป็นแนวโน้มที่ดีในอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามองค์กรต่าง ๆ มีความกังวลว่าในกระบวนการการเปลี่ยนระบบโลจิสติกส์แบบดั้งเดิมและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านลอจิสติกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีสีเขียว จะต้องเกิดการลงทุนเงินทุนจำนวนหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ยิ่งต้นทุนโลจิสติกส์สีเขียวสูงขึ้นเท่าใด ประสิทธิภาพของการนำโลจิสติกส์สีเขียวมาใช้ก็จะยิ่งต่ำลงเท่านั้น (Li *et al.*, 2020) ดังนั้น รัฐบาลจะต้องให้เงินอุดหนุนที่จำเป็นสำหรับองค์กรต่าง ๆ ในการดำเนินการโลจิสติกส์สีเขียว เพื่อช่วยลดต้นทุนในการพัฒนาโลจิสติกส์สีเขียว

1.3 ความกังวลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัท

การประยุกต์ใช้แนวทางปฏิบัติของโลจิสติกส์สีเขียว ได้รับแรงผลักดันจากความต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ๆ เพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน ปรับปรุงความสัมพันธ์ของนักลงทุนและคู่ค้า ตอบสนองความต้องการของซัพพลายเออร์และผู้บริโภค (Jefimovaitė and Vienažindienė, 2022) ซึ่งลูกค้าและความต้องการที่จะตอบสนองพวกเขา เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่กระตุ้นให้ธุรกิจนำแนวทางปฏิบัติของโลจิสติกส์สีเขียวไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ

2. ปัจจัยแรงกดดันจากภายนอก ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ

2.1 การสนับสนุนจากภายนอก

การสนับสนุนภายนอก ได้แก่ การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวก การให้ข้อมูลทางเทคโนโลยีและการสนับสนุนกองทุนเพื่อการพัฒนา เพิ่มประสิทธิภาพและบูรณาการข้อมูลกับพันธมิตรทั้งต้นน้ำและปลายน้ำเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันในภาพรวมทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างแท้จริง ซึ่งรัฐบาลเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเหลือในการพัฒนาโลจิสติกส์สีเขียว (Li *et al.*, 2020) แนวทางที่รัฐมอบให้ นโยบายของรัฐบาลและข้อจำกัดด้านกฎระเบียบเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ทำให้ธุรกิจทั้งหมดมีการพัฒนาแนวคิดการนำโลจิสติกส์สีเขียวไปใช้ไปในทิศทางที่ถูกต้องได้

2.2 แรงกดดันจากสังคม

แรงกดดันทางสังคมและวัฒนธรรม ล้วนส่งผลต่อการปฏิบัติและโครงสร้างขององค์กรของธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งความชอบธรรมหรือการยอมรับในสังคม ธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานจึงนำแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยแรงกดดันเหล่านี้ แบ่งออกเป็น แรงกดดันด้านกฎระเบียบ ซึ่งบีบบังคับให้ธุรกิจนำแนวคิดด้านโลจิสติกส์สีเขียวไปใช้โดยผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของธุรกิจ แรงกดดันด้านการตลาด เป็นแรงกดดันจากลูกค้าต่อซัพพลายเออร์ในการดำเนินการอย่างยั่งยืน และแรงกดดันการแข่งขัน เป็นการเลียนแบบกลยุทธ์สีเขียวที่ธุรกิจอื่นที่ประสบความสำเร็จนำมาใช้ก่อนหน้า (Jazairy and von Haartman, 2020) แรงกดดันทั้งหลายล้วนมีส่วน

สำคัญต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กรในด้านต่าง ๆ รวมถึงการริเริ่มนำแนวคิดโลจิสติกส์สีเขียวมาใช้ในการดำเนินการทางธุรกิจด้วย

2.3 กฎหมายหรือข้อบังคับต่าง ๆ

กฎระเบียบทางกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ภาคโลจิสติกส์เป็นหนึ่งในสาเหตุหลักของมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มลพิษทางอากาศและเสียง การลดผลกระทบด้านลบของการขนส่งเป็นเป้าหมายสำคัญของนโยบายต่าง ๆ (Jefimovaitė and Vienažindienė, 2022) กฎระเบียบเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการเปลี่ยนไปสู่รูปแบบการขนส่งที่ก่อให้เกิดมลพิษน้อยลงและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ปัจจัยผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ด้าน

1. เศรษฐกิจหมุนเวียน

เศรษฐกิจแบบหมุนเวียนคือเศรษฐกิจที่รักษามูลค่าของวัตถุดิบ ทรัพยากรและผลิตภัณฑ์ให้คงอยู่ได้นานที่สุดและมีการสร้างของเสียน้อยที่สุด ระบบต่าง ๆ มุ่งเน้นการใช้พลังงานหมุนเวียน และมีเป้าหมายเพื่อลดระดับการใช้พลังงาน หลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนควรใช้หลักการ 3R คือ การลดการใช้ซ้ำ และการรีไซเคิล (Singthongchai, 2022) โลจิสติกส์สีเขียวเป็นหนึ่งในขั้นตอนสู่การบรรลุเศรษฐกิจหมุนเวียนและความยั่งยืนในการดำเนินงานด้านลอจิสติกส์ (de Souza *et al.*, 2022; Singthongchai, 2022) เนื่องจากโลจิสติกส์สีเขียวมุ่งเน้นไปที่การค้นหาแนวทางปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเพื่อลดการปล่อย CO_2 และการใช้พลังงาน เป้าหมายหลักคือการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดต้นทุนการผลิต และปรับปรุงมูลค่าผลิตภัณฑ์ (de Souza *et al.*, 2022) นอกจากนี้โลจิสติกส์สีเขียวยังมุ่งลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์และเพิ่มผลกำไรเพื่อรักษาการพัฒนาที่ยั่งยืน

2. ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบของการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ต่อสิ่งแวดล้อมนั้นมีหลายแง่มุม เช่น การกระจายสินค้าและบริการ มักนำไปสู่มลพิษทางเสียงและการสั่นสะเทือน การปนเปื้อนของคุณภาพอากาศโดยรอบ เพิ่มปัญหาการจราจรและนำไปสู่ภาวะโลกร้อน กิจกรรมบางอย่างของธุรกิจ มีการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์โดยไม่ได้มุ่งเน้นตามแบบอย่างตามหัวข้อความยั่งยืน ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม การนำโลจิสติกส์สีเขียวมาปฏิบัติส่งผลให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมโดยมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด (Maji *et al.*, 2023) ซึ่งประสิทธิภาพของการนำโลจิสติกส์สีเขียวไปใช้ มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจโดยรวม และยังรวมไปถึงช่วยลดการผลิตคาร์บอนโดยรวมในระบบเศรษฐกิจด้วย

3. ความสามารถทางการแข่งขัน

แนวคิดการจัดการโลจิสติกส์สีเขียว ช่วยสร้างการประหยัดต้นทุนในระยะยาวและทำให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างมั่นคง สร้างความมั่นใจในการควบคุมมลพิษและลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างมีคุณภาพและมีความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ (Pimonrattnakan and Aunyawong, 2023) ในยุคปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ ควรคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมรวมถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อสิ่งแวดล้อม เพราะเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและต้องการผลการปฏิบัติงานที่ดีต่อไป

4. ผลการดำเนินงานของธุรกิจ

การประเมินผลการดำเนินงานด้วยการวัดผลของการดำเนินงานขององค์กรเปรียบเทียบกับศักยภาพขององค์การตลอดโซ่อุปทาน อย่างไรก็ตามองค์กรต้องมีความสามารถในการลดค่าใช้จ่าย ลดการใช้พลังงาน ลดค่าใช้จ่ายในการ บำบัดของเสีย ลดการปล่อยของเสีย และลดอุบัติเหตุเพื่อ

ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานและทำกำไรที่เพิ่มขึ้น (Dansomboon and Narunart, 2020) ซึ่งการนำแนวทางปฏิบัติด้านโลจิสติกส์สีเขียวมาใช้มีอิทธิพลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Dansomboon and Narunart, 2020; Kanyepe *et al.*, 2023; Pimonrattnakan and Aunyawong, 2023) การใช้เชื้อเพลิงทางเลือกและการส่งเสริมพฤติกรรมผู้ขับขี่ที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างต้นทุนของธุรกิจ แต่ยังปรับปรุงคุณภาพของบริการของพวกเขาอีกด้วย การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลอย่างมากต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนส่งสินค้า การซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่เพียงแต่ช่วยลดต้นทุน แต่ยังส่งผลให้ประหยัดต้นทุนเพิ่มมากขึ้น การใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียวช่วยให้สามารถใช้วัสดุที่มีน้ำหนักเบา สามารถนำมารีไซเคิลนำกลับมาใช้ใหม่และย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ท้ายสุดโลจิสติกส์ย้อนกลับมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทในภาคการขนส่งสินค้าทางถนน (Kanyepe *et al.*, 2023)

5. หลักปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

แนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในองค์กร สามารถวัดได้ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น ความสามารถในการทำกำไร ส่วนแบ่งการตลาด รายได้ ระดับการบริการลูกค้า และประสิทธิภาพของการจัดการสินค้าคงคลัง หลักปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่ควรเน้นที่ด้านสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ควรเน้นที่การเข้าถึงและรักษาประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมุ่งเน้นที่วัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจ การขนส่ง การดำเนินงาน และการตลาด (Singthongchai, 2022) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน สามารถนำไปประเมินประสิทธิภาพและเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้

จากผลลัพธ์ที่ได้การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำข้อสรุปปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ 2 ปัจจัย และผลกระทบของการใช้โลจิสติกส์สีเขียวในธุรกิจ 5 ด้าน ที่ค้นพบมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดแสดงปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของการนำโลจิสติกส์สีเขียวไปใช้ในธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังแสดงใน Figure 3

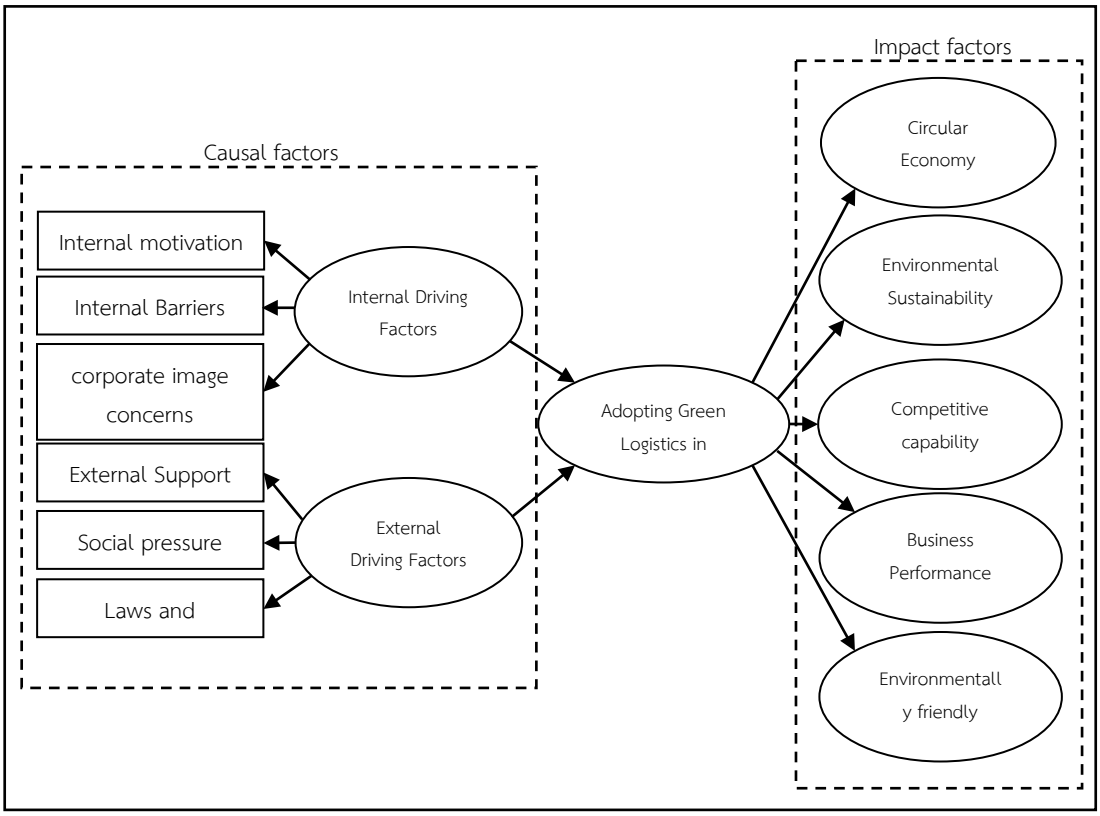


Figure 3. Causal factors and effects of using green logistics in business

สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบในครั้งนี้ นักวิจัยหรือนักวิชาการสามารถนำปัจจัยเชิงสาเหตุและผลกระทบที่พบจากงานวิจัยครั้งนี้ ไปประยุกต์ใช้ในการประเมินปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในภาคธุรกิจต่าง ๆ ที่มีการใช้โลจิสติกส์ในการดำเนินการได้ และสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้นี้ไปใช้ในการศึกษาเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัย เนื่องจากประเด็นดังกล่าวยังไม่มีการศึกษาเชิงประจักษ์ เป็นเพียงการศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม

เอกสารอ้างอิง

Aloui, A., N. Hamani, R. Derrouiche and L. Delahoche. 2022. Assessing the benefits of horizontal collaboration using an integrated planning model for two-echelon energy efficiency-oriented logistics networks design. International Journal of Systems Science: operations & Logistics 9(3): 302-323.

Ariyawong, P., N. Ekbang, P. Surin, A. Thipboonaj and N. Chuangchoeam. 2023. Waste management guidelines for Lampang provincial administrative organization: A case study of Pichai Town municipality. Journal of Community Development and Life Quality 12(1): 70-85.

Dansomboon, S. and T. Narunart. 2020. Green logistics and supply chain management affection performance outcomes of Thai automative industry. MUT Journal

of Business Administration 17(1): 125-145. (in Thai)

de Souza, E. D., J. C. Kerber, M. Bouzon and C. M. T. Rodriguez. 2022. Performance evaluation of green logistics: Paving the way towards circular economy. Cleaner Logistics and Supply Chain 3: 100019, doi: 10.1016/j.clscn.2021.100019.

Dhar, B. K., I. Harymawan and S. M. Sarkar. 2022. Impact of corporate social responsibility on financial expert CEOs' turnover in heavily polluting companies in Bangladesh. Corporate Social Responsibility and Environmental Management 29(3): 701-711.

Jazairy, A. and R. von Haartman. 2020. Analysing the institutional pressures on shippers and logistics service providers to implement green supply chain management practices. International Journal of Logistics Research and Applications 23(1): 44-84.

Jefimovaitė, L., and M. Vienažindienė. 2022. Factors influencing the application of green logistics: Findings from the Lithuanian logistics center. Polish Journal of Management Studies 25(1): 193-212.

Kanyepe, J., M. Alfaneta and B. Zizhou. 2023. Green logistics adoption and operational performance within the road freight sector: The moderating role of management commitment. Logistics Research 16(1), doi: 10.23733/2023_12.

Khan, S. A. R., Y. Zhang, A. Kumar, E. Zavadskas and D. Streimikiene. 2020. Measuring the impact of renewable energy, public health expenditure, logistics, and environmental performance on sustainable economic growth. Sustainable development 28(4): 833-843.

Kummatid, A. and M. Markrat, 2016. Using the systematic review to provide a complete summary on a research question in evidence-based practice: A 3-step method. The Southern College Network Journal of Nursing and Public Health 3(3): 246-259. (in Thai)

Larina, I. V., A. N. Larin, O. Kiriliuk and M. Ingaldi. 2021. Green logistics - Modern transportation process technology. Production Engineering Archives 27(3): 184-190.

Li, A., Y. Chen and D. Wang. 2020. An empirical study of the factors influencing the willingness to implement green coal logistics in China. Journal of Cleaner Production 245: 118932, doi: 10.1016/j.jclepro.2019.118932.

Maji, I. K., N. S. M. Saudi and M. Yusuf. 2023. An assessment of green logistics and environmental sustainability: Evidence from Bauchi. Cleaner Logistics and Supply Chain 6: 100097, doi: 10.1016/j.clscn.2023.100097.

Navavongsathian, A., D. Vuthipadadorn, S. Farangthong, S. Janthongpan and R. Juntasart. 2020. Study of green logistics managing potential and the preparedness of auto parts

industries in Thailand. TEM Journal 9(4): 1524-1534.

Pimonrattnakan, S. and W. Aunyawong. 2023. Literature synthesis: Green logistics management affecting the business performance of palm oil industry. Southeast Bangkok Journal (Humanities and Social Sciences) 9(2): 108-121. (in Thai)

Singthongchai, M. 2022. The causal relationship of factors influencing the circular economy of the food processing industry in Thailand. Journal of Educational Innovation and Research 6(1): 278-295. (in Thai)

Volume 13, Issue 1, January – April 2025

Journal of Community Development and Life Quality

1. Vetiver Grass and Agricultural Stability Creation: A Case Study of Ban Tha Thong Mango Group Community Enterprise, Pak Nam Subdistrict, Doem Bang Nang Buat District, Suphan Buri Province
Bussarin Duangden and Unruan Leknoi 1
2. Needs for Support Services for Durian Farmers with Large Durian Plots in Mueang Nakhon Si Thammarat District, Nakhon Si Thammarat Province
Saowanee Lekbangpong, Paksuda Kumkuman, Thareeya Laithip and Budsayamat Duangchan 13
3. Developing Fried Chili Product Facilities to Meet International Standards to Elevate Economy in Area of Ka Long Subdistrict, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province
Pornchai Pornharuthai, Peerawat Meesuk, Natakron Sirimongkolgal, Sirirat Sonin, Anurak Jaiwanglok, Nukul Sarawong and Nattakit Hemtanont 20
4. Opinions on Establishing a Project to Increase the Breeding of Dog Conch by the Fishing Community
Wannakorn Ponpichai and Thongchai Nithiratsuwan 35
5. Marketing Development Guidelines for Ornamental Plants, Ban Khok Phluang Community, Nong Kong Subdistrict, Nang Rong District, Buriram Province
Pansa Sommana and Yos Borisutdhi 42
6. Standard Enhancement of Wicker Handicrafts Through the Creative Economy Concept in Nan Province
Phudsadee Saiwong, Nopparat Diloksunthon, Unchan Sasiwatpaisit and Sutthikan Thipayakesorn 55
7. Costs and Returns Analysis of the Ban Na Di – Sang Bong Community Enterprise Group, Kumphawapi District, Udon Thani Province
Watchirachai Wetchaninnart, Onchuma Moonsri, Kamonthip Choopratheep, Saowanee Sittichot and Sopida Boonchumnong 67
8. Development of Accounting and Cost Management System for Community Products of Wat Sai Rama 3, Bangkok
Surakiat Tadawattanawit and Saranya Rattanakornsap 78
9. The Development Model for Cultural Tourism Based on the Way of Life Surrounding the Nipa Palm in Yan Sue Community, Kantang District, Trang Province
Jutima Boonmee, Peravich Singkhala and Anuttama Boonmee 91
10. Evaluating Foreign Tourists' Perceptions of Travel Experiences for Effective Tourism Development in Chiang Rai Province
Sa-Ngiam Boonpat, Munlita Chootiraka, Orawan Boonpat, Sitthi Sitthikan, Monsicha Saokham, Phuwanart Srithong, Suratchanee Youlthasart, Uthumphorn Kankeb and Panduangchai Boonjanawirod 103
11. Environmental Management for Prevention of COVID-19 Infection in Urban Community of Bangkok
Charuvan Kasemsap and Anchalee Cheosothorn 117
12. A Systematic Review: The Causal Factors and Impacts of the Use of Green Logistics in Business
Kardpakorn Ninaroon and Prasopchai Pasunon 129

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต
สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.)
โทร 053-942476, 087-6560160 อีเมล์: journals.unrn@gmail.com

ISSN (Print): 2630-0443 ISSN (Online): 2630-0451