

การพัฒนาเครื่องดื่มผสมเชิงสร้างสรรค์จากสับประรดบ้านคาเพื่อยกระดับอัตลักษณ์ชุมชน
และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกรียงศักดิ์ อามางมงคล¹, อัศวิน เตชะเจริญวิกุล¹, ศิริมา ศีลพัฒน์¹, จันทนา วงศ์หาญ¹, กฤติน ชุมแก้ว² และ ชัยศักดิ์ คล้ายแดง^{1*}

Development of a Mixed Beverage from Ban Kha Pineapple to Promote Community Tourism

Kriangsak Arpamongkol¹, Aswin Techajareonvikul¹, Sirima Silapat¹, Janthana Wonghan¹, Krittin Chumkaew²
and Chaisak Klaidaeng^{1*}

¹คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

¹Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep

²คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

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

* Corresponding author. E-mail address: chaisak.k@mail.rmuk.ac.th

Received: 10th Apr 2026

; Revised: 22nd Apr 2026

; Accepted: 28th Apr 2026

DOI : <https://doi.org/10.60101/jhet.2026.1664>

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานราก โดยเฉพาะการบูรณาการทรัพยากรการเกษตรท้องถิ่นเข้ากับอุตสาหกรรมบริการ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาระบบการผลิตเครื่องดื่มผสมจากน้ำสับประรดบ้านคาซึ่งเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) 2) ศึกษาความพึงพอใจและคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้บริการ และ 3) ประเมินความเหมาะสมในการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน การดำเนินการวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณผ่านกระบวนการพัฒนาสูตรเครื่องดื่ม 2 สูตร ได้แก่ “บ้านคาพาราไดซ์” และ “บ้านคาดีไลท์” ซึ่งผ่านการทดลองปรับปรุงสูตรหลายรอบตามเกณฑ์มาตรฐานทางประสาทสัมผัสการรวบรวมข้อมูลดำเนินการกับผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน และผู้ให้บริการในพื้นที่ตำบลบ้านคา จำนวน 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X}$ และ SD) ผลการศึกษพบว่าเครื่องดื่มสูตรบ้านคาพาราไดซ์ได้รับความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56, SD = 0.42$) ซึ่งสูงกว่าสูตรบ้านคาดีไลท์ ($\bar{X} = 4.16, SD = 0.55$) ในประเด็นด้านกลิ่นและสีที่สะท้อนเอกลักษณ์วัตถุดิบ นอกจากนี้ ผู้ให้บริการเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าเครื่องดื่มมีศักยภาพในการเป็นเครื่องดื่มต้อนรับและช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิตทางการเกษตร สรุปได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสควบคู่กับการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำและส่งเสริมความยั่งยืนของชุมชน

คำสำคัญ: เครื่องดื่มผสม, สับประรดบ้านคา, การพัฒนาเครื่องดื่ม, ความพึงพอใจของผู้ให้บริการ, การท่องเที่ยวชุมชน

ABSTRACT

Community-based tourism (CBT) has been recognized as a pivotal mechanism for strengthening local economies, particularly through the integration of local agricultural resources into the service industry. This study aimed to: 1) develop creative mixed beverages from Ban Kha pineapple juice, a recognized Geographical Indication (GI) product; 2) evaluate consumer and expert satisfaction regarding sensory attributes; and 3) assess the suitability of the products for promoting community tourism. A quantitative research design was employed, involving the development of two beverage formulas: “Baan Kha Paradise” and “Baan Kha Delight,” refined through multiple trial rounds based on sensory standards. Data were collected from 5 experts and 200 service users in Ban Kha Subdistrict. Statistical analysis included Mean and Standard Deviation ($\bar{X}$ and SD). The results indicated that “Baan Kha Paradise” achieved the highest level of overall satisfaction ($\bar{X}$ = 4.56, SD = 0.42), surpassing “Baan Kha Delight” ($\bar{X}$ = 4.16, SD = 0.55), particularly in aroma and color attributes that reflect the raw material identity. Furthermore, participants strongly agreed that the beverage possesses high potential as a welcome drink and contributes to adding value to local agricultural yields. In conclusion, developing products that emphasize sensory qualities alongside local identity communication is a key strategy for creating memorable tourism experiences and fostering community sustainability.

keywords: Mixed beverage, Ban Kha pineapple, Beverage development, Consumer satisfaction, Community tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย โดยเฉพาะในด้านการสร้างรายได้ การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน แนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งนักท่องเที่ยวมุ่งแสวงหาประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม อาหาร และทรัพยากรท้องถิ่นมากขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน (กรมการท่องเที่ยว, 2565)

อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นนับเป็นเครื่องมือสำคัญในการสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ และสามารถนำไปต่อยอดเป็นกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Sharples, L. 2008) โดยเฉพาะการนำวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีชื่อเสียงของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ จะช่วยเพิ่มทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ผ่านอาหาร วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น (ภัทร พรพันธุ์, 2558; ปุณณพร บุญรักษ์ และประสพชัย พสุนนท์, 2567)

งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของอาหารท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยชุมชนและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เช่น งานวิจัยของ ญัฐนรี สมิตร์ และนิพนธ์ แยมเกษม (2566) และ รณภพ นพสุวรรณ (2568)

ชี้ให้เห็นว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับพื้นที่ต้องอาศัยการบูรณาการทรัพยากรท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชน และการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเชิงวัฒนธรรม ขณะที่การศึกษาของ วรรณภา อุดมผล และसानนท์ อนันตานนท์ (2568) ระบุว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในเชิงพื้นที่ งานวิจัยในหลายจังหวัด เช่น นนทบุรี เพชรบุรี นครพนม และสมุทรสงคราม พบว่า การนำอาหารและวัตถุดิบท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สามารถช่วยสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรในพื้นที่ และส่งเสริมเศรษฐกิจ ชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม (กริชอุณห ขจร และคณะ, 2568; ศรีบุญ จันทรวงศ์ และคณะ, 2567; สุภัตรา เขียวศรี และคณะ, 2568)

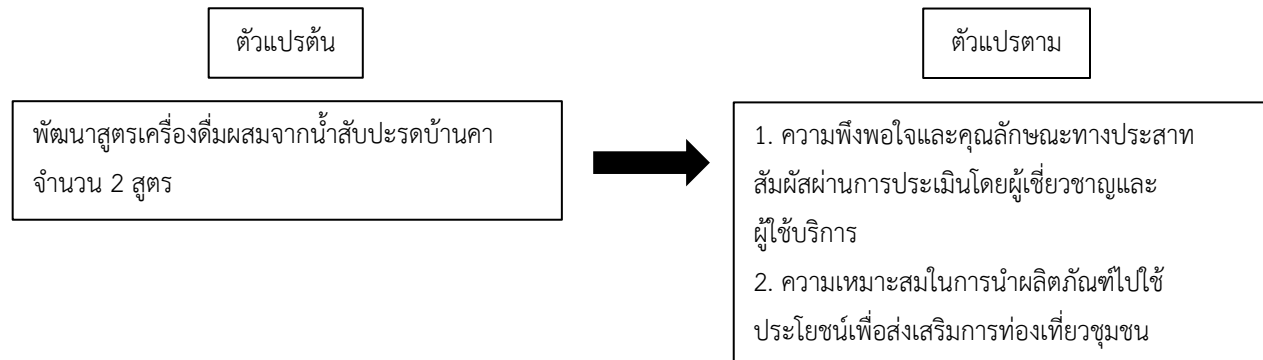
ตำบลบ้านคา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวชุมชน และมีสับปะรดบ้านคา ซึ่งเป็นสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวียที่มีรสชาติหวานฉ่ำ เนื้อละเอียด ไม่กัดลิ้น เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของพื้นที่ และได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) (สภาเกษตรกรจังหวัดราชบุรี, 2564) อย่างไรก็ตาม การใช้ประโยชน์จากสับปะรด บ้านคายังคงอยู่ในรูปแบบการจำหน่ายผลสดเป็นหลัก ซึ่งมีข้อจำกัดด้านมูลค่าเพิ่มและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มหอมจากสับปะรดบ้านคา จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร และสามารถเชื่อมโยง กับการท่องเที่ยวชุมชนในรูปแบบของเครื่องดื่มต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์จำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวได้ การพัฒนาเครื่องดื่ม ผสมที่คำนึงถึงคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการยอมรับและการนำไปใช้ ประโยชน์จริงในพื้นที่ (Kotler et al., 2022; Lawless & Heymann, 2010)

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ายังมีช่องว่างการวิจัยที่สำคัญ กล่าวคือ งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการพัฒนาอาหาร หรือเครื่องดื่มจากวัตถุดิบท้องถิ่นและการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นหลัก แต่ยังขาดการศึกษาที่เชื่อมโยงการพัฒนา ผลิตภัณฑ์เข้ากับการประเมินศักยภาพในการนำไปใช้ประโยชน์จริงในบริบทของการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ งานวิจัยที่นำสับปะรดท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นเครื่องดื่มผสมเพื่อใช้เป็นสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนยังมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น การวิจัย เรื่อง การพัฒนาเครื่องดื่มผสมจากสับปะรดบ้านคาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยมุ่งพัฒนาเครื่องดื่มจากวัตถุดิบท้องถิ่น ควบคู่กับการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้บริการ รวมถึงความคิดเห็น ต่อความเหมาะสมในการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์จริงในชุมชน อันจะช่วยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

- 1) พัฒนาระบบการผลิตเครื่องดื่มผสมจากน้ำสับปะรดบ้านคาซึ่งเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)
- 2) ศึกษาความพึงพอใจและคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้บริการ
- 3) ประเมินความเหมาะสมในการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกำหนดให้ผู้ใช้บริการในพื้นที่ตำบลบ้านคา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี เป็นหน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งการดำเนินการวิจัยได้กำหนดขั้นตอน และวิธีการตามระเบียบวิธีวิจัยอย่างเป็นระบบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการในพื้นที่ตำบลบ้านคา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการบริโภคเครื่องดื่มผสมจากน้ำสับปะรด โดยกลุ่มตัวอย่างได้จากการคัดเลือกแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากผู้ที่มีความสนใจและสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้หลักเกณฑ์การวิจัยเชิงสำรวจด้านผู้ใช้บริการ โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้รับการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและให้ความยินยอมในการตอบแบบสอบถามก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. กระบวนการพัฒนาเครื่องดื่มสับปะรดบ้านคา

เพื่อให้ได้เครื่องดื่มที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ ผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน (Systematic Development) โดยแบ่งการทดลองออกเป็นหลายรอบเพื่อปรับปรุงสูตร ดังนี้:

ขั้นตอนที่ 1: การเตรียมวัตถุดิบและมาตรฐานคุณภาพ

ผู้วิจัยคัดเลือกสับปะรดบ้านคาจากไร่ที่ได้รับมาตรฐาน GI ในอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี โดยเลือกผลที่มีความสุกแก่ในระดับเดียวกัน เพื่อควบคุมปริมาณของเหลวที่ละลายได้ทั้งหมด (Total Soluble Solids: TSS) ให้อยู่ในช่วง 14-16 องศาบริกซ์ และค่าความเป็นกรด-ด่าง (pH) ที่เหมาะสม โดยน้ำสับปะรดถูกสกัดด้วยระบบคั้นน้ำแบบแยกกาก

ขั้นตอนที่ 2: การทดลองผลิตเบื้องต้น

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบรสชาติภายในห้องปฏิบัติการคหกรรมศาสตร์เพื่อคัดเลือกส่วนผสมที่ช่วยรสชาติของสับปะรด

- การทดลองรอบที่ 1: ศึกษาอัตราส่วนน้ำสับปะรดต่อส่วนผสมอื่น (60:40, 50:50, 40:60) พบว่าอัตราส่วนที่มีน้ำสับปะรดมากกว่าร้อยละ 50 ให้กลิ่นรสที่ชัดเจนที่สุด
- การทดลองรอบที่ 2: การคัดเลือกชนิดของสารให้ความหวาน (น้ำเชื่อม vs น้ำผึ้ง) และสารปรับกรด (น้ำมะนาว) เพื่อหาจุดสมดุลที่ไม่กลบกลิ่นหอมเฉพาะตัวของสับปะรดบ้านคา
- การทดลองรอบที่ 3: การพัฒนาสูตรต้นแบบ 2 สูตรที่มีบุคลิกแตกต่างกัน ได้แก่ สูตรที่เน้นความสดใสด้านกลิ่น (Light & Vibrant) และสูตรที่เน้นความนุ่มนวลซับซ้อน (Sophisticated & Mellow)

ขั้นตอนที่ 3: การประเมินและคัดกรองโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยได้นำเครื่องดื่มทั้ง 2 สูตรที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องดื่มและคหกรรมศาสตร์ จำนวน 5 ท่าน เพื่อยืนยันความเหมาะสมก่อนนำไปทดสอบกับผู้บริโภคจริง ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงลักษณะปรากฏและลำดับการรับรส (Flavor Release) จนได้สูตรสุดท้ายที่เป็นมาตรฐาน ได้แก่:

1. สูตรบ้านคาพาราไดซ์: เน้นความหอมสดชื่นจากสับปะรด เสริมความละมุนด้วยน้ำผึ้งและน้ำมะนาว
2. สูตรบ้านคาดีไลท์: สร้างความหลากหลายของรสชาติด้วยการผสมผสานกลิ่นลิ้นจี่และน้ำเชื่อมทับทิมเพื่อให้เกิดมิติของสีและกลิ่น

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นแบบสอบถามลักษณะผสมระหว่างแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire) และแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended questionnaire) โดยแบบสอบถามได้รับการออกแบบและพัฒนาอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องดื่มและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร จำนวน 3 ท่าน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ผลการตรวจสอบพบว่าค่า IOC ของข้อคำถามอยู่ในช่วง 0.67–1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การประเมินเครื่องดื่มโดยผู้เชี่ยวชาญ

เป็นการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อเครื่องดื่มผสมจากน้ำสับปะรดทั้ง 2 สูตร จำนวน 5 ท่าน เพื่อคัดกรองและยืนยันความเหมาะสมของสูตรเครื่องดื่มก่อนนำไปทดสอบความพึงพอใจกับผู้ให้บริการ โดยผู้เชี่ยวชาญประเมินในด้านลักษณะ สี กลิ่นหอม สับปะรด รสชาติ และความชอบโดยรวมของเครื่องดื่ม โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวคิดของ Likert (1967) ซึ่งกำหนดระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ (5 คะแนน หมายถึง พอใจมากที่สุด และ 1 คะแนน หมายถึง พอใจน้อยที่สุด)

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

เป็นการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำนวน 200 คน ต่อเครื่องดื่มผสมจากน้ำสับปะรดบ้านคา โดยใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และแหล่งท่องเที่ยว

ที่ชื่นชอบ เป็นแบบสอบถามลักษณะตรวจสอบรายการ (Checklist) **ตอนที่ 2** ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อเครื่องต้มผสมจากน้ำสับปะรดบ้านคาทั้ง 2 สูตร มีประเด็นคำถาม 14 ประเด็น เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวคิดของ Likert (1967) ซึ่งกำหนดระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ โดย 5 คะแนน หมายถึง พอใจมากที่สุด และ 1 คะแนน หมายถึง พอใจน้อยที่สุด และ**ตอนที่ 3** ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อความเหมาะสมในการนำเครื่องต้มผสมจากน้ำสับปะรดบ้านคาไปใช้ประโยชน์ในชุมชน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 7 ประเด็น เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับเช่นเดียวกัน

เกณฑ์การแปลผลระดับความพึงพอใจ

จากเกณฑ์การให้คะแนน สามารถกำหนดช่วงคะแนนอยู่ระหว่าง 1–5 คะแนน และคำนวณช่วงชั้นคะแนนได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ช่วงชั้นคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ระดับการวัด}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

จึงสามารถกำหนดเกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด/เห็นด้วยระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก/เห็นด้วยระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง/เห็นด้วยระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย/เห็นด้วยระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด/เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ในระเบียบวิธีวิจัย โดยเริ่มจากการขอความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและวิธีการตอบแบบสอบถามให้ผู้ให้บริการทราบอย่างชัดเจน จากนั้นจึงดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในพื้นที่ตำบลบ้านคา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี จำนวน 200 คน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยให้กลุ่มตัวอย่างทดลองชิมเครื่องต้มผสมจากน้ำสับปะรดบ้านคาทั้ง 2 สูตร และตอบแบบสอบถามความพึงพอใจตามรายการที่กำหนด ทั้งนี้ แบบสอบถามที่ได้รับคืนได้รับการตรวจสอบความครบถ้วน และความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ วิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ข้อมูลความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ให้บริการต่อเครื่องต้มเพื่อสุขภาพจากน้ำสับปะรดบ้านคาทั้ง 2 สูตร วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการศึกษา

1. ผลการพัฒนาเครื่องดื่มผสมจากสับปะรดบ้านคา

ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องดื่มผสมจากสับปะรดบ้านคา จำนวน 2 สูตร ได้แก่ บ้านคาพาราไดซ์ และบ้านคาดีไลต์ โดยใช้น้ำสับปะรดที่ปลูกในพื้นที่ตำบลบ้านคา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี เป็นวัตถุดิบหลัก ในกระบวนการพัฒนาสูตร ผู้วิจัยได้ทำการทดลองและปรับปรุงสูตรซ้ำหลายครั้งเพื่อให้ได้สูตรที่มีความเหมาะสมทั้งด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น และรสชาติ ก่อนนำสูตรเครื่องดื่มที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้บริการทำการประเมินต่อไป ทั้งนี้ สูตรเครื่องดื่มผสมจากสับปะรดบ้านคาทั้ง 2 สูตร แสดงดังภาพที่ 1 และภาพที่ 2

บ้านคาพาราไดซ์		
น้ำสับปะรด	4	ออนซ์
น้ำเชื่อม	2	ออนซ์
น้ำเชื่อมกลิ่นสับปะรด	1	ออนซ์
น้ำมะนาว	1	ออนซ์
น้ำผึ้ง	1	ออนซ์



ภาพที่ 1 สูตรเครื่องดื่มผสมจากสับปะรดบ้านคา (บ้านคาพาราไดซ์)

บ้านคาดีไลต์		
น้ำสับปะรด	5	ออนซ์
น้ำเชื่อมกลิ่นมะพร้าว	1	ออนซ์
น้ำลิ้นจี่	1	ออนซ์
น้ำเชื่อม	1	ออนซ์
น้ำมะนาว	1	ออนซ์
น้ำเชื่อมทับทิม	1/2	ออนซ์



ภาพที่ 2 สูตรเครื่องดื่มผสมจากสับปะรดบ้านคา (บ้านคาดีไลต์)

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อเครื่องต้มผสมจากสับปรตบ้านคา

การประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญมีวัตถุประสงค์เพื่อคัดกรองและยืนยันความเหมาะสมของสูตรเครื่องต้มผสมจากสับปรตบ้านคาทั้ง 2 สูตร ก่อนนำไปประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องต้ม จำนวน 5 ท่าน ทำการประเมินในด้านลักษณะของเครื่องต้ม สี กลิ่นหอม รสชาติ และความชอบโดยรวมของเครื่องต้ม ด้วยแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผลการประเมินแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อเครื่องต้มผสมจากสับปรตบ้านคา (n=5)

ประเด็นการประเมินความพึงพอใจ	สูตรที่ 1 บ้านคาพาราไดซ์			สูตรที่ 2 บ้านคาดีไลท์		
	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความพึงพอใจ
ลักษณะของเครื่องต้ม	4.40	0.55	มากที่สุด	4.40	0.57	มากที่สุด
สีของเครื่องต้ม	4.80	0.45	มากที่สุด	4.40	0.53	มากที่สุด
กลิ่นหอมของเครื่องต้ม	4.40	0.55	มากที่สุด	4.40	0.52	มากที่สุด
รสชาติของเครื่องต้ม	4.60	0.52	มากที่สุด	4.60	0.57	มากที่สุด
ความชอบโดยรวมของเครื่องต้ม	4.60	0.53	มากที่สุด	4.40	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อเครื่องต้มผสมจากสับปรตบ้านคาทั้ง 2 สูตรอยู่ในระดับ มากที่สุด ทุกประเด็นการประเมิน โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เครื่องต้มสูตรที่ 1 (บ้านคาพาราไดซ์) ได้รับคะแนนความพึงพอใจด้านสีของเครื่องต้มสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.80$) รองลงมาคือด้านรสชาติและความชอบโดยรวมของเครื่องต้ม ($\bar{X} = 4.60$) และด้านลักษณะของเครื่องต้มและกลิ่นหอมของเครื่องต้ม ($\bar{X} = 4.40$) ตามลำดับ ในขณะที่เครื่องต้มสูตรที่ 2 (บ้านคาดีไลท์) ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจด้านรสชาติของเครื่องต้มสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมาคือด้านลักษณะของเครื่องต้ม สีของเครื่องต้ม และความชอบโดยรวมของเครื่องต้ม ($\bar{X} = 4.40$) และด้านกลิ่นหอมของเครื่องต้มอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ($\bar{X} = 4.40$) โดยภาพรวมสามารถสรุปได้ว่า เครื่องต้มผสมจากสับปรตบ้านคาทั้ง 2 สูตรมีความเหมาะสมในด้านคุณลักษณะทางประสาทสัมผัส และผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในระดับสูง จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในขั้นตอนถัดไป

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเครื่องต้มผสมจากสับปรตบ้านคา

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการยอมรับของผู้ใช้บริการต่อเครื่องต้มผสมจากสับปรตบ้านคาที่พัฒนาขึ้นทั้ง 2 สูตร ภายหลังจากผ่านการคัดกรองและยืนยันความเหมาะสมของสูตรโดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว โดยให้ผู้ใช้บริการในพื้นที่ตำบลบ้านคา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี จำนวน 200 คน ทำการประเมินความพึงพอใจต่อเครื่องต้มในด้านสี กลิ่น รสชาติ และความพึงพอใจโดยรวม รวมถึงความคิดเห็นต่อความเหมาะสมในการนำเครื่องต้มผสมจากสับปรตบ้านคาไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ผลการประเมินแสดงดัง ตารางที่ 2-4

ตารางที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ (n=200)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	118	59.00
ชาย	78	39.00
ไม่ระบุ	4	2.00
รวม	200	100.00
อายุ		
15 - 30 ปี	72	36.00
31 - 45 ปี	64	32.00
46 - 60 ปี	46	23.00
มากกว่า 60 ปี	14	7.00
ไม่ระบุ	4	2.00
รวม	200	100.00
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	38	19.00
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	42	21.00
ปริญญาตรี	96	48.00
สูงกว่าปริญญาตรี	20	10.00
ไม่ระบุ	4	2.00
รวม	200	100.00
อาชีพ		
แม่บ้าน	22	11.00
ข้าราชการ	28	14.00
ข้าราชการบำนาญ	12	6.00
พนักงานบริษัทเอกชน	66	33.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	5.00
รับจ้างทั่วไป	24	12.00
นักเรียน/นักศึกษา	34	17.00
ไม่ระบุ	4	2.00
รวม	200	100.00

ตารางที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ (n=200) (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	30	15.00
10,000-20,000 บาท	58	29.00
20,001-30,000 บาท	52	26.00
30,001-40,000 บาท	30	15.00
40,001-50,000 บาท	16	8.00
มากกว่า 50,000 บาท	10	5.00
ไม่ระบุ	4	2.00
รวม	200	100.00
แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ		
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ป่าไม้ ทะเล อุทยานแห่งชาติ	52	26.00
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์	44	22.00
แหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนหรือวิถีชีวิต เช่น หมู่บ้านชุมชน ตลาดชุมชน โฮมสเตย์	28	14.00
แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารและเกษตร เช่น สวนผลไม้ ฟาร์มเกษตร ตลาดอาหารท้องถิ่น	40	20.00
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น สปา น้ำพุร้อน แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	12	6.00
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการหรือการพักผ่อน เช่น สวนสนุก รีสอร์ท คาเฟ่ท่องเที่ยว	20	10.00
ไม่ระบุ	4	2.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือเพศชาย ร้อยละ 39.00 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในพื้นที่ตำบลบ้านคาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ในด้านอายุ พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15–30 ปี และ 31–45 ปี รวมกันมากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มวัยทำงานและวัยเริ่มต้นทำงานเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มนมจากสับปะรดบ้านคา ในด้านระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.00 ซึ่งบ่งชี้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง และสามารถรับรู้คุณค่าของเครื่องดื่มได้ดี สำหรับอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา และข้าราชการ ตามลำดับ ขณะที่ด้านรายได้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วงรายได้ 10,000–30,000 บาทต่อเดือน นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารและเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของการพัฒนาเครื่องดื่มจากวัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชน

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเครื่องต้มผสมจากสับปะรดบ้านคา (n=200)

ประเด็นการประเมินความพึงพอใจ	สูตรที่ 1 บ้านคาพาราไดซ์			สูตรที่ 2 บ้านคาดีไลท์		
	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านลักษณะปรากฏและสี						
สีเครื่องต้มมีความเข้มข้น	4.72	0.36	มากที่สุด	4.18	0.62	มาก
สีเครื่องต้มมีความสวยงาม	4.68	0.46	มากที่สุด	4.12	0.67	มาก
สีของเครื่องต้มมีความเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	4.02	0.72	มาก	3.98	0.81	มาก
สีของเครื่องต้มมีลักษณะผลต่อการตัดสินใจเลือกต้ม	4.60	0.41	มากที่สุด	4.10	0.59	มาก
ด้านกลิ่น						
กลิ่นของเครื่องต้มมีความเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	4.64	0.52	มากที่สุด	4.08	0.52	มาก
กลิ่นของเครื่องต้มมีความหอมชวนน่าดื่ม	4.55	0.52	มากที่สุด	4.05	0.62	มาก
กลิ่นของเครื่องต้มมีผลกระทบท่อการตัดสินใจเลือกดื่ม	4.30	0.62	มากที่สุด	4.00	0.60	มาก
ด้านรสชาติ						
รสชาติของเครื่องต้มมีความเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	4.48	0.51	มากที่สุด	4.04	0.56	มาก
รสชาติของเครื่องต้มมีความเปรี้ยวเหมาะสม	4.18	0.73	มาก	4.00	0.61	มาก
รสชาติของเครื่องต้มมีความหวานเหมาะสม	3.96	0.86	มาก	3.95	0.76	มาก
รสชาติของเครื่องต้มมีความเข้มข้น	4.12	0.57	มาก	4.00	0.67	มาก
รสชาติของเครื่องต้มมีความอร่อยกลมกล่อม	4.08	0.68	มาก	3.96	0.51	มาก
รสชาติของเครื่องต้มมีผลกระทบท่อการตัดสินใจเลือกดื่ม	4.42	0.46	มากที่สุด	4.02	0.45	มาก
ความพึงพอใจโดยรวมต่อเครื่องต้ม	4.56	0.38	มากที่สุด	4.16	0.59	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อเครื่องต้มผสมจากสับปรดบ้านคาทั้ง 2 สูตรอยู่ในระดับ มากถึงมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เครื่องต้มสูตรที่ 1 (บ้านคาพาราไดซ์) ได้รับคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เกือบทุกประเด็นการประเมิน โดยเฉพาะด้านสีของเครื่องต้ม ซึ่งผู้ให้บริการให้คะแนนความพึงพอใจสูงสุดในประเด็นสีเครื่องต้ม มีความเข้มข้น ($\bar{X} = 4.72$) และสีเครื่องต้มมีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.68$) รองลงมาคือประเด็นที่สีและกลิ่นของเครื่องต้มมีผลต่อการตัดสินใจเลือกต้ม รวมถึงรสชาติของเครื่องต้มมีความเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกัน

สำหรับเครื่องต้มสูตรที่ 2 (บ้านคาดีไลท์) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยประเด็นที่ได้รับคะแนนสูงสุดได้แก่ สีเครื่องต้มมีความเข้มข้น ($\bar{X} = 4.18$) ความพึงพอใจโดยรวมต่อเครื่องต้ม ($\bar{X} = 4.16$) และสีเครื่องต้มมีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.12$) ขณะที่ด้านกลิ่นและรสชาติของเครื่องต้มมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าเครื่องต้มสูตรที่ 2 เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการในภาพรวม

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวม พบว่า เครื่องต้มสูตรที่ 1 (บ้านคาพาราไดซ์) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) สูงกว่าเครื่องต้มสูตรที่ 2 (บ้านคาดีไลท์) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) แสดงให้เห็นว่าเครื่องต้มสูตรที่ 1 เป็นสูตรที่ผู้ให้บริการให้การยอมรับมากที่สุด และมีความเหมาะสมที่จะนำไปพัฒนาและต่อยอดในเชิงพาณิชย์ต่อไป

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อความเหมาะสมในการนำเครื่องต้มผสมจากน้ำสับปรดบ้านคาไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน (n=200)

ประเด็นความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความคิดเห็น
เครื่องต้มผสมจากสับปรดบ้านคามีความเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นเครื่องต้มประจำชุมชน	4.42	0.62	เห็นด้วยมากที่สุด
เครื่องต้มผสมจากสับปรดบ้านคาสามารถสะท้อนอัตลักษณ์และวัตถุดิบท้องถิ่นของชุมชนบ้านคาได้เป็นอย่างดี	4.48	0.58	เห็นด้วยมากที่สุด
เครื่องต้มผสมจากสับปรดบ้านคา มีศักยภาพในการนำไปจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว	4.36	0.65	เห็นด้วยมากที่สุด
เครื่องต้มผสมจากสับปรดบ้านคา มีความเหมาะสมในการใช้เป็นเครื่องต้มต้อนรับนักท่องเที่ยวในชุมชน	4.40	0.64	เห็นด้วยมากที่สุด
เครื่องต้มผสมจากสับปรดบ้านคาสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่ได้	4.46	0.59	เห็นด้วยมากที่สุด
เครื่องต้มผสมจากสับปรดบ้านคา มีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวชุมชน	4.38	0.66	เห็นด้วยมากที่สุด
โดยภาพรวม ท่านเห็นว่าเครื่องต้มผสมจากสับปรดบ้านคา มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์จริงในชุมชน	4.44	0.61	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมในการนำเครื่องต้มผสมจากสับปะรดบ้านคาไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยประเด็นที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ การที่เครื่องต้มสามารถสะท้อนอัตลักษณ์และวัตถุดิบท้องถิ่นของชุมชนบ้านคาได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.48$) และการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.46$) แสดงให้เห็นว่าเครื่องต้มที่พัฒนาขึ้นมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มและถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการยังมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดต่อศักยภาพของเครื่องต้มในการนำไปจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.36$) และความเหมาะสมในการใช้เป็นเครื่องต้มต้อนรับนักท่องเที่ยวในชุมชน ($\bar{X} = 4.40$) สะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมในการนำไปใช้ประโยชน์เชิงการท่องเที่ยว โดยภาพรวม ผู้ใช้บริการเห็นว่าเครื่องต้มผสมจากสับปะรดบ้านคา มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์จริงในชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากได้ต่อไป

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เครื่องต้มผสมจากสับปะรดบ้านคาที่พัฒนาขึ้นทั้งสองสูตรได้รับการยอมรับในระดับสูงจากทั้งผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้บริการ สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของวัตถุดิบท้องถิ่นในการนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องต้มที่มีคุณภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ โดยเฉพาะสูตรบ้านคาพาราไดซ์ซึ่งได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยรวมสูงกว่าสูตรบ้านคาดีไลอย่างชัดเจน การที่สูตรบ้านคาพาราไดซ์ได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด อาจเนื่องมาจากลักษณะทางประสาทสัมผัสที่มีความสมดุล ทั้งในด้านสี กลิ่น และรสชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเครื่องต้มของผู้ใช้บริการ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Lawless and Heymann, (2010) ที่ระบุว่า การรับรู้ด้านสีและกลิ่นเป็นปัจจัยแรกที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังและการตัดสินใจบริโภคของผู้บริโภค นอกจากนี้ การใช้สับปะรดบ้านคาซึ่งมีลักษณะรสชาติหวานฉ่ำและไม่กัดลิ้นยังช่วยเสริมความรู้สึกสดชื่นและความดื่มง่ายของเครื่องต้ม ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดการยอมรับในระดับสูง

ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญที่พบว่าเครื่องต้มทั้งสองสูตรได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกด้าน สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาสูตรเครื่องต้มมีความเหมาะสมในเชิงคุณภาพและสอดคล้องกับหลักการพัฒนาเครื่องต้มเพื่อสุขภาพ ทั้งในด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น และรสชาติ การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปทดสอบกับผู้ให้บริการช่วยยืนยันความเหมาะสมของสูตร และลดความเสี่ยงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ควรผ่านการคัดกรองคุณภาพในขั้นต้นก่อนเข้าสู่การตลาด (Kotler et al, 2022)

ในส่วนของการประเมินความเหมาะสมในการนำเครื่องต้มไปใช้ประโยชน์ในชุมชน พบว่าผู้ให้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าเครื่องต้มผสมจากสับปะรดบ้านคาที่มีศักยภาพในการนำไปใช้เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น เครื่องต้มต้อนรับนักท่องเที่ยว เครื่องต้มประจำถิ่น หรือผลิตภัณฑ์จำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ระบุว่า อาหารและเครื่องต้มท้องถิ่นสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ และช่วยสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว (Hall & Sharples, 2008; ปญนพร บุญรักษ์ และ ประสพชัย พสุนนท์, 2567)

เมื่อพิจารณาในบริบทของตำบลบ้านคา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีสับปะรดบ้านคาเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญ และมีอัตลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ การพัฒนาเครื่องหมายการค้าจากสับปะรดบ้านคาจึงมีศักยภาพในการต่อยอดคุณค่าของวัตถุดิบท้องถิ่น ในลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) และความโดดเด่นด้านรสชาติ ที่แตกต่างจากสับปะรดในพื้นที่อื่น (สภาเกษตรกรจังหวัดราชบุรี, 2564) การนำสับปะรดบ้านคาพัฒนาเป็นเครื่องหมายการค้าไม่เพียงช่วย เพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรเท่านั้น แต่ยังสมารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ วัฒนธรรมอาหาร และ วิถีชีวิตของชุมชนสู่ผู้มาเยือน

นอกจากนี้ เครื่องดื่มผสมจากสับปะรดบ้านคายังมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิง Soft Power ด้านอาหารและการท่องเที่ยว โดยสามารถใช้เป็นเครื่องดื่มต้อนรับนักท่องเที่ยว เครื่องดื่มประจำถิ่น หรือผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนเรื่องราวของพื้นที่ ผลการวิจัยครั้งนี้จึงชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาอาหารและเครื่องดื่มจากวัตถุดิบที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชน ควบคู่กับการประเมินการยอมรับของผู้ใช้บริการและศักยภาพในการนำไปใช้ประโยชน์จริง สามารถเป็นแนวทางสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนาที่ยั่งยืนของท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

สรุปผลการทดลอง

การวิจัยครั้งนี้สามารถพัฒนาเครื่องดื่มผสมจากสับปะรดบ้านคาได้จำนวน 2 สูตร ได้แก่ สูตรบ้านคาพาราไดซ์ และสูตรบ้านคาดีไลท์ ซึ่งมีความเหมาะสมด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น และรสชาติ โดยผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญพบว่าเครื่องดื่มทั้ง 2 สูตรได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน สะท้อนให้เห็นถึงคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสที่เหมาะสมของสูตรที่พัฒนาขึ้น สำหรับผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่า เครื่องดื่มสูตรบ้านคาพาราไดซ์มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) ขณะที่สูตรบ้านคาดีไลท์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) โดยผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับด้านสี กลิ่น และรสชาติของเครื่องดื่มเป็นหลัก นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการยังมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมในการนำเครื่องดื่มผสมจากสับปะรดบ้านคาไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของเครื่องดื่มในการต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรท้องถิ่นในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ขอขอบคุณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ และคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ให้การสนับสนุนด้านเครื่องมือวิจัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการประเมินและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการพัฒนาและทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2565). แนวโน้มและภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประจำปี 2565. <https://www.dot.go.th/storage/gongphannabrigar/แผนกองฯQtftdpYXKOCrXLds1f5xJfseslXaXcpgu3q3oDnM.pdf>
- ณัฐนรี สมิตร และนิพนธ์ แยมเกษม. (2566). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 5(1), 32–47.
- ปฤณพร บุญรังษี และประสพชัย พสุนนท์. (2567). การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำผ่านงานเทศกาลอาหาร: การวิจัยเชิงเอกสารเพื่อเสนอกรอบแนวคิด. *Journal of Roi Kaensarn Academie*, 9(11), 83–105.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 8(2), 27–37.
- ภุริ ชุณหะจิร, พงศ์สุระ ธีบุญเจริญอนุกุล, อีราพัทธ์ ชมชื่นจิตต์สิน, นิลุบล ประเคนภัทรา และปณณช สีสหะสุวรรณ. (2568). การส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี. *วารสารคหกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน*, 7(1), 88–99.
- รณภพ นพสุวรรณ. (2568). องค์ประกอบและแนวทางการจัดการความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่กลยุทธ์การแข่งขันเชิงวัฒนธรรม. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 14(2), 83–97.
- วรรณภา อุดมผล และसानนท์ อนันตานนท์. (2568). การศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพื้นที่ภาคตะวันออก. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 9(1), 55–76.
- ศรัณยู จันทรวงศ์, พิมพ์พร เลิศอำไพ และปวีศา เทียนทอง. (2567). ทิศทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน*, 7(1), 61–74.
- สภาเกษตรจังหวัดราชบุรี. (2564). แผนพัฒนาเกษตรกรรมระดับจังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2565-2569. <http://www.nfcrbr.or.th/site/attachments/article/319/รูปเล่มแผนจังหวัดราชบุรี%202565-2569.pdf>
- สุภัทรา เขียวศรี, กันติมาลย์ จินดาประเสริฐ และศิริวรรณ กวงเพ็ง. (2568). การผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนครพนม. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 21(2), 243–253.
- Hall, C. M. & Sharples, L. (Eds.). (2008). *Food and wine festivals and events around the world: Development, management and markets*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080887951>
- Kotler, P., Bowen, J. T. & Baloglu, S. (2022). *Marketing for hospitality and tourism* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Lawless, H. T. & Heymann, H. (2010). *Sensory evaluation of food: Principles and practices* (2nd ed.). Springer Science & Business Media.