

การยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการชุมชนข้าวหลามบ้านน้ำรอบ
ตำบลน้ำรอบ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*
IMPROVING THE QUALITY OF PRODUCTS AND SERVICES IN KHAO LAM BAN NAM
ROP COMMUNITY, NAM ROP SUBDISTRICT, PHUNPHIN DISTRICT,
SURATTHANI PROVINCE

ภัชชลา สุวรรณวล*, พระครูจิระธรรมรัต

Patchlada Suwannual*, Phrakru Jirathamarat

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุราษฎร์ธานี สุราษฎร์ธานี ประเทศไทย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Surat Thani Campus, Surat Thani, Thailand

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

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประวัติความเป็นมาและสูตรการทำข้าวหลาม 2) ยกระดับการผลิตข้าวหลาม การส่งเสริมการตลาด ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และ 3) สร้างหลักสูตรระยะสั้นการทำข้าวหลามน้ำรอบ เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี มีขอบเขตเนื้อหา ประวัติความเป็นมา การส่งเสริมการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค วิธีการทำข้าวหลาม กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค จำนวน 384 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ประชาชนชาวบ้าน กลุ่มผู้ผลิตข้าวหลามรวมทั้งสิ้น 36 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามเท่ากับ 0.83 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) ข้าวหลามเป็นภูมิปัญญาที่ตกทอดกันมารุ่นสู่รุ่น คำว่า หลาม เป็นการปรุงอาหารสำหรับการเดินทาง การผลิตได้พิถีพิถัน การเลือกข้าวเหนียว และกระบอกไม้ไผ่ตง เคล็ดลับสำคัญคือการมัดข้าวเหนียวกับน้ำกะทิให้สุกก่อนนำลงกระบอกไม้ไผ่ นำไปย่างบนเตาถ่านจนสุก 2) การส่งเสริมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อคุณภาพข้าวหลาม ไม่มีวัตถุประสงค์อื่น กั้นเสีย สิ่งแปลกปลอม เส้นผม ดินทราย กรวด บรรจุในกระบอกไม้ไผ่ที่สะอาด ปิดสนิท ปราศจากกลิ่นเหม็นบูด รูปทรงกระบอกมีเยื่อไผ่บางหุ้มข้าวเหนียว เกาะตัวกัน ข้าวเหนียวต้องเหนียวนุ่ม ไม่เป็นไตแข็ง และส่วนประกอบอื่นต้องสุก พฤติกรรมการซื้อตามความสะดวก เลือกขนาดคละกันไป ชอบข้าวเหนียวขาว ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ชื่อที่แหล่งผลิต เลือกตามคำแนะนำของแม่ค้า เลือกซื้อจากความสดใหม่ รสชาติอร่อย ปรับปรุงข้าวหลามใส่ถั่วดำ 3) จัดทำหลักสูตรระยะสั้นในการทำข้าวหลาม

คำสำคัญ: การยกระดับคุณภาพสินค้า, ชุมชนข้าวหลามบ้านน้ำรอบ, จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Abstract

This research article The objectives are to 1) study the history and the recipe for making Khao Lam 2) Upgrading the production of Khao Lam marketing promotion Study consumer behavior and 3) Create a short course on making Khao Lam Nam Rop. It is a combined method research. There is a scope of content. History marketing promotion and consumer behavior How

to make Khao Lam A sample group of 384 consumers. Key informants include local philosophers. A group of 36 rice producers totaled. Data were collected by in-depth interviews and questionnaires. The reliability of the questionnaire was obtained at 0.83. Data were analyzed using basic statistics, including percentage, mean, and standard deviation. The results of the research found that 1) Khao Lam is wisdom that has been passed down from generation to generation. The word "python" refers to cooking for traveling. Meticulous production Choosing sticky rice and a bamboo tube An important tip is Stir frying sticky rice with coconut milk until cooked before putting it in a bamboo tube. Grilled on a charcoal grill until cooked. 2) Marketing promotion and consumer behavior are satisfied with the quality of Khao Lam. Contains no additives, preservatives, foreign objects, hair, dirt, sand, gravel. Packaged in a clean, sealed bamboo cylinder, free of burnt or spoiled odors. The cylinder has a thin bamboo membrane covering the glutinous rice, holding it together. The glutinous rice must be sticky and soft. Not having kidney disease and other ingredients must be cooked Convenience buying behavior Choose a mix of sizes. I like white sticky rice. The price is appropriate to the quality. Buy at the production source Choose according to the seller's advice. Choose to buy from freshness, delicious taste, improve Khao Lam with black beans. 3) Create a short course in making Khao Lam.

Keywords: Improving product quality, Khao Lam Ban Nam Rop Community, Surat Thani Province

บทนำ

จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่ภาคใต้ของไทยประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 62.13 ของพื้นที่จังหวัด ซึ่งพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ มะพร้าว ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ทุเรียน และไม้ ปัญหาซ้ำซ้อนเป็นประจำทุกฤดูปลูกของเกษตรกรคืออยู่ในช่วงเวลาที่ผลิตผลทางการเกษตรออกมามาก ทำให้ราคาผลผลิตจะตกต่ำ เกิดภาวะไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ทำให้เกษตรกรมีรายได้ที่ไม่เพียงพอต่อการจุนเจือครอบครัวของเกษตรกร และยังไม่เกิดความหลากหลายในการใช้ประโยชน์จากพืชเศรษฐกิจเหล่านี้เมื่อเทียบกับผลิตผลทั้งหมดที่ผลิตได้ ดังนั้นการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรจากวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นเหล่านี้จะเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาผลผลิตล้นตลาด และยังสามารถเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าของผลิตผลเกษตรได้อีกทางหนึ่งด้วย (Nam Rop Subdistrict Administrative Organization, 2024) ตำบลน้ำรอบ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้มีการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเกษตรกรหรือกลุ่มแม่บ้านในด้านผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่หลากหลาย ซึ่งผลิตภัณฑ์ข้าวหลามบ้านน้ำรอบ เป็นผลิตภัณฑ์ที่วางขายนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่าน โดยมีการวางจำหน่ายตามร้านค้าริมทาง ส่วนมากเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวหลามที่เหมือน ๆ กันไม่มีความหลากหลาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวหลาม ซึ่งเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและสินค้า One Tambon One Product (OTOP) ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีอยู่แล้ว

ดังนั้นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวหลามเพื่อยกระดับคุณภาพสินค้า ซึ่งเป็นสินค้า One Tambon One Product (OTOP) ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งใช้วัตถุดิบจากพืชเศรษฐกิจในท้องถิ่นและการพัฒนาสูตร เนื้อสัมผัส รสชาติ และลักษณะปรากฏของข้าวหลามให้มีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่หลากหลาย มีประโยชน์ต่อสุขภาพและอุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการด้วยวิธีการปรับปรุงสูตรในการผลิตข้าวหลาม ให้หลากหลายตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มศักยภาพแข่งขันทางการตลาด เป็นการเพิ่มมูลค่าและยกระดับสินค้าให้มีคุณภาพสู่ระดับ

อุตสาหกรรมได้ในอนาคต สร้างอาชีพเสริม ในช่วงที่เว้นว่างจากการเพาะปลูกเป็นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าสูงสุด อีกทั้งยังเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์สร้างรายได้ เกิดการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนแก่ชุมชนฐานรากอย่างแท้จริง และยังสามารถนำไปขยายผลเป็นโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีต่อเนื่องได้ในอนาคต โดยการจัดทำหลักสูตรระยะสั้น คือการทำคู่มือการผลิตข้าวหอมสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง เพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความหลากหลาย ส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และมีการวิจัยเกี่ยวกับการตลาดที่สามารถรองรับผลผลิตแปรรูปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีรายได้อย่างสม่ำเสมอจากภาคการผลิตจากฐานราก โดยมีกลุ่มเกษตรกรในท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นผู้ขับเคลื่อนส่งเสริมการอยู่ดีกินดีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและสูตรการทำข้าวหอม ตำบลน้ำรอบ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อยกระดับการผลิตข้าวหอม การส่งเสริมการตลาด ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค บ้านน้ำรอบ ตำบลน้ำรอบ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อสร้างหลักสูตรระยะสั้นการทำข้าวหอม น้ำรอบ ตำบลน้ำรอบ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการชุมชนข้าวหอมบ้านน้ำรอบ ตำบลน้ำรอบ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี” ด้วยวิธีการวิจัยแบบผสานวิธี ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำเสนอขั้นตอนการดำเนินการวิจัยมีกระบวนการวิจัยและขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. ดำเนินการวิจัย ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ประชาชนชาวบ้านที่มีความรู้เรื่องข้าวหอม จำนวน 6 คน กลุ่มที่ 2 ได้แก่ 1) กลุ่มผู้รู้ในพื้นที่ในการผลิตข้าวหอมบ้านน้ำรอบ รวมจำนวน 10 คน 2) กลุ่มตัวแทนผู้ผลิตข้าวหอมบ้านน้ำรอบ จำนวน 10 คน 3) กลุ่มผู้จัดจำหน่ายข้าวหอมบ้านน้ำรอบ จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 36 คน ผู้บริโภค จำนวน 384 คน จากการใช้สูตรไม่ทราบประชากรที่แน่นอนของ W.G. Cochran.

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิจัยเชิงคุณภาพ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกประวัติภูมิปัญญาการทำข้าวหอม สูตรการทำข้าวหอมเพื่อยกระดับการผลิตข้าวหอม วิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพข้าวหอม และพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวหอม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.83 ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Checklist) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพข้าวหอมและการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย ลักษณะทั่วไป สี กลิ่น กลิ่นรส เนื้อสัมผัส การบรรจุ น้ำหนัก เครื่องหมายและฉลาก ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วยช่วงเวลาในการซื้อ ความถี่ ขนาด ชนิด รูปแบบ ราคา ช่องทางการซื้อ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ผู้มีส่วนในการตัดสินใจ เหตุผลในการรับประทาน และความต้องการให้ปรับปรุงไส้ข้าวหอม เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Checklist) ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้าวหอม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 วิเคราะห์องค์ความรู้จากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประวัติ ภูมิปัญญา และสูตรการทำข้าวหลามบ้านน้ำรอบ ใช้เวลา 2 เดือนใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับปราชญ์ท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มชาวบ้านในพื้นที่ข้าวหลามบ้านน้ำรอบเกี่ยวกับประวัติภูมิปัญญาการทำข้าวหลาม สูตรการทำข้าวหลาม

ระยะที่ 2 การพัฒนาเพื่อยกระดับการผลิตและการส่งเสริมการตลาดบ้านน้ำรอบ และการสร้างหลักสูตรการทำข้าวหลามบ้านน้ำรอบ 7 เดือนใช้แบบสอบถามกับผู้บริโภคเพื่อศึกษา ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพข้าวหลาม และพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวหลาม

ระยะที่ 3 การสร้างหลักสูตรการทำข้าวหลามบ้านน้ำรอบ ใช้ระยะเวลาประมาณ 2 เดือนนำผลที่ได้จากระยะที่ 2 มาจัดทำสูตรข้าวหลามตามผลการวิจัยของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ระยะที่ 4 จัดทำคู่มือหลักสูตรระยะสั้นในการทำข้าวหลามเพื่อเผยแพร่ การสรุปผลการวิจัยเพื่อนำเสนอต่อสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติต่อไปโดยข้อมูลระยะเวลาประมาณ 1 เดือน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อตอบปัญหาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ประวัติภูมิปัญญา และสูตรการทำข้าวหลามบ้านน้ำรอบ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์แบบอุปนัย

วิจัยเชิงปริมาณ วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ยกระดับการผลิตข้าวหลามบ้านน้ำรอบ การส่งเสริมการตลาด และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติบรรยาย การหาค่าความถี่ และร้อยละ
2. การวิเคราะห์ การส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจต่อคุณภาพข้าวหลาม และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ การหาค่าความถี่ และร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบปัญหาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 สร้างหลักสูตรระยะสั้นการทำข้าวหลามบ้านน้ำรอบ วิจัยเชิงปฏิบัติการจัดทำข้าวหลามตามผลที่ได้จากการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และจัดทำคู่มือการทำข้าวหลามบ้านน้ำรอบเพื่อเผยแพร่

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ประวัติภูมิปัญญาและสูตรการทำข้าวหลาม ชุมชนบ้านน้ำรอบ ตำบลน้ำรอบ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีประวัติถิ่นกำเนิดข้าวหลามยังไม่ทราบแน่นอน แต่น่าจะเป็นภูมิปัญญาที่ตกทอดกันมา รุ่นสู่รุ่นทำข้าวคั่วว่า หลาม เป็นการปรุงอาหารสำหรับการเดินทาง เพราะในสมัยโบราณทั้งอาหารและของทุกอย่างที่ใส่กระบอกและนำไปเผาไฟจะเรียกว่า "หลาม" เช่น ปลาหลาม ยาหลาม (ยาสมุนไพรที่เผาในกระบอกให้สุก) (Chaichamni, S., 2024) ดังนั้นข้าวเหนียวผสมกะทิและเครื่องปรุงรสในกระบอกจึงเรียกว่า "ข้าวหลาม" และเมื่อสอบถามจากผู้เฒ่าผู้แก่เล่าว่า ถิ่นกำเนิดที่แน่ชัดไม่มีหลักฐานปรากฏ บางคนก็เล่าว่าเป็นชาวบ้านที่อพยพมาจากถิ่นอื่นนำมาเผยแพร่ แต่ครัวเรือนที่ทำข้าวหลามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักคือการทำนา เพราะการทำข้าวหลามจะทำทุกครัวเรือนปีละครั้ง ช่วงเทศกาลหลัง 3 ค่ำ เดือน 3 จนถึงเดือน 4 (ราวเดือนกุมภาพันธ์ มีนาคม) เป็นการฉลองหลังการทำนาเสร็จ (Klaewpai, S., 2024) ชาวนาจะทำกันทุกครัวเรือนจนถึงเป็นประเพณีที่สืบทอดกันมา รุ่นต่อรุ่นและไม่มีการทำข้าวหลามในช่วงอื่น (Klaewhan, N., 2024) ต่อมาข้าวหลามเป็นอาหารที่คนนิยมรับประทานและนำไปเป็นของฝากญาติมิตรในเทศกาลต่าง ๆ ทำให้ชาวบ้านบางส่วนหันไปประกอบอาชีพเผาข้าวหลามขายตลอดฤดูกาล ตลอดปี

"ข้าวหลาม" เป็นการสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนหลายชุมชน หลายท้องถิ่น ได้รวมตัวกันเป็นกลุ่มอาชีพแปรรูปอาหาร โดยเน้นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นเป็นหลัก เช่น กล้วยชนิดต่าง ๆ มันสำปะหลัง ได้นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ มันฉาบนำออกจำหน่ายภายในชุมชนและนอกชุมชน ร่วมงานต่าง ๆ ทำให้พบว่าสินค้าของ

กลุ่มฯ มีคู่แข่งหลายรายทำให้ยอดขายจําหน่ายลดลง รายได้ของสมาชิกไม่เพียงพอค่าใช้จ่าย และในพื้นที่เกิดอุทกภัยหลายครั้ง มีผลทำให้กลุ่มชาวตํานานที่จะนำมาผลิตสินค้า (Klaewhan, N., 2024) กลุ่มแปรรูปอาหารจึงมีการประชุมและร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหากลุ่มฯ โดยมติของกลุ่มจึงคิดที่ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม แต่ยังคงผลิตอาหารเหมือนเดิมเพราะมีความถนัดในด้านการแปรรูปอาหารกลุ่มจึงคิดผลิตภัณฑ์ใหม่คือ ข้าวหลาม เพราะเป็นอาหารที่คนนิยมรับประทาน และยังสามารถนำไปเป็นของฝากได้ ถือเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของกลุ่มฯ และในพื้นที่มีคู่แข่งการตลาดน้อย (Thipsawat, C., 2024) ข้าวหลามน้ำรอบเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้มาเยือนจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะซื้อหาเพื่อนำไปเป็นของฝาก ด้วยมีรสชาติอร่อย หวานมัน ปอกง่าย ข้าวเหนียวไม่ติดกระบอก (Phongkaset, J., 2024) ด้วยมีเทคนิควิธีเฉพาะที่ได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญามาจากบรรพบุรุษ อาทิ การเลือกไม้ไผ่ เทคนิคในกระบวนการผลิต โดยการนำข้าวเหนียวที่แช่น้ำไว้แล้วมานึ่งก่อนผสมเครื่องปรุงเพื่อนำไปหลามจนสุกต่อไป

ภูมิปัญญาและสูตรการทำข้าวหลามบ้านน้ำรอบ ข้าวหลามน้ำรอบ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของตำบลน้ำรอบมาเป็นเวลาช้านาน โดยได้รับความนิยมนอกจากประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี (Chaowwittaya, S., 2024) และผู้เดินทางผ่าน ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตข้าวหลามน้ำรอบได้ใส่ใจพิถีพิถันในการผลิต ตั้งแต่การเลือกผลิตภัณฑ์ ข้าวเหนียว และกระบอกไม้ไผ่ ซึ่งจะใช้ไม้ไผ่ตง รวมไปถึงขั้นตอนการทำ เคล็ดลับสำคัญของข้าวหลามน้ำรอบคือการมัดข้าวเหนียวกับน้ำกะทิให้สุกก่อนนำลงกระบอกไม้ไผ่ นำไปย่างบนเตาถ่านจนสุก รสชาติหอมหวานมันการพัฒนาคุณภาพข้าวหลามที่เพิ่มเติมคือ ใส่ถั่วดำ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตข้าวหลามน้ำรอบ คือ ไม้ไผ่ ข้าวเหนียว กะทิ เกลือน้ำตาลทราย ใบกระพ้อ และใบมะพร้าว โดยมีการเตรียมการและขั้นตอนการผลิตดังนี้ (Klaewhan, N., 2024)

การเตรียมการ

1. ตัดกระบอกไม้ไผ่ยาว 30 เซนติเมตร ให้ท้ายกระบอกสั้นกว่าหัวกระบอก
2. นำข้าวเหนียวมาแช่ล้างน้ำ 3 ครั้ง วางทิ้งไว้ 7-8 ชั่วโมง
3. นำมะพร้าวมาขูดและคั้นกะทิ (ข้าวเหนียว 5 กิโลกรัมต่อมะพร้าว 20 ลูก)
4. ถั่วดำต้มสุก 2 ถ้วย

ขั้นตอนการผลิต

1. นำข้าวเหนียว 10 กิโลกรัม น้ำตาลทราย 3 กิโลกรัม เกลือป่น(ถุง 2 บาท) ครึ่งถุง คั้นหัวกะทิใส่หม้อเบอร์ 24 คนให้เข้ากันแล้วใส่น้ำตาลทรายในหม้อคนให้ละลาย
2. เติมน้ำร้อนใส่ข้าวเหนียวใส่ซึ่งทิ้งไว้ 30 นาที แล้วคนให้เข้ากันประมาณ 1 ชั่วโมง แล้วยกใส่กาละมัง ใช้ไม้พายกวนให้ข้าวเหนียวแตกออกจากกัน นำน้ำกะทิในหม้อเทราดให้ทั่ว แล้วใช้ไม้พายกวนให้เข้ากันตั้งไว้ประมาณ 5 นาที (Wangnara, K., 2024)
3. ล้างกระบอกไม้ไผ่ แล้วคว่ำทิ้งไว้ให้แห้ง นำข้าวเหนียวที่มุลแล้วใส่กระบอก
4. นำใบมะพร้าวห่อด้วยใบกระพ้อปิดปากกระบอกแล้วตั้งไว้บนรางเหล็กสำหรับเผา ขณะเผาจะต้องใช้ช้อนตักปากกระบอก เพื่อให้น้ำออกที่ปากกระบอก เมื่อน้ำปลายกระบอกแห้งแสดงว่าสุกแล้ว
5. นำไปตัดปลายให้เท่ากันกับกระบอกไม้ไผ่ แล้วปลอกเปลือกที่ไหม้หรือมีสีดำออกด้วยมีดพร้าว ตกแต่งให้สวยงาม (Phonprasit, P. 2024)

ภาพประกอบการผลิตข้าวหลามน้ำรอบดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 อุปกรณ์และวัตถุดิบในการผลิตข้าวหลามน้ำรอบ



ภาพที่ 2 กระบวนการและขั้นตอนในการผลิตข้าวหลามน้ำรอบ

ความพึงพอใจต่อคุณภาพข้าวหอม ชุมชนบ้านน้ำรอบ ตำบลน้ำรอบ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพข้าวหอมบ้านน้ำรอบ

ความพึงพอใจต่อคุณภาพข้าวหอมบ้านน้ำรอบ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ลักษณะทั่วไป ต้องเป็นรูปทรงกระบอกที่มีเยื่อใบบางหุ้มข้าวเหนียวต้องเกาะตัวกัน มีส่วนประกอบอื่นครบตามที่ระบุไว้ที่ฉลาก	3.22	0.91	ปานกลาง
2. สี ต้องมีสีที่ดีตามธรรมชาติของข้าวหอม	3.70	0.61	มาก
3. กลิ่น ต้องมีกลิ่นที่ดีตามธรรมชาติของ ข้าวหอม ปราศจากกลิ่นอื่นที่ไม่พึงประสงค์ เช่น กลิ่นไหม้ บุด	3.25	0.59	ปานกลาง
4. กลิ่นรส ต้องมีกลิ่นรสที่ดีตามธรรมชาติของข้าวหอม ปราศจากกลิ่นรสอื่นที่ไม่พึงประสงค์	3.28	0.58	ปานกลาง
5. ลักษณะเนื้อสัมผัส ข้าวเหนียวต้องเหนียวนุ่ม ไม่เป็นไตแข็งหรือเละ ส่วนประกอบอื่นต้องสุก	3.10	0.77	ปานกลาง
6. ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เส้นผม ดิน ทราย กรวด ชิ้นส่วนหรือปฏิจุลจากสัตว์	3.40	0.74	ปานกลาง
7. ไม่มีวัตถุเจือปนอาหาร เช่น วัตถุกันเสีย	3.63	0.61	มาก
8. การบรรจุข้าวหอมในภาชนะที่สะอาด ปิดสนิทและสามารถป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกภายนอกได้	3.39	0.65	ปานกลาง
9. น้ำหนักสุทธิหรือจำนวนกระบอกของข้าวหอมในแต่ละภาชนะที่บรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ในฉลาก	3.33	0.61	ปานกลาง
10. เครื่องหมายและฉลากที่บรรจุข้าวหอมทุกกระบอกอย่างน้อยต้องมี อักษร หรือ เครื่องหมายแจ้งรายละเอียด ที่ให้เห็นง่าย ชัดเจน	2.30	1.27	น้อย
รวม	3.26	0.58	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพข้าวหอมบ้านน้ำรอบโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.26$) เมื่อแยกประเด็นเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า สี ต้องมีสีที่ดีตามธรรมชาติของข้าวหอม ($\bar{X}=3.70$) ไม่มีวัตถุเจือปนอาหาร เช่น วัตถุกันเสีย ($\bar{X}=3.63$) ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เส้นผม ดิน ทราย กรวด ชิ้นส่วนหรือปฏิจุลจากสัตว์ ($\bar{X}=3.40$) การบรรจุข้าวหอมในภาชนะที่สะอาด ปิดสนิทและสามารถป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกภายนอกได้ ($\bar{X}=3.39$) น้ำหนักสุทธิหรือจำนวนกระบอกของข้าวหอมในแต่ละภาชนะที่บรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ในฉลาก ($\bar{X}=3.33$) กลิ่นรส ต้องมีกลิ่นรสที่ดีตามธรรมชาติของ ข้าวหอม ปราศจากกลิ่นรสอื่นที่ไม่พึงประสงค์ ($\bar{X}=3.28$) กลิ่น ต้องมีกลิ่นที่ดีตามธรรมชาติของข้าวหอม ปราศจากกลิ่นอื่นที่ไม่พึงประสงค์ เช่น กลิ่นไหม้ บุด ($\bar{X}=3.25$) ลักษณะทั่วไปต้องเป็นรูปทรงกระบอกที่มีเยื่อใบบาง หุ้มข้าวเหนียวต้องเกาะตัวกัน มีส่วนประกอบอื่นครบตามที่ระบุไว้ที่ฉลาก ($\bar{X}=3.22$) ลักษณะเนื้อสัมผัส ข้าวเหนียวต้องเหนียวนุ่ม ไม่เป็นไตแข็งหรือเละส่วนประกอบอื่นต้องสุก ($\bar{X}=3.10$) และ เครื่องหมายและฉลากที่บรรจุข้าวหอมทุกกระบอกอย่างน้อยต้องมีอักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียด ที่ให้เห็นง่าย ชัดเจน ($\bar{X}=2.30$)

พฤติกรรมผู้บริโภคข้าวหอม ชุมชนบ้านน้ำรอบ ตำบลน้ำรอบ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเวลาในการซื้อข้าวหอมของการเดินทางหรือการท่องเที่ยว		
ซื้อก่อนไปเที่ยวหรือซื้อก่อนเดินทาง	76	19.79
ซื้อระหว่างเที่ยวหรือระหว่างการเดินทาง	36	9.37
ซื้อก่อนกลับบ้าน	86	22.40
เวลาซื้อแล้วแต่ความสะดวก	186	48.44
ความถี่ในการซื้อ		
ทุกครั้งที่มาอำเภอพุนพิน (ปีละ 4-5 ครั้ง)	5	1.30
เดือนละ 2-3 ครั้ง	29	7.55
1-2 เดือนต่อครั้ง	171	44.53
ปีละ 2-3 ครั้ง	179	46.61
ขนาดของข้าวหอมที่เลือกซื้อ		
ขนาดเล็ก แบ่งแจกได้หลายคน	73	19.01
ขนาดกลาง ขนาดนารับประทาน	39	10.16
ขนาดใหญ่ ปริมาณเยอะ	81	21.09
หลายขนาดคละกันไป	191	49.74
ชนิดข้าวหอมที่ชอบ		
ข้าวเหนียวขาว	114	29.69
แบบคละข้าวเหนียวขาวดำ	47	12.24
ข้าวเหนียวดำ	113	29.43
แบบหวานน้อย	110	28.65
แบบข้าวหอมที่เลือกซื้อ		
กระบอกยาว แบบดั้งเดิม	222	57.81
กระบอกสั้นแบบใหม่	162	42.19
ความเหมาะสมด้านราคาของข้าวหอมบ้านน้ำรอบ		
ไม่เหมาะสม แพงเกินไป	6	1.56
ไม่เหมาะสม ที่อื่นถูกกว่า	111	28.91
เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ	138	25.94
เหมาะสมกับปริมาณที่ได้รับ	129	33.59
ช่องทางในการเลือกซื้อข้าวหอม		
มาซื้อที่บ้านน้ำรอบแหล่งผลิต	334	86.98
ซื้อที่จัดพักรถทัวร์	24	6.25
ซื้อที่ตลาดพุนพิน	22	5.73
ซื้อระหว่างทางไปสนามบินสุราษฎร์ธานี	4	1.04
ท่านมีร้านประจำที่ซื้อหรือเลือกตามความพอใจ		
ร้านที่ซื้อประจำ	89	23.18
เลือกร้านที่มีให้ชิม	39	10.16
เลือกตามคำโฆษณาของแม่ค้า	152	39.58
เลือกซื้อโดยสังเกตความสดใหม่สะอาด	86	22.40
เลือกที่มีของแถม	18	4.69

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)

พฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหตุในตัดสินใจเลือกซื้อข้าวหอม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เลือกดูราคาที่ถูกที่สุด	56	6.33
เลือกแบบที่คนขายแนะนำ	264	29.86
เลือกแบบยกชุดคุ้มค่า	166	18.78
เลือกแบบราคาแพงที่สุด	118	13.35
เลือกตามตราสินค้า	16	1.81
เลือกแบบราคาที่เหมาะสมกับสินค้า	264	29.86
ผู้มีส่วนในการตัดสินใจ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
พ่อแม่/พี่น้อง	159	26.24
เพื่อนร่วมงาน	61	10.07
ผู้ซื้อตัดสินใจด้วยตนเอง	258	42.57
คู่สมรส	128	21.12
เหตุผลที่ขอรับประทานข้าวหอม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
รสชาติอร่อย	273	22.83
มีคุณค่าทางโภชนาการ	260	21.74
สะดวกต่อการรับประทาน	127	10.62
มีจำหน่ายมากในท้องถิ่น	272	22.74
ต้องการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	264	22.07
ความต้องการให้ปรับปรุงไส้ข้าวหอม		
ถั่วดำ	261	29.39
ไส้มัน	236	26.58
ไส้สังขยา	49	5.52
ไส้เดียว	121	13.63
คงเดิม ไม่มีไส้	169	19.03
ไส้ทุเรียน	52	5.86

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีช่วงเวลาการซื้อโดย ซื้อแล้วแต่ความสะดวก ร้อยละ 48.44 ความถี่ในการซื้อโดยซื้อปีละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 46.61 เลือกขนาดของข้าวหอมที่รับประทานคือ ซื้อหลายขนาดคละกันไป ร้อยละ 47.74 ชื่นชอบ ข้าวหอมที่รับประทานชนิด ข้าวเหนียวขาว ร้อยละ 29.7 แบบข้าวหอมที่เลือกซื้อ กระบอกรยาวแบบดั้งเดิม ร้อยละ 57.81 ในความเหมาะสมด้านราคาของข้าวหอมบ้านน้ำรอบเห็นว่า เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ร้อยละ 35.94 ด้านช่องการซื้อ มาซื้อที่บ้านน้ำรอบแหล่งผลิต ร้อยละ 86.98 รูปแบบของการเลือกร้านที่ซื้อ เลือกตามคำโฆษณาของแม่ค้า ร้อยละ 39.58 เหตุในตัดสินใจเลือกซื้อข้าวหอม เลือกแบบที่คนขายแนะนำ และเลือกแบบราคาที่เหมาะสมกับสินค้า มีความถี่เท่ากัน ร้อยละ 29.86 ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวหอม ได้แก่ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 42.57 เหตุผลที่ขอรับประทานข้าวหอม เห็นว่า เพราะรสชาติอร่อย ร้อยละ 22.83 มีความต้องการให้ปรับปรุงไส้ข้าวหอม ต้องการไส้ถั่วดำ ร้อยละ 29.39 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ประวัติ ถิ่นกำเนิดข้าวหอม ยังไม่ทราบแน่นอน แต่น่าจะเป็นภูมิปัญญาที่ตกทอดกันมารุ่นสู่รุ่นทำข้าวคำว่า”หอม”เป็นการปรุงอาหารสำหรับการเดินทาง เพราะในสมัยโบราณทั้งอาหารและของทุกอย่างที่ใส่



กระบอกและนำไปเผาไฟจะเรียกว่า "หลาม" แสดงให้เห็นว่าวิธีการผลิตข้าวหลามแต่ละพื้นที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคและวิธีการผลิตมีความแตกต่างกัน เคล็ดลับสำคัญของข้าวหลามน้ำรอบคือการผลิตข้าวเหนียวกับน้ำกะทิให้สุกก่อนนำลงกระบอกไม้ไผ่ นำไปย่างบนเตาถ่านจนสุก รสชาติหอมหวานมัน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตข้าวหลามน้ำรอบ คือ ไม้ไผ่ ข้าวเหนียว กะทิ เกลือ น้ำตาลทราย ใบกระพ้อ และโยมะพร้าว โดยมีการเตรียมการและขั้นตอนการผลิตดังนี้ การเตรียมการ 1. ตัดกระบอกไม้ไผ่ยาว 2. นำข้าวเหนียวมาแช่ล้าง วางทิ้งไว้ 7-8 ชั่วโมง 3. น้ำกะทิ (ข้าวเหนียว 5 กิโลกรัม ต่อ มะพร้าว 20 ลูก) ขั้นตอนการผลิต 1. นำข้าวเหนียว 10 กิโลกรัม น้ำตาลทราย 3 กิโลกรัม เกลือป่นครึ่งช้อน ช้อนหัวกะทิ คนให้เข้ากันแล้วใส่น้ำตาลทรายในหม้อคนให้ละลาย 2. เติมน้ำร้อนใส่ข้าวเหนียวใส่ซึ่งทิ้งไว้ 30 นาที แล้วคนให้เข้ากันประมาณ 1 ชั่วโมง แล้วยกใส่กาละมัง ใช้ไม้พายกวนให้ข้าวเหนียวแตกออกจากกัน นำน้ำกะทิในหม้อเทราดให้ทั่ว ใส่ถั่วดำต้มสุก แล้วใช้ไม้พายกวนให้เข้ากันตั้งไว้ประมาณ 5 นาที 3. นำข้าวเหนียวที่มูลแล้วใส่กระบอก 4. นำโยมะพร้าว ห่อด้วยใบกระพ้อปิดปากกระบอกแล้วตั้งไว้บนรางเหล็กสำหรับเผา ขณะเผาจะต้องใช้ช้อนตักปากกระบอก เพื่อให้ น้ำออกที่ปากกระบอก เมื่อน้ำปลายกระบอกแห้งแสดงว่าสุกแล้ว 5. นำไปตัดปลายให้เท่ากันกับกระบอกไม้ไผ่ แล้วปลอกเปลือกที่ไหม้หรือมีสีดำออกด้วยมีดพริก ตกแต่งให้สวยงาม ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตข้าวหลามจะแตกต่างกันในส่วนผสม ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก แต่มีรสชาติอร่อย หวาน มัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Charoenphan and Wangtuei, (2015) เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวหลามเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของจังหวัดสระแก้ว ผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนที่เหมาะสมคือ 50:50 มีส่วนผสมของข้าวเหนียว น้ำตาลทราย น้ำกะทิ เนื่องจากให้ลักษณะปรากฏและเนื้อสัมผัสที่ดี จากนั้นพัฒนารสชาติด้านความหวานของข้าวหลามเป็นสูตรที่ผู้บริโภคให้คะแนนการยอมรับทางประสาทสัมผัสเฉลี่ย ด้านรสชาติ เนื้อสัมผัส และความชอบรวมใกล้เคียงกับสูตรควบคุม

2. การส่งเสริมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อคุณภาพข้าวหลามบ้านน้ำรอบโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกประเด็นเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า สี ต้องมีสีที่ดีตามธรรมชาติของข้าวหลาม ไม่มีวัตถุเจือปนอาหาร เช่น วัตถุกันเสีย ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เส้นผม ดิน ทราย กรวด ชิ้นส่วนหรือปฏิจุลจากสัตว์ การบรรจุข้าวหลามในภาชนะที่สะอาด ปิดสนิทและสามารถป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกภายนอกได้ น้ำหนักสุทธิหรือจำนวนกระบอกของข้าวหลามในแต่ละภาชนะที่บรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ในฉลาก) กลิ่นรส ต้องมีกลิ่นรสที่ดีตามธรรมชาติของ ข้าวหลาม ปราศจากกลิ่นอื่นที่ไม่พึงประสงค์ ต้องมีกลิ่นที่ดีตามธรรมชาติของข้าวหลาม ปราศจากกลิ่นอื่นที่ไม่พึงประสงค์ เช่น กลิ่นไหม้ บุค ลักษณะทั่วไปต้องเป็นรูปทรงกระบอกที่มีเยื่อไผ่บาง หุ้มข้าวเหนียวต้องเกาะตัวกัน มีส่วนประกอบอื่นครบตามที่ระบุไว้ในฉลาก ลักษณะเนื้อสัมผัส ข้าวเหนียวต้องเหนียวนุ่ม ไม่เป็นไต แข็งหรือละลายส่วนประกอบอื่นต้องสุก และเครื่องหมายและฉลากที่บรรจุข้าวหลามทุกกระบอก อย่างน้อยต้องมีอักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียด ที่ให้เห็นง่าย ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Charoenphan, N. & Wangtuei, S. เรื่อง การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมสินค้า OTOP เพื่อสังคมในเขตเทศบาลตำบลปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาสินค้าการให้บริการบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลาก พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่มีช่วงเวลาการซื้อโดย ซื้อแล้วแต่ความสะดวก ความถี่ในการซื้อโดยซื้อปีละ 2-3 ครั้ง เลือกขนาดของข้าวหลามน้ำรอบคือ ซื้อหลายขนาดคละกันไป ขึ้นชอบ ข้าวหลามน้ำรอบชนิด ข้าวเหนียวขาว แบบข้าวหลามที่เลือกซื้อ กระบอกยาวแบบดั้งเดิม ในความเหมาะสมด้านราคาของข้าวหลามบ้านน้ำรอบเห็นว่า เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ด้านช่องการซื้อ มาซื้อที่บ้านน้ำรอบแหล่งผลิต รูปแบบของการเลือกร้านที่ซื้อ เลือกตามคำโฆษณาของแม่ค้า เหตุในตัดสินใจเลือกซื้อข้าวหลาม เลือกแบบที่คนขายแนะนำ และเลือกแบบราคาที่เหมาะสมกับสินค้า มีความถี่เท่ากัน ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวหลาม ได้แก่ ตัดสินใจด้วยตนเอง เหตุผลที่ชอบรับประทานข้าวหลาม เห็นว่า เพราะรสชาติอร่อย มีความต้องการให้ปรับปรุงใส่ข้าวหลาม ต้องการใส่ถั่วดำ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง เหตุผลเพราะรสชาติอร่อย ถูกใจ แสดงให้เห็นว่าสินค้ามีคุณภาพเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค (Charoenphan, N. & Wangtuei, S., 2015) ซึ่ง



สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khampuang, S. เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ต แซ่แข็ง กรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเลือกซื้อ มีเหตุผลในการเลือกรับประทานเพราะรสชาติอร่อยถูกใจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อโยเกิร์ตแซ่แข็งจากห้างสรรพสินค้า มีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง มีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง มีความต้องการรับประทานในระดับปานกลาง (Khampuang, S., 2023)

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 3 การยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการชุมชนข้าวหลามบ้านน้ำรอบ ตำบลน้ำรอบ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากภาพที่ 1 แสดงองค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากการวิจัย 1) ประวัติ ถิ่นกำเนิดข้าวหลาม ยังไม่ทราบแน่นอน แต่น่าจะเป็นภูมิปัญญาที่ตกทอดกันมารุ่นสู่รุ่นทำข้าวคำว่า "หลาม" เป็นการปรุงอาหารสำหรับการเดินทาง เพราะในสมัยโบราณทั้งอาหารและของทุกอย่างที่ใส่กระบอกและนำไปเผาไฟจะเรียกว่า "หลาม" ภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มผู้ผลิตข้าวหลามน้ำรอบ ได้ใส่ใจพิถีพิถันในการผลิต ตั้งแต่การเลือกผลิตภัณฑ์ ข้าวเหนียว และ



กระบอกไม้ไผ่ ซึ่งจะใช้ไม้ไผ่ตง รวมไปถึงขั้นตอนการทำ เคล็ดลับสำคัญของข้าวหลามน้ำรอบคือการมัดข้าวเหนียวกับน้ำกะทิให้สุกก่อนนำลงกระบอกไม้ไผ่ นำไปย่างบนเตาถ่านจนสุก 2) การส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อคุณภาพข้าวหลามอยู่ในระดับปานกลาง ต้องมีสีที่ดีตามธรรมชาติของข้าวหลาม ไม่มีวัตถุเจือปนอาหาร เช่น วัตถุกันเสีย ไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เส้นผม ดิน ทราย กรวด ชิ้นส่วนหรือปฏิจุลจากสัตว์ การบรรจุข้าวหลามในภาชนะที่สะอาด ปิดสนิทและสามารถป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกภายนอกได้ น้ำหนักสุทธิหรือจำนวนกระบอกของข้าวหลามในแต่ละภาชนะที่บรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ในฉลาก กลิ่นรส ต้องมีกลิ่นรสที่ดีตามธรรมชาติ ต้องมีกลิ่นที่ดีตามธรรมชาติ ปราศจากกลิ่นอื่นที่ไม่พึงประสงค์ เช่น กลิ่นไหม้ บุด ลักษณะทั่วไป ต้องเป็นรูปทรงกระบอกที่มีเยื่อไผ่บาง หุ้มข้าวเหนียวต้องเกาะตัวกัน มีส่วนประกอบอื่นครบตามที่ระบุไว้ที่ฉลาก ข้าวเหนียวต้องเหนียวนุ่ม ไม่เป็นไต แข็งหรือเละส่วนประกอบอื่นต้องสุก พุทธิกรรมผู้บริโภค พบว่า มีช่วงเวลาการซื้อตามความสะดวก ซื้อปีละ 2-3 ครั้ง ซื้อหลายขนาดคละกันไปชอบข้าวเหนียวขาว ข้าวเหนียวดำ ด้านราคาของข้าวหลามมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ด้านช่องทางการซื้อที่แหล่งผลิต รูปแบบของการเลือกร้านที่ซื้อ เลือกตามคำโฆษณาของแม่ค้า เลือกซื้อโดยสังเกตความสดใหม่ สะอาด เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเพราะคนขายแนะนำ ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง เหตุผลที่ขอรับประทานข้าวหลามมีรสชาติอร่อย ความต้องการให้ปรับปรุงใส่ข้าวหลามคือ ถั่วดำ 3) หลักสูตรระยะสั้นในการทำข้าวหลามน้ำรอบคือ คู่มือการผลิตข้าวหลามน้ำรอบ

สรุปและข้อเสนอแนะ

ข้าวหลามเป็นขนมชนิดหนึ่ง ซึ่งทำมาจากข้าวเหนียวอยู่ในกระบอกไม้ไผ่ ข้าวหลามเป็นภูมิปัญญาในการทำอาหารและถนอมอาหารให้เข้ากับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย เป็นภูมิปัญญาที่ตกทอดกันมารุ่นสู่รุ่น ซึ่งในแต่ละพื้นที่จะมีสูตรในการทำข้าวหลามแตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละพื้นที่มีวิถีชีวิต สภาพดินฟ้า อากาศแตกต่างกัน ข้าวหลามน้ำรอบ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ยังคงรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชนในการทำข้าวหลามแบบโบราณไว้ แม้ในปัจจุบันสูตรการทำข้าวหลามจะมีการปรับปรุงสูตร วัตถุดิบ ส่วนผสม และบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย ทำให้มีรสชาติ ที่แตกต่างกัน ตามรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ ควรจัดทำเครื่องหมายและฉลากที่บรรจุข้าวหลามทุกกระบอก อย่างน้อยต้องมี อักษร หรือ เครื่องหมายแจ้งรายละเอียด ที่ให้เห็นง่าย ชัดเจน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย องค์การบริหารส่วนตำบลน้ำรอบ ควรดำเนินการแนะนำหาแหล่งวัตถุดิบไม้ไผ่และการส่งเสริมการปลูกไม้ไผ่ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการลดการสั่งไม้ไผ่ที่มีราคาแพงจากจังหวัดอื่น จะเป็นผลทำให้ผู้ประกอบการอาชีพทำข้าวหลามสามารถลดต้นทุนในการผลิตข้าวหลามได้มากขึ้น ผู้ประกอบการอาชีพทำข้าวหลามอาจจะทดลองทำข้าวหลามแบบใส่ถั่วดำให้เป็นข้าวหลามในรูปแบบใหม่รองรับผู้บริโภคที่ชอบข้าวหลามใส่ถั่วดำ อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ ใหม่ที่น่าสนใจเพิ่มขึ้น อาจจะต้องพัฒนาในด้านการจำหน่ายไปตามยุคสมัย อย่างเช่น ขายแบบออนไลน์ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาผู้บริโภคข้าวหลามในจังหวัดอื่นเพื่อนำผลการศึกษา ที่ได้มาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของผู้บริโภคข้าวหลามน้ำรอบ เพื่อจะได้นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

Chaichamni, S. (2024, May 1). Improving the Quality of Products and Services in Khao Lam Ban Nam Rop Community, Nam Rop Subdistrict, Phunphin District, Suratthani Province. (Suwannal, P., Interviewer)

- Chaowittaya, S. (2024, April 20). Improving the Quality of Products and Services in Khao Lam Ban Nam Rop Community, Nam Rop Subdistrict, Phunphin District, Suratthani Province. (Suwannual, P., Interviewer)
- Charoenphan, N. & Wangtuei, S. (2015). Development of Khao Lam products to create added value for local agricultural products of Sa Kaeo Province. In Research report. Office of the Higher Education Commission Burapha University.
- Khampuang, S. (2023). Consumer behavior affecting the choice of purchasing frozen yogurt, a case study in Bangkok. In Research report. Business Rajamangala University of Technology Krungtep.
- Klaewhan, N. (2024, May 3). Improving the Quality of Products and Services in Khao Lam Ban Nam Rop Community, Nam Rop Subdistrict, Phunphin District, Suratthani Province. (Suwannual, P., Interviewer)
- Klaewpai, S. (2024, February 8). Improving the Quality of Products and Services in Khao Lam Ban Nam Rop Community, Nam Rop Subdistrict, Phunphin District, Suratthani Province. (Suwannual, P., Interviewer)
- Nam Rop Subdistrict Administrative Organization. (2024). Economic Conditions. Retrieved January 1, 2023, from <http://www.namrob.go.th/general2.php>
- Phongkaset, J. (2024, January 15). Improving the Quality of Products and Services in Khao Lam Ban Nam Rop Community, Nam Rop Subdistrict, Phunphin District, Suratthani Province. (Suwannual, P., Interviewer)
- Phonprasit, P. (2024, April 20). Improving the Quality of Products and Services in Khao Lam Ban Nam Rop Community, Nam Rop Subdistrict, Phunphin District, Suratthani Province. (Suwannual, P., Interviewer)
- Thipsawat, C. (2024, May 1). Improving the Quality of Products and Services in Khao Lam Ban Nam Rop Community, Nam Rop Subdistrict, Phunphin District, Suratthani Province. (Suwannual, P., Interviewer)
- Wangnara, K. (2024, February 8). Improving the Quality of Products and Services in Khao Lam Ban Nam Rop Community, Nam Rop Subdistrict, Phunphin District, Suratthani Province. (Suwannual, P., Interviewer)