



วารสาร

การพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต

ISSN: 3057-1839 (Print) ISSN: 3057-1847 (Online)

Journal for Community Development and Life Quality

1. การพัฒนาและศึกษาความเป็นไปได้ของกระถางวัสดุปลูกจากมูลไส้เดือนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของชุมชน สุนทรียา สาเนียม กัญญาภัค แจ่มใส เอลิษา เรื่องศิริไพบุลย์ กนกกร บุญเป็งแก้ว จิรฐา ธรรมศรี กิตติฉัย เทพนัย กิตติพัฒน์ วงศ์สุทธ และ ณีฐกาญ จันทรหอมเกสร.....	138
2. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของกิจกรรมเพาะเลี้ยงในโซ่อุปทานกุ้งขาว จังหวัดตรัง ศิริวรรณ กิ่งรัตน์ นุชนาด ทับครุฑ กรรณิกา บัวทองเรือง และ ศุภพิชญณ์ บุญเกื้อ.....	151
3. การพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้อออแกนิกในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา ยาร์อนะ ศรีอาหมัด และ มะแอ เย็ง.....	162
4. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์เชิงเกษตร กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกประเทียม อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จิตติคุณ นิยมสิริ เจนจิรา อาษากิจ ภัทรศรี อินทร์ขาว ชลิตดา วาริพินทุ์รักษ์ และ สุทธามณี ธนะบุญเรือง.....	173
5. การออกแบบและสร้างเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า วีรเชษฐ์ มั่งแวน ธัญาดา อัมวาริ บูรณ์พิภพ แสงเกตุ นิตธิธ สวัสดิ์สุข และ ขวัญฤดี อินมณี.....	185
6. แนวทางการพัฒนาการจัดการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ อำเภอตอสะแกเขต จังหวัดเชียงใหม่ พิกุล พงษ์กลาง.....	196
7. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอเสื่อกก ตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด สิริวิญญ์ เรย์เนอร์ อุณนดาทร มูลเพ็ญ เกษศิริรินทร์ ภิญญาคง และ สุนันวดี พละศักดิ์.....	209
8. การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของผู้ประกอบการกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ต่อศักดิ์ โกษาวัง คงศักดิ์ ต้อยสืบ และ พรพิมล อริยะวงษ์.....	221
9. อาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้องที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ จิราพร หัตถผะสุ นิศรา ชัยวงศ์ วนิษา ปันฟ้า และ สุวนันท์ แก้วจันทา.....	235
10. ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา สุวรรณา วานี และ บุษกร ถาวรประสิทธิ์.....	247
11. การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพบนโซเชียลมีเดียของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ณัฐนิชา เล็กบุรุษ กุลวุฒิ โดพิจิตร วัศยา สำราญทรัพย์ และ ปาลิตา คำขวัญ.....	258
12. การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาเด็กปฐมวัย: รากฐานสู่การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน กาญจนา เถาว์ขาลี พงษ์พันธ์ พึ่งตน และ ธนกฤต เต็งประวีติ.....	267

คำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับ

เรื่องที่ตีพิมพ์

บทความวิจัย บทความปริทัศน์ หรือบทความวิชาการ

การเตรียมต้นฉบับ

1. ภาษา เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ

2. การพิมพ์ พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษขนาด A4 ด้วย คอมพิวเตอร์โปรแกรม ไมโครซอฟท์เวิร์ด 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 หน้า

3.2 **ชื่อผู้เขียน** เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 หน้า เอียง สำหรับ ที่อยู่ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ให้พิมพ์บรรทัดถัดไป ช่างสร้างชื่อผู้เขียน ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 12

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

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

3.5 **อุปกรณ์และวิธีการ (Materials and Methods)** ให้บอกรายละเอียด **ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประชากรต้องระบุขอบเขต จำนวน และคุณลักษณะของประชากรให้ชัดเจน กลุ่มตัวอย่าง คือ ส่วนหนึ่งของประชากรที่จะนำมาศึกษา ต้องระบุขนาด ของกลุ่มตัวอย่าง วิธีการและขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างละเอียด**

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นการให้รายละเอียดเครื่องมือที่จะใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการอธิบายว่าจะเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการอธิบายถึงวิธีการจัดการกับข้อมูลที่ได้มา เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

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

3.7 **วิจารณ์ (Discussion)** หรืออภิปรายผล ควรเชื่อมโยงกับผลการศึกษามาว่า สอดคล้องกับสมมติฐาน หรือแตกต่างไปจากผลงานวิจัยที่มีผู้รายงานไว้ก่อนหรือไม่อย่างไรและด้วยเหตุใด โดยมีพื้นฐานการอ้างอิงที่เชื่อถือได้ วิจารณ์อาจนำไปรวมกับผลการศึกษาคือผลการศึกษาและวิจารณ์ (Results and Discussion)

3.8 **สรุป (Conclusion)** ควรสรุปผลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยอย่างกระชับว่า เป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่

4. กิตติกรรมประกาศ หรือ คำขอบคุณ (Acknowledgement)

อาจมีหรือไม่ก็ได้ เป็นการแสดงความขอบคุณแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย แต่ไม่ได้เป็นผู้ร่วมงานวิจัย

5. เอกสารอ้างอิง (References)

5.1 ในเนื้อเรื่อง

หน้าข้อความ	ท้ายข้อความ
TH: Jaisuk (2018) รายงานว่า	TH: (Jaisuk, 2018)
EN: Johny (2018)	EN: (Johny, 2018)
หากมีผู้เขียน 2 คน ให้ใช้	
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)
* หมายเหตุในเนื้อเรื่องขอบทความให้ใส่ชื่อผู้เขียนทุกคน 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 (เว็นวนวรรค Spacebar 1 ครั้ง)

Chutrakul, S. 2022. Development approach for community-based tourism in 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) เรื่องย่อในตำราหรือหนังสือที่มีผู้เขียนแยกเรื่องกันเขียน และมีบรรณาธิการ (**อ้างอิงให้น้อยที่สุด ในกรณีที่ไม่สามารถสืบค้นจากวารสารได้**)

ชื่อผู้เขียน./ปีที่พิมพ์./ชื่อเรื่องย่อ./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) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (**อ้างอิงเฉพาะข้อมูลที่ทันสมัย/เป็นปัจจุบัน เช่น สถิติ จำนวนประชากร 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 ให้ขึ้นต้นด้วยอักษรตัวใหญ่

Abstract, Introduction

คำแรกทีตามหลัง คำสำคัญ ให้ขึ้นต้นด้วยอักษรตัวใหญ่

Keywords: Mango, chlorophyll

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต

Journal for Community Development and Life Quality

ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2569)

Volume 14, Issue 2 (May – August 2026)

ISSN: 3057-1839 (Print)

ISSN: 3057-1847 (Online)

ผู้จัดพิมพ์ Publisher	เครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Upper Northern Research Administrative Network, Chiang Mai University
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. ดร.พันธุ์เพิ่มศักดิ์ อารุณี Phanphumsak Arunee, Dr. รศ.ดร.ก้าน จันทร์พรหมมา Kan Chantrapromma, Ph.D., Assoc. Prof.	ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation รองปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม Deputy Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ Hatyai University
บรรณาธิการ Editor	ศ.เกียรติคุณ ดร. สัญชัย จตุรสิทธิ์ธา Sanchai Jaturasitha, Ph.D., Prof. Emeritus	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University
ผู้ช่วย บรรณาธิการ Asst. Editor	นางสาว กิรติ แก้วสัมฤทธิ์ Geerati Kaewsumrit, M.A. รศ.ดร.ไสว บุรณพานิชพันธ์ Sawai Buranapanichpan, Ph.D., Assoc. Prof. ผศ.ดร.นิราภรณ์ ชัยวัง Niraporn Chaiwang, Ph.D., Asst. Prof.	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม Office of the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ Chiang Mai Rajabhat University
กองบรรณาธิการ (ฝ่ายวิชาการ) Editorial Board (Academic)	ศ.พญ.ผิวพรรณ มาลีวงษ์ Pewpan Maleewong, Ph.D., MD. ศ.ดร.กรกนก อิงคินันท์ Kornkanok Ingkaninan, Ph.D. Prof.	มหาวิทยาลัยขอนแก่น Khon Kaen University มหาวิทยาลัยนเรศวร Naresuan University

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต

Journal for Community Development and Life Quality

ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2569)

Volume 14, Issue 2 (May – August 2026)

ISSN: 3057-1839 (Print)

ISSN: 3057-1847 (Online)

กองบรรณาธิการ (ฝ่ายวิชาการ)	รศ.ดร.แหลมทอง ชื่นชม Laemthong Chuenchom, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Prince of Songkla University
Editorial Board (Academic)	รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ Siwarit Pongsakomrungsilp, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ Walailak University
	ศ.ดร.หนึ่ง เตียอำรุง Neung Teaumroong, Ph.D. Prof.	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี Suranaree University of Technology
	รศ.ดร.นิรมล ธรรมวิริยาสติ Niramon Thamwiriyasati, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University
	รศ.ดร.ชนะศึก นิชานนท์ Chanasuek Nichanong, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต Suan Dusit University
	รศ.ดร.ภก.ประสพชัย พัฒน์โรจนโสภณ Prasopchai Patrojanasophon, Ph.D., Assoc. Prof., Pharm.	มหาวิทยาลัยศิลปากร Silpakorn University
	ผศ.ดร.สุพัฒน์ กู้เกียรติกุล 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

บทความหรือข้อความความคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต เป็นวรรณกรรมของผู้เขียนโดยเฉพาะ
คณะผู้จัดทำไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย และไม่ใช่ว่าความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยและคณะผู้จัดทำ / 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

สวัสดีครับท่านผู้อ่านทุกท่าน

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 มีบทความวิจัยจำนวน 12 เรื่อง ในแต่ละเรื่องก็มีความเข้มข้นของการวิจัยเชิงพื้นที่ที่ต้องการจะแก้ไขปัญหาโจทย์จากชุมชน โดยผ่านกระบวนการวิจัย เช่น การพัฒนาตลาด วิสาหกิจชุมชน เกษตรและอาหาร รวมถึงการศึกษาอีกด้วย นับว่าครบเครื่องของการวิจัย

สำหรับการเป็นบรรณาธิการวารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิตของผมเอง ที่เริ่มจากปีที่ 1 ถึงปีที่ 14 ฉบับที่ 2 รวมทั้งสิ้น 41 ฉบับนั้น ก็เดินทางมาตามวาระของการเป็นประธานเครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน ผมขอมอบตำแหน่งนี้ต่อไปให้กับประธานเครือข่ายบริหารการวิจัยภาคใต้ตอนล่าง (ฐานราก) คือ รองศาสตราจารย์ ดร.วสันต์ พลาศัย ดำเนินการต่อไป

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.) ที่ได้กรุณาสนับสนุนงบประมาณมาโดยตลอด ขอขอบคุณกองบรรณาธิการคณาจารย์ นักวิจัยทุกท่าน ที่ส่งบทความวิจัยดี ๆ มาแบ่งปัน รวมถึงเจ้าหน้าที่วารสารฯ ที่ช่วยกันผลักดันให้วารสารฯ ออกได้ตรงเวลา พร้อมทั้งจะรับการประเมินเพื่อเข้าสู่ Tier ที่ดีขึ้น

พบกับท่านบรรณาธิการวารสารฯ ท่านใหม่ นะครับ

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร. สัญชัย จตุรสิทธา
บรรณาธิการวารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต

การพัฒนาและศึกษาความเป็นไปได้ของกระถางวัสดุปลูกจากมูลไส้เดือน
เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของชุมชน

Development and Feasibility Study of Plant Pots Using Earthworm
Compost for Sustainable Community Promotion

สุนทรียา สานเนียม^{1*} กัญญาภักดิ์ แจ่มใส¹ เอลิชา เรืองศิริไพบุลย์¹ กนกกร บุญเป็งแก้ว² จิรฐา ธรรมศรี²
กิตติรัช เทพนุ้ย² กิตติพัฒน์ วงศ์สุทะ² และ ณัฐกาญจน์ จันทร์หอมเกสร²

Soonthareeya Sanium^{1}, Kunyapak Jamsai¹, Aleecha Ruangsiripaiboon¹,
Kanokkorn Boonpengkaew², Jiratha Thummasri², Kittitach Thepnuy²,
Kittipat Wongsuta² and Natthakarn Janhomkesorn²*

¹คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร 10110

¹Faculty of Education, Srinakharinwirot University, Bangkok 10110, Thailand

²วิทยาลัยบูรณาการศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10900

²School of Integrated Science, Kasetsart University, Bangkok 10900, Thailand

Abstract: This study aimed to: (1) develop a production process for biodegradable planting pots made from vermicompost combined with organic materials, including coconut coir and soil; (2) evaluate the physical, chemical, and preliminary functional properties of the developed vermicompost-based pots; and (3) examine consumer acceptance of the product as an alternative to plastic pots to support community sustainability. A mixed-methods research design was employed. The optimal formulation consisted of 80 g of vermicompost, 100 g of rice husk ash, 100 g of coconut coir, 100 g of standard soil, and 200 g of cassava starch as a binding agent. Quantitative analyses included chemical property testing (pH, moisture content, and electrical conductivity: EC) and physical property testing (weight loss after drying and mechanical strength using a Universal Testing Machine). Seedling growth performance was also evaluated using Chinese kale over a seven-day period. Consumer acceptance data were collected from 42 participants and analyzed using descriptive statistics. The results indicated that the vermicompost-based planting pots had chemical properties suitable for plant growth (pH = 7.43, EC = 227 ppm), good moisture retention, and adequate mechanical strength for practical use. Seedling growth was comparable to the control treatment. Overall product acceptance was rated as acceptable, with environmental conservation receiving the highest mean score (M = 4.55, SD = 0.68). These findings reflect positive perceptions of biodegradability and the potential to reduce plastic use while promoting sustainable community resource utilization.

Keywords: Earthworm compost, plant pot development, product innovation, sustainability, community development

บทคัดย่อ: การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาระบบการผลิตกระถางปลูกพืชย่อยสลายได้จากมูลไส้เดือนร่วมกับวัสดุอินทรีย์ ได้แก่ ขุยมะพร้าวและดิน 2) ประเมินคุณสมบัติทางกายภาพ ทางเคมี และการใช้งานเบื้องต้น

ของกระถางที่พัฒนาขึ้น และ 3) ศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคต่อกระถางจากมูลไส้เดือนในฐานะทางเลือกทดแทนกระถางพลาสติกเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของชุมชน โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน สูตรวัสดุที่เหมาะสมประกอบด้วย มูลไส้เดือน 80 กรัม แกลบ 100 กรัม ขุยมะพร้าว 100 กรัม ดินมาตรฐาน 100 กรัม และแป้งมันสำปะหลัง 200 กรัมเป็นตัวประสาน การวิเคราะห์เชิงปริมาณครอบคลุมการทดสอบคุณสมบัติทางเคมี ได้แก่ ค่าความเป็นกรด-ด่าง (pH) ความชื้น และค่าการนำไฟฟ้า (EC) และการทดสอบคุณสมบัติทางกายภาพ ได้แก่ การสูญเสียน้ำหนักหลังการอบ และความแข็งแรงเชิงกลด้วยเครื่อง **universal testing machine** พร้อมทั้งทดสอบการเจริญเติบโตของต้นกล้าคะน้าเป็นเวลา 7 วัน ข้อมูลการยอมรับผลิตภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่าง 42 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า กระถางจากมูลไส้เดือนมีคุณสมบัติทางเคมีเหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืช (pH = 7.43, EC = 227 ppm) สามารถรักษาความชื้นได้ดี และมีความแข็งแรงเพียงพอต่อการใช้งานจริง การเจริญเติบโตของต้นกล้าใกล้เคียงกับกลุ่มควบคุม ผู้บริโภคมีการยอมรับผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับยอมรับได้ โดยด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (M = 4.55, S.D. = 0.68) สะท้อนศักยภาพของผลิตภัณฑ์ในการย่อยสลายได้ ลดการใช้กระถางพลาสติก และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนในระดับชุมชน

คำสำคัญ: มูลไส้เดือน การพัฒนากระถางต้นไม้ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ความยั่งยืน การพัฒนาชุมชน

คำนำ

วัสดุปลูกหมายถึงสารหรือวัสดุที่ใช้ในการปลูกพืช ทำหน้าที่รองรับรากและสนับสนุนการเจริญเติบโตของพืช โดยอาจอยู่ในรูปของดินหรือวัสดุปลูกสำหรับระบบกระถาง ขึ้นอยู่กับชนิดพืชและรูปแบบการเพาะปลูก วัสดุปลูกในกระถางเพาะชำมีบทบาทสำคัญต่อการควบคุมสภาพแวดล้อมของพืช เช่น ความชื้น การระบายน้ำ และการให้ธาตุอาหาร ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกและลดการสูญเสียทรัพยากรทางการเกษตร (Edwards *et al.*, 2011) ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีการพัฒนาวัสดุปลูกจากวัสดุอินทรีย์เพื่อทดแทนกระถางพลาสติก เพื่อลดปัญหาขยะตกค้างและผลกระทบต่อดินและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว (United Nations, 2015)

กระถางเพาะชำจากวัสดุปลูกมูลไส้เดือนเป็นทางเลือกที่สอดคล้องกับแนวทางการเกษตรอย่างยั่งยืน เนื่องจากช่วยลดการใช้พลาสติกและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากวัสดุสังเคราะห์ กระถางดังกล่าวผลิตจากวัสดุอินทรีย์ เช่น มูลไส้เดือน มูลวัว แกลบดำ และกากมะพร้าว ซึ่งสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ และสามารถนำลงปลูกในดินได้โดยตรงโดยไม่ก่อให้เกิดสารตกค้างหรือความเป็นพิษต่อดิน สิ่งแวดล้อม มนุษย์ และ

สัตว์เลี้ยง อีกทั้งยังเหมาะสมต่อการใช้งานในระบบเพาะชำและการปลูกพืชเชิงพาณิชย์

มูลไส้เดือนเป็นวัสดุอินทรีย์ที่มีคุณค่าทางการเกษตรสูง เนื่องจากอุดมไปด้วยธาตุอาหารที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตของพืช เช่น ฟอสฟอรัส โพแทสเซียม แคลเซียม เหล็ก และทองแดง รวมทั้งมีกรดฮิวมิก (humic acid) ซึ่งช่วยเพิ่มความสามารถในการกักเก็บธาตุอาหารและความชื้นในดิน ส่งผลให้พืชสามารถดูดซึมสารอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Abad and Shafiqi, 2024) นอกจากนี้ มูลไส้เดือนยังช่วยปรับปรุงโครงสร้างดินและรักษาความชื้นในดิน ซึ่งสอดคล้องกับ Edwards *et al.* (2011) ที่ระบุว่ามูลไส้เดือนเป็นทางเลือกที่ยั่งยืนแทนปุ๋ยเคมี เนื่องจากช่วยเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดินและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในบริบทชุมชนชนบท การใช้มูลไส้เดือนเป็นวัสดุปลูกสามารถลดของเสียทางการเกษตรและเพิ่มมูลค่าวัสดุอินทรีย์เหลือใช้ เช่น มูลวัว แกลบ และกากมะพร้าว การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรชีวภาพในท้องถิ่นจึงช่วยเพิ่มรายได้ลดต้นทุน และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับ Chantanapelin *et al.* (2023) กล่าวว่า แนวทางในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนทางการเกษตรอินทรีย์

เป็นการสร้างการตลาดที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมการประเมินคุณสมบัติของวัสดุปลูกในรูปแบบกระถางเพาะชำจำเป็นต้องพิจารณาทั้งด้านกายภาพ เคมี และชีวภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าวัสดุปลูกมีความเหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืชและไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การทดสอบทางเคมีครอบคลุมการวิเคราะห์ค่าความเป็นกรด-ด่าง (pH) ปริมาณธาตุอาหารหลักและรอง รวมถึงการตรวจสอบสารปนเปื้อนที่อาจส่งผลต่อพืชและดิน (Abad and Shafiqi, 2024); Edwards *et al.*, 2011) ในมิติของเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) ที่มุ่งเน้นการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่อย่างมีคุณค่า (Geissdoerfer *et al.*, 2017) รวมถึงการสร้างนวัตกรรมเชิงนิเวศในระดับชุมชนซึ่งสามารถยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างรายได้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในระยะยาว (Pretty, 2003)

อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการศึกษานี้ เนื่องจากเป็นชุมชนเกษตรกรรมที่มีการใช้กระถางเพาะชำพลาสติกจำนวนมาก ขณะเดียวกันยังมีทรัพยากรอินทรีย์และองค์ความรู้ด้านการจัดการของเสียทางการเกษตร การพัฒนากระถางเพาะชำจากวัสดุปลูกมูลไส้เดือนจึงสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มุ่งใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (United Nations, 2015; Geissdoerfer *et al.*, 2017)

ดังนั้น การวิจัยนี้มุ่งพัฒนากระถางเพาะชำย่อยสลายได้จากมูลไส้เดือนผสมวัสดุอินทรีย์อื่น ได้แก่ มูลวัว แกลบ และขุยมะพร้าว พร้อมทดสอบคุณสมบัติด้านกายภาพและเคมี รวมถึงประเมินการใช้งานเบื้องต้น เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์สำหรับการใช้ในภาคการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) พัฒนาระบบการผลิตผลิตภัณฑ์กระถางจากวัสดุปลูกจากมูลไส้เดือนร่วมกับวัสดุอินทรีย์อื่น ได้แก่

ขุยมะพร้าว และดิน 2) ทดสอบผลิตภัณฑ์กระถางจากวัสดุปลูกจากมูลไส้เดือนทางกายภาพ ทางเคมี และการใช้งานเบื้องต้น และ 3) สสำรวจการยอมรับผลิตภัณฑ์กระถางจากวัสดุปลูกจากมูลไส้เดือนของผู้บริโภค

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method research) โดยมุ่งศึกษา 1) เพื่อพัฒนาระบบการผลิตผลิตภัณฑ์กระถางจากวัสดุปลูกจากมูลไส้เดือนร่วมกับวัสดุอินทรีย์อื่น ได้แก่ ขุยมะพร้าว และดิน 2) เพื่อทดสอบผลิตภัณฑ์กระถางจากวัสดุปลูกจากมูลไส้เดือน ทางกายภาพ ทางเคมี และการใช้งานเบื้องต้น และ 3) เพื่อทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์กระถางจากวัสดุปลูกจากมูลไส้เดือนของ โดยดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนธันวาคม 2567 - มีนาคม 2568 พื้นที่วิจัยได้แก่ พื้นที่อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษานี้ ได้คัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (purposive sampling) จากบุคคลทั่วไปที่เดินตลาดต้นไม้สวนจตุจักร จำนวน 42 คน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มผู้ใช้หรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์กระถางวัสดุปลูกจากมูลไส้เดือน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการจำหน่ายและใช้งานกระถางปลูกพืช วัสดุปลูก และไม้ประดับอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ให้ข้อมูลมีประสบการณ์และความสนใจที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการยอมรับผลิตภัณฑ์ในระดับเบื้องต้น (exploratory product acceptance)

กระบวนการวิจัยและเครื่องมือวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วัสดุปลูก คุณสมบัติทางกายภาพ และทางเคมี ทฤษฎีทางชีวภาพ และพื้นที่ชุมชนที่ใช้พัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาและออกแบบ

ผลิตภัณฑ์กระถางวัสดุปลูกจากมูลไส้เดือน

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์หาประสิทธิภาพของกระถางวัสดุปลูกมูลไส้เดือน ทั้งคุณสมบัติทางกายภาพและเคมี

วิเคราะห์คุณสมบัติทางเคมี

1. วิเคราะห์ความเป็นกรด-ด่าง (pH) โดยใช้ชุดตรวจ Toolkit

2. วิเคราะห์ค่าความชื้นในวัสดุปลูก โดยใช้เครื่องวัดความชื้นในดิน

วิเคราะห์คุณสมบัติทางกายภาพ

1. ค่าความหนาแน่นรวม น้ำหนักก่อนอบ-หลังอบ ด้วยเครื่องอบไล่ความชื้นในอุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส เป็นระยะเวลา 8 ชั่วโมง

2. ค่าความแข็งแรงของวัสดุปลูกด้วยเครื่อง universal testing machine (UTM)

3. วิเคราะห์ผลการเจริญเติบโตของต้นเคลในวัสดุปลูกมูลไส้เดือน บันทึกการเจริญเติบโตของต้นเคลหลังจากการปลูกในกระถางวัสดุปลูกมูลไส้เดือนทั้งหมด 7 วัน บันทึกข้อมูลดังนี้

3.1 ความสูง โดยวัดความสูงระหว่างการเจริญเติบโตจากโคนต้นเคลไปถึงยอดต้นเคล

3.2 ความชื้น โดยใช้เครื่องวัดความชื้นในดินก่อนรดน้ำและหลังรดน้ำ

3.3 จำนวนต้น โดยการนับจำนวนต้นตั้งแต่นั้นหอมเจริญเติบโตวันแรก จนไม่มีต้นหอมขึ้นอีก

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ผลการสำรวจการยอมรับผลิตภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 3 แบบสำรวจการยอมรับผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปปรับปรุง พัฒนากระถางต้นไม้จากวัสดุปลูก

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนที่ 5 สรุปผลการวิจัย โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percent) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1

เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์กระถางจากวัสดุปลูกจากมูลไส้เดือนร่วมกับวัสดุอินทรีย์อื่น ได้แก่ ขุยมะพร้าว และ ดิน ผลจากการศึกษาการพัฒนากระถางปลูกพืชโดยใช้วัสดุปลูกที่มีส่วนประกอบหลักจากมูลไส้เดือนร่วมกับวัสดุอินทรีย์อื่น ๆ ได้แก่ แกลบ ขุยมะพร้าว และดินปลูก พร้อมกับการใช้แยมันสำหรับหลังเป็นตัวประสาน พบว่ากระบวนการผลิตสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีขั้นตอนการผลิตกระถางวัสดุปลูกมูลไส้เดือนดังขั้นตอนต่อไปนี้

รอบที่ 1 ผลิตกระถางวัสดุปลูกมูลไส้เดือนและขึ้นรูปด้วยมือทั้งหมด 4 สูตร

1. ขั้นตอนในการพัฒนากระถางวัสดุปลูกมูลไส้เดือน วัตถุประสงค์ที่ใช้สำหรับการสร้างวัสดุปลูกมูลไส้เดือน ประกอบด้วย มูลไส้เดือน: แกลบ: กากมะพร้าว: ดินปลูก โดยอัตราส่วนของส่วนผสมรายละเอียดดัง Table 1

Table 1. Proportions of materials used for biodegradable pot formulation

Treatment	Material			
	Earthworm compost (g)	Rice husk (g)	Coconut coir (g)	Standard soil (g)
T1	300	-	-	200
T2	200	50	50	200
T3	100	100	100	200
T4 (Control)	-	-	-	500

2. ขั้นตอนการผลิตกระถางวัสดุปลูกมูลไส้เดือน การเตรียมวัสดุปลูกในการทำวัสดุปลูก

ไส้เดือนตาม (process) มีขั้นตอนดัง Figure 2 และ 3

ขั้นตอนที่ 1 นำวัสดุปลูกทั้งหมดมาผสมกันตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ดัง Table 1



Figure 2. Raw materials

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการเตรียมต้มแป้งมันสำปะหลังในอัตราส่วน แป้ง 200 กรัม ต่อน้ำ 1 ลิตร



Figure 3. Preparation method of cassava starch



Figure 4. The process of potting Earthworm castings by manual

ขั้นตอนที่ 3 นำวัสดุปลูกทั้งหมดมาผสมกับแป้งมันสำปะหลังที่ต้มเตรียมไว้ตามความเหมาะสมและขึ้นรูปด้วยมือ

จากการเปรียบเทียบค่า N, P, K ของทั้ง 4 สูตรกับสูตรควบคุม (T ควบคุม) พบว่าสูตรที่มีค่าใกล้เคียงกับสูตรควบคุมมากที่สุดคือสูตร T3

ดังนั้นจึงเลือกสูตร T3 มาทำการพัฒนาต่อโดยดำเนินการขึ้นรูปวัสดุผ่านเครื่องอัดกระถาง Figure 4 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อทดสอบผลิตภัณฑ์กระถางจากวัสดุปลูกมูลไส้เดือนทางเคมีทางกายภาพ และการใช้งานเบื้องต้น

ผลการทดสอบทางเคมี การทดสอบกระถางทางเคมีโดยเครื่องมือ Toolkit คือ กระบวนการวิเคราะห์คุณสมบัติทางเคมีของดิน สารละลายธาตุรอบที่ 2 ผลิตภัณฑ์วัสดุปลูกมูลไส้เดือน โดยใช้เครื่องอัดกระถาง

อาหาร หรือวัสดุเพาะปลูก ดัง Figure 5 – 8 โดยใช้ชุดเครื่องมือเฉพาะทางเพื่อวัดค่าทางเคมี เช่น ความเป็นกรด-ด่าง (pH) ปริมาณธาตุอาหารได้ผล ดัง Table 2



Figure 5. Material mixer



Figure 6. Press molding of plant pots



Figure 7. Steps for pruning the pot



Figure 8. Hot air-drying process

Table 2. Chemical properties of earthworm potting mixture

Treatment	pH	Moisture content (%)	Electrical conductivity (EC, ppm)
T3 (Selected formula)	7.43	7%	227
T4 (Control)	6.45	10%	301

จาก Table 2 ผลวิเคราะห์คุณสมบัติทางเคมี พบว่า T3 (สูตรที่เลือกพัฒนา) มีค่า pH อยู่ที่ 7.43 และค่าความชื้นอยู่ที่ 7% และค่า EC (ppm) หรือค่าสภาพนำไฟฟ้าอยู่ที่ 227 ซึ่งมีความใกล้เคียงกับสูตร T4 (ควบคุม) มากที่สุด

ผลการทดสอบทางกายภาพ ทดสอบน้ำหนักก่อน-หลังอบของกระถางที่ อุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส เป็นระยะเวลา 8 ชั่วโมงเพื่อดูน้ำหนักที่เสียไปของกระถางได้ผลดัง Table 3

จาก Table 3 ผลวิเคราะห์คุณสมบัติทางกายภาพ น้ำหนักก่อนอบที่อุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส เป็นระยะเวลา 8 ชั่วโมง พบว่า สูตร T3 (สูตรที่เลือกพัฒนา) มีค่าน้ำหนักก่อนอบ เฉลี่ยอยู่ที่ 213.57 (S.D. = 1.24) และ สูตร T4 (ควบคุม) มีค่าน้ำหนักก่อนอบ เฉลี่ยอยู่ที่ 232.60 (S.D. = 2.99) และน้ำหนักหลังอบ สูตร T3 (สูตรที่เลือกพัฒนา) เฉลี่ยอยู่ที่ 131.07 (S.D. = 8.49) และ สูตร T4 (ควบคุม) เฉลี่ยอยู่ที่ 173.87 (S.D. = 8.67)

Table 3. Physical properties before and after drying at 70°C

Treatment	Weight before drying (g)		Weight after drying (g)	
	Mean	S.D.	Mean	S.D.
T3 (Selected formula)	213.57	1.24	131.07	8.49
T4 (Control)	232.60	2.99	173.87	8.67

การทดสอบคุณสมบัติความแข็งแรงของวัสดุปลูก การทดสอบความเค้นของกระถางโดยใช้เครื่อง universal testing machine เพื่อทดสอบความคงทนของกระถางในเบื้องต้นผลการทดสอบดัง Table 4

จาก Table 4 ผลการวิเคราะห์คุณสมบัติทางกายภาพ โดยใช้เครื่อง universal testing machine พบว่า T3 (สูตรที่เลือกพัฒนา) มีค่า yield point (จุดที่วัสดุเริ่มเปลี่ยนรูปร่าง) load (N) อยู่ที่ 2126.63 นิวตัน และมีค่า deformation (mm) อยู่

ที่ 2.70 มิลลิเมตร และ T4 (ควบคุม) มีค่า yield point load (N) อยู่ที่ 2306.83 นิวตัน และมีค่า deformation (mm) อยู่ที่ 5.62 มิลลิเมตร และค่า maximum load (จุดที่วัสดุสามารถรับแรงได้มากที่สุด) ของสูตร T3 (สูตรที่เลือกพัฒนา) พบว่ามีค่า load (N) อยู่ที่ 2558.00 นิวตัน และมีค่า deformation (mm) อยู่ที่ 6.68 มิลลิเมตร และ T4 (ควบคุม) มีค่า maximum load (N) อยู่ที่ 2413.50 นิวตัน และมีค่า deformation (mm) อยู่ที่ 3.63 มิลลิเมตร

Table 4. Physical properties from universal testing machine

Treatment	Yield point		Maximum load	
	Load (N)	Deformation (mm)	Load (N)	Deformation (mm)
T3 (Selected formula)	2126.63	2.70	2558.00	6.68
T4 (Control)	2306.83	5.62	2413.50	3.63

การวิเคราะห์ผลการเจริญเติบโตของต้นคะน้าในวัสดุปลูกมูลไส้เดือน การทดสอบการใช้งานกระถางโดยเบื้องต้นโดยเพาะเมล็ดคะน้า แบบย่อยเมล็ด โดยรดน้ำทุกวันเป็นระยะเวลาทั้งหมด 7 วัน เพื่อทดสอบการใช้กระถางในระดับเบื้องต้น ผลการทดสอบดัง Table 5

จาก Table 5 พบว่าค่าความชื้นเฉลี่ยของวัสดุปลูกในแต่ละวันของสูตร T3 (สูตรที่เลือกพัฒนา)

และ T4 (ควบคุม) ตั้งแต่วันที่ 1 ถึงวันที่ 7 ผลการทดลองพบว่า วัสดุปลูกสูตร T3 มีค่าความชื้นเฉลี่ยอยู่ที่ 5.33% (S.D. = 1.17) T4 ซึ่งมีค่าความชื้นเฉลี่ยอยู่ที่ 6.41% (S.D. = 1.62) จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าสูตร T3 มีประสิทธิภาพในการรักษาความชื้นได้คงที่มากกว่าสูตรควบคุม ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ดีของวัสดุปลูกในการควบคุมสภาพแวดล้อมของพืชอย่างเหมาะสม

Table 5. Moisture content (%) of Chinese kale at 1, 3, 5 and 7 days

Treatment	Day 1	Day 3	Day 5	Day 7	Mean	S.D.
T3 (Selected formula)	5.33	5.33	3.67	7.00	5.33	1.17
T4 (Control)	6.33	9.33	5.33	5.67	6.41	1.62

จาก Table 6 พบว่าค่าความสูงเฉลี่ยของต้นกล้าคะน้าที่ปลูกในวัสดุปลูกสูตร T3 (สูตรที่เลือกพัฒนา) และสูตร T4 (ควบคุม) ในช่วงระยะเวลา 7 วัน ในช่วงวันที่ 1 ยังไม่มีการงอกของต้นกล้าในทั้งสองสูตร ต่อมาในวันที่ 3 ทั้งสองสูตรมีค่าความสูงเฉลี่ยเท่ากันที่ 0.50 เซนติเมตร สำหรับสูตร T3

ความสูงเฉลี่ยของต้นกล้าในวันที่ 5 และ 7 อยู่ที่ 5.33 และ 7.33 เซนติเมตร ตามลำดับ ขณะที่สูตรควบคุม T4 มีค่าความสูงเฉลี่ยในวันที่ 5 และ 7 อยู่ที่ 4.67 และ 7.93 เซนติเมตร ตามลำดับ ผลการทดสอบดัง Table 6

Table 6. Plant height (cm) of Chinese kale at 1, 3, 5 and 7 days

Treatment	Day 1	Day 3	Day 5	Day 7	Mean	S.D.
T3 (Selected formula)	-	0.50	5.33	7.33	3.29	3.13
T4 (Control)	-	0.50	4.67	7.93	3.28	3.24

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์กระถางจากวัสดุปลูกมูลไส้เดือนของผู้บริโภค

จาก Table 7 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 42 คน เป็นเพศชาย 21 คน คิด

เป็นร้อยละ 50 เพศหญิง 21 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ด้านอายุ 20-30 ปีพบมากที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 30.95 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 และอายุต่ำกว่า 19 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 ตามลำดับ ด้าน

อาชีพพบว่า นักเรียน/นักศึกษามากที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 30.95 รองลงมา ชูรกิจส่วนตัว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 19.04 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 16.66 ตามลำดับ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ช่วงรายได้ 10,001 –

20,000 มากที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 45.23 รองลงมา ช่วงรายได้ 20,001 – 30,000 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 26.19 และ ช่วงรายได้ มากกว่า 30,000 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 21.42 ตามลำดับ ผลการทดสอบดัง Table 7

Table 7. Demographic characteristics of respondents (n = 42)

Demographic Characteristic	Frequency (n)	Percentage (%)
Gender		
Male	21	50
Female	21	50
Total	42	100
Age		
Under 19 years	7	16.67
20 – 30 years	13	30.95
31 – 40 years	10	23.80
41 – 50 years	5	11.91
51 – 60 years	5	11.91
Over 61 years	2	4.76
Total	42	100
Occupation		
Student	13	30.95
Government officer	5	11.91
Business owner	8	19.04
Farmer	5	11.91
Private company /employee	4	9.52
Others	7	16.67
Total	42	100
Average monthly income		
Below 10,000 THB	3	7.14
10,001 – 20,000 THB	19	45.24
20,001 – 30,000 THB	11	26.19
Above 30,000 THB	9	21.43
Total	42	100

จาก Table 8 แบบสำรวจการยอมรับผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุง ทั้ง 4 ด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการยอมรับผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับ ยอมรับได้ (acceptable) โดย

ด้านที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย = 4.55, S.D. = 0.68) ซึ่งรายการผลิตภัณฑ์สามารถย่อยสลายได้ ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุด (4.81, S.D. = 0.50) รองลงมา ด้านการ

ใช้งานและการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.13 (S.D. = 0.79) โดยรายการขนาดผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการใช้งาน ได้รับคะแนนสูงสุดในกลุ่ม (4.24, S.D. = 0.75) รองลงมา ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.19 (S.D. = 0.79) โดยรายการความ

แข็งแรงของผลิตภัณฑ์ ได้รับคะแนนสูงสุด (4.26, S.D. = 0.73) และ ด้านการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ ได้รับค่าเฉลี่ย 4.45 (S.D. = 0.73) ตามลำดับ ผลการทดสอบดัง Table 8

Table 8. Product acceptance evaluation results

Components	Mean	S.D.	Level of acceptance
Usability and design			
The product is aesthetically pleasing	3.86	0.94	Acceptable
The product size is appropriate for its usage	4.24	0.75	Acceptable
The product offers good value for its benefits	4.38	0.65	Acceptable
The product is durable and strong	4.02	0.80	Slightly acceptable
Average	4.13	0.79	Slightly acceptable
Value addition			
Add value to vermicompost products	4.45	0.73	Acceptable
Environmental benefits			
The product is biodegradable	4.81	0.50	Acceptable
It promotes the minimization of plastic pot consumption	4.76	0.48	Acceptable
It helps reduce the use of chemicals in seedling and ornamental plants	4.60	0.66	Acceptable
The product includes clear and informative labeling	4.05	1.07	Slightly acceptable
Average	4.55	0.68	Acceptable
Product attributes			
The product is structurally strong	4.26	0.73	Acceptable
The product has appealing colors	4.07	0.83	Slightly acceptable
The product has a pleasant surface texture	4.12	0.79	Slightly acceptable
The product has an attractive shape	4.19	0.82	Slightly acceptable
The product is the appropriate size	4.29	0.80	Acceptable
Average	4.19	0.79	Slightly acceptable

อภิปรายผล

จากการศึกษาการพัฒนากระถางปลูกพืชโดยใช้วัสดุปลูกที่มีส่วนประกอบหลักจากมูลไส้เดือนร่วมกับวัสดุอินทรีย์อื่น ๆ ได้แก่ แกลบ ขุยมะพร้าว แกลบ และดินปลูก พร้อมกับการใช้แป้งมันสำปะหลังเป็นตัวประสาน พบว่ากระบวนการผลิตสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและ

มีคุณสมบัติที่ต้องการในด้านทั้งคุณสมบัติทางกายภาพและเคมี ในช่วงแรกของการทดลองได้ทำการขึ้นรูปขึ้นงานตัวอย่างด้วยเครื่องอัดกระถางโดยกำหนดสูตรอัตราส่วนของส่วนผสม (สูตร T3 ที่ประกอบด้วยมูลไส้เดือน แกลบ ขุยมะพร้าว และดินปลูก) เปรียบเทียบกับสูตรควบคุม (T ควบคุมที่ใช้ดินปลูกและแป้งมันสำปะหลัง) ผลการทดสอบ

ทางเคมี เช่น ค่า pH ความชื้นและความนำไฟฟ้า (EC) แสดงให้เห็นว่าขึ้นงานจากสูตร T3 มีค่า pH ใกล้เคียงกับเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการเจริญเติบโตของพืชและมีความสมดุลในด้านธาตุอาหาร ในขณะเดียวกันผลการทดสอบคุณสมบัติทางกายภาพโดยวัดน้ำหนักก่อนและหลังการอบไล่ความชื้น (ที่อุณหภูมิ 70°C เป็นเวลา 8 ชั่วโมง) รวมถึงการทดสอบแรงอัด (yield point และ maximum load) ด้วยเครื่อง universal testing machine พบว่าขึ้นงานจากสูตร T3 มีความคงทนและรับแรงได้ดีกว่าขึ้นงานจากสูตรควบคุม โดย T ควบคุม วัสดุเป็นเนื้อเดียวกันเมื่อเกิดรอยร้าวจะทำให้ทั้งวัสดุเกิดรอยร้าวทั่วตัววัสดุ เมื่อเทียบกับ T3 ที่เมื่อเกิดรอยร้าวแล้วเกิดขึ้นเพียงบางจุด

ทั้งนี้ในด้านคุณสมบัติทางเคมี สูตร T3 มีค่า pH อยู่ในช่วงเกณฑ์กลางถึงต่างเล็กน้อย (pH = 7.43) และค่า EC อยู่ที่ 227 ppm ซึ่งใกล้เคียงกับสูตรควบคุม (T4) ทั้งนี้สารย่อยเนื้ออินทรีย์จากมูลไส้เดือนมักช่วยปรับค่า pH ให้อยู่ในช่วงเหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืช (pH 6-8) และยังพบว่ามีค่าความชื้นคงตัว แสดงถึงสมดุลในการระบายน้ำและเก็บความชื้นในวัสดุปลูก) ด้านคุณสมบัติทางกายภาพ น้ำหนักก่อน-หลังการอบ ของกระถางสูตร T3 มีน้ำหนักลดลงอย่างมีนัยสำคัญ (จาก 213.57 ± 1.24 กรัม เป็น 131.07 ± 8.49 กรัม) แสดงถึงระดับการกักเก็บน้ำที่เหมาะสม และลดน้ำหนักส่วนเกิน เพิ่มความสะดวกในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวัสดุที่สูญเสียอย่างควบคุมในวัสดุปลูก (Katiyar *et al.*, 2023) นอกจากนี้การศึกษาของ Gupta *et al.* (2014) พบว่า การใช้มูลไส้เดือนผสมกับวัสดุอินทรีย์ชนิดต่าง ๆ เช่น แกลบ ขุยมะพร้าว และปุ๋ยหมัก สามารถเพิ่มความสามารถในการกักเก็บน้ำและปรับปรุงโครงสร้างของวัสดุปลูก ทำให้พืชได้รับสารอาหารอย่างต่อเนื่อง และมีอัตราการรอดตายสูงขึ้น แสดงให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้วัสดุเหล่านี้สามารถเสริมประสิทธิภาพของกระถางมูลไส้เดือนที่ย่อยสลายได้ และสนับสนุนการผลิตเชิงเกษตรที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านการยอมรับผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภคผลการสำรวจ พบว่าผลิตภัณฑ์สูตร T3 ได้รับการตอบรับเชิงบวกในระดับยอมรับได้ (acceptable) โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ความสามารถย่อยสลาย (mean = 4.81) และลดการใช้พลาสติก (mean = 4.76) สอดคล้องกับแนวโน้มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Khaldoon *et al.*, 2022) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Surrage *et al.* (2010) ที่พบว่า กระถางและวัสดุปลูกจากเส้นใยและอินทรีย์วัตถุมีการย่อยสลายตามธรรมชาติในระยะเวลาเหมาะสม ช่วยปรับปรุงโครงสร้างดินและเพิ่มอินทรีย์วัตถุให้แก่ดินในระยะยาว ผลการวิจัยนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่ากระถางจากมูลไส้เดือนสามารถตอบสนองต่อแนวคิดการผลิตวัสดุปลูกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้านการใช้งานและความสามารถในการย่อยสลายทางชีวภาพขณะที่ด้านการใช้งานและการออกแบบและด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ เช่น พื้นผิว และสีสันได้รับคะแนนระดับ "ยอมรับได้เล็กน้อย (slightly acceptable)" ทั้งนี้แสดงถึงจุดที่สามารถต่อยอดพัฒนาในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นอกจากนี้ Jaya *et al.* (2023) ได้รายงานว่ กระถางจากเส้นใยธรรมชาติ เช่น เส้นใยมะพร้าวและเส้นใยพืชอื่น ๆ มีความแข็งแรงเพียงพอต่อการใช้งานจริง และสามารถย่อยสลายได้หลังการใช้งาน ทำให้เป็นวัสดุที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเป็นกระถางชีวภาพเชิงพาณิชย์ ดังนั้น การพัฒนากระถางมูลไส้เดือนในงานวิจัยนี้จึงแสดงถึงศักยภาพของการบูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืน การเพิ่มมูลค่าของวัสดุเหลือใช้ และการทดแทนวัสดุสังเคราะห์อย่างพลาสติกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกเหนือจากเรื่องคุณสมบัติของวัสดุและการยอมรับจากผู้บริโภคที่ได้กล่าวไปแล้ว งานวิจัยชิ้นนี้ยังชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรชีวภาพมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรในท้องถิ่น เช่น มูลไส้เดือน แกลบ และขุยมะพร้าว มาแปรรูปเป็นกระถางปลูกพืช วิธีนี้นอกจาก

จะช่วยลดปริมาณขยะได้อย่างเห็นผลแล้ว ยังเป็นการเปลี่ยนของเหลือทิ้งให้กลายเป็นมูลค่าเพิ่ม สร้างรายได้ และโอกาสทางเศรษฐกิจให้ชุมชน ซึ่งถือเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในระดับท้องถิ่นอย่าง เป็นรูปธรรม และการศึกษาคั้งนี้ยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Chantanapelin *et al.* (2023) ที่ระบุว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ช่วยเพิ่มขีด ความสามารถทางการตลาดและทำให้เศรษฐกิจฐาน รากแข็งแกร่งขึ้นได้ ยิ่งเมื่อชุมชนรู้จักนำทรัพยากรมา หมุนเวียนใช้ซ้ำอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ตอบโจทย์ แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าและลดของเสียใน ระบบการผลิตให้เหลือน้อยที่สุด (Geissdoerfer *et al.*, 2017)

ในมุมมองของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า ผู้คน ให้ความสำคัญกับคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมในระดับสูง นั้น สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของตลาดปัจจุบันที่ พร้อมสนับสนุนสินค้าอีโค (Eco-friendly) สอดคล้อง กับแนวคิดของ Pretty (2003) ที่มุ่งเน้นการสร้าง สมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ยังพบจุดที่ต้องพัฒนาต่อ คือ เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคยังให้คะแนนใน ระดับปานกลาง ซึ่งหมายความว่าหากต้องการให้ กระจ่างมูลค่าได้เต็มที่แข่งขันในเชิงพาณิชย์ได้จริง จะต้องมีการปรับปรุงรูปลักษณ์และดีไซน์ให้ตอบโจทย์ ความชอบของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

สรุป

ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้มุ่งพัฒนาและศึกษา ความเป็นไปได้ของการผลิตกระถางวัสดุปลูกจากมูล ไล่เดือนร่วมกับวัสดุอินทรีย์อื่น ได้แก่ แกลบ ขุยมะพร้าว ดิน และแป้งมันสำปะหลัง เพื่อส่งเสริม การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและลดการใช้วัสดุสังเคราะห์ที่ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยทำการทดสอบทาง กายภาพ ทางเคมี และการใช้งานเบื้องต้น พบว่าสูตร วัสดุ T3 มีคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของ พืช มีความสามารถในการย่อยสลายทางชีวภาพ และ

รักษาความชื้นได้ดี รวมถึงได้รับการยอมรับในระดับที่ นำพาพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภคในด้านความยั่งยืน การ ออกแบบ และประโยชน์ใช้สอย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง ศักยภาพของการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสีเขียวเพื่อ สนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนและความยั่งยืนของชุมชน

ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึง ศักยภาพของการประยุกต์ใช้วัสดุอินทรีย์เพื่อพัฒนา เป็นวัสดุปลูกทางเลือก และชี้ให้เห็นความเป็นไปได้ใน การนำไปต่อยอดในบริบทของชุมชน โดยอาจมีส่วนช่วย สนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ลดปริมาณ ของเสีย และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ อย่างไรก็ตาม การนำไปใช้ในเชิงปฏิบัติยังคงควรมี การศึกษาเพิ่มเติมในด้านความคุ้มค่า ความต่อเนื่องของ กระบวนการผลิต และการยอมรับของผู้ใช้ในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- Abad, Q. and S. Shafiqi. 2024. Vermicompost: Significance and benefits for agriculture. *Journal for Research in Applied Sciences and Biotechnology* 3(2): 202-207.
- Chantanapelin, S., A. Jaisaleaow and K. Anora, 2023. Marketing strategies for promoting organic community products: A case study of agricultural Product management learning center (farmer's market) in Chiang Rai province. *Journal of Community Development and Life Quality* 11(2): 123-134. (in Thai)
- Edwards, C. A., N. Q. Arancon and R. L. Sherman. 2011. *Vermiculture Technology: Earthworms, Organic Wastes, and Environmental Management*. CRC Press, Boca Raton, FL.
- Geissdoerfer, M., P. Savaget, N. M. P. Bocken and E. J. Hultink. 2017. The circular economy - A new sustainability paradigm?

- Journal of Cleaner Production 143: 757-768.
- Gupta, R., A. Yadav and V.K. Garg. 2014. Influence of vermicompost application in potting media on growth and flowering of marigold crop. *International Journal of Recycling of Organic Waste in Agriculture* 3: 47, doi: 10.1007/s40093-014-0047-1.
- Jaya, J.D., A. Nugroho, M. Elma and S. Sunardi. 2023. Review on biodegradable pot: A new promising approach for sustainable agriculture. *AIP Conference Proceedings* 2682(1): 030009 doi: 10.1063/5.0118270.
- Katiyar, R. B., S. Sundaramurthy, A. K. Sharma, S. Arisutha, A. Pratap-Singh, S. Mishra, R. Ayub, B.H. Jeon and M. A. Khan. 2023. Vermicompost: An eco-friendly and cost-effective alternative for sustainable agriculture. *Sustainability* 15(20): 14701, doi: 10.3390/su152014701.
- Khaldoon, S., J. Lalung, U. Maheer, M. A. Kamaruddin, M. F. Yhaya, E. S. Alsolami, H. S. Alorfi, M. A. Hussein and M. Rafatullah. 2022. A review on the role of earthworms in plastics degradation: Issues and challenges. *Polymers* 14(21): 4770, doi: 10.3390/polym14214770.
- Pretty, J. 2003. Social capital and the collective management of resources. *Science* 302(5652): 1912-1914.
- Surrage, V. A., C. Lafrenière, M. Dixon and Y. Zheng. 2010. Benefits of vermicompost as a constituent of Growing Substrates Used in the Production of Organic Greenhouse Tomatoes. *HortScience* 45(10): 1510-1515
- United Nations. 2015. Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development. (Online). Available: <https://wedocs.unep.org/xmlui/handle/20.500.11822/9824> (January 9, 2025).
-

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของกิจกรรมเพาะเลี้ยง
ในโซ่อุปทานกุ้งขาว จังหวัดตรัง

Cost and Return Analysis of Aquaculture Activity in White Shrimp
Cultivation Supply Chain, Trang Province

ศิริวรรณ กิ่งรัตน์* นุชนาถ ทับครุฑ กรรณิกา บัวทองเรือง และ ศุภพิชญ์ บุญเกื้อ
Siriwan Kingrat*, Nuchanat Tubkrut, Kannika Buathongrueang
and Supitchaya Boonkua

วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จ.ตรัง 92150

College of Hospitality and Tourism, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Trang 92150, Thailand

*Corresponding author: E-mail: siriwan.si@rmutsv.ac.th

(Received: September 8, 2025; Revised: October 20, 2025; Accepted: November 13, 2025)

Abstract: This study aimed to examine the demographic characteristics, the supply chain structure, and the cost–return performance of farming in Trang Province. Data were collected from 30 shrimp farmers across five districts through questionnaires and structured interviews. The results indicated that the majority of farmers were aged 51–60 years with 10–20 years of farming experience. Their primary motivation for shrimp farming was the high market price, and personal savings served as the main source of investment. All farmers used seawater for cultivation and obtained larvae from private hatcheries. The supply chain comprised three segments: upstream (input suppliers and farmers), midstream (intermediaries and wholesalers), and downstream (retailers, restaurants, and consumers). On average, farmers earned 360,000 baht in sales revenue per rai per cycle, with production costs of 250,000 baht and yields of 2,200 kilograms. Administrative expenses averaged 4,000 baht per rai, resulting in a gross profit of 110,000 baht and a net profit of 106,000 baht per rai. The return on investment was 29.12%, with gross and net profit margins of 30.55% and 29.44%, respectively. The findings highlight the importance of production planning, cost control, and efficient resource management to enhance profitability. Future efforts should support training on expand market and distribution opportunities.

Keywords: White shrimp cultivation, Cost and return analysis, Aquaculture activity, Supply chain

บทคัดย่อ: การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน และวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการเลี้ยงกุ้งขาว จังหวัดตรัง กลุ่มตัวอย่างได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งขาวในพื้นที่ จังหวัดตรัง จำนวน 30 ราย ในพื้นที่ 5 อำเภอ โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผลการศึกษา พบว่าเกษตรกรเลี้ยงกุ้งขาว มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี มีประสบการณ์ระหว่าง 10-20 ปี เหตุผลที่เลี้ยง เนื่องจากราคาตลาดของกุ้งขาวสูง โดยมีแหล่งเงินทุนเป็นเงินทุนของตนเอง แหล่งน้ำที่ใช้ในการเลี้ยงกุ้งเป็นน้ำที่ได้มาจากทะเล และแหล่งที่มาของพันธุ์กุ้งมาจากโรงเพาะฟักเอกชน ด้านความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการเลี้ยงกุ้งขาว พบว่า ต้นน้ำคือ ผู้จัดหาวัตถุดิบ และเกษตรกร กลางน้ำ คือ พ่อค้าคนกลาง และพ่อค้าส่ง และปลายน้ำ คือ ผู้ค้าปลีก ร้านอาหาร และผู้บริโภค ใน 1 รอบการเลี้ยงกุ้ง เกษตรกรมีรายได้จากการขายต่อไร่เฉลี่ย 360,000 บาท ต้นทุนการผลิตต่อไร่

เฉลี่ย 250,000 บาท ผลผลิตต่อไร่ 2,200 กิโลกรัมต่อไร่ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อไร่เฉลี่ย 4,000 บาท กำไรขั้นต้น 110,000 บาทต่อไร่ กำไรสุทธิ 106,000 บาทต่อไร่ ส่งผลให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน 29.12% อัตราส่วนกำไรขั้นต้น 30.55% และ อัตราส่วนกำไรสุทธิ 29.44% ผลจากการศึกษา เกษตรกรควรวางแผนการเลี้ยงกุ้ง และการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อนำไปสู่ความสามารถในการทำกำไร และในอนาคตควรมีการขยายตลาดและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น

คำสำคัญ: การเพาะเลี้ยงกุ้งขาว การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน กิจกรรมเพาะเลี้ยง ห่วงโซ่อุปทาน

คำนำ

กุ้งขาวนับเป็นหนึ่งในสัตว์น้ำเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยในฐานะสินค้าส่งออกที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ (Promson and Khanabsak, 2024) เนื่องจากกุ้งขาวเป็นสัตว์น้ำที่ได้รับความนิยม (Fisheries Statistics Group, 2025) ในปี 2568 การผลิตกุ้งขาวของประเทศไทยมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากราคากุ้งขาวมีแนวโน้มที่สูงขึ้น (Office of Agricultural Economics, 2025) จากสถิติเกษตรกรปี 2567 ประเทศไทยมีผลผลิตกุ้งขาว 350,420 ตัน โดยจังหวัดตรัง มีผลผลิตจำนวน 18,404 ตัน (Office of Agricultural Economics, 2024) จังหวัดตรังเป็น 1 ใน 5 จังหวัดที่มีการผลิตกุ้งขาวมากที่สุดของประเทศไทย จังหวัดตรังมีการเลี้ยงกุ้งขาวใน 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอกันตัง อำเภอปะเหลียน อ.ย่านตาขาว อำเภอหาดสำราญ และ อ.สิเกา (Trang Provincial Fisheries Office, 2024) สำนักงานประมงจังหวัดตรังส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในจังหวัดตรังมีการขึ้นทะเบียนเป็นผู้เลี้ยงกุ้งขาวที่ได้รับเครื่องหมายมาตรฐาน Good Agricultural Practices: GAP เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่ากุ้งขาวที่ซื้อไปรับประทานมีความปลอดภัย (Trang Provincial Agriculture and Cooperatives Office, 2025) แต่การเลี้ยงกุ้งขาวยังคงมีปัญหาหลายด้าน เช่น เกิดโรคระบาดในช่วงระหว่างการเลี้ยง ราคาสลัดตกต่ำ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้ผลผลิตลดลงและราคาขายต่ำ ทำให้เกษตรกรประสบภาวะขาดทุน ยิ่งกว่านั้น แนวโน้ม

ของต้นทุนการเลี้ยงกุ้งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และจากการลงพื้นที่ของนักวิจัยได้มีการพูดคุยกับตัวแทนกลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งขาวในจังหวัดตรัง โดยส่วนใหญ่เกษตรกรมีการเลี้ยงกุ้งแบบดั้งเดิม หรือ การจัดการที่ดำเนินการภายในครอบครัว จากปัญหาดังกล่าว การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงกุ้งขาว จะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการเลี้ยงและการลงทุน ซึ่งปัจจุบันเกษตรกรขาดซึ่งการบันทึกบัญชีรายได้และรายจ่าย เนื่องจากขาดความรู้ ความชำนาญในการจัดทำบัญชี เกษตรกรจึงไม่ทราบว่ารายได้และรายจ่ายที่แท้จริงจากการเลี้ยงกุ้งมีเท่าใด ส่งผลให้การคำนวณต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตไม่ตรงความเป็นจริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wetchaninnart *et al.* (2025) ซึ่งว่าเกษตรกรซึ่งความรู้เรื่องผลตอบแทนจากการลงทุนส่งผลให้การจัดการเงินทุนไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากนั้น การบริหารจัดการเกษตรกรมีการซื้ออาหารกุ้ง วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการเลี้ยงกุ้งซื้อจากพ่อค้าที่รู้จักคนเดิม การขายผลผลิตกุ้งก็ขายให้กับผู้รับซื้อคนเดิมติดต่อกันมาในอดีต ไม่มีอำนาจต่อรองราคากับผู้รับซื้อในท้องถิ่นหรือตลาดกลาง จากปัญหาดังกล่าวทางผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโซ่อุปทานกุ้งขาวในจังหวัดตรังด้วยเช่นกัน ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้คาดหมายว่าผลที่ได้จากศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรที่จะใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจการลงทุนเลี้ยงกุ้ง และห่วงโซ่อุปทานกุ้งขาวในจังหวัดตรัง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจขายกุ้งและเป็นแนวทางป้องกันและ

แก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรเพาะเลี้ยงกุ้งขาว จังหวัดตรัง 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของการเพาะเลี้ยงกุ้งขาว จังหวัดตรัง 3) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนของการลงทุนธุรกิจการเพาะเลี้ยงกุ้งขาว จังหวัดตรัง

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน ต้นทุนและผลตอบแทนจากการเลี้ยงกุ้งขาว ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง จังหวัดตรัง รายละเอียดดังนี้

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษา คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งใน จังหวัดตรัง แบ่งเป็น 5 อำเภอ จำนวน 426 ราย ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (Trang Provincial Fisheries Office, 2024) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรผู้เลี้ยงกุ้งในจังหวัดตรัง จำนวน 30 คน ใช้การสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีการเกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่าง 1. เป็นเกษตรกรที่มีการเลี้ยงแบบต่อเนื่องอย่างน้อย 5 ปีติดต่อกัน เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดรายได้ ค่าใช้จ่าย ปัญหาในการเลี้ยงกุ้งอย่างต่อเนื่อง 2. เกษตรกรมีความสนใจในการให้ข้อมูล 3. กลุ่มตัวอย่างเก็บครบจาก 5 อำเภอในจังหวัดตรัง โดยใช้เกณฑ์จำนวนขั้นต่ำของอำเภอที่มีเกษตรกรครบตามเกณฑ์ข้างต้นเป็นฐาน ซึ่งอำเภอย่านตาขาวมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นไปตามเกณฑ์ จำนวน 6 คน ดังนั้นในอำเภออื่น ๆ จึงใช้ 6 คนเช่นเดียวกันเพื่อความเท่าเทียมกันของข้อมูลแต่ละอำเภอ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยวิธีการสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง (structured interviews) เรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของกิจกรรมเพาะเลี้ยง

ในโซ่อุปทานกุ้งขาว จังหวัดตรัง ซึ่งแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ได้รับการตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ความชัดเจนของข้อความ และโดยได้ดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย (index of item objective congruence: IOC) มากกว่า 0.98

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ประสบการณ์การเลี้ยง เหตุผลที่เลี้ยง แหล่งเงินทุน แหล่งน้ำที่ใช้แหล่งที่มาของพันธุ์กุ้ง จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 ต้นทุนในการเลี้ยงกุ้งและค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารในการเลี้ยงกุ้ง ได้แก่ วัสดุอุปกรณ์ทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต จำนวน 16 ข้อ ส่วนที่ 3 รายได้และผลตอบแทนจากการเลี้ยง จำนวน 6 ข้อ

2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน จากต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ โดยสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง พ่อค้าคนกลาง ผู้ค้าส่ง จำนวน 3 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ นักวิจัยเป็นคนเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และจากแบบสอบถาม โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานกุ้งขาว จังหวัดตรัง และต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงกุ้งขาว และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล

หลังจากนั้น ประชุมจัดประชุมเพื่อสรุปผลการดำเนินงาน ข้อปัญหาในการดำเนินงานที่ผ่านมาเพื่อให้เกษตรกรร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อร่วมกันหาแนวทางการพัฒนา เพื่อชี้แจงรับฟังความคิดเห็นต่อกิจกรรมการดำเนินงานของการเลี้ยงกุ้งในปัจจุบัน นำ

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน การคำนวณ ต้นทุนและผลตอบแทนจากการเลี้ยงกุ้ง มาร่วมกัน พิจารณาหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งชาวในจังหวัดตรังให้ดียิ่งขึ้น และจัด กิจกรรมคืนข้อมูลเพื่อคืนข้อมูลสู่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งให้ ใช้เป็นแนวทางในการเลี้ยงกุ้งในอนาคต รวมทั้งเพื่อ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการแก้ปัญหา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวม ข้อมูลสถิติต่าง ๆ และข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการ เลี้ยงกุ้งชาวและ แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต ผลตอบแทนและการวิเคราะห์ผลตอบแทน ห่วงโซ่ อุปทาน เอกสารทางวิชาการที่เผยแพร่ของหน่วย งานต่าง ๆ เช่น กรมประมง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง บทความ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และข้อมูล ออนไลน์ เป็นต้น เพื่อใช้ในการพัฒนาโจทย์วิจัยและ เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. **ข้อมูลเชิงปริมาณ** นำข้อมูลจาก แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบ แบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analytics) และ นำข้อมูลจากแบบสอบถามมา คำนวณต้นทุนในการเลี้ยงกุ้งชาว ได้แก่ ต้นทุนทาง ตรง ค่าแรงงานทางตรง และ ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงกุ้ง ต้นทุนการเลี้ยงกุ้งรวม กำไรสุทธิ และ คำนวณอัตรา ผลตอบแทนจากเงินลงทุน อัตราส่วนกำไรขั้นต้น อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Ross *et al.* 2013; Wetchaninnart *et al.*, 2025) สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อ วิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนของการลงทุนการ เพาะเลี้ยงกุ้งชาว จังหวัดตรัง

2. **ข้อมูลเชิงคุณภาพ** นำข้อมูลที่ได้จากการ สัมภาษณ์เกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน มาวิเคราะห์ห่วงโซ่ อุปทานกุ้งชาวจังหวัดตรัง โดยจัดการประชุมร่วม

แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อหาความเชื่อมโยงของห่วงโซ่ตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของการเพาะเลี้ยงกุ้งชาว จังหวัดตรัง

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร ผู้เลี้ยงกุ้งชาว ในจังหวัดตรัง พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งมี ช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวนมากที่สุด คือ 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาได้แก่ ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.50 โดยผู้ เลี้ยงกุ้งส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้ง สัดส่วน มากที่สุด คือ ระหว่าง 10-20 ปี จำนวน 12 ราย คิด เป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาได้แก่ ประสบการณ์ในการ เลี้ยงกุ้งมากกว่า 20 ปีมีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.50 เหตุผลที่มากที่สุดที่เกษตรกรตัดสินใจเลี้ยงกุ้ง ชาวเพราะ กุ้งชาวมีราคาสูง จำนวน 10 ราย คิดเป็น ร้อยละ 33.50 รองลงมาเนื่องจากให้ผลผลิตจากการ เลี้ยงที่ดีและระยะเวลาเลี้ยงสั้น จำนวน 6 ราย คิดเป็น ร้อยละ 20.00 และเห็นว่ามีต้นทุนการเลี้ยงต่ำ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.50 เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งชาวใน จังหวัดตรังส่วนใหญ่ ใช้แหล่งเงินทุนของตนเองในการ เลี้ยงกุ้ง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.50 ส่วนที่ เหลืออีกจำนวน 13 ราย เป็นเงินทุนที่มีการกู้ยืมมา บางส่วน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 43.50 ซึ่งเงินที่มีการกู้ยืมมา บางส่วนนั้น เป็นการกู้ยืมจากธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร ในส่วนของแหล่งน้ำที่ใช้ในการ เลี้ยงกุ้งเป็นน้ำที่ได้มาจากทะเล จำนวน 30 ราย คิดเป็น ร้อยละ 100.00 และแหล่งที่มาของพันธุ์กุ้งที่ใช้ในการ เลี้ยงมาจากโรงเพาะฟักเอกชน จำนวน 30 ราย คิดเป็น ร้อยละ 100.00

2. ผลการศึกษากำไรห่วงโซ่อุปทานของเลี้ยง กุ้งชาว ในจังหวัดตรัง ดังแสดงใน Figure 1

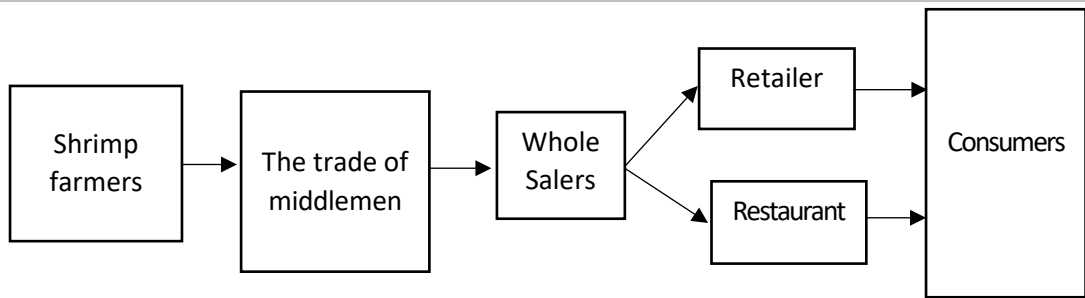


Figure 1. Supply chain of white shrimp cultivation in Trang province

จากการสัมภาษณ์ ผู้มีส่วนได้เสีย การเพาะเลี้ยงกุ้งขาวจังหวัดตรัง ได้แก่ เกษตรกร พ่อค้าคนกลาง ผู้ค้าส่ง ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานการเพาะเลี้ยงกุ้งขาวในพื้นที่จังหวัดตรัง ทั้ง 5 อำเภอ พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งขาวในจังหวัดตรังทั้งหมดซื้อพันธุ์ลูกกุ้งที่มาจากโรงเพาะฟักเอกชน เนื่องจากลูกกุ้งมีความแข็งแรง โตง่าย มีการตรวจสอบคุณภาพลูกกุ้งก่อนส่งมอบแก่เกษตรกร โดยเกษตรกรจะติดต่อไปยังเซลล์โรงเพาะฟักเอกชนที่รู้จักและมีการซื้ออย่างต่อเนื่อง เมื่อตกลงกันเรียบร้อยลูกกุ้งจะถูกส่งมายังเกษตรกร และจะนัดชำระเงินหลังจากครบเครดิตวันที่โรงเพาะฟักให้ แต่ในเกษตรกรบางรายที่ติดต่อซื้อขายเป็นรายใหม่กับโรงเพาะฟักเอกชนจะต้องชำระเงินค่าลูกกุ้งก่อน หลังจากนั้นทางฟาร์มจึงส่งมอบลูกกุ้งให้เกษตรกร ซึ่งขนาดลูกกุ้งส่วนใหญ่เกษตรกรรับซื้อในขนาด PL12 - PL15 และ ขนาด Super PL มาเลี้ยง อาหารที่ใช้เลี้ยงจะซื้อจากร้านประจำในพื้นที่จังหวัดตรังหรือบางรายซื้อจากโรงเพาะฟักที่ซื้อลูกกุ้งเพราะโรงเพาะฟักบางรายขายอาหารร่วมด้วย การให้อาหารส่วนใหญ่จะให้ 2-3 มื้อ เช้า เที่ยง เย็น หลังจากนั้นเกษตรกรทำหน้าที่ในการเลี้ยงกุ้ง ซึ่งใช้เวลาในการเลี้ยงกุ้งประมาณ 60 - 100 วัน ขึ้นกับขนาดลูกกุ้งที่ซื้อมาจากโรงเพาะฟัก หากเป็นลูกกุ้งขนาด PL12 - PL15 เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้เวลาเลี้ยง 90 - 100 วัน และหากเป็นลูกกุ้งขนาด Super PL จะใช้เวลาเลี้ยง

ประมาณ 60 - 70 วัน จะได้กุ้งขนาด 50-60 ตัวต่อกิโลกรัม หลังจากนั้น พ่อค้าคนกลางหรือผู้รวบรวมในพื้นที่และต่างพื้นที่ที่เข้ามาติดต่อซื้อขายกับเกษตรกรผู้เลี้ยงหรือบางรายรู้จักกับเกษตรกรเป็นการส่วนตัว จะได้รับการประสานจากเกษตรกรให้มาจับกุ้งเมื่อถึงระยะเวลาการจับกุ้งขายได้ โดยพ่อค้าคนกลางจะมารับซื้อกุ้งจากเกษตรกรโดยตรงที่บ่อเลี้ยงกุ้งโดยพ่อค้าคนกลางจะคัดขนาดกุ้งจากบ่อที่รับซื้อหลังจากนั้น พ่อค้าคนกลางจะส่งต่อไปยังผู้ค้าส่งหรือผู้จัดจำหน่ายต่าง ๆ ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่จังหวัดตรัง หลังจากนั้นผู้ค้าส่งก็จะขายกุ้งให้กับ 1) ให้กับผู้จัดจำหน่ายรายย่อยตามตลาดต่างๆในพื้นที่และนอกพื้นที่ 2) ร้านอาหารต่างๆที่เป็นลูกค้าประจำ และกลุ่มสุดท้ายที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานการเลี้ยงกุ้งขาว คือ ผู้บริโภคทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดตรัง โดยผู้บริโภคจะไปเลือกซื้อจากตลาด หรือ การไปรับประทานตามร้านอาหารต่าง ๆ

3. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการเลี้ยงกุ้งขาวแวนนาไม ในจังหวัดตรัง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งขาว จังหวัดตรัง ข้อมูลเฉลี่ยต่อไร่ต่อหนึ่งรอบการเลี้ยงกุ้งพบว่า ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับวัตถุดิบทางตรง ได้แก่ ค่าพันธุ์ลูกกุ้ง ค่าเฉลี่ย 18,300 บาทต่อไร่ ค่าแรงงานทางตรง แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ค่าจ้างเลี้ยงกุ้งในส่วนของเกษตรกรเจ้าของบ่อและลูกจ้างชั่วคราว ค่าเฉลี่ย 21,000 บาทต่อไร่ และค่าใช้จ่าย

อื่นๆในการเลี้ยงกุ้ง ค่าเฉลี่ย 210,700 บาทต่อไร่
ดังนั้น ต้นทุนรวมของการเลี้ยงกุ้งชาวจังหวัดตรังต่อ
1 รอบการผลิตหัวเฉลี่ยต่อไร่ คือ 250,000 บาทต่อ

ไร่ โดยคิดเป็นต้นทุนที่เป็นเงินสดทั้งสิ้น 203,220
บาทต่อไร่ และต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด 46,780 บาท
ต่อไร่ ดังแสดงใน Table 1

Table 1. The cost of white shrimp cultivation

List	monetary cost (baht)	non-monetary cost (baht)	Total Cost (baht)
Direct Materials			
shrimp post-larvae costs	18,300	-	18,300
Direct Labor			
Labor costs	9,000	12,000	21,000
Overhead			
Food costs	115,350	-	115,350
Land use costs	-	22,730	22,730
Chemical costs	17,500	-	17,500
Transportation costs	2,500		2,500
Fuel and LPG costs	13,900		13,900
Engine oil costs	2,200		2,200
Electricity Costs	14,330		14,330
Muddy soil feeling	2,500		2,500
Electrical equipment costs	3,540		3,540
Equipment Maintenance Cost		3,500	3,500
Pump Depreciate	-	5,300	5,300
Engine Depreciate		3,250	3,250
Miscellaneous expense costs	4,100		4,100
Total cost	203,220	46,780	250,000

ผลการศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนพบว่า รายได้ที่ได้จากการจับกุ้งขึ้นมาจำหน่ายแก่พ่อค้าคนกลาง ค่าเฉลี่ย 360,000 บาทต่อไร่ ในส่วนของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรงที่ใช้ในการเลี้ยงกุ้ง ได้แก่ ค่าพันธุ์ลูกกุ้ง ค่าแรงงานทางตรง ได้แก่ ค่าแรงงานทางตรงของ

กิจการที่ใช้ในการดำเนินงานในฟาร์มเลี้ยงกุ้ง ประกอบด้วย ค่าจ้างแรงงานชั่วคราวและค่าจ้างในส่วนของเจ้าของบ่อกุ้ง นอกจากนั้นยังมีในส่วนของค่าใช้จ่ายการผลิต เป็นค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นเพื่อการผลิตกุ้ง ประกอบด้วย ค่าลอกเลน ค่าเช่าบ่อ ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์

ต่าง ๆ ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ ค่าเคมีภัณฑ์ ค่าน้ำมัน เชื้อเพลิง น้ำมันเครื่อง ค่าแก๊ส LPG ค่าไฟฟ้า เป็นต้น รวมต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 250,000 บาทต่อไร่ นอกเหนือไปจากค่าวัตถุดิบทางตรงใช้ไป และค่าแรงทางตรง ยังมีในส่วนของค่าใช้จ่ายในการขายและ

บริหารถั่วเฉลี่ย 4,000 บาทต่อไร่ ส่งผลให้เกษตรกรมีกำไรขั้นต้นเฉลี่ย 110,000 บาทต่อไร่ และ กำไรสุทธิเฉลี่ย 106,000 บาทต่อไร่ นอกจากนี้เกษตรกรได้รับผลผลิตจากการเลี้ยงกุ้งต่อไร่ถั่วเฉลี่ย 2,200 กิโลกรัม ดังแสดงใน Table 2

Table 2. The cost and returns analysis of white shrimp cultivation

The cost and revenue	Revenue and cost per rai (baht)
Sales income	360,000
Manufacturing costs	250,000
Gross profit	110,000
Sale and administration expensive	4,000
Net profit	106,000
Yield of shrimp per rai	2,200

ในส่วนของคุณค่าอัตราส่วนผลตอบแทนของผู้เลี้ยงกุ้ง ซึ่งดูจาก อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน เฉลี่ยร้อยละ 29.12 อัตราส่วนกำไรขั้นต้น

เฉลี่ยร้อยละ 30.55 และ อัตรากำไรสุทธิ เฉลี่ยร้อยละ 29.44 ดังแสดงใน Table 3

Table 3. The profit ratio of white shrimp cultivation

The profit ratio	Percent
Return on investment (ROI)	29.12
Gross profit margin ratio	30.55
Net profit margin ratio	29.44

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของกิจกรรมเพาะเลี้ยงในโซ่อุปทานกุ้งขาว จังหวัดตรัง ในครั้งนี้จะเห็นได้ว่า

1. จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งขาวในจังหวัดตรัง จะเห็นได้ว่าอายุของผู้เลี้ยงกุ้งขาวส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่คือ หัวหน้าครอบครัวที่ ประกอบอาชีพมาแต่ดั้งเดิม ในรุ่น

ลูกหลานได้รับความสนใจน้อยลงเพราะเด็กรุ่นใหม่ในพื้นที่ส่วนใหญ่นิยมทำงานในตัวเมืองหรือพื้นที่อื่น บางส่วนมองว่าอาชีพดังกล่าวมีความเสี่ยงสูงจึงหันไปประกอบอาชีพอื่นแทน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Promson and Khanabsak (2024) ที่ศึกษาการผลิตกุ้งแวนนาไมของเกษตรกรรายย่อยในตำบลเกาะเพชร อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งขาวมีอายุในช่วงดังกล่าว โดยผู้เลี้ยงกุ้งขาวส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเลี้ยง

กึ่ง ระหว่าง 10-20 ปี เพราะเป็นอาชีพดั้งเดิมที่ทำมา ยาวนาน ซึ่งเกษตรกรผู้เลี้ยง คือ หัวหน้าครัวเรือน โดยส่วนใหญ่ ดังนั้นประสบการณ์ในการเลี้ยงของ เกษตรกรจึงมีมาก และขนาดพื้นที่การเลี้ยงมีขนาด เล็กถึงขนาดกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongbuntho (2024) ที่ศึกษา การวิเคราะห์การ ลงทุนในการติดตั้งโซลาร์เซลล์ของฟาร์มกึ่งขาว แวนนาไม ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้เลี้ยงกึ่งที่มีฟาร์ม ขนาดเล็ก ซึ่งมีประสบการณ์ในการเลี้ยงกึ่งตัวเฉลี่ย มากกว่า 17 ปี เหตุผลหลักที่เกษตรกรเลี้ยงกึ่งขาว เพราะ กึ่งขาวเป็นที่ต้องการของตลาดและมีราคาสูง สอดคล้องกับข้อมูลของ Office of Agricultural Economics (2025) ภาวะเศรษฐกิจการเกษตรไตรมาส 2 ปี 2568 เนื่องจาก หากตรวจสอบข้อมูลการ ส่งออกกึ่งขาวในปี 2568 จะเห็นได้ว่าการผลิตกึ่งขาว มีการขยายตัวขึ้น 11.59% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกัน ปี 2567 เพราะตลาดส่งออกและการบริโภคใน ประเทศเพิ่มมากขึ้น แสดงถึงความต้องการบริโภคกึ่ง ในปัจจุบันมีสูงขึ้น เกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งขาวในจังหวัด ตราดส่วนใหญ่ ใช้แหล่งเงินทุนของตนเองในการเลี้ยง กึ่ง เนื่องจากกรเลี้ยงกึ่งขาวของเกษตรกรในจังหวัด ตราดเป็นการเลี้ยงในพื้นที่ส่วนใหญ่ขนาดเล็ก เมื่อ เลี้ยงในรอบก่อนมีกำไรและได้เงินทุนกลับคืนมา ก็จะ นำมาลงทุนในรอบต่อไป และหากในรอบก่อน ขาดทุนทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งหยุดการเลี้ยงกึ่ง จนกว่าจะมีเงินทุนใหม่เพื่อใช้ในการเลี้ยง ส่วนหนึ่ง มาจากหากจะกู้ยืมส่วนใหญ่เป็นการกู้ยืมเงินนอก ระบบเพราะหากกู้ในระบบสถาบันการเงินต้องมี หลักทรัพย์ค้ำประกันแต่เกษตรกรส่วนใหญ่ ไม่มีเครดิตในการกู้เงินจากสถาบันการเงิน สอดคล้อง กับการศึกษาโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริม และพัฒนาการเลี้ยงกึ่งขาวของประเทศไทยพบว่า เกษตรกรใช้เงินทุนของตนเองในการเลี้ยงกึ่งมากที่สุด (Wiriayathadasak *et al.*, 2025) ในส่วนของแหล่ง

น้ำที่ใช้ในการเลี้ยงกึ่งเป็นน้ำที่ได้มาจากทะเล เนื่องจากพื้นที่การเพาะเลี้ยงกึ่งขาวทั้ง 5 อำเภอ ในจังหวัดตราดเป็นพื้นที่ติดกับทะเล และพื้นที่ตั้ง ส่วนใหญ่ของเกษตรกรในการเพาะเลี้ยงกึ่งขาวก็อยู่ ใกล้ทะเล จึงสะดวกในการใช้น้ำทะเลจากธรรมชาติ ในการเพาะเลี้ยง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Techabunmas *et al.* (2018) กับ การศึกษา การศึกษาโซอุปทานกึ่งขาวแวนนาไมในจังหวัด นครปฐม ซึ่งพบว่าแหล่งน้ำมีใช้ในการเลี้ยงกึ่งมาก จากทะเล และแหล่งที่มาของพันธุ์กึ่งที่ใช้ในการเลี้ยง มาจากโรงเพาะฟักเอกชน เนื่องจากเกษตรกรมีความ มั่นใจถึงคุณภาพลูกกึ่งจากโรงฟัก ว่ามีความแข็งแรง เพราะผ่านการตรวจสอบจากโรงเพาะฟักก่อนส่ง มอบให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งขาวซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยเรื่องการตัดสินใจลงทุนเลี้ยงกึ่งแบบผสม ระหว่างกึ่งขาวแวนนาไมกับกึ่งก้ามกรามในบ่อดิน ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่ง อำเภอกำแพงแสน จังหวัด นครปฐม พบว่าแหล่งพันธุ์กึ่งที่เกษตรกรซื้อมาเลี้ยง นั้น พบว่าจะมีตัวแทนพนักงานขายของแต่ละบริษัท มาเสนอขาย และมีเกษตรกรบางรายที่เดินทางไปซื้อ จากแหล่งเพาะพันธุ์เอง (Rittichai and Sonpakdee, 2022)

2. จากการศึกษาห่วงโซอุปทานกึ่งขาวของ จังหวัดตราด พบว่า พื้นที่ในจังหวัดตราดมีการเพาะเลี้ยง กึ่งขาวกระจายอยู่ใน 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอกันตัง อำเภอปะเหลียน อ.ย่านตาขาว อำเภอหาดสำราญ และ อ.สิเกา พันธุ์กึ่งที่ใช้เพาะเลี้ยงส่วนใหญ่ คือ พันธุ์แวนนาไม โดยใช้ระยะเวลาในการเลี้ยงประมาณ 60-100 วัน โครงสร้างอุปทานของกึ่งขาวในจังหวัด ตราดประกอบด้วย ต้นน้ำ คือ ผู้จัดหาวัตถุดิบ คือ โรงเพาะฟักเอกชนในจังหวัดตราดที่ขายพันธุ์ลูกกึ่งขาว และผู้ผลิต คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งขาว กลางน้ำ คือ พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าส่ง และปลายน้ำ คือ ผู้ค้าปลีก ร้านอาหาร และผู้บริโภค ที่มีการนเชื่อมโยงกัน

ในห่วงโซ่อุปทาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Techabunmas *et al.* (2018) กับการศึกษาห่วงโซ่อุปทานกุ้งขาวแวนนาไมในจังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่าโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของกุ้งขาวในจังหวัดนครปฐมจะประกอบด้วย ต้นน้ำ คือ ผู้จัดหาวัตถุดิบ ซึ่งในที่นี้หมายถึง ผู้ขายลูกกุ้งขาว หรือฟาร์มอนุบาลลูกกุ้งขาว และผู้ผลิต (เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งขาว) กลางน้ำคือพ่อค้าคนกลาง (แพกุ้ง) พ่อค้าส่ง ห้องเย็นและปลายน้ำคือ ผู้ค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า ผู้ส่งออก และผู้บริโภคควรเชื่อมโยงประสานงานกันอย่างต่อเนื่องในห่วงโซ่อุปทาน

3. ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทนของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งขาว ในจังหวัดตรัง โดยใช้การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง ได้แก่ วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิตกุ้งขาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pattarapitikul *et al.* (2023) ศึกษาต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนการเงินธุรกิจบ่อกุ้งกุลาดำ จังหวัดสงขลา ซึ่งพบว่าต้นทุนในการเลี้ยงกุ้งกุลาดำ ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ได้แก่ ค่าพันธุ์กุ้ง ค่าแรงงานทางตรง ได้แก่ ค่าแรงในการเลี้ยงกุ้ง และค่าใช้จ่ายในการผลิต ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในการเลี้ยงกุ้งขาว ยกเว้นค่าวัตถุดิบทางตรงและค่าแรงทางตรง จากการศึกษาเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงกุ้งขาวในจังหวัดตรัง จะมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตกุ้งขาว คือ ค่าอาหารกุ้งขาว เป็นต้นทุนที่สูงที่สุด เนื่องจากการเลี้ยงกุ้งมีการให้อาหารอย่างน้อย 2-3 ครั้งต่อวัน คือ เช้า เที่ยง เย็น ใช้ในปริมาณที่มากและต้องให้ทุกวันจนกว่าอายุของกุ้งจะได้ตามระยะเวลาที่ขาย นอกจากนี้เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงกุ้งขาวในพื้นที่อำเภอเดียวกัน ไม่มีการดำเนินการจัดการแบบการรวมกลุ่ม เพื่อที่จะซื้อในปริมาณที่มากเพื่อต่อรองราคาอาหารกุ้งขาวกับผู้จำหน่าย ทำให้ราคาอาหารกุ้งขาวเป็นต้นทุนที่สูงที่สุด สอดคล้องกับ

การศึกษาของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Taengphukieo *et al.* (2024) ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ด้วยระบบต้นทุนฐานกิจกรรมของเกษตรกรเลี้ยงกุ้งก้ามกรามแบบฟาร์มเพื่อการพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งพบว่ากิจกรรมการเลี้ยงและการจัดการระหว่างเลี้ยง ถือเป็นต้นทุนที่สูงของการเลี้ยงกุ้ง นอกจากนี้การวัดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) พบว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนน้อย เมื่อเทียบกับการศึกษาของ Promson and Khanabsak (2024) ที่ศึกษาการผลิตกุ้งแวนนาไมของเกษตรกรรายย่อยในตำบลเกาะเพชร อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าผลตอบแทนจากลงทุนคิดเป็นร้อยละ 80.07 เนื่องจากค่าอาหารของการเลี้ยงกุ้งขาวในจังหวัดตรังมีต้นทุนที่สูง ดังนั้นหากจะเพิ่มอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนให้สูงขึ้นเกษตรกรเพาะเลี้ยงกุ้งขาวในจังหวัดตรัง อาจจะรวมกลุ่มกันกับเกษตรกรรายอื่นในพื้นที่เดียวกันเพื่อซื้ออาหารในปริมาณที่มากทำให้เกิดการต่อรองราคาอาหารกุ้งขาวกับผู้จำหน่าย อาจส่งผลให้ต้นทุนของอาหารกุ้งขาวลดลงหรืออีกแนวทางแก้ปัญหา คือ การจัดการเลี้ยงกุ้งขาวให้มีคุณภาพ สี ขนาด รสชาติ เป็นไปตามความต้องการของตลาด โดยเสริมวิตามินและแร่ธาตุที่เหมาะสม จะส่งผลให้ราคากุ้งขาวสูงขึ้น ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wattanakul *et al.* (2020) ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้สารสกัดสาหร่ายสีแดงน้ำจืดเพื่อการปรับปรุงคุณภาพสีของกุ้งแวนนาไม พบว่า ในการเลี้ยงกุ้งขาวหากสีของกุ้งหลังจากต้มสุกสีซีดไม่แดงเข้มทำให้กุ้งขาวไม่เป็นที่ต้องการของตลาดทำให้ผู้รับซื้อซื้อในราคาตลาดลงจากราคาปกติ ดังนั้นหากต้องกาให้ราคาขายกุ้งขาวสีเข้ม ขายได้ราคาสูงต้องเพิ่มสารอาหารจากสารสกัดสาหร่ายสีแดง

สรุป

การเพาะเลี้ยงกุ้งขาวของเกษตรกรในจังหวัดตรัง ยังขาดซึ่งการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน

เพื่อศึกษากิจกรรมการดำเนินงานและผู้มีส่วนได้เสียที่เชื่อมโยงกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน และ ขาดซึ่งการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุน ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้มีการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน ต้นทุนและผลตอบแทนของการเพาะเลี้ยงกุ้งขาว จังหวัดตรัง ผลของการวิเคราะห์ ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งขาวทราบถึงห่วงโซ่อุปทานกุ้งขาว เพื่อหาโอกาสในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายจากต้นทาง และในส่วนของ การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนจากการเลี้ยงกุ้งขาว ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งขาวสามารถคำนวณอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนได้ ส่งผลให้เกิดการวางแผนการดำเนินงานในอนาคตที่มีกำไรและเกิดความยั่งยืนในการเลี้ยงกุ้งขาว

เอกสารอ้างอิง

- Fisheries Statistics Group. 2025. Statistics of Marine Shrimp Culture. Department of Fisheries Ministry of Agriculture and Cooperatives. Available: https://www.4.fisheries.go.th/local/file_document/20250729113340_1_file.pdf. (October 24, 2025) (in Thai)
- Office of Agricultural Economics. 2024. Agricultural Statistics of Thailand 2024. Ministry of Agriculture and Cooperatives.
- Office of Agricultural Economics. 2025. Agricultural economics report: 2nd quarter 2025 and outlook for 2025. Ministry of Agriculture and Cooperatives. Q2/2025. (in Thai)
- Pattarapitikul, A.P., N. Boonrat, J. Pongsuwan and S. Chauymeang. 2023. Production cost and return on business finance of the black tiger prawn pond, Songkhla province. Graduate school conference 2023: 278-285. (in Thai)
- Promson, S. and S. Khanabsak. 2024. Study of vannamei shrimp production of smallholders in Tambon Koh Phet, Hua Sai district, Nakhon Si Thammarat province. *Inthaninthaksin Journal* 19(2): 127-156. (in Thai)
- Rittichai, T. and C. Sonpakdee. 2022. Making decisions for investment in polyculture farming of giant freshwater prawns and *Litopenaeus vannamei* in soil ponds owned by farmers in Kamphaeng Saen. *Nakhon Pathom Journal of Southern Technology* 15(1): 95-109. (in Thai)
- Ross, S.A., R. W. Westerfield. and J. Jaffe. 2013. *Corporate Finance*. McGraw-Hill, 1030 p. New York.
- Taengphukieo, R., S. Uttra, P. To-oon and N. Nitisiri. 2024. Utilizing an activity-based costing system to analyze the logistical expenses of commercial lobster farms Kalasin District. *Frontiers in Engineering Innovation Research* 22(1): 38-48. (in Thai)
- Techabunmas, N., B. Ratsameechot and S. Rengpimy. 2018. The study of supply chain of Pacific white shrimp in Nakhon Pathom province. *HUSO Journal of Humanities and Social Sciences* 2(1): 36-52. (in Thai)
- Thongbuntho, C., K. Kuldilok and S. Wangvoralak. 2024. Investment analysis of the solar cell for whiteleg shrimp farmers.

- Journal of Social Science Panyapat 6(1): 447-460. (in Thai)
- Trang Provincial Agriculture and Cooperatives Office. 2025. General history of Trang province. Available: <https://www.opsmoac.go.th/trang-dwl-files-471091791214> (October 24, 2025) (in Thai)
- Trang Provincial Fisheries Office. 2024. The data on Marine shrimp farming in Trang Province 2024. Available: https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20220221134944_1_file.pdf (October 24, 2025) (in Thai)
- Trang Provincial Office. 2025. Trang provincial development plan 2023-2027 (Revised edition for fiscal year 2026). Trang Provincial Office, Trang.
- Wetchaninnart, W., O. Moonsri, K. Choopratheep, S. Sittichot and S. Boonchumnong. 2025. Costs and returns analysis of the Ban Na Di – Sang Bong community enterprise group, Kumphawapi district, Udon Thani province. *Journal of Community Development and Life Quality* 13(1): 67-77. (in Thai)
- Wiriyathadasak, P., S.K. Sanserm, B. Keowan and N. Choocherd. 2025. Model of using new media for extension and development of marina shrimp culture in Thailand. *Journal of Agricultural Research and Extension* A2(2): 124-146. (in Thai)
-

การพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้ออแกนิก
ในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา

The Development of Electronic Commerce Central Market of Organic
Goat Meat in Yaha District, Yala Province

ยาร่อนะ ศรีอำหัด* และ มะแอ เย็ง

Yarona Sriaremhad* and Mae Yeng

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา อ. เมือง จ. ยะลา 95000

Faculty of Management Science, Yala Rajabhat University, Muang, Yala 95000, Thailand

*Corresponding author, E-mail: yarona.s@yru.ac.th

(Received: March 5, 2025; Revised: September 16, 2025; Accepted: January 16, 2026)

Abstract: The objectives of this research were: 1) to develop an electronic commerce marketplace for organic goat meat for farmers in the Yaha District, Yala Province; and 2) to transfer the developed electronic marketplace system for organic goat meat to the organic goat meat farmers in that region. A mixed-methods design was employed, integrating qualitative and quantitative approaches. The qualitative phase involved focus group discussions with 20 participants, including organized and non-organized farmers, department heads, and livestock officers. These data were analyzed using content analysis. The quantitative phase used questionnaires with 400 consumers who had experience using the e-marketplace system. Participants were selected through accidental sampling, and the data were analyzed with descriptive statistics. Results showed that consumers were highly satisfied with the quality of the e-marketplace system ($\bar{X}=4.33$, S.D.=0.65) while farmers and related personnel expressed high satisfaction with both the quality and usability of the system ($\bar{X}=4.35$, S.D.=0.60). The findings suggest that the development of an electronic marketplace enhances farmers' market access, broadens distribution channels, and strengthens connections between producers and consumers, contributing to the sustainable development of the local economy.

Keywords: Electronic commerce marketplace, organic goat meat, goat farmers, Yala, market development

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้ออแกนิกแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออแกนิกในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา และ 2) ถ่ายทอดระบบตลาดกลางดังกล่าวให้แก่เกษตรกรในพื้นที่ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่มกับเกษตรกร หัวหน้าส่วนงาน และเจ้าหน้าที่สำนักงานปศุสัตว์ จำนวน 20 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามกับผู้บริโภคที่ใช้ระบบตลาดกลาง จำนวน 400 ราย ซึ่งได้จากการสุ่มแบบง่าย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของระบบตลาดกลางอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.33$, S.D.=0.65) และเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อระบบและการถ่ายทอดความรู้ในระดับมาก ($\bar{X}=4.35$, S.D.=0.60) สรุปได้ว่าการพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มศักยภาพของ

เกษตรกรในการเข้าถึงตลาด สร้างช่องทางการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แปะเนื้ออแกนิค เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ยะลา การพัฒนาตลาด

คำนำ

สถานการณ์การเลี้ยงแพะในประเทศไทย ปี 2567 พบว่ามีแพะจำนวนทั้งสิ้น 1,534,148 ตัว และมีเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะจำนวน 89,574 ราย โดยพื้นที่ภาคใต้มีจำนวนแพะ 443,622 ตัว คิดเป็นร้อยละ 29.12 เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ซึ่งมีจำนวนแพะ 435,415 ตัว หรือเพิ่มขึ้น 8,207 ตัว จังหวัดยะลามีเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะมากเป็นอันดับที่ 1 ของประเทศไทย จำนวน 13,570 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.15 และมีจำนวนแพะมากเป็นอันดับที่ 4 จำนวน 68,257 ตัว คิดเป็นร้อยละ 4.48 ทั้งนี้ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะนิยมเลี้ยงแพะเนื้อเป็นจำนวนมาก 1,490,987 ตัว คิดเป็นร้อยละ 97.89 เมื่อเทียบกับแพะนมซึ่งมีเพียง 32,161 ตัว คิดเป็นร้อยละ 2.11 โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในประเทศไทยมีจำนวนเฉลี่ย 17.13 ตัวต่อราย จากข้อมูลพบว่าภาคใต้เป็นพื้นที่ที่มีการเลี้ยงแพะมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากภาคกลางซึ่งมีจำนวนแพะ 257,442 ตัว คิดเป็นร้อยละ 16.90 และเป็นพื้นที่ที่มีเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะมากที่สุดจำนวน 53,497 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.72 (Department of Livestock Development, 2024) นอกจากนี้ ผลสำรวจการใช้เทคโนโลยีของเกษตรกรไทยพบว่ามีแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มขึ้น โดยเกษตรกรรุ่นใหม่ในภาคใต้มีจำนวน 163 ราย และในกลุ่มเกษตรกรปศุสัตว์คิดเป็นร้อยละ 4.85 (Digital Economy Promotion Agency, 2025) ดังนั้น การสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยส่งเสริมให้กลุ่มมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการเลี้ยงแพะเนื้อได้ด้วยตนเอง ทั้งการบูรณาการความรู้จากภูมิปัญญาชุมชนกับความรู้ใหม่ให้ผู้ศึกษาได้เรียนรู้ (Kanitpanyajaroen and Tiptipakorn, 2025) และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้เพื่อการจัดเก็บข้อมูลโคเนื้ออย่างเป็น

ระบบ สามารถบันทึก แก้ไข และเรียกดูข้อมูลผ่านอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต นำไปสู่ความเข้มแข็งและการพัฒนาสื่อการเรียนรู้อย่างยั่งยืน (Kanitpanyajaroen and Pornnimit, 2023)

ยะหาเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดยะลา มี 7 ตำบล ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนยางพาราและเลี้ยงแพะเนื้อเป็นอาชีพเสริม โดยเลี้ยงกระจายเกือบทุกหมู่บ้าน มีจำนวนเฉลี่ยครัวเรือนละ 10-30 ตัว พื้นที่มีศักยภาพต่อการเลี้ยงแพะเนื้อเนื่องจากเป็นพื้นที่ราบเชิงเขาสลับที่ราบลุ่ม เหมาะกับการเลี้ยงแบบกึ่งปล่อย และประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิมซึ่งมีความต้องการบริโภคเนื้อแพะสูง ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 มีการส่งเสริมการเลี้ยงแพะแบบอินทรีย์ ส่งผลให้เกิดแนวโน้มการผลิตแพะเนื้ออแกนิกเพิ่มขึ้น (Office Developer Amphoe Yaha, 2025)

เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออแกนิกทั้งที่จัดการตั้งกลุ่มและไม่ได้จัดตั้งกลุ่มในพื้นที่อำเภอยะหาให้ข้อมูลเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2564 ว่า การซื้อขายส่วนใหญ่เกิดขึ้นภายในชุมชนและหน้าฟาร์ม โดยประสบปัญหาขาดตลาดกลางที่มีระบบมาตรฐาน ราคาผลผลิตไม่แน่นอน ขาดช่องทางการตลาดออนไลน์ และขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจปศุสัตว์ ส่งผลให้ไม่สามารถขยายตลาดระดับภูมิภาคได้อย่างเต็มศักยภาพ ดังนั้น การพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แพะเนื้ออแกนิกจึงเป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและเชื่อมโยงเกษตรกรกับผู้บริโภคโดยตรง Srijaiwong *et al.* (2023) และ Srijaiwong *et al.* (2024) ระบุว่า การนำเทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์มาใช้จะช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดและกลุ่มลูกค้าใหม่ ขณะที่ Phutthawong *et al.* (2024) และ Suebsing and Hanbang (2023) ชี้ว่าการพัฒนาช่องทางตลาดออนไลน์และเว็บไซต์ช่วยขยาย

ตลาดและการเข้าถึงผู้บริโภค ทั้งนี้ การถ่ายทอดระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแพลตฟอร์มออนไลน์แก่เกษตรกรเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน (Nualsut *et al.*, 2024) และการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการจัดการฟาร์มและเชื่อมโยงสู่ตลาดออนไลน์ (Saenthumpol *et al.*, 2024)

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) พัฒนาลตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้ออเนกนิคมแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออเนกนิคมในอำเภอยะลา จังหวัดยะลา และ 2) ถ่ายทอดระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้ออเนกนิคมแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออเนกนิคมในอำเภอยะลา จังหวัดยะลา โดยมุ่งสร้างช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวก รวดเร็ว และหลากหลายยิ่งขึ้น ส่งผลให้มูลค่าสินค้าแพะเนื้ออเนกนิคมเพิ่มขึ้น ลดข้อจำกัดของตลาดท้องถิ่น และเสริมรายได้ของครัวเรือน อันนำไปสู่ความเข้มแข็งและความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชนในระยะยาว

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ (mixed method research) ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือน ตุลาคม 2563 กรกฎาคม 2564 พื้นที่วิจัยได้แก่ อำเภอยะลา จังหวัดยะลา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ใช้งานระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย โดยคำนวณตามสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จากการคำนวณได้ 385 ราย แต่เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจึงกำหนดใช้ 400 ราย กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบง่าย (simple random sampling)

การวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากร ได้แก่ ผู้เลี้ยงแพะเนื้ออเนกนิคมในอำเภอยะลา จังหวัดยะลา ทั้งที่มีการจัดตั้งกลุ่ม และไม่ได้จัดตั้งกลุ่มรวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเลี้ยงแพะกลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) ตามเกณฑ์ คือ เป็นเกษตรกรที่เลี้ยงแพะอเนกนิคมต่อเนื่องอย่างน้อย 2 ปี และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มหรือการจำหน่ายผลผลิตประกอบด้วย หัวหน้าเกษตรกรและสมาชิกที่มีการจัดตั้งกลุ่ม 4 คน และที่ไม่ได้จัดตั้งกลุ่ม 10 คน หัวหน้าส่วนงาน 2 คน และเจ้าหน้าที่สำนักงานปศุสัตว์ 4 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้งานระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการถ่ายทอดความรู้ แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ตอนที่ 2 ความพึงพอใจ และตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (แบบปลายเปิด) แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบคุณภาพ วิเคราะห์ข้อคำถามรายข้อ และทดสอบค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยอ้างอิงทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาเครื่องมือ

การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือใช้แบบสนทนากลุ่ม (focus group) กับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออเนกนิคมทั้งที่มีและไม่มีการจัดตั้งกลุ่ม รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เพื่อศึกษาสภาพการเลี้ยงและปัญหาการจำหน่าย ศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ใช้การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดความรู้และทดสอบการใช้งานระบบ โดยประเมินผลด้วยแบบสอบถามความพึงพอใจเชิงพรรณนา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูล 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาลตลาดกลางพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์แพะเนื้ออ็อกแกนิค และ 2) การสนทนากลุ่มกับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออ็อกแกนิคที่มีการจัดตั้งกลุ่มและไม่มีการจัดตั้งกลุ่มรวมถึงหัวหน้าส่วนงานและเจ้าหน้าที่สำนักงานปศุสัตว์ รวม 20 คน เพื่อรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นแนวทางและกลยุทธ์การพัฒนาระบบตลาดกลางสำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออ็อกแกนิคในอำเภอยะหา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณของแบบประเมินความพึงพอใจคุณภาพและการนำระบบไปใช้งาน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analytics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งเป็น การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของระบบและการนำระบบไปใช้ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในการพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้ออ็อกแกนิคใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content Analysis) สรุปเป็นข้อความและจัดหมวดหมู่ และนำเสนอข้อมูลความเรียงแบบพรรณนาวิเคราะห์ (descriptive analysis)

ผลการศึกษา

1. ผลการพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้ออ็อกแกนิคแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออ็อกแกนิคในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา

จากการวิจัย พบว่า ผลการวิเคราะห์เนื้อหา ข้อมูลที่จะใช้พัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้ออ็อกแกนิค แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลี้ยงแพะเนื้ออ็อกแกนิค เป็นข้อมูลสำหรับให้เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อหรือผู้ที่สนใจใช้ในการสืบค้นข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการทำตลาดและการเลี้ยงแพะเนื้อ

1.1 ข้อมูลข่าวสารการปศุสัตว์ และราคากลางซึ่งเป็นข้อมูลที่เชื่อมโยงมาจากเว็บไซต์ <https://dld.go.th> ของกรมปศุสัตว์ที่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลราคาแพะ

1.2 ข้อมูลองค์ความรู้สำหรับการเลี้ยงแพะเนื้ออ็อกแกนิคเป็นข้อมูลที่ได้มาจากเอกสารบทความวิจัย บทความวิชาการ ประกอบด้วย ความรู้เรื่องวิธีการเลี้ยงแพะเนื้ออ็อกแกนิค เช่น อาหาร ยารักษาโรค โรงเรือน ความรู้เรื่องราคาแพะเนื้ออ็อกแกนิค และข้อมูลด้านตลาดของแพะเนื้ออ็อกแกนิค

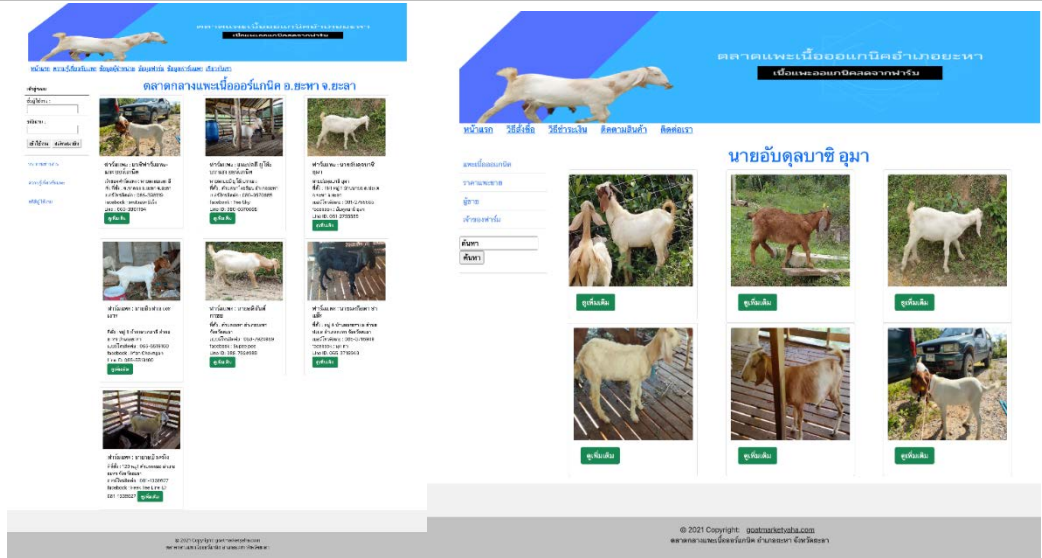


Figure 1. Organic goat meat electronic market website

กลุ่มที่ 2 ข้อมูลองค์ประกอบสำคัญของตลาดแพะเนื้อออร์แกนิกในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้แก่

2.1 ระบบการแสดงสินค้า เพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อสามารถแสดงแพะเนื้อของตนได้อย่างสะดวก และน่าสนใจ ข้อมูลเกี่ยวกับแพะครบถ้วน ถูกต้อง และตรงกับความเป็นจริง

2.2 ระบบการชำระเงิน ตลาดแพะเนื้อออร์แกนิกอิเล็กทรอนิกส์มีระบบการชำระเงินที่หลากหลาย สะดวก ปลอดภัย และเชื่อถือได้

2.3 ระบบการจัดส่งสินค้า ตลาดแพะเนื้อออร์แกนิกอิเล็กทรอนิกส์มีระบบการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และปลอดภัย

2.4 ระบบการบริการลูกค้า ตลาดแพะเนื้อออร์แกนิกอิเล็กทรอนิกส์มีระบบบริการลูกค้าที่ดี รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.5 ระบบการวิเคราะห์ข้อมูล ตลาดแพะเนื้อออร์แกนิกอิเล็กทรอนิกส์มีระบบการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะช่วยให้ผู้ขายวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า

และพัฒนาแพะเนื้อและการให้บริการตรงตามความต้องการของตลาด

กลุ่มที่ 3 ข้อมูลระบบบริหารจัดการและการดำเนินงานของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แพะเนื้อออร์แกนิก

จากการสนทนากลุ่มกับเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ พบว่าระบบบริหารจัดการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นผ่าน 5 ระบบหลัก ได้แก่

3.1 การจัดการคำสั่งซื้อ แก้ปัญหาการรับออเดอร์ซ้ำซ้อนจากหลายช่องทาง โดยรวมข้อมูลคำสั่งซื้อไว้ในระบบเดียว ตรวจสอบสถานะได้แบบเรียลไทม์ตั้งแต่รอชำระเงินถึงจัดส่งสำเร็จ

3.2 การแจ้งชำระเงิน พัฒนาระบบอัปโหลดสลิปและระบุหมายเลขคำสั่งซื้อโดยตรงลดระยะเวลาในการตรวจสอบและเพิ่มความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

3.3 การบริหารรายการสินค้า จัดการข้อมูลสินค้า เช่น น้ำหนัก เกรดคุณภาพ รูปภาพ และใบรับรองออร์แกนิกได้อย่างเป็นระบบ พร้อมติดตามสต็อกอัตโนมัติ

3.4 การดูแลเว็บไซต์ ออกแบบหน้าบ้านให้ใช้งานง่าย แสดงข้อมูลสินค้าและไปรับรองมาตรฐานเพิ่มความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจของผู้ใช้

3.5 ระบบบริหารผู้ใช้และข้อมูลจัดเก็บและแสดงข้อมูลยอดขาย ออเดอร์ ผู้ใช้งานและผู้เข้าชมเว็บไซต์แบบเรียลไทม์ พร้อมรายงานผลในรูปแบบไฟล์ (CSV, PDF) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายและการตลาด

และจากการวิจัย ยังพบว่า ผลการพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้อออแกนิก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบและเชิงพฤติกรรมของกลุ่มเกษตรกร ดังนี้

1. เกษตรกรเปลี่ยนจากการขายแบบปากต่อปากและออเดอร์ผ่านโทรศัพท์ สู่ออกรายขายบนระบบออนไลน์ที่สามารถลงทะเบียนสินค้าและรับคำสั่งซื้อได้โดยตรง ทำให้ขยายตลาดจากระดับท้องถิ่นสู่ตลาดดิจิทัลที่เข้าถึงผู้บริโภควงกว้างขึ้น

2. เกษตรกรมีทักษะเทคโนโลยีและการจัดการข้อมูลเพิ่มขึ้น โดยกว่าร้อยละ 85 มีความมั่นใจในการใช้ระบบออนไลน์ในการบันทึกข้อมูล การอัปโหลดภาพ และการตรวจสอบคำสั่งซื้อ

3. ระบบรวมข้อมูลการสั่งซื้อ การชำระเงิน และการจัดส่งไว้ในแพลตฟอร์มเดียวช่วยลดความผิดพลาดและเพิ่มความโปร่งใสในการซื้อขาย

4. เกิดการรวมกลุ่มบริหารจัดการร่วมกันในระบบดิจิทัล โดยแบ่งบทบาทดูแล เช่น ทีมข้อมูล ทีมตรวจสอบคุณภาพ และทีมสื่อสารออนไลน์

5. ระบบตลาดกลางกลายเป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับการวางแผนการผลิตและการตลาด โดยสามารถติดตามยอดขาย ประเภทสินค้า และช่วงเวลาการขายสูงสุดได้อย่างเป็นระบบ

6. เว็บไซต์ตลาดกลางช่วยสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้สินค้าแพะเนื้อออแกนิกยกระดับจังหวัด และเพิ่มการเข้าถึงของผู้บริโภคและร้านอาหารที่ต้องการผลิตภัณฑ์ออแกนิกคุณภาพ

2. ผลการถ่ายทอดระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้อออแกนิกแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อออแกนิกในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา

จากการวิจัย พบว่า การถ่ายทอดระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้อออแกนิกแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อออแกนิกในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา หลังจากดำเนินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดความรู้ระบบตลาดแพะเนื้อออแกนิกอิเล็กทรอนิกส์ให้กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ โดยเชิญวิทยากรผู้พัฒนาระบบจากมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ในการอบรมครั้งนี้มีการประเมินความพึงพอใจจากผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 20 คน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การประเมินความพึงพอใจในด้านคุณภาพของระบบตลาดแพะเนื้อออแกนิกอิเล็กทรอนิกส์ และการถ่ายทอดความรู้การนำไปใช้งาน การประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผลการประเมินความพึงพอใจคุณภาพระบบตลาดแพะเนื้อออแกนิกอิเล็กทรอนิกส์และการถ่ายทอดความรู้การนำไปใช้งานโดยภาพรวม พบว่ามีผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.35, S.D.=0.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถแยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การประเมินความพึงพอใจในด้านคุณภาพของระบบตลาดแพะเนื้อออแกนิกอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า โดยภาพรวมมีผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.27, S.D.=0.56$) โดยหัวข้อที่มีลำดับค่ามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความสามารถของระบบในการนำไปใช้ประโยชน์ ($\bar{X}=4.42, S.D.=0.60$) รูปแบบการใช้งานระบบโดยรวมมีความสมบูรณ์ ($\bar{X}=4.40, S.D.=0.65$) และสามารถตอบโต้หตุยความต้องการของผู้ใช้ ($\bar{X}=4.24, S.D.=0.63$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจต่อการถ่ายทอดความรู้การนำไปใช้งาน พบว่า โดยภาพรวม

มีผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.36, S.D.=0.57$) โดยหัวข้อที่มีลำดับค่ามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ วิทยาการตอบคำถามได้ตรงประเด็นชัดเจน ($\bar{X}=4.38, S.D.=0.62$) สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้ ($\bar{X}=4.32, S.D.=0.66$) และวิทยาการถ่ายทอดความรู้ได้ถูกต้องชัดเจนเข้าใจง่าย ($\bar{X}=4.30, S.D.=0.65$) ตามลำดับ

วิจารณ์

1. พัฒนาลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้ออแกนิกแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออแกนิกในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา

จากการพัฒนาลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แพะเนื้ออแกนิกของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออแกนิกในอำเภอยะหา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อมูลองค์ประกอบสำคัญของตลาดแพะเนื้ออแกนิกในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ระบบการแสดงสินค้า ระบบการชำระเงิน ระบบการจัดส่งสินค้า ระบบการบริการลูกค้า และระบบการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Seetha *et al.* (2024) ถึงการพัฒนาช่องทางขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันที่พบว่า ปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจมีปัญหาด้านการตลาดเพราะมีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยมีช่องทางเดียว และขาดการจัดการสินค้าอย่างเป็นระบบ แต่เมื่อนำเครื่องมือ LINE Official Account เข้ามาแก้ไขปัญหาดังกล่าวช่วยให้การสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินการจัดการสต็อกสินค้า และสามารถอัปเดตข้อมูลสินค้าได้ต่อเนื่อง ส่งเสริมการขายผ่านการแชร์โพสต์ และแท็กเพื่อนในกลุ่มเป้าหมายช่วยกระตุ้นการซื้อและดึงดูดลูกค้าใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Junkorn *et al.* (2023) ได้พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับธุรกิจการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืดในท้องถิ่น พบว่า ปัญหาของกลุ่มเกษตรกรเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดด้านปัจจัยทางการตลาด การค้าขายที่ยังมีปัญหาในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ แต่เมื่อนำ

แพลตฟอร์มดิจิทัลซึ่งในระบบแสดงข้อมูลการค้าปลีกต่าง ๆ ของเกษตรกรประมงน้ำจืด แสดงข้อมูลหรือพิกัดของแหล่งรับซื้อผลผลิต แสดงจำนวนผลผลิตที่ต้องการจำหน่ายเกษตรกรสามารถหาแหล่งจำหน่ายผลผลิตได้ระบบ ผู้ซื้อสามารถสั่งจองหรือสั่งซื้อผ่านระบบได้โดยตรง ผู้ขายและผู้ซื้อสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างง่ายและเกิดความชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ Apisitsuksanti (2024) พบว่า การพัฒนาต้นแบบตลาดดิจิทัลสำหรับสินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ กรณีศึกษามะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ โดยออกแบบระบบให้ใช้งานง่ายและทำให้มีความซับซ้อนในการใช้งานน้อยที่สุด โดยมีระบบหลัก ได้แก่ ระบบการจัดการสมาชิก ระบบการจัดการสินค้า ระบบบริหารการจัดส่งสินค้า และการประเมินความพึงพอใจต่อผู้ขายด้านกลุ่มผู้ใช้ที่ใช้งานแบ่งเป็น ผู้ดูแลระบบ สมาชิก (ร้านค้า) และลูกค้า สอดคล้องกับการศึกษาของ Suebsing and Hanbang (2023) พบว่า การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของชมรมผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรามีการออกแบบระบบโดยแสดงหน้าหลักของเว็บไซต์ ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนหัวเว็บเพจ (header) แสดงแบนเนอร์เมนูหลักเกี่ยวกับชมรม ข่าว/กิจกรรม ตะกร้าสินค้า วิธีการชำระเงิน ติดต่อเรา ในส่วนของเนื้อหา (content) แสดงสินค้าทั้งหมด มีฟังก์ชันในการชมขยายรูปสินค้าได้หลากหลายมุมมองสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้า ส่วนท้าย (footer) แสดงโปรโมชั่น สินค้าที่เคยเยี่ยมชม ในส่วนของระบบชำระเงินเมื่อลูกค้ายืนยันการสั่งซื้อ ระบบจะให้กรอกข้อมูลการจัดส่งและเลือกวิธีการชำระเงิน และในส่วนของระบบหลังร้านจะเป็นการจัดการข้อมูลทั้งหมด เกี่ยวกับการจัดการข้อมูลสินค้า การตั้งค่าการจัดส่ง การชำระเงิน การปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงผลหน้าเว็บไซต์

จากการอภิปรายผล สรุปได้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดสนับสนุนผลการพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แพะเนื้ออแกนิก พบว่า การออกแบบระบบที่ครบวงจรและใช้งานง่าย ช่วยเสริม

ศักยภาพทางการตลาดเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ถ่ายทอดระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพะเนื้ออแกนิกแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออแกนิกในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา

จากการถ่ายทอดระบบตลาดแพะเนื้ออแกนิกอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลการประเมินความพึงพอใจคุณภาพระบบตลาดแพะเนื้ออแกนิกอิเล็กทรอนิกส์เป็นรายชื่อ 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสามารถของระบบในการนำไปใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.42 ตามด้วยรูปแบบการใช้งานระบบโดยรวมมีความสมบูรณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 และความสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Charoenphol and Chullasutti (2023) ถึงการออกแบบประเมินประสิทธิภาพเว็บเพจตลาดออนไลน์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม้หอมนพารัม ตำบลเจริญเมือง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย พบว่าผลการประเมินประสิทธิภาพของเว็บเพจตลาดออนไลน์เป็นรายชื่อ 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความเร็วในการทำงานของระบบในภาพรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 การกำหนดสิทธิ์การเข้าใช้ระบบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 และความเร็วในการแสดงผลจากการเชื่อมโยงเพจ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 สอดคล้องกับการศึกษาของ Kanitpanyajaroen and Tiptipakorn (2025) ถึงการพัฒนากระบวนการจัดการข้อมูลกรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงแพะเนื้อ อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง พบว่า ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการข้อมูลแพะเนื้อเป็นรายชื่อ 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ระบบฐานข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.90 ตามด้วยความสามารถของระบบในการเพิ่มข้อมูล อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.87 และความสามารถของ

ระบบในการปรับปรุงข้อมูล อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.83 สอดคล้องกับการศึกษาของ Manowan *et al.* (2024) ถึงการพัฒนาเว็บไซต์คอมพิวเตอร์บ้านป่าบางเหนือ จังหวัดเชียงราย พบว่า ผลประเมินความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการทำงานของระบบเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเว็บไซต์รายชื่อ 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความถูกต้องและแม่นยำในการทำงานของระบบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.25 ด้านความสะดวกและความง่ายต่อการใช้งานระบบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 และด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระบบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.25

จากการอภิปราย สรุปได้ว่างานวิจัยเหล่านี้สนับสนุนผลการถ่ายทอดระบบตลาดกลางแพะเนื้ออแกนิกในพื้นที่ยะหา พบว่า ระบบที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมทั้งในด้านประสิทธิภาพการทำงาน การใช้งานที่สะดวก และความสามารถในการตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุป

การศึกษานี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่เชิงกระบวนการและเชิงระบบด้านการบริหารจัดการตลาดเกษตรกรอินทรีย์ โดยมุ่งพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับแพะเนื้ออแกนิกสรุปได้ 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) กระบวนการบริหารจัดการตลาดแบบบูรณาการที่เชื่อมโยงข้อมูลการผลิต การสั่งซื้อ การชำระเงิน และการจัดส่งในระบบเดียว ช่วยเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพ 2) นวัตกรรมการจัดการความรู้ผ่านฐานข้อมูลกลางด้านการเลี้ยงแพะเนื้ออแกนิกและราคากลางเพื่อการวางแผนอย่างเป็นระบบ 3) รูปแบบการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรเชิงดิจิทัลที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีอย่างมั่นใจ และ 4) กระบวนการรวมกลุ่มและบริหารจัดการร่วมกันในระบบดิจิทัลโดยมีการแบ่งบทบาทชัดเจน องค์ความรู้นี้มีคุณค่าทั้งเชิง

ทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ และสามารถประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์เกษตรอื่นในอนาคตได้

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนาชายแดนภาคใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ที่ให้การสนับสนุนทุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัย ตลอดจนสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดยะลา สำนักงานปศุสัตว์อำเภอเยาะหา และกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อออกแกนิกในอำเภอเยาะหา จังหวัดยะลา ทั้งที่มีการจัดตั้งกลุ่มและไม่มีการจัดตั้งกลุ่มรวมถึงทุกภาคส่วนที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนจนการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

Apisitsuksanti, P. 2024. Development of digital market model for big farm system products case study of Nam Dok Mai Mangoes in Samutprakran. Journal of Management Science Dhonburi Rajabhat University 6(1): 59-75. (in Thai)

Cochran, W. G. 1977. Sampling techniques (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Charoenphol, S. and N. Chullasutti. 2023. Design and efficiency evaluation of online market web page of Mai Morn Farm community enterprise in Charoen Mueang subdistrict, Phan district, Chiang Rai province. Journal of Industry Technology Lampang Rajabhat University 16(1): 42-53. (in Thai)

Department of Livestock Development. 2024. Livestock population data in Thailand 2024. (Online). Available: <https://ict.dld.go.th/webnew/images/stories/report/regislives/2567/eRegi>

st2567.pdf (November 1, 2025) (in Thai)

Digital Economy Promotion Agency. 2025. Surveying the use of technology by Thai farmers. (Online). Available: <https://www.depa.or.th/th/depakm/publications> (February 10, 2025) (in Thai)

Junkorn, A., R. Thammasang and P. Palwisut. 2023. Digital platform development for local freshwater aquaculture businesses. Journal of Recent Science and Technology 16(3): 703-715. (in Thai)

Kanitpanyajaroen, T. and P. Pornnimit. 2023. Study of satisfaction with management information systems for beef cattle data: A case study of beef cattle farming community enterprise group Workaew subdistrict, Hanchat district, Lampang province. Journal of Liberal Arts and Management Science (in Thai)

Kanitpanyajaroen, T. and S. Tiptipakorn. 2025. Development of information systems for data management case study of community enterprise, meat goat raising group, Ko Kha district, Lampang province. Journal of Sripatum Chonburi Interdisciplinary (Online) 11(1): 114-135. (in Thai)

Manowan, W., A. Saeleer, and A. Thipyothin. 2024. Development of website for Lanna Lantern in Ban Pa Bong Nuea, Chiang Rai province. Journal of Science and Technology, Dhonburi Rajabhat University 2(1):17-35. (in Thai)

- Nualsut, S. S. Promkumand and S. Werasuk. 2024. The development of distribution channel strategies for modern retail organizations. *Journal of Roi Kaensarn Academi* 9(12): 2567-2577. (in Thai)
- Office Developer Amphoe Yaha. 2025. Yaha District Office. (Online). Available: <https://district.cdd.go.th/yaha> (January 15, 2025) (in Thai)
- Phutthawong, N., K. Ri Wong and S. Rattana. 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): 22-31. (in Thai)
- Saenthumpol, R. J. Tohwankaew and P. Chanartaeparporn. 2024. Development of checklist application technology for dairy goat farm management of the group goat milking enterprises, Si Thep district, Phetchabun province. *Journal of Science and Technology Phetchabun Rajabhat University* 4(1): 74-85. (in Thai)
- Seetha, N., P. Tanasirathum and D. Senrith. 2024. Developing sales channels for processed meat products Via the LINE application platform. *Journal of Applied Information Technology* 10(1): 143-152. (in Thai)
- Srijaiwong, N. k. Pornnimit and S. Tiptipakorn. 2024. Marketing mix factors affecting bamboo wicker consumers decision making: A case study of bamboo chicken coop of local wisdom, Workaew subdistrict, Hanchat district, Lampang province. *Journal of SSRU Journal of Management Science* 11(1): 17-30. (in Thai)
- Srijaiwong, N. P. Hlengphang and P. Theppinta. 2023. Marketingstrategy development of community enterprises a case study of beef cattle farming community enterprise group Workaew subdistrict, Hanchat district, Lampang province. *Journal of Nakhon Lampang Buddhist College's* 12(2): 73-86. (in Thai)
- Suebsing, S. and C. Hanbang. 2023. The development of website applications to promote the sale of the senior citizens club in Chachoengsao province. *Journal of Management Science Research, Surindra Rajabhat University* 7(2): 125-139. (in Thai)

การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์เชิงเกษตร
กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกระเทียม อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

Economic Value Creation of Agricultural Products:

A Case Study of Garlic Farmer Groups in Fang District, Chiang Mai Province

จิตติคุณ นียมสิริ^{1*} เจนจิรา อาซากิจ² ภัทรศรี อินทร์ขาว³ ชลิตดา วาริพินทุรกิจ¹

และ สุธามณี ธนะบุญเรือง³

Jittikhun Niyomsiri^{1*}, Janejira Arsarkij², Patarasri Inkhao³, Chalitda Waripinturak¹
and Suthamane Thanaboornuang³

¹สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จ. เชียงใหม่ 50300

¹Department of Aviation Business Management, International College, Chiang Mai Rajabhat University,
Chiang Mai 50300, Thailand

²สาขาวิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จ. เชียงใหม่ 50200

²Department of Educational Technology, Faculty of Education, Chiang Mai University, Chiang Mai 50200, Thailand

³สาขาวิชาการจัดการธุรกิจนานาชาติ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จ. เชียงใหม่ 50300

³Department of International Business Management, International College, Chiang Mai Rajabhat University,
Chiang Mai 50300, Thailand

*Corresponding author: E-mail: jittikhun_niy@cmru.ac.th

(Received: June 10, 2025; Revised: December 3, 2025; Accepted: March 6, 2025)

Abstract: This research employs a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative methodologies. The objectives were 1) to investigate the agricultural production management of garlic farmers in Fang district, Chiang Mai province; 2) to examine consumer behavior in garlic purchasing; and 3) to develop value-added processed agricultural products to enhance economic value. A purposive sampling method was used to select 15 representatives from local garlic farmer groups as key informants. Data were collected through semi-structured interviews and focus group discussions. Content analysis was employed for qualitative data. Quantitative data were gathered from a sample of 326 garlic product consumers using questionnaires and analyzed using descriptive statistics. The findings reveal that: 1) regarding production management, farmers engage in planning for seed resources but lack formal planning for labor, marketing, and finance, 2) regarding consumer purchasing behavior, Thai garlic varieties are preferred, typically purchased in 100-gram quantities at markets, with prices below 60 baht per kg, driven by perceived health benefits. Packaging was identified as the most significant factor in creating added value, followed by service, branding, and product attributes, respectively; and 3) value-added garlic products, specifically honey-pickled garlic and garlic confit were developed based on consumer demand analysis and the local farmers' capabilities.

Keywords: Agricultural processed product, economic value addition, community product

บทคัดย่อ: งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจการบริหารจัดการผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกกระเทียมฝาง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกระเทียม และ 3) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเกษตรแปรรูปจากกระเทียมสร้าง

มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงเป็นตัวแทนเกษตรกรผู้ปลูกกระเทียม อำเภอฝาง จำนวน 15 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยวิธีสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างโดยการสนทนากลุ่ม ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงสัมพันธ์ และเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคสินค้าจากกระเทียม จำนวน 326 คน วิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษา คือ 1) การบริหารจัดการผลผลิตทางการเกษตร พบว่า มีการวางแผนทรัพยากรกระเทียมแม่พันธุ์ ไม่มีการวางแผนกำลังคนที่ชัดเจน ไม่มีการวางแผนด้านการตลาดและการเงิน 2) ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกระเทียม พบว่า นิยมซื้อกระเทียมสายพันธุ์ไทยที่ตลาด ครั้งละ 100 กรัม ที่ราคาต่ำกว่า 60 บาทต่อกิโลกรัม ซื้อเพราะมีประโยชน์ ปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มีความสำคัญสูงสุด คือปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ รองมาคือ ด้านการบริการ ด้านการสร้างแบรนด์ และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ 3) การเพิ่มมูลค่าของกระเทียม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเทียมตองน้ำผึ้งและกระเทียมตุ่น ซึ่งมาจากกรณีวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคและศักยภาพของเกษตรกรในพื้นที่

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์ชุมชน

คำนำ

กระเทียม ถือเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทย มีคุณประโยชน์ในการยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ก่อโรค ต่าง ๆ เป็นทางเลือกหนึ่งในการทดแทนการใช้สารปฏิชีวนะ (antibiotic) (Somsu *et al.*, 2017) โดยเป็นพืชสมุนไพรที่นิยมนำมาเป็นส่วนประกอบของอาหารไทยหลากหลายชนิด เนื่องจากมีกลิ่นหอม ฉุน รสจัด สามารถเพิ่มความเข้มข้นของรสชาติอาหารได้เป็นอย่างดี ข้อมูลจาก Office of Agricultural Economics (2023) ระบุว่าปริมาณผลผลิตกระเทียมจากการเก็บเกี่ยวระดับประเทศในปีเพาะปลูก 2565/66 (เดือนธันวาคม 2565 - เดือนเมษายน 2566) รวม 59,326 ตัน ซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่มาจากพื้นที่ภาคเหนือ จำนวน 57,794 ตัน คิดเป็นร้อยละ 97.42 จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีปริมาณผลผลิตสูงสุด จำนวน 24,879 ตัน โดยในปีเพาะปลูก 2566/67 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร มีการคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะมีเนื้อที่เพาะปลูกกระเทียมลดลง ส่งผลให้มีผลผลิตลดลงร้อยละ 7.88 อันเนื่องมาจากสภาพอากาศที่แห้งแล้งและความไม่พอเพียงของแหล่งน้ำ รวมถึงต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

ประเทศไทยในฐานะภาคีสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) มีพันธกรณีผูกพันตามความตกลงการค้าโลกโดยกำหนดอัตราภาษีนำเข้าในโควตาและ

ปริมาณโควตาสินค้ารายปีสำหรับสินค้าเกษตร 22 รายการ รวมถึงสินค้ากระเทียม โดยกระทรวงพาณิชย์มีการกำหนดระเบียบว่าด้วยการออกหนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิชำระภาษีในโควตาตามพันธกรณีตามความตกลงการค้าโลก ภายใต้องค์การการค้าโลก สำหรับสินค้ากระเทียมปี พ.ศ. 2567 ถึงปี พ.ศ. 2569 กำหนดปริมาณโควตา 65 ตันต่อปี อัตราภาษีในโควตาร้อยละ 27 และอัตราภาษีนอกโควตาร้อยละ 57 (Ministry of Commerce, 2023) ในปี พ.ศ. 2565 กระเทียมนำเข้าของประเทศไทยกว่า ร้อยละ 98 มาจากประเทศจีน ลักษณะของกระเทียมจีนมีกลีบใหญ่ กลิ่นไม่ฉุนมาก ใช้เวลาน้อยในการเปลือก และมีความสวยงามกว่ากระเทียมไทย จึงทำให้เป็นที่นิยม ทั้งนี้มีการรายงานจับกุมการลักลอบนำเข้ากระเทียมจากประเทศจีนที่เพิ่มมากขึ้น จาก 92.22 ตัน ในปีเพาะปลูก 2563/64 เป็น 402.14 ตัน ในปีเพาะปลูก 2564/65 คิดเป็นมูลค่ากว่า 12.68 ล้านบาท (Department of Internal Trade, 2023)

นอกจากปัญหาของสภาพอากาศ ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และการลักลอบนำเข้ากระเทียมจากต่างประเทศแล้วนั้นจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเชิงลึกถึงสถานการณ์การผลิตและการจำหน่ายกระเทียมในระดับพื้นที่อำเภอฝาง พบปัญหาสำคัญคือ ความผันผวนของราคาผลผลิต โดยข้อมูลย้อนหลัง 3 ปี พบว่าราคาหน้าสวนของกระเทียมสดในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวมี

แนวโน้มลดลงต่ำกว่าต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับราคาระเทียมนำเข้าที่ถูกกว่า ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร ทำให้เกิดภาวะอุปทานส่วนเกิน (over supply) ในช่วงฤดูการเก็บเกี่ยว การพึ่งพาการขายกระเทียมสดเพียงอย่างเดียวจึงมีความเสี่ยงสูง ดังนั้น การแก้ปัญหาที่ยั่งยืนจึงจำเป็นต้องใช้แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม (value creation) (Maufaey *et al.*, 2022) ผ่านการแปรรูปที่สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน เพื่อยกระดับราคาและสร้างอำนาจต่อรองทางการตลาด

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการบริหารจัดการผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกกระเทียม ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกระเทียม และพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเกษตรแปรรูปจากกระเทียม โดยศึกษาในพื้นที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกระเทียมสร้างทางเลือกให้แก่เกษตรกร มีกรอบแนวคิดการวิจัยแสดงดัง Figure 1

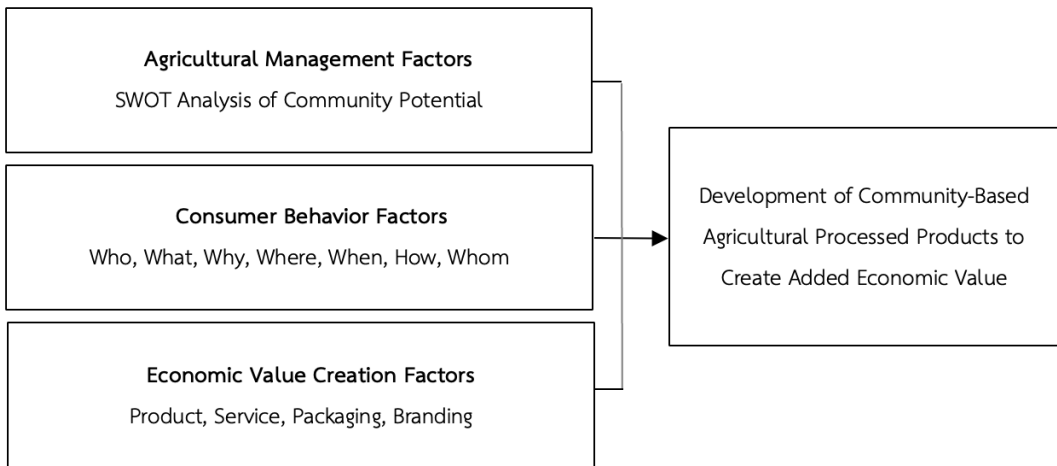


Figure 1. Research framework

ดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานระหว่างวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) รายละเอียดดังต่อไปนี้

ระยะเวลาในการวิจัย

เดือน ตุลาคม 2566 - กันยายน 2567

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร เพื่อสำรวจการบริหารจัดการผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกกระเทียมฝาง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ คือ จำนวนเกษตรกรผู้ปลูกกระเทียม อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่กระเทียมตำบลสันทราย จำนวน 85 ราย

(มีพื้นที่ปลูกรวม 462.50 ไร่) และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่กระเทียมตำบลแม่คะ จำนวน 53 ราย (มีพื้นที่ปลูกรวม 355 ไร่) (Fang District Agricultural Extension Office, 2022) รวมจำนวนประชากรทั้งสิ้น 138 ราย คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเฉพาะเจาะจงตามคุณสมบัติ ประกอบด้วย การเป็นสมาชิกที่ริเริ่มการก่อตั้งกลุ่มและเป็นเกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการปลูกกระเทียมมากกว่า 10 ปี พบว่ามีผู้ที่ตรงตามคุณสมบัติ รวมจำนวน 15 คน โดยเป็นตัวแทนจากกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่กระเทียมตำบลสันทราย จำนวน 10 คน และตัวแทนจากกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่กระเทียมตำบลแม่คะ จำนวน 5 คน

ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกระเทียม ประชากร คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 226,855 คน (Chiang Mai Provincial Statistical Office, 2022) วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Yamane (1973) ตามขนาดประชากรที่มากกว่า 100,000 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตามความสะดวก (convenience sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) โดยสร้างกรอบประเด็นคำถามแบบกว้างเกี่ยวกับการบริหารจัดการผลผลิตทางการเกษตร จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างได้ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 คน พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (item-objective congruence index: IOC) มีค่ามากกว่า 0.50 ทุกข้อ แสดงว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้วัดผลได้ (Kasa *et al.*, 2022)

เครื่องมือที่ใช้สำหรับวิธีวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ที่พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมของพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกระเทียม เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์กระเทียม และส่วนที่ 3 ปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กระเทียม กำหนดมาตราส่วนแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ (Likert, 1961) การทดสอบเครื่องมือการวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 คน ให้คะแนนความตรงเชิงเนื้อหาด้วยสูตรการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม

และวัตถุประสงค์ (IOC) ตั้งแต่ 0.50-1.00 (Kasa *et al.*, 2022) พบว่าทุกข้อคำถามมีค่าเท่ากับ 1.00 จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ จำนวน 20 ชุด เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (reliability) ผลการวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) 0.85 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ และมีความเหมาะสมสำหรับการนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการจัดกิจกรรมการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน ใช้ระยะเวลาการสนทนากลุ่ม 45 นาทีต่อกลุ่ม โดยดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ในวันที่ 5 มิถุนายน 2567 เวลา 10.00 – 10.45 น. สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 ในวันที่ 6 มิถุนายน 2567 เวลา 10.00 น. – 10.45 น. และ 11.00 น. – 11.45 น. ตามลำดับ การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการ ณ ห้องประชุม องค์การบริหารส่วนตำบลเวียง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของแบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภค ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามผ่านโปรแกรมแบบฟอร์มออนไลน์กูเกิล (Google form) จากนั้นส่งผ่านไปรษณีย์ช่องทางออนไลน์ จากจำนวนผู้ตอบกลับทั้งสิ้น 405 ชุด ได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 326 ชุด คิดเป็นร้อยละ 80.49

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ดำเนินการด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงสัมพันธ์ (relational analysis) (Esangbedo *et al.*, 2022; Mausam *et al.*, 2023) พิจารณาความสอดคล้องของข้อมูลจากการสัมภาษณ์กับหลักการบริหารจัดการ 4 ด้าน (Malyarets, 2020) ในส่วนของแบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภค นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา กำหนดการแปลผลค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ค่าเฉลี่ย

4.50 – 5.00 เท่ากับ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 เท่ากับ มาก ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 เท่ากับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 เท่ากับ น้อย และค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 เท่ากับ น้อยที่สุด

ในขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะผู้วิจัย ได้จัดเวทีระดมความคิดเห็นร่วมกับกลุ่มเกษตรกร (participatory workshop) โดยนำผลการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภคมานำเสนอ และร่วมกันวิเคราะห์ ศักยภาพของกลุ่ม (SWOT analysis) เพื่อเลือก ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มทำได้จริงและขายได้จริง โดยพิจารณาจากทักษะแรงงานที่มีอยู่และวัตถุดิบในท้องถิ่น ซึ่งเกษตรกรได้มีส่วนร่วมในการทดลองสูตร ชิมรสชาติ และคัดเลือกบรรจุภัณฑ์จนได้ผลิตภัณฑ์ ต้นแบบที่พึงพอใจร่วมกัน

ผลการศึกษา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงเกษตรแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ กลุ่มเกษตรกร ผู้ปลูกกระเทียม อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ แสดงผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

1. ผลการสำรวจการบริหารจัดการผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกกระเทียมฝาง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน

1.1 ด้านการจัดการ ประกอบด้วย การวางแผนทรัพยากรพันธุ์กระเทียม การวางแผนการเพาะปลูก และการวางแผนการด้านกำลังคน พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกกระเทียมมีการวางแผนทรัพยากรกระเทียมแม่พันธุ์ ด้วยการคัดสรรพันธุ์กระเทียมที่จะนำไปปลูก ไม่มีการวางแผนกำลังคนที่ชัดเจน เป็นการคิดวางแผนอย่างง่าย และปรับการดำเนินการไปตามฤดูกาล ตัวอย่างการสัมภาษณ์จากการสนทนากลุ่ม

- “...ที่ดินมีพืชหมุนเวียนปลูกอยู่แล้ว พอถึงหน้ากระเทียมก็ลงกระเทียม ถ้าปีไหนราคาดีก็จะจ้างแรงงานที่รู้จักกันมาปลูกเพิ่ม...” (เกษตรกรคนที่ 1, การสนทนากลุ่ม, 5 มิถุนายน 2567)

- “...พันธุ์กระเทียมที่ปลูกเป็นกระเทียมพันธุ์พื้นเมืองของฝาง ปลูกแบบนี้มาตลอด ให้ผลผลิตดี เหมาะกับดินบ้านเรา...” (เกษตรกรคนที่ 2, การสนทนากลุ่ม, 5 มิถุนายน 2567)

1.2 ด้านการผลิต แบ่งเป็นการผลิตกระเทียมสดและการผลิตกระเทียมแปรรูป การผลิตกระเทียมสด จะมีช่วงเวลากการเพาะปลูก 2 ช่วงเวลาต่อปี ได้แก่ ช่วงเดือนตุลาคมถึงประมาณเดือนพฤศจิกายน และช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เกษตรกรนิยมปลูกกระเทียม ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยความพร้อมของเกษตรกรแต่ละราย ในส่วนของการผลิตกระเทียมแปรรูปเป็นการแปรรูปแบบมัดจุกและการทำกระเทียมเจียว ซึ่งเป็นการแปรรูปอย่างง่าย เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรไม่ได้มีความรู้และเงินลงทุนในการแปรรูปเป็นรูปแบบอื่น ปริมาณการนำมาแปรรูปผันแปรไปตามราคากระเทียมสด หากราคากระเทียมสดสูง ปริมาณการนำกระเทียมมาแปรรูปก็จะลดลง ตัวอย่างการสัมภาษณ์จากการสนทนากลุ่ม

- “...กระเทียมปลูกได้ 2 ช่วงต่อปี เพราะชอบอากาศหนาว แล้วแต่ว่าใครพร้อมก็จะเริ่มปลูกก่อน...” (เกษตรกรคนที่ 3, การสนทนากลุ่ม, 5 มิถุนายน 2567)
- “...ปีไหนกระเทียมสดราคาไม่ดี ก็จะเอาแม่พันธุ์มาจุกบ้าง เจียวขายให้กับร้านขนมจีน ร้านก๋วยเตี๋ยวบ้าง เขาก็จะมารับเอาที่บ้าน...” (เกษตรกรคนที่ 7, การสนทนากลุ่ม, 6 มิถุนายน 2567)
- “...อยากทำแปรรูปไปเป็นอย่างอื่นบ้างก็ดี แต่ไม่รู้จะทำอะไร ต้องใช้เงินลงทุนอีก...” (เกษตรกรคนที่ 8, การสนทนากลุ่ม, 6 มิถุนายน 2567)

1.3 ด้านการตลาด พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การวางขายตามตลาดร้านค้าชุมชนทั่วไปและรับคำสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์มือถือจากลูกค้ารายเดิมที่ต้องการสั่งของล่วงหน้า ด้านการ

ส่งเสริมการตลาด กลุ่มเกษตรกรไม่มีการวางแผนการตลาดหรือมีการส่งเสริมการตลาด

- “...การตลาดนี้ไม่ได้ทำอะไร มีลูกค้าประจำอยู่แล้ว...” (เกษตรกรคนที่ 5, การสนทนากลุ่ม, 5 มิถุนายน 2567)
- “...ลูกค้าจะโทรมาสั่ง เค้านจะรู้กันโทรมาทุกปี บางปีไม่มีกระเทียมเหลือ ไม่คุ้มทำก็จะไม่ทำ...” (เกษตรกรคนที่ 10, การสนทนากลุ่ม, 6 มิถุนายน 2567)

1.4 ด้านการเงิน พบว่า มีการบันทึกรายการด้านการเงิน การรับเงินและการใช้จ่ายเงินอย่างง่าย ไม่มีการบันทึกการออมเงิน และไม่มีระบบการบริหารจัดการด้านการเงิน

- “...มีทำบัญชีอยู่ แบบง่าย ๆ ซื้ออะไรมาบ้าง จ่ายอะไรไปบ้าง และจะเอามาลบกัน...” (เกษตรกรคนที่ 9, การสนทนากลุ่ม, 6 มิถุนายน 2567)
- “...ลงทุนก็จัดไว้ จ่ายอะไรก็จัดไว้ กำไรบ้างขาดทุนบ้างแล้วแต่ปี...” (เกษตรกรคนที่ 14, การสนทนากลุ่ม, 6 มิถุนายน 2567)

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกระเทียม จากแบบสอบถามจำนวน 326 ชุด แสดงผลสรุปแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.17 ระดับการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 50.61 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 57.98

2.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์กระเทียม แสดงผลการวิจัย ดัง Table 1 พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเทียมคือ มีปริมาณการซื้อกระเทียม 100 กรัมต่อครั้ง ร้อยละ 65.03 บริโภคกระเทียมสายพันธุ์ไทย ร้อยละ 73.93 เหตุผลที่เลือกซื้อหรือรับประทานกระเทียมเพราะมีประโยชน์ ร้อยละ 82.21 สถานที่ซื้อกระเทียม คือ ตลาด ร้อยละ 80.67 ราคาซื้อคือต่ำกว่า 60 บาทต่อกิโลกรัม ร้อยละ 71.47 มีวิธีการเก็บรักษากระเทียมโดยการแขวน ร้อยละ 45.71 เลือกซื้อกระเทียมแปรรูปแบบแห้งมัดจุก ร้อยละ 74.85 และช่องทางการรับรู้ข่าวสารของผลิตภัณฑ์กระเทียมมากที่สุด คือ จากคำแนะนำของคนรู้จัก ร้อยละ 83.13

Table 1. Purchasing and consumption behavior of garlic products

(n = 326)

Purchasing and consumption behavior of garlic products	Number	Percentage
1. Quantity of garlic purchased per transaction		
Less than 100 grams	24	7.36
100 grams	212	65.03
200 – 300 grams	65	19.94
500 grams	43	13.19
More than 1 kilogram	101	30.98
2. Consumed garlic varieties		
Thai garlic	241	71.30
Chinese garlic	97	28.70
Cambodia garlic	0	0
Myanmar garlic	0	0
3. Reasons for purchasing or consuming garlic		
Benefit	268	82.21
Cooking	219	67.18
Low price	156	47.85
Side dish	20	6.13

Purchasing and consumption behavior of garlic products	Number	Percentage
Taste	16	4.91
Food preservation	14	4.29
Pesticide-free/organic	12	3.68
Size	11	3.37
Cultivate	7	2.15
To garnish	5	1.53
Souvenir	0	0
4. Purchasing location		
Local market	263	80.67
Convenience store/nearby store	79	24.23
Department store	27	8.28
Homegrown	24	7.36
Online shopping	3	0.92
5. Purchasing price per kilogram		
Below 60 THB	233	71.47
Between 61 – 70 THB	25	7.67
Between 71 – 80 THB	14	4.29
Between 81 – 90 THB	8	2.45
Between 91 – 100 THB	7	2.15
6. Methods of garlic storage		
Hanging	149	45.71
Put in a basket	107	32.82
Put in a mesh bag	47	14.42
Put in a plastic bag	28	8.59
Put in to a refrigerator	25	7.67
7. Types of processed garlic		
Dried garlic bunch	244	74.85
Fried garlic	187	57.36
Pickled garlic	89	27.30
Supplement	4	1.23
Crispy roasted garlic	3	0.92
Garlic bread	3	0.92
Ground garlic	2	0.61
Black garlic	2	0.61
Cosmeceutical	0	0
Herbal medicine	0	0

2.3 ปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์
กระเทียม แสดงผลการวิจัย ดัง Table 2 พบว่า
ปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กระเทียม

ปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุด คือปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ เฉลี่ย 3.97 อยู่ในระดับมาก ด้านการบริการ เฉลี่ย 3.93 อยู่ในระดับมาก ด้านการสร้างแบรนด์ เฉลี่ย 3.79 อยู่ในระดับมาก และด้านผลิตภัณฑ์

เฉลี่ย 3.78 อยู่ในระดับมาก ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทั้ง 4 ปัจจัย มีค่าน้อยกว่า 1.25 คือ มีความแตกต่างกันน้อย

Table 2. Factors contributing to the economic value addition of garlic products

Factors contributing to the economic value addition of garlic products	Mean	Level	S.D.
1. Products			
Unique product	3.59	High	0.61
Health-conscious product	3.75	High	0.88
The product is certified	3.66	High	0.75
Thin-skinned, beautifully colored garlic without black spots	3.91	High	0.53
Consistency of garlic size	3.94	High	0.62
Clean and mold-free	3.88	High	0.55
Average	3.78	High	0.74
2. Services			
Accurate product labeling	4.06	High	0.50
Convenient and visible product placement	4.09	High	0.53
Knowledgeable sales staff provide excellent customer service	3.84	High	0.72
Delivery is available	3.72	High	0.68
Average	3.93	High	0.64
3. Packaging			
Environmentally friendly	4.13	High	0.34
Reusable	3.97	High	0.59
Comprehensive product information	3.97	High	0.54
Easy to use, transport, and store	3.88	High	0.75
Beautiful and unique	3.91	High	0.54
Average	3.97	High	0.57
4. Branding			
Logo	3.94	High	0.72
Public Relation	3.69	High	0.78
Personal Selling	3.59	High	0.71
Event marketing	3.66	High	0.70
Exhibitions	3.88	High	0.83
Social Media	4.09	High	0.59
Trial	3.72	High	0.77
Average	3.79	High	0.73

Note: Highest = 4.21 – 5.00, High = 3.41 – 4.20, Moderate = 2.61 – 3.40, Low = 1.81 – 2.60, Lowest = 1.00 – 1.80

3. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มเกษตรกร (SWOT Analysis) พบว่า จุดแข็ง (strengths) คือ

การมีวัตถุดิบกระเทียมคุณภาพดีในพื้นที่จำนวนมาก (กระเทียมผงกลิ่นหอม รสจัด) และมีการรวมกลุ่มที่

เข้มแข็ง, จุดอ่อน (weaknesses) คือ ขาดทักษะการแปรรูปที่ซับซ้อน และขาดเครื่องจักรลงทุนสูง, โอกาส (opportunities) คือ ผู้บริโภคหันมาสนใจอาหารเพื่อสุขภาพและสมุนไพร, และอุปสรรค (threats) คือ การแข่งขันจากกระเทียมจีนราคาถูก

4. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเกษตรแปรรูปจากกระเทียมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามผลการศึกษาของวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 – 2 โดยเลือกพัฒนาสินค้าประเภทกระเทียมดองน้ำผึ้ง เนื่องจากประเภทของกระเทียม

แปรรูปที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ กระเทียมแบบแห้งมัดจุก กระเทียมเจียว และกระเทียมดอง ตามลำดับ และจากผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis จึงนำไปสู่การเลือกผลิตกระเทียมดุน้ำมัน (garlic confit) เนื่องจากเป็นกระบวนการแปรรูปที่ไม่ซับซ้อน (แก้ไขจุดอ่อนเรื่องทักษะ) แต่สามารถดึงจุดเด่นของวัตถุดิบออกมาได้สูงสุด (ใช้จุดแข็ง) และสอดคล้องกับเทรนด์สุขภาพ (คว้าโอกาส) ส่วนประกอบ ขั้นตอน และต้นทุนการผลิต แสดงดัง Table 3

Table 3. Ingredients, procedures, and production costs of honey-pickled garlic and garlic confit

First product: Honey-pickled garlic	Second product: Garlic confit
Ingredients: 1 liter of vinegar, 1 liters of water, 1 kilogram of sugar, 2 teaspoons of salt, 2 kilograms of garlic, 1 – 2 teaspoons of honey	Ingredients: 1 liter of sunflower oil, 2 kilograms of garlic, thyme or rosemary, salt, pepper
Steps	Steps
1. Add vinegar, water, sugar, and salt to a saucepan. Bring to a boil, then reduce heat and simmer until the mixture is clear. Remove from heat and allow to cool.	1. Pour the oil into the pot and cook over low heat.
2. Peel and rinse the garlic	2. Peel and rinse the garlic
3. Place the cleaned garlic into the desired pickling jar. Then, pour the pickling liquid from step 1 over the garlic.	3. Add the cleaned garlic to the oil and simmer for 40 minutes to 1 hour.
4. Add 1-2 teaspoons of honey, then seal the container.	4. Season with thyme or rosemary, salt, and pepper to taste.
5. Label the packaging and let it pickle for 1-2 weeks before serving.	5. Turn off the heat, let it cool, and transfer to a container.
	6. Label the packaging and it's ready to eat.
Cost per 150-gram jar:	Cost per 113-gram jar
Ingredient cost 18 THB/jar	Ingredient cost 23.92 THB/jar
Packaging cost 10 THB/jar	Packaging cost 8 THB/jar
Total cost 28 THB/jar	Total cost 31.92 THB/jar

นอกจากนี้ ข้อมูลจากแบบสอบถามแสดงปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์กระเทียม คือ ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ ทางคณะวิจัยจึงได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ขึ้น ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ มีความ

สะดวกต่อการใช้งาน และเพื่อให้บรรรจภัณฑ์มีข้อมูลสินค้าที่ชัดเจน จึงได้ทำการพัฒนาฉลากสินค้า แสดง

ข้อมูลชื่อผลิตภัณฑ์ ราคา วันหมดอายุ และสถานที่ผลิต ดัง Figure 2



Figure 2. Packaging and branding of processed garlic

วิจารณ์

ภาพรวมของการบริหารจัดการผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกกระเทียมอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ตามหลักการบริหารจัดการ 4 ด้าน ของ Malyarets (2020) นั้นมีทักษะด้านการจัดการ โดยมีการวางแผนเรื่องพันธุ์กระเทียม แต่การวางแผนกำลัง คนยังไม่ชัดเจนปรับการดำเนินการไปตามฤดูกาล เนื่องจากไม่สามารถกำหนดจำนวนคนที่แน่นอนในการแปรรูปสินค้าได้ในส่วนของทักษะด้านการตลาดนั้น ไม่ได้มีการส่งเสริมการตลาดแต่อย่างใด มีเพียงการวางขายตามตลาดร้านค้าชุมชนทั่วไปและรับคำสั่งซื้อจากลูกค้ารายเดิมในด้านการเงิน มีการทำบัญชีในครัวเรือน บัญชีรายรับรายจ่าย ไม่ได้มีการบริหารจัดการหรือการดูแลด้านการเงินอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับการศึกษาของ Srisook (2020) ที่ได้ศึกษาสภาพการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรที่จังหวัดลำปาง พบว่า การจัดการ

กระบวนการผลิตสินค้าทางการเกษตรยังไม่มีมาตรฐาน ไม่มีรูปแบบการตลาดที่ดี และไม่เห็นถึงความสำคัญขององค์ความรู้ในการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาแปรรูปสินค้า ซึ่งคล้ายคลึงกับสถานการณ์ที่คณะวิจัยลงพื้นที่วิเคราะห์ปัญหาและสนทนากลุ่ม กล่าวคือ ไม่มีการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้ในการแปรรูป และยังไม่มีความรู้ในการแปรรูปสินค้าที่มีมูลค่าสูง ขาดความคิดสร้างสรรค์ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการแปรรูปสินค้าไปยังรูปแบบใหม่ที่นำเสนอและตรงกับความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบัน

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเกษตรแปรรูปจากกระเทียมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้อมูลการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Bunprakob *et al.* (2023) ที่นำความต้องการของผู้บริโภคมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการสำรวจเป็นไปตามหลักทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการเลือกซื้อสินค้า 6W1H ของ Jung and Kim (2020) ได้ผลิตภัณฑ์กระเทียมดองน้ำผึ้งและกระเทียมต้นน้ำมันนั้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tonwan and Boonkong (2023) ที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ด้านการแปรรูปอาหารเพื่อสุขภาพจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร นครพนม และมุกดาหาร ทำการแปรรูปอาหารจำนวน 20 ชนิด พบว่า การดองน้ำผึ้งเป็นหนึ่งในวิธีการเพิ่มมูลค่า ยกระดับ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่อาหารท้องถิ่น ทั้งยังเป็นวิธีที่ดีต่อสุขภาพอีกด้วย นอกจากนี้ การศึกษาของ Tangarn *et al.* (2020) ได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนานวัตกรรมการผลิตและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรจังหวัดบุรีรัมย์ คือ การสร้างนวัตกรรมเพื่อถนอมอาหารเพื่อรักษาคุณภาพอาหารไว้นานกว่าปกติ มีความสอดคล้องกับการแปรรูปผลผลิตกระเทียมของโครงการ เนื่องจากการทำกระเทียมดองและกระเทียมต้นนั้น เป็นการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งสามารถยืดอายุของสินค้า และตรงกับความต้องการของตลาด สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่สินค้าทางการเกษตรได้ตามหลักการของ Wales *et al.* (2023)

สรุป

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงเกษตรแปรรูปให้มีความยั่งยืนควรให้ความสำคัญในการพัฒนาการบริหารจัดการผลผลิตทางการเกษตร เมื่อมีผลผลิตเป็นที่แน่นอนและเพียงพอ จึงจะสามารถต่อยอดไปสู่การตอบรับคำสั่งซื้อได้อย่างต่อเนื่อง การพัฒนากระเทียมดองน้ำผึ้งและกระเทียมต้น สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคด้านสุขภาพและแก้ปัญหาด้านการบริหารจัดการของเกษตรกรในพื้นที่ สามารถบริหารเวลาแรงงานในในช่วงเวลาว่าง จึงเกิดการจัดสรรเวลาที่มีประสิทธิภาพ ด้านการตลาดและการเงิน ผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ ช่วยสร้างรายได้เพิ่มที่ชัดเจน

และสามารถขายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่รองรับการขนส่ง ลดความเสี่ยงจากกลไกราคาพ่อค้าคนกลาง ทำให้เกษตรกรมีรายได้ที่มั่นคงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Bunprakob, S., K. Pratumtone, R. Maakat, S. Hanvongsa, K. Popan and N. Sanprasit. 2023. Development of a community product prototype under the Thailand 4.0 concept for the OTOP product of WatBot Bamboo handicraft group, WatBot district, Phitsanulok province. *Journal for Community Development and Life Quality* 12(1): 1-11. (in Thai)
- Chiang Mai Provincial Statistical Office. 2022. Chiang Mai province statistical report. (Online). Available: <https://chiangmai.nso.go.th/images/s-101.pdf> (January 17, 2024). (in Thai)
- Department of Internal Trade. 2023. Garlic. (Online). Available: <https://agri.dit.go.th/file/micro/e54-21-กระเทียม.pdf> (January 17, 2024). (in Thai)
- Esangbedo, M. O., J. Xue, S. Bai and C. O. Esangbedo. 2022. Relaxed rank order centroid weighting MCDM method with improved grey relational analysis for subcontractor selection: Photothermal power station construction. *IEEE Transactions on Engineering Management* 71: 3044-3061.
- Fang District Agricultural Extension Office. 2022. Large-scale farming fang district Chiang Mai province. (Online). Available: <https://chiangmai.doae.go>

- th/fang/?page_id=616 (January 17, 2024). (in Thai)
- Jung, S. and S. Kim. 2020. A study of promoting method a traditional market by implementing RFID technology and 6W1H context awareness. *Journal of Convergence for Information Technology* 10(10): 9-14.
- Kasa, K., P. Worakajit, S. Sinsen and P. Samnieng. 2022. Translation, validation and reliability of a Thai version of the xerostomia inventory. *Srinakharinwirot University Dental Journal* 15(1): 10-20. (in Thai)
- Likert, R. 1961. *New Patterns of Management*. McGraw-Hill, New York. 279 p.
- Malyarets, L. M., O. M. Iastremska, I. M. Herashchenko, O. O. Iastremska and V. O. Babenko. 2020. Optimization of indicators for management of enterprise: Finance, production, marketing, personnel. *Estudio de Economia Aplicada* 38(4): 1-13.
- Maufaey, W., P. Sakkatat, S. Fongmul and P. Kruekum. 2022. The model development of garlic production and marketing management of farmers in Chiang Mai. *Journal of Agricultural. Research and Extension* 39(3): 123-134. (in Thai)
- Mausam, K., A. Pare, S. K. Ghosh and A. K. Tiwari. 2023. Thermal performance analysis of hybrid-nanofluid based flat plate collector using Grey relational analysis (GRA): An approach for sustainable energy harvesting. *Thermal Science and Engineering Progress* 37: 101609, doi: 10.1016/j.tsep.2022.101609.
- Ministry of Commerce. 2023. Ministry of commerce regulation on the issuance of import quota certificates for garlic under the WTO agricultural agreement, applicable from 2024 to 2026. (Online). Available: <https://www.dft.go.th/th-th/Detail-Law/ArticleId/27390/27390> (February 2, 2024). (in Thai)
- Office of Agricultural Economics. 2023. Garlic: Monthly percentage and quantity of harvested production at the national, regional, and provincial levels for the 2022/2023 growing season. (Online). Available: <https://www.oae.go.th/assets/portals/1/fileups/prcaidata/files/Garlic%20percent%20product%2062.pdf> (January 17, 2024). (in Thai)
- Somsu, T., S. Wattanasit, S. Yuenyongsawad and S. Wasiksiri. 2017. Nutritional compositions and allicin content in garlic powder Si Sa Ket, Chiang Mai and Chinese garlic cultivars. *Journal of Agriculture* 33(1): 131-139. (in Thai)
- Srisook, T. 2020. Development guideline of processed agricultural products groups under project for pushing farmer to be smart farmer in Lampang province. *Western University Research Journal of Humanities and Social Science* 6(1): 39-51. (in Thai)
- Tangarn, S., S. Maneewan and J. Kubola. 2020. The innovation for seasonal fruit processing of producers at Buriram farmer market in Thailand 4.0 era. *Interdisciplinary Management Journal Buriram Rajabhat University* 4(1): 47-54. (in Thai)

Tonwan, S. and R. Boonkong. 2023. Creative product development for healthy food processing based on local wisdom of community enterprises groups in Sanuk province group (Sakon Nakhon, Nakhon Phanom, Mukdahan). *Journal of Social Science and Cultural* 7(1): 112-126. (in Thai)

Wales, J. W., J. G. Covin, J. Schuler and M. Baum. 2023. Entrepreneurial

orientation as a theory of new value creation. *The Journal of Technology Transfer* 48: 1752-1772.

Yamane, T. 1973. *Statistics: An introductory analysis*. 3rd ed. Harper & Row, New York. 1130 p.

การออกแบบและสร้างเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า

Design and Construction of a Rice Straw Cushioning Material Product
Extrusion Machine to Increase the Efficiency of Goods Transportation

วีระเชษฐ์ มั่งแ้วน* ธิญาดา อุ่มวารี บุรณพิภพ แสงเกตู นิติธร สวัสดิ์สุข และ ขวัญฤดี อินมณี

Weerachet Mangwaen*, Thiyada Aumwaree, Bunpipob Seangket,

Nitithon Sawatdisuk and Kwanruedee Inmanee

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพฯ 10300

College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University, Bangkok 10300, Thailand

*Corresponding author: E-mail: weerachet.ma@ssru.ac.th

(Received: June 06, 2025; Revised: November 6, 2025; Accepted: March 6, 2026)

Abstract: This research aimed to design and construct a molding machine that produces protective packaging from rice straw to enhance transportation efficiency. A qualitative research methodology was employed, including in-depth interviews, focus group discussions, and data synthesis from eight key informants: local farmers, company owners, members of Baan Phob Thai Art 1569 Co., Ltd., university lecturers, and machinery experts. The developed machine features a metal structure, a hydraulic drive system, and a mold assembly. The machine dimensions are 23.5 centimeters wide, 51.7 centimeters long, and 53 centimeters high. The mold measures 9.5 x 12.5 centimeters with a thickness of 45 centimeters. Rice straw collected post-harvest from Nakhon Chai Si was used as the main raw material, mixed with a starch-based adhesive. Testing conducted three times demonstrated that the molded product had a smooth surface, was easily removed from the mold, and retained its shape. The final product effectively protected goods during transport for Baan Phob Thai Art 1569 Co., Ltd., and provided additional income for local farmers, demonstrating both practical and economic benefits.

Keywords: Design, product extrusion machine, shock-absorbing material from rice straw, transportation efficiency

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและสร้างเครื่องอัดขึ้นรูปวัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า และศึกษากระบวนการอัดขึ้นรูป โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล 8 คน ได้แก่ เกษตรกร เจ้าของบริษัทสมาชิกบริษัทบ้านผอบไทยอาร์ท 1569 จำกัด อาจารย์ และผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องจักรกล ผลการวิจัยพบว่า เครื่องอัดขึ้นรูปที่สร้างขึ้นมีโครงสร้างโลหะ ระบบขับเคลื่อนไฮดรอลิก และชุดแม่พิมพ์ ขนาดเครื่องกว้าง 23.5 เซนติเมตร ยาว 51.7 เซนติเมตร สูง 53 เซนติเมตร แม่พิมพ์ขนาด 9.5 x 12.5 เซนติเมตรหนา 45 เซนติเมตร ใช้วัตถุดิบจากฟางข้าวตำบลนครชัยศรีหลังฤดูเก็บเกี่ยว ร่วมกับกาวแป้งเปียกเป็นตัวประสานในการขึ้นรูป ทดสอบ 3 ครั้งพบว่า ผลิตภัณฑ์มีผิวเรียบ แยกจากแม่พิมพ์ง่าย ไม่เสียรูป สามารถนำไปใช้ในการป้องกันสินค้าระหว่างขนส่งของบริษัทบ้านผอบไทยอาร์ท 1569 จำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยสร้างรายได้เสริมให้เกษตรกรในพื้นที่

คำสำคัญ: การออกแบบ เครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว ประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า

คำนำ

ข้าวจัดเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของประเทศไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงและเป็นแหล่งรายได้สำคัญของเกษตรกร อย่างไรก็ตาม ภาคการผลิตข้าวต้องเผชิญกับประเด็นท้าทายที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการจัดการผลพลอยได้ทางการเกษตร หลังฤดูเก็บเกี่ยวด้วยรถเกี่ยวหวด ซึ่งก่อให้เกิดปริมาณฟางข้าวจำนวนมากที่ถูกทิ้งไว้ในแปลงนา เนื่องจากฟางข้าวเหล่านี้ไม่สามารถย่อยสลายได้ทันตามกระบวนการธรรมชาติก่อนถึงฤดูเพาะปลูกรอบใหม่ เกษตรกรส่วนใหญ่จึงเลือกวิธีการกำจัดแบบดั้งเดิมคือ การเผาในที่โล่ง ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของการเกิดปัญหาหมอกควันและมลพิษทางอากาศขนาดเล็ก PM 2.5 ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชากรและกลายเป็นวาระระดับประเทศที่ไม่อาจละเลยได้ (Sawekwiharee and Boonchoo, 2021) ในขณะที่ฟางข้าวมีคุณสมบัติเด่นในการเป็นฉนวนความร้อนที่ดี มีความแข็งแรง และสามารถแปรรูปได้ (Boonsung, 2023) จึงนับเป็นวัตถุดิบเหลือใช้ที่มีศักยภาพสูงในการเพิ่มมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจ โดยเฉพาะมิติของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก งานวิจัยหลายชิ้นได้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการใช้ประโยชน์จากฟางข้าวเพื่อสร้างมูลค่าในระดับชุมชน (Srisuwan, 2021) แต่ปัญหาเชิงประจักษ์คือ กลุ่มเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ตำบลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ยังขาดความรู้ความเข้าใจเชิงลึกในการจัดการของเสีย และที่สำคัญคือ ขาดเทคโนโลยีการแปรรูปที่เหมาะสม เข้าถึงได้ และมีต้นทุนต่ำ เพื่อเปลี่ยนฟางข้าวให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและสามารถแข่งขันในตลาดได้ ดังนั้น ฟางข้าวซึ่งถือเป็นทรัพยากรชุมชนที่เหลือใช้ จึงยังไม่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างงาน สร้างรายได้ และส่งเสริมการพัฒนาทุนมนุษย์ของชุมชนอย่างเต็มศักยภาพ

ในขณะที่ปัญหาการจัดการฟางข้าวเป็นประเด็นด้านอุปทาน (supply side) ปัญหาด้านอุปสงค์ (demand side) ที่เกี่ยวข้องอย่างยิ่งคือ การขยายตัว

อย่างรวดเร็วของธุรกิจอี-คอมเมิร์ซและโลจิสติกส์ในประเทศไทย ซึ่งการขนส่งถือเป็นหัวใจสำคัญและเป็นต้นทุนโลจิสติกส์ที่มีนัยสำคัญ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2024) ปัญหาที่พบในระบบการขนส่งคือ ความเสียหาย (damage) ของสินค้าที่เกิดจากการห่อหรือการบรรจุด้วยวัสดุกันกระแทกที่ไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางธุรกิจและความน่าเชื่อถือยิ่งไปกว่านั้น วัสดุกันกระแทกส่วนใหญ่ที่ใช้ในปัจจุบัน เช่น โฟมหรือ พลาสติก เป็นวัสดุสังเคราะห์ที่ย่อยสลายไม่ได้ หรือใช้เวลานานในการย่อยสลาย ซึ่งก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว (Tiriat, 2017) จึงเกิดเป็นช่องว่างทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ

ดังนั้น งานวิจัยนี้ จึงมีได้เป็นเพียงการวิเคราะห์เชิงสถานการณ์ แต่เป็นงานวิจัยที่มีเป้าหมายในการแก้ปัญหาแบบบูรณาการที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ โดยการเน้นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง โดยผู้วิจัยมีแนวคิดในการออกแบบและสร้างนวัตกรรมเครื่องขึ้นรูปวัสดุกันกระแทกจากฟางข้าวด้วยระบบไฮดรอลิกและแรงดัน ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยและพัฒนาที่เน้นการสร้างเทคโนโลยีที่เหมาะสม สำหรับการถ่ายทอดสู่กลุ่มเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนตำบลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เพื่อนำฟางข้าวมาปรับปรุงคุณสมบัติและแปรรูปเป็นวัสดุกันกระแทกที่มีประสิทธิภาพสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาหมอกควันจากการเผาฟางข้าว การเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร และการเสริมสร้างขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดโลจิสติกส์สมัยใหม่

อุปกรณ์และวิธีการ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่มุ่งเน้นการเข้าใจปรากฏการณ์

ในบริบทจริง (context-specific understanding) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของการพัฒนาชุมชน การมีส่วนร่วม และการพัฒนานวัตกรรมที่เหมาะสม ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแบบ สัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ซึ่งเป็นแนว คำถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น เป็นคำถามปลายเปิด (open-ended) สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์และ แนวคิดที่การวิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูล พื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องอัดขึ้นรูป ผลิตภัณฑ์จากความต้องการของบริษัทบ้านผอบไทย อาร์ท 1569 จำกัด และความต้องการนำวัตถุดิบ ฟางข้าวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวตำบลนครชัยศรี หลังจากการเก็บเกี่ยวข้าวแล้วมาเพิ่มรายได้ให้ กับเกษตรกรตำบลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม โดยคำถามสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ใน การสัมภาษณ์ เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพ อันจะช่วยให้ การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างราบรื่น และที่สำคัญคือ จะทำให้ผู้ให้ข้อมูลถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างครบถ้วน และเป็นจริงมากที่สุด แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ชั้นเริ่ม สนทนา ชั้นเข้าสู่ประเด็นที่จะศึกษา และชั้นปิด สนทนา (Chantavanich, 2019)

ระยะเวลาในการวิจัย

งานวิจัยดำเนินการระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2567 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2568 โดยมี ขอบเขตพื้นที่ที่มุ่งเน้น (target area) คือ ชุมชน เกษตรกรผู้ปลูกข้าวในพื้นที่ตำบลนครชัยศรี จังหวัด นครปฐม เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตฟางข้าวที่สำคัญ และเป็นพื้นที่ที่สอดคล้องกับความต้องการของ วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวตำบลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม และผู้ประกอบการที่เข้าร่วม โครงการ คือ เจ้าของบริษัท สมาชิกในบริษัทบ้าน ผอบไทยอาร์ท 1569 จำกัด

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) คือ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวตำบลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เจ้าของบริษัท สมาชิกในบริษัทบ้านผอบไทยอาร์ท 1569 จำกัด อาจารย์มหาวิทยาลัย และผู้เชี่ยวชาญ

ด้านการออกแบบและและสร้างเครื่องอัดขึ้นรูป ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบและสร้างเครื่อง อัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ จำนวน 8 ท่าน โดยถูกคัดเลือก ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยพิจารณาจากเกณฑ์ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และ การมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นการวิจัยใน สองมิติหลัก คือ 1) มิติการพัฒนาชุมชนและการ สร้างมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้เพื่อให้ได้ข้อมูลความ ต้องการและปัญหาเชิงประจักษ์ในพื้นที่ และรับรอง การมีส่วนร่วมของชุมชน 2) มิติวิศวกรรมและการ ประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกด้านการ ออกแบบและสร้างเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและ ต้นทุนที่เหมาะสม (Dokmai and Ampailapsuk, 2022)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใน การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายละเอียดดังนี้

1. ลักษณะที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบ สัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัย ดำเนินการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลเป็นรายบุคคล เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยขั้นตอนการ เก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์ เชิงลึก โดยใช้เป็นประเด็นคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structure interview) เพื่อให้ได้ ข้อมูล ครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยและใช้ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ สามารถตอบคำถามได้อย่างเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ถ่ายทอดความรู้ ได้อย่างเต็มที่ ครบถ้วนและเป็นจริงมากที่สุด (Chantavanich, 2019)

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ใน การวิจัย วิจัยดำเนินการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการกำหนดรูปแบบของ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ และนำมาสร้าง

กรอบแนวคิดในการวิจัยจากการสังเคราะห์เอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสุดท้ายใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ เป็นการหาค่าความเที่ยงตรง นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยเลือกข้อที่มีค่า IOC (index of item objective congruence) มากกว่า 0.5 ส่วนข้อใดที่มีค่าน้อยกว่า 0.5 ซึ่งมีผลการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ มีค่าเท่ากับ 0.82 ผู้วิจัยจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนั้นแล้วข้อคำถามทุกข้อต้องผ่านความเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ตรวจสอบ และเห็นว่าเป็นความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) การศึกษาเอกสาร เช่น งานวิจัย บทความวิชาการ หนังสือ และแผนที่ เพื่อสร้างองค์ความรู้และบริบทเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องอัดขึ้นรูปวัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว และข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) การเก็บข้อมูลภาคสนาม มีดังนี้ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก ดำเนินการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลักรายบุคคล เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการ (needs assessment) จากผู้ประกอบการ บริษัทบ้านพอปไทย อาร์ท 1569 จำกัด และเกษตรกรผู้ปลูกข้าวตำบลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม รวมถึงข้อเสนอแนะเชิงเทคนิคจากผู้เชี่ยวชาญ 2) การสนทนากลุ่มเฉพาะกิจ โดยจัดการสนทนากลุ่มย่อยในกลุ่มเกษตรกรเพื่อยืนยันความต้องการในการใช้ประโยชน์จากฟางข้าวและรับรองการยอมรับนวัตกรรมในชุมชน 3) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยทำการสังเกตการณ์ในระหว่างการออกแบบ การสร้าง และการทดสอบเครื่องอัดขึ้นรูป โดยมีการจดบันทึกประเด็นสำคัญและบันทึกภาพเพื่อประกอบการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลจะเริ่มต้นตั้งแต่เริ่มการวิจัยและดำเนินไปเรื่อย ๆ จนถึงที่สุดการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการต่อเนื่องและลับประเด็นการวิจัยให้แหลมคมซึ่งก็คือการถกกันของสามมุมใน “วงล้อแห่งความรู้” คือประเด็นหรือคำถามการวิจัย (research question) แนวคิดทฤษฎี (concept theory) และข้อมูลหรือสิ่งที่ค้นพบ (data and finding)

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบและนำไปเชื่อมโยงข้อมูลที่มี และเขียนรายงานข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะไม่ใช้ข้อมูลตัวเลขแต่จะเป็นข้อมูลเชิงพรรณนา และมีการอ้างอิงโดยตรงเกี่ยวกับที่มาของข้อมูล ดังนั้น ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ (interview research) และข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ (document research) จะถูกนำมาวิเคราะห์และประมวลผลโดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในประเด็นต่าง ๆ ในรูปแบบการพรรณนาไปสู่ความน่าเชื่อถือของผลการศึกษาดังนี้

1. การออกแบบเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ที่มีขนาดกว้าง 23.5 เซนติเมตร ยาว 51.7 เซนติเมตร สูง 53 เซนติเมตร และส่วนประกอบต่าง ๆ ของเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว ดัง Figure 1 โดยมีรายละเอียดส่วนประกอบ ได้แก่ (1) ฐานบน (2) แม่พิมพ์ (3) คานบน (4) ปล็อกแม่พิมพ์ (5) เสาทรงกลม(ข้างใน) (6) คานล่าง (7) เสาสีเหลี่ยม (ข้างนอก) (8) สปริง (9) ล้อเลื่อน 4 ล้อ (10) แม่แรงไฮดรอลิก (11) ฐานล่าง (12) บูทวงใน (13) เตื่อยเหล็ก โดยสามารถสรุปดัง Figure 2

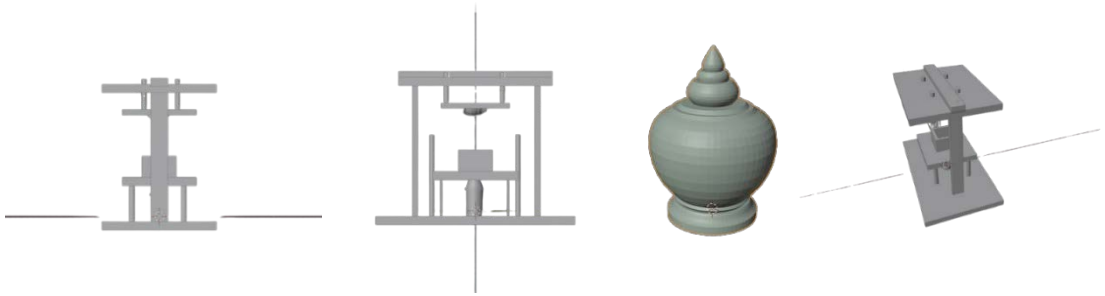


Figure 1. Side view of the product forming press machine (A), Front view of the product forming press machine (B), Top view of the product forming press machine (C), Image of the product mold (D)

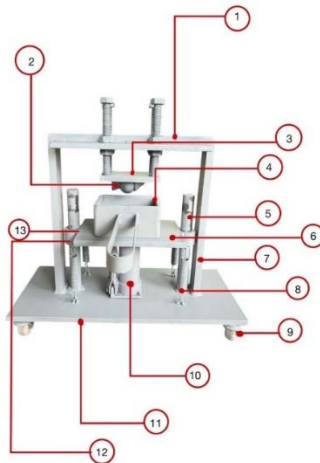


Figure 2. Details of components of the rice straw shockproof material product extruder

2. ขั้นตอนการสร้างและประกอบเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง ดังนี้

2.1 ทำแม่พิมพ์ตามลักษณะของสินค้าให้ เป็นไปตามที่ออกแบบไว้ ดัง Figure

2.2 นำเหล็กแผ่นมาตัดตามขนาดฐานล่าง กว้าง 23.5 เซนติเมตร ยาว 51.7 เซนติเมตร และหนา 45 มิลลิเมตร เพื่อขึ้นโครงสร้างเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว ดัง Figure 4

2.3 นำเหล็กแผ่นมาตัดตามขนาด กว้าง 10 เซนติเมตร ยาว 20 เซนติเมตร หนา 10 มิลลิเมตร จากนั้นนำบุท ขนาดวงใน 25 มิลลิเมตร วงนอก 50 มิลลิเมตร และหนา 25 มิลลิเมตร มาเชื่อมด้านกว้างของทั้ง 2 ฝั่ง ดัง Figure 5

2.4 นำแผ่นเหล็ก 4 แผ่น ขนาดกว้าง 7.7 เซนติเมตร ยาว 9.9 เซนติเมตร หนา 9 มิลลิเมตร มาเชื่อมติดกัน ให้เป็นทรงกล่องสี่เหลี่ยม และ

แผ่นขนาด ยาว 44 เซนติเมตร กว้าง 2.5 เซนติเมตร หนา 3 มิลลิเมตร มาเชื่อมให้กักบล็อองสี่เหลี่ยมเพื่อใช้เป็นด้ามจับ ดัง Figure 5

2.5 นำชิ้นส่วนฐานล่าง แม่แรง เหล็กเสาทั้ง 2 ข้าง บูท คานล่าง คานบน สปริง 4 เส้น บล็อกล่าง บล็อกบน

และน็อต 4 ตัวด้านบน ประกอบเข้าด้วยกัน ดัง Figure 6

2.6 เมื่อประกอบชิ้นส่วนทุกอย่างเรียบร้อยแล้ว นำมาขัดด้วยกระดาษทรายเช็ดทำความสะอาด หลังจากนั้นก็นำเครื่องที่ประกอบสำเร็จแล้วมาทำการพ่นสี



Figure 3. Turning of molds according to product Characteristics

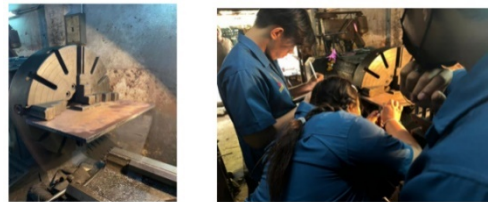


Figure 4. Cutting the base to build the structure



Figure 5. Lower beam and lower base parts



Figure 6. Assembly steps

3. การเตรียมวัสดุธรรมชาติสำหรับการอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว

การเตรียมวัสดุธรรมชาติ คือ การแปรรูปคุณสมบัติของฟางข้าวให้อยู่ในลักษณะที่พร้อมต่อการขึ้นรูปที่พร้อมต่อลักษณะสินค้าเพื่อให้ทนต่อการกันกระแทกที่เกิดจากกระบวนการขนส่ง โดยการทดลองแปรรูปคุณสมบัติของฟางข้าว มีดังนี้

- (1) นำโซเดียมไฮดรอกไซด์ 1 กิโลกรัม มาละลายในน้ำ 9,000 มิลลิลิตร
- (2) นำฟางหนัก 1 กิโลกรัม ลงไปแช่เป็นระยะเวลา 3 ชั่วโมง

- (3) นำฟางที่แช่แล้วไปเทใส่ลงในผ้าขาว และนำไปล้างน้ำที่สะอาด
- (4) บีบน้ำออกจากฟางข้าว

4. หลักการทำงานของเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว หลักการทำงานของเครื่องอัดกันกระแทกจากฟางข้าว คือ เริ่มจากการนำสารหล่อลื่นมาเคลือบบริเวณเสาทรงกลมทั้ง 2 ข้าง ที่ทำการประกอบและเชื่อมกับตัวคานล่างแล้ว เพื่อให้มีความหล่อลื่นและเพื่อเพิ่มระยะเวลาการทำงานของเครื่อง จากนั้นนำฟางข้าวที่ผ่านกระบวนการย่อยสลายขึ้นมาผสมกาวแป้งเปียกใส่ลงไป ในบล็อกสี่เหลี่ยม โดยดึงบล็อกออกมา

ประมาณ 5 เซนติเมตร นำฟางข้าวที่ผ่านกรรมวิธีเรียบร้อยแล้วใส่ลงไปในบล็อก นำไปวางไว้ให้ตรงกับแม่พิมพ์ ทำการปิดวาล์วของตัวอุปกรณ์แม่แรง หมุนจากทางด้านซ้ายไปยังทางด้านขวาให้สุดและนำด้ามคั้นโยกใส่เข้าไปในช่องสำหรับคั้นโยกของตัวแม่แรง ทำการโยก ขึ้น-ลง เพื่อให้ตัวของคานล่างกับบล็อกขึ้นไปจนถึงแม่พิมพ์ โดยจะมีการขยับตัวบล็อกให้ตรงกับตัวแม่พิมพ์ด้านบนจะจับควบคุมไปกับด้ามคั้นโยก เมื่ออัดขึ้นไปจนไม่สามารถโยกคั้นโยกได้แล้ว รอเวลาประมาณ 20 วินาที หลังจากนั้นเปิดวาล์วของแม่แรงเพื่อให้คานล่างที่ขึ้นไปจนถึงจุดสูงสุด ลงมาอยู่ ณ จุดเดิมของตัวเครื่อง ซึ่งในทุกครั้งที่ทำการเปิดวาล์วต้องตรวจสอบความปลอดภัยความเรียบร้อย จากนั้นจึงบล็อกออกมาและนำผลิตภัณฑ์ออกจากตัวบล็อก โดยกดด้านบนของบล็อกแม่พิมพ์ให้ผลิตภัณฑ์ลงมาด้านล่างของบล็อกแม่พิมพ์

ผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบและสร้างเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า จากความต้องการของบริษัทบ้านผอบไทยอาร์ท 1569 จำกัด และความต้องการนำวัสดุคั้นฟางข้าวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวตำบลนครชัยศรี หลังจากการเก็บเกี่ยวข้าวแล้วมาเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรตำบลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม พบว่า การออกแบบและสร้างเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว ที่มีขนาด 9.5x4.5x12.5 เซนติเมตรโดยผลการทดสอบพบว่า เครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว สามารถอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว ตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด และวัสดุกันกระแทกสามารถใช้งานได้จริง อีกทั้งเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าวที่สร้างขึ้นสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการขนส่งสินค้า นอกจากนี้ยังช่วยลดปัญหาภาวะโลกร้อน เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรและสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรชาวนา ชุมชน และนำไปพัฒนาการผลิตในระดับอุตสาหกรรมต่อไป โดยสามารถสรุปได้ดัง Figure 7



Figure 7. Completed rice straw cushioning material product extruder



สำหรับการทดสอบการทำงานของเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว พบว่าความสามารถในการทำงานของเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าวจากการทดสอบทำงานของเครื่องทำให้ทราบว่าเครื่องสามารถใช้เวลาในการผลิตผลิตภัณฑ์ได้ 3 นาทีต่อ 1 ชิ้น ซึ่งความหนาของผลิตภัณฑ์จะอยู่ในขนาดที่ใกล้เคียงกัน และความสามารถในการทำงานของเครื่องมีกำลังการผลิตอยู่

ที่ประมาณ 140-160 ชิ้นต่อวัน ส่วนคุณภาพการผลิตของเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว ในขั้นตอนนี้ได้นำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการอัดขึ้นรูปนำมาตรวจสอบคุณภาพในการบีบอัด โดยพิจารณาลักษณะของผลิตภัณฑ์ พบว่าผลิตภัณฑ์มีการถูกบีบอัดขึ้นรูปตรงตามลักษณะของบล็อกและแม่พิมพ์ โดยสามารถสรุปได้ดัง Figure 8 และแสดงผลการทดสอบดัง Table 1



Figure 8. Compressed molded products



Table 1. The compression molding quality of rice straw cushioning material product molding machine

properties of rice straw	Compression forming time	Characteristics after compression forming	Product image
The image shows the product that was not soaked in sodium hydroxide.	5 minutes	The rice straw takes the shape of the mold block, but the center does not conform exactly to the mold's shape. When compressed, it tends to expand back to its original form, and the product becomes hard when dried.	
The sample was soaked in sodium hydroxide for 3 hours.	3 minutes	The rice straw conforms to the shape of both the block and the mold. The central area exhibits flexibility and demonstrates excellent impact resistance.	

และผลทดสอบการรับแรงกระแทกของผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว พบว่า ในขั้นตอนนี้ได้มีการนำผลิตภัณฑ์มาจำลองสถานการณ์

ขนส่งสินค้าแบบรุนแรง โดยการนำผลิตภัณฑ์ที่ได้มา ห่อหุ้มคลุมสินค้าแล้วบรรจุใส่กล่องพัสดุ จากนั้นจำลองสถานการณ์การโยนสินค้าลงมาในระดับความสูงที่มากกว่า 2 เมตร ดัง Table 2

Table 2. Impact test results of rice straw impact protection materials

Characteristics of the simulation	Time	Test results	Simulation model
Released vertically under gravity	0.08 Second	The product is not broken or damaged.	
Projectile motion throw	3.72 Second	The product was not broken or damaged.	

วิจารณ์

จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบและสร้างเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า พบว่า จากการเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้งาน สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้อย่างสูงสุด มาใช้เป็นเครื่องมือในการออกแบบและสร้างเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าวและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยเกษตรกรผู้ปลูกข้าวตำบลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เจ้าของบริษัท สมาชิกในบริษัทบ้านผอบไทยอาร์ท 1569 จำกัด นั้น ในการออกแบบเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าวขึ้น มาประกอบด้วย โครงสร้างเครื่อง ชุดแม่พิมพ์อัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทก และระบบขับเคลื่อนไฮดรอลิก โครงสร้างของเครื่องทำด้วยโลหะด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่มีขนาด กว้าง 23.5 เซนติเมตร ยาว 51.7 เซนติเมตร สูง 53 เซนติเมตรตัวบล็อกแม่พิมพ์มีขนาด กว้าง 9.5 เซนติเมตร ยาว 12.5 เซนติเมตรหนา 45 มิลลิเมตร จากนั้นทำการสร้างเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Thongkham *et al.*, 2022) ที่ได้ศึกษาการออกแบบและสร้างเครื่องตัดฟางข้าว พบว่า เครื่องตัดฟางข้าวมีความสามารถในการทำงานมากกว่าแรงคนประมาณ 6.7 เท่า นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้อง

กับแนวคิดของ (Prommaboon, 2013) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการออกแบบและสร้างเครื่องแยกเส้นใบตาลที่พบว่า สมรรถนะของเครื่องที่ออกแบบจะสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวกเนื่องจากเป็นเครื่องขนาดเล็กและมีน้ำหนักเบา

และกระบวนการทดสอบเครื่องอัดขึ้นรูปและวิธีการอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า พบว่า คุณภาพการบีบอัดขึ้นรูปของเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว ซึ่งให้เห็นว่าการบีบอัดขึ้นรูปจากฟางข้าว ที่แช่โซเดียมไฮดรอกไซด์เป็นเวลา 3 ชั่วโมง จะสามารถเข้ารูปทรงตามบล็อกแม่พิมพ์ได้ดีกว่า ฟางข้าวที่ไม่ได้แช่โซเดียมไฮดรอกไซด์ ที่สำคัญฟางข้าวที่แช่โซเดียมไฮดรอกไซด์ยังมีความยืดหยุ่น และสามารถทนต่อแรงกระแทกได้ในทุกสถานการณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Chungsiriporn *et al.*, 2022) ศึกษาการผลิตบรรจุภัณฑ์เยื่อกระดาษขึ้นรูปจากฟางข้าวและขานอ้อยโดยใช้โคโตซานเคลือบผิว พบว่า บรรจุภัณฑ์เยื่อกระดาษจากฟางข้าวและขานอ้อยที่ผสมสารเชื่อมประสานจะมีค่าแรงดึงเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์เยื่อกระดาษที่ไม่ผสมสารเชื่อมประสาน การใช้โคโตซานในการเคลือบผิวบรรจุภัณฑ์เยื่อกระดาษจากฟางข้าวและขานอ้อยสามารถลดการซึมน้ำลงได้การเคลือบด้วยโคโตซานหลังการขึ้นรูปมีร้อยละการซึมน้ำที่น้อยกว่าการเคลือบก่อน

การขึ้นรูป ซึ่งวัสดุฟางข้าวและขานอ้อยเป็นวัสดุที่เหมาะสมในการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ธรรมชาติ โดยบรรจุภัณฑ์จากฟางข้าวมีความทนทานในการใช้งานสูง เนื่องจากมีค่าแรงดึงสูงและมีค่าการซึมน้ำน้อยกว่าบรรจุภัณฑ์ขานอ้อยวัสดุฟางข้าวจึงมีความเหมาะสมในการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์มากกว่าวัสดุขานอ้อย ซึ่งบรรจุภัณฑ์เยื่อกระดาษขึ้นรูปที่ผลิตได้สามารถนำไปใช้สำหรับใส่อาหารแห้งและเปียกได้เป็นอย่างดี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thancharoen (2015) เรื่อง "การปรับสภาพฟางข้าวเพื่อผลิตไบโอเอทานอลโดยเชื้อ *Kluyveromyces marxianus*" พบว่า การปรับสภาพฟางข้าวด้วยสารละลายต่าง ซึ่งมีผลต่อการย่อยสลายโครงสร้างของฟางข้าว ทำให้วัสดุอ่อนตัวลงและง่ายต่อการนำไปแปรรูปในกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ (Nawglang *et al.*, 2013) ศึกษาการปกป้องผลแอปเปิลด้วยวัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว พบว่า การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของวัสดุกันกระแทกจากฟางข้าวกับวัสดุเชิงพาณิชย์ (ตาข่ายโพลี) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าวัสดุจากฟางข้าวสามารถนำมาใช้ทดแทนได้

สรุป

ผลการวิจัยและพัฒนาครั้งนี้ ได้นำเสนอและยืนยันประสิทธิภาพของเครื่องอัดขึ้นรูปวัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว ที่ออกแบบด้วยกลไกไฮดรอลิกแบบมีอโยกเพื่อวิสาหกิจชุมชน ผลการทดสอบเชิงวิศวกรรมชี้ให้เห็นว่า เครื่องสามารถแปรรูปฟางข้าวให้มีความหนาแน่นและรูปทรงสม่ำเสมอ มีประสิทธิภาพในการป้องกันสินค้าสูง ช่วยให้ผู้ประกอบการลดต้นทุนโลจิสติกส์และลดการใช้พลาสติกสังเคราะห์

ในด้านประโยชน์ต่อเกษตรกร นวัตกรรมนี้ช่วยเปลี่ยนวัสดุเหลือทิ้งที่ก่อมลพิษ PM 2.5 ให้เป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular Economy) พร้อมทั้งเสริมศักยภาพ (Empowerment) ให้เกษตรกรยกระดับบทบาทจาก

ผู้ผลิตวัตถุดิบสู่การเป็นผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างรายได้ที่มั่นคง ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง การออกแบบและสร้างเครื่องอัดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์วัสดุกันกระแทกจากฟางข้าว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า ได้รับความช่วยเหลือจากหลายภาคส่วน ทั้งในด้านข้อมูล ข้อเสนอแนะ และคำปรึกษา คณะผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวตำบลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม และผู้เชี่ยวชาญ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน เป็นอย่างสูง คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.โคภิตา สังข์สุนทร อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ นาย ถวิล ผันอากาศ นักออกแบบ ที่ได้ให้คำชี้แนะต่าง ๆ ทำให้งานวิจัยสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์ และสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- Boonsung, A. 2023. Creation of environmentally friendly products from rice straw using BCG process. *Journal of Design Echo*, Suan Sunandha Rajabhat University 4(2): 2-16. (in Thai)
- Chungsiriporn, J., P. Pongyeela and N. Chairerk. 2022. Production of molded pulp packaging from rice straw and bagasse coating by chitosan. *Burapha Science Journal* 27(1): 20-30. (in Thai)
- Chantavanich, S. 2019. *Data Analysis in Qualitative Research*. 9th ed. Chulalongkorn University Press, Bangkok. (in Thai)
- 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)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (NESDC) 2024. Thailand' s Logistics Report. 2023 (NESDC, Bangkok. 21p.)
- Thancharoen, K. 2015. Pretreatment of rice straw into biethanol by *Kluyveromyces*. *Phranakhon Rajabhat Research Journal* 10(2): 123-133. (in Thai)
- Nawglang, T., T. Triiamnuk, W. Ariharn, K. Triiamnuk. 2013. Apple protection using rice straw cushioning materials. pp. 680-684. *In: Proceedings of the 14th TSAE National Conference and the 6th TSAE International Conference*. Thai Society of Agricultural Engineering, Bangkok. (in Thai)
- Prommaboon, P. 2013. Design and construction of palm leaf separation machine. *Industrial Technology Lampang Rajabhat University Journal* 6(2): 24-34. (in Thai)
- Thongkham, P., J. Langkapin, R. Kalsirisilp and S. Parnsakon. 2022. Design and fabrication of straw cutting Machine. *Srinakharinwirot University Engineering Journal* 17(2): 31-41. (in Thai)
- Trirat, P. 2017. Packaging development from agricultural debris and weeds as molded pulp for fruit. *Art and Architecture Journal Naresuan University* 8(2): 186-199. (in Thai)
-

แนวทางพัฒนาการจัดการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ
อำเภอต๋อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

Guidelines for Developing Operational Management of the Weaving
Enterprises Group, Mae Khue Community, Doi Saket District, Chiang Mai Province

พิกุล พงษ์กลาง
Pikul Pongklang

วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยพายัพ จ. เชียงใหม่ 50000
Interdisciplinary Studies Payap University, Chiang Mai 50000, Thailand
Corresponding author: E-mail: pikoon_p@payap.ac.th

(Received: April 4, 2025; Revised: December 15, 2025; Accepted: March 17, 2026)

Abstract: This research aims to examine the operational management, problems, obstacles, and development approaches of the Mae Kue Community Weaving Enterprise. Data were collected from group members, local administrators, and municipal officers through interviews and questionnaires. Qualitative data were analyzed using inductive analysis to synthesize key issues and formulate development guidelines appropriate to the group's context, while quantitative data were analyzed using descriptive statistics, including the mean and standard deviation. The findings reveal that the Mae Kue Community Weaving Enterprise was formed through the collective efforts of elderly members who utilize local wisdom as the foundation of production and primarily engage in made-to-order manufacturing. The management structure consists mainly of a chairperson and a treasurer, resulting in limitations in task distribution and participatory management, particularly in the areas of marketing, communication, and financial accounting. In addition, the members' advanced age and limited technological skills adversely affect the group's operational efficiency. The proposed development approaches emphasize strengthening product identity, expanding distribution channels, and improving communication systems aligned with the members' capacities. Further recommendations include clearly defining roles and responsibilities, promoting teamwork, and establishing a simple, systematic accounting system to enhance the group's potential and achieve long-term sustainability.

Keywords: Operational guidelines, management development, operational management, community enterprises

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และแนวทางพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ เก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่ม ผู้บริหารท้องถิ่น และพนักงานเทศบาล ผ่านแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม วิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยการสรุปอุปนิสัยเพื่อสังเคราะห์ประเด็นปัญหาและกำหนดแนวทางพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทของกลุ่ม และวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษพบว่ากลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือเกิดจากการรวมตัวของผู้สูงอายุที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานในการผลิต เน้นผลิตตามคำสั่งซื้อ โครงสร้างการบริหารมีประธานและเหรัญญิก ส่งผลให้มีข้อจำกัดในการกระจายหน้าที่และการมีส่วนร่วมในการบริหาร โดยเฉพาะด้านการตลาด การสื่อสาร และการเงินการบัญชี นอกจากนี้ อายุและทักษะการใช้

เทคโนโลยีของสมาชิกยังส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน แนวทางพัฒนาที่เสนอจึงเน้นการสร้างเอกลักษณ์สินค้า การขยายช่องทางการจำหน่าย การพัฒนาระบบสื่อสารที่เหมาะสม การกำหนดบทบาทหน้าที่ให้ชัดเจน การส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และการจัดทำบัญชีอย่างง่ายและเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มและนำไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาว

คำสำคัญ: แนวทางการดำเนินงาน การพัฒนาการจัดการ การจัดการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชน

คำนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) มุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กับการเสริมสร้างศักยภาพของประเทศเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงของบริบทโลกและนำไปสู่ความมั่นคงและยั่งยืน โดยหมุดหมายที่ 8 ของแผนฯ ได้ระบุถึงการพัฒนาเมืองและพื้นที่อัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย และเติบโตได้อย่างยั่งยืน พร้อมกระจายความเจริญสู่ระดับท้องถิ่น และเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง ดังนั้นการพัฒนาชนบท โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรและชุมชน จึงเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวและการพึ่งพาตนเองในระยะยาว (Office of the National Economic and Social Development Council, 2020)

จากแนวทางดังกล่าว การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนผ่านการพัฒนาศักยภาพและความมั่นคงด้านอาชีพตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเป็นกลไกสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจระดับรากหญ้า (Department of Agricultural Extension, 2021) โดยการส่งเสริมการรวมกลุ่มในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนช่วยสร้างรายได้และเพิ่มศักยภาพของชุมชนอย่างต่อเนื่อง ผ่านการใช้วัตถุดิบทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน (Office of Trade Policy and Strategy, 2023; Phuworakij *et al.*, 2024)

กลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ก่อตั้งโดยกลุ่มผู้สูงอายุ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตผ้าทอเพื่อสร้างรายได้ อย่างไรก็ตาม

ตาม การดำเนินงานของที่ผ่านมาอาศัยประสบการณ์เป็นหลักแต่ขาดระบบการจัดการที่ชัดเจน ทั้งด้านการผลิต การตลาด โครงสร้างบุคลากร การสื่อสาร การเงินและการบัญชี ส่งผลให้การวางแผนและการตัดสินใจเชิงบริหารมีข้อจำกัด อีกทั้ง โครงสร้างสมาชิกที่เป็นผู้สูงอายุทั้งหมดส่งผลต่อการปรับตัวด้านเทคโนโลยี การขยายตลาด และความต่อเนื่องของการดำเนินงาน (Tidichumrernporn and Pongklang, 2022) ดังนั้นการพัฒนาระบบบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทและศักยภาพของกลุ่มผู้สูงอายุจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเอง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชนอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนควรพิจารณาบริบททางสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันควบคู่กัน เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขันและเสริมสร้างความมั่นคงของกลุ่มในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มุ่งสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” (Supsin *et al.*, 2025)

จากประเด็นปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาแนวทางการจัดการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อวิเคราะห์ลักษณะ ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงาน โดยคำนึงถึงข้อจำกัดของสมาชิกที่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งส่งผลต่อศักยภาพด้านการตลาด การเงินและการบัญชี ทั้งนี้ผลการศึกษจะเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนให้สามารถเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

อุปกรณ์และวิธีการ

ระยะเวลาในการวิจัย

ระยะเวลาในการวิจัย เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน 2567

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารระดับท้องถิ่น จำนวน 5 คนที่ประกอบด้วย นายกเทศมนตรีตำบลแม่คือ ปลัดเทศบาลตำบลแม่คือ หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ กำนันตำบลแม่คือ และผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 ชุมชนแม่คือ และพนักงานเทศบาล จำนวน 2 คน ได้แก่ พนักงานเทศบาลตำบลแม่คือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับงานพัฒนาและจัดเก็บรายได้ และงานพัฒนาชุมชน

กรอบแนวความคิดของการวิจัย

กรอบแนวความคิดการจัดการดำเนินงานเชิงระบบที่ผสานกับทฤษฎีทรัพยากรเป็นฐาน และแนวคิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในฐานองค์กรฐานราก สะท้อนว่าการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพควรมุ่งเสริมสร้างศักยภาพจากทรัพยากรภายในชุมชน ทั้งทุนมนุษย์ ทุนสังคม และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการบูรณาการองค์ประกอบด้านการผลิต การตลาด การจัดการงานบุคคล การสื่อสาร และการเงินและบัญชีให้เชื่อมโยงและเกื้อหนุนกันอย่างเป็นระบบ จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร การพึ่งพาตนเอง และความสามารถในการแข่งขัน อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน (Khecharanant, 2013; Jaroensombut, 2021) การวิจัยครั้งนี้ มีกรอบแนวความคิดของการวิจัย ดังแสดงใน Figure 1

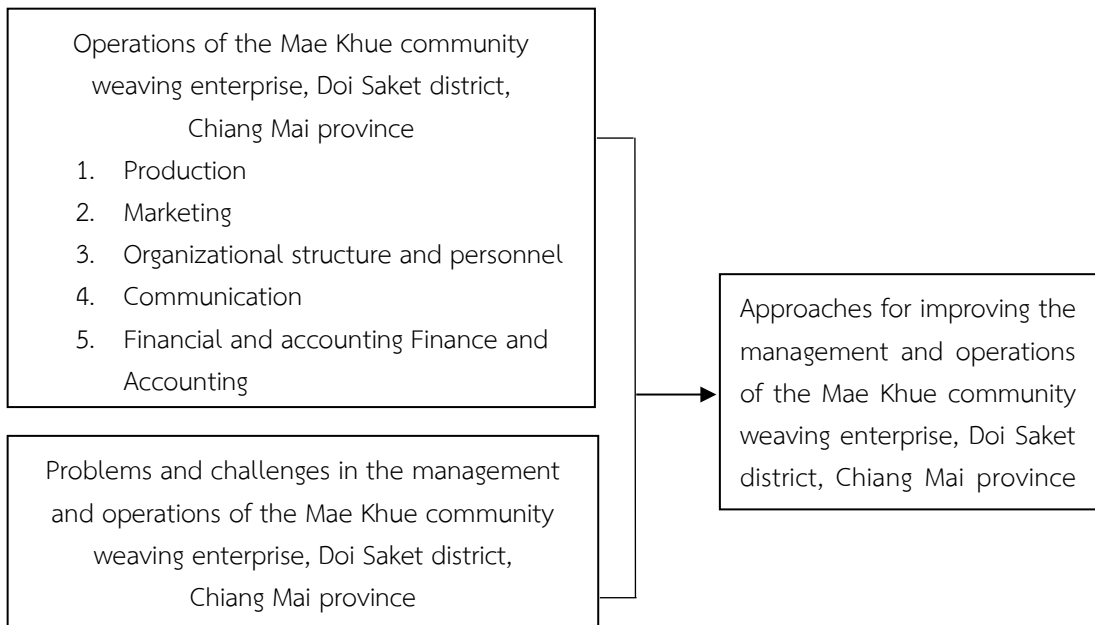


Figure 1. Conceptual framework

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์ สำหรับเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีรายการข้อคำถามเกี่ยวกับบริบทของกลุ่มวิชาชีพชุมชน การดำเนินงาน และศักยภาพของสมาชิกกลุ่มวิชาชีพทอผ้าในการจัดการการดำเนินงาน

เครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด และปลายเปิด ในประเด็นเกี่ยวกับบริบทของกลุ่มวิชาชีพชุมชน ข้อมูลทั่วไป การดำเนินงาน ลำดับความสำคัญของการจัดการ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาหรืออุปสรรคในการจัดการการดำเนินงาน

ผู้วิจัยพัฒนาเครื่องมือวิจัยโดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่านผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) เป็นรายชื่อ ทั้งนี้กำหนดให้ข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.67 จึงยังคงไว้ใช้ในการวิจัย ผลการตรวจสอบพบว่าข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์มีค่า IOC อยู่ในระดับเหมาะสม สะท้อนว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องและสามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method research) ซึ่งประกอบด้วย การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจควบคู่กับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ แหล่งข้อมูลแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิที่รวบรวมผ่านการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการใช้แบบสอบถาม ซึ่งเก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มวิชาชีพทอผ้าชุมชนแม่คือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารระดับท้องถิ่น จำนวน 5 คน ที่ประกอบด้วย นายกเทศมนตรีตำบลแม่คือ ปลัดเทศบาลตำบลแม่คือ หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ กำนันตำบลแม่คือ และผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 ชุมชนแม่คือ และพนักงานเทศบาล จำนวน 2 คน ได้แก่ พนักงานเทศบาลตำบลแม่คือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัด

เชียงใหม่ ที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับงานพัฒนาและจัดเก็บรายได้ และงานพัฒนาชุมชน ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากแหล่งข้อมูลทางวิชาการ เช่น ตำรา หนังสือ วารสาร และงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพดำเนินการโดยใช้วิธีสรุปอุปนัย (analytic induction) ควบคู่กับการวิเคราะห์ส่วนประกอบ (componential analysis) โดยเริ่มจากการถอดความข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้น ทำการอ่านข้อมูลซ้ำหลายครั้งเพื่อทำความเข้าใจภาพรวม ก่อนดำเนินการจัดหมวดหมู่ข้อมูลและระบุประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์หาค้นพบที่สะท้อนสภาพการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และศักยภาพของกลุ่มวิชาชีพชุมชนอย่างรอบด้าน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยคำนวณค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยจากมาตรวัด Likert scale 5 ระดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลในแต่ละประเด็น ทั้งนี้ข้อมูลเชิงปริมาณถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกับผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพในลักษณะการตรวจสอบและสนับสนุนซึ่งกันและกัน (data triangulation) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยอ้างอิงตามเกณฑ์ ดังนี้ (Srisa-ard, 2017)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00

หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20

หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40

หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60

หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80

หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

การรายงานผลการศึกษา แบ่งออกเป็น
3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การจัดการดำเนินงานของ กลุ่มวิสาหกิจทอผ้า ชุมชนแม่คือ อำเภอตอยสะแก จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาโดยใช้กระบวนการ
วิเคราะห์ร่วมกับสมาชิกซึ่งเป็นแกนหลักของกลุ่ม
ผ้าชุมชนแม่คือ อำเภอตอยสะแก จังหวัดเชียงใหม่
และนำผลการวิเคราะห์ไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อปรับ
ให้สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพของผู้ใช้ข้อมูล
พบว่า ภายใต้บริบทที่สมาชิกส่วนใหญ่อยู่ในวัย
ผู้สูงอายุ และยังขาดการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่
อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นข้อจำกัดต่อการนำแนวทาง
พัฒนาไปใช้จริงและความยั่งยืนในระยะยาว อย่างไรก็ตาม
บริบทดังกล่าวยังสะท้อนศักยภาพทางสังคม
ของกลุ่ม หากพัฒนารูปแบบการดำเนินงานให้
สอดคล้องกับข้อจำกัดด้านอายุ ควบคู่กับการเสริม
ขีดความสามารถของผู้สูงอายุ การสร้างความร่วมมือ
กับคนรุ่นใหม่ในชุมชน และการพึ่งพาหน่วยงาน
สนับสนุน จะช่วยยกระดับศักยภาพกลุ่ม ลดภาระ
งานในการบริหารจัดการ และส่งผลเชิงบวกต่อความ
เป็นอยู่และความมั่นคงของชุมชนอย่างยั่งยืน โดย
กลุ่มมีการดำเนินงาน 5 ด้านหลัก ดังนี้

1. ด้านการผลิต กลุ่มผลิตตามคำสั่งซื้อ
ของลูกค้า ได้แก่ ผ้าทอแบบผืน ผ้าคลุม และ
ผ้าขาวม้า โดยอาศัยภูมิปัญญาของสมาชิกผู้สูงอายุ
ซึ่งช่วยรักษาเอกลักษณ์และคุณภาพสินค้า แต่ขาด
ระบบถ่ายทอดองค์ความรู้และการบันทึกต้นทุนอย่าง
เป็นระบบ เป็นข้อจำกัดต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใน
อนาคต

2. ด้านการตลาด การจำหน่ายผ่านพ่อค้า
คนกลางและการออกบูธที่ได้รับการสนับสนุนจาก
เทศบาลตำบลแม่คือ สอดคล้องกับข้อจำกัดด้าน
ทักษะเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ แต่การขาดบทบาท
ของคนรุ่นใหม่ด้านการตลาดออนไลน์ ส่งผลต่อ
โอกาสในการเพิ่มรายได้ของชุมชน

3. ด้านโครงสร้างและบุคลากรโครงสร้าง
การบริหารที่ประกอบด้วยประธานและற்றுญิก
เอื้อต่อการตัดสินใจ แต่ การพึ่งพาสมาชิกวัยสูงอายุ
เป็นหลัก ทำให้ภาระงานกระจุกตัวและขาดมุมมองที่
หลากหลาย และขาดกลไกบูรณาการคนต่างช่วงวัย
เข้ามามีส่วนร่วม

4. ด้านการสื่อสาร การใช้รูปแบบแบบ
ดั้งเดิม เช่น การพูดคุยโดยตรงหรือโทรศัพท์ ซึ่ง
สอดคล้องกับบริบทของสมาชิกที่เป็นผู้สูงอายุ แต่
จำกัดการเข้าถึงข้อมูลและการเรียนรู้รูปแบบใหม่
ส่งผลต่อการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงภายนอก

5. ด้านการเงินและบัญชี การขาด
ระบบบัญชีที่เป็นระบบและโปร่งใส โดยพึ่งพา
ประสบการณ์ของสมาชิกเดิมเป็นหลัก ซึ่งสะท้อน
ข้อจำกัดด้านทักษะทางการเงินและบัญชีของสมาชิก
วัยสูงอายุ แม้จะได้รับการสนับสนุนจากที่ปรึกษา
และเทศบาลตำบลแม่คือ แต่ขาดรูปแบบการเรียนรู้
และระบบการเงินที่สอดคล้องกับข้อจำกัดด้านอายุ
ส่งผลให้ไม่สามารถเสริมขีดความสามารถในการ
บริหารได้อย่างเต็มศักยภาพ

ส่วนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการ ดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มวิสาหกิจทอผ้า ชุมชนแม่คือ อำเภอตอยสะแก จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาและ
อุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่ม
วิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ อำเภอตอยสะแก
จังหวัดเชียงใหม่ มีดัง Table 1

Table 1. Levels of problems and obstacles in the operation of the Mae Khue community weaving enterprise group, Doi Saket district, Chiang Mai province

Problems and obstacles in operations	Mean	S.D.	Result
Production			
Participation in sourcing quality raw materials	4.33	0.89	Highest
Participation in sourcing production materials and equipment	3.33	0.78	Moderate
Ability to apply local wisdom in production	1.17	0.39	Lowest
Receiving support for production capacity development from other organizations	3.92	0.90	High
Participation in production planning	3.25	0.75	Moderate
Participation in product manufacturing	1.33	0.65	Lowest
Average	2.89	0.73	Moderate
Marketing			
Participation in planning distribution channels	4.17	0.83	High
Participation in building relationships with other organizations to expand the market	4.33	0.78	Highest
Participation in expanding distribution channels	4.42	0.99	Highest
Receiving support for competitive capacity development from other organizations	4.08	0.67	High
Average	4.25	0.82	Highest
Structure and Personnel			
Participation in defining personnel structure	3.75	0.75	High
Participation in defining roles and responsibilities of group committees	3.92	0.90	High
Participation in evaluating the performance of group committees	4.08	0.67	High
Average	3.92	0.77	High
Communication			
Participation in planning public relations strategies	4.08	0.79	High
Participation in disseminating information	3.83	0.94	High
Utilizing technology for public relations purposes	4.17	0.83	High

Increasing communication channels with consumers	4.33	0.89	Highest
Receiving support for competitive capacity development from other organizations	3.92	0.90	High
Average	4.07	0.87	High
Finance and Accounting Aspect			
Participation in budgeting and planning	4.00	0.85	High
Participation in financial and accounting matters	4.08	0.79	High
Participation in considering profit-sharing among members	3.83	0.72	High
Participation in monitoring and controlling group operations	3.92	0.67	High
Average	3.96	0.76	High
Overall average	3.82	0.79	High

จาก Table 1 พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชน กลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ อำเภอตอຍสะแกต จังหวัดเชียงใหม่ มีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า มีปัญหาในระดับมากที่สุดในด้านการตลาด มีปัญหามากในด้านการสื่อสาร ด้านโครงสร้างและบุคลากร และด้านการเงินการบัญชี มีปัญหาในระดับปานกลางในด้านการผลิตตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละด้านพบว่า กลุ่มเผชิญปัญหาและอุปสรรคในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการตลาด มีปัญหาในเรื่องของการมีส่วนร่วมในการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น เพื่อขยายตลาด รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย และการได้รับการส่งเสริมด้านการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันจากหน่วยงานอื่น

2. ด้านการสื่อสาร มีปัญหาในเรื่องของการขาดช่องทางการสื่อสารกับผู้บริโภคในระดับที่เพียงพอ รองลงมาคือ การนำเทคโนโลยีมาใช้

เพื่อการประชาสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมในการวางแผนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

3. ด้านโครงสร้างและบุคลากร มีปัญหาในเรื่องของ การมีส่วนร่วมในการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการกลุ่ม รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดบทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการกลุ่ม และการมีส่วนร่วมในการกำหนดโครงสร้างบุคลากร

4. ด้านการเงินและการบัญชี มีปัญหาในเรื่องของ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการเงินและการบัญชี รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดทำงบประมาณ และการมีส่วนร่วมในการควบคุมตรวจสอบการดำเนินงานของกลุ่ม

5. ด้านการผลิต มีปัญหาในเรื่องของ การมีส่วนร่วมในการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ รองลงมาคือ การไม่ได้รับการส่งเสริมด้านการพัฒนาศักยภาพการผลิตจากหน่วยงานอื่น และการมีส่วนร่วมในการจัดหาวัสดุ อุปกรณ์การผลิต รวมถึงการวางแผนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า

ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมในการจัดการดำเนินงานของวิสาหกิจ

ชุมชนกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ อำเภอตอสะแก จังหวัดเชียงใหม่

แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ ได้มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มและผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องควบคู่กับการพิจารณาผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำข้อมูลที่ได้มาเสนอแนวทางที่มุ่งแก้ไขปัญหาลดข้อจำกัด และเสริมศักยภาพของกลุ่มใน 5 ด้านหลัก ดังนี้

1. ด้านการผลิต ควรมุ่งพัฒนาศักยภาพการผลิตที่สอดคล้องกับศักยภาพของสมาชิกผู้สูงอายุ โดยส่งเสริมทักษะการจัดซื้อวัตถุดิบ การเจรจาต่อรองราคาเพื่อลดต้นทุน ควบคู่กับถ่ายทอดและต่อยอดภูมิปัญญาการทอผ้า ผ่านการอบรมเทคนิคการผลิตและการวางแผนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาคุณภาพและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

2. ด้านการตลาด ควรเน้นการเสริมขีดความสามารถในการขยายตลาด การเข้าถึงลูกค้าใหม่ โดยพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอแม่คือเพื่อเพิ่มมูลค่า พร้อมทั้งขยายช่องทางการจำหน่าย โดยเฉพาะการใช้ช่องทางออนไลน์ผ่านความร่วมมือกับคนรุ่นใหม่หรือเครือข่ายภายนอก เพื่อลดข้อจำกัดด้านทักษะเทคโนโลยีของสมาชิกผู้สูงอายุ

3. ด้านโครงสร้างและบุคลากรควรพัฒนาทักษะของสมาชิกอย่างรอบด้าน ทั้งด้านการผลิต การตลาด และการจัดการ ควบคู่กับการกำหนดโครงสร้างองค์กรและบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน เพื่อลดภาระงานที่กระจุกตัว และส่งเสริมการทำงานเป็นทีม รวมถึงสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของคนต่างช่วงวัยในชุมชน

4. ด้านการสื่อสาร ควรพัฒนาระบบการสื่อสารภายในกลุ่มให้เหมาะสมกับบริบทของผู้สูงอายุ เช่น การจัดประชุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการ

ตัดสินใจ พร้อมทั้งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกหรือคนรุ่นใหม่ เพื่อเพิ่มการรับรู้ของตลาด

5. ด้านการเงินการบัญชี ควรมุ่งพัฒนาระบบการเงินและบัญชีที่เรียบง่าย โปร่งใส และสอดคล้องกับข้อจำกัดด้านอายุของสมาชิก โดยส่งเสริมการบันทึกบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างเป็นระบบ การวางแผนงบประมาณ และการมีเงินสำรองสำหรับกรณีฉุกเฉิน ผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เพื่อเสริมขีดความสามารถในการบริหารและความมั่นคงทางการเงินของกลุ่ม

หากกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือสามารถดำเนินการพัฒนาในประเด็นดังกล่าวได้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง จะช่วยลดข้อจำกัดในการดำเนินงาน เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่มเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตและความยั่งยืนของชุมชนในระยะยาว

อภิปรายผล

1. ด้านการจัดการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ อำเภอตอสะแก จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการรวมตัวของผู้สูงอายุที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tumlangka (2013) และ Suvannin (2020) ที่เน้นการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อความยั่งยืน และ Boonmee *et al.* (2014) ที่ระบุว่า ระบบการผลิตของกลุ่มอยู่บนฐานภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของชุมชน อย่างไรก็ตามบริบทด้านอายุของสมาชิกส่งผลให้กลุ่มยังขาดการจัดทำโครงสร้างต้นทุนและบันทึกข้อมูลต้นทุนอย่างเป็นระบบ เนื่องจากข้อจำกัดด้านทักษะการคำนวณและการจัดการข้อมูลทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Inthapantee *et al.* (2023) รวมถึง Nilwan *et al.* (2012) ที่ระบุว่า การขาดระบบการคำนวณต้นทุนที่ชัดเจนส่งผลต่อการบริหารธุรกิจชุมชน ในด้านโครงสร้างการบริหาร กลุ่มมีรูปแบบ

การบริหารที่เรียบง่าย ประกอบด้วยประธานและ
 เภรัญญิก ซึ่งเอื้อต่อการตัดสินใจที่รวดเร็วและ
 เหมาะสมกับบริบทของกลุ่มผู้สูงอายุ แต่ใน
 ขณะเดียวกัน การพึ่งพาสมาชิกกลุ่มเดิมเป็นหลักทำให้ขาดความหลากหลายของบทบาทหน้าที่และ
 มุมมองในการบริหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ
 Nilwan *et al.* (2012) ที่ชี้ว่าการขาดการแบ่งหน้าที่
 อย่างชัดเจนเป็นข้อจำกัดต่อการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม กลุ่มยังคงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกใน
 ระดับที่เหมาะสมกับศักยภาพและบริบทของวัย ซึ่ง
 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Noicham *et al.* (2018)
 ที่พบว่าการมีส่วนร่วมช่วยให้การดำเนินงานของกลุ่ม
 มีความต่อเนื่อง แม้จะอยู่ภายใต้ข้อจำกัดด้าน
 ทรัพยากรบุคคล

ด้านการสื่อสาร กลุ่มยังใช้วิธีการสื่อสาร
 แบบดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของสมาชิก
 ผู้สูงอายุ แต่ส่งผลให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและ
 การสื่อสารมีข้อจำกัด ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับ
 งานวิจัยของ Boonyoo (2019) ที่ระบุว่าความขาด
 ความเข้าใจด้านการสื่อสารกับผู้บริโภคเป็นปัญหา
 สำคัญของวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งยังสอดคล้องกับ
 งานวิจัยของ Kuekkong *et al.* (2018) ที่ชี้ว่า
 ความตั้งใจ ความรู้ และความสามารถของสมาชิก
 เป็นปัจจัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร
 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาการสื่อสารของกลุ่ม
 ควรคำนึงถึงข้อจำกัดด้านวัยและรูปแบบการเรียนรู้
 ที่เหมาะสม

ด้านการเงินและบัญชี กลุ่มขาดการ
 จัดทำเอกสารรับจ่ายเงินและการรายงานทางการเงิน
 ที่เป็นระบบ ส่งผลให้การบริหารรายได้และค่าใช้จ่าย
 ขาดความชัดเจน ปัญหาดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับ
 ข้อจำกัดด้านทักษะทางการเงินและบัญชีของ
 สมาชิกผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ
 Jongcharnsittho (2015) และ Aiangoon *et al.*
 (2022) ที่ระบุว่าข้อจำกัดด้านการจัดการทางการเงิน
 เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อย่างไรก็ตาม
 กลุ่มได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากเทศบาล

ตำบลแม่คือผ่านการเสนอโครงการ ซึ่งช่วยบรรเทา
 ข้อจำกัดดังกล่าวในระดับหนึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัย
 ของ Arpornpisal *et al.* (2019) และ Sangayotin
 (2017) ที่ชี้ว่าเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐเป็นปัจจัย
 สำคัญต่อความอยู่รอดของวิสาหกิจชุมชน รวมถึง
 งานวิจัยของ Worrachat (2018) ที่พบว่าการบริหาร
 ของวิสาหกิจชุมชนภายใต้ต้นนโยบายรัฐช่วยเอื้อ
 ประโยชน์ด้านแหล่งเงินทุนและความมั่นคงใน
 การดำเนินงาน

2. ด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

กลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือประสบ
 ปัญหาในการดำเนินงานหลายด้าน ได้แก่ ด้านการ
 ผลิต การตลาด การสื่อสาร การเงินและการบัญชี
 รวมถึงโครงสร้างการบริหารงาน โดยปัญหาดังกล่าว
 มีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับบริบทของกลุ่มที่
 สมาชิกส่วนใหญ่อยู่ในวัยผู้สูงอายุ ซึ่งส่งผลต่อ
 ศักยภาพในการบริหารจัดการและการปรับตัวต่อการ
 เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะด้านการผลิตที่สมาชิกไม่
 สามารถจัดหาวัตถุดิบได้ด้วยตนเอง จึงต้องพึ่งพาผู้
 จัดหาวัตถุดิบภายนอกเพียงรายเดียว ทำให้ขาด
 อำนาจต่อรอง การควบคุมต้นทุน และความยืดหยุ่น
 ในการผลิต ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัย
 ของ Mukda (2014) ที่พบว่ากลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน
 ประสบปัญหาด้านการบริหารจัดการวัตถุดิบ
 เนื่องจากไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบได้ด้วยตนเอง
 นอกจากนี้ บริบทด้านอายุยังส่งผลให้กลุ่มเผชิญ
 ความท้าทายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เนื่องจาก
 ข้อจำกัดด้านแรงงาน ทักษะ และการเรียนรู้รูปแบบ
 ใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nakruang *et al.*
 (2017) ที่ชี้ว่าการสร้างเอกลักษณ์และคุณค่า
 ของผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมและ
 การพัฒนาศักยภาพของสมาชิกอย่างต่อเนื่อง
 ตลอดจนสอดคล้องกับงานวิจัยของ Panya (2023)
 ที่ระบุว่าขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิกเป็นปัจจัย
 สำคัญที่กระทบต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ในด้านการตลาด กลุ่มประสบปัญหาการ
 เข้าถึงตลาดและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เนื่องจาก

ขาดการวางแผนการอย่างเป็นระบบ และต้องพึ่งพาที่ปรึกษาภายนอกเป็นหลัก ส่งผลให้สมาชิกไม่สามารถพัฒนาทักษะในการหาลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์กับตลาดได้ด้วยตนเอง ปัญหานี้สะท้อนข้อจำกัดด้านทักษะและประสบการณ์ของสมาชิกผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mukda (2014) ที่ระบุว่าการบริหารจัดการด้านการตลาดเป็นปัญหาสำคัญของวิสาหกิจชุมชน ขณะเดียวกันผลการวิจัยนี้แตกต่างจากงานของ Kumklong *et al.* (2023) ที่พบว่า วิสาหกิจชุมชนปลาร้าหลนมีความพร้อมในการปรับตัวและพัฒนาช่องทางการจำหน่ายให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างด้านบริบทและศักยภาพของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านโครงสร้างและบุคลากร กลุ่มยังขาดความชัดเจนในการกำหนดโครงสร้างการบริหารและบทบาทหน้าที่ของสมาชิก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการพึ่งพาสมาชิกกลุ่มเดิมที่อยู่ในวัยสูงอายุ ทำให้การกระจายภาระงานและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีข้อจำกัด ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nilwan *et al.* (2012) และ Mukda (2014) ที่ชี้ว่าการขาดโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจนเป็นอุปสรรคต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ด้านการสื่อสาร กลุ่มยังเผชิญข้อจำกัดในการประชาสัมพันธ์และการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยยังใช้รูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของสมาชิกผู้สูงอายุ แต่ส่งผลให้การเข้าถึงผู้บริโภคและการขยายตลาดเป็นไปอย่างจำกัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kuekkong *et al.* (2018) ที่ระบุว่าความรู้ความสามารถและความตั้งใจของสมาชิกมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารและการพัฒนากลุ่ม

ด้านการเงินและบัญชี กลุ่มประสบปัญหาการบริหารจัดการทางการเงินอย่างชัดเจน เนื่องจากระบบการจัดทำบัญชีและการวางแผนงบประมาณที่เหมาะสม ปัญหาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ

Aiangoon *et al.* (2022) ที่พบว่า วิสาหกิจชุมชนจำนวนมากประสบอุปสรรคด้านการจัดทำบัญชี ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโดยรวม

3. แนวทางพัฒนาการจัดการดำเนินงาน

การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือควรดำเนินการโดยคำนึงถึงข้อจำกัดเชิงบริบทของกลุ่มที่สมาชิกส่วนใหญ่อยู่ในวัยผู้สูงอายุ ซึ่งส่งผลต่อศักยภาพด้านแรงงาน การเรียนรู้ และการปรับใช้เทคโนโลยี โดยด้านการผลิต ควรมุ่งเน้นการรักษาคุณภาพผ้าทอและการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเหมาะสม ผ่านการถ่ายทอดความรู้เชิงปฏิบัติที่สอดคล้องกับศักยภาพของสมาชิก มากกว่าการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตที่ซับซ้อน ทั้งนี้เพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความสม่ำเสมอของคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nakruang *et al.* (2017) ที่เน้นการควบคุมต้นทุนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฐานทรัพยากรและบริบทของชุมชน

ในด้านการตลาด การพัฒนาควรเน้นการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ควบคู่กับการขยายช่องทางการจำหน่ายในลักษณะที่เหมาะสมกับศักยภาพของกลุ่ม เช่น การพึ่งพาเครือข่ายภายนอกหรือที่ปรึกษาในการทำตลาดออนไลน์ มากกว่าการให้สมาชิกผู้สูงอายุเป็นผู้ดำเนินการโดยตรง แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mukda (2014) ที่เสนอให้วิสาหกิจชุมชนใช้เครือข่ายการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangayotin (2017) ที่ชี้ว่าการมีตลาดรองรับที่ชัดเจนช่วยสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง และงานวิจัยของ Boonyoo (2019) ที่เน้นว่าการสื่อสารการตลาดสามารถขยายสินค้าออกสู่ตลาดภายนอกเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน

ด้านการสื่อสาร การพัฒนาควรมุ่งสร้างระบบการสื่อสารภายในที่เข้าใจง่ายและเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ควบคู่กับการใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ผ่านบุคคลหรือหน่วยงานสนับสนุนภายนอก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kuekkong

et al. (2018) ที่สะท้อนการปรับตัวให้สอดคล้องกับข้อจำกัดด้านทักษะดิจิทัลของสมาชิก และช่วยลดภาระในการเรียนรู้เทคโนโลยีที่ซับซ้อน

ในด้านโครงสร้างและบุคลากรการพัฒนาควรเน้นการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกให้สอดคล้องกับศักยภาพตามช่วงวัย โดยไม่เพิ่มภาระงานที่เกินความสามารถของสมาชิกผู้สูงอายุ พร้อมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเครือข่ายหรือคนรุ่นใหม่ในชุมชนเพื่อสนับสนุนงานด้านการบริหารและการประสานงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Inthapantee *et al.* (2023) ที่ระบุว่า การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมภายใน และงานวิจัยของ Mukda (2014) ที่ชี้ว่าการได้รับการสนับสนุนด้านองค์ความรู้จากหน่วยงานภายนอกจะช่วยยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานของกลุ่ม

ด้านการเงินและบัญชี การพัฒนาควรใช้รูปแบบการจัดทำบัญชีที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และสอดคล้องกับความสามารถของสมาชิกผู้สูงอายุ โดยอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการกำกับและติดตามผล แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Noicham *et al.* (2018) ที่เสนอให้วิสาหกิจชุมชนจัดทำบัญชีอย่างง่ายและถูกต้อง รวมถึงงานวิจัยของ Nakruang *et al.* (2017) ที่เน้นการบันทึกบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างสม่ำเสมอ และงานวิจัยของ Inthapantee *et al.* (2023) และ Worrachat (2018) ที่ชี้ว่าการจัดทำระบบเอกสารและการฝึกอบรมด้านบัญชีอย่างเหมาะสมจะช่วยเสริมสร้างเสถียรภาพทางการเงินและพัฒนาระบบบริหารงานของกลุ่มในระยะยาว

สรุป

การวิจัยนี้ศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าชุมชนแม่คือ อำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้สูงอายุที่ใช้ทักษะและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต สะท้อนทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมของชุมชน อย่างไรก็ตาม กลุ่มยังขาดระบบบริหารจัดการที่ชัดเจน โดยเฉพาะด้านการตลาดการเงินและบัญชี ส่งผลให้การดำเนินงานขาดความ

ต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน กลุ่มมีจุดแข็งด้านความสัมพันธ์ภายในและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ แนวทางพัฒนาจึงควรมุ่งยกระดับการบริหารจัดการ การขยายช่องทางตลาด การพัฒนาการสื่อสารภายใน ระบบบัญชีที่โปร่งใส และการถ่ายทอดภูมิปัญญาระหว่างรุ่น เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนในระยะยาว

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยพายัพ

เอกสารอ้างอิง

- Aiangoon, W., A. Prasompol, K. Chaiamkosit, C. Singhad, W. Sombundid, W. Akkasriworn and Y. Pukanan. 2022. Development of community enterprises accounting knowledge in the Laem Ngop district, Trat province. *Vocational Education Innovation and Research Journal* 6(1): 84-93. (in Thai)
- Arpomphisal, C., Y. Vuthimedhi and T. Sangsuwan. 2019. A study of components of factors influencing to effective management of community enterprises in the central region of Thailand. *Journal of Social Academic* 12(1): 195-203. (in Thai)
- Boonmee, T., D. Nilwan, M. Chum-Un, J. Boonmee, R. Soukaew, S. Tharapitakwong and B. Nochai. 2014. Research and development for community enterprises in San Sai Ton Kok Village, Fa-Ham Sub-district, Muang District, Chiang Mai Province. *Journal for Community*

- Development and Life Quality 2(1): 63-72. (in Thai)
- Boonyoo, N. 2019. Marketing communication for community products. Sripatum Chonburi Academic Journal 12(5): 153-162. (in Thai)
- Department of Agricultural Extension. 2021. 77 Local Wisdom Across Thailand. Department of Agricultural Extension, Bangkok. 331 p. (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)
- Jongchamsittho, S. 2015. An appropriate guideline on the accounting performance for the cotton hand weaving household community enterprise group in Sankampang district, Chiang Mai province. RMUTL Journal of Humanities and Social Sciences 3(1): 74-82. (in Thai)
- Khecharanant, N. 2013. Strategic Management. SE-ED Publisher, Bangkok. 392 p. (in Thai)
- Kuekkong, P., T. Boonpan and N. Wansuttha. 2018. Factors related to communication for the transmission of organic rice farming technology. pp.136-141. In: Proceedings of the 5th National Academic Conference. Kamphaeng Phet Rajabhat University, Kamphaeng Phet. (in Thai)
- Kumklong, N., P. Seanbudda and A. Muenjitnoy. 2023. The development of distribution channel: A case study of simmered pickled fish of Nikhom Songkroh's community enterprise, Udon Thani. SSRU Journal of Public Administration 6(1): 180-188. (in Thai)
- Mukda, W. 2014. Guidelines management of product manufacturing group on One Tambon One Product in Tak province. SDU Research Journal 10(1): 187-205. (in Thai)
- Nakruang, D., S. Wattanayuenyong and N. Lekhawichit. 2017. Factors influencing the business performance of Yala community enterprises. Srinakharinwirot Research and Development (Journal of Humanities and Social Sciences 9(17): 69-77. (in Thai)
- Nilwan, D., T. Boonmee, S. Tarapitakwong, S. Auansa-ard, P. Suwunna-ard and T. Boonmaprasert. 2012. The knowledge management to develop community business of Ban Dok Daeng sewing group, Doi Saket district, Chiang Mai province. Rajabhat Chiang Mai Research Journal 13(1): 25-39. (in Thai)
- Noicham, S., V. Tarasansombat and S. Sangjindavong. 2018. Management of community enterprises, Ampawa district, Samutsongkhram province. Kasem Bundit Journal 19 (March: Special edition): 130-139. (in Thai)

- Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC). 2020. Implementation of National Strategy. NESDC, Bangkok. 338 p. (in Thai)
- Office of Trade Policy and Strategy. 2023. Development of community enterprise potential to enhance the grassroots economy. Office of Trade Policy and Strategy, Bangkok. 42 p. (in Thai)
- Panya, R. 2023. Development of a transparent operational management for a product processing group of a community enterprise in Pa Pae subdistrict, Mae Tang district, Chiang Mai province. Payap University Journal 33(1): 35-51. (in Thai)
- Phuworakij, P., S. Duanguppama and K. Donsophon. 2024. Management products under the local wisdom of community enterprises groups, Mueang Kalasin District, Kalasin Province. Journal for Community Development and Life Quality 12(2): 117-127. (in Thai)
- Sangayotin, T. 2017. Success factors of community enterprise operations. Journal of Graduate School of Commerce-Burapha Review 12(2): 11-26. (in Thai)
- Srisa-ard, B. 2017. Introduction to Research. Suweeriyasan, Bangkok. 219 p. (in Thai)
- Jaroensombut, L. 2021. Applying the circular economy concept to community enterprises. Journal of Social Sciences Srinakharinwirot University 24(1): 145-155. (in Thai)
- Supsin, J., W. Suktam, S. Lapchit, S. Nanua and S. Sukantararat. 2025. Developing the potential of community enterprise groups to enhance economic opportunities in supporting an aging society in the border area of Surin province. International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews 5(2): 849-866.
- Suvannin, W. 2020. The value-added approach of local wisdom products for sustainability: A case study of community model in Nong Khai province. BU Academic Review 19(1): 109-127. (in Thai)
- Tidtichumremporn, T. and P. Pongklang. 2022. Cost management for developing the potential of weaving group community enterprise, Mae Kue, Doisaket district and Ton Poaw, Sankamphang district Chiang Mai province. Journal of Graduate Studies Review MCU Phrae Campus 8(2): 260-272. (in Thai)
- Tumlangka, S. 2013. Local wisdom – based model to build up community strength in Chiang Rai province. Journal of Education Naresuan University 15(2): 58-66. (in Thai)
- Worrachat, P. 2018. Factors influencing the strength of community enterprises management in Surin province. Journal of Politics, Administration. and Law 10(2): 285-310. (in Thai)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอเสื่อก ตำบลศรีวิไล
อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

Development of Local Wisdom-based Products: Reed Mat Weaving in
the Si Wilai Subdistrict, Selaphum District, Roi Et Province

สิริวิชัย เรย์เนอร์¹ อุณนดาทร มุลเพ็ญ^{2*} เกษศิริรินทร์ ภัยญาคอง³ และ สุนันวดี พละศักดิ์⁴
Sirawit Rayner¹, Unnadathorn Moonpen^{2}, Kessirin Pinyakong³
and Sunanvadee Palasak⁴*

¹สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด 45120

¹Department of Digital Marketing, Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University,
Roi Et 45120, Thailand

²สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด 45120

²Department of Digital Business Computer, Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat
University, Roi Et 45120, Thailand

³สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด 45120

³Department of Digital Marketing, Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University,
Roi Et 45120, Thailand

⁴สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด 45120

⁴Department of Management, Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University, Roi
Et 45120, Thailand

*Corresponding author: E-mail: nada_moon2523@hotmail.com

(Received: October 9, 2025; Revised: December 12, 2025; Accepted: March 6, 2026)

Abstract: This research aims to explore management potential, develop prototype products and the marketing mix, and analyze the relationship and impact of the marketing mix on management success. A mixed-methods approach was used, combining qualitative methods including interviews, focus group discussions, product trials, and data synthesis with quantitative methods involving questionnaires administered to a sample of 400 respondents. The statistical methods used in this research include data synthesis and interpretation, descriptive statistics, Pearson simple correlation coefficient analysis, and normal multiple regression analysis. The findings revealed that the community reed mat product group developed a prototype using the business model canvas (BMC) and marketing plan for the "SILAI Brand." The marketing mix was found to have a relationship with, and impact on, the group's management success.

Keywords: Product development, local wisdom, reed mat weaving, marketing mix, management success

บทคัดย่อ: งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาศักยภาพการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและส่วนประสมทางการตลาด วิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของส่วนประสมทางการตลาดต่อความสำเร็จทางการจัดการ เป็นการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ งานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การทดลอง การสังเคราะห์ข้อมูล และงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การสังเคราะห์และตีความจากข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่าง

ง่ายของเพียร์สัน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนทอเสื่อกกได้พัฒนาต้นแบบ โดยใช้แผนธุรกิจ BMC จัดทำแผนการตลาด “คิลัย แบรินด์” ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความสำเร็จทางการจัดการ

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การทอเสื่อกก ส่วนประสมทางการตลาด ความสำเร็จทางการจัดการ

คำนำ

วิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากที่เกิดจากการรวมกลุ่มของคนในชุมชนซึ่งมีความผูกพันและใช้วิถีชีวิตร่วมกันเพื่อดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ทั้งในด้านการผลิต การบริการ หรือกิจกรรมอื่น ๆ โดยมุ่งสร้างรายได้และส่งเสริมการพึ่งพาตนเองของครัวเรือนและชุมชน แนวคิดนี้เน้นการใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยไม่พึ่งพากระบวนการผลิตที่ซับซ้อน และให้ความสำคัญกับตลาดในชุมชนเป็นลำดับแรก การขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ อย่างไรก็ตามแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนดังกล่าวข้างต้นจะไม่มีคุณค่า หากไม่มีการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ในทางปฏิบัติโดยเฉพาะในบริบทของการจัดการชุมชน (Parinyasutinun, 2017) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) รวมถึงยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) ได้ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ด้วยการส่งเสริมการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเหมาะสม ขณะเดียวกัน พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2562 ยังมีบทบาทในการสนับสนุนการจัดการที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระดับชุมชน จากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ต่อการยกระดับเศรษฐกิจชุมชน อันนำไปสู่การเพิ่มรายได้และเศรษฐกิจชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก การเน้นคุณภาพสินค้า และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

(Chienwattanasook *et al.*, 2023) ความสำเร็จทางการจัดการ (Management Success) ในงานวิจัยนี้ทำหน้าที่เป็น ตัววัดผลและกลไกในการขับเคลื่อนการดำเนินการตามกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยอ้างอิงจากหลักการจัดการที่เน้นทั้งผลลัพธ์ทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงิน นอกจากนี้ ความร่วมมือภายในกลุ่ม การแลกเปลี่ยนความรู้ และการใช้เทคโนโลยีร่วมกับภูมิปัญญา ยังช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Drucker, 2007; Kaplan and Norton, 2003; Kotter, 2012) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นแนวทางที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน และส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงในระดับชุมชน (Wongchai *et al.*, 2025) กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนทอเสื่อกกในตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นพื้นที่สำคัญเนื่องจากมีฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอเสื่อกก การเข้าไปพัฒนาช่วยหมายถึงการใช้กลไกที่มีอยู่เดิมในการต่อยอดมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยอาศัยหลักการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์สร้างรายได้ในระดับชุมชน และยกระดับเศรษฐกิจสร้างมูลค่าสูง งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนทอเสื่อกกในตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) พร้อมทั้งทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความสำเร็จทางการจัดการ โดยการพัฒนารวมประสมทางการตลาด (4Ps) มีบทบาทสำคัญในการลดช่องว่างระหว่างความสามารถของวิสาหกิจชุมชนและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ในขณะที่ความสำเร็จทางการจัดการเป็นเครื่องมือในการยกระดับวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

อุปกรณ์และวิธีการ

ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ระยะเวลาในการวิจัย ระหว่างเดือนมิถุนายน 2567 – เดือนกันยายน 2568

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 1 ครั้ง คือ ผู้นำชุมชนจำนวน 11 คน และ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ทอเสื่ออกจำนวน 30 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 41 คน การสนทนากลุ่ม จำนวน 1 ครั้ง คือ นักวิจัย จำนวน 4 คน ผู้นำชุมชน จำนวน 1 คน และสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ทอเสื่ออก จำนวน 35 คน และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 42 คน การทดลอง จำนวน 1 ครั้ง คือ นักวิจัย จำนวน 4 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทอเสื่ออก (กระเป๋) จำนวน 3 คน สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนทอเสื่ออก จำนวน 35 คน และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด รวมทั้งสิ้นจำนวน 44 คน การสังเคราะห์ จำนวน 1 ครั้ง คือ นักวิจัย จำนวน 4 คน ผู้นำชุมชน จำนวน 1 คน และสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนทอเสื่ออกจำนวน 35 คน และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 42 คน การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรตามทะเบียนราษฎรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลศรีวิสัย จำนวน 4,712 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 369 คน โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง มีทั้งหมด 8 ตอน ตอนที่ 1 ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ธุรกิจชุมชน/อาชีพชุมชน ตอนที่ 2 ที่ตั้งกลุ่ม ตอนที่

3 รายการประเมินผลการสำรวจศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 6 ข้อ ตอนที่ 4 แบบประเมินบริบทกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 10 ข้อ ตอนที่ 5 แบบประเมินการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 7 ข้อ ตอนที่ 6 แบบประเมินนวัตกรรมชุมชน จำนวน 7 ข้อ ตอนที่ 7 แบบประเมินปัญหาและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดวิศวกรสังคมจำนวน 8 ข้อ และ ตอนที่ 8 ข้อมูล ชื่อ-สกุล และ เบอร์โทรศัพท์ การวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม จำนวน 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 20 ข้อ ตอนที่ 3 ความสำเร็จทางการจัดการ จำนวน 50 ข้อ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง และแบบสอบถามด้วยการวัดดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน มีค่าความเที่ยงตรง (IOC) มากกว่า 0.50 ถือว่ามีความตรงตามเกณฑ์ที่ Hair *et al.* (2012) กำหนดไว้ การประเมินความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยการทดสอบใช้ (try-out) กับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคที่ระดับ ($\alpha = 0.964$) ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Cronbach *et al.*, 1965)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การสัมภาษณ์เชิงลึกในวันที่ 17 มกราคม 2568 เวลา 08.30 – 16.30 น. การสนทนากลุ่มในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 08.30 – 16.30 น. การทดลอง ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 08.30 – 16.30 น. การสังเคราะห์ผลในวันที่ 17 มีนาคม 2568 เวลา 08.30 – 16.30 น. ณ ศาลาประชาคมบ้านหนองหัวหมู 8 ตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด การเก็บข้อมูลจากประชากรโดยใช้แบบสอบถาม

ด้วยตนเอง ณ ตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 400 ฉบับ ระหว่างวันที่ 1-31 พฤษภาคม 2568

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสังเคราะห์และตีความจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การทดลอง และการสังเคราะห์ผล การวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ผลการศึกษา

1. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เช่น ทำนา เลี้ยงสัตว์ ทำไร่ ทำสวน เป็นต้น ซึ่งสามารถเห็นได้จากครัวเรือนมีการทำนา ซึ่งเป็นอาชีพหลักของชุมชน ครัวเรือนมีการประกอบอาชีพเสริมควบคู่กันไปสภาพพื้นที่ เป็นที่ราบสลับเนินและดินทรายปนแห้งแล้งในฤดูร้อน การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อทำการเกษตร มีการปลูกพืชอื่น ๆ บ้างตามฤดูกาล เช่น อ้อย แตงโม และเลี้ยงโค นอกจากนี้ยังมีแหล่งน้ำธรรมชาติที่สำคัญ คือ ฝายเก็บน้ำ จำนวน 7 แห่งสามารถนำไปใช้ทางการเกษตรและเลี้ยงสัตว์ได้ชุมชนมีศักยภาพในการทอเสื่อก สามารถต่อยอดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนทอเสื่อกจากภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เป็นอย่างดีผลการดำเนินงานสามารถสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกในการเลี้ยงชีพการพึ่งพาตนเองได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังคงขาดนวัตกรรมที่โดดเด่น เพื่อสร้างรายได้ ให้วิสาหกิจชุมชนเกิดความเข้มแข็งและขยายฐานการผลิต การตลาดให้ครอบคลุมความต้องการของตลาดเป้าหมาย

2. การสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

ได้ร่วมกันออกแบบแนวทางการดำเนินธุรกิจผ่านเครื่องมือ Business model canvas (BMC) เพื่อพัฒนากระเป๋า “SILAI BAG” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับแนวคิดการออกแบบที่ทันสมัย ภายใต้แบรนด์ “SILAI BRAND” คุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า (value proposition) ผลิตภัณฑ์กระเป๋า SILAI BAG มีจุดเด่นอยู่ที่การใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น เสื่อกก ในท้องถิ่น ซึ่งสื่อถึงภูมิปัญญาอันยาวนานของชุมชน โดยออกแบบให้มีดีไซน์ร่วมสมัย ใช้งานได้จริง และแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้ใช้ สโลแกน “เส้นใยแห่งภูมิปัญญา สู่คุณค่าแห่งความเป็นเอกลักษณ์” จึงสะท้อนอัตลักษณ์ของแบรนด์ได้อย่างชัดเจน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (customer segment) กลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้หญิงวัยทำงาน อายุระหว่าง 31 ถึง 51 ปีขึ้นไป ซึ่งอาศัยในชนบท มีรายได้ระดับต่ำกว่า 5,000 บาท ชื่นชอบแฟชั่นเรียบง่ายแต่มีรสนิยม ต้องการสินค้าที่มีเอกลักษณ์ และนิยมสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากชุมชน ส่วนกลุ่มลูกค้าส่ง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ร้านค้าปลีก และเครือข่ายร้านค้าชุมชนที่ร่วมจัดแสดงตามงานออกร้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย (channels) ผลิตภัณฑ์ถูกนำเสนอผ่านหลายช่องทาง ทั้งหน้าร้านของกลุ่ม ณ บ้านหนองหัวช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook fan page และงานจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่จัดโดยภาครัฐ รวมถึงห้างสรรพสินค้าในภูมิภาค เช่น ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ร้อยเอ็ด ความสัมพันธ์กับลูกค้า (customer relationship) กลุ่มให้ความสำคัญกับการสื่อสารภาพลักษณ์แบรนด์ โดยใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ในการบอกเล่าเรื่องราวของสินค้าผ่านคอนเทนต์รูปภาพ วิดีโอ และบทความเพื่อสร้างความผูกพันและความเชื่อมั่นจากผู้บริโภค แหล่งรายได้ (revenue streams) รายได้หลักมาจากการจำหน่ายกระเป๋า SILAI BAG ซึ่งมีมูลค่ารวมประมาณ 165,000 บาทต่อปี โดยเน้นการขายปลีกและขายส่งควบคู่กันไป ทรัพยากรหลัก (key resources) กลุ่มมีแรงงานฝีมือจำนวน 35 คน มีเครื่องจักรเย็บผ้า

อุตสาหกรรม 3 เครื่อง และมีโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา และอาคารเอนกประสงค์ที่ใช้เป็น ศูนย์กลางการผลิตและจัดจำหน่าย กิจกรรมหลักของ ธุรกิจ (key activities) ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบจาก ภาครัฐหรือขายในพื้นที่ (ต้นน้ำ) การออกแบบและผลิต กระเป๋าด้วยกระบวนการแปรรูปที่ทันสมัย (กลางน้ำ) จนถึงการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าไปยังลูกค้า (ปลายน้ำ) ล้วนเป็นกิจกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนแบ ร์นได้อย่างต่อเนื่อง เครือข่ายพันธมิตร (key partners) กลุ่มดำเนินงานร่วมกับหลากหลายหน่วยงาน เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน และเครือข่ายผู้ประกอบการ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ ความรู้ การตลาด และช่องทางการจำหน่าย โครงสร้าง ต้นทุน (cost structure) ต้นทุนการผลิตต่อใบเฉลี่ย 279 บาท ราคาขาย 550 บาทต่อใบ ทำให้ได้กำไรต่อ ชิ้นประมาณ 271 บาท ซึ่งสามารถช่วยให้กลุ่มมีรายได้ หมุนเวียนและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน



1. Advertising for sales promotion



2. Advertising focused on price and branding

Figure 1. Product

4. จากการสังเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนได้พัฒนาคู่มือแผนการตลาด ของ “ศิลัย แบรด์” โดยมุ่งเน้นการนำภูมิปัญญา ท้องถิ่นมาเพิ่มมูลค่าให้กับกระเป๋าเสือกก ภายใต้ แนวคิดที่เชื่อมโยงรากเหง้าทางวัฒนธรรมกับความ ต้องการของผู้บริโภคร่วมสมัย โดยมีการกำหนด กลยุทธ์ด้านการตลาดอย่างครอบคลุมและมีระบบ ในด้านการวางแผนตลาด กลุ่มเป้าหมายหลักถูก กำหนดไว้อย่างชัดเจนว่าอยู่ในช่วงอายุ 31 ถึง 51 ปี ขึ้นไป ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตอนุรักษ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ซึ่งให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม ศิลปะ มีแนวโน้มสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากชุมชน

โดยมุ่งเจาะตลาดในชนบทก่อนแล้วค่อยเข้าสู่ชาน เมืองและเมืองตามลำดับ “ศิลัย แบรด์” วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นกระเป๋าแฮนด์เมดที่มี เอกลักษณ์โดดเด่นด้วยลวดลายที่สวยงามและ ดีไซน์ร่วมสมัย ทั้งยังมีการจัดจำหน่ายแบบ Omnichannel ผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และ ออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย มากขึ้น แม้จะอยู่ในช่วงเริ่ม ต้นของธุรกิจ แต่เมื่อพิจารณาจากภาพรวมของอุตสาหกรรม หัตถกรรมจากเสือกก พบว่า อยู่ในช่วงเติบโตอย่าง ต่อเนื่องในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มได้ออกแบบกระเป๋า ที่ใช้วัสดุธรรมชาติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เน้นความ

3. การทดลองการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋า จากภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอเสือกกการคำนวณต้นทุน จากแผนและการทดลองมีความเหมือนกัน แต่กำไร ส่วนบวกเพิ่มแตกต่างกัน ดังนี้ ต้นทุนผลิต 239 บาท ค่าแรง (ต่อ 1 ใบ) 15 บาท ค่าสาธารณูปโภค (ต่อ 1 ใบ) 5 บาท ค่าบริหารจัดการกลุ่ม 10 บาท ค่าใช้จ่าย การตลาด 10 บาท รวมต้นทุนทั้งหมด 279 บาท กำไร ส่วนบวกเพิ่ม (ร้อยละ 49 ของราคาขาย) 271 บาท ราคาขาย 550 บาท ขั้นตอนการผลิตการเป่าเสือกก มี จำนวน 8 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ (1) การเตรียมวัตถุดิบ (ต้นกก) (2) การเตรียมเส้นกกสำหรับทอ (3) การ ออกแบบลวดลาย (4) การสร้างพิมพ์สำหรับ ทอเสือกก (5) การทอหรือสานกก (6) การตัดและ ประกอบชิ้นส่วน (7) การติดตั้งอุปกรณ์เสริม (8) การ ตรวจสอบคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ แสดงผลใน Figure 1

แข็งแรง ทนทาน และดีไซน์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ชื่อ “ศิลัย แบรินด์” มาจากตำบลศรีวิชัย ซึ่งเป็นถิ่นกำเนิดของภูมิปัญญาการทอเสื่อ โดยใช้ลายข้าวหลามตัด ด้าย และเข็ม เป็นสัญลักษณ์ของแบรนด์ บรรจุภัณฑ์เน้นความเรียบง่าย ไม่ท้อหุ้มนเกินความจำเป็น เพื่อช่วยลดขยะ และยังระบุข้อมูลสำคัญไว้อย่างครบถ้วน ด้านราคา ใช้วิธีกำหนดราคาจากต้นทุนจริง บวกด้วยกำไรที่เหมาะสม โดยตั้งราคาขายไว้ที่ 550 บาทต่อใบ ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายและยอมรับได้ ช่องทางจัดจำหน่ายครอบคลุมทั้งทางตรงและ

ทางอ้อม โดยมีการขายผ่าน Facebook fan page และหน้าร้านในชุมชน รวมถึงการกระจายสินค้าไปยังร้านค้าชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ พร้อมบริการจัดส่งทั่วประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า สำหรับการส่งเสริมการตลาด กลุ่มใช้การเล่าเรื่องแบรนด์ (brand storytelling) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้และเชื่อมโยงอารมณ์กับผู้บริโภค โดยหวังว่าจะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและขยายฐานลูกค้าในระยะยาว แสดงผลใน Figure 2



1. Front Label



2. Black Label

Figure 2. Label

5. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและความสำเร็จทางการจัดการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัย 51 ปีขึ้นไป มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพเกษตรกร และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาด้านการตลาดและการจัดการเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ผลความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งช่วยเพิ่มการรับรู้และโอกาสทางการขาย เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ด้านผลิตภัณฑ์ได้รับการประเมินสูงจากตลาดที่สวยงามและมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ช่องทางจำหน่ายมีแนวโน้มดี โดยเฉพาะการเปิดรับการขาย

ออนไลน์ ส่วนด้านราคามีความยืดหยุ่นในการชำระเงิน แม้ได้คะแนนรองลงมาแต่ยังอยู่ในเกณฑ์ดีในผลความคิดเห็นต่อความสำเร็จการจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มมีศักยภาพในการบริหารจัดการสูง โดยสนับสนุนคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของสมาชิก ช่วยสร้างรายได้และส่งเสริมการพึ่งพาตนเอง อีกทั้งยังมีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมผ่านกระบวนการผลิตโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนทอเสื่ออก มีความพร้อมในการพัฒนาทั้งด้านการตลาดและการจัดการ ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มและการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน ดังแสดงใน Table 1

Table 1. Results of the opinion analysis on the marketing mix and management success

Marketing Mix	Mean	Std. deviation	Evaluation Results
Product	3.88	0.583	High
Price	3.73	0.482	High
Place	3.81	0.564	High
Promotion	4.00	0.563	High
Overall	3.86	0.372	High
Management Success	Mean	Std. deviation	Evaluation Results
Value of the local product group	3.11	0.624	Fair
Accessibility	3.45	0.564	Fair
Management system	3.74	0.500	High
Facilities	3.05	0.513	Fair
Customer handling capacity	3.15	0.572	Fair
Environment	3.95	0.588	High
Reputation	3.25	0.587	Fair
Manufacturing	3.76	0.542	High
Participation	3.87	0.656	High
Quality of life and economic development	4.05	0.585	High
Overall	3.55	0.358	High

6. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความสำเร็จทางการจัดการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นการท่องเที่ยว ต่าบลศรีวิสัย อำเภอสกลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการจัดการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นการท่องเที่ยว ต่าบลศรีวิสัย อำเภอสกลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (product)

มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการจัดการ (management) ในระดับต่ำ ($r = 0.446$) ด้านราคา (price) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการจัดการ (management) ในระดับต่ำ ($r = 0.458$) ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการจัดการ (management) ในระดับต่ำมาก ($r = 0.099$) และด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการจัดการ (management) ในระดับต่ำมาก ($r = 0.175$) ดังแสดงใน Table 2

Table 2. Results of the correlation analysis between marketing mix and management success

Variable	Product	Price	Place	Promotion	Management
Product	r 1.000				
Price	r 0.458**	1.00			
Place	r 0.099*	0.27**	1.00		
Promotion	r 0.175**	0.226**	0.562**	1.000	
Management	r 0.446**	0.286**	0.381**	0.507**	1.000

* significant at the 0.05 level, ** significant at the 0.01 level

7. ผลการทดสอบผลกระทบของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความสำเร็จทางการจัดการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอเสื่อกก ตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลกระทบต่อความสำเร็จทางการจัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่า $R = 0.636$ มีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 40 โดยพิจารณาจากค่า $R^2 = 0.404$ และมีความคลาดเคลื่อน $SE = 0.227$ ส่วนประสมทางการตลาดมีผลกระทบต่อความสำเร็จทางการจัดการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอเสื่อกก ตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด มากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ($\beta = 0.387$) รองลงมาคือ การส่งเสริมการตลาด (promotion) ค่าสัมประสิทธิ์

การถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ($\beta = 0.319$) สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ($\beta = 0.113$) เมื่อพิจารณาทั้ง 3 ด้านพบว่า ผลกระทบของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความสำเร็จทางการจัดการ ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอเสื่อกก ตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (product) การส่งเสริมการตลาด (promotion) และ สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคาดว่าจะมีผลต่อความสำเร็จทางการจัดการ เพิ่มขึ้น 0.260, 0.203 และ 0.072 ตามลำดับ ส่วนด้านราคา (price) ไม่มีผลกระทบต่อความสำเร็จทางการจัดการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอเสื่อกก ตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ดังแสดงใน Table 3

Table 3. Results of the analysis of the effect of the marketing mix on managerial success

Variable	Regression Coefficient		t	P	Tolerance	VIF
	B	β				
Marketing mix						
Product	0.260	0.387	8.799**	0.000**	0.780	1.282
Price	0.051	0.068	1.514	0.131	0.741	1.349
Place	0.072	0.113	2.317*	0.021*	0.635	1.574
Promotion	0.203	0.319	6.575**	0.000**	0.642	1.558

Variable	Regression Coefficient B β	t	P	Tolerance	VIF
Constant = 1.261 R = 0.636 R ² = 0.404 Adj R ² = 0.398 df1 = 4					
df2 = 395 SE = 0.227 F _{1, 4395} = 66.927 Durbin-Watson = 1.622					

* significant at the 0.05 level, ** significant at the 0.01 level

อภิปรายผล

1. การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนทอเสื่อกกตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งได้รับคะแนนสูงสุด สะท้อนถึงความสำคัญของกิจกรรมส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์การขายในการเพิ่มการรับรู้และกระตุ้นการซื้อ (Puangpejara, 2018) แม้ผลิตภัณฑ์จะน่าเชื่อถือ แต่ยังมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ ความรู้เทคโนโลยี และระบบการส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับ Sangpud *et al.* (2024) ที่เสนอให้เน้นความแตกต่างและเรื่องราวของสินค้าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การใช้หลายช่องทางโดยเฉพาะออนไลน์ มีบทบาทสำคัญในการขยายตลาด (Nuasut *et al.*, 2024) ด้านราคาก็ได้รับการประเมินสูงจากความยืดหยุ่นและความโปร่งใส เช่น การแสดงป้ายราคา และการตั้งราคาตามต้นทุน (Wongchai *et al.*, 2025) อย่างไรก็ตามคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น ประวัติศาสตร์หรือศาสนายังอยู่ในระดับต่ำ แสดงถึงโอกาสในการเพิ่มเสน่ห์ของสินค้า ด้วยการเสริมเรื่องราวและความเชื่อท้องถิ่น

2. การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางการจัดการของผลิตภัณฑ์ชุมชนทอเสื่อกกตำบลศรีวิสัย พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก สะท้อนถึงการดำเนินงานที่น่าพอใจ โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งชี้ถึงโครงสร้าง

การจัดการที่เข้มแข็งและยั่งยืน ในมิติคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบรับรู้ถึงความสวยงามและภูมิทัศน์ที่โดดเด่น สอดคล้องกับ Amloy (2024) ที่เสนอว่าการสร้างมูลค่าผ่านอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมส่งผลต่อความยั่งยืน ด้านความสะดวกในการเข้าถึงประเด็น “เส้นทางจากตัวเมืองสะดวก” ได้รับคะแนนสูง สนับสนุนผลของ Tupkrut *et al.* (2020) ว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและป้ายบอกทางช่วยส่งเสริมการเข้าถึงตลาดอย่างมีนัยสำคัญ ในด้านการบริหารจัดการและการมีส่วนร่วม พบว่า “การรวมตัวของชุมชน” และ “เริ่มมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ร่วมกัน” เป็นจุดแข็งของกลุ่ม สมาชิกมีความสามัคคีรับผิดชอบ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทำให้การบริหารมีประสิทธิภาพ ในมิติสิ่งแวดล้อม ประเด็น “ไม่ทำลาย” และ “อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” ได้รับการประเมินสูง แสดงถึงความใส่ใจระบบนิเวศ และสอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมเพื่อการอนุรักษ์ ซึ่งเป็นฐานของผลตอบแทนทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจ หัวข้อ “เป็นรายได้เสริม” และ “สร้างอาชีพ” สะท้อนบทบาทของกลุ่มในการยกระดับความเป็นอยู่และรายได้ของสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับ Kittinorat and Acherayawatan (2024) ที่ชี้ว่าการสนับสนุนเชิงโครงสร้างและปฏิบัติเป็นปัจจัยพยากรณ์ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะด้านรายได้และคุณภาพชีวิตในระยะยาว

3. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จทางการจัดการของผลิตภัณฑ์

ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านผลิตภัณฑ์ (product) มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ แต่คุณภาพและการออกแบบสินค้ายังคงส่งผลต่อความยั่งยืนและสร้างความแตกต่างของสินค้า สอดคล้องกับ Putta (2023) ที่พบว่าผลิตภัณฑ์แม้มีบทบาทน้อยแต่ยังส่งผลต่อความสามารถแข่งขันใน SMEs ด้านราคา (price) มีความสัมพันธ์ระดับต่ำเช่นกัน แต่ราคาที่โปร่งใสและยุติธรรมช่วยสร้างความเชื่อมั่นจากผู้บริโภค สอดคล้องกับ Fakkhong *et al.* (2024) ที่ระบุว่า "ราคา" มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในกรุงเทพฯ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (place) มีความสัมพันธ์ต่ำมาก แม้จะไม่เด่นชัด แต่การเข้าถึงที่สะดวกผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ยังเป็นโอกาสในการพัฒนา ซึ่งตรงกับ Parnnuch *et al.* (2024) ที่เสนอการใช้ช่องทางออนไลน์ร่วมกับการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) มีความสัมพันธ์ต่ำมากเช่นกัน แต่แสดงถึงศักยภาพการใช้กลยุทธ์เชิงรุก เช่น การจัดกิจกรรมและโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ Chienwattanasook *et al.* (2023) ที่ชี้ว่า Promotion มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

4. การศึกษาผลกระทบของส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ต่อความสำเร็จทางการจัดการผลิตภัณฑ์ทอเสื่อกกตำบลศรีวิสัย พบว่าส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ($P < 0.01, 0.05$) โดยมีค่า $R = 0.636$ และสามารถพยากรณ์ความสำเร็จได้ 40.4% ($R^2 = 0.404$) สอดคล้องกับ Fakkhong *et al.* (2024) ที่ชี้ว่าส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความสำเร็จธุรกิจชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ (product) มีผลกระทบสูงสุด เน้นคุณภาพ การออกแบบ และอัตลักษณ์ที่ชัดเจน สร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า สอดคล้องกับ Putta (2023) ที่ระบุว่าผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบหลักของความได้เปรียบในการแข่งขันใน SME ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)

มีผลกระทบอันดับสอง โดยกลยุทธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Tiktok การเล่าเรื่องแบรนด์ด้วย Digital content และ Affiliate marketing ช่วยสร้างการรับรู้และกระตุ้นการซื้ออย่างมีนัยสำคัญ (Chienwattanasook *et al.*, 2023) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (place) มีผลกระทบน้อยแต่เป็นบวก การใช้กลยุทธ์ Omnichannel ทั้งขายหน้าร้าน งานแสดงสินค้า และแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วยเพิ่มการเข้าถึงลูกค้า (Parnnuch *et al.*, 2024) ด้านราคา (price) ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ อาจเพราะเป็นกลุ่มลูกค้ารายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ที่เน้นคุณค่าและอัตลักษณ์มากกว่าราคา อย่างไรก็ตาม พบข้อสังเกตเรื่องความไม่สอดคล้องของราคาขายที่อาจสร้างความสับสน จำเป็นต้องกำหนดราคาให้เป็นระบบ การวิเคราะห์เชิงคุณภาพผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนและการออกแบบแผนธุรกิจ Business model canvas (BMC) ชี้ว่าความสำเร็จขึ้นอยู่กับแผนแบบองค์รวม การพัฒนาแบรนด์ และเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานการศึกษา ซึ่งสนับสนุนความยั่งยืนของธุรกิจชุมชน นอกจากนี้ Storytelling ยังช่วยเสริมคุณค่าทางอารมณ์ของ “ศิ ลัย แบรินด์” โดยสะท้อนวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น กลยุทธ์ omnichannel ของ “ศิ ลัย แบรินด์” รวมถึงหน้าร้าน งานแสดงสินค้า และโซเชียลมีเดีย สอดคล้องกับแนวทางตลาดยุคดิจิทัล ช่วยสร้างประสบการณ์เชื่อมโยงออนไลน์และออฟไลน์ เพิ่มการเข้าถึงและความผูกพันของลูกค้า ในมิติความยั่งยืนทางสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านการจ้างแรงงานท้องถิ่น 35 คน และการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานต่าง ๆ ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

สรุป

การศึกษาค้นคว้าพบว่า “ศิ ลัย แบรินด์” มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สร้างรายได้ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นทอเสื่อกกผสานแนวคิดธุรกิจร่วมสมัยผ่าน BMC และการตลาด

แบบ Omnichannel ที่เน้นแบรนด์ แชนด์เมด ผลวิจัยเชิงปริมาณยังชี้ว่า ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญ แม้ยังมีข้อปรับปรุงบางด้าน เช่น กลุ่มเป้าหมายและนวัตกรรม แต่การผสมข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม พัฒนาแบรนด์ได้อย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนการทำวิจัย จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด การวิจัยครั้งนี้ได้รับการพิจารณาและอนุมัติการรับรองด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ตามหนังสืออนุมัติเลขที่ [043/2567] ลงวันที่ 9 มิถุนายน 2567 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยยึดหลักความสมัครใจ ความลับ และสิทธิของผู้ให้ข้อมูลอย่างเคร่งครัดตามหลักจริยธรรมสากล

เอกสารอ้างอิง

- Amlay, A. 2024. A study of the value of local handicrafts of the model community for creative local knowledge management of creative district networks along the world heritage corridor of Sukhothai, Si Satchanalai, and Kamphaeng Phet. *Art and Architecture Journal Naresuan University* 15(1): 97-110. (in Thai)
- Chienwattanasook, K., P. Palagawong na Ayutaya, S. Tubtimnak and P. Soonthonrot. 2023. Service marketing mix influencing the purchase decision for a community agricultural product, the Doi Kham brand. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University* 10(2): 184-199. (in Thai)
- Chuenyen, B., U. Ratee, J. Jantaram and C. Polsri. 2023. The model development of environmental packaging designs to create added value of Ban Pa Ao community products, Muang district Ubon Ratchathani province. *Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University* 10(2): 31-48. (in Thai)
- Cronbach, L. J., P. Schönemann and D. McKie. 1965. Alpha coefficients for stratified-parallel test. *Educational and Psychological Measurement* 25(2): 291-312.
- Drucker, P. F. 2007. *The effective executive: The definitive guide to getting the right things done*. Harper Business.
- Fakkhong, S., S. Suwanmaneepong, C. Llonas and H. J. Cavite. 2024. Effects of marketing mix factors on customer's decision to purchase community-made fermented soil: A survey in the Eastern Peri-Urban area of Bangkok, Thailand. *GMSARN International Journal* 18(1): 37-43.
- Hair, J. F., M. Sarstedt, C. M. Ringle and J. A. Mena. 2012. An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the academy of marketing science* 40(3): 414-433.
- Kaplan, R. S., and D. P. Norton. 2003. *Strategy maps: Converting intangible assets into tangible outcomes*. Harvard Business Press.

- Kittinorarat, J. and O. Acherayawatan. 2024. Structural equation modeling of causal relationships of factor affecting the sustainable success of handicraft community enterprises in the central region of Thailand. *Asian Administration and Management Review* 7(2): 181-189.
- Kotter, J. P. 2012. *Leading change*. Harvard Business Review Press.
- Nualsut, S., S. Promkum and B. Srinounpan. 2024. The development on online marketing platform to enhance community products. *Journal of Roi Kaensarn Academi* 9(7): 1417-1432. (in Thai)
- Parinyasutinun, U. 2017. Social enterprise: Applying of community enterprise and community welfare for managing Thung Tamsao community. *Journal of Community Development and Life Quality* 5(2): 353-364. (in Thai)
- Parnuch, P., T. Sangkhom, K. Kaewkoksaba and N. Iamsaard. 2024. The development of marketing and public relations for the products of community enterprises group at Ban Nikhom, Muang district, Surat Thani province. *Panyapiwat Journal* 16(2): 33-47. (in Thai)
- Puangpejara, K. 2018. The marketing promotion by community's participation of Rai San Fan community enterprise, Nikhom Sang Ton-eng sub-district, Mueang district, Lop Buri province. *Veridian E-Journal, Silpakom University (Humanities, Social Sciences and Arts)* 11(2): 1455-1467. (in Thai)
- Putta, S.S. 2023. The impact of marketing mix on the competitive advantage in small and medium scale enterprises. *Journal of Research in Business and Management* 11(3): 181-193.
- Sangpud, W., P. Chirinang, V. Chandarasom and V. Katekao. 2024. Guidelines for adding value to local Thai community products. *Journal of Modern Learning Development* 9(6): 439-448. (in Thai)
- Tupkrut, N., S. Boonkuer and O. Amphap. 2020. Factors of success in Trang community enterprise by the use of balanced scorecard. *Narkbhutparitat Journal Nakhon Si Thammarat Rajabhat University* 12(1): 1-12. (in Thai)
- Wongchai, W., T. Kuntawong, P. Sriwichai and T. Fongsamut. 2025. Developing community products through participatory local wisdom to reduce household expenses in Thung Kor subdistrict, Wiang Chiang Rung district, Chiang Rai province. *URU Journal of Integrated Sciences for Development* 15(1): URU-J.ISD 279650. (in Thai)
- Yamane, T. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Edition, Harper and Row, New York. 1130p.

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของผู้ประกอบการ
กลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก

An Assessment of Social Returns on Investment of Ban Wat Bot Bamboo
Weaving Handicraft Group Entrepreneur in Phisanulok Province

ต่อศักดิ์ โกษาวัง คงศักดิ์ ต้อยสืบ และ พรพิมล อริยะวงษ์*

Torsak Kosawang, Khongsak Tuisuep and Pornpimon Ariyawong*

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง จ.ลำปาง 52100

Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Lampang,

Lampang 52100, Thailand

*Corresponding author: E-mail: Pathadecha_p@hotmail.com

(Received: September 12, 2025; Revised: December 15, 2025; Accepted: March 16, 2026)

Abstract: This study aims to elucidate Indigenous wisdom in bamboo weaving handicraft and to analyze the challenges to sustainable development, while also assessing the Social Return on Investment (SROI) derived from capacity-building initiatives for bamboo weaving handicraft entrepreneurs in Ban Wat Bot, Wat Bot District, Phitsanulok Province. Data were collected from 16 key informants, comprising (1) members of the bamboo weaving handicraft group and (2) project academics and stakeholders related to bamboo weaving handicrafts, selected through purposive sampling. In-depth interviews and focus group discussions were employed as research instruments. The findings reveal that the group possesses rich Indigenous wisdom in producing traditional bamboo products—such as chalom containers, fans, and baskets—characterized by long-inherited two-strand and three-strand weaving patterns. Nevertheless, a significant challenge lies in adapting to modern market demands. Consequently, the group has developed new designs and patterns that preserve community identity while adding value and meeting contemporary consumer preferences without compromising cultural integrity. Furthermore, the calculated SROI value of 3.02 indicates that for every investment of one Baht, the project generates a social return of 3.02 Baht, reflecting the strong value-for-money and the social worthiness of the project.

Keywords: Social Return on Investment (SROI), bamboo weaving handicraft, local wisdom, sustainable development, Wat Bot

บทคัดย่อ: การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อถอดภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสานและวิเคราะห์ความท้าทายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) จากการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 16 คน ประกอบด้วย 1) สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ และ 2) นักวิชาการโครงการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มย่อยเป็นเครื่องมือวิจัย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มมีภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตเครื่องจักสานดั้งเดิม อาทิ ชะลอม พัด ตะกร้า ด้วยลวดลายสองและลายสามที่สืบทอดมายาวนาน อย่างไรก็ตาม ความท้าทายสำคัญคือการปรับตัวเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ กลุ่มจึงพัฒนารูปแบบและลวดลายใหม่ที่ยังคงอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความ

ต้องการผู้บริโภคใหม่โดยไม่สูญเสียคุณค่าทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ การประเมิน SROI มีค่า 3.02 หมายความว่า การลงทุน 1 บาท สร้างผลตอบแทนทางสังคม 3.02 บาท สะท้อนความคุ้มค่าของการลงทุนในโครงการดังกล่าว

คำสำคัญ: การประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาที่ยั่งยืน วัตถุประสงค์

คำนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดเล็กได้รับความสนใจกว้างขวาง องค์การสหประชาชาติกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เป้าหมายที่ 8 มุ่งส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบครอบคลุม การจ้างงานที่มีคุณค่า และเพิ่มผลิตภาพอย่างยั่งยืน (Panyamee, 2024; Seangyai and Wisutthirattanakun, 2021) ผู้ประกอบการชุมชนและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจึงมีบทบาทเสริมสร้างความมั่นคงทางสังคมและอำนาจทุนทางวัฒนธรรมควบคู่การพัฒนาเศรษฐกิจ (Chaichana, 2024) ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้บูรณาการผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมท้องถิ่นเป็นกลไกยกระดับเศรษฐกิจชุมชน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ซึ่งมีศักยภาพด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรม ความยั่งยืนของทรัพยากร และการสร้างมูลค่าเพิ่มในตลาด (Suktam et al., 2023)

ประเทศไทยมีนโยบายที่สอดคล้อง อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่เน้นสร้างความเข้มแข็งชุมชนและพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มุ่งยกระดับคุณภาพและสร้างตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์ Dararuang (2021) พบว่าการบูรณาการแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสร้างผลกระทบเชิงบวกระยะยาว ด้านเพิ่มรายได้ สร้างงาน และอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และนโยบาย Thailand 4.0 มุ่งยกระดับขีดความสามารถผู้ประกอบการให้แข่งขันในยุคดิจิทัลผ่านการบูรณาการเทคโนโลยี นวัตกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น (Plongoon et al., 2025) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) รายงานว่า

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2566 จำนวน 6,317,181 ล้านบาท (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2024) และการศึกษา 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study ระบุว่าผู้ประกอบการที่พร้อมด้านดิจิทัลมีรายได้และผลผลิตเพิ่มขึ้น 50% เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Cisco Systems and International Data Corporation, 2020) แม้นโยบายภาครัฐมีความชัดเจน แต่การแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติระดับชุมชนยังเป็นข้อจำกัดสำคัญ ความพร้อมด้านดิจิทัลเป็นปัจจัยกำหนดความสามารถแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล แต่ผู้ประกอบการหัตถกรรมในชนบทส่วนใหญ่ยังขาดทักษะ เทคโนโลยี และองค์ความรู้ด้านการตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการสร้างแบรนด์อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ไม่สามารถเชื่อมโยงเข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก มีทุนทางวัฒนธรรมและความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานแบบดั้งเดิม อาทิ ตะกร้า กระบุง และพัด มีอัตลักษณ์จากลวดลายพื้นถิ่น ได้แก่ ลายสองและลายสามที่สะท้อนเอกลักษณ์วัฒนธรรมชุมชน (Bunprakob et al., 2024) อย่างไรก็ตาม กลุ่มเผชิญข้อจำกัดในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล โดยการดำเนินงานยังพึ่งพาประสบการณ์การผลิตและวิธีการตลาดแบบดั้งเดิมเป็นหลักขาดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการการตลาด ส่งผลให้การสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายตลาดมีข้อจำกัด (Sivapitak and Thipbharos, 2021) นอกจากนี้ การขาดการประเมินผลกระทบโครงการที่ครอบคลุมทุกมิติ โดยเฉพาะการประเมินผลตอบแทนทางสังคม

จากการลงทุน (SROI) ซึ่งเป็นเครื่องมือการวัดผลที่ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการแปลงคุณค่าทางสังคมเป็นมูลค่าทางการเงิน ทำให้การบริหารจัดการโครงการขาดประสิทธิภาพและความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Nicholls *et al.*, 2009)

ด้วยเหตุนี้ การถอดหมูปัญญาที่ตถกรรมจักสานและวิเคราะห์ความท้าทายเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ของการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ชุมชนบ้านวัดโบสถ์เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษานี้ดำเนินการภายใต้การรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา RMUTL-IRB เลขที่ใบรับรอง RMUTL-IRB 071/2023 โดยเป็นการวิจัยเชิงประเมินผล (evaluation research) มุ่งวิเคราะห์กระบวนการและผลลัพธ์ของการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการกับสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ โดยใช้เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสังเกตการณ์การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มย่อย พื้นที่วิจัยคือ ตำบลวัดโบสถ์ อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการสืบตอดภูมิปัญญาการจักสานไม้ไผ่มาอย่างยาวนานและมีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น (Bunprakob *et al.*, 2024) อีกทั้งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีความพร้อมในการให้ความร่วมมือ มีข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าทางวิชาการ และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน การดำเนินการ

วิจัยครอบคลุมระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 ถึง 30 กันยายน 2566

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้แบ่งกลุ่มประชากรที่ใช้สำหรับการศึกษาเป็น 2 กลุ่ม รวมจำนวน 16 คน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ ประกอบด้วย ผู้นำกลุ่มจำนวน 1 คน และสมาชิกกลุ่ม จำนวน 9 คน รวมทั้งสิ้น 10 คน การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) โดยกำหนดเกณฑ์ให้เป็นสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์มาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ให้ข้อมูลมีประสบการณ์ตรงและมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งต่อบริบทการดำเนินงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์

2. กลุ่มนักวิชาการโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ จำนวน 6 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านการพัฒนาหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่อย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview schedule) ร่วมกับเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้นำและสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ ประเด็นคำถามครอบคลุมข้อมูลส่วนตัว บริบทของชุมชนองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสาน ระดับรายได้ ความต้องการของชุมชน ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่ม ตลอดจนสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาใช้เพื่อถอดบทเรียนภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสาน วิเคราะห์ความท้าทายที่มีต่อการพัฒนา และประกอบการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน

2. แบบบันทึกการสนทนากลุ่มย่อย (focus group discussion form) ร่วมกับเทคนิคการสนทนากลุ่มย่อย ใช้ในการเก็บข้อมูลจากนักวิชาการโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ โดยมุ่งอภิปรายในประเด็นสถานการณ์ปัจจุบันของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ แนวโน้มและความท้าทายต่อการพัฒนาชุมชน ตลอดจนสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อยถูกนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเชิงลึกต่อบริบทการพัฒนาและสนับสนุนการวิเคราะห์ภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสานและแนวทางเผชิญความท้าทายเพื่อเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ และเอกสารรายงานต่าง ๆ ของกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ รวมถึงข้อมูลด้านมูลค่าทางการเงินที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์และประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ จำนวน 10 คน ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2566 โดยประเด็นคำถามครอบคลุมข้อมูลส่วนบุคคลบริบทชุมชน องค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสานระดับรายได้ ความต้องการของชุมชนสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของกลุ่ม จากนั้นดำเนินการสนทนากลุ่มย่อยกับนักวิชาการโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ จำนวน 6 คน ในช่วงเวลาเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ ความท้าทายต่อการพัฒนาชุมชน และบริบทด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ขั้นตอนที่ 3 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มย่อยมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) โดยการจัดหมวดหมู่ ข้อมูลสังเคราะห์ประเด็นสำคัญ และนำผลลัพธ์ที่ได้ไปใช้ในการคำนวณผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน

ขั้นตอนที่ 4 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ เพื่อประยุกต์ใช้ผลการวิจัยในการส่งเสริมการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน โดยเกณฑ์การคำนวณ แปลความหมายได้ (Reupert et al., 2025) ดังนี้

$$SROI = \frac{\text{ผลตอบแทนสุทธิ}}{\text{ต้นทุนสุทธิ}}$$

$SROI < 1.00$ หมายถึง ผลลัพธ์ของโครงการก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมที่น้อยกว่ามูลค่าลงทุนตั้งต้น ผลประกอบการขาดทุน ควรได้รับการพัฒนาและปรับปรุงในจุดบกพร่อง

$SROI = 1.00$ หมายถึง ผลลัพธ์ของโครงการไม่ก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมจากมูลค่าลงทุนตั้งต้น ผลประกอบการไม่ขาดทุนและไม่เกิดผลกำไร ควรได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อส่งผลกระทบต่อสังคมชุมชนมากขึ้น

$SROI > 1.00$ หมายถึง ผลลัพธ์ของโครงการก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมที่มากกว่ามูลค่าลงทุนตั้งต้น ผลประกอบการได้ผลกำไร ควรรักษาจุดแข็งไว้และหาแนวทางพัฒนาต่อยอดให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

ผลการศึกษา

ชุมชนบ้านวัดโบสถ์มีรากฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สืบทอดมาอย่างยาวนาน โดยภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นสำคัญที่ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษสู่คนรุ่นหลังผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และการ

ถ่ายทอดภายในชุมชน องค์ความรู้ดังกล่าวเป็นผลจากการสั่งสมประสบการณ์และการปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่อย่างยาวนาน หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ของชุมชนบ้านวัดโบสถ์จึงมีบทบาทในหลายมิติ นอกจากตอบสนองการใช้สอยในชีวิตประจำวันแล้ว ยังเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ขณะเดียวกันการรวมกลุ่มประกอบกิจกรรมจักสานยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ความร่วมมือ และความเอื้ออาทรระหว่างสมาชิกในชุมชน อีกทั้งทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการธำรงรักษาและสืบทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่ต่อไปในสังคม

1. ภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสานและความท้าทายเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.1.1 รากฐานองค์ความรู้และภูมิปัญญา

หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดจากบรรพบุรุษผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงปฏิบัติจริง โดยอาศัยการถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในชุมชน องค์ความรู้ดังกล่าวครอบคลุมตั้งแต่การคัดเลือกชนิดไม้ไผ่ที่เหมาะสม การเตรียมและแปรรูปวัตถุดิบเทคนิคการผ่าและการเหลา ตลอดจนจรรยาวัตรจักสานที่คำนึงถึงความแข็งแรง ความทนทาน และการใช้งานของผลิตภัณฑ์ กระบวนการแปรรูปไม้ไผ่เป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันสะท้อนวิถีชีวิตและความเชี่ยวชาญในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่า สอดคล้องกับแนวคิดการพึ่งพาตนเองและการดำรงชีวิตอย่างเรียบง่าย จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์พบว่า ปัจจุบันตำบลวัดโบสถ์มีกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพจักสานไม้ไผ่จำนวน 4 กลุ่มหลัก ซึ่งมีลักษณะผลิตภัณฑ์และรูปแบบการผลิตใกล้เคียงกัน โดยแตกต่างกันในระดับความประณีตและรายละเอียดของงานฝีมือ ทั้งนี้ กลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ถือเป็นศูนย์กลางของภูมิปัญญาดังกล่าว โดยสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุช่วงอายุประมาณ 55–90 ปี และมีประสบการณ์ด้านงานจักสานยาวนานมากกว่า 20 ปี สะท้อนถึงความ

เชี่ยวชาญ ความละเอียดอ่อน และทักษะเชิงช่างที่สั่งสมจากการฝึกฝนอย่างต่อเนื่องอันเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าสำหรับการพัฒนาและการสืบทอดหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ของชุมชนในอนาคต

1.1.2 ผลกระทบและอัตลักษณ์ทางศิลปะ

ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ของกลุ่มบ้านวัดโบสถ์มีความหลากหลายตามบริบทการใช้งาน ครอบคลุมทั้งเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ตะกร้า กระจาด ตะแกรง หมวก พัด และชะลอม ตลอดจนเครื่องมือที่ใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา อาทิ กระบุงหาบเหรียญโปรยทาน ซึ่งสะท้อนการผสมผสานคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยเข้ากับมิติทางจิตวิญญาณของชุมชน ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง ตั้งแต่การใช้งานในครัวเรือน การเกษตร ไปจนถึงกิจกรรมทางศาสนาอันเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์จักสานส่วนใหญ่มีโครงสร้างพื้นฐานคล้ายคลึงกัน ได้แก่ ส่วนฐานลำตัว และขอบ แต่มีความแตกต่างกันในระดับความประณีตตามวัตถุประสงค์การใช้งาน เช่น กระบุงหาบเหรียญโปรยทานซึ่งใช้ในพิธีกรรมจะมีการตกแต่งที่ละเอียดอ่อนมากกว่าตะกร้าทั่วไป ลวดลายที่นิยมใช้ ได้แก่ ลายสองและลายสาม ซึ่งเป็นลวดลายดั้งเดิมที่ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษและยังคงเป็นอัตลักษณ์สำคัญของชุมชน อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ยังเผชิญกับข้อจำกัดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการธุรกิจ โดยยังขาดอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากกลุ่มผู้ประกอบการอื่นในพื้นที่ ประกอบกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสมัยใหม่ ส่งผลให้จำนวนผู้ซื้อและยอดขายมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ปัญหาดังกล่าวไม่เพียงกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการเท่านั้น หากยังส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชน โอกาสการจ้างงานในท้องถิ่น และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนโดยรวม เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายดังกล่าว กลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ได้สร้าง

ความเข้าใจและฉันทามติร่วมกันในการเปิดรับแนวคิดใหม่ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเพิ่มองค์ความรู้ด้านการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัย ขณะเดียวกันยังคงรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนไว้ กลุ่มได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ผ่านการปรับเปลี่ยนรูปทรงจากตะกร้าหรือกระบุงแบบดั้งเดิมเป็นทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ใช้สายสองเป็นลวดลายพื้นฐาน ตกแต่งด้วยผ้าฝ้ายทอสีสไตล์ญี่ปุ่นบริเวณปากและมุมกระเป๋า ภายในด้วยผ้าฝ้ายสีพื้น และเสริมความแข็งแรงด้วยหูหิ้วไม้ไผ่ (Figure 1) การพัฒนาดังกล่าวช่วยคงไว้ซึ่งลวดลาย

ดั้งเดิมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างกลมกลืน ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบโจทย์กลุ่มผู้หญิงวัยทำงานที่นิยมใช้วัสดุจากธรรมชาติ และให้ความสำคัญกับความสวยงามควบคู่กับการใช้งานจริง อีกทั้งยังได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช. 40/2546) สอดคล้องกับบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความยั่งยืน การสร้างความแตกต่างเชิงผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจึงไม่เพียงช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด หากยังเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ในระยะยาว



Figure1. Bamboo handicraft product of Ban Wat Bot

1.2.1 ความท้าทายด้านการปรับตัวสู่ตลาดสมัยใหม่

กลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์เผชิญความท้าทายสำคัญ คือ ด้านการปรับตัวสู่ตลาดสมัยใหม่ ในมิติด้านการผลิต กลุ่มยังคงยึดถือกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมซึ่งมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม การขาดการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบันส่งผลให้ใช้เวลาการผลิตยาวนาน ต้นทุนสูง และมีข้อจำกัดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้หลากหลาย ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในมิติด้านการจัดการธุรกิจในตลาดสมัยใหม่ ผลิตภัณฑ์จักสานต้องเผชิญการแข่งขันด้านราคากับสินค้าอุตสาหกรรมที่สามารถผลิตได้ในปริมาณมากและมีต้นทุนต่ำ ขณะเดียวกัน

ผู้ประกอบการยังขาดทักษะด้านการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ การสื่อสารกับผู้บริโภค และการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ ส่งผลให้ไม่สามารถถ่ายทอดคุณค่าแท้จริงของงานจักสานทำมือซึ่งมีความประณีตและความยั่งยืนได้อย่างเต็มที่ เพื่อรับมือกับความท้าทายดังกล่าว กลุ่มจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบในสี่มิติสำคัญ ประการแรก ด้านการผลิต ควรบูรณาการภูมิปัญญาดั้งเดิมเข้ากับนวัตกรรมการผลิต เช่น เครื่องมือช่วยเตรียมวัตถุดิบ เพื่อลดเวลาและแรงงานในการผลิต ควบคู่กับการจัดระบบถ่ายทอดองค์ความรู้สู่คนรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง ประการที่สองด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหรือนักออกแบบ

เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมความร่วมมือเข้ากับอัตลักษณ์ดั้งเดิม ประการที่สาม ด้านการตลาด ควรเสริมสร้างทักษะการตลาดดิจิทัล สร้างตัวตนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ พัฒนาเรื่องเล่าผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนคุณค่างานฝีมือและแนวคิดความยั่งยืน ตลอดจนสร้างเครือข่ายกับผู้จำหน่ายที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และประการที่สี่ ด้านการเงินและการบัญชี ควรพัฒนาทักษะการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างเป็นระบบ บันทึกรายการทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ และจัดทำงบการเงินเบื้องต้นเพื่อใช้ในการประเมินผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ ในด้านการทำการตลาด กลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาและองค์กรทางวิชาการเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล การสร้างตัวตนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การพัฒนาเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์มการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ รวมถึงองค์ความรู้ด้านการเงินและการบัญชี การคำนวณต้นทุนการผลิตอย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมการประเมินราคาวัตถุดิบ ค่าแรงงาน เวลาในการผลิต และค่าใช้จ่ายเสริมอื่น ๆ เช่น ค่าขนส่งและค่าเครื่องมือ ซึ่งช่วยให้สามารถกำหนดราคาจำหน่ายได้อย่างเหมาะสมและสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม เนื่องด้วยสมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่มเป็นผู้สูงอายุในช่วงอายุประมาณ 55-90 ปี จึงยังประสบข้อจำกัดด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความเข้าใจนวัตกรรมการบัญชี และความต่อเนื่องในการจัดการข้อมูลทางการเงิน ส่งผลให้การนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปใช้ในทางปฏิบัติยังไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจึงจำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับบริบทของผู้สูงอายุ ควบคู่กับการสนับสนุนจากคนรุ่นใหม่หรือภาคีเครือข่าย เพื่อเสริมศักยภาพการบริหารจัดการด้านการตลาดและการเงิน

ของกลุ่มให้สามารถดำเนินงานได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

1.2.2 ความท้าทายด้านการสืบทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่

ความท้าทายอีกหนึ่งสิ่งต่อการพัฒนาหัตถกรรมจักสานอย่างยั่งยืน คือ การสืบทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่ โดยกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์มีสมาชิกที่ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ช่วงอายุประมาณ 55-90 ปี และยังมีขาดผู้สืบทอดที่ชัดเจน สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนความเปราะบางของการรักษาภูมิปัญญาในระยะยาว จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า คนรุ่นใหม่จำนวนมากมองว่าอาชีพหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตและขาดความมั่นคงเมื่อเทียบกับอาชีพทางเลือกอื่นในบริบทสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้ กระบวนการเรียนรู้ทักษะการจักสานยังต้องอาศัยระยะเวลา ความอดทน และการฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ผลตอบแทนในระยะแรกยังไม่จูงใจเพียงพอ ส่งผลให้คนรุ่นใหม่ขาดแรงจูงใจในการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญาดังกล่าว ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงในการสูญหายของภูมิปัญญาท้องถิ่นอันทรงคุณค่า การรับมือกับความท้าทายนี้จึงควรมุ่งสร้างกลไกการสืบทอดภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสานควบคู่กับการยกระดับคุณค่าทางเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่ผสมอัตลักษณ์ชุมชนเข้ากับการออกแบบร่วมสมัย การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเพื่อขยายโอกาสทางการตลาด และการเชื่อมโยงกิจกรรมหัตถกรรมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวทางดังกล่าวจะช่วยเพิ่มรายได้ความมั่นคงในอาชีพและสร้างแรงจูงใจให้แก่คนรุ่นใหม่ พร้อมทั้งปลูกฝังความภาคภูมิใจและความตระหนักในคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นอันจะนำไปสู่การสืบทอดหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่อย่างยั่งยืน

จากการศึกษาทำให้ทราบถึงภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสานและความท้าทายเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถแสดงความเชื่อมโยงของการ

ดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่ม
หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ โดยอธิบาย
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต
ผลลัพธ์ และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

อย่างเป็นลำดับ ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และ
สิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นฐานในการวิเคราะห์และประเมิน
ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ดัง Table 1

Table 1. Impact pathway for the capacity development of Ban Wat Bot bamboo weaving handicraft entrepreneurs

Stakeholder	Input	Activity	Output	Outcome	Impact
1. Wat Bot bamboo wickerwork group 2. Project academics & bamboo handicraft stakeholders 3. Wat Bot subdistrict municipality	1. Members of Wat Bot bamboo wickerwork group: 10 persons 2. Academics & Bamboo handicraft stakeholders: 6 persons 3. Budget: 18,525 baht 4. Knowledge: Manufacturing Innovation, new bamboo handicraft product development, production cost calculation, and Marketing	1. Development of bamboo wickerwork handicraft products in bag form 2. Training on Manufacturing Innovation, production, new product development, production cost calculation, and Marketing 3. Planning raw material procurement, prototype production, and identifying distribution channels	1. Bamboo handicraft bag prototype: 1 unit 2. Knowledge set on production, new product development, marketing, and production cost calculation: 1 set 3. Promotion and expansion of distribution channels for bamboo wickerwork handicrafts: offline and online	1. New bamboo handicraft bags featuring local patterns and decorations, competitive in the market 2. Production of high-quality products with effective cost management 3. Ability to increase group income by expanding the customer base	Economy: - Increased income and improved financial stability - Stable cost and profit management Society: - Improved quality of life for group members - Formation of occupational groups and community capacity development through bamboo weaving craftsmanship - Intergenerational transmission of traditional bamboo weaving

Stakeholder	Input	Activity	Output	Outcome	Impact
	5. Project duration: 12 months			4. Products reach younger consumers, enhancing market opportunities and generating continuous revenue	craftsmanship among younger generations Environment: - Environmentally friendly products - Optimal use of resources

2. การประเมิน SROI การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ กลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ของโครงการนี้ เป็นการวิเคราะห์ผลประโยชน์ที่แปลงคุณค่าทางสังคมเป็นมูลค่าเงินของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยข้อมูลเกี่ยวกับรายการต้นทุนและผลตอบแทนในแต่ละด้านได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ร่วมกับคณะผู้ประเมิน ข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อมในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการกำหนดมูลค่าตัวแทนทางการเงิน (financial proxy) เพื่อสะท้อนคุณค่าที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการอย่างเป็นรูปธรรม

2.1 การประเมินมูลค่าด้านเศรษฐกิจ

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก พบว่า โครงการสามารถก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจรวม 79,720 บาทต่อปี มูลค่าดังกล่าวสะท้อนถึงผลลัพธ์จากการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในหลายมิติ ทั้งการเพิ่มรายได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การลดต้นทุนการผลิตจากการ

บริหารจัดการต้นทุนอย่างเป็นระบบ การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นในครัวเรือน ตลอดจนการยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกกลุ่ม ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกชี้ให้เห็นว่า ภายหลังจากเข้าร่วมโครงการ กลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่มีความสามารถในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ การวางแผนการผลิต และการจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ปรากฏจากการประเมิน SROI

2.2 การประเมินมูลค่าด้านสังคม

2.2.1 การลดค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองด้านอบายมุข และการสังสรรค์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ พบว่า ก่อนเข้าร่วมโครงการ สมาชิกมีค่าใช้จ่ายด้านอบายมุขและการสังสรรค์ อาทิ สลากกินแบ่ง การพนัน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บุหรี่ และอาหารกับแกล้มในโอกาสต่าง ๆ เฉลี่ย 3,600 บาทต่อคนต่อปี ภายหลังจากเข้าร่วมโครงการ ค่าใช้จ่ายในส่วนดังกล่าวลดลงเฉลี่ย 1,500 บาทต่อคนต่อปี เหลือ 2,100 บาทต่อคนต่อปี สะท้อนให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมมากขึ้น ส่งผลให้ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ สมาชิกกลุ่มจำนวน 10 คน มีค่าใช้จ่าย

สิ้นเปลืองลดลงรวมทั้งสิ้น 15,000 บาท

2.2.2 การลดค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาล และการดูแลสุขภาพ

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ก่อนเข้าร่วมโครงการ สมาชิกกลุ่มมีค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาล และวัสดุอุปกรณ์สำหรับการดูแลสุขภาพเฉลี่ย 3,132 บาทต่อคนต่อปี หลังจากเข้าร่วมโครงการ ค่าใช้จ่ายดังกล่าวลดลงเหลือเฉลี่ย 1,320 บาทต่อคนต่อปี หรือคิดเป็นค่าใช้จ่ายที่ลดลง 1,812 บาทต่อคนต่อปี เมื่อพิจารณาตลอดระยะเวลาการเข้าร่วมโครงการ สมาชิกกลุ่มจำนวน 10 คนมีค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาล ลดลงรวมทั้งสิ้น 18,120 บาท สะท้อนถึงผลลัพธ์ด้านสุขภาพที่ดีขึ้นของผู้เข้าร่วมโครงการ

2.2.3 การสร้างองค์ความรู้และมูลค่าการถ่ายทอดทักษะสู่สังคม

การดำเนินโครงการส่งผลให้สมาชิกกลุ่มได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่รูปแบบใหม่ รวมถึงความรู้ด้านการคำนวณต้นทุนการผลิตอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่การเกิดวิทยากรชุมชนด้านหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่จำนวน 2 คนซึ่งสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดอัตราค่าตอบแทนชั่วโมงละ 200 บาท ถ่ายทอดความรู้ครั้งละ 4 ชั่วโมง ปีละ 2 ครั้ง คิดเป็นมูลค่าการถ่ายทอดองค์ความรู้รวมทั้งสิ้น 3,200 บาทต่อปี

2.2.4 การยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกกลุ่ม

การประเมินคุณภาพชีวิตของสมาชิกกลุ่มโดยใช้แนวคิดความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay) พบว่า ก่อนเข้าร่วมโครงการ สมาชิกมีระดับคุณภาพชีวิตเฉลี่ย 3,600 บาทต่อคนต่อปี ภายหลังการเข้าร่วมโครงการระดับดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็น 4,800 บาทต่อคนต่อปี หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 1,200 บาทต่อคนต่อปี เมื่อพิจารณาตลอดระยะเวลาการเข้าร่วมโครงการ สมาชิกกลุ่มจำนวน 10 คน จึงมีมูลค่าคุณภาพชีวิตที่เพิ่มขึ้นรวมทั้งสิ้น 12,000 บาท ซึ่งสะท้อนถึงผลลัพธ์ด้านสังคมที่สำคัญของโครงการ

2.3 การประเมินมูลค่าด้านสิ่งแวดล้อม

ผลการประเมินมูลค่าด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าการปรับใช้กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการจัดการวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิตอย่างเหมาะสม สามารถสะท้อนเป็นมูลค่าเทียบเท่าทางเศรษฐกิจเฉลี่ย 1,200 บาทต่อคนต่อปี เมื่อพิจารณาตลอดระยะเวลาการเข้าร่วมโครงการ สมาชิกกลุ่มจำนวน 10 คน ก่อให้เกิดมูลค่าผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมรวมทั้งสิ้น 12,000 บาท ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า โครงการมีส่วนช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการส่งเสริมรูปแบบการผลิตที่สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

มูลค่าผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการเข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ ถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อคำนวณอัตราผลตอบแทนทางสังคมของโครงการ โดยกำหนดมูลค่าตัวแทนทางการเงินของผลลัพธ์ในแต่ละด้าน รวมเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 140,040 บาท จากนั้นได้มีการปรับลดมูลค่าดังกล่าวด้วยผลลัพธ์ส่วนเกิน (deadweight) และผลลัพธ์ที่เกิดจากปัจจัยอื่น (attribution) ร้อยละ 30 ต่อรายการ โดยอ้างอิงจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกับแนวปฏิบัติ การประเมินผลตอบแทนทางสังคมเพื่อสะท้อนว่าผลลัพธ์บางส่วนอาจเกิดขึ้นเองตามบริบทและบางส่วนเกิดจากปัจจัยสนับสนุนอื่นนอกเหนือจากโครงการ เหลือเป็นมูลค่าปัจจุบันทั้งสิ้น (Adjusted present value) 56,016 บาท ก่อนนำไปคำนวณเปรียบเทียบกับงบประมาณที่ใช้ในการดำเนินโครงการ (Net investment in the project) 18,525 บาท ผลการประเมินพบว่า โครงการมีอัตราผลตอบแทนทางสังคมเท่ากับ 3.02 ซึ่งหมายความว่า ทุกการลงทุน 1 บาทในโครงการนี้สามารถสร้างผลตอบแทนทางสังคมได้ 3.02 บาท แสดงให้เห็นว่าโครงการก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมแล้วในปัจจุบัน ดัง Table 2

Table 2. Summary of the SROI analysis

Summary of the SROI analysis		
Financial proxy for economic value	79,720 Baht	SROI = $\frac{56,016}{18,525}$
Financial proxy for social value	48,320 Baht	
Financial proxy for environmental value	12,000 Baht	
Total	140,040 Baht	18,525
Deadweight 30%	42,012 Baht	SROI = 3.02
Attribution 30%	42,012 Baht	
Adjusted present value	56,016 Baht	
Net investment in the project	18,525 Baht	

วิจารณ์

การศึกษาแสดงให้เห็นถึงความท้าทายที่กลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์กำลังเผชิญในบริบททางเศรษฐกิจและสังคม ข้อค้นพบจากการศึกษานี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาชมรมผู้สูงอายุในการพัฒนางานจักสานไม้ไผ่ลวดลายดั้งเดิม (Saima, 2021) ที่ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการผสมผสานภูมิปัญญาดั้งเดิมกับการออกแบบสมัยใหม่ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้าน Bunprakob *et al.* (2024) กล่าวถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่จากรูปทรงดั้งเดิมสู่กระเป๋าผู้หญิงวัยทำงาน ผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานไม้ไผ่ลายสอง ตกแต่งด้วยผ้าฝ้ายทอ พร้อมหูหิ้วไม้ไผ่ ที่มีความสวยงามทันสมัย ตอบสนองผู้หญิงทำงานที่แต่งกายชุดผ้าไทยเป็นการสร้างสรรค์ผลงานที่ยังคงเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ ขณะเดียวกันก็สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่มีความสำคัญกับความยั่งยืนและคุณค่าทางศิลปะ ขณะที่ Utchin and Nakpan (2023) ได้ชี้ให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องมีการปรับปรุงให้เข้ากับบริบทและความต้องการของตลาดเพื่อความอยู่รอดและการเติบโตของชุมชน ความท้าทายในการสืบทอดภูมิปัญญาที่พบในการวิจัยครั้งนี้ ปัญหาที่คนรุ่นใหม่มอง

ว่าอาชีพหัตถกรรมให้ผลตอบแทนต่ำและขาดความมั่นคงสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการสร้างมูลค่าเพิ่มและระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมสินค้า OTOP ที่กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดไว้เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

ผลการประเมิน SROI ชี้ให้เห็นว่า โครงการสร้างคุณค่าวัดได้ผล SROI เท่ากับ 3.02 หมายความว่า ทุก 1 บาทที่ลงทุนก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมเท่ากับ 3.02 บาท อัตราผลตอบแทนดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบเชิงบวกที่เกิดขึ้นในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โครงการนี้ช่วยพัฒนาด้านเศรษฐกิจเพิ่มรายได้แก่สมาชิกกลุ่มโดยตรงจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และโดยอ้อมจากการเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ ช่วยการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ลดค่าใช้จ่ายในอบายมุขและลดค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาล แสดงให้เห็นถึงสุขภาพกายและสุขภาพที่ดีขึ้นของสมาชิกกลุ่ม อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีลักษณะเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น และมีการจัดการวัสดุเหลือใช้ ช่วยลดของเสียและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mekkhachorn *et al.* (2024) ที่ศึกษาการประเมิน SROI จากการลงทุน โครงการการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์

จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนโดยรวมอยู่ในอัตราส่วน 1 : 6.58 หมายความว่า การลงทุนทุก 1 บาท สามารถสร้างมูลค่าทางสังคม 6.58 บาท ผลลัพธ์ของทุกโครงการก่อให้เกิดมูลค่าทางสังคมที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งการวิจัยของ Wongjinda and Ratanasongtham (2025) ที่พบว่า ทุก 1 บาทที่ลงทุนสามารถสร้างมูลค่าทางสังคมได้ถึง 5.01 บาท โดยมีผลลัพธ์ที่สำคัญ ได้แก่ การเพิ่มรายได้จากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การปรับปรุงสุขภาพชุมชน การเสริมสร้างองค์กรการเรียนรู้ท้องถิ่น และการปรับปรุงคุณภาพดิน ส่งผลให้พื้นที่เกิดความยั่งยืน และ Bunphila *et al.* (2025) ทำการผลตอบแทนทางสังคม SROI จากการจัดงานประกวดควายงามซึ่งถ้วยพระราชทาน ผลการคำนวณ SROI เท่ากับ 2.19 หมายความว่า ทุกการลงทุน 1 บาท สามารถสร้างคุณค่าทางสังคมกลับคืนได้ 2.19 บาท ผลลัพธ์ชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถทำหน้าที่เป็นกลไก Soft Power ที่มีศักยภาพในการยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ควบคู่กับการอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDG 11

สรุป

การศึกษานี้มุ่งถอดภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสาน วิเคราะห์ความท้าทายเพื่อเกิดการพัฒนายั่งยืน และประเมินผลตอบแทนทางสังคมของโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ดำเนินการวิจัยเชิงประเมินผลโดยเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก 16 คน ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มมีทุนทางวัฒนธรรมและทักษะจักสานที่โดดเด่นด้วยอัตลักษณ์ลายดั้งเดิม คือ ลายสองและลายสาม แต่ยังไม่ประสบข้อจำกัดด้านการออกแบบเชิงร่วมสมัย การบริหารต้นทุน และกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล โครงการจึงเสริมสร้างศักยภาพผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ระบบคำนวณต้นทุนเชิงวิเคราะห์ และ

การขยายช่องทางจำหน่าย ส่งผลให้เกิดมูลค่าเพิ่มและเข้าถึงผู้บริโภครุ่นใหม่ การประเมิน SROI ให้ค่า 3.02 แสดงว่าการลงทุน 1 บาท สร้างผลประโยชน์ทางสังคม 3.02 บาท สะท้อนความคุ้มค่าในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา กลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บ้านวัดโบสถ์ หน่วยงานให้ทุนสนับสนุนการวิจัยและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่กรุณาให้ข้อมูลที่มีค่ายิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- Bunphila, N., D. Siriburee, R. Suansawat, W. Kaensa and Y. Kosadee. 2025. Social return on investment (SROI) from organizing the royal trophy buffalo beauty contest. *Journal of Srisuvarabhumi Review* 3(2): 10-23. (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)
- Chaichana, N. 2024. The development of a grassroots economy based on cultural capital through BCG (Bio-Circular-Green Economy) strategy of the Karen ethnic group in Ban Nong Bang, Lin Thin subdistrict, Thong Pha Phum district, Kanchanaburi province. *Research*

- Community and Social Development Journal 18(4): 659-677. (in Thai)
- Cisco Systems and International Data Corporation. 2020. 2020 Asia Pacific SMB digital maturity study. (Online). Available: https://www.cisco.com/c/dam/global/en_sg/solutions/smallbusiness/pdfs/ebookciscosmbdigitalmaturityi5-with-markets.pdf (July 10, 2025)
- Dararuang, K. 2021. Approach to development community-based tourism, OTOP lifestyle innovation Ban Nongkradooknuea, Nong Nom Wu subdistrict, Lat yao district, Nakhon Sawan province. Suan Sunandha Academic Journal, 4(4): 105-122. (in Thai)
- Mekkhachorn, W., T. Tossawut and P. Kankraisri. 2024. The social return on investment (SROI) evaluation of cultural entrepreneur development activities in Ban Pho district, Chachoengsao. Journal of Graduate Studies Network in Northern Rajabhat Universities 14(1): 21-38. (in Thai)
- Nicholls, J., E. Lawlor, E. Neitzert and T. Goodspeed. 2009. A guide to social return on investment. (Online). Available: <https://socialvalueuk.org/wp-content/uploads/2022/12/SAA-and-SROI-rebranded.pdf> (July 16, 2025)
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. 2024. Situation report of MSMEs in 2024. (Online). Available: https://www.sme.go.th/uploads/file/20240930-133515_MSME2024_EN.pdf (July 16, 2025)
- Panyamee, T. 2024. Sustainable development based on the concept of social inclusion. Integrated Innovation Development Management Journal 4(1): 58-73. (in Thai)
- Plongoon, K., S. Petcharat, T. Wunsaeng, N. Sakunchanarong, F. Sasha, C. Methanai, P. Seamhan and S. Sridam. 2025. Operations to enhance the potential of OTOP entrepreneurs toward Thailand 4.0 in Songkhla province. Journal of Social Science and Cultural 9(7): 1-13. (in Thai)
- Reupert, A. E., N. C. Freeman, N. Nandakumar, R. Hine, R. Cain and K. Foster. 2025. The social return on investment in programs designed for young people living with a family member who experiences mental health challenges: Study protocol. Frontiers in Public Health 12: 1411580.
- Saima, W. 2021. A study of original patterns of bamboo basketry development for decorative purposes: A case study of the elderly cooperative group in Kiew Lae Pa Pao village, Mae Wang district, Chiang Mai. Research and Development. Journal Suan Sunandha Rajabhat University 13(2): 119-133. (in Thai)
- Seangyai, K. and S. Wisutthirattanakun. 2021. The achievement of the sustainable development goals for the development of Thailand. Rajapark Journal 15(43): 14-24. (in Thai)
- Sivapitak, S. and P. Thipbharos. 2021. An entrepreneurship in the digital

economy era. Suthiparithat Journal 35(3): 98-113. (in Thai)

Suktam, M., Y. Sinmark, A. Jomsati, B. Chuenchit and K. Yiamsawat. 2023. Knowledge of bamboo weaving handicrafts and local wisdom for product development and value added with creative economy Thung Mon subdistrict elderly club Prasat district, Surin province. Industrial Technology Journal, Surindra Rajabhat University 8(2): 149-159.(in Thai)

Utchin, D. and K. Nakpan. 2023. Apply the wisdom of fabric dyeing with resin to

aesthetically pleasing handicrafts. Liberal Arts 18(2): 41-63. (in Thai)

Wongjinda, C. and W. Ratanasongtham. 2025. Evaluating social return on investment in the development of a new value chain in the agroforestry sector of Uttaradit province. Local Administration Journal 18(1): 87-106. (in Thai)

อาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้องที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ

Lanna Traditional Dishes with Natural Laxative Properties

That are Suitable for Older Adults

จิราพร หัตถประเสริฐ นิศรา ชัยวงศ์ วนิษา ปันฟ้า และ สุวนันท์ แก้วจันทา*

*Jiraporn Hattapasu, Nissara Chaiwong, Wanisa Punfa and Suwanan Kaewjanta**

วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จ. เชียงราย 57100

School of Traditional and Alternative Medicine, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai 57100, Thailand

*Corresponding author: E-mail: suwanan.kae@crru.ac.th

(Received: September 4, 2025; Revised: December 12, 2025; Accepted: January 12, 2025)

Abstract: This study aims to examine the laxative properties of local Lanna foods suitable for the elderly. A review of local Lanna food menus, local herbs and vegetables processing properties to relieve constipation or laxatives was conducted using relevant textbooks. Focus groups were held with 12 key informants to select and analyze local Lanna food menus that had laxative properties suitable for the elderly. The selected menu information was then analyzed for the specific herbs and local vegetables that relieve constipation or had laxative properties. The results found that there were 27 Northern Thai local food menus that were suitable for recommendation to elderly people with constipation. The top 6 menus with the highest concentration of vegetables and herbs possessing laxative properties are Nam Phrik Kha with Pak Jim, followed by Gaeng Khae, Gaeng Marum, Gaeng Khanun, Gaeng Salae and Sa Phak, respectively. The ingredients of these contain local vegetables and herbs with proven laxative properties. Consuming these dishes can facilitate bowel movements, making them suitable alternative dietary options for elderly individuals. Additionally, Thai traditional medicine practitioners now have an opportunity to utilize these findings to promote and restore the health of elderly patients with constipation

Keywords: Constipation, elderly, local vegetables, herbs, food menu

บทคัดย่อ: บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้องที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ มีการศึกษาเมนูอาหารพื้นบ้านล้านนา สมุนไพรและผักพื้นบ้านที่มีสรรพคุณแก้ท้องผูกหรือระบายท้องจากเอกสารตำราที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงจัดสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 12 คน เพื่อคัดเลือกและวิเคราะห์เมนูอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณระบายท้องที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ แล้วนำเมนูอาหารที่คัดเลือก มาวิเคราะห์สมุนไพรและผักพื้นบ้านที่มีสรรพคุณแก้ท้องผูกหรือระบายท้อง ผลการศึกษาพบว่า อาหารพื้นบ้านภาคเหนือที่เหมาะสมกับการนำไปใช้แนะนำการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุที่มีอาการท้องผูก มี 27 เมนู เมนูที่มีผักพื้นบ้านและสมุนไพรที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้องมากที่สุด 6 อันดับแรก ได้แก่ น้ำพริกข่ากับผักจิ้ม รองลงมา คือ แกงแค แกงมะรุ้ม แกงขนุน แกงสะแล และส้าผัก ตามลำดับ ซึ่งในส่วนประกอบของเมนูอาหารล้วนมีผักพื้นบ้านและสมุนไพรที่มีสรรพคุณช่วยในการระบายท้อง รับประทานแล้วทำให้ขับถ่ายสะดวก เหมาะสมกับการนำมาเป็นเมนูอาหารทางเลือกสำหรับผู้สูงอายุในชุมชนที่แพทย์แผนไทยมีโอกาเข้าไปส่งเสริม และฟื้นฟูสุขภาพของผู้สูงอายุที่มีปัญหาท้องผูกได้ในอนาคต

คำสำคัญ: ท้องผูก ผู้สูงอายุ ผักพื้นบ้าน สมุนไพร เมนูอาหาร

คำนำ

อาหารเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่เป็นพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน แต่อาหารไม่ใช่เป็นเพียงสิ่งที่น่าสนใจสู่ร่างกายเพื่อใช้ในการดำรงชีวิตและเจริญเติบโตเท่านั้น เพราะองค์ประกอบที่อยู่ในอาหารหลากหลายชนิดยังมีสรรพคุณที่ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน บำรุง รักษา และฟื้นฟูสุขภาพด้วย ปัจจุบันประชากรทั้งโลกกำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงด้านสุขภาพที่มาจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ต้องเร่งรีบ การบริโภคอาหารที่ไม่เหมาะสมส่งผลทำให้เกิดการเจ็บป่วยโดยเฉพาะในวัยสูงอายุที่มีความเสี่ยงต่อการเจ็บป่วยได้ง่าย เนื่องจากร่างกายที่เสื่อมสภาพตามวัยและภูมิคุ้มกันต้านต่อโรคภัยลดลง นอกจากนี้โรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภค (Sutthisak *et al.*, 2020) จากสถานการณ์ที่ปัจจุบันประเทศไทยได้กลายเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์โดยในปี พ.ศ. 2568 ประเทศไทยมีผู้สูงอายุจำนวน 14,459,000 คน หรือร้อยละ 22.45 ของจำนวนประชากรทั้งหมด (Institute for Population and Social Research, 2021) ซึ่งปัญหาการเจ็บป่วยด้วยระบบทางเดินอาหารจากการเสื่อมสภาพส่งผลทำให้ผู้สูงอายุเกิดภาวะท้องผูก ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญกับอาหารของผู้สูงอายุที่นอกจากจะมีคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสมกับวัยผู้สูงอายุแล้ว ยังควรมีสรรพคุณทางยาที่ช่วยให้ขับถ่ายได้อย่างปกติ และช่วยระบายท้องในกรณีที่มีอาการท้องผูก

วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือกได้สนองต่อนโยบายและยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น จึงได้มีความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นในการดำเนินกิจกรรมการดูแลสุขภาพสุขภาพด้วยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยจากการลงพื้นที่สำรวจอาการเจ็บป่วยผู้สูงอายุในชุมชนตำบลบุญเรือง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่ามีผู้สูงอายุที่มีอาการท้องผูกถึงร้อยละ 9.49 ของผู้สูงอายุที่สำรวจได้ทั้งหมดจำนวน 1,043 คน

ซึ่งหากไม่ได้รับการดูแลรักษาจะมีโอกาสนำมาสู่ปัญหาสุขภาพอื่น ๆ ตามมา เช่น โรคกรดสีดวง ทวารหนัก ลำไส้อุดตัน โรคมะเร็งลำไส้ เป็นต้น (Kaewjantha *et al.*, 2024) โดยผักพื้นบ้านในชุมชนยังคงมีความสำคัญต่อการเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญในการปรุงตำรับอาหารพื้นบ้านเพื่อการบริโภคในวิถีชีวิตประจำวัน (Jaitae *et al.*, 2024) มีเมนูอาหารพื้นบ้านล้านนาที่คนในพื้นที่นิยมรับประทานซึ่งช่วยในการระบายท้อง ทีมวิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้องที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ โดยการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเมนูอาหารพื้นบ้านล้านนาในชุมชนที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้อง เพื่อศึกษาผักพื้นบ้านและสมุนไพรในเมนูอาหารที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้อง โดยเริ่มจากการรวบรวมภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณระบายท้องที่คนในพื้นที่นิยมรับประทาน จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์หาพืชสมุนไพรและผักพื้นบ้านที่มีสรรพคุณแก้ท้องผูกหรือระบายท้องในเมนูอาหารพื้นบ้านที่รวบรวมได้ โดยนำมาเป็นเมนูสำหรับผู้สูงอายุที่มาจากพืชผัก สมุนไพรในชุมชนเมื่อชุมชนมีความรู้ในด้านประโยชน์และคุณค่าของอาหารจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของชุมชน (Suwannapha *et al.*, 2018) และสามารถขยายผลในการส่งเสริมการปลูกพืชผักสมุนไพรที่เป็นส่วนประกอบของเมนูอาหารเพื่อเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นให้กับผู้สูงอายุในชุมชน

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยได้มีการรวบรวมภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณระบายท้องที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุจากเอกสารตำราที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์พืชสมุนไพรและผักพื้นบ้านที่มีสรรพคุณแก้ท้องผูกหรือระบายท้องในเมนูอาหารพื้นบ้านที่รวบรวมได้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ แพทย์แผนไทย และ อาจารย์แพทย์แผนไทยที่มีประสบการณ์ในการให้บริการรักษาโรคในคลินิกการแพทย์แผนไทยของวิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ แพทย์แผนไทย และอาจารย์แพทย์แผนไทยที่มีประสบการณ์ในการให้บริการรักษาโรคในคลินิกการแพทย์แผนไทยของวิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 12 คน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านสมุนไพรและการผลิตยา ซึ่งอยู่ในเครือข่ายโรงพยาบาลสาธิตการแพทย์แผนไทย วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มาอย่างน้อย 5 ปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นแพทย์แผนไทย และอาจารย์แพทย์แผนไทยที่มีประสบการณ์ในการให้บริการรักษาโรคในคลินิกการแพทย์แผนไทย มีความเชี่ยวชาญด้านสมุนไพรและการผลิตยาในการคัดเลือกและวิเคราะห์เมนูอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณระบายท้องที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ โดยตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (validity) ของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ได้แก่ อาจารย์แพทย์แผนไทยและอาจารย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ (pre-clinic) ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (index of item object congruence: IOC) ผลทดสอบคำถามแต่ละข้อได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.8-1.0 ได้ทำการทดสอบการใช้เครื่องมือวิจัย และปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือวิจัยให้สมบูรณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ศึกษารวบรวมข้อมูลอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณระบายท้องที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ จากเอกสารตำราที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.1) ข้อมูลอาหารของชาวล้านนาที่ช่วยในการระบายท้องและช่วยในการขับถ่าย จากคู่มือการรักษาสุขภาพโดยภูมิปัญญาด้านอาหารการกินของชาวล้านนา โดย สมลักษณ์ นิมสกุล โดยเป็นคู่มือที่รวบรวมจากชุดโครงการวิจัยองค์ความรู้หมอมือเมือง สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (Nimsakul, 2003)

1.2) ข้อมูลอาหารพื้นบ้านภาคเหนือที่ช่วยในการระบายท้องและช่วยในการขับถ่าย จากหนังสืออาหารพื้นบ้านภาคเหนือ โดยเสาวภา ศักยพันธ์ และยุพียง วิจิตรศิลป์ จากศูนย์ศิลปวัฒนธรรมสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ (Sakkayaphan and Wichitsil, 1996)

1.3) ข้อมูลอาหารพื้นบ้านล้านนาจากภูมิปัญญาไทยที่ช่วยในการระบายท้องและช่วยในการขับถ่ายง่าย จากเว็บไซต์และฐานข้อมูลอาหารพื้นบ้านล้านนา โดยศูนย์สนเทศภาคเหนือ สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (Northern Thai Information Center, 2023)

2) จัดสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นแพทย์แผนไทย และอาจารย์แพทย์แผนไทยที่มีประสบการณ์ในการให้บริการรักษาโรคในคลินิกการแพทย์แผนไทย มีความเชี่ยวชาญด้านสมุนไพรและการผลิตยาจำนวนทั้งหมด 12 คน โดยจัดสนทนากลุ่มจำนวน 1 ครั้งเพื่อคัดเลือกและวิเคราะห์เมนูอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณระบายท้องที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

3) นำข้อมูลเมนูอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณที่ระบายท้องเหมาะสมกับผู้สูงอายุที่คัดเลือกแล้วมาวิเคราะห์และสรุปข้อมูลสมุนไพรและผักพื้นบ้านที่มีสรรพคุณแก้ท้องผูกหรือระบายท้องในเมนูอาหารเหล่านั้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนาผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (content analysis) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการคัดเลือกและวิเคราะห์เมนูอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณระบายนท้องที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกเมนูอาหารที่มิวิจัยได้กำหนดขึ้น เพื่อให้เป็นเมนูอาหารที่สามารถนำไปส่งเสริมผู้สูงอายุในชุมชนให้สามารถรับประทานอาหารแบบพื้นบ้านที่ช่วยลดและป้องกันอาการท้องผูกได้ โดยเกณฑ์ในการคัดเลือก ได้แก่ 1) ต้องเป็นเมนูอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณระบายนท้องที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ 2) มีส่วนประกอบของสมุนไพรหรือผักพื้นบ้านที่หาได้ในท้องถิ่น และ 3) ราคาถูก จากนั้นจึงนำข้อมูลเมนูอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณระบายนท้องที่คัดเลือกมาแล้วมาวิเคราะห์โดยอ้างอิงสรรพคุณจากข้อมูลอาหารพื้นบ้านภาคเหนือ จากหนังสืออาหารพื้นบ้านภาคเหนือ และข้อมูลอาหารพื้นบ้านล้านนาจากภูมิปัญญาไทยที่ช่วยในการระบายนท้องและช่วยให้ขับถ่ายง่าย และผักพื้นบ้านที่มีสรรพคุณแก้ท้องผูกหรือระบายนท้องในเมนูอาหารเหล่านั้น

5. การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง

การทำวิจัยครั้งนี้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เอกสารเลขที่ COE.P2-006/2566 ลงวันที่ 1 ธันวาคม 2566 โดยผู้วิจัยคำนึงถึงการพิทักษ์สิทธิ์ การยินยอมของผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ โดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลให้กับผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องและข้อมูลที่จะได้จากการวิจัยจะใช้เพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น รวมทั้งผู้ให้ข้อมูลสามารถยุติการร่วมกิจกรรมได้ตลอดเวลาตามต้องการ

6. ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัย ตั้งแต่ ธันวาคม 2566 - กันยายน 2567

ผลการศึกษา

1. การศึกษาเมนูอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณช่วยระบายนท้องที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ

สำหรับการดูแลผู้สูงอายุที่มีอาการท้องผูกสามารถใช้สมุนไพรเดี่ยว หรือตำรับยาแก้ท้องผูกได้ ซึ่งเป็นการรักษาโดยตรง อย่างไรก็ตามในการปฏิบัติตัวของผู้สูงอายุที่มีอาการท้องผูกควรมีการปรับพฤติกรรมการขับถ่ายและการปรับพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่เป็นอาหารที่ช่วยระบายนท้อง ทั้งนี้อาหารพื้นบ้านของไทยมีพืชผักสมุนไพรเป็นส่วนประกอบ โดยผักและสมุนไพรบางชนิดมีสรรพคุณช่วยในการระบายนท้อง ดังนั้นอาหารพื้นบ้านที่นอกจากมีคุณค่าทั้งคุณค่าทางโภชนาการแล้วยังมีสรรพคุณค่าทางยา การศึกษาในครั้งนี้มีขอบเขตพื้นที่การศึกษา คือ วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่บริบทของภาคเหนือ ดังนั้นอาหารพื้นบ้านที่ได้นำมาศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นอาหารพื้นบ้านภาคเหนือซึ่งเหมาะกับการนำไปใช้แนะนำการดูแลผู้สูงอายุที่มีอาการท้องผูกที่อยู่ในพื้นที่ โดยได้มีการคัดเลือกอาหารพื้นบ้านภาคเหนือที่มีสรรพคุณช่วยระบายนท้องที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่มีอาการท้องผูก ตามเกณฑ์ที่กำหนดคือ 1) เป็นตำรับอาหารที่ช่วยระบายนท้อง 2) วัตถุดิบหาได้ง่ายในท้องถิ่น 3) มีราคาถูก ได้รวบรวมไว้ทั้งหมด 27 เมนู ดังนี้

1) แกงขนุน ส่วนประกอบ : ขนุนดิบ ใบข้าพลุ ผักชะอม สะค้าน ผักชีฝรั่ง มะเขือเทศ ปลาช่อนแห้ง พริกชี้หนูแห้ง หอมแดง กระเทียม

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วยขับน้ำนมและสร้างน้ำนมให้หญิงตั้งครรภ์ แก้อืด จุกแน่นเพื่อ แก้อีก เป็นยาระบายอ่อน ๆ

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายนท้อง : ใบข้าพลุ ผักชะอม ผักชีฝรั่ง มะเขือเทศ

2) แกงผักเชียงดา ส่วนประกอบ : ผักเชียงดา มะเขือเทศ ปลาช่อนแห้งพริกชี้หนูแห้ง หอมแดง กระเทียม

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วยขับน้ำนมและสร้างน้ำนมให้หญิงตั้งครรภ์ แก้กืด จุกแน่นเพื่อ แก้กะอืด เป็นยาระบายอ่อน ๆ

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง : ผักเชียงดา, มะเขือเทศ

3) แกงปลี ส่วนประกอบ : หัวปลี มะเขือเทศ ผักชะอม ปลาช่อนแห้ง พริกชี้หนูแห้ง หอมแดง

ประโยชน์/สรรพคุณ : บำรุงน้ำนม บำรุงธาตุ บำรุงร่างกาย บำรุงปอด เจริญอาหาร แก้กืดเพื่อ เป็นยาระบาย ขับพยาธิ ช่วยลดปริมาณน้ำตาล ในกระแสเลือด ป้องกันโรคไต

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง : ผักชะอม, มะเขือเทศ

4) เจียวผักปลัง ส่วนประกอบ : ผักปลัง มะเขือเทศ แหนม พริกหนุ่ม หอมแดง กระเทียม มะนาว

ประโยชน์/สรรพคุณ : ด้านการอักเสบ กระตุ้น การไหลเวียนเลือด ชะลอความชรา บำรุงผิวพรรณ เป็นยาระบาย แก้อาการอึดอัดแน่นท้อง ท้องผูก ปัสสาวะขัด รักษาไส้ติ่งอักเสบ รักษาโรคในปาก

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง : ผักปลัง, มะเขือเทศ

5) คั่วผักบุง ส่วนประกอบ : ผักบุงไทย หมูสามชั้น น้ำมันพืช พริกชี้หนูแห้ง ข่า หอมแดง กระเทียม

ประโยชน์/สรรพคุณ : บำรุงร่างกาย บำรุงธาตุ เจริญอาหาร ช่วยย่อยอาหาร แก้กืดออกตามไรฟัน แก้อาหารเป็นพิษ แก้กืด ช่วยถอนพิษ เบื่อเมา ขับลม ขับพยาธิ

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง : ผักบุงไทย ข่า

6) คั่วมะเขือบะแก้ว ส่วนประกอบ : ถั่วฝักยาว มะเขือยาว หมูสามชั้น น้ำมันพืช พริกหนุ่ม หอมแดง กระเทียม

ประโยชน์/สรรพคุณ : ขับเสมหะ กระตุ้น การทำงานของระบบทางเดินอาหาร ลดอาการปวด

แก้บิดเรื้อรัง ชะลอความชรา แก้กืดแน่นเพื่อ แก้กืด ด้านการอักเสบ กระตุ้นการไหลเวียนเลือด

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง : มะเขือยาว

7) ตำขุ่น ส่วนประกอบ: ขนุน มะเขือเทศ พริกชี้ หนูแห้ง หอมแดง กระเทียม ข่า ใบมะกรูด น้ำมันพืช

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วยขับน้ำนมและสร้างน้ำนมให้หญิงตั้งครรภ์ บำรุงร่างกายและหัวใจ บำรุงกำลังขับลม เป็นยาระบายอ่อน ๆ ลดอาการ บวม รักษาอาการท้องเสีย ขับพิษเลือดเสียในมดลูก

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง : มะเขือเทศ ข่า

8) น้ำพริกข่ากับผักจิ้ม ส่วนประกอบ : ข่า พริกแห้ง กระเทียม เกลือป่น ผักจิ้ม ได้แก่ กระเจี๊ยบมอญ มะเขือพวง ผักเผ็ด ดอกข่า แดงโมอ่อน ถั่วปี พักทองอ่อน มะระขี้นก แดงกวา ผักกาดเขียว ผักคาดหัวแหวน ผักขี้หูด ผักชีลาว บวบหวาน

ประโยชน์/สรรพคุณ : เจริญอาหาร บำรุงร่างกาย ช่วยย่อยอาหาร ลดอาการบวม แก้กืดใน แก้กืดอ่อนเพลีย ช่วยขับลม รักษาอาการท้องอืด แน่นท้อง รักษาโรคในปาก ลดเสมหะ

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง : มะเขือพวง กระเจี๊ยบมอญ บวบหวาน ผักกาดเขียว มะเขือพวง ผักเผ็ด แดงโมอ่อน พักทองอ่อน ถั่วปี ดอกข่า

9) น้ำพริกตาแดง ส่วนประกอบ : ปลาช่อนแห้ง ถั่วเน่าแผ่น พริกแห้ง หอมแดง กระเทียม กะปิ ปลาร้า เกลือป่น

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วยเจริญอาหาร ช่วยย่อยอาหาร บำรุงร่างกาย บำรุงธาตุ แก้กืด แก้กืดสืดขวาง แก้กืดโรคผิวหนัง แก้กืดเสียดแน่นเพื่อ รักษาโรคในปาก ขับพยาธิ

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง : ถั่วเน่า

10) ยาดอกขี้เหล็ก ส่วนประกอบ : ดอกขี้เหล็ก ปูนา พริกชี้หนูแห้ง หอมแดง กระเทียม

ประโยชน์/สรรพคุณ : บำรุงร่างกาย ทำให้
นอนหลับดี ระวังประสาท ลดอาการบวม แก้หวัด
จุก แน่นเฟ้อ ขับพยาธิในท้อง ขับเลือดเสียในมดลูก
ขับปัสสาวะ เป็นยาระบาย

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายนท้อง
: ดอกขี้เหล็ก

11) ย่ำสะนัด ส่วนประกอบ : มะเขือยาว
ถั่วฝักยาว ผักบุ้ง มะเขือพวง หัวปลี หมูสับ พริกขี้หนู
แห้ง ข่า หอมแดง กระเทียม งาขาว น้ำมันพืช

ประโยชน์/สรรพคุณ : กระตุ้นการทำงานของ
ระบบทางเดินอาหาร ขับลม ขับเสมหะ ลดอาการ
ปวด อาการบวม แก้บิดเรื้อรัง แก้อาหารเป็นพิษ
แก้ไอ แก้หืด แก้สะอึก ให้ความอบอุ่นแก่ร่างกาย
ยาระบาย และช่วยให้ผิวหนังชุ่มชื้น

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายนท้อง
: ผักบุ้ง มะเขือพวง ข่า

12) ส้าผัก ส่วนประกอบ : ยอดมะม่วง
ผักกาดเขียว ผักจิก ใบ-ดอกผักครั่ง มะกอก ผักไคร์
มด ใบ-ดอกผักปวยล่า มะเขือเทศ มะเขือเปราะ
ดอกสะเดา ปลาช่อน พริกหนุ่ม หอมแดง กระเทียม

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วยฟอกเลือด ระบายน
ท้อง ด้านการอักเสบ กระตุ้นการไหลเวียนของเลือด
แก้บิดมูกเลือด แก้วิงเวียน แก้อาการพิษ การรักษาโรคหวัด
ท้องผูก ลดระดับคอเลสเตอรอล ช่วยลดความชรา

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายนท้อง
: ผักกาดเขียว ยอดมะม่วง มะกอก มะเขือเทศ

13) หลามบอน ส่วนประกอบ : ต้นบอน
หมูสามชั้น พริกขี้หนูแห้ง หอมแดง กระเทียม ข่า ใบ
มะกรูด มะขามเปียก น้ำมันพืช

ประโยชน์/สรรพคุณ : เป็นยาระบาย แก้ไอ
ขับเสมหะ แก้ปวดฟัน แก้หวัด ขับพยาธิ ขับปัสสาวะ
รักษาโรคท้องผูก ลดความดันเลือด ลดอาการจุก
เสียดในท้อง ลดอาการบวม ช่วยขับระดู ขับลม

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายนท้อง
: ต้นบอน มะขามเปียก ข่า

14) แกงผักบุ้ง ส่วนประกอบ : ผักบุ้ง ปลา
ช่อน มะเขือเทศลูกเล็ก มะนาว ผักชี ต้นหอม และ

เครื่องแกง ประกอบด้วย พริกหนุ่ม กระเทียม
หอมแดง ตะไคร้ ขมิ้น กะปิ และเกลือ

ประโยชน์/สรรพคุณ : บำรุงสายตา และมี
กากใยช่วยในการขับถ่าย ป้องกันการท้องผูก

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายนท้อง
: ผักบุ้ง ตะไคร้

15) แกงผักปลัง ส่วนประกอบ : กระจุก
อ่อน หมู แหนมเปรี้ยว มะเขือเทศ ผักปลัง
มะขามเปียก พริกแกงพริกสด

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วยแก้อาการท้องผูก
และเป็นยาระบายอ่อน ๆ เหมาะกับเด็กและสตรี
ตั้งครรภ์

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายนท้อง
: มะเขือเทศ ผักปลัง มะขามเปียก

16) แกงผักเหือด ส่วนประกอบ : ผักเหือด
ซีโครงหมูสับ มะเขือเทศ เครื่องแกงประกอบด้วย พริก
แห้ง กระเทียมหอมแดง กะปิ เกลือ

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วยในการขับถ่าย
แก้ท้องผูก และช่วยบำรุงกระดูกและฟัน

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายนท้อง
: ผักเหือด, มะเขือเทศ

17) ผัดดอกขมจันทร์ ส่วนประกอบ :
ดอกขมจันทร์ กระเทียม น้ำมันหอย น้ำสะอาด
ผงปรุงรส พริกไทย

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วยในการระบายนท้อง
แก้ร้อนใน บำรุงเลือด ป้องกันโรคโลหิตจาง ขับ
ปัสสาวะ บรรเทาอาการริดสีดวงทวารหนัก และช่วย
เรื่องการนอนไม่หลับ

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายนท้อง
: ดอกขมจันทร์

18) แกงส้มดอกแค ส่วนประกอบ : ปลา
ช่อน หั่นแฉ้น ดอกแค และเครื่องแกง ประกอบด้วย
พริกแห้ง กระเทียมหอมแดง ข่า หั่น ตะไคร้ กะปิ
และเกลือ

ประโยชน์/สรรพคุณ : เป็นยาระบายอ่อน ๆ
ลดความร้อนในร่างกาย อาการไข้ที่เกิดจากอากาศ
เปลี่ยน และอาการปวดหัว

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง
: ดอกแค ตะไคร้ ข่า

19) แกงผักกูด ส่วนประกอบ : ยอดอ่อน ผักกูด ปลาตุก มะเขือเทศ มะนาว หรือ มะกรูด ผักชี ต้นหอม เครื่องแกง พริกสด กระเทียม หอมแดง ตะไคร้ ขมิ้น ปลาร้า เกลือ

ประโยชน์/สรรพคุณ : ระบายท้อง ช่วยในการขับถ่าย ป้องกันอาการท้องผูก

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง
: ยอดอ่อนผักกูด มะเขือเทศ ตะไคร้

20) แกงมะรุ้ม ส่วนประกอบ : มะรุ้ม ปลาแห้ง ชะอม ข่าพลู เครื่องแกง พริกขี้หนูแห้ง กระเทียม หอมแดง ข่า ตะไคร้ กะปิ ปลาร้าต้มสุก เกลือ

ประโยชน์/สรรพคุณ : ทำให้อ่อนล้า เป็นยา ระบาย ขับปัสสาวะ แก้ไข้ และบำรุงร่างกาย

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง
: มะรุ้ม ชะอม ข่าพลู ตะไคร้ ข่า

21) ต้มจืดตำลึง ส่วนประกอบ : ตำลึง หมูสับ เต้าหู้ไข่ กระเทียม ซอสปรุงรส น้ำมันหอย พริกไทยป่น น้ำเปล่า

ประโยชน์/สรรพคุณ : ป้องกันอาการ ท้องผูก บำรุงโลหิต และบำรุงเลือด

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง
: ตำลึง, พริกไทย

22) แกงสะแล ส่วนประกอบ : สะแล เนื้อหมูสามชั้น มะเขือเทศลูกเล็ก เครื่องแกง ได้แก่ พริกขี้หนูแห้ง กระเทียม หอมแดง ข่าหั่น ตะไคร้ซอย กะปิ ปลาร้าต้มสุก เกลือ

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วยให้เจริญอาหาร และมีสารต้านอนุมูลอิสระ ช่วยระบบขับถ่าย ช่วยบำรุงเส้น เอ็นกล้ามเนื้อ

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง
: สะแล ตะไคร้ มะเขือเทศ ข่า

23) แกงแค ส่วนประกอบ : เนื้อไก่บ้าน ตำลึง ชะอม ข่าพลู ถั่วฝักยาว มะเขือเปราะ มะเขือพวง ดอกจิวแห้ง เห็ดลมอ่อน ถั่วพู ผักชีหูด ผักเผ็ด ดอกข่า ใบมะกรูด ผักชีฝรั่ง น้ำมันพืช กระเทียม

เครื่องแกง ได้แก่ พริกขี้หนูแห้ง กระเทียม หอมแดง ข่าหั่น ตะไคร้ซอย กะปิ ปลาร้าต้มสุกเกลือ

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วยในการขับถ่าย บำรุงเลือด ช่วยต้านอนุมูลอิสระ บำรุงสายตา ช่วยลดความร้อนในร่างกาย

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง
: ตำลึง ชะอม ข่าพลู มะเขือพวง ดอกข่า ผักชีหูด ผักเผ็ด ข่า ตะไคร้

24) แกงตูน ส่วนประกอบ : ตูน ปลาช่อน มะเขือเทศลูกเล็ก มะนาว ใบแมงลัก เครื่องแกง ได้แก่ พริกหนุ่ม หอมแดง กระเทียม ขมิ้น ตะไคร้ เกลือ กะปิ

ประโยชน์/สรรพคุณ : เป็นยาระบาย ขับปัสสาวะ หัวตูนนำมาผนผสมกับน้ำผึ้งกิน ช่วยละลายเสมหะได้

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง
: มะเขือเทศลูกเล็ก, ตะไคร้

25) แกงผักขี้เสียด ส่วนประกอบ : ผักขี้เสียด ปลาแห้ง มะเขือเทศลูกเล็ก เครื่องแกง ได้แก่ พริกแห้ง พริกขี้หนูแห้ง หอมแดง กระเทียม เกลือกะปิ

ประโยชน์/สรรพคุณ : แก้ไข้ แก้อ่อนใน กระจายน้ำ บำรุงน้ำดี แก้ไข้ทั้งปวง ระวังบวมร้อน ช่วยย่อยอาหาร

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง
: มะเขือเทศลูกเล็ก

26) สะเดาน้ำปลาหวาน ส่วนประกอบ : ยอดสะเดา น้ำปลาหวาน มะขามเปียก หอมแดง กระเทียม พริกแห้ง ผักชี ปลาตุกย่าง

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วยย่อยอาหาร และปรับสมดุลร่างกายในช่วงเปลี่ยนฤดู เจริญอาหาร บำรุงธาตุในช่วงอากาศเปลี่ยนฤดูกาล

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง
: ยอดสะเดา น้ำมะขามเปียก

27) แกงไก ส่วนประกอบ : ไก (สาหร่ายน้ำจืด) เครื่องแกง ได้แก่ พริกแห้ง หอมแดง ข่าวนิย (แชน้ำ) เกลือ ใบมะกรูด

ประโยชน์/สรรพคุณ : ช่วงป้องกันการเกิด
แผลในกระเพาะอาหาร และมีกากใยสูง

ส่วนประกอบของอาหารที่ช่วยระบายท้อง
: โถ (สำหรับน้ำจืด)

2. การศึกษาผักพื้นบ้านและสมุนไพรในเมนูอาหาร ที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้อง

ข้อมูลส่วนประกอบของผักพื้นบ้านและ
สมุนไพรในเมนูอาหารที่ช่วยระบายท้อง จากการ
คัดเลือกอาหารพื้นบ้านภาคเหนือที่มีสรรพคุณช่วย
ระบายท้องที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่มีอาการท้องผูก
จากเมนูทั้งหมด 27 เมนู พบว่า เมนูที่มีผักพื้นบ้าน
และสมุนไพรที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้องมากที่สุด
6 อันดับแรกโดยคัดเลือกมาจากส่วนประกอบของ
เมนูอาหารที่เป็นผักพื้นบ้านและสมุนไพรที่ช่วย
ระบายท้อง ได้แก่ น้ำพริกข่ากับผักจิมมี 10 ชนิด
แกงแคมี 9 ชนิด แกงมะรุมมี 5 ชนิด แกงขนุน
แกงสะแลและลำผัก มีเมนูละ 4 ชนิด อีกทั้งเมนูใน
ข้างต้นตามลำดับล้วนแต่เป็นตัวอย่างเมนูอาหาร
พื้นบ้านท้องถิ่นที่เหมาะสมแก่การแนะนำให้กับผู้สูงอายุ

ที่มีปัญหาเรื่องท้องผูกรวมทั้งเป็นเมนูเสริมสุขภาพ
ร่างกายให้กับผู้สูงอายุอีกด้วย ซึ่งเมนูในข้างต้นที่
ผู้วิจัยได้คัดเลือกสำหรับการดูแลผู้สูงอายุที่มีอาการ
ท้องผูกสามารถใช้สมุนไพรเดี่ยว หรือตำรับยา
แก้ท้องผูกแต่อย่างไรก็ตามในการปฏิบัติตัวของ
ผู้สูงอายุที่มีอาการท้องผูกควรมีการปรับพฤติกรรม
การขับถ่ายและการปรับพฤติกรรมกรบริโภคอาหาร
ที่มีคุณประโยชน์ในการช่วยระบายท้องหรือช่วยลด
อาการท้องผูก ทั้งนี้อาหารพื้นบ้านของไทยมีพืชผัก
สมุนไพรเป็นส่วนประกอบ โดยผักและสมุนไพร
บางชนิดมีสรรพคุณช่วยในการระบายท้อง
เมื่อรับประทานแล้วจะทำให้ขับถ่ายสะดวกขึ้น ดังนั้น
อาหารพื้นบ้านจึงถือเป็นอาหารที่มีคุณค่าทั้งคุณค่า
ทางโภชนาการและคุณค่าทางยา ซึ่งเหมาะกับการ
นำไปใช้แนะนำการดูแลผู้สูงอายุที่มีอาการท้องผูกได้
ในอนาคต ซึ่งในเมนูอาหารทั้ง 27 เมนู ประกอบไป
ด้วยผักพื้นบ้านที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้อง 20 ชนิด
ดัง Table 1

Table 1. Local vegetables with laxative properties

Number	Common name	Used part	Properties
1	Okra	Fruit	Relieve constipation
2	Cladophora algae	Whole part	Relieve constipation
3	Moonflower	Flower	Relieve constipation
4	Watermelon	Young fruit	Relieve constipation, improves the digestive system
5	Ivy gourd	Leaf	Relieve constipation, cure allergic reactions to insect bites
6	Elephant ear	Stem	Relieve constipation
7	Yard long bean	Fruit	Relieve constipation
8	Sponge gourd	Fruit	Reduce fever, cure aphthous ulcers, relieve constipation, diuretics
9	Mustard greens	Leaf, stem	Expels phlegm and blood, relieve constipation, cure flatulence

Number	Common name	Used part	Properties
10	Gurmar	Leaf, stem	Relieve constipation, treat hemorrhoids
11	Culantro	Leaf	Relieve constipation
12	Water spinach	Leaf, stem	Relieve constipation
13	Ceylon spinach	Flower, leaf	Relieve constipation, nourish eyesight
14	Ficus lacor	Leaf	Relieve constipation, helps nourish bones and teeth
15	Pumpkin	Fruit	Relieve constipation
16	Tomato	Fruit	Improves the digestive system, relieve constipation
17	Green eggplant	Fruit	Relieve constipation
18	Turkey berry	Fruit	Relieve constipation
19	Salae	Flower	Relieve constipation, treat lymphatic problems
20	Neem tree	Leaf, flower, fruit	Relieve constipation

นอกจากนี้ในเมนูอาหารทั้ง 27 เมนู มีสมุนไพรที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้อง 5 ชนิด ดังแสดงใน Table 2 โดยสมุนไพรบางชนิด จะมีสรรพคุณช่วยระบายท้องได้โดยตรงทำให้แก้อาการท้องผูกได้ เช่น มะขาม ชีเหล็ก เป็นต้น

แต่บางชนิดมีสรรพคุณในการช่วยขับลมในลำไส้ ทำให้อุจจาระเคลื่อนตัวได้ดีเมื่อรับประทานควบคู่กับสมุนไพรที่มีสรรพคุณระบายท้อง เช่น พริกไทย ข่า และ ข่าพลู เป็นต้น

Table 2. Herbs with laxative properties

Number	Common name	Used part	Properties
1	Wildbetal Leafbush	Leaf	Expels phlegm, expels gas in the intestines
2	Galangal	Rhizome	Cure flatulence, aids digestion, nourishes the fire element
3	Thai copper pod	Leaf, flower	Relieve constipation and cure insomnia
4	Tamarind	Fruit	Cough relief, expels phlegm, relieve constipation
5	Pepper	Seed	Cure flatulence

วิจารณ์

การศึกษาอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้องที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ มีอาหารพื้นบ้านที่เป็นอาหารที่มีประโยชน์ช่วยในการระบายท้องเหมาะสมกับผู้สูงอายุที่มีอาการท้องผูกโดยเป็นอาหารพื้นบ้านล้านนาที่คนในพื้นที่นิยมรับประทาน จำนวน 27 เมนู มีพืชสมุนไพรและผักพื้นบ้านเป็นส่วนประกอบในเมนูอาหาร เนื่องจากเป็นอาหารประจำถิ่นมักจะใช้วัตถุดิบจากในท้องถิ่นมาปรุงเป็นอาหารทั้งผักพื้นบ้าน พืชสมุนไพร และสัตว์ในท้องถิ่น ดังนั้นเมื่อรับประทานแล้วจะได้คุณค่าทางโภชนาการและคุณค่าทางยาจากสมุนไพร ทั้งนี้อาหารพื้นบ้านยังแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น มีคุณค่าในเชิงวัฒนธรรมแสดงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นโดยสอดคล้องกับงานศึกษาของ Sanon and Suantong (2019) ที่มีการสร้างสารอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของชุมชนท่องเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์จัดได้ 6 สำหรับ โดยนำประวัติความเป็นมา วิถีชุมชนมาเชื่อมโยงสร้างเรื่องเล่ารวมถึงสรรพคุณการใช้สมุนไพรและภูมิปัญญาของชุมชนเพื่อใช้สำหรับจัดสารอาหารให้แก่ักท่องเที่ยว ฉะนั้นอาหารพื้นบ้านจึงมีความสำคัญกับสุขภาพของคนในชุมชนเพราะเป็นสิ่งที่คุ้นเคยถือเป็นวิถีชีวิตและสอดคล้องกับการศึกษาของ Janthsung and Singhatep (2025) ที่มีการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นทางอาหาร "กินผักสมุนไพรพื้นบ้านให้เป็นยา" ในชุมชนบ้านไทรงามเกี่ยวข้องกับการสืบทอดภูมิปัญญา การแสวงหาความรู้ การจัดการความรู้ การแบ่งปันและการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Saema *et al.* (2025) พบว่าอาหารท้องถิ่นที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพตามภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยที่สามารถนำมาเสริมการดูแลสุขภาพโรคของผู้สูงอายุในคลินิกสูงวัยในรูปแบบอาหารเป็นยา (กรรมวิธีโภชนเวช) จำนวน 72 เมนู ครอบคลุม 9 โรค/อาการ ได้แก่ 1) อาการเบื่ออาหาร 2) อาการนอนไม่หลับ 3) อาการท้องผูก 4) อาการจุกเสียด 5) โรคริดสีดวงทวารหนัก

6) โรคระเพาะอาหารเรื้อรัง 7) อาการไอ มีเสมหะ 8) โรคความดันโลหิตสูง 9) โรคเบาหวาน

ในอาหารทั้ง 27 เมนู มีส่วนประกอบเป็นพืชสมุนไพรในเมนูอาหารที่มีสรรพคุณระบายท้อง แก่ท้องผูก ทั้งหมด 2 ชนิด ได้แก่ ดอกขี้เหล็ก และมะขาม ซึ่งในขี้เหล็กพบสารแอนทราคิวโนนหลายชนิดที่มีฤทธิ์เป็นยาระบาย เช่น Rhein, Sennoside, Chrysophanol, Aloe-emodin เป็นต้น ส่วนในมะขามมีสารสำคัญคือ Tartaric acid และ Citric acid ทำให้มีฤทธิ์ระบาย (Burusliam, 2024) โดยจากการศึกษาของ Kaewjantha *et al.* (2024) พบสมุนไพรเดี่ยวที่มีสรรพคุณช่วยการระบายท้องจำนวน 49 ชนิด ซึ่งตรงกับสมุนไพรในเมนูอาหารได้แก่ ขี้เหล็กบ้าน และมะขามกระดาน อย่างไรก็ตามทั้งสมุนไพรและผักพื้นบ้านบางชนิดไม่สามารถแยกกันได้อย่างชัดเจนเนื่องจากมีทั้งสรรพคุณทางยาที่บันทึกไว้ในตำรายาทางการแพทย์แผนไทยและคุณประโยชน์ที่ช่วยระบายท้องได้ด้วยคุณสมบัติของพืชชนิดนั่นเองเนื่องจากในพืชเหล่านี้มีใยอาหารสูงสอดคล้องกับ Wattanataweekul (2002) ที่กล่าวว่า ใยอาหารมี 2 ชนิด คือชนิดที่ไม่ละลายน้ำและชนิดละลายน้ำได้ พืชส่วนมากมีใยอาหารทั้งสองอยู่ร่วมกันเพียงแต่ว่าจะมีชนิดใดมากกว่าก็จะแสดงคุณสมบัติของชนิดนั้นชัดเจน โดยใยอาหารชนิดที่ไม่ละลายน้ำจะมีลักษณะเป็นเส้นใยที่ร่างกายย่อยไม่ได้สามารถอุ้มน้ำได้ดี จึงช่วยเพิ่มปริมาตรของกากอาหาร ทำให้กากอาหารอ่อนนุ่มผ่านลำไส้โดยเคลื่อนตัวได้เร็วมีผลให้ถ่ายอุจจาระสะดวก จึงทำให้ระบบย่อยอาหารเป็นปกติ โดยใยอาหารจะช่วยลดอาการท้องผูกที่เป็นสาเหตุของการเกิดโรคริดสีดวงทวารหนักได้ นอกจากนี้ผักบางชนิดยังมีเมือกอื่น ๆ ที่ช่วยหล่อลื่นลำไส้ ไม่ให้เกิดการบาดเจ็บ ช่วยในการขับถ่ายเป็นยาระบายอ่อน ๆ ตามธรรมชาติ เช่น ผักปลัง กระจี้ยมมอญ ผักเห็ด และผักบุ้ง เป็นต้น

สรุป

การศึกษาอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้องที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ มีอาหารพื้นบ้านทั้งหมด 27 เมนูที่เป็นอาหารที่มีประโยชน์ช่วยในการระบายท้องเหมาะกับผู้สูงอายุที่มีอาการท้องผูก โดยในอาหารทั้ง 27 เมนู มีส่วนประกอบที่เป็นสมุนไพรที่มีสรรพคุณระบายท้อง แก่ท้องผูก 5 ชนิด และมีผักพื้นบ้านเป็นส่วนประกอบในเมนูอาหารอยู่ทั้งหมด 20 ชนิด

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาอาหารพื้นบ้านล้านนาที่มีสรรพคุณช่วยระบายท้องที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ โดยอาจจะจำเพาะกับเมนูอาหารพื้นบ้านล้านนา ซึ่งเหมาะกับบริบทของผู้สูงอายุภาคเหนือ หากจะนำไปใช้กับผู้สูงอายุในพื้นที่อื่น อาจจะต้องมีการปรับเมนูอาหารให้เหมาะสมตามบริบทของพื้นที่

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณวิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัย และทุนในการจัดบทความฉบับนี้ ขอขอบคุณทีมอาจารย์แพทย์แผนไทยทุกท่านที่ได้เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในครั้งนี้จนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- Burusliam, N. 2024. How to treat the elderly with Thai traditional medicine. Chonburi Hospital Journal 49(2): 187-196. (in Thai)
- Institute for Population and Social Research. 2021. Population of Thailand 2025. Mahidol Population Gazette 34(1): 1-2. (in Thai)
- Jaitae, S., N. Sukseetong and S. Numboonjit. 2024. Perceived usefulness for indigenous vegetable consumption for the elderly in Salung - Keelek community, Mae Rim district, Chiang Mai province. Journal for Community Development and Life Quality 12(1): 38-46. (in Thai)
- Janthsung, S. and C. Singhatep, 2025. The case study of local wisdom management in food consumption 'vegetable consumption for health purposes' in Bansai-ngam, Na Siao subdistrict, Mueang Chaiyaphum district, Chaiyaphum province. Interdisciplinary Academic and Research Journal 5(3): 351-366. (in Thai)
- Kaewjantha, S., J. Hattapasu, W. Punfa, P. Maneewan and N. Chaiwong. 2024. Promoting the use of herbs to relieve constipation for the elderly in the community: A case study of Boonrueang subdistrict, Chiang Khong district, Chiang Rai province. Journal of Health and Health Management 10(2): 169-182. (in Thai)
- Nimsakul, S. 2003. A guide to maintaining health using the food wisdom of the Lanna people. The Thailand Research Fund (TRF), Chiang Mai. 108 p. (in Thai)
- Northern Thai Information Center, Chiang Mai University. 2023. Lanna local food. (Online). Available: <https://lannainfo.library.cmu.ac.th> (March 10, 2025). (in Thai)
- Saema, C., S. Polnarat, D. Danboonchant, N. Viriyakasem and S. Tansuwanwong. 2025. The study of healthy local foods ingredients base on Thai traditional medicine wisdom: Case study of Chiang Sean district, Chiang

- Rai. Journal of Environmental Education Medical and Health 10(2): 436-447. (in Thai)
- Sakkayaphan, S. and Y. Wichitsil. 1996. Northern Thai Local Food. Dao Printing., Chiang Mai. (in Thai)
- Sanon, W. and K. Suantong. 2019. The study of local healthy food from identity of community-based tourism for health tourism destinations in western Thailand: A case study of Maha Sawat canal community-based tourism, Maha Sawat sub-district, Putthamonthon district, Nakhon Pathom province. Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University 6(2): 97-114. (in Thai)
- Sutthisak, W., K. Klinchongkon and H. Makphin. 2020. Factors affecting food consumption behaviors of elders in Nakhonpathom province. Journal of Nursing Science Christian University of Thailand 7(1): 30-49. (in Thai)
- Suwanapha, C., O. Woowong and S. Suphametheesakul. 2018. Local food : The management process for the quality of life and social ethics in northern communities. Journal of MCU Peace Studies 6(4): 1306-1319. (in Thai)
- Wattanataweekul, J. 2002. Dietary fiber for health. Department of Science Service Journal 50(159): 28-31. (in Thai)
-

ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่
อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

Factors Affecting the Level of Welfare Received by State Welfare
Cardholders in Thepha District, Songkhla Province

สุวรรณา วานี และ บุษกร ถาวรประสิทธิ์*

Suwanna Wani and Bussagone Tavonprasith*

สาขาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ อ.เมือง จ.สงขลา 90000

Department of Economics, Faculty of Economic and Business Administration, Thaksin University, Songkhla, 90000, Thailand

*Corresponding author E-mail; tbussagone@tsu.ac.th

(Received: September 8, 2025; Revised: December 19, 2025; Accepted: March 17, 2026)

Abstract: The study of factors affecting the level of welfare received by state welfare cardholders in Thepha district, Songkhla province aimed to 1) study the level of welfare received by state welfare cardholders and 2) identify factors affecting this level of welfare. Data were collected from a sample of 400 respondents. The statistics used for data analysis included percentage, frequency, mean, standard deviation, and ordinal logistic regression. The results found that the overall level of welfare received by state welfare cardholders was high. The highest levels were found in the area of benefits, which was equal to the economic situation, followed by the quality of life and government support, respectively. The factors affecting the level of welfare received by state welfare cardholders were as follows: in the areas of benefits, significant factors were age, marital status, and education level; in the area of quality of life, significant factors were gender, marital status, and education level; in the area of support from the government significant factors were marital status and education level; and in the area of economic situation included marital status, education level, and occupation. All results were statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Welfare level, state welfare card, Thepha district, Songkhla province

บทคัดย่อ: การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ โดยใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยโลจิสติกส์ แบบเรียงอันดับ ผลการศึกษาพบว่าระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในภาพรวมทุกด้าน มีระดับสวัสดิการที่ได้รับอยู่ในระดับมาก โดยมากที่สุดคือ ด้านสิทธิประโยชน์ซึ่งเท่ากับด้านสภาพเศรษฐกิจ รองลงมา คือ ด้านคุณภาพชีวิต และด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ พบว่า ด้านสิทธิประโยชน์ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา ด้านคุณภาพชีวิต ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา ด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล ได้แก่ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา และด้านสภาพเศรษฐกิจ ได้แก่ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: ระดับสวัสดิการ บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

คำนำ

ความยากจนในสังคมไทยถือเป็นปัญหาที่ทุกรัฐบาลต่างให้ความสำคัญในการแก้ไข กลุ่มคนจนในประเทศไทยมีหลายมิติทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม คนจนส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคเกษตรกรรม หรือชนบท เนื่องจากประสิทธิภาพในการผลิตต่ำ ราคาสินค้าเกษตรไม่แน่นอน ส่งผลให้รายได้ไม่พอเพียงต่อการดำรงชีพ เป็นแรงผลักดันทำให้สมาชิกครัวเรือนต้องไปหางานทำนอกภาคเกษตร ต้องออกจากชนบท มาสู่อาชีพขายแรงงานกลายเป็นคนจนเมือง ซึ่งต่อมากลายเป็นปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม (Office of the National Economic and Social Development Council, 2024; Siriphanpanya, 2022)

แนวคิดรัฐสวัสดิการผ่านรูปแบบบัตรสวัสดิการแห่งรัฐเป็นนวัตกรรมในการช่วยเหลือประชาชนผู้มีรายได้น้อย ด้วยการให้ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงการคลังจากนั้นจะออกเป็นบัตรสวัสดิการเพื่อช่วยในการลดค่าครองชีพ (Kanmalay *et al.*, 2022) รัฐบาลตามมติคณะรัฐมนตรี Office of the Prime Minister (2024) ได้ประกาศใช้โดยมีลักษณะ national e-payment ใช้ฐานข้อมูลผู้ลงทะเบียนฐานะมีรายได้น้อย เพื่อจัดสรรสวัสดิการสังคม ด้วยการโอนเงินผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 21 กันยายน 2560 โดยกำหนดเงื่อนไขของการรับเงินเยียวยาหรือวงเงินบัตรสวัสดิการแห่งรัฐรายเดือนเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็น

อำเภอเทพา จังหวัดสงขลาตั้งอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย ข้อมูลจาก Thepha District Agricultural Extension Office (2024) ในปี พ.ศ. 2566 มีประชากร 75,984 คน เป็นชาย 38,688 คน และหญิง 37,296 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะการปลูกยางพารา ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม แต่มีการอยู่ร่วมกับศาสนาอื่นๆในลักษณะของสังคมพหุวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามอำเภอเทพาเป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ แม้ว่าในปัจจุบันสถานการณ์จะคลี่คลายลง มี

การสร้างสันติสุขและความเข้าใจร่วมกันผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน (Songkhla Provincial Governor's Offices, 2024) ซึ่งการมีนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เป็นเครื่องมือสำคัญในการลดค่าครองชีพและเพิ่มการเข้าถึงสวัสดิการพื้นฐานแก่ผู้มีรายได้น้อย แม้ว่ารัฐบาลจะจัดสรรสิทธิประโยชน์ในอัตราเดียวกันทั่วประเทศ แต่ผลที่ได้รับกลับแตกต่างกันไปตามบริบทของพื้นที่ กลุ่มประชากร และความสามารถในการเข้าถึงบริการ นอกจากนี้หลายงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและสถานภาพเศรษฐกิจของครัวเรือน ล้วนมีความสัมพันธ์ต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับจากบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ (Rakungthong and Intaprom, 2024; Juthaphiw, 2023; Siriphanpanya, 2022; Yaempai and Nakfon, 2019) แต่ยังไม่ปรากฏงานวิจัยที่ลงลึกถึงลักษณะดังกล่าวในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ซึ่งมีบริบทเฉพาะด้านเศรษฐกิจสังคม และความมั่นคงที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับสวัสดิการที่ได้รับและปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ระบบสวัสดิการของรัฐสำหรับ การช่วยเหลือประชาชนให้ดียิ่งขึ้น

อุปกรณ์และวิธีการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา โดยการสุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ W. G. Cochran (Vanichbuncha, 2019) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่าความแปรปรวนสูงสุด คือ $P = 0.05$ และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จากสูตร $n = (z^2 p(1-p))/e^2$ โดยการแทนค่าได้เท่ากับ 384.16

ตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างทั้งหมดเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย ซึ่งเป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างที่อาศัยความน่าจะเป็นเพื่อเลือกตำบลที่จะเป็นพื้นที่ตัวอย่างในการเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการจับฉลาก จาก Songkhla Provincial Governor's Offices (2024) อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา มีทั้งหมด 7 ตำบลได้แก่ เทพา ปากบาง ลำไพล วังใหญ่ ท่าม่วง เกาะสะบ้า และสะกอม ซึ่งผลการจับสลากสุ่มเลือก 4 ตำบล ได้แก่ เทพา ปากบาง ลำไพล และท่าม่วง ตำบลละ 100 ตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยได้ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐโดยใช้คำถามคัดกรอง ที่ว่า “ท่านเป็นผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐใช่หรือไม่” หากตอบว่า “ไม่ใช่” ก็คัดออก แต่หากตอบว่า “ใช่” ก็ดำเนินการสอบถามต่อไป เพื่อให้แน่ใจว่าเป็นกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์การศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม โดยข้อคำถามได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการมีส่วนร่วมในข้อคำถามประเด็นสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐจากประชาชนในพื้นที่ รวบรวมจัดทำแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคำถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบ (check list) ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เป็นข้อคำถามแบบ rating scale โดยคำถามแต่ละข้อมีคำตอบ 5 ตัวเลือก โดยมีคะแนน 1-5 จากน้อยไปมาก ซึ่งมี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ มีคำถามย่อย 5 ข้อ ด้านที่ 2 คุณภาพชีวิต มีคำถามย่อย 7 ข้อ ด้านที่ 3 การสนับสนุนจากรัฐบาล มีคำถามย่อย 4 ข้อ และด้านที่ 4 สภาพเศรษฐกิจ มีคำถามย่อย 6 ข้อ และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบเครื่องมือ IOC เพื่อวัดความตรงของเนื้อหา จากนักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์ที่

ปรึกษาการวิจัย เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้จริง ซึ่งผลจากการพิจารณาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ได้ค่าเท่ากับ 0.8 ซึ่งหมายความว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมในเนื้อหาครอบคลุมในทุกด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามการทดลองทดสอบเบื้องต้น หรือทำการทดสอบ (try-out) ที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 30 ชุด ในการทดสอบความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์อัลฟา (alpha coefficient) มีค่า 0.990 ซึ่งมีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมากกว่า 0.7 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงทำการกำหนดรหัสลงรหัสบันทึกข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ในการประมวลผล และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 ระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมาก สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์ประมาณค่าของลิเคิร์ท (Likert scale) การการแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

- 4.21 - 5.00 = ระดับสวัสดิการที่ได้รับมากที่สุด
- 3.41 - 4.20 = ระดับสวัสดิการที่ได้รับมาก
- 2.61 - 3.40 = ระดับสวัสดิการที่ได้รับปานกลาง
- 1.81 - 2.60 = ระดับสวัสดิการที่ได้รับน้อย
- 1.00 - 1.80 = ระดับสวัสดิการที่ได้รับน้อยที่สุด

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐใน

พื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การถดถอยโลจิสติกส์แบบเรียงอันดับ (ordered logistic regression)

$$\ln \left(\frac{P(WELFi \leq j)}{1 - P(WELFi \leq j)} \right) = \beta_0 + \beta_1 \text{SEX} + \beta_2 \text{AGE} + \beta_3 \text{MAR}_1 + \beta_4 \text{MAR}_2 + \beta_5 \text{EDU}_1 + \beta_6 \text{EDU}_2 + \beta_7 \text{OOC}_1 + \beta_8 \text{OOC}_2 + \beta_9 \text{OOC}_3 + \beta_{10} \text{OOC}_4 + \beta_{11} \text{OOC}_5 + \beta_{12} \text{INC} + \epsilon_i$$

กำหนดให้

WELF = ระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

ด้านสิทธิประโยชน์ ด้านคุณภาพชีวิต ด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล และด้านสภาพเศรษฐกิจ

SEX = ตัวแปรจำลอง (dummy) เพศ โดยที่ เพศชาย = 1 เพศหญิง เป็นตัวแปรกลุ่มอ้างอิง (reference group)

AGE = อายุ (ปี)

MAR = ตัวแปรจำลอง (dummy) สถานภาพสมรส โดยที่ หย่าร้าง / หม้าย เป็นตัวแปรกลุ่มอ้างอิง (reference group)

1 = โสด

2 = สมรส

EDU = ตัวแปรจำลอง (dummy) ระดับการศึกษา โดยที่ ปริญญาตรีหรือสูงกว่า เป็นตัวแปรกลุ่มอ้างอิง (reference group)

1 = ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมตอนปลาย

2 = อนุปริญญา/ปวส.

OCC = ตัวแปรจำลอง (dummy) อาชีพ โดยที่ อาชีพอื่น ๆ เป็นตัวแปรกลุ่มอ้างอิง (reference group)

1 = นักเรียน/นักศึกษา

2 = รับจ้างทั่วไป

3 = เกษตรกร/ประมง

4 = ค้าขาย

5 = ข้าราชการ

INC = รายได้ต่อเดือน(บาท)

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงร้อยละ 55.50 เพศชายร้อยละ 45.50 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดร้อยละ 57.00 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส ร้อยละ 41.00 และหย่าร้าง/หม้ายร้อยละ 2.00 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมตอนปลายร้อยละ 41.80 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรีร้อยละ 34.20 และอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 24.00 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปร้อยละ 35.50 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 31.50 ค้าขายร้อยละ 18.00 เกษตรกร/ประมง ร้อยละ 12.80 และอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 2.20 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุตั้งแต่ 18 ถึง 60 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 34.36 ปี และมีรายได้ต่อเดือนต่ำสุดอยู่ที่ 2,000 บาท และสูงสุดที่ 18,000 บาท รายได้เฉลี่ยรายได้ 7,671.42 บาท

การวิเคราะห์ระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ

การวิเคราะห์ระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่ อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ได้แก่ ด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ ด้านคุณภาพชีวิต ด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล และด้านสภาพเศรษฐกิจ ผลการศึกษพบว่า ภาพรวมทุกด้าน มีระดับสวัสดิการที่ได้รับเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 อยู่ในระดับมาก โดยมากที่สุดคือ ด้านสิทธิประโยชน์

ซึ่งเท่ากับด้านสภาพเศรษฐกิจ มีระดับสวัสดิการที่ได้รับเท่ากับ 4.13 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านคุณภาพชีวิต ซึ่งมีระดับสวัสดิการที่ได้รับเท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด คือ ด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล ซึ่งมีระดับสวัสดิการที่ได้รับเท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก สามารถอธิบายหัวข้อย่อยในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

ด้านสิทธิประโยชน์เมื่อพิจารณาหัวข้อย่อยพบว่า มีระดับสวัสดิการที่ได้รับสูงสุดคือ ท่านมีการใช้สิทธิบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในทุก ๆ เดือน มีค่าเฉลี่ย 4.41 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ท่านใช้สิทธิบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในการใช้บริการขนส่งสาธารณะฟรี ท่านใช้สิทธิบัตรสวัสดิการแห่งรัฐเป็นส่วนลดค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า บัตรสวัสดิการแห่งรัฐตอบสนองต่อความต้องการของท่าน และน้อยที่สุดคือ สิทธิประโยชน์ของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐได้ลดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ชุมต้ม และค่าเดิน มีค่าเฉลี่ย 4.15, 4.12, 4.01 และ 3.94 ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านคุณภาพชีวิตเมื่อพิจารณาหัวข้อย่อยพบว่า มีระดับสวัสดิการที่ได้รับสูงสุดคือ บัตรสวัสดิการแห่งรัฐทำให้ท่านมีเงินสำหรับการใช้จ่ายด้านอื่น ๆ มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ บัตรสวัสดิการแห่งรัฐทำให้ท่านมีกำลังซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคได้มากขึ้น ท่านรู้สึกว่าการใช้บัตรสวัสดิการแห่งรัฐช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน บัตรสวัสดิการแห่งรัฐทำให้ท่านเข้าถึงสวัสดิการต่าง ๆ ของรัฐได้มากขึ้น บัตรสวัสดิการแห่งรัฐทำให้ท่านมีรายได้เพียงพอกับค่าครองชีพ ท่านคิดว่าบัตรสวัสดิการแห่งรัฐช่วยให้ท่านมีชีวิตดีขึ้น และน้อยที่สุด คือ บัตรสวัสดิการแห่งรัฐทำให้ครอบครัวของท่านดีขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.18, 4.11, 4.09, 4.08, 4.05 และ 4.04 ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลเมื่อพิจารณาหัวข้อย่อยพบว่า มีระดับสวัสดิการที่ได้รับสูงสุดคือ ท่านพึงพอใจกับนโยบายโครงการบัตรสวัสดิการแห่ง

รัฐ มีค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ รัฐบาลได้จัดตั้งโครงการสวัสดิการแห่งรัฐเพื่อช่วยเหลือประชาชนที่มีรายได้น้อย ท่านได้รับเงินช่วยเหลือจากโครงการสวัสดิการแห่งรัฐ และน้อยที่สุด คือ ท่านพึงพอใจกับวงเงินที่ได้รับจากโครงการสวัสดิการแห่งรัฐ มีค่าเฉลี่ย 4.14, 4.12 และ 3.92 ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านสภาพเศรษฐกิจเมื่อพิจารณาหัวข้อย่อยพบว่า มีระดับสวัสดิการที่ได้รับสูงสุดคือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐสร้างความเสมอภาคให้กับผู้มีรายได้น้อยทุกอาชีพ มีค่าเฉลี่ย 4.34 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ บัตรสวัสดิการแห่งรัฐช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ บัตรสวัสดิการแห่งรัฐเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจและสังคมไทย บัตรสวัสดิการแห่งรัฐทำให้มีการซื้อสินค้าที่ผลิตในชุมชนมากขึ้น บัตรสวัสดิการแห่งรัฐทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสวัสดิการพื้นฐานได้อย่างเท่าเทียม และน้อยที่สุด คือ บัตรสวัสดิการแห่งรัฐทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.12, 4.11, 4.11, 4.07 และ 4.02 ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในด้านสิทธิประโยชน์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า chi-square 92.711, sig. = 0.00 โมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า pseudo R² Nagelkerke = 0.263 โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 26.30 สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับด้านสิทธิประโยชน์ ได้แก่ อายุ มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ค่าประมาณค่าสัมประสิทธิ์ -0.067 มีผลเชิงลบ อายุเพิ่มขึ้นมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านสิทธิประโยชน์จากบัตรลดลง สถานภาพโสด มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ค่าประมาณค่าสัมประสิทธิ์ -15.901 มีผลเชิงลบ สถานภาพโสดมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านสิทธิประโยชน์ต่ำกว่าผู้ที่หย่าร้าง/หม้าย และ

ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมตอนปลาย มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ค่าประมาณค่าสัมประสิทธิ์ 1.591 มีผลเชิงบวก ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมปลายมีระดับ

สวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านสิทธิประโยชน์มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า ดัง Table 1

Table 1. Factors affecting the level of welfare received by state welfare cardholders

Variables	Benefits		Quality of life		Government support		Economic conditions	
	Estimate	Sig.	Estimate	Sig.	Estimate	Sig.	Estimate	Sig.
Threshold = 2	-22.064	0.000**	-23.044	0.000**	-20.720	0.000**	-19.274	0.000**
= 3	-20.184	0.000**	-20.803	0.000**	-18.878	0.000**	-17.214	0.000**
= 4	-15.423	0.000**	-15.005	0.000**	-13.752	0.000**	-12.493	0.000**
Male	0.135	0.581	0.625	0.025**	0.410	0.107	0.390	0.105
Age	-0.067	0.010**	-0.037	0.225	-0.007	0.791	0.019	0.452
Single	-15.901	0.000**	-16.816	0.000**	-16.010	0.000**	-15.644	0.000**
Married	-16.901	0.580	-17.134	0.578	-17.415	0.567	-17.695	0.590
High school or lower	1.591	0.000**	1.082	0.022**	0.853	0.047**	1.715	0.000**
Diploma	0.072	0.821	-0.160	0.643	-0.012	0.971	0.062	0.846
Student	1.600	0.239	2.185	0.207	2.190	0.134	2.439	0.046**
General employee	0.393	0.759	0.124	0.940	0.500	0.717	0.164	0.895
Farmers/fishermen	0.441	0.758	0.334	0.854	1.190	0.438	-0.153	0.913
Trader	0.321	0.811	-0.426	0.805	0.374	0.796	0.433	0.741
Government officer	-0.195	0.911	1.634	0.410	1.129	0.517	0.868	0.591
Income	2.033E-5	0.718	-5.528E-5	0.407	-1.686E-5	0.774	4.913E-5	0.382
Statistics								
-2 log likelihood intercept only	521.635		446.681		488.275		526.577	
-2 log likelihood final	428.924		336.830		396.688		438.607	
Chi-square	92.711		109.851		91.587		87.970	
Sig.	0.000**		0.000**		0.000**		0.000**	
Pseudo R ²	0.263		0.327		0.267		0.250	
Nagelkerke								

Note: **Statistical significance level 0.05

Reference group of independent variables: female, other occupation, bachelor's degree or higher, divorced/widowed

จาก Table 1 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านคุณภาพชีวิต ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า chi-square 109.851, sig. = 0.00 โมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า pseudo R² Nagelkerke = 0.327 โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 32.70 สำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับด้านคุณภาพชีวิต ได้แก่ เพศชาย นัยสำคัญทางสถิติ 0.025 ค่าประมาณค่าสัมประสิทธิ์ 0.625 มีผลเชิงบวก เพศชายมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าเพศหญิง สถานภาพโสด นัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ค่าประมาณค่าสัมประสิทธิ์ -16.816 มีผลเชิงลบ สถานภาพโสดมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านคุณภาพชีวิตต่ำกว่าผู้ที่หย่าร้าง/หม้าย และระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมตอนปลาย นัยสำคัญทางสถิติ 0.002 ค่าประมาณค่าสัมประสิทธิ์ 1.082 มีผลเชิงบวก ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมปลายมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า chi-square 91.587, sig. = 0.00 โมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า pseudo R² Nagelkerke = 0.267 โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 26.70 สำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล ได้แก่ สถานภาพโสด นัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ค่าประมาณค่าสัมประสิทธิ์ -16.010 มีผลเชิงลบ สถานภาพโสดมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลต่ำกว่าผู้ที่หย่าร้าง/หม้าย และระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมตอนปลาย มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.047 ค่าประมาณค่าสัมประสิทธิ์ 0.853 มีผลเชิงบวก

ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมปลายมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในด้านสภาพเศรษฐกิจ ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า chi-square 87.970, sig. = 0.00 โมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า pseudo R² Nagelkerke = 0.250 โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 25.00 สำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับด้านสภาพเศรษฐกิจ ได้แก่ สถานภาพโสด นัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ค่าประมาณค่าสัมประสิทธิ์ -15.644 มีผลเชิงลบ สถานภาพโสดมีระดับสวัสดิการที่ได้รับด้านสภาพเศรษฐกิจแยกจากผู้ที่ย่าร้าง/หม้าย ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมตอนปลาย มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ค่าประมาณค่าสัมประสิทธิ์ 1.715 มีผลเชิงบวก ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมปลายมีระดับสวัสดิการที่ได้รับด้านสภาพเศรษฐกิจดีกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า และอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา นัยสำคัญทางสถิติ 0.066 ค่าประมาณค่าสัมประสิทธิ์ 2.439 มีผลเชิงบวก อาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษามีระดับสวัสดิการที่ได้รับด้านสภาพเศรษฐกิจดีกว่าอาชีพอื่น ๆ

วิจารณ์

ระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาพบว่า ระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลาในทุกด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rakungthong and Intaprom (2024), Juthaphiw (2023), Siriphanpanya (2022) และ Yaempai and Nakfon (2019) ที่กล่าวว่า ประชากรในเขตพื้นที่ศึกษามีระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อ

โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนได้รับประโยชน์อย่างครบถ้วนและมากมายจากโครงการ และได้ใช้สิทธิจากบัตรสวัสดิการแห่งรัฐและบัตรสวัสดิการแห่งรัฐช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน และยังสามารถกระจายรายได้สู่ชุมชน นอกจากนี้หากพิจารณาประเด็นรายด้าน สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ จากผลการวิจัยพบว่า ระดับสวัสดิการที่ได้รับในด้านสิทธิประโยชน์อยู่ในระดับมาก ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าประชาชนได้รับประโยชน์อย่างครบถ้วนและมากมายจากโครงการ และได้ใช้สิทธิจากบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในทุก ๆ เดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yaempai and Nakfon (2019) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันบัตรสวัสดิการแห่งรัฐกำหนดสิทธิประโยชน์ครอบคลุมกับความต้องการของประชาชน และมีความเข้าใจสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตรสวัสดิการเป็นอย่างดี

ด้านคุณภาพชีวิต จากผลการวิจัยพบว่า ระดับสวัสดิการที่ได้รับในด้านคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับมาก ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าบัตรสวัสดิการแห่งรัฐช่วยให้ผู้ถือบัตรสามารถมีชีวิตที่ดีขึ้นในหลาย ๆ ด้าน ทั้งในเรื่องของการลดค่าใช้จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Siriphanpanya (2022) ที่กล่าวว่า บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ใช้ลดภาระค่าครองชีพ ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน และค่าเดินทางสำหรับผู้มีรายได้น้อย

ด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล จากผลการวิจัยพบว่าระดับสวัสดิการที่ได้รับในการสนับสนุนจากรัฐบาลอยู่ในระดับมาก ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่ารัฐบาลให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนอย่างครอบคลุม และได้รับเงินช่วยเหลือจากโครงการสวัสดิการแห่งรัฐอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Siriphanpanya (2022) และ Porncharoenkitkul (2021) ที่กล่าวว่า การขยายขอบเขตการช่วยเหลือให้กว้างขึ้น เช่น การเพิ่มวงเงิน

หรือสวัสดิการภายในบัตรให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อยได้รับสิทธิประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้งานวิจัยของ Che-ubong and Chelong (2024) ที่กล่าวว่าภาครัฐมีการบริหารจัดการช่วยเหลือเยียวยาหลากหลายมาตรการต่อผู้ได้รับผลกระทบต่อเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่สามจังหวัดภาคใต้

ด้านสภาพเศรษฐกิจ จากผลการวิจัยพบว่าระดับสวัสดิการที่ได้รับในด้านสภาพเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าบัตรสวัสดิการแห่งรัฐช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน และสามารถกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งผลให้เศรษฐกิจมีความมั่นคงและเติบโตได้ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Siriphanpanya (2022) และ Jatupornthanaphat (2023) ที่กล่าวว่า ควรสนับสนุนให้ร้านค้าในชุมชนเข้ามาเป็นร้านค้าธงฟ้าในโครงการสวัสดิการแห่งรัฐมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ได้แก่ อายุ เมื่ออายุเพิ่มขึ้น โอกาสได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรสวัสดิการแห่งรัฐลดลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Siriphanpanya (2022) ที่กล่าวว่า อายุที่ต่างกัน มีการรับรู้ประสิทธิผลของนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีอายุน้อยจะมีการเรียนรู้เทคโนโลยีได้มากกว่าผู้ที่มีอายุเยอะ ดังนั้นจึงมีโอกาสที่จะใช้ประโยชน์จากบัตรสวัสดิการแห่งรัฐมากกว่า สถานภาพสมรส บุคคลที่โสดมีโอกาสได้ใช้ประโยชน์จากบัตรสวัสดิการแห่งรัฐต่ำกว่าสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีบทบาททางเพศ ที่กล่าวว่า สิทธิประโยชน์ที่มุ่งเน้นไปยังครอบครัวมากกว่า บุคคลที่เป็นโสด อาจถูกมองว่ามีภาระน้อยกว่าหรือมีความสามารถในการดูแลตนเองมากกว่า และระดับ

การศึกษา ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมปลายมีโอกาสได้รับสิทธิประโยชน์มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yaempai and Nakfon (2019) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการรับรู้ประสิทธิผลนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐแตกต่างกัน

ด้านคุณภาพชีวิต ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลกระทบต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ได้แก่ เพศ พบว่าเพศชายมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีบทบาททางเพศ ที่กล่าวว่า ความแตกต่างด้านคุณภาพชีวิตระหว่างเพศชายและเพศหญิง เกิดจากความคาดหวังทางสังคมที่กำหนดให้แต่ละเพศมีบทบาท หน้าที่ และโอกาสที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงทรัพยากร สิทธิประโยชน์ และคุณภาพชีวิตโดยรวม สถานภาพสมรส ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านคุณภาพชีวิตต่ำกว่าสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีบทบาททางเพศ ที่กล่าวว่า โครงสร้างทางสังคมให้ความสำคัญกับบทบาทของครอบครัวมากกว่าปัจเจกบุคคล โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการ และการยอมรับทางสังคม และระดับการศึกษา ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมปลายมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yaempai and Nakfon (2019) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการรับรู้ประสิทธิผลนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐแตกต่างกัน นอกจากนี้สอดคล้องกับทฤษฎีความเหลื่อมล้ำทางสังคม ที่กล่าวว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมปลาย มักได้รับการสนับสนุนทางสังคมมากกว่า และมีความสามารถในการเข้าใจและใช้สิทธิจากโครงการต่าง ๆ อย่างเต็มที่

ด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลกระทบต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ได้แก่ สถานภาพสมรส ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลต่ำกว่าสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีบทบาททางเพศ ที่กล่าวว่า โครงสร้างทางสังคมให้ความสำคัญกับบทบาทของครอบครัวมากกว่าปัจเจกบุคคล โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการ และการยอมรับทางสังคม และระดับการศึกษา ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมปลายมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yaempai and Nakfon (2019) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการรับรู้ประสิทธิผลนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐแตกต่างกัน นอกจากนี้สอดคล้องกับทฤษฎีความเหลื่อมล้ำทางสังคม ที่กล่าวว่า การสนับสนุนจากรัฐบาลที่เน้นไปที่ผู้ที่มีการศึกษาต่ำ อาจสะท้อนถึงแนวคิดในการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและส่งเสริมความเสมอภาคของโอกาส

ด้านสภาพเศรษฐกิจ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลกระทบต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ได้แก่ ระดับการศึกษา ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมปลายมีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านสภาพเศรษฐกิจที่ดีกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yaempai and Nakfon (2019) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการรับรู้ประสิทธิผลนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐแตกต่างกัน นอกจากนี้สอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวัง ที่กล่าวว่า ผู้ที่เรียนจบระดับการศึกษาต่ำหรือหยุดเรียนเร็ว อาจมีสถานะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่าในระยะสั้น เพราะเข้าสู่ตลาดแรงงานเร็วกว่า ลดภาระหนี้ และสามารถ

เลือกอาชีพที่สร้างรายได้โดยไม่ต้องใช้วุฒิการศึกษาสูง และอาชีพ อาชีพนักเรียน/นักศึกษาที่มีระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐด้านสภาพเศรษฐกิจที่ดีขึ้นมากกว่าอาชีพอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Siriphanpanya (2022) และ Yaempai and Nakfon (2019) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการรับรู้ประสิทธิผลนโยบายบัตรสวัสดิการแห่งรัฐแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีความเหลื่อมล้ำทางสังคม ที่กล่าวว่า หลายคนยังได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว หรือมีทุนการศึกษาและสวัสดิการจากภาครัฐ ทำให้มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีกว่ากลุ่มแรงงานที่ต้องหาเลี้ยงชีพเอง

สรุป

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับสวัสดิการที่ได้รับ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ผลการศึกษาพบว่า ระดับสวัสดิการที่ได้รับของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับสวัสดิการที่ได้รับด้านสิทธิประโยชน์ ได้แก่ อายุ สถานภาพโสด และระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า ด้านคุณภาพชีวิต ได้แก่ เพศชาย สถานภาพโสด และระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ได้แก่ สถานภาพโสด และระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า และด้านสภาพเศรษฐกิจ ได้แก่ สถานภาพโสด ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

เอกสารอ้างอิง

Che-ubong, I. and A. Chelong. 2024. Quality of life of youth amid unrest in three southern border provinces. Journal for Community Development and Life Quality 12(3): 248-260. (in Thai)

Juthaphiw, R. 2023. Factors influencing the success or failed of implementation of the government welfare card policy. Journal of Social Science and Culture 7(8): 191-200. (in Thai)

Kanmalay, N., M. Sawatwong, T. Chanphong, P. Pholson and N. Kodkong. 2022. State benefit card holders of population. Journal of Legal Entity Management and Local Innovation 8(9): 362-372. (in Thai)

Office of the National Economic and Social Development Council. 2024. Poverty and inequality report 2023. (Online). Available: https://www.nesdc.go.th/wordpress/wpcontent/uploads/2025/04/article_20241003144258.pdf (September 10, 2024). (in Thai)

Office of the Prime Minister. 2024. Report on the monitoring of the civil state welfare project providing assistance through the state welfare card. (Online). Available: http://www.pmi.opm.go.th:8081/inspect_main/uploadfiles/ (September 8, 2024). (in Thai)

Pomcharoenkittkul, A. 2021. People's quality of life whom posses state welfare card case study, Don Tum district, Nakhonpathom province. Journal of MCU Buddhapanya Review 6(2): 120-131. (in Thai)

Rakungthong, A. and W. Intaprom. 2024. Implementation of the state welfare card policy by Bangkhen district office, Bangkok. PNRU Academic Journal 3(2): 1-14. (in Thai)

Siriphanpanya, J. 2022. The satisfaction of people with the government welfare

card project in Maha Sarakham province. Journal of Research and Development Institute, Rajabhat Maha Sarakham University 9(1): 287-298. (in Thai)

Songkhla Provincial Governor's Offices. 2024. History and data. (Online). Available: https://www.songkhla.go.th/content/history_ (October 14, 2024). (in Thai)

Thepha District Agricultural Extension Office, Songkhla Province. 2024. District agricultural development plan, Thepha district, Songkhla province 2023-2027. (Online). Available:

<https://storage2.me-qr.com/pdf/2aa13a7b-6d09-47bc-9b98-3e6218ec02ab.pdf> (October 14, 2024). (in Thai)

Vanichbuncha, K. 2019. Advanced Statistical Analysis with SPSS for Windows. 14th ed. Chulalongkorn University Press, Bangkok. (in Thai)

Yaempai, S. and P. Nakfon. 2019. An evaluation of state welfare policy: A case study Lad Krabang district. Nakhon Lampang Buddhist College's Journal 8(1): 136-145. (in Thai)

การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพบนโซเชียลมีเดีย
ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
Analysis of Health Food Buying Behavior on Social Media of
Undergraduate Students at Bangkokthonburi University
ณัฐนิชา เล็กบุรุษ^{1*} กุลวุฒิ โตพิจิตร¹ วัศยา สำราญทรัพย์¹ และ ปาลิตา คำขวัญ²
Nutnicha Lekburut^{1}, Kunlawut Topijit¹, Wasaya Samransap¹
and Palita Kamkhwan²*

¹คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10170

¹Faculty of Communication Arts, Bangkokthonburi University, Bangkok 10170, Thailand

²วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร 10300

² College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University, Bangkok 10300, Thailand

*Corresponding author: E-mail: nutnicha.lek@bkkthon.ac.th

(Received: September 4, 2025; Revised: October 21, 2025 ; Accepted: November 13 , 2025)

Abstract: This study aims to: (1) examine the factors influencing the decision to purchase health food among undergraduate students at Bangkokthonburi University via social media platforms, (2) analyze the relationship between social media usage behavior and the frequency of health food purchases, and (3) explore students' opinions and perspectives on the role of online content and communication affecting their purchasing decisions. The sample consisted of 400 undergraduate students from Bangkokthonburi University. Data were collected using a questionnaire and analyzed through descriptive statistics and multiple regression analysis.

The findings reveal that most respondents were female, aged between 21 and 23 years, studying in the Faculty of Law, with an average monthly income between 5,001 and 10,000 Baht. Regarding purchasing behavior, most students reported buying health food online at least once a week. Analysis of the extended marketing mix (7Ps) indicated no significant differences across price, process, physical evidence, place, and people. However, the product and promotion factors were found to have a statistically significant influence on purchasing decisions at the 0.05 level.

Keywords: Consumer behavior, social media, purchase decision, 7Ps marketing mix

บทคัดย่อ: การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดียกับความถี่ในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ 3) สำรวจความคิดเห็นและมุมมองของนักศึกษาต่อบทบาทของเนื้อหาและการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สถิติเชิงถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-23 ปี กำลังศึกษาคณะนิติศาสตร์ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท โดยพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง สำหรับปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านบุคคล ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค โฆษณามีเดีย การตัดสินใจซื้อ ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

คำนำ

ในปัจจุบันแนวโน้มอาหารเพื่อสุขภาพ ได้รับความนิยมนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากทั่วโลก และในประเทศไทย เนื่องจากคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ การลดความเสี่ยงต่อโรคเรื้อรัง และการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่ม นักศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคและการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การเลือกอาหารเพื่อสุขภาพ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะส่งผลต่อสุขภาพ ทั้งในปัจจุบันและระยะยาว ข้อมูลจาก Bureau of Nutrition (2022) รายงานผลการวิเคราะห์พฤติกรรม การกินผักผ่าน Application H4U ในปี พ.ศ. 2565 (รอบ 5 เดือน) พบว่า ประชาชนวัยทำงานอายุ 25-59 ปี กินผักวันละ 5 ทัพพี คิดเป็นร้อยละ 52.38 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มประชาชนอายุ 15-59 ปี ที่ทำได้ร้อยละ 51.41

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โฆษณามีเดียได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ปฏิวัติวิถีชีวิต การสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูล และการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน (Rani *et al.*, 2023) โดยเฉพาะในด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารที่สะท้อนถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการกำหนดความชอบและรูปแบบการบริโภคสมัยใหม่ (Moghbeli *et al.*, 2023) ผู้บริโภคใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เป็นแหล่งแรงบันดาลใจและแนวทางในการเลือกอาหาร โดยมีกรยอมรับทางสังคมเป็นปัจจัยกำหนดการบริโภคที่สำคัญ (Rini *et al.*, 2024) แพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Instagram, YouTube, และ Facebook เผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับอาหารที่ดึงดูดสายตา ไม่ว่าจะเป็นเทรนด์ใหม่ เมนู หรือประสบการณ์จากวัฒนธรรมทั่วโลก (Canet *et al.*, 2021) สื่อเสมือนเหล่านี้จึงมีอิทธิพลโดยตรงต่อรสนิยม ความต้องการ และการเลือกบริโภคอาหาร ทั้งยังช่วย

เปลี่ยนนิสัยการบริโภคแบบดั้งเดิมไปสู่แนวโน้มที่สะท้อนวิถีชีวิตสมัยใหม่ (Rounsefell *et al.*, 2020) แม้โฆษณามีเดียจะเปิดโอกาสทางธุรกิจสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพ แต่ผู้ประกอบการยังเผชิญความท้าทายหลัก ได้แก่ การขาดความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคยุคใหม่ (โดยเฉพาะนักศึกษา) การแข่งขันรุนแรงที่สร้างความแตกต่างได้ยาก ความท้าทายในการสร้างเนื้อหาการตลาดที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงต้นทุนดำเนินงานสูง และความไม่แน่นอนของอัลกอริทึม ซึ่งกระทบต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและการวางแผนระยะยาว

ผลการตรวจสอบสุขภาพประจำปีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี พบว่า สภาวะสุขภาพมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักรู้และความใส่ใจในสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อนักศึกษาทราบผลตรวจที่บ่งชี้ความเสี่ยงด้านสุขภาพ นำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภค การวิจัยนี้จึงมุ่งตอบคำถามสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของนักศึกษา เช่น บทบาทของคุณภาพเนื้อหาบน โฆษณามีเดีย ความถี่ในการใช้งาน และลักษณะการสื่อสาร รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างสภาวะสุขภาพกับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการอาหารเพื่อสุขภาพในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม และสนับสนุนการสร้างสุขภาวะที่ดีตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ดังนั้น วัตถุประสงค์หลักของการวิจัยนี้คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โฆษณามีเดียและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพบน โฆษณามีเดียของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

อุปกรณ์และวิธีการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีทุกสาขาวิชา จำนวน 13,317 คน (ข้อมูล ณ เมษายน พ.ศ. 2566) กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาทุกสาขาวิชาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุม นักศึกษาที่มีลักษณะแตกต่างกัน ส่วนขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งออกแบบตามทฤษฎีพฤติกรรมวางแผน (Theory of Planned Behavior) โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ปีการศึกษา และคณะที่กำลังศึกษา โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (check list) ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน โซเชียลมีเดีย โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบและแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยมีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีข้อคำถามจำนวน 29 ข้อ ครอบคลุมทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (likert scale) ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด แบบสอบถามนี้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขา ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ผู้เชี่ยวชาญด้าน

โซเชียลมีเดีย และผู้เชี่ยวชาญด้านพฤติกรรมผู้บริโภค โดยคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence: IOC) ตามแนวทางของ Leekitchwatana (2016) และทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการแบบสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน โดยทำการทดสอบแบบ Cronbach's Alpha ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach เท่ากับ 0.89 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับดีมาก แสดงถึงความสอดคล้องภายในสูง (Internal Consistency) ตามเกณฑ์ของ Nunnally and Bemstein (1994)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เก็บรวบรวมโดยตรงที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยดำเนินการในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Forms และออนไลน์ เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ครบ นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สถิติวิเคราะห์ ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เก็บรวบรวมจากเอกสารบทความ ข้อมูลทางสถิติและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายงานค้นคว้าแบบอิสระ เอกสารเผยแพร่และข้อมูลจากเว็บไซต์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดียและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานใช้ การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อ ตัวแปรตาม ส่วนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาคูณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.50 มีอายุระหว่าง 21-23 ปี คิดเป็นร้อยละ 48 กำลังศึกษาในคณะนิติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 29 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท ร้อย 43 และมักจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านโซเชียลมีเดียในอัตรา 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 36.3

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดียในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้โซเชียลมีเดียในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทาง TikTok มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.94 โดยมีระยะเวลาที่ใช้โซเชียลมีเดียเฉลี่ยต่อวัน 1-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 54 โดยส่วนใหญ่เคยพบเห็นโฆษณาหรือการรีวิวอาหารเพื่อสุขภาพบนโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 92 จากแพลตฟอร์ม TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่มีการโฆษณาหรือรีวิวอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48 จะให้ความสนใจกับโฆษณาการรีวิวอาหารเพื่อสุขภาพบนโซเชียลมีเดียในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 60 สำหรับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม พบว่า กลุ่มตัวอย่างบางครั้งจะกดไลก์โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพบนโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 43 ในขณะที่บางคนบางครั้งแชร์โพสต์หรือวิดีโอเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพให้เพื่อนหรือครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 36 อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยแสดงความคิดเห็นในโพสต์เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 35 ส่วนการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ภายหลัง พบว่า นาน ๆ ครั้งกดบันทึกโพสต์เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อนำไปใช้ภายหลัง คิดเป็นร้อยละ 33.30 สุดท้าย พบว่า บางครั้งเคยซื้ออาหารเพื่อสุขภาพตามคำแนะนำจากโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 33

3. ผลการศึกษาระบบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) มีผลสำคัญต่อการตัดสินใจ

ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพบนโซเชียลมีเดีย โดยได้รับการประเมินในระดับ “เห็นด้วยมากที่สุด” ($\bar{X} = 4.30$) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าองค์ประกอบต่าง ๆ ของ 7Ps มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (product) อยู่ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของคุณภาพสินค้าในกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของวัตถุดิบและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) อยู่ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) ซึ่งบ่งชี้ว่า โปรโมชั่นพิเศษและการตลาดออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก การใช้โฆษณาและรีวิวที่น่าสนใจช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค ด้านราคา (price) อยู่ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) ราคาที่เหมาะสมและโปรโมชั่นลดราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับงบประมาณด้านกระบวนการให้บริการ (process) อยู่ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) ซึ่งหมายความว่า ระบบการสั่งซื้อออนไลน์ที่ใช้งานง่ายและการบริการที่รวดเร็วก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) อยู่ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) ซึ่งหมายถึง ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์หรือเพจร้านค้า และข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น วันหมดอายุ วิธีเก็บรักษา และส่วนประกอบของสินค้า ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (place) อยู่ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) ซึ่งบ่งชี้ว่าความสะดวกในการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram, LINE, Shopee, Lazada มีผลสำคัญในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ และด้านบุคคล (people) อยู่ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความน่าเชื่อถือของแบรนด์และการบริการที่ดีจากพนักงานเป็น

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของนักศึกษาปริญญาตรี ได้แก่ การส่งเสริมการตลาดมีค่า sig. = 0.000 และผลิตภัณฑ์ มีค่า

sig. = 0.039 ซึ่งทั้งสองปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 รายละเอียดดัง Table 1

Table 1. Multiple regression analysis of marketing mix factors influencing the purchase decision of health food among undergraduate students

Determinants of consumer purchasing decisions	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. Product	-0.148	0.071	-0.153	-2.075	0.039
2. Price	0.016	0.079	0.014	0.202	0.840
3. Place	0.032	0.067	0.034	0.477	0.634
4. Promotion	0.362	0.067	0.436	5.406	0.000
5. People	0.029	0.057	0.035	0.505	0.614
6. Process	-0.042	0.068	-0.049	-0.627	0.531
7. Physical evidence	-0.111	0.060	-0.121	-1.850	0.065

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพบนโซเชียลมีเดียของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี คุณลักษณะส่วนบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-23 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มอายุที่มีความนิยมในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านโซเชียลมีเดีย โดยกลุ่มตัวอย่าง กำลังศึกษาในคณะนิติศาสตร์ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท และมักจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านโซเชียลมีเดียในอัตรา 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสนใจในอาหารเพื่อสุขภาพที่สะดวกในการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดีย ที่พบว่า TikTok และ Instagram เป็นแพลตฟอร์มที่นักศึกษานิยมใช้มากที่สุดในการสั่งซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เพราะเป็นแพลตฟอร์มที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอสั้นและภาพที่ดึงดูดความสนใจ (visual

content) มีฟังก์ชันการใช้งานที่ง่ายและเข้าถึงได้ทันที (user-friendly and instant access) รวมถึงการสร้างกระแส (trending) และรีวิวจากผู้มีอิทธิพล (influencer reviews) ที่ช่วยกระตุ้นความต้องการและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อได้อย่างรวดเร็ว และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภควัยรุ่นในยุคปัจจุบันที่ให้ความสนใจกับเนื้อหาที่เป็นภาพและวิดีโอสั้นมากกว่าข้อความยาว ๆ ทำให้โฆษณาและวีวีสั้นค้าในรูปแบบวิดีโอมีแนวโน้มดึงดูดความสนใจและกระตุ้นการซื้อได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Penpargul and Boonpatcharanon (2023) ถึงพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มในการซื้อสินค้าออนไลน์ของคนไทยช่วง Gen Y และ Gen Z ที่พบว่า วิดีโอสั้นผ่านโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้า เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมในการซื้อสินค้าออนไลน์ เพราะผู้บริโภคมักมีความพึงพอใจในเนื้อหาที่แบรนด์ขายสินค้าผ่านการเล่าเรื่องในรูปแบบวิดีโอสั้นมากกว่าภาพนิ่งและสามารถช่วย

กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อได้ นอกจากนี้ยังมี การศึกษาของ Somprasong (2024) ที่พบว่า อิทธิพลของ Influencer บนสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook Instagram และ TikTok มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค

2. จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ด้านราคา (price) ราคาที่เหมาะสม การลดราคาช่วงเทศกาล ซึ่งสะท้อนว่ากลุ่มนักศึกษาคิดว่า ความสำคัญกับความคุ้มค่าเมื่อเลือกซื้อสินค้า สอดคล้องกับการศึกษาของ Rattanakanokkan and Vongpatchim (2020) ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Silarak *et al.* (2025) ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาที่เหมาะสม 2) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (place) ความสะดวกในการสั่งซื้อออนไลน์และความรวดเร็วในการจัดส่ง และ ช่องทางการสั่งซื้อที่หลากหลาย เช่น TikTok, Instagram, Facebook, LINE, Shopee, Lazada เป็นปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งสะท้อนพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่ต้องการ การซื้อสินค้าที่ง่ายและสะดวก สอดคล้องกับการศึกษาของ Klaysung (2021) ช่องทางจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายช่องทาง เช่น Facebook, LINE, Instagram มีผู้ใช้อย่างแพร่หลาย และหากร้านค้าทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้หลายช่องทางและเข้าถึงสินค้าได้ง่าย และผู้บริโภคประทับใจสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้โดยง่าย 3) ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง (people) แบนด์ที่มีความน่าเชื่อถือช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค โดยบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูล คำแนะนำ หรือให้บริการแก่ลูกค้าจะส่งผลโดยตรงต่อการ

ตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งหมายถึง ทั้งพนักงานขายและ แบนด์ที่สามารถสร้างความไว้วางใจได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Sriboonak and Phongsataya (2019) สินค้าที่ผู้ขายแนะนำผ่านช่องทางออนไลน์มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และ ผู้ขายมีการให้คำแนะนำสินค้าแก่ลูกค้าผ่านเว็บไซต์ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ 4) ด้านกระบวนการให้บริการ (process) ระบบสั่งซื้อออนไลน์ที่ง่ายและรวดเร็วเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวัง ครอบคลุมตั้งแต่ การสั่งซื้อ การชำระเงิน การจัดส่ง และนโยบายการคืนสินค้า โดยเฉพาะ นโยบายการคืนสินค้า/คืนเงินที่ชัดเจน และเป็นธรรม ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค สอดคล้องกับการศึกษา Suwannasin *et al.* (2023) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ‘ร้านกลับตानी โรตีสวนมนเงินน้ำยา กุ้ง ไข่ ซัก ปัก ขี้ไต้’ สาขาพิษณุโลก ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ดังกล่าวช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการสั่งซื้อสินค้า อีกทั้งยังสามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ” และ 5) ด้านลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) เว็บไซต์/เพจร้านค้า และแพลตฟอร์มที่น่าเชื่อถือช่วยสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าออนไลน์และคุณภาพของสินค้า เช่น บรรจุภัณฑ์ ฉลาก และการนำเสนอข้อมูลผ่านแพลตฟอร์ม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Danpitakul and Hansanti (2020) ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดี ราคาที่เหมาะสม ความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป สามารถสร้างทัศนคติให้กับผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Tangpattanakit *et al.* (2024) ความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวพันสูง โดยชื่อเสียงของแบรนด์ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวพันสูง ผ่านการรับรู้คุณค่า ด้านเงินที่จ่ายไปในบทบาทของตัวแปรคั่นกลางแบบ

บางส่วน และผ่านการรับรู้ด้านคุณภาพในบทบาทของตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูร์ม

นอกจากนี้แล้ว ในการศึกษายังพบว่า การรีวิวจากผู้ใช้งานจริงและการแนะนำจาก Influencer มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่สูง ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มของ Influencer Marketing ที่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Kong-im (2023) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์และการศึกษาของ Tanudom and Boonpienpon (2024) ที่พบว่า ปัจจัยของ Influencer ด้านความชำนาญเชี่ยวชาญ และด้านความไว้วางใจ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย ในส่วนของด้านผลิตภัณฑ์ (product) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ คุณภาพของวัตถุดิบ ฉลากโภชนาการ และมาตรฐานรับรองมากที่สุด แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีความใส่ใจต่อสุขภาพและต้องการข้อมูลที่ชัดเจนก่อนตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นแนวโน้มที่พบได้ในกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่มักตรวจสอบข้อมูลสินค้าก่อนซื้อ สอดคล้องกับการศึกษาของ Nunthaegapong and Panthong (2022) ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะเรื่องมาตรฐานและคุณภาพของสินค้านั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมาก

สรุป

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรม การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โดยเฉพาะในยุคที่โซเชียลมีเดียกลายเป็นช่องทางสำคัญในการรับข้อมูลและตัดสินใจซื้อสินค้า นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น TikTok, Instagram และ Facebook อย่างน้อยยี่สิบห้าครั้งหนึ่งครั้ง โดยมีการตอบสนองต่อเนื้อหา

เช่น การกดไลค์ แชร์ แสดงความคิดเห็น หรือบันทึกโพสท์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเนื้อหาในโซเชียลมีเดียส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างชัดเจน ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ คือ ด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด เช่น การรีวิวสินค้า โปรโมชัน หรือการแนะนำจากอินฟลูเอนเซอร์ ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ อย่างราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือกระบวนการให้บริการ แม้จะมีผลแต่ไม่ได้แตกต่างกันมากในมุมมองของผู้บริโภคกลุ่มนี้

เอกสารอ้างอิง

- Bureau of Nutrition. 2022. Report on the analysis according to indicator 1.17 percentage of working-age individuals aged 25-59 with desirable behaviors, Nutritional Division, 5-month period, year 2022. (Online). Available: <https://nutrition2.anamai.moph.go.th/web-upload> (March 9, 2025). (in Thai)
- Canet, L. N., M. C. E. De Luna and F. A. Eleogo. 2021. Impacts of social media in promoting food products. *International Journal of Tourism and Hospitality* 1(51): 527-543.
- Danpitakul, T. and S. Hansanti. 2020. The influence of consumers' perception toward attitude and purchase intention of Gucci products. *Dhonburi Rajabhat University Journal* 14(1): 175-189. (in Thai)
- Klaysung, C. 2021. Factors affecting consumer buying decisions about goods social media in Bangkok. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal* 15(1): 37-69. (in Thai)
- Kong-im, J. 2023. Factors influencing product purchasing decision via online application in digital era of customers in Nonthaburi

- province. *Journal of Buddhist Innovation and Management* 6(4): 122-132. (in Thai)
- Leekitchwatana, P. 2016. *Research Methods in Education. Mean Service Supply*, Bangkok. 408 p. (in Thai)
- Moghbeli, F., S. Rahimian, A. Farajzadeh, A. Khamineh, H. K. Moghadam and R. Ghasemi. 2023. Social media and nutritional habits among nutrition students: A social work perspective. *Frontiers in Health Informatics* 12:173, doi: 10.30699/fhi.v12i0.514.
- Nunnally, J. C. and I. H. Bernstein. 1994. *Psychometric Theory*. McGraw-Hill, New York.
- Nunthaegapong, W and S. Panthong. 2022. Factors affecting decisions of working-age population to purchase dietary supplements from convenience stores in Bangkok. *Journal of Innovation and Management* 12(4) : 119-138. (in Thai)
- Penpargul, N and S. Boonpatcharanon. 2024. Factors affecting purchase intention from short form video on social media between informative video and humorous video. *Procedia of Multidisciplinary Research* 2(5): 1-11. (in Thai)
- Rani, P., R. Tyagi, J. Kathpalia and V. Kumari. 2023. Impact of social media on the health of the rural youth: A sociological study. *IAHRW International Journal of Social Sciences Review* 11(2): 247-251.
- Rattanakanokkan, A. and P. Vongpatchim. 2020. Confirmatory factor analysis, factors affecting consumer purchasing decisions via social networks in Udon Thani municipality. *Srinakharinwirot Business Journal* 11(1): 44-63. (in Thai)
- Rini, L., J. J. Schouteten, I. Faber, M. B. Frøst, F. J. A. Perez-Cueto and H. De Steur. 2024. Social media and food consumer behavior: A systematic review. *Trends in Food Science and Technology* 143: 104290, doi:10.1016/j.tifs.2023.104290.
- Rounsefell, K., S. Gibson, S. McLean, M. Blair, A. Molenaar, L. Brennan, H. Truby and T.A. McCaffrey. 2020. Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition and Dietetics* 77(1): 19-40.
- Silarak, S., N. Tubkrut, S. Boonkua, J. Uieng, K. Rattanapan and L. Vittaya. 2025. Marketing factors and consumer behavior affecting the decision to purchase koh sukorn watermelon in palian district, trang province. *Journal for Community Development and Life Quality* 13(2): 174-182. (in Thai)
- Somprasong, G. 2024. The influencer influence on social media: facebook, instagram, and tiktok that affects consumers' decision to choose restaurant services in Bangkok. *Journal of Political Science Suan Sunandha Rajabhat University* 7(1): 63-77. (in Thai)
- Sriboonak, T. and U. Phongsataya. 2019. Marketing mix affecting the buying decision process of Korean cosmetics via online application. *Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University* 2(3): 88-100. (in Thai)

- Suwannasin, N., P. Kantarattanakun and K. Sungkawadee. 2023. Development of online trading system: A case study of Klabtani Phitsanulok. Rom Yoong Thong Journal 1(2): 36-52. (in Thai)
- Tangpattanakit, J., P. Senariddhikrai and T. Khotchasen. 2024. Influences of brand credibility and brand prestige that affects the purchase intention of a high involvement product: A case study of TOYOTA car brand. Journal of Management Sciences Kasetsart University 3(1): 37-56. (in Thai)
- Tanudom, Y and N. Boonpienpon. 2024. Factors of pet influencers affecting decision to purchase pet food supplement of generation yconsumers. Journal of Arts Management 8(2): 180-199. (in Thai)
- Yamane, T. 1967. Elementary sampling theory: Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J. 450 p.
-

การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาเด็กปฐมวัย: รากฐานสู่การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

Parental Engagement in Early Childhood Development: A Foundation

for Sustainable Social Development

กาญจนา เกวราชลี^{1*} พงษ์พันธ์ พึ่งตน² และ ธนกรุต เต็งประวัต¹

Kanjana Thaochalee^{1*}, Pongpun Puington² and Thanakrit Tengprawat³

¹สาขาการพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จ.สุรินทร์ 32000

Department of Social Development, Faculty of Humanities and Social Sciences, Surindra Rajabhat University, Surin 32000, Thailand

²สาขาสังคมศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จ.สุรินทร์ 32000

Department of Social Studies, Faculty of Humanities and Social Sciences, Surindra Rajabhat University, Surin 32000, Thailand

*Corresponding author: kanjana.t@sru.ac.th

(Received: December 4, 2025; Revised: February 12, 2026; Accepted: March 25, 2026)

Abstract: This study is a documentary review aiming to analyze factors affecting the level of parental engagement in early childhood development, to synthesize appropriate strategies for promoting parental engagement in the Thai context, and to propose policy and practical implications for sustainable early childhood development. Data were obtained from academic articles, research reports, and national and international databases on children and families published between 2015 and 2024. The findings indicate that while overall parental engagement in early childhood development is at a relatively high level, significant disparities exist according to maternal education, household socioeconomic status, and access to home learning resources. The home learning environment plays a crucial mediating role in linking socioeconomic conditions with child developmental outcomes. Moreover, participatory models that involve parents in all stages of the intervention process -planning, implementation, and evaluation—demonstrate the highest effectiveness. The results highlight that strengthening parental capacity and providing systematic policy support are essential mechanisms for enhancing the quality of early childhood development and achieving sustainable social development.

Keywords: Parental engagement, early childhood development, home learning environment, sustainable social development

บทคัดย่อ: การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงทบทวนเอกสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาเด็กปฐมวัย สังเคราะห์แนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองที่เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย รวมทั้งเสนอแนวทางเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาเด็กปฐมวัยบนฐานการมีส่วนร่วมของครอบครัวเพื่อความยั่งยืนของสังคม ข้อมูลได้จากการทบทวนเอกสารทางวิชาการ รายงานวิจัย และฐานข้อมูลด้านเด็กและครอบครัวทั้งในและต่างประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2558-2567 ผลการศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง แต่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญตามระดับการศึกษาของมารดา ฐานะทางเศรษฐกิจของครัวเรือน และการเข้าถึงทรัพยากรการเรียนรู้ในบ้าน โดยสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้านทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับพัฒนาการของเด็ก

นอกจากนี้ รูปแบบการมีส่วนร่วมที่เปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาถือเป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการเสริมสร้างศักยภาพผู้ปกครองและการสนับสนุนเชิงนโยบายอย่างเป็นระบบเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพการพัฒนาเด็กปฐมวัยและการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง เด็กปฐมวัย สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน

คำนำ

แม้ประเทศไทยจะมีนโยบายด้านการพัฒนาเด็กปฐมวัยอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงพบความเหลื่อมล้ำด้านโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรการเรียนรู้ และความแตกต่างของบทบาทผู้ปกครองตามสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้คุณภาพการพัฒนาเด็กแตกต่างกัน จึงเกิดความจำเป็นในการสังเคราะห์องค์ความรู้เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองที่เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย การพัฒนาเด็กปฐมวัยเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความมั่นคงของสังคมในระยะยาวเด็กในช่วงอายุ 0-5 ปี เป็นช่วงวัยที่สมองมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและสามารถพัฒนาได้สูงสุด หากได้รับการส่งเสริมอย่างเหมาะสม การลงทุนในช่วงปฐมวัยจึงให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมสูงกว่าการลงทุนในช่วงวัยอื่น (Heckman, 2011; Heckman and Masterov, 2007) องค์การยูนิเซฟและองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ต่างยืนยันว่า การพัฒนาเด็กปฐมวัยที่มีคุณภาพช่วยลดความเหลื่อมล้ำ เพิ่มโอกาสทางการศึกษา และเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของประชากรในระยะยาว (UNICEF Thailand, 2022; Organization for Economic Co-operation and Development, 2025) ในบริบทของประเทศไทย แม้จะมีนโยบายด้านการพัฒนาเด็กปฐมวัยอย่างต่อเนื่องแต่ยังพบความแตกต่างด้านโอกาสการเข้าถึงทรัพยากรและคุณภาพการเลี้ยงดู โดยเฉพาะในครัวเรือนที่มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ

บทบาทของผู้ปกครองและสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน การมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง

(parental engagement) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพัฒนาการของเด็กทั้งด้านสติปัญญา ภาษา อารมณ์ และสังคม โดยเฉพาะการจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน (home learning environment: HLE) เช่น การอ่านหนังสือ การเล่นนิทาน การเล่นร่วมกัน และการสื่อสารเชิงบวกกับเด็ก (Epstein, 1995; Vanbecelaere *et al.*, 2021) งานวิจัยระบุว่าเด็กที่เติบโตในครอบครัวที่ผู้ปกครองมีบทบาทเชิงรุกในการส่งเสริมการเรียนรู้ จะมีพัฒนาการด้านสติปัญญาและทักษะทางสังคมสูงกว่าเด็กที่ขาดการสนับสนุนจากครอบครัว (Sun and Wang, 2022; Organization for Economic Co-operation and Development, 2025) สอดคล้องกับงานวิจัยที่กล่าวถึงระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองยังแตกต่างกันตามระดับการศึกษาของมารดา ความมั่งคั่งของครัวเรือน และพื้นที่อยู่อาศัย โดยครอบครัวที่มีทรัพยากรด้านการเรียนรู้ เช่น หนังสือเด็ก มีโอกาสสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับบุตรหลานได้มากกว่า (Topothai *et al.*, 2025)

กรอบแนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายคือกรอบความร่วมมือครอบครัว-โรงเรียน-ชุมชนของ Epstein ซึ่งจำแนกการมีส่วนร่วมออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ การอบรมเลี้ยงดู การสื่อสาร การเป็นอาสาสมัคร การเรียนรู้ที่บ้าน การตัดสินใจ และการร่วมมือกับชุมชน (Epstein, 1995; Vance, 2024) ในประเทศไทย งานวิจัยของ Ponmark *et al.* (2019) พบว่ารูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองที่เน้นการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน สามารถยกระดับพฤติกรรมการส่งเสริมพัฒนาการของผู้ปกครองและพัฒนาการเด็กได้อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ Changphoo *et al.*

(2020) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่เปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบ จะช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาปฐมวัยโดยรวม อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเด็ก แต่ยังมีข้อจำกัดด้านเวลา ความรู้ และทรัพยากร โดยเฉพาะในครัวเรือนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมีความจำเป็นในการสังเคราะห์องค์ความรู้ วิเคราะห์บทบาทของผู้ปกครอง และเสนอแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาเด็กปฐมวัยเพื่อเป็นรากฐานสู่การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาเด็กปฐมวัย สังเคราะห์แนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองที่เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย รวมทั้งเสนอแนวทางเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาเด็กปฐมวัย บนฐานการมีส่วนร่วมของครอบครัวเพื่อความยั่งยืนของสังคม

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงทบทวนเอกสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาเด็กปฐมวัย สังเคราะห์แนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองที่เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย รวมทั้งเสนอแนวทางเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาเด็กปฐมวัยบนฐานการมีส่วนร่วมของครอบครัวเพื่อความยั่งยืนของสังคม โดยใช้กรอบแนวคิดด้านการพัฒนาเด็กปฐมวัย การลงทุนในทุนมนุษย์และการมีส่วนร่วมของครอบครัวเป็นฐานในการวิเคราะห์ (Epstein, 1995; UNICEF Thailand, 2022)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาครั้งนี้ในเชิงการทบทวนเอกสาร ครอบคลุมงานวิจัย รายงานทางวิชาการ และฐานข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวข้องกับ

การศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาเด็กปฐมวัย ซึ่งตีพิมพ์และเผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2567 ทั้งในระดับนานาชาติและในบริบทประเทศไทย โดยมีขอบเขตเนื้อหาครอบคลุมประเด็น (1) การพัฒนาเด็กปฐมวัย (2) การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและครอบครัว (3) สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน (Home Learning Environment) และ (4) ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการเลี้ยงดูเด็กปฐมวัย (Organization for Economic Co-operation and Development, 2025; Topothai *et al.*, 2025)

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ คือ การคัดเลือกเอกสารอ้างอิงใช้แนวทางการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบตามหลัก PRISMA framework โดยพิจารณาความเกี่ยวข้องของเนื้อหาคุณภาพทางวิชาการ และความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล งานที่นำมาสังเคราะห์ต้องผ่านการตีพิมพ์หรือรับรองโดยหน่วยงานวิชาการ และมีข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถนำมาเปรียบเทียบได้

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้เป็นเครื่องมือเชิงเอกสาร ประกอบด้วย (1) แบบบันทึกการวิเคราะห์เอกสาร ซึ่งพัฒนาขึ้นเพื่อใช้จัดบันทึกสาระสำคัญของเอกสารแต่ละฉบับในประเด็นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การศึกษา กรอบแนวคิด วิธีวิจัย กลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษา และข้อเสนอเชิงนโยบาย (2) ตารางสรุปผลการทบทวนวรรณกรรม สำหรับจัดระบบข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบแนวคิด ผลการศึกษาและข้อค้นพบของงานวิจัยแต่ละฉบับ และ (3) กรอบการสังเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยอ้างอิงแนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองของ Epstein (1995) และแนวคิดเศรษฐศาสตร์การลงทุนในวัยเด็กของ UNICEF Thailand (2022) เป็นโครงสร้างในการจัดหมวดหมู่ข้อมูล

การสืบค้นเอกสารใช้คำค้นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้ครอบคลุมมิติการพัฒนาเด็กปฐมวัยและการมีส่วนร่วมของครอบครัว ได้แก่

“การมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง”, “เด็กปฐมวัย”, “สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน”, “parental engagement”, “early childhood development”, และ “home learning environment” โดยใช้การเชื่อมคำค้นแบบ AND/OR เพื่อเพิ่มความแม่นยำและความครอบคลุมของเอกสารที่เกี่ยวข้องของการทบทวนวรรณกรรมดำเนินการอย่างเป็นระบบเริ่มจากการสืบค้นเอกสารจากฐานข้อมูลวิชาการ การคัดกรองชื่อเรื่องและบทคัดย่อ การประเมินความเกี่ยวข้องเชิงเนื้อหา และการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ก่อนเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ร่วมกัน ข้อมูลจากเอกสารที่ผ่านการคัดเลือกถูกวิเคราะห์โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งเน้นการจำแนกสาระสำคัญออกเป็นหมวดหมู่ตามกรอบแนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและแนวคิดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน ผลการวิเคราะห์ถูกสังเคราะห์ในรูปแบบเชิงเปรียบเทียบเพื่อค้นหาแนวโน้มร่วม ความแตกต่าง และข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเด็กปฐมวัยในบริบทประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม เอกสารที่ผ่านการคัดเลือกถูกจัดหมวดหมู่ตามประเด็นหลัก ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว รูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง และสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นระบบและสามารถเชื่อมโยงเชิงทฤษฎีได้อย่างชัดเจน แหล่งข้อมูลที่ใช้เป็นแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ฐานข้อมูลวารสารวิชาการระดับนานาชาติ เช่น Scopus, Web of Science, Google Scholar และฐานข้อมูลวิชาการภาษาไทย เช่น ThaiJO รวมทั้งรายงานจากหน่วยงานด้านเด็กและสังคม อาทิ UNICEF Thailand, Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) ข้อมูลเอกสารทั้งหมดถูกนำมาวิเคราะห์ภายใต้กรอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลและความสอดคล้องเชิงเนื้อหาที่วัตถุประสงค์ของบทความวิชาการ

ผลการศึกษา

งานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ประกอบด้วยงานเชิงปริมาณ งานเชิงคุณภาพ และงานวิจัยแบบผสม โดยส่วนใหญ่เป็นงานที่มีการออกแบบการวิจัยชัดเจน ใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเหมาะสม และมีการรายงานผลเชิงประจักษ์ที่สามารถเปรียบเทียบข้ามบริบทได้ ผลการศึกษานำเสนอใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) ระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง (2) อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม (3) บทบาทของสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน และ (4) รูปแบบการมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพสูง การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาเด็กปฐมวัยในบริบทประเทศไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง จากข้อค้นพบเกี่ยวกับผลของการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง สังเกตจากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ปรากฏในงานวิจัยที่คัดเลือกโดยพิจารณาจากหลายมิติ ได้แก่ พัฒนาการด้านสติปัญญา ภาษา อารมณ์-สังคม พฤติกรรมการเรียนรู้ และคุณภาพของสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ภายในบ้าน (home learning environment) ซึ่งเป็นตัวแปรที่รายงานซ้ำอย่างสม่ำเสมอในงานวิจัยที่นำมาวิเคราะห์ โดยเฉพาะมิติการดูแลอบรมเลี้ยงดูและการจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน อย่างไรก็ตาม ยังคงปรากฏความเหลื่อมล้ำอย่างมีนัยสำคัญตามระดับการศึกษาของมารดา สถานะทางเศรษฐกิจของครัวเรือน และพื้นที่อยู่อาศัย โดยครอบครัวที่มีทรัพยากรด้านการเรียนรู้ เช่น หนังสือเด็ก สื่อการเล่น และเวลาของผู้ปกครอง มีแนวโน้มสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับเด็กได้สูงกว่าครอบครัวที่ขาดแคลนทรัพยากร ส่งผลโดยตรงต่อพัฒนาการด้านภาษา สติปัญญา และทักษะทางสังคมของเด็กปฐมวัย

เชิงโครงสร้างชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม (socioeconomic status: SES) เป็นตัวกำหนดคุณภาพการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองอย่างชัดเจน โดยครัวเรือนที่อยู่ในกลุ่มรายได้และความมั่งคั่งสูง รวมถึงผู้ปกครองที่มีการศึกษาสูง

มีระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเสริมสร้างการเรียนรู้ที่บ้านสูงกว่า ทั้งในด้านการอ่านหนังสือ การเล่นนิทาน การเล่นเชิงสร้างสรรค์ และการสื่อสารเชิงบวกกับบุตรหลาน ในขณะที่ครอบครัวในพื้นที่ชนบทหรือกลุ่มเศรษฐกิจต่ำยังเผชิญข้อจำกัดด้านทรัพยากร เวลา และโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ ส่งผลให้ระดับการมีส่วนร่วมลดลง

นอกจากนี้ ผลการสังเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในประเทศไทยพบว่า รูปแบบที่มีประสิทธิภาพสูง คือ รูปแบบที่เปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน การดำเนินกิจกรรม และการติดตามประเมินผล โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้กรอบการมีส่วนร่วม 6 ด้านของ Epstein ร่วมกับกิจกรรมเชิงปฏิบัติ เช่น การอบรมผู้ปกครอง การจัดกิจกรรมร่วมพ่อแม่-ลูก และการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานในการเรียนรู้ ส่งผลให้พฤติกรรมส่งเสริมพัฒนาการของผู้ปกครองและพัฒนาการเด็กโดยรวมดีขึ้น

ระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาเด็กปฐมวัยโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

โดยการศึกษาของมารดาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับเด็ก มารดาที่มีระดับการศึกษาสูงมีระดับปฏิสัมพันธ์กับบุตรหลานสูงกว่าอย่างชัดเจน ขณะเดียวกันความมั่งคั่งของครัวเรือนก็มีบทบาทสำคัญต่อการมีทรัพยากรการเรียนรู้ภายในครอบครัว ครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีกว่าจะมีสื่อและอุปกรณ์ส่งเสริมการเรียนรู้ในบ้านมากกว่า นอกจากนี้สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน (home learning environment: HLE) โดยเฉพาะการเข้าถึงหนังสือและสื่อการเรียนรู้ แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลลัพธ์ด้านพัฒนาการของเด็กปฐมวัยอย่างเด่นชัด และรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองที่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนา ได้แก่ การวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน การดำเนินการ และการติดตามประเมินผล เป็นรูปแบบที่ให้ผลลัพธ์เชิงพัฒนาสูงสุด ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการลดความเหลื่อมล้ำเชิงโครงสร้าง การเสริมสร้างความรู้แก่ผู้ปกครอง และการเพิ่มพูนทรัพยากรการเรียนรู้ภายในครอบครัว เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเด็กปฐมวัยอย่างยั่งยืน (Table 1)

Table 1. Summary of key findings on parental engagement in early childhood development

Research dimension	Key findings	Developmental implications
Level of parental engagement	Overall engagement is relatively high but varies by socioeconomic status (SES).	Reducing structural inequality is essential for effective child development.
Maternal education	Mothers with higher educational levels demonstrate significantly greater interaction with their children.	Enhancing parental knowledge is a critical developmental mechanism.
Household wealth	Wealthier households possess greater learning resources within the home.	Home resources function as strong drivers of child development.
Home learning Environment (HLE)	Access to books and educational media is strongly associated with higher developmental outcomes.	Investment in HLE yields high developmental returns.

Parental engagement model	Comprehensive engagement across all stages produces the most effective outcomes.	Child development must emphasize process-based participation.
---------------------------	--	---

วิจารณ์

ผลการศึกษานำเสนอใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) ระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง (2) อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม (3) บทบาทของสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน และ (4) รูปแบบการมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งช่วยให้การนำเสนอผลมีความเป็นระบบและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษามีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาเด็กปฐมวัยโดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยเฉพาะมิติการดูแลอบรมเลี้ยงดูและการจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน อย่างไรก็ตามยังคงปรากฏความเหลื่อมล้ำอย่างชัดเจนตามปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ ระดับการศึกษาของมารดา ฐานะทางเศรษฐกิจของครัวเรือน และพื้นที่อยู่อาศัย ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบจากการสังเคราะห์วรรณกรรม “คุณภาพการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองแตกต่างกันตามทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางสังคมของครอบครัว” และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Topothai *et al.* (2025) ที่ชี้ว่า เด็กในครัวเรือนที่มารดามีการศึกษาสูงและมีความมั่งคั่งสูงจะได้รับปฏิสัมพันธ์เชิงบวกจากผู้ปกครองมากกว่าอย่างมีนัยสำคัญ รวมทั้งสอดคล้องกับรายงานของ UNICEF Thailand (2022) ที่ระบุว่าความเหลื่อมล้ำด้านทรัพยากรในบ้านส่งผลโดยตรงต่อพัฒนาการเด็กปฐมวัยในระดับประเทศ

เมื่อพิจารณาเชิงกลไก พบว่า “สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่บ้าน (home learning environment: HLE)” ทำหน้าที่เป็นตัวแปรสื่อกลางที่เชื่อมโยงสถานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับพัฒนาการของเด็กอย่างชัดเจน ครอบครัวที่มีหนังสือ สื่อการเรียนรู้ และเวลาคุณภาพสำหรับเด็ก “เวลาคุณภาพ” หมายถึงช่วงเวลาที่คุณภาพสำหรับเด็ก ปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับเด็กอย่างตั้งใจ เช่น การอ่าน

หนังสือ การเล่นร่วมกัน และการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งงานวิจัยพบว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการด้านภาษาและทักษะสังคมของเด็กอย่างต่อเนื่อง จะสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวก เช่น การอ่านนิทาน การเล่นนิทาน และการเล่นเชิงสร้างสรรค์ได้มากกว่า ส่งผลให้เด็กมีพัฒนาการด้านภาษาและสติปัญญาได้ดี ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vanbecelaere *et al.* (2021) และ Sun and Wang (2022) ที่ยืนยันว่า HLE เป็นตัวทำนายสำคัญของพัฒนาการด้านการรู้หนังสือและคณิตศาสตร์ในวัยต้น นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐศาสตร์การลงทุนในวัยเด็กของ UNICEF Thailand (2022) ที่ระบุว่าการลงทุนผ่านครอบครัวในช่วงปฐมวัยให้ผลตอบแทนทางสังคมสูงกว่าการลงทุนในช่วงวัยอื่น

ในมิติของ “รูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง” พบว่า รูปแบบที่เปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ได้แก่ การร่วมวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน การดำเนินกิจกรรม และการติดตามประเมินผล เป็นรูปแบบที่ให้ผลลัพธ์ด้านพัฒนาการเด็กและพฤติกรรมการเรียนรู้เชิงบวกสูงสุด ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบแนวคิด school-family-community partnership ของ Epstein (1995) ที่ชี้ว่าการมีส่วนร่วมทั้ง 6 มิติจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ทางการศึกษาที่มั่นคงและยั่งยืน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chotibang *et al.* (2018) ที่สะท้อนการมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชนเพื่อการพัฒนาเด็กเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ponmark *et al.* (2019) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในทุกกระบวนการของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสามารถยกระดับพฤติกรรมส่งเสริมพัฒนาการเด็กได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาที่แตกต่างกัน งานวิจัยบางส่วนในต่างประเทศที่รายงานว่าผู้ปกครอง มีระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงวิชาการที่บ้านสูง อย่างสม่ำเสมอ (Organization for Economic Cooperation and Development, 2025) โดยในบริบทของประเทศไทยกลับพบว่าแม้ผู้ปกครองจะตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วม แต่ยังคงเผชิญข้อจำกัดด้านเวลาภาระงาน และข้อจำกัดด้านความรู้ในการจัดกิจกรรมเชิงวิชาการอย่างเป็นระบบ สาเหตุสำคัญมาจากลักษณะโครงสร้างแรงงานไทยที่ผู้ปกครองจำนวนมากต้องทำงานนอกบ้านเป็นเวลานาน และขาดระบบสนับสนุนด้านการพัฒนาทักษะพ่อแม่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในการพัฒนาศักยภาพครอบครัวอย่างยั่งยืน ข้อเสนอเชิงนโยบายที่สำคัญ ได้แก่การจัดระบบสนับสนุนผู้ปกครองในระดับท้องถิ่น การพัฒนาหลักสูตรอบรมพ่อแม่ และการเพิ่มทรัพยากรการเรียนรู้ภายในครัวเรือนผ่านความร่วมมือระหว่างรัฐ ศูนย์เด็กเล็ก และชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพการพัฒนาเด็กปฐมวัยอย่างเท่าเทียม

สรุป

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเด็กปฐมวัย โดยส่งผลกระทบต่อพัฒนาการด้านสติปัญญา อารมณ์ สังคม และพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ในครอบครัวและปฏิสัมพันธ์เชิงบวก ระดับการมีส่วนร่วมมีความแตกต่างตามปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะระดับการศึกษาและทรัพยากรของครัวเรือน รูปแบบที่มีประสิทธิภาพคือการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาเด็ก ทั้งการวางแผน ดำเนินกิจกรรม และประเมินผลร่วมกับศูนย์เด็กเล็กและชุมชน ดังนั้น การเสริมสร้างศักยภาพผู้ปกครองควบคู่กับการสนับสนุนเชิงนโยบายจึงเป็นปัจจัยสำคัญ ทั้งนี้ การศึกษานี้บรรลุตตามวัตถุประสงค์และยืนยันว่าการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองเป็นรากฐานของการพัฒนาเด็กปฐมวัยและสังคมอย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหาร ครูผู้ดูแลเด็ก ผู้ปกครอง และบุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล ความร่วมมือ และอำนวยความสะดวกในการดำเนินการศึกษาในครั้งนี้ เป็นอย่างดียิ่ง ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำปรึกษา ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย และให้ข้อเสนอแนะทางวิชาการอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพของงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ขอขอบพระคุณหน่วยงานและองค์กรที่สนับสนุนข้อมูลเอกสารทางวิชาการและแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่สำคัญ ซึ่งเป็นพื้นฐานให้การศึกษานี้บรรลุตตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ทุกประการ

เอกสารอ้างอิง

- Changphoo, N., S. Satthakachon and M. Suthaniti. 2020. The development of a model for parental participation in early childhood education management of child development center under local administrative organization in Phra Nakhon Si Ayutthaya province. *Journal of Suvamabhumi Institute of Technology (Humanities and Social Sciences)* 6(2): 264-276. (in Thai)
- Chotibang, J., U. Jintrawet, S. Kiatwattanacharoen and J. Sarakorn. 2018. Social capital role in potential development of child Development center: A case study of Wat Prom Wihan Child Development Center, Mae Sai district, Chiang Rai province. *Journal for Community Development and Life Quality* 6(2): 325-350. (in Thai)

- Epstein, J. L. 1995. School, family, and community partnerships: Caring for the children we share. *Phi Delta Kappan* 76(9): 701-712.
- Heckman, J. J. 2011. The economics of inequality: The value of early childhood education. *American Educator* 35(1): 31-47
- Heckman, J. J., and D. V. Masterov. 2007. The productivity argument for investing in young children. *Review of Agricultural Economics* 29(3): 446-493.
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). 2025. Reducing inequalities by investing in early childhood education and care. OECD Publishing, Paris. 282p.
- Ponmark, J., P. Thisara, D. Weiangkham and A. Duangpana. 2019. Development of a family participation model for promoting child development: A case study of Ban Sanpamuang child care center, Mueang district, Phayao province. *Journal of the Royal Thai Army Nurses* 20(2): 241-250. (in Thai)
- Sun, Y. and M. Wang. 2022. Early home learning environment (HLE) and children's cognitive development: A review of empirical studies. *The Educational Review* 6(9): 519-523.
- Topothai, T., N. Phisanbut, C. Topothai, R. Suphanchaimat and V. Tangcharoensathien . 2025 . Determinants of parental interaction in early childhood: Insights from the 2022 Multiple Indicator Cluster Survey in Thailand. *Pediatric Health, Medicine and Therapeutics* 16: 109-119.
- UNICEF Thailand. 2022. Thailand multiple indicator cluster survey 2022: Monitoring the situation of children and women. Available: <https://www.unicef.org/early-childhood-development> (November 15, 2025).
- Vanbecelaere, S., K. Matsuyama, B. Reynvoet and F. Depaepe. 2021. The role of the home learning environment on early cognitive and non-cognitive outcomes in math and reading. *Frontiers in Education* 6: 746296, doi :10.3389/feduc.2021.746296.
- Vance, N. 2024. Joyce Epstein's school-family-community partnership model. *Research Starters - EBSCO*. (Online). Available: <https://www.ebsco.com/research-starters/education/joyce-epsteins-school-family-community-partnership-model> (November 15, 2025).

Journal for Community Development and Life Quality

1. Development and Feasibility Study of Plant Pots Using Earthworm Compost for Sustainable Community Promotion Soonthareeya Sanium, Kunyapak Jamsai, Aleecha Ruangsiripaiboon, Kanokkorn Boonpengkaew, Jiratha Thummasri, Kittitach Thepnuy , Kittipat Wongsuta and Natthakarn Janhomkesom.....	138
2. Cost and Return Analysis of Aquaculture Activity in White Shrimp Cultivation Supply Chain, Trang Province Siriwan Kingrat, Nutchanat Tubkrut, Kannika Buathongrueang and Supitchaya Boonkua.....	151
3. The Development of Electronic Commerce Central Market of Organic Goat Meat in Yaha District, Yala Province Yarona Sriaremhad and Mae Yeng.....	162
4. Economic Value Creation of Agricultural Products: A Case Study of Garlic Farmer Groups in Fang District, Chiang Mai Province Jittikhun Niyomsiri, Janejira Arsarkij, Patarasri Inkhao, Chalitda Waripinturak and Suthamaneer Thanaboonruang.....	172
5. Design and Construction of a Rice Straw Cushioning Material Product Extrusion Machine to Increase the Efficiency of Goods Transportation Weerachet Mangwaen, Thiyada Aumwaree, Bunpipob Seangket, Nitithon Sawatdisuk and Kwanruedee Inmanee.....	185
6. Guidelines for Developing Operational Management of the Weaving Enterprises Group, Mae Khue Community, Doi Saket District, Chiang Mai Province Pikul Pongklang.....	196
7. Development of Local Wisdom-based Products: Reed Mat Weaving in the Si Wilai Subdistrict, Selaphum District, Roi Et Province Sirawit Rayner, Unnadathorn Moonpen, Kessirin Pinyakongand Sunanvadee Palasak.....	209
8. An Assessment of Social Returns on Investment of Ban Wat Bot Bamboo Weaving Handicraft Group Entrepreneur in Phisanulok Province Torsak Kosawang, Khongsak Tuisuep and Pornpimon Ariyawong.....	221
9. Lanna Traditional Dishes with Natural Laxative Properties That are Suitable for Older Adults Jiraporn Hattapasu, Nissara Chaiwong, Wanisa Punfa and Suwanan Kaewjanta.....	235
10. Factors Affecting the Level of Welfare Received by State Welfare Cardholders in Thepha District, Songkhla Province Suwanna Wani and Bussagone Tavonprasith.....	247
11. Analysis of Health Food Buying Behavior on Social Media of Undergraduate Students at Bangkokthonburi University Nutnicha Lekburut, Kunlawut Topijit, Wasaya Samransap And Palita Kamkwan.....	258
12. Parental Engagement in Early Childhood Development: A Foundation for Sustainable Social Development Kanjana Thaochalee, Pongpun Puington and Thanakrit Tengprawat.....	267



วารสารการพัฒนารวมชนและคุณภาพชีวิต
สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สพ.อว.)
โทร 053-942476, 087-6560160 อีเมล: journals.unrn@gmail.com

Journal of Community Development and Life Quality 2019, 25(6): 2630-2669 (Printed)

ISSN (Printed): 2630-2669

ISSN (Online): 2630-2669

DOI: 10.15640/jcdl.v25n6.2630-2669

Copyright © 2019, All rights reserved.

Published by ResearchGate

www.researchgate.net

www.ijournals.com

www.ijournals.org

www.ijournals.in

www.ijournals.co.uk

www.ijournals.com.au

www.ijournals.com.br

www.ijournals.com.cn

www.ijournals.com.hk

www.ijournals.com.sg

www.ijournals.com.tw