



รายงานการวิจัย  
เรื่อง

การยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์หมูหันเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในเขตอำเภอ  
สามพราน จังหวัดนครปฐม

The Upgrade of Roasted Swine Prices for Sustainable  
Development in Samphran District Nakhon Pathom province.

ดร.อุดมศักดิ์ กิจทวี  
นางสาวรัตนาพร ศรีมาตย์  
และคณะ

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต





รายงานการวิจัย  
เรื่อง

การยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์หมูหันเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในเขตอำเภอ  
สามพราน จังหวัดนครปฐม

The Upgrade of Roasted Swine Prices for Sustainable  
Development in Samphran District Nakhon Pathom province.

ดร.อุดมศักดิ์ กิจทวี

(คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต)

นางสาวรัตนพร ศรีมาตย์

(คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต)

และคณะ

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ปีงบประมาณ 2557)

หัวข้อวิจัย	การยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์หมูหันเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในเขตอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม
ผู้ดำเนินการวิจัย	ดร.อุดมศักดิ์ กิจทวี นางสาวรัตนาพร ศรีมาตย์
หน่วยงาน	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2558

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและพัฒนาแนวทางในการส่งเสริมรายได้ให้ผู้ประกอบการหมูหัน ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐมทั้งทางตรงและทางอ้อม มีวิธีการดำเนินการโดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจถามผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นทั้งในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด มีผลการวิจัยดังนี้ ปัจจุบันผู้ประกอบการและผู้บริโภคน้อยอยู่ในวงจำกัดจึงทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องแก้ปัญหาต่างๆ ด้วยตนเองจึงทำให้มีจำนวนผู้ประกอบการไม่มากนักและไม่สามารถขยายจำนวนผู้ประกอบการได้ แต่ทำให้มีการควบคุมคุณภาพของหมูหันพื้นบ้านได้ง่ายขึ้น หน่วยงานของภาครัฐยังไม่ให้ความสำคัญของต่อผลิตภัณฑ์หมูหันพื้นบ้านซึ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งในด้านรสชาติและกลิ่น มีแนวทางส่งเสริมและพัฒนาชุมชนเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่สะดวก เพิ่มสถานที่จัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางการจำหน่าย มีตราสัญลักษณ์ของตนเอง ในส่วนหน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมหมูหันให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

<b>Research Title</b>	The Upgrade of Roasted Swine Prices for Sustainable Development in Samphran District Nakhon Pathom province
<b>Researcher</b>	Mr. Udomsak Kitthawee Miss Rattanaorn Simat
<b>Organization</b>	Faculty of Science and Technology Suan Dusit Rajabhat University
<b>Year</b>	2015

This research aims to explore and develop ways to promote income for roasted swine entrepreneur at Samphran District, Nakhon-Pathom Province in both directly and indirectly. The Methodology survey by questionnaire from roasted swine entrepreneurs, consumers, and all local governments. The result shows that there are a few of roasted swine manufacturers and consumers in Nakhon-Pathom province. Then all of manufacturers have been survive to solve their issue. After that, some of them are success in career. Therefore, the survival must have good quality control by themselves. For the local governments, they ignore roasted swine although it is unique food in terms of taste and smell. With the promotion and development of convenient packaging should be the best to promote roasted swine. More is distributor and channels, more is benefit. The manufacturer may be own logo. The local government should promote roasted swine to accepted certificate standard such as ONE TAMBON ONE PRODUCT (OTOP).

## กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ประจำปีงบประมาณ 2557 และท่านผู้ทรงคุณวุฒิอ่านประเมินผลการวิจัย ที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ พร้อมกันนี้ คณะผู้วิจัยต้องขอขอบคุณคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่ให้การสนับสนุน วัสดุอุปกรณ์ สถานที่ในการศึกษา และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องที่ให้ความอนุเคราะห์ ข้อมูล รวมถึงผู้ประกอบการหมั้นในจังหวัดนครปฐม ที่ได้ ให้ความสะดวกในการเข้าศึกษาในพื้นที่ เพื่อรวบรวมข้อมูล และการศึกษามา ณ โอกาสนี้ด้วย

ดร.อุดมศักดิ์ กิจทวี  
นางสาวรัตนาพร ศรีมาตย์  
2558

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	1
ขอบเขตของโครงการวิจัย	2
คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
ปัจจัยการผลิต	4
การพึ่งพาตนเอง	5
เศรษฐกิจชุมชน	6
การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน	6
มันหมู (Lard)	7
ความเหม็นหืน (Rancidity)	8
การป้องกันการเหม็นหืน	8
วิตามินอี (Vitamin E)	9
ประโยชน์ของวิตามินอี	9
บทบาทในการซื้อของผู้บริโภค	10
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
กรอบแนวคิดการวิจัย	14
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>15</b>
กลุ่มตัวอย่าง	15
เครื่องมือในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล	15

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
วิธีการดำเนินการวิจัย	15
การวิเคราะห์ข้อมูล	15
สถานที่ในการวิจัย	16
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	17
ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน	17
บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม	20
อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	
แนวทางส่งเสริมและพัฒนาชุมชน	21
การจัดจำหน่าย	21
การส่งเสริมการขาย	22
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และ ข้อเสนอแนะ</b>	24
สรุปผลการวิจัย	24
อภิปรายผล	24
ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้	25
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	26
<b>บรรณานุกรม</b>	27
บรรณานุกรมภาษาไทย	27
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	28
<b>ภาคผนวก</b>	29
ภาคผนวก ก	30
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	32

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2. 1	เปรียบเทียบสมบัติของน้ำมันที่นิยมใช้ปรุงอาหาร (ต่อ 100 กรัม)

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
4.1	แสดงของเหลือทิ้งจากกระบวนการทำหมูหัน	19
ก - 1	ภาพพื้นที่เก็บตัวอย่าง	31

## บทที่ 1 บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ประเทศไทยในปี 2557 มีการผลิตสุกรประมาณ 15.8 ล้านตัว คิดเป็นปริมาณการผลิต 1,196 พันตัน ในด้านการบริโภคปี 2557 ประเทศไทยมีการบริโภคสุกรประมาณ 1,176 พันตัน (สมาคมผู้ผลิตและแปรรูปสุกรเพื่อการส่งออก, 2557) และมีปริมาณการบริโภคเนื้อสุกร 17.9 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ในด้านการส่งออกในปี 2557 มีการส่งเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์ออกประมาณ 20,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 3,805 ล้านบาท ถ้าดูสัดส่วนการส่งออกต่อการผลิต คิดเป็น 1.67 % และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีปริมาณที่ส่งออกคิดเป็นเปอร์เซ็นต์เพียง 0.24 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับสัดส่วนของประเทศที่ส่งออกทั่วโลก ดังนั้นสุกรที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จึงยังอยู่ในประเทศไทยเพื่อบริโภคภายในประเทศ จังหวัดนครปฐม ถือเป็นแหล่งผลิตสุกรภายในประเทศที่ติดอันดับต้นๆของประเทศ จนเคยเกิดปัญหาลูกสุกรล้มตลาตในปี 2550 จนคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร จึงมีมติเห็นชอบมาตรการแทรกแซงตลาดสุกร ปี 2550 โดยการตัดวงจรลูกสุกรทำหมูหัน ประกอบกับจังหวัดนครปฐมเป็นแหล่งผลิตสุกรมีชีวิตมากเป็นอันดับสองของประเทศ และจากการที่ราคาสุกรมีชีวิตตกต่ำจึงส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรโดยตรง ดังนั้น จังหวัดนครปฐม โดยคณะกรรมการเพื่อแก้ไขปัญหาเกษตรกรอันเนื่องมาจากผลิตผลการเกษตรระดับจังหวัด จึงมีมติเห็นชอบให้หน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับสมาคมผู้เลี้ยงสุกรและสหกรณ์ผู้เลี้ยงสุกรจังหวัดนครปฐม จัดทำโครงการ "มหกรรมหมูหันนครปฐม สูตรฮ่องกง" หรือเป็นข่าวเกี่ยวกับการทุบทำลายลูกสุกร เนื่องจากลูกสุกรมีราคาถูกมากเกินไป การทำอาหารโดยลูกสุกรหรือหมูหันจึงเป็นหนทางหนึ่งในการเพิ่มอาชีพ และรายได้ให้กับเกษตรกร หรือผู้เลี้ยง ปัจจุบันการผลิตหมูหันยังคงเป็นเพียงอาชีพทางเลือก เนื่องจากการขาดองค์ความรู้ที่ครบถ้วนในกระบวนการผลิต วิธีการผลิตที่อยู่กับที่ไม่สามารถผลิตในต่างสถานที่ได้ รวมถึงข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลาการจำหน่ายที่ต้องแข่งกับเวลา เนื่องจากเป็นของแปรรูปซึ่งไม่ได้ใส่สารเคมี แผนงานวิจัยการยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์หมูหันอย่างยั่งยืน แผนงานนี้จะ เป็นประโยชน์ต่อทั้งหน่วยงานของรัฐระดับพื้นฐานและผู้ประกอบ เพราะคณะผู้วิจัยเป็นตัวกลางในการให้ความรู้กับผู้ประกอบ อาชีพ เครื่องอย่างหมูหันที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย การลดความเหินห่างของผลิตภัณฑ์ และการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐให้สนับสนุนผู้ประกอบการอย่างถูกวิธี ดังนั้นคณะผู้วิจัยเชื่อว่า การทำงานแบบบูรณาการนี้จะมีส่วนในการส่งเสริมรายได้ อาชีพ สังคม ให้กับชุมชนโดยนำทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนมาสร้างอาชีพอย่างยั่งยืน

### 2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อสำรวจ ค้นหา และพัฒนาแนวทางในการส่งเสริมรายได้ให้ผู้ประกอบการหมูหันในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐมทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นอาชีพประจำชุมชน อยู่คู่กับชุมชนอย่างยั่งยืน

### 3. ขอบเขตของโครงการวิจัย

1. สำรวจ ค้นหา และพัฒนาแนวทางในการส่งเสริมรายได้ให้ผู้ประกอบการหมูหัน ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยช่วยเหลือสนับสนุนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันลดของเสียเหลือทิ้ง (ขนหมู) จากการผลิตภักณ์นำมาทำผงเคราติน ป้องกันการเหม็นหืนในหมูหันด้วยกระบวนการไฮโดรจีเนชันและการเติมวิตามินอี สร้างเครื่องต้นแบบหันสุกรให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ สะอาด และปลอดภัย พัฒนาด้านการตลาด

2. ส่งเสริมและพัฒนาเป็นอาชีพประจำชุมชน อยู่คู่กับชุมชนอย่างยั่งยืน

### 4. คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

ปัจจัยการผลิต (factors of production) หมายถึงสิ่งต่างๆ ที่ผู้ผลิตนำมาผ่านกระบวนการผลิตขึ้นเป็นสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทางเศรษฐศาสตร์

การพึ่งตนเอง หมายถึง ความสามารถในการดำรงตนอยู่ได้อย่างอิสระมั่นคง สมบูรณ์ ซึ่งการพึ่งตนเองได้นั้นมีทั้งในระดับบุคคลและชุมชน การพึ่งตนเอง ต้องสามารถผันเปลี่ยนไปตามเวลาได้ เพื่อให้เกิดความเหมาะสม สอดคล้อง และสมดุล

เศรษฐกิจชุมชน เป็นการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ทั้งด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรมบริการทั้งในด้านการผลิตการบริโภคและการกระจายผลผลิตโดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชนคือให้มีส่วนร่วมคิด (What?) ร่วมทำ (How?) ร่วมรับผลประโยชน์ (For whom?) บนรากฐานของความสามารถที่มีอยู่จากการใช้ “ทุนของชุมชน” ทั้งที่เป็นสินค้าทุน (เครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์การผลิตต่างๆ ฯลฯ

มันหมู (Lard) คือ pig fat ซึ่งคือ น้ำมันหมู ซึ่งมีระดับไขมันแตกต่างกัน ขึ้นกับว่านำมาจากส่วนใดของหมู และผ่านกระบวนการใดหรือไม่ ในความเป็นจริงปริมาณไขมันในน้ำมันหมูใกล้เคียงกับในน้ำมันพืช

ความเหม็นหืน (Rancidity) การเหม็นหืนของไขมันและน้ำมันเกิดจากการดัดไขมันไม่อิ่มตัวในไขมัน และน้ำมันทำปฏิกิริยากับออกซิเจนบริเวณตำแหน่งพันธะคู่ระหว่างอะตอมของคาร์บอนเกิดเป็นสารเปอร์ออกไซด์ ซึ่งจะสลายตัวเป็นแอลดีไฮด์และกรดไขมันโมเลกุลขนาดเล็กที่ระเหยง่ายและมีกลิ่นเหม็น

วิตามิน อี หรือ โทโคเฟอร์รอล (Tocopherol) เป็นวิตามินชนิดหนึ่งที่ร่างกายจำเป็นต้องได้รับเป็นประจำทุกวัน เป็นวิตามินที่ละลายได้ดีในไขมันเช่นเดียวกับวิตามินเอ วิตามินดี และวิตามินเค วิตามินอี มีหลายชนิด ได้แก่ แอลฟา เบตา แกมมา และซิกมา โทโคเฟอร์รอล โดยชนิดที่ออกฤทธิ์ได้ดีที่สุด คือ แอลฟาโทโคเฟอร์รอล (Alpha-Tocopherol)

### 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน ในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัด

นครปฐม เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับฐานราก และแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน

2. ข้อมูลแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์หมูหันด้านการตลาดและส่วนประสมการตลาด 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของชุมชน ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์หมูหันให้กับชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน ในตำบลท่าข้ามอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

3. เครื่องต้นแบบหั่นสุกรแบบเคลื่อนย้าย ที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ สะอาด และปลอดภัย

4. ลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากของเสียขุ่นหมูเหลือทิ้ง

5. ผงเคราตินจากขุ่นหมูเหลือทิ้ง

6. การยืดอายุผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย

7. แนวทางด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนหมูหัน

8. สร้างอาชีพให้ชุมชนจนเป็นรู้จัก

9. ร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการในระดับชาติของหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนดุสิต หรือ เผยแพร่ข้อมูลงานวิจัยโดยการตีพิมพ์ลงในวารสารวิชาการระดับชาติ และนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ โดยจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ให้กับห้องสมุดมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษาวิจัยเรื่อง การยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์หมูหันเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในเขตอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### ปัจจัยการผลิต

การผลิต หมายถึง การแปรสภาพวัตถุดิบหรือทรัพยากรต่าง ๆ ให้เป็นสิ่งที่สามารถใช้อุปโภคบริโภคได้ เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เครื่องใช้ เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นต้น การผลิตสินค้าและบริการทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นการผลิตเพื่อธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยการผลิต ที่สำคัญ สรุปได้ 4 ประการ (สมคิด บางโม, 2547)

1) ที่ดิน 2) แรงงาน 3) เงินทุน และ 4) ผู้ประกอบการ

ปัจจัยการผลิต (factors of production) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ผู้ผลิตนำมาผ่านกระบวนการผลิตขึ้นเป็นสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทางเศรษฐศาสตร์ เราแบ่งปัจจัยการผลิตออกเป็น 4 ชนิด คือ

1. ที่ดิน (land) ซึ่งรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติทุกประเภท ได้แก่ ที่ดิน ป่าไม้ น้ำ แร่ธาตุ ฯลฯ ทั้งที่อยู่บนดินและอยู่ใต้ดินที่ดินมีลักษณะที่ต่างไปจากปัจจัยการผลิต อื่นๆ คือ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เคลื่อนย้ายไม่ได้ มีปริมาณจำกัด

2. แรงงาน (labor) หรือทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง ผู้ที่ทำงานให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจในการผลิต สินค้าหรือบริการโดยอาศัยทั้งกำลังร่างกายและกำลังความคิด แต่ไม่รวมในด้านของความสามารถในการประกอบการของแต่ละบุคคล ในทางเศรษฐศาสตร์การใช้แรงงานจะต้องเป็นการใช้แรงงานที่ได้รับค่าตอบแทนเป็น ตัวเงินหรือสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ส่วนแรงงานที่ไม่ได้รับผลตอบแทนจะไม่ถือว่าเป็นแรงงานตามความหมายนี้ แรงงานหรือที่นิยมเรียกกันว่า กำลังแรงงาน (labor force) ในอีกความหมายหนึ่งก็คือกลุ่มคนที่อยู่ในวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ซึ่งพร้อมและเต็มใจที่จะทำงานไม่ว่าจะมีงานให้ทำหรือไม่ก็ตามแบ่งออกเป็น แรงงานที่มีทักษะ (skilled labor) ซึ่งเป็นแรงงานที่ได้รับการฝึกฝนอบรมมาเป็นอย่างดี เช่น แพทย์ วิศวกรสถาปนิก ฯลฯ กับแรงงานที่ไม่มีทักษะ (unskilled labor) ซึ่งเป็นแรงงานที่ไม่ได้รับการฝึกฝนอบรมมาก่อน ส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่ใช้กำลังกายเป็นหลัก เช่น กรรมกรแบกหาม คนงานรับจ้างทั่วไป ฯลฯ

3. ทุน (capital) คือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อใช้อำนวยความสะดวกในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ หรือทุน คือการสะสมสินค้าในรูปของเครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์การผลิตต่างๆ ทุนในทางเศรษฐศาสตร์จะหมายถึงสินค้าประเภททุนซึ่งจัดเป็นทุนที่แท้จริง (real capital) โดยไม่นับรวมเงินทุนซึ่งเป็นทุนที่เป็นตัวเงิน (money capital) เข้าไว้ในความหมายดังกล่าว โดยทั่วไปทุนแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1) ทุนถาวร (fixed capital) คืออุปกรณ์การผลิตเครื่องจักร เครื่องมือที่มีความคงทนถาวร มีอายุการใช้งานยาวนาน เช่น โรงงาน ถนน สะพาน ทางรถไฟ เป็นต้น

2) ทุนดำเนินงาน (working capital) คือ ทุนประเภทวัตถุดิบต่างๆ ซึ่งมีอายุการใช้งานค่อนข้างสั้น เป็นสิ่งที่ใช้แล้วหมดไป ต้องหามาทดแทนใหม่อยู่ตลอดเวลา เช่น น้ำมัน ไม้ยาง เหล็ก เป็นต้น บางครั้งเรียกทุนประเภทนี้ว่าทุนหมุนเวียน (circulating capital)

3) ทุนสังคม (social capital) เป็นทุนที่ไม่ได้ถูกนำมาใช้ในการผลิตโดยตรง เป็นตัวช่วยเสริมให้การใช้ทุน ทั้งสองประเภทข้างต้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น สวนสาธารณะ โรงเรียน โรงพยาบาล สนามกีฬา สระว่ายน้ำ เหล่านี้ล้วนเป็นทุนของประเทศ โดยส่วนรวมมีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยอ้อม คือ ช่วยให้ความรู้การรักษาสภาพอนามัยการพัฒนาในเรื่องของคุณภาพชีวิตของบุคคล ที่อยู่ในสังคม

4. ความสามารถในการประกอบการ (entrepreneurship) หมายถึง ความสามารถในการดำเนินการวางแผนจัดการทางด้านธุรกิจการผลิตภายใต้ ความเสี่ยงในระดับต่างๆ ผู้ประกอบการ (entrepreneur) จะเป็นผู้รวบรวมปัจจัยการผลิตต่างๆเพื่อทำการผลิตขึ้นเป็นสินค้าหรือบริการ และเป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจว่าจะผลิตอะไร อย่างไรและเพื่อใคร (ชุมชนคนรักการศึกษา (Eduzones), 2554)

### การพึ่งพาตนเอง

การพึ่งตนเอง หมายถึง ความสามารถในการดำรงตนอยู่ได้อย่างอิสระมั่นคง สมบูรณ์ ซึ่งการพึ่งตนเองได้นั้นมีทั้งในระดับบุคคลและชุมชน การพึ่งตนเอง ต้องสามารถผันเปลี่ยนไปตามเวลาได้ เพื่อให้เกิดความเหมาะสม สอดคล้อง และสมดุล หลักการและแนวทางเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ตามหลักทางสังคมวิทยามี 5 ประการ คือ

1) การพึ่งตนเองได้ทางเทคโนโลยี หมายถึง การมีปริมาณและคุณภาพของเทคโนโลยีทางวัตถุ เช่น เครื่องมือ เครื่องไม้ เครื่องจักรกล และเทคโนโลยีทางสังคม เช่น การจัดวางโครงการ การจัดการ เป็นต้น การรู้จักใช้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้หรือประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม

2) การพึ่งตนเองได้ทางเศรษฐกิจ หมายถึง ความสามารถในการทำมาหากินเลี้ยงชีพที่มีความมั่นคงสมบูรณ์พูนสุขพอสมควรหรืออย่างสมดุล

3) การพึ่งตนเองได้ทางทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและความสามารถในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้ดำรงอยู่ไม่ให้เกิดเสื่อมเสียไปจนหมดสิ้น หรือไม่ให้เสียสมดุลธรรมชาติ

4) การพึ่งตนเองได้ทางจิตใจ หมายถึง การมีจิตใจที่กล้าแข็ง เพื่อที่สามารถต่อสู้กับปัญหาอุปสรรคต่างๆ ทั้งการหาเลี้ยงชีพ การพัฒนาชีวิตให้เจริญก้าวหน้า การยึดมั่นปฏิบัติตามหลักทางสายกลาง หรือมีขณิมาปฏิบัติ

5) การพึ่งตนเองได้ทางสังคม หมายถึง การที่คนกลุ่มหนึ่งมีความเป็นปึกแผ่นเหนียวแน่น มีผู้นำที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำกลุ่มคนเหล่านี้ให้ดำเนินการใดๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายด้วยตนเอง หรือสามารถหาความช่วยเหลือจากภายนอกเข้ามาช่วยทำให้ชุมชนช่วยตนเองได้

## เศรษฐกิจชุมชน

ระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นที่มีลักษณะเป็นองค์รวมซึ่งไม่ได้มีแต่เพียงมิติทางเศรษฐกิจที่เป็นตัวเลขรายได้ รายจ่าย การผลิต และการบริโภคเท่านั้น แต่จะเป็นระบบเศรษฐกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต รวมถึงระบบคุณค่า (ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์, 2556, หน้า 2)

เศรษฐกิจชุมชนเป็นการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ทั้งด้านเกษตรกรรมอุตสาหกรรม บริการทั้งในด้านการผลิตการบริโภคและการกระจายผลผลิตโดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชนคือให้มีส่วนร่วมคิด (What?) ร่วมทำ (How?) ร่วมรับผลประโยชน์ (For whom?) บนรากฐานของความสามารถที่มีอยู่จากการใช้ “ทุนของชุมชน” ทั้งที่เป็นสินค้าทุน (เครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์การผลิตต่างๆ ฯลฯ ที่มีอยู่หรือสามารถจัดหาได้ตามศักยภาพ) ทุนทางเศรษฐกิจ (ปัจจัยที่สนับสนุนให้การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นไปอย่างสะดวกราบรื่นเช่นที่ดินแหล่งน้ำสภาพภูมิประเทศการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น) และทุนทางสังคม (วิถีการผลิตภูมิปัญญาท้องถิ่น ศาสนสถาน โรงเรียน สถานือนามัย ฯลฯ) ดังนั้นสมาชิกในชุมชนจะเป็นผู้ตัดสินใจเองว่าพวกเขาจะผลิตอะไรได้บ้างตามศักยภาพและทุนประเภทต่างๆ ที่มีพวกเขา มีอยู่ พวกเขาจะผลิตกันอย่างไร แล้วพวกเขาจะแบ่งปันผลประโยชน์จากการผลิตร่วมกันอย่างไร นั่นคือชุมชนคิดเองทำเองได้เอง (ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์, 2556, หน้า 7)

## การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน มีดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนควรสอดคล้องกับสภาพปัญหา และบริบทของชุมชนในช่วงที่ผ่านมาหน่วยงานภาครัฐมักจะเน้นการทำงานในมิติเดียวในการกำหนดแนวนโยบายต่างๆ โดยมีไตร่ตรองถึงความแตกต่างของปัญหาและบริบทแวดล้อม ซึ่งมักจะนำไปสู่การกำหนดนโยบายแบบเดียวที่เข้าปฏิบัติกับชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ การมีกรอบวิธีคิดเช่นนี้ทำให้มาตรการแก้ไขปัญหาดังกล่าวขาดประสิทธิผล และไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอาจใช้โอกาสจากการมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยการเปิดโอกาสให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการกำหนดมาตรการต่างๆ และมีบทบาทหลักในการลงมือปฏิบัติในแต่ละชุมชน การปรับเปลี่ยนบทบาทของหน่วยงานราชการให้ทำหน้าที่ส่งเสริมและให้การสนับสนุน (facilitator) และเปิดโอกาสให้ภาคท้องถิ่นและชุมชนเป็นกลไกผลักดันการดำเนินการตามนโยบาย (doer) ถือเป็นทิศทางการ บริหารกิจการสาธารณะที่สำคัญในปัจจุบัน จะช่วยให้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนดำเนินไปได้อย่างสอดคล้องกับบริบทของชุมชน

2. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนนั้นควรยึดหลักให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนรวมในการดำเนินงาน ซึ่งจะช่วยให้เกิดแนวร่วมในการพัฒนาเป็นเครือข่ายที่มีพลัง กระบวนการมีส่วนร่วมทางสังคมเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาอาชีพได้เป็นอย่างดี เศรษฐกิจชุมชนที่ขับเคลื่อนไปได้อย่างเข้มแข็ง คือ สภาวะที่หน่วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมขับเคลื่อนไปพร้อมกัน มีโซ่สภาวะที่กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งได้รับการพัฒนาแต่ฝ่ายเดียว ดังนั้น มาตรการในการพัฒนา

เศรษฐกิจชุมชนจึงควรสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายในทางเศรษฐกิจ และสามารถดำเนินการต่อเนื่อง กลายเป็นวงจรแห่งการพัฒนาชุมชนได้

3. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คือ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลการดำเนินมาตรการใดๆ ในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนั้นต้องคำนึงถึงการพัฒนาประชาชนในรู้จักตนเองและรู้จักสังคมรอบตัว และส่งเสริมให้ประชาชนสามารถคิดวิเคราะห์ได้อย่างมีเหตุผล และพัฒนาให้ประชาชนมีทักษะในด้านต่างๆ ที่เพียงพอต่อการประกอบอาชีพ และดำเนินชีวิตในชุมชน มาตรการให้ความช่วยเหลือแบบให้เปล่า หรือมาตรการให้ความช่วยเหลือที่มีได้คำนึงถึงการพัฒนาประชาชนใหม่มีความเป็นมนุษย์ที่ดี มีความพร้อมในการดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพอย่างรอบด้าน ย่อมมีมาตรการในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่มีความเหมาะสม ดังนั้น การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนจึงควรปรับเปลี่ยนจาก “การทำให้” เป็น “การพัฒนาให้ประชาชนช่วยเหลือและพึ่งตนเองได้” เพื่อให้ประชาชนคิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและชุมชนที่ยั่งยืน(วีระศักดิ์ เครือเทพ, 2550, หน้า 60-71)

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนสิ่งที่สำคัญ คือ ต้องให้ชุมชนพึ่งพาตนเองให้มากที่สุด เพราะเศรษฐกิจชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจชาติ จึงมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาโดยการพัฒนาต้องสัมพันธ์กับการเมือง การปกครอง การศึกษา วัฒนธรรมของประเทศ จึงจะทำให้เกิดการพัฒนาเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจ ชุมชนถูกมองจากสังคมภายนอกว่าเป็นการถอยหลังเข้าคลอง ในความหมายของการถอยหลังเข้าคลองคือการถอยกลับ เพื่อสร้างรากฐานเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนโดยเน้นการเกษตรเป็นตัวนำ เน้นการพึ่งพาตนเอง เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นการใช้เทคโนโลยีพื้นบ้าน และเน้นการร่วมแรงร่วมใจกันของพลังชุมชน โดยยึดครอบครัวเป็นหลักยึดการรวมกลุ่มเศรษฐกิจยึดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายยึดการส่งเสริมการตลาดชุมชน และยึดการจัดเวทีชาวบ้านแบบคิดเองทำเอง (เอมอรแสนภูวา, 2556, หน้า 92-96)

### มันหมู (Lard)

Lard คือ pig fat ซึ่งคือ น้ำมันหมู ซึ่งมีระดับไขมันแตกต่างกันขึ้นกับว่านำมาจากส่วนใดของหมูและผ่านกระบวนการใดหรือไม่ในความเป็นจริงปริมาณไขมันในน้ำมันหมูใกล้เคียงกับในน้ำมันพืช ดังแสดงในตารางด้านล่าง และไม่มีไขมันแบบทรานส์ (trans fat) แต่น้ำมันหมูไม่เป็นที่นิยมเนื่องจาก

1. มีระดับไขมันแบบอิ่มตัวที่สูงมาก คือสูงกว่าน้ำมันพืชจาก ทานตะวัน, ถั่วเหลือง, มะกอก, ทานตะวัน และข้าวโพด แต่มีระดับไขมันแบบอิ่มตัวน้อยกว่าน้ำมันปาล์ม
2. มีระดับ cholesterol สูง
3. ระดับความพึงพอใจต่ำ เพราะมาจากสัตว์

ดังนั้นหากบริโภคน้ำมันหมูในอาหารโอกาสสูงมากกว่าที่ผู้บริโภคจะมีน้ำหนักตัวมากมี cholesterol สูง ซึ่งทำให้ป่วยเป็นโรคหลอดเลือดและหัวใจ (cardiovascular disease) มากกว่าเมื่อเทียบกับการบริโภคน้ำมันพืชในอาหาร

นอกจากนี้ยังได้มีบทความแนะนำด้านอาหารของ WHO Europe ได้สรุปว่าอาหารที่มีไขมันอิ่มตัวสูง เช่น น้ำมันหมู หรือน้ำมันพืชที่ผ่านการ hydrogenation ผลิตภัณฑ์น้ำมันที่มีไขมันสูง เช่น เนย, ครีม, ชีสบางชนิดและเนื้อที่มีไขมันสูง เช่น เนื้อวัว, หมู, แกะมีส่วนสำคัญในการทำให้เกิดโรคหลอดเลือดและหัวใจ มะเร็งบางชนิด และโรคอ้วน

**ตารางที่ 2.1** เปรียบเทียบสมบัติของน้ำมันที่นิยมใช้ปรุงอาหาร (ต่อ 100 กรัม)

น้ำมัน/ ไขมัน	ไขมันรวม (g)	ไขมันอิ่มตัว (g)	ไขมันไม่อิ่มตัว	ไขมันไม่อิ่มตัว	โปรตีน (g)
			เชิงเดี่ยว (g)	เชิงซ้อน (g)	
น้ำมันพืชที่ผ่านไฮโดรจีเนชัน	71	23	8	37	0
น้ำมันดอกทานตะวัน	100	10	20	66	0
น้ำมันถั่วเหลือง	100	16	23	58	0
น้ำมันมะกอก	100	14	73	11	0
น้ำมันหมู	100	39	45	11	0
เนย	81	51	21		

Source: <http://en.wikipedia.org/wiki/Lard>

### ความเหม็นหืน (Rancidity)

การเหม็นหืนของไขมันและน้ำมันมีสาเหตุมาจาก

1. ปฏิกิริยาออกซิเดชันเกิดจากออกซิเจนในอากาศเข้าทำปฏิกิริยาตรงตำแหน่งพันธะคู่ระหว่างอะตอมคาร์บอนในโมเลกุลของกรดไขมันได้แอลดีไฮด์และกรดไขมันโมเลกุลเล็กๆ ซึ่งมีกลิ่นเหม็นหืน
2. ปฏิกิริยาไฮโดรลิซิส ระหว่างไขมันกับน้ำโดยมีเอนไซม์จากจุลินทรีย์ในอากาศเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาได้ผลิตภัณฑ์เป็นกรดไขมันโมเลกุลเล็กที่ระเหยง่ายและมีกลิ่นเหม็น  
กรดไขมันไม่อิ่มตัวมีพันธะคู่ในโมเลกุลทำให้สามารถถูกออกซิไดส์ได้เองด้วยออกซิเจนในอากาศ (auto-oxidation) ทำให้กรดไขมันเปลี่ยนเป็นเปอร์ออกไซด์ (peroxide) และเปลี่ยนต่อไปเป็นสารประกอบเชิงซ้อนอัลดีไฮด์ (fatty aldehydes) ซึ่งทำให้มีกลิ่นเหม็นหืน

### การป้องกันการเหม็นหืน

1. การเก็บไขมัน หรือน้ำมันโดยไม่ให้เกิดการเหม็นหืน หรือชะลอการเหม็นหืนให้ช้าที่สุดจะต้องเก็บในบริเวณที่มีอุณหภูมิต่ำ ต้องปิดฝาภาชนะให้สนิท ไม่ให้สัมผัสกับออกซิเจนและไอน้ำในอากาศเพื่อป้องกันการเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชันและปฏิกิริยาไฮโดรลิซิส
2. ในธรรมชาติจะมีวิตามินอี ช่วยป้องกันการเหม็นหืนได้
3. น้ำมันพืชมีกรดไขมันไม่อิ่มตัวมากกว่าไขมันสัตว์ จึงน่าจะเหม็นหืนง่ายกว่าไขมันสัตว์ แต่มีการเติมสารเคมีบางชนิดลงไป เช่น BHT, BHA เพื่อป้องกันการเหม็นหืน สารทั้งสองชนิดเป็นสารประกอบประเภทฟีนอล

## วิตามินอี (Vitamin E)

วิตามิน อี หรือ โทโคเฟอรอล (Tocopherol) เป็นวิตามินชนิดหนึ่งที่ร่างกายจำเป็นต้องได้รับเป็นประจำทุกวัน เป็นวิตามินที่ละลายได้ดีในไขมันเช่นเดียวกับวิตามินเอ วิตามินดี และวิตามินเค วิตามินอี มีหลายชนิด ได้แก่ แอลฟา เบตา แกมมา และซิกมา โทโคเฟอรอล โดยชนิดที่ออกฤทธิ์ได้ดีที่สุด คือ แอลฟาโทโคเฟอรอล (Alpha-Tocopherol)

### ประโยชน์ของวิตามินอี

1. วิตามินอี เป็นสารต้านการเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชันและอนุมูลอิสระที่มีประสิทธิภาพ (Potent Antioxidant) ซึ่งมีผลในการป้องกันการทำลายเซลล์ หรือลดความเสี่ยงของอวัยวะต่างๆ ที่มีสาเหตุมาจากอนุมูลอิสระได้ จึงช่วยชะลอความแก่ได้
2. ช่วยปกป้องการเสื่อมสลายของเยื่อหุ้มเซลล์ (Stabilize) ที่อยู่ตามอวัยวะต่างๆ เช่น ผิวหนัง ตา ตับ เต้านม หลอดเลือด และเม็ดเลือดแดง ทำให้อวัยวะดังกล่าวทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและมีความคงทนมากขึ้นด้วย เพราะวิตามินอีจะทำให้ผนังเซลล์ทนต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมได้ดี
3. วิตามินอียังช่วยป้องกันการเกิดสารไนโตรซามีน (Nitrosamines) ตัวการหนึ่งที่ก่อให้เกิดโรคมะเร็ง โดยเกิดจากการทำปฏิกิริยาของสารจำพวกไนโตรที่ที่มีในอาหารที่รับประทานเข้าไป ภายในกระเพาะอาหาร นอกจากนี้มีการศึกษาในห้องปฏิบัติการพบว่าวิตามินอียังมีผลช่วยยับยั้งการเจริญของเซลล์มะเร็งได้
4. วิตามินอี มีคุณสมบัติช่วยลดการเกิดกระบวนการออกซิเดชันของไขมันชนิด LDL (Low Density Lipoprotein) ซึ่งเป็นไขมันชนิดเลวในเลือด ที่จะมีผลทำให้เส้นเลือดเกิดความเสียหายอย่างมาก และช่วยลดการเกาะตัวกันของเกล็ดเลือด (Platelet Aggregation) ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานของเซลล์กล้ามเนื้อหัวใจดีขึ้น และยังช่วยลดอัตราเสี่ยงต่อการเป็นโรคระบบหลอดเลือดหัวใจ รวมถึงหลอดเลือดสมองด้วย
5. วิตามินอีช่วยลดระดับของอนุมูลอิสระในน้ำอสุจิ จึงทำให้ผนังเซลล์อสุจิแข็งแรงขึ้น และส่งผลให้มีอัตราการตั้งครรภ์เพิ่มขึ้นถึง 30% แต่ก็อาจไม่ปรากฏผลหากคนนั้นเป็นคนสูบบุหรี่ เนื่องจากการสูบบุหรี่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดอนุมูลอิสระ ซึ่งจะทำลายความแข็งแรงของอสุจิ และอาจทำให้อวัยวะต่างๆ ในร่างกายเสื่อมโทรมลง
6. มีสถาบันโรคผิวหนังหลายแห่งมีการวิจัยพบว่า วิตามินอีช่วยป้องกันผิวจากการไหม้เกรียม ริ้วรอยเหี่ยวย่น และรอยแผลได้ดี วิตามินอีจะทำหน้าที่เหมือนฟองน้ำที่ดูดซับสารอนุมูลอิสระก่อนที่จะทำให้ เนื้อเยื่อต่างๆ เสียหาย จึงช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของผนังเซลล์ทำให้เซลล์ผิวแข็งแรงขึ้น และช่วยให้ทนต่อรังสี UV ในแสงแดดได้ดีขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตเครื่องสำอางจึงนิยมนำวิตามินอีมาใช้เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์

## บทบาทในการซื้อของผู้บริโภค

การซื้อสินค้าของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ดังนี้ (สำออง งามวิชา, 2539)

1. ผู้ริเริ่มการซื้อ (Initiator) คือ บุคคลที่ ช่างคิด ช่างเสนอให้มีการซื้อสิ่งใหม่ๆ เป็นบุคคลผู้ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความต้องการบางอย่างยังไม่ได้รับการตอบสนอง และทำให้เกิดการซื้อ เพื่อตอบสนองความต้องการที่ขาดอยู่นั้น
2. ผู้มีอิทธิพล (Influencer) คือ ผู้มีอิทธิพล หรือ ส่งแรงกดดันให้เกิดการซื้อได้ เป็นบุคคลผู้ซึ่งใช้คำพูด หรือ การกระทำบางอย่าง อาจโดยไม่ตั้งใจ หรือ ตั้งใจก็ตาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ การกระทำการซื้อจริงและ/หรือการใช้สินค้าและบริการ
3. ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) คือ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ โดยถ้าบุคคลผู้นั้น ไม่ยอมตัดสินใจซื้อ การซื้อก็เกิดขึ้นไม่ได้ นับเป็นบุคคลผู้ซึ่งเป็นผู้พิจารณาในที่สุดว่าจะซื้อหรือไม่ซื้ออะไร ซื้อวิธีไหน หรือที่ไหนในกระบวนการตัดสินใจ
4. ผู้ซื้อ (Buyer) คือ บุคคลผู้ดำเนินการเอาเงินไปแลกซื้อสินค้ามา หรือเป็นผู้กระทำการซื้อจริงๆ ในขั้นตอนของการซื้อ
5. ผู้ใช้ (User) คือ บุคคลที่กระทำการใช้สอยสินค้านั้นด้วยตนเอง ซึ่งบุคคลนี้ นับว่ามีอิทธิพลต่อการซื้อครั้งต่อไปหรือเกี่ยวข้องโดยตรงมากที่สุดในการบริโภคหรือการใช้ของที่สั่งซื้อ

## 2.2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กุลชญา แวนแก้ว และคณะ (2551) ได้ทำการศึกษา แนวทางการบูรณาการด้านอาหารเพื่อการพัฒนาสู่การแข่งขันของจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า แนวทางด้านบูรณาการด้านอาหารเป็นการผสมกลมกลืนของทรัพยากรที่มีความหลากหลายในท้องถิ่นอย่างมีระบบแบบแผนโดยอาศัยกระบวนการบริหารจัดการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน ท้องถิ่น ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และวัฒนธรรมการบริโภคของชาวอีสานจึงมีการพัฒนาโดยการบูรณาการนำอาหารที่มีในท้องถิ่นมาผ่านกระบวนการตามวิธีการของภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ 1. ด้านการพัฒนาการถนอมอาหาร เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของชุมชน เช่น การอบ การตากแห้ง การดอง การแช่หมัก เป็นต้น แนวทางในการถนอมอาหารของชาวอีสานจะมีวิธีการแตกต่างกัน 2. ด้านการแปรรูปอาหารเพื่อสร้างธุรกิจอาหารพื้นเมือง เช่น การทำไส้กรอก จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลสุขสวัสดิ์ อำเภอบึง จังหวัดศรีสะเกษ มีการดำเนินการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบโดยชุมชนเพื่อชุมชน เช่น การแบ่งหน้าที่ การผลิต การจำหน่าย การจัดทำบัญชี เป็นต้น 3. ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลผลิตทางการเกษตร ให้มีความน่าสนใจแก่ผู้บริโภคเพื่อให้สามารถนำมาจัดจำหน่ายได้ บรรจุภัณฑ์ จะต้องมีความคงทน ดึงดูดผู้บริโภค รักษาคุณภาพผลผลิตได้อย่างดี และ 4. ด้านการพัฒนาการดำเนินการอาหารเพื่อสุขภาพของนักเรียน

สุภัทรธร ทวีจันทร์ (2551) ได้ทำการศึกษาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เป็นยุทธศาสตร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่า ประสิทธิภาพในการวางแผนกระบวนการต่างๆ ส่งผลให้การดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่ เช่น การตลาดและเทคนิคสำหรับโครงการสินค้าหลักเปรียบเทียบกับบริษัทที่ทุ่มเทให้กับผลิตภัณฑ์ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตามเพียงการดำเนินงานที่เชื่อมโยงทางการตลาดของโครงการที่ได้รับการพัฒนา

สุภัทรชรร ทวีจันทร์ (2551) ได้ทำการศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาการดำเนินธุรกิจไส้กรอก วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านโพนปลัด ตำบลสุขสวัสดิ์ อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไส้กรอกโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย

1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไส้กรอกของกลุ่มแปรรูปอาหารของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านโพนปลัด ตำบลสุขสวัสดิ์ อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2) ด้านราคา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไส้กรอกของกลุ่มแปรรูปอาหารของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านโพนปลัด ตำบลสุขสวัสดิ์ อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ ในด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

3) ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไส้กรอกของกลุ่มแปรรูปอาหารของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านโพนปลัด ตำบลสุขสวัสดิ์ อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญ ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไส้กรอกของกลุ่มแปรรูปอาหารของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านโพนปลัด ตำบลสุขสวัสดิ์ อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

วรทัย จารุทวี (2545, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ศึกษากรณีชุมชนประจักษ์พัฒนา ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองของชุมชนประจักษ์พัฒนา และปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่า การรวมกลุ่มในลักษณะเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองของชุมชน โดยชาวบ้านรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มอาชีพต่างๆ ขึ้น เพื่อทำกิจกรรมการผลิต การขาย การแปรรูป และมีการระดมทุนจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ของชุมชน นอกจากจะก่อให้เกิดรายได้และการมีงานทำภายในชุมชนแล้ว ยังแสดงให้เห็นความเอื้ออาทรช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในชุมชนซึ่งทำให้ชุมชนเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้ในระยะยาว โดยปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนประกอบด้วย ผู้นำ การมีส่วนร่วมของสมาชิก การเรียนรู้และแก้ไขปัญหาาร่วมกัน การจัดการและการสนับสนุนจากภายนอก

สมหมาย ทองขาว (2551, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านโงกน้ำ ตำบลนาขยาด อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง พบว่า การมีผู้นำที่มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ มีความเสียสละเพื่อส่วนรวม มีอิทธิพลต่อความสำเร็จร้อยละ 100, 62.5 และ 52.1 ตามลำดับ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของกลุ่มมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกัน และการที่ผู้นำและสมาชิกมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี ประกอบด้วยการมีรายได้ดีมีเงินออม มีผลโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

พลังวัชร แผงธีระสุขสมัย(2553) ทำการสร้าง เครื่องปั๊มสุระเต๊ะใช้มอเตอร์ขนาดไฟฟ้ากระแสสลับขนาด 1 แรงม้า เป็นแหล่งต้นกำลังและส่งถ่ายกำลังผ่านชุดเกียร์ทดขนาด 1/40 และส่งถ่ายกำลัง

ด้วยเฟืองโซ่หมุนล้อเฟืองชุดลำเลียง ชุดล้อเฟืองลำเลียงมีลักษณะสายพานโลหะวางหมูสะเต๊ะ โดยสามารถวางหมูสะเต๊ะขนาดเล็กทั่วไปวางบนสายพานลำเลียง หมูสะเต๊ะที่วางแล้วจะถูกลำเลียงด้วยสายพาน ด้านใต้สายพานมีเตาถ่านควบคุมอุณหภูมิประมาณ 50 – 80 องศาเซลเซียสโดยการใช้ขี้เถ้ากลบเหมือนการปิ้งหมูสะเต๊ะทั่วไป หมูสะเต๊ะที่วางแล้วจะถูกลำเลียงตามทิศทางเคลื่อนที่จะถูกกลับโดยผ่านอุปกรณ์กลับพลิกปรากฏว่าหมูสะเต๊ะจำนวน 200 ไม้ ตีเตาถ่านให้ไฟติดและปรับความร้อนตามที่กำหนด โดยวางที่ละไม้ และห่างกันประมาณ 5-10 มิลลิเมตรทดลอง 5 ครั้งเฉลี่ย 3 นาทีจึงสุก

A. Aluigi และคณะ(2007) [3] ทำการศึกษาเปรียบเทียบโครงสร้างเคราตินที่ได้จากการละลายด้วยตัวทำละลายน้ำ สารละลายกรดฟอร์มิก โดยศึกษาเกี่ยวกับการละลายด้วยตัวทำละลายทั้งสอง ทำการศึกษารดอะมิโน และการกระจายของมวลโมเลกุล ที่ได้จากการทำละลายด้วยตัวทำละลายทั้งสองชนิดโดยใช้เทคนิค High Performance Liquid Chromatography (HPLC) และ SDS-PAGE Electrophoresis ผลจากการวัดความขุ่น(Turbidity) แสดงให้เห็นว่าเคราตินที่ละลายด้วยกรดฟอร์มิกอยู่ในรูปที่มีความโปร่งใสมากกว่า มีความคงตัวมากกว่าและไม่มีการเกาะตัวเป็นก้อนเกิดขึ้น ทำการศึกษาโครงสร้างของเคราตินที่ได้ด้วยเทคนิค Fourier transform infrared spectroscopy (FTIR) และเทคนิค X-ray diffraction(XRD)

Parkhurstและคณะ [2] ศึกษาความเสถียรของการออกซิไดส์ (ระยะเวลาในการทำปฏิกิริยา) ของวิตามินอีในน้ำมันหมูที่กลั่นภายใต้ภาวะสุญญากาศ น้ำมันหมูจะถูกเติมด้วยวิตามินอีในเอทานอลที่ความเข้มข้นต่างๆ ได้แก่  $\alpha$ -tocopherol เข้มข้น 0, 50, 200, 300 และ 650 ppm  $\gamma$ -tocopherol เข้มข้น 0, 50, 100, 400, 450 และ 600 ppm  $\delta$ -tocopherol เข้มข้น 0, 25, 100, 250, 300 และ 500 ppm จากนั้นระเหยเอทานอลออกจากสารตัวอย่างด้วยสุญญากาศ ให้ความร้อนที่  $97 \pm 0.25^{\circ}$  สังเกตความดันที่เปลี่ยนแปลงและปริมาณออกซิเจนที่ใช้ พบว่าประสิทธิภาพในเป็นสารต้านอนุมูลอิสระของ  $\gamma$ -tocopherol >  $\delta$ -tocopherol >  $\alpha$ -tocopherol

Jaime Ortizและคณะ [1] ศึกษาการการต้านทานการเหม็นหืนของปลาแซลมอนโดยใช้สารต้านทานการเกิดอนุมูลอิสระทั้งแบบสังเคราะห์ คือ BHT-ethoxyquin mixture และแบบธรรมชาติ คือ tocopherol isomers-rich mixture และ tocopherol isomers-rosemary extract mixture ตัวอย่างจะถูกเก็บแช่แข็งที่อุณหภูมิ  $-18^{\circ}\text{C}$  จากการศึกษาพบว่าสารต้านทานการเกิดอนุมูลอิสระทั้งแบบสังเคราะห์จะให้ผลการต้านทานการเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชันได้ดีกว่าแบบธรรมชาติ และพบว่าเกิดปฏิกิริยาไฮโดรไลซิสลดลงในการใช้สารต้านทานการเกิดอนุมูลอิสระทั้งสองแบบ

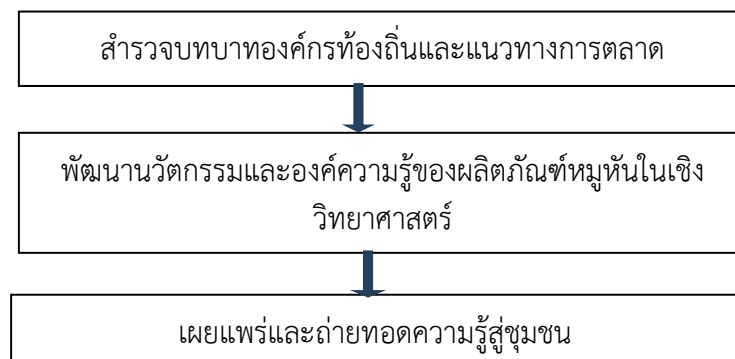
วิชิต นันทสุวรรณ. (2547) กลาวว่า “วิสาหกิจชุมชน” คือ การประกอบการเพื่อจัดการ “ทุน” ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเอง และความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน และกลาวว่า การประกอบการในลักษณะวิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการที่เชื่อมโยงการผลิตทางการเกษตร การแปรรูป และการตลาดของชุมชน เขาเป็นกระบวนการเดียวกัน ไม่แยกส่วน และแบ่งบทบาทให้กับกลุ่มคนที่มีทักษะหรืออาชีพเฉพาะที่แตกต่างกัน กิจกรรมทางเศรษฐกิจตามแนวทางวิสาหกิจชุมชนมี 3 ระดับ คือ การสร้างผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์เพื่อการพึ่งตนเองในระดับครัวเรือน สร้างผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์เพื่อเพียงพอกับความต้องการระดับชุมชน และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองสังคมภายนอกชุมชนเป็นระดับก้าวหน้า ซึ่งตรงกับนโยบาย “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”

บุญส่ง มหัจฉริยะธีระ (2546) ได้ศึกษากรณีศึกษาทางอุตสาหกรรมและกลยุทธ์ทางธุรกิจ เรื่อง ร้านค้าปลีกหรือร้านโชห่วย จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า ยอดขายของร้านหนังสือทยอยลดลงเรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 – 2545ร้านหนังสือทราบว่าสาเหตุของปัญหา คือ ราคาส่วนใหญ่มีราคาแพงกว่าคู่แข่ง สินค้าเก่าหมดอายุและไม่มีการประชาสัมพันธ์ร้านค้า ร้านหนังสือจึงวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาโดยใช้แผนภูมิแก๊งปลา (Ishikawa Diagram) แบบสำรวจความคิดเห็นของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง Five Forces Model , SWOT Analysis การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ดังนั้นร้านหนังสือจึงได้หาแนวทางแก้ปัญหา โดยใช้ทฤษฎีกลยุทธ์ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy) และกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Customer relationship strategy) จากการศึกษาและสรุปผลดำเนินการพบว่าร้านหนังสือสามารถเพิ่มยอดขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

ยุพาภรณ์ มาแสวง (2546) ทำการค้นคว้าอิสระ กรณีศึกษาทางอุตสาหกรรมและกลยุทธ์ เรื่อง การวางแผนกลยุทธ์ของร้านประเวศเมื่อเผชิญปัญหายอดขายตก ซึ่งร้านตั้งอยู่ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ.2520 ซึ่งผลการดำเนินงานของกิจการยอดขายได้ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2543 จึงได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์โดยใช้ SWOT ANALYSIS และ ISIKAWA DIAGRAMเพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหา โดยการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านประเวศ ในจังหวัดร้อยเอ็ดได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ในปี 2546

พรทิพย์ ตันติบัณฑิต (2547) ได้ศึกษาผลกระทบของธุรกิจขนาดใหญ่ต่อธุรกิจขนาดเล็ก กรณีศึกษาร้านปิงพานิชย์ จังหวัดขอนแก่น จากผลการศึกษา พบว่า ร้านปิงพานิชย์ได้รับผลกระทบอย่างมากต่อยอดขายของกิจการ โดยกิจการมียอดขายลดลง จากการแข่งขันในการประกอบธุรกิจกับผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกต่างๆ ภายในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อีกทั้งการเข้ามาของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ จึงได้ทำการศึกษาถึงตัวแปรที่มีผลกระทบต่อยอดขายของกิจการ ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ธุรกิจค้าปลีกที่มีอยู่มากมายมีการแข่งขันกันส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้านปิงพานิชย์ ทั้งนี้ตัวแปรที่ส่งผลกระทบซึ่งได้แก่ กลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันไป เช่น ราคาของคู่แข่ง ระยะเวลาในการเปิดทำการ อำนาจการต่อรองกับซัพพลายเออร์ กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย อีกทั้งในปัจจุบัน พบว่าสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป มีการต้องการความแปลกใหม่ การให้บริการที่ทันสมัย การเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ จึงทำให้ผู้บริโภคนิยมใช้บริการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เป็นอย่างมาก ปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่สร้างผลกระทบต่อยอดขายของธุรกิจค้าปลีกโดยทั่วไปและร้านปิงพานิชย์แทบทั้งสิ้น

### 2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย



## บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

### 3.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน และผู้นำท้องถิ่น เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ (ซึ่งสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเลือกเฉพาะผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน ผู้นำในท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ ในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐมเท่านั้น)

### 3.2 เครื่องมือในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การศึกษาเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การเก็บตัวอย่างภาคสนาม การสังเกต การบันทึก การสัมภาษณ์ และใช้แบบสอบถาม

### 3.3 วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน ในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น ในขั้นตอนนี้ใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ ในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันในชุมชน
- ปัญหาของผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันในชุมชน
- ความพึงพอใจผู้บริโภค
- ปัญหาด้านเครื่องมืออย่าง
- ปัญหาด้านของเสีย
- ปัญหาด้านการเก็บรักษา

2. ศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน ในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับฐานราก ในขั้นตอนนี้ใช้แบบสอบถาม ในการศึกษา

3. ศึกษาแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน ในขั้นตอนนี้ ใช้การบริการวิชาการความรู้ให้กับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน ในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เกี่ยวกับแนวทางการรวมกลุ่มพัฒนาอาชีพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยการวิเคราะห์ด้วยการบรรยาย และนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์และอธิบายให้ทราบถึงสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจ สังคม และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) มาประกอบการอธิบาย

### 3.5 สถานที่ในการวิจัย

ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก, ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์หมูหันเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในเขตอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ ค้นหา และพัฒนาแนวทางในการส่งเสริมรายได้ให้ผู้ประกอบการหมูหัน ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ทั้งทางตรงและทางอ้อม และยังเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นอาชีพประจำชุมชน อยู่คู่กับชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งได้ผลดังต่อไปนี้

### ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการศึกษาปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน ในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม จากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นได้ผลดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 40 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 60 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 และอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนสถานภาพด้านรายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบการพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40 สำหรับ และสถานภาพด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 20

ส่วนที่ 2 ปัญหาทั่วไปของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันในชุมชน จากการสำรวจปัญหาทั่วไปของผู้ผลิตหมูหันในด้านต้นทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้ที่มีต่อการผลิตหมูหัน พบว่า ด้านต้นทุนส่วนใหญ่ผู้ผลิตมีปัญหาในเรื่องต้นทุนของแรงงานในการผลิตคิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมา คือ ต้นทุนในการซื้อลูกหมู คิดเป็นร้อยละ 16.67 สำหรับปัญหาในด้านการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ผลิตมีปัญหาในเรื่องของกำลัง/ปริมาณในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 30.77 รองลงมา คือ ปัญหาปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัญหาด้านคุณภาพของหมูหัน คิดเป็นร้อยละ 23.08 และปัญหาในด้านความรู้ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ผลิตมีปัญหาในเรื่องของการขาดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา คือ ปัญหาการขาดความรู้ด้านการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์หมูหัน คิดเป็นร้อยละ 26.67

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคหมูหัน ข้อมูลภาคสนามโดยการสอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคในด้านต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หมูหันท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ผลิตภัณฑ์หมูหันที่เป็นส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หมูหัน ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมูหัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาค่าเฉลี่ยต่ำสุด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.05 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.66 อยู่ในระดับมาก ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.64 อยู่ในระดับมาก

และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.32 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแบ่งด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หมูหัน ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมูหัน ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของวัตถุดิบมีความสดใหม่ทุกวัน มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา คือ หมูหันมีลักษณะเนื้อนุ่ม หนังกรอบ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ บรรจุภัณฑ์ หีบห่อ มีความสะอาดถูกสุขอนามัย มีค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ ด้านราคาพบว่า ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หมูหัน ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมูหัน ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รสชาติ ความสดใหม่ ลักษณะของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป มีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมา คือ คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้เหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.85 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้จำหน่ายหมูหันไม่ฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าตามเทศกาลที่สำคัญ มีค่าเฉลี่ย 3.31 ตามลำดับ ด้านการจัดจำหน่ายพบว่า ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หมูหัน ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมูหัน ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หาซื้อผลิตภัณฑ์หมูหันได้ง่าย และสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา คือ มีช่วงเวลาจำหน่าย และสถานที่จำหน่ายที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 4.11 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการแสดงราคาของสินค้าที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.57 ตามลำดับ และด้านการส่งเสริมการขายพบว่า ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หมูหัน ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมูหัน ด้านการส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสูตรเด็ดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมา คือ มีบริการรับสั่งทำตามเทศกาลงานต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.04 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.72 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมในการบริโภคหมูหันทำข้ามจำนวนคนที่ไปรับประทานหมูหันทำข้ามต่อครั้งส่วนใหญ่มีจำนวน มากกว่า 5 คนขึ้นไป รองลงมา คือ จำนวน 4-5 คน ตามด้วย 2-3 คน อาจเป็นเพราะว่าเป็นการซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน เพราะส่วนใหญ่ร้านจำหน่ายหมูหันทำข้ามจะมีเฉพาะหน้าร้าน ไม่มีที่สำหรับให้นั่งรับประทานทำให้ไม่สะดวกสำหรับผู้บริโภค หรือเป็นการเดินทางมาเที่ยวเป็นครอบครัวแล้วซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน และมีน้อยมากที่ผู้บริโภคจะไปรับประทานหมูหันทำข้ามคนเดียว

ความสัมพันธ์ของกลุ่มคนที่มาบริโภคหมูหันทำข้ามส่วนใหญ่จะเป็นคนในครอบครัว ตามด้วยกลุ่มเพื่อน ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาในตำบลท่าข้าม เพราะถ้าเป็นผู้บริโภคที่ไม่ใช่คนในพื้นที่จะไม่ทราบเวลาในการจำหน่ายหมูหัน เนื่องจากร้านที่จำหน่ายหมูหันจะเปิดในช่วงบ่าย และมีบางร้านที่นำหมูหันไปขายที่ตลาดนัดซึ่งตลาดนัดจะไม่มีทุกวันถ้าผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวเดินทางมาครั้งแรกอาจจะหาร้านจำหน่ายหมูหันไม่เจอ ส่วนผู้บริโภคที่เป็นแฟนหรือคู่รักจะไม่พบในกลุ่มผู้ตอบ

แบบสอบถามอาจเป็นเพราะเส้นทางการท่องเที่ยวนครปฐมไม่เป็นที่นิยมของกลุ่มนี้หรืออาจจะเป็นเพราะผู้บริโภคกลุ่มนี้ไม่นิยมรับประทานหมูหัน

ช่วงเวลาในการบริโภคส่วนใหญ่จะใช้เวลาในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตามลำดับ เนื่องจาก อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และการเดินทางสะดวกทำให้ผู้บริโภคที่เดินทางจากกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดนครปฐมในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ได้ ถึงแม้จะมีเวลาเพียงแค่ 1-2 วัน ซึ่งก็เป็นโอกาสที่ดีของกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายหมูหันทำข้าม

จำนวนครั้งในการบริโภคต่อเดือน พบว่า ปริมาณการบริโภคหมูหันของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ที่ 1-2 ครั้งต่อเดือน ตามด้วย 2-3 ครั้งต่อเดือน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการบริโภคที่ค่อนข้างบ่อย สำหรับอาหารที่มีไขมันสูงอาจจะเป็นเพราะว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเดิมที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมและพื้นที่ใกล้เคียงที่สามารถเดินทางมาซื้อหมูหันทำข้ามได้สะดวก

ส่วนที่ 5 ด้านของเสีย ขนหมูเป็นของเสียชนิดเดียวที่เหลือทิ้งจากอุตสาหกรรมหมูหัน โดยของเสียขนหมูที่ได้ มีลักษณะที่ปนมากับชั้นหนังและเลือด เนื่องจากขั้นตอนการเอาขนหมูออกจะใช้การลวกน้ำร้อนที่ตัวหมูและชุดขนและหนังติดออกมาด้วย ซึ่งเป็นส่วนเดียวของหมูที่ต้องทิ้งต่อสิ่งแวดล้อม ไม่สามารถนำไปขายได้ ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม เป็นขยะของเสีย โดยทั่วไปจะปล่อยให้เน่า หรือปล่อยให้แห้งไม่สามารถทำการเผาได้ เนื่องจากไม่ติดไฟทั้งในกรณีปล่อยให้แห้งแล้ว ซึ่งลักษณะตัวอย่างของเสียขนหมูที่ได้และกรรมวิธีในการลอกหนังขนหมูจะเหมือนกัน เนื่องจากใช้กรรมวิธีในการลอกขนหมูเดียวกัน ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 แสดงของเหลือทิ้งจากกระบวนการทำหมูหัน

## บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม อำเภอสามปราณ จังหวัดนครปฐม

ด้านบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม อำเภอสามปราณ จังหวัดนครปฐม

ระดับตำบล พบว่า ข้อมูลของหน่วยงานในระดับตำบลมีการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันด้านทุน โดยรวมเฉลี่ย 3.33 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง ทั้งนี้หน่วยงานได้รับงบประมาณส่งเสริม/สนับสนุนด้านการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น เฉลี่ย 4.5 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก แต่มีการส่งเสริม/สนับสนุน แนะนำช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับผู้ผลิตหมูหันในชุมชน เฉลี่ย 3.5 มีเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีการส่งเสริม/สนับสนุน การลดต้นทุนในการผลิตให้กับผู้ผลิตหมูหันในชุมชน เฉลี่ย 2.0 มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อย ข้อมูลของหน่วยงานในระดับตำบลมีการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันด้านการตลาดโดยรวมเฉลี่ย 2.33 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย ทั้งนี้หน่วยงานได้รับงบประมาณส่งเสริม/สนับสนุนการจัดหาช่องทางในการจัดจำหน่ายในระดับจังหวัดให้กับผู้ผลิตหมูหัน เฉลี่ย 3.0 มีเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง แต่มีส่วนในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์หมูหันในชุมชน เฉลี่ย 2.0 มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อย และมีการส่งเสริม/สนับสนุน การใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาดในการผลิตหมูหันให้กับชุมชน เฉลี่ย 2.0 มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อย เช่นเดียวกันข้อมูลของหน่วยงานในระดับตำบลมีการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันด้านความรู้ โดยรวมเฉลี่ย 2.5 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย ทั้งนี้หน่วยงานมีการส่งเสริม/สนับสนุน การให้ความรู้ในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิตให้กับชุมชน เฉลี่ย 3.5 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง แต่มีการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์หมูหันให้กับชุมชน เฉลี่ย 2.5 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย นอกจากนี้หน่วยงานมีการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้ด้านการเพิ่มรสชาติผลิตภัณฑ์หมูหันให้กับชุมชน เฉลี่ย 2.0 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย และมีการส่งเสริม/สนับสนุน การให้ความรู้การจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตหมูหันให้กับชุมชน เฉลี่ย 2.0 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อยเช่นเดียวกัน

ระดับอำเภอ พบว่า ข้อมูลของหน่วยงานในระดับอำเภอมีการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันด้านทุน โดยรวมเฉลี่ย 2.16 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย ทั้งนี้หน่วยงานได้รับงบประมาณส่งเสริม/สนับสนุนด้านการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น เฉลี่ย 3.0 มีเกณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง แต่มีการส่งเสริม/สนับสนุน แนะนำช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับผู้ผลิตหมูหันในชุมชน เฉลี่ย 2.5 มีเกณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย และมีการส่งเสริม/สนับสนุน การลดต้นทุนในการผลิตให้กับผู้ผลิตหมูหันในชุมชน เฉลี่ย 1.0 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่อยู่ในเกณฑ์ระดับน้อยมาก ข้อมูลของหน่วยงานในระดับอำเภอมีการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันด้านการตลาดโดยรวมเฉลี่ย 1.33 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อยมาก ทั้งนี้หน่วยงานมีการส่งเสริม/สนับสนุนการจัดหาช่องทางในการจัดจำหน่ายในระดับจังหวัดให้กับผู้ผลิตหมูหัน เฉลี่ย 2.0 มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อย โดยที่หน่วยงานมีส่วนในการกำหนดราคาขาย ผลิตภัณฑ์หมูหันในชุมชน เฉลี่ย 1.0 มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อยมาก และมีการส่งเสริม/สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาดในการผลิตหมูหันให้กับชุมชน เฉลี่ย 1.0 อยู่ในระดับน้อยมากเช่นเดียวกัน ข้อมูลของหน่วยงานในระดับอำเภอมีการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันด้านความรู้ โดยรวมเฉลี่ย 1.63 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อยมาก ทั้งนี้หน่วยงานมีการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้ในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิต

ให้กับชุมชนเฉลี่ย 3.0 มีเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง แต่หน่วยงานมีการส่งเสริม/สนับสนุน การให้ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์หมูหันให้กับชุมชน เฉลี่ย 1.5 เป็นเกณฑ์อยู่ในระดับน้อยมาก นอกจากนั้นหน่วยงานมีการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้ด้านการเพิ่มรสชาติผลิตภัณฑ์หมูหันให้กับชุมชน รวมถึงมีการส่งเสริม/สนับสนุน การให้ความรู้การจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตหมูหันให้กับชุมชน เฉลี่ย 1.0 ซึ่งถือเป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อยมากเช่นเดียวกัน

ระดับจังหวัด พบว่า ข้อมูลของหน่วยงานในระดับจังหวัดมีการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันด้านทุน โดยรวมเฉลี่ย 2.13 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย ทั้งนี้หน่วยงานได้รับงบประมาณส่งเสริม/สนับสนุนด้านการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น เฉลี่ย 2.38 เป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อย นอกจากนั้นหน่วยงานมีการส่งเสริม/สนับสนุน แนะนำช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับผู้ผลิตหมูหันในชุมชน เฉลี่ย 2.08 เป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อย รวมถึงมีการส่งเสริม/สนับสนุน การลดต้นทุนในการผลิตให้กับผู้ผลิตหมูหันในชุมชน เฉลี่ย 1.92 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อย เช่นเดียวกัน ข้อมูลของหน่วยงานในระดับจังหวัด มีการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันด้านการตลาดโดยรวมเฉลี่ย 1.72 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย ทั้งนี้หน่วยงานมีการส่งเสริม/สนับสนุนการจัดหาช่องทางในการจัดจำหน่ายในระดับจังหวัดให้กับผู้ผลิตหมูหันเฉลี่ย 1.92 อยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย นอกจากนั้นหน่วยงานมีส่วนในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์หมูหันในชุมชน และมีการส่งเสริม/สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาดในการผลิตหมูหันให้กับชุมชนเฉลี่ย 1.62 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อยเช่นเดียวกัน ข้อมูลของหน่วยงานในระดับจังหวัดมีการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันด้านความรู้ โดยรวมเฉลี่ย 1.87 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย ทั้งนี้หน่วยงานมีการส่งเสริม/สนับสนุน การให้ความรู้ในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิตให้กับชุมชนเฉลี่ย 2.46 เป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อย นอกจากนั้นหน่วยงานมีการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์หมูหันให้กับชุมชน และมีการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้การจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตหมูหันให้กับชุมชนเฉลี่ย 1.69 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อย รวมถึงมีการส่งเสริม/สนับสนุน การให้ความรู้ด้านการเพิ่มรสชาติผลิตภัณฑ์หมูหันให้กับชุมชนเฉลี่ย 1.62 เป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน

### แนวทางส่งเสริมและพัฒนาชุมชน

ผลิตภัณฑ์หมูหันชุมชนตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เนื่องจากผลิตภัณฑ์หมูหันเป็นสินค้าที่ผลิตกันในชุมชน และมีการประกอบเป็นอาชีพมาจากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น เป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและคนในชุมชน โดยผู้ประกอบการจะมีสูตรในการผลิตที่คล้ายคลึงกันแต่จะมีจุดเด่นของแต่ละร้าน เช่น น้ำจิ้มที่มีความอร่อยแตกต่างกันออกไป ในการประกอบธุรกิจก็ย่อมมีการวางแผนการตลาดเพื่อสำรวจความต้องการของตลาด ผู้บริโภค สร้างความอยู่รอดให้กับผู้ประกอบการ กระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

### การจัดจำหน่าย

1) นำผลิตภัณฑ์หมูหันที่สุกพร้อมรับประทาน นำมาบรรจุหีบห่อ เพื่อรักษาคุณภาพอาหารและความกรอบ หอมของผลิตภัณฑ์หมูหัน ก่อนจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

2) สถานที่จำหน่าย บ้านผู้ประกอบการ ตลาดในชุมชน ตลาดชุมชนที่ใกล้เคียง

- 3) สถานที่จัดเลี้ยง/รับจัดเลี้ยงนอกสถานที่
- 4) รับส่งบริการ Delivery
- 5) รับสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต

### การส่งเสริมการขาย

1) จัดทำบรรจุภัณฑ์ หีบห่อที่มีความปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ มีตรายี่ห้อเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง สร้างอัตลักษณ์และจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์หมูหันของตนเอง เพื่อให้ลูกค้าจดจำผลิตภัณฑ์ของร้านได้ เป็นการสร้างแบรนด์ให้กับสินค้า รวมทั้งมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาคุณภาพของอาหารให้นานขึ้น เพื่อกระจายสินค้าให้กับลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง

2) การโฆษณาโดยการบอกเล่าปากต่อปาก

3) มีป้ายโฆษณา

4) ทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จุดเด่น ลักษณะ สถานที่ผลิต สถานที่จัดจำหน่าย รวมทั้งช่องทางในการติดต่อ ซื้อขาย และมีบริการเดลิเวอรี่ สร้างทางเลือกให้กับลูกค้า

แผนการตลาด คือการจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดถูกสุขลักษณะ มีความปลอดภัย รักษาคุณภาพ หนึ่งกรอบห่อมอ่อยได้นาน ทำให้สามารถผลิตได้จำนวนมาก และสามารถเก็บรักษาอาหารไว้ได้นาน เพื่อให้เหมาะแก่การกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค รวมทั้งขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่มีหลากหลายขนาด เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า

#### *ในระดับตำบล*

จากการสำรวจระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนจากหน่วยงานภาครัฐของท้องถิ่นในระดับตำบล พบว่า แนวความคิดเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยรวมเฉลี่ย 2.30 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อย หากพิจารณาแนวทางการพัฒนาย่อย พบว่า แนวทางที่หน่วยงานในระดับตำบลให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น คือ แนวทางการส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นในระดับชุมชนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือการส่งเสริมให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเฉลี่ย 3.00

#### *ในระดับอำเภอ*

จากการสำรวจระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนจากหน่วยงานภาครัฐของท้องถิ่นในระดับอำเภอ พบว่า แนวความคิดเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยรวมเฉลี่ย 1.60 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อย

หากพิจารณาแนวทางการพัฒนาย่อย พบว่า แนวทางที่หน่วยงานในระดับอำเภอให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น คือ แนวทางการส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นในระดับชุมชนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด และการส่งเสริมให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเฉลี่ย 2.50

### *ในระดับจังหวัด*

จากการสำรวจระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนจากหน่วยงานภาครัฐของท้องถิ่นในระดับจังหวัด พบว่า แนวความคิดเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยรวมเฉลี่ย 1.66 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อย

หากพิจารณาแนวทางการพัฒนาย่อย พบว่า แนวทางที่หน่วยงานในระดับจังหวัดให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น คือ แนวทางการส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นในระดับชุมชนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด และการส่งเสริมให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเฉลี่ย 1.77

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย และ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์หมูหันเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในเขตอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ ค้นหา และพัฒนาแนวทางในการส่งเสริมรายได้ให้ผู้ประกอบการหมูหัน ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ทั้งทางตรงและทางอ้อม และยังเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเป็นอาชีพประจำชุมชน อยู่คู่กับชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งสรุปผลดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการวิจัย

*ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน*

จากการศึกษาทำให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันของผู้ประกอบการ ซึ่งแบ่งออกได้เป็นปัญหาในด้านต้นทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้ในการผลิตหมูหัน โดยปัญหาในด้านต้นทุนนั้น พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ผลิตมีปัญหาในเรื่องต้นทุนของแรงงานในการผลิต ส่วนปัญหาในด้านการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ผลิตมีปัญหาในเรื่องของกำลัง/ปริมาณในการผลิต และปัญหาในด้านความรู้ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ผลิตมีปัญหาในเรื่องของการขาดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับการศึกษาความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันจากหน่วยงานภาครัฐของผู้ผลิตหมูหัน พบว่า ความต้องการในด้านต้นทุนส่วนใหญ่ผู้ผลิตต้องการงบประมาณส่งเสริม/สนับสนุนด้านการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นจากหน่วยงานภาครัฐ ส่วนความต้องการในด้านการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ผลิตต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาดในการผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน และความต้องการในด้านความรู้ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ผลิตต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้ในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน ซึ่งเมื่อนำข้อมูลปัญหาและความต้องการของผู้ผลิตหมูหันการมาพิจารณาพร้อมกับ พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้ผลิตหมูหันมีความต้องการความช่วยเหลือในเรื่องงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐนั้นเนื่องมาจากปัญหาในด้านต้นทุนของค่าแรงงานในการผลิต โดยเป็นปัญหาต่อเนื่องต่อกำลัง/ปริมาณในการผลิตหมูหันในชุมชน ดังนั้นจึงส่งผลต่อความต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐโดยเฉพาะการขาดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาด รวมทั้งความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้ในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน

#### อภิปรายผล

*บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม*

สำหรับการศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหันต่อผู้ประกอบการของตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ในด้านต้นทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้ ทั้งในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด พบว่า โดยรวมในระดับตำบลมีการสนับสนุนด้านต้นทุนต่อผู้ผลิตอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการตลาดและด้านความรู้มีการสนับสนุนอยู่ในระดับน้อย

ส่วนภาพรวมบทบาทในระดับอำเภอ พบว่า มีการสนับสนุนด้านต้นทุนต่อผู้ผลิตอยู่ในระดับน้อย ด้านการตลาดและด้านความรู้มีการสนับสนุนอยู่ในระดับน้อยมาก และโดยรวมในระดับจังหวัด พบว่า มีการสนับสนุนในด้านต้นทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้ต่อผู้ผลิตอยู่ในระดับน้อย

### ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้

คณะผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ของกลุ่มผู้ประกอบการ หมูหันท่าข้าม โดยใช้กลยุทธ์ทางส่วนประสมการตลาดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดจำหน่าย ดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

- ทำการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อให้รักษาคุณภาพของสินค้าไว้ตามที่ลูกค้าต้องการ โดยการกำหนดมาตรฐานของการผลิตในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีที่สุดและมีคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น การคัดเลือกพันธุ์สุกร อายุ น้ำหนัก ระยะเวลาการหัน การรักษาควารอบของหนัง การเก็บรักษาให้ผลิตภัณฑ์คงสภาพ สด ใหม่ ให้นานที่สุด เป็นต้น

- สร้างบุคลิกภาพของสินค้า หมูหันท่าข้ามที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มีการใช้วัตถุดิบที่มีความแตกต่างจากหมูหันทั่วไป

- เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์และช่วยรักษาคุณภาพของสินค้า พร้อมมีรูปแบบที่ช่วยดึงดูดความต้องการของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ สะดวกต่อการเคลื่อนย้าย

#### ด้านราคา

- ปรับกลยุทธ์วิธีการจำหน่ายจากการจำหน่ายเป็นกิโลกรัม และจำหน่ายเป็นตัว โดยเพิ่มการจำหน่ายเป็นขีด เพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่รับประทานคนเดียวหากซื้อสินค้ามากเกินไป จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูงเกินจำเป็น

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- จัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เห็นได้ชัดจากเส้นทางหลัก มีป้ายแสดงเส้นทาง สามารถจอดรถซื้อได้ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและผู้ที่ไม่ใช่คนในพื้นที่ เพื่อขยายฐานลูกค้า

- เพิ่มช่องทางการสื่อสารและจัดจำหน่ายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์สื่อสารอื่น

- เป็นพันธมิตรกับร้านอาหารที่มีชื่อเสียง เพื่อจัดจำหน่ายสินค้า รองรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว กลุ่มลูกค้าที่ต้องการรับประทานอาหารนอกบ้าน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ไม่ต้องการซื้อกลับไปรับประทาน ซึ่งเมื่อมีการเป็นพันธมิตรกันแล้วจะทำให้รายการอาหารมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และประหยัดต้นทุน

#### ด้านส่งเสริมการตลาด

- มีช่องทางประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับลูกค้าผ่านระบบสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก รวดเร็ว และประหยัดต้นทุน

- ประชาสัมพันธ์ความเป็นเอกลักษณ์ของหมูหันท่าข้าม ที่มีความแตกต่างจากหมูหันทั่วไป โดยจัดทำสื่อให้มีเรื่องราว เพื่อเสริมภาพลักษณ์ความเป็นอาหารพื้นบ้าน เป็นการนำอาหารและวัฒนธรรมในท้องถิ่นมาประกอบกันเพื่อสร้างความน่าสนใจ

- เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้าชุมชนต่างๆ ที่มีการจัดขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์อีกทางหนึ่ง
- ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านรายการโทรทัศน์ให้ช่วยประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น เช่น รายการข่าวเช้า รายการท่องเที่ยว เพื่อให้กลุ่มลูกค้าสามารถรับรู้สินค้าได้กว้างขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ยังเป็นงานวิจัยที่หาข้อมูลพื้นฐานได้ยาก ต้องทำการสำรวจ รวบรวมเองแทบจะทั้งหมด ทำให้เกิดความล่าช้ากว่ากำหนด รวมถึงยังไม่มีหน่วยงานของภาครัฐในการสนับสนุนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมูหันมากนัก จึงทำให้การประสานงานเป็นไปด้วยความยุ่งยาก ดังนั้น ในโครงการต่อไป ควรรณรงค์ส่งเสริม ความร่วมมือ สร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการอย่างเป็นกลางและเท่าเทียม เพื่อไม่ทำให้เกิดความขัดแย้งในผลประโยชน์

## บรรณานุกรม

### บรรณานุกรมภาษาไทย

- กุลชญา แว่นแก้ว และคณะ. (2551). *แนวทางการบูรณาการด้านอาหารเพื่อการพัฒนาสู่การแข่งขันของจังหวัดศรีสะเกษ*. งานวิจัยและพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- ชุมชนคนรักการศึกษา (Eduzones). (2554). *ปัจจัยการผลิต*. [Online]. Available: <https://blog.eduzones.com/jipatar/85923> [2556 ธันวาคม 17].
- ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์. (2556). *การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน*. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญส่ง มหัจฉริยะธีระ. (2546). *ร้านค้าปลีกหรือร้านโชห่วย จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรทิพย์ ตันติบัณฑิต. (2547). *การศึกษาผลกระทบของธุรกิจขนาดใหญ่ต่อธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กกรณีศึกษา ร้านปิงพาณิชย์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พลังวัชร แผงธีระสุขสมัย. (2553). *พัฒนาสร้างเครื่องปิ้งหมูสะเต๊ะกึ่งอัตโนมัติ*. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิตย์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. กรุงเทพฯ.
- ยุพาภรณ์ มาแสวง. (2546). *การวางแผนกลยุทธ์ของร้านประเวศเมื่อเผชิญปัญหายอดขายตก ซึ่งร้านตั้งอยู่ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วรทัย จารุทวี. (2545). *การศึกษาความเข้มแข็งของชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองศึกษากรณีชุมชนประชุมราษฎรพัฒนา ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี*. สารนิพนธ์หลักสูตรพัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิจิต นันทสุวรรณ. (2547). *ขบวนการชุมชนใหม่*. การพัฒนาแบบแผนใหม่ภาคเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- วีระศักดิ์ เครือเทพ. (2550). *พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างไรให้อยู่รอดและยั่งยืน*. วารสารสถาบันพระปกเกล้า. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม), หน้า 60-71.
- สมคิด บางโม. (2547). *การประกอบธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์.
- สมหมาย ทองขาว. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านโงกน้ำ ตำบลนาขยาด อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง*. การศึกษาอิสระปริญญา
- สมาคมผู้ผลิตและแปรรูปสุกรเพื่อการส่งออก. (2557). *โครงสร้างอุตสาหกรรมสุกรของไทย*. [Online]. Available: <http://www.thaiswine.org/ข่าวสุกร/tabid/194/Default.aspx>. [2557, สิงหาคม 19]
- สำอานค์ งามวิชา. (2539). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- สุภัทรธร ทวีจันทร์. (2551). *แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาการดำเนินธุรกิจไส้กรอก*  
*วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านโพนปลัด ตำบลสุขสวัสดิ์ อำเภอ*  
*ไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ*. งานวิจัยและพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- เอมอร แสนภูวา. (2556). *เศรษฐกิจชุมชนบ้านชะยูง ตำบลชะยูง อำเภออุทุมพรพิสัย*  
*จังหวัดศรีสะเกษ*. การประชุมวิชาการ การพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน 2556 ครั้งที่ 3 “ชุมชน  
 ท้องถิ่น ฐานรากการพัฒนาประชาคมอาเซียน” 9-10 พฤษภาคม 2556 หน้า 92-96.

### บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

- Jaime Ortiz, M., Anglica Larran, Juan P. Vivanco, Santiago P. Aubourg. (2009) Rancidity development during the frozen storage of farmed coho salmon (*Oncorhynchus kisutch*): Effect of antioxidant composition supplied in the diet. *Food Chemistry*, 115, 143–148.
- Parkhurst R.M., Skinner W.A., Sturm P.A. (1968). The effect of various concentrations of tocopherols and tocopherol mixtures on the oxidative stability of a sample of Lard. *J Am Oil Chem Soc.*, 45, 641–642.
- Study on the structure and properties of wool keratin regenerated from formic acid, A. Aluigi, M. Zoccola, C. Vineis, C. Tonin, F. Ferrero, M. Canetti, *International Journal of Biological Macromolecules*, Volume 41, Issue 3, 1 August 2007, Pages 266-273.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
ภาพพื้นที่เก็บตัวอย่าง



ภาพที่ ก - 1 ภาพพื้นที่เก็บตัวอย่าง

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ (ภาษาไทย) นายอุดมศักดิ์ กิจทวี หัวหน้าแผนงานวิจัย  
ชื่อ (ภาษาอังกฤษ) Mr. Udomsak Kitthawee  
ตำแหน่งปัจจุบัน พนักงานมหาวิทยาลัย ตำแหน่ง อาจารย์  
สังกัด หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาฟิสิกส์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
สถานที่ติดต่อ 228-228/1-3 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ถนนสิริธร เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700  
ประวัติการศึกษา วศ.ด. วิศวกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
วศ.ม. วิศวกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
วท.บ. วิทยาศาสตร์ (ฟิสิกส์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย