

กลไกการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา
ของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่
The Mechanism of Development and Market Value Added to the Folk
Fishery Group's Fish Processing Product surrounding Doi Tao Lake,
Chiang Mai

ธัญลักษณ์ บุญลือ^{1*}, และ ประทีป พิษทองหลาง²

Thanyalak Boonlue^{1*}, and Prateep Peuchthonglang²

¹⁻² คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาปทุม; Faculty of Business and
Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna, Thailand

*Corresponding Author; e-mail : thanyalak_b@rmutl.ac.th

DOI : 10.65205/jlgisrru.2025.289706

Received : May 23, 2025; Revised : September 26, 2025; Accepted : October 14, 2025

บทคัดย่อ (Abstract)

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อจัดการความรู้ภูมิปัญญาการอนุรักษ์และขยายพันธุ์ปลาน้ำจืดของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า 2) เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า 3) เพื่อพัฒนาการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า พื้นที่วิจัย คือ ชุมชนริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 40 คน (การสัมภาษณ์) และสมาชิกวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปอาหารจากปลา ผู้ประกอบการแปรรูปสัตว์น้ำในอำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 40 คน (การอบรมเชิงปฏิบัติการ) ผลการวิจัย พบว่า 1) ภูมิปัญญาการอนุรักษ์และขยายพันธุ์ปลาน้ำจืดของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า แบ่งออกเป็น 7 องค์ประกอบ คือ การจัดตั้งเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ การตั้งกฎระเบียบชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ความเชื่อในชุมชน การส่งเสริม การมีส่วนร่วมของเยาวชนในการอนุรักษ์และขยายพันธุ์สัตว์น้ำ แผนการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน 2) การเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า ด้วยการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ชุมชนดอยเต่า และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาแต่ละประเภท รวมทั้งทำให้ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย มีข้อมูลครบถ้วน และ 3) การพัฒนาการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า ด้วยการสร้างเว็บไซต์ เพื่อเป็นช่องทางในการขายผลิตภัณฑ์นอกเหนือจากการขายผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม

Citation : Boonlue, T., & Peuchthonglang, P. (2025). The Mechanism of Development and Market Value Added to the



Folk Fishery Group's Fish Processing Product surrounding Doi Tao Lake, Chiang Mai. *Journal of Local Governance and Innovation*, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>

ที่ประสบปัญหาต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น จำนวนลูกค้าที่ลดลง รวมทั้งขาดผู้สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลา ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการสร้างกลไกการพัฒนา เพิ่มมูลค่าและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรสัตว์น้ำรอบทะเลสาบดอยเต่าอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

คำสำคัญ (Keywords) : กลไกการพัฒนา, เพิ่มมูลค่าทางการตลาด, ตลาดออนไลน์, ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา

Abstract

The objectives of this research were 1) to manage the knowledge and local wisdom related to the conservation and propagation of freshwater fish by the local fishing communities along Doi Tao Lake, 2) to increase the market value of processed fish products from these local fishing communities, and 3) to develop online marketing for processed fish products from these communities. The researchers applied a Mixed – Method Approach to collect and analyse data. The target group in this study consists of residents of Hot District, Chiang Mai Province, totaling 40 people (for interviews). Additionally, members of the community enterprise group, the agricultural housewives processing fish group, fish processing entrepreneurs in Doi Tao District, Chiang Mai Province, totaling 40 people (for trainings) were included. The research results found that 1) The wisdom in the conservation and propagation of freshwater fish of the fishing communities along Doi Tao Lake, is divided into seven components: the establishment of aquatic conservation zones, the setting of community rules and regulations, community participation, community beliefs, promotion of youth involvement in the conservation and propagation of aquatic species, conservation planning, and support from government and private agencies, 2) The market value of processed fish products from the fishing communities along Doi Tao Lake, could be increased by designing product labels that reflect the identity of the Doi Tao community and the various types of processed fish products. Additionally, making the products modern and providing complete information, and 3) Online marketing for processed fish products from the fishing communities along Doi Tao Lake, could be developed by creating a website as a sales channel. This is in response to the challenges of rising costs, decreasing customer numbers, and the lack of successors to the local wisdom of fish processing in traditional sales methods. The research findings can be applied to establish development mechanisms that enhance value and promote the effective utilization of aquatic resources surrounding Doi Tao Lake.

Citation : ัญญลักษณ์ บุญลือ, และ ประทีป พิษทองหลาง. (2568). กลไกการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา



ของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>

Keywords : Mechanism of Development, Market Value Added, Online market, Fish Processing Product

บทนำ (Introduction)

ทะเลสาบดอยเต่าเป็นแหล่งต้นน้ำที่ตั้งอยู่ในตำบลท่าเตื่อ อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีแม่น้ำปิงเป็นแม่น้ำสายหลักที่ไหลลงสู่เขื่อนภูมิพล และมีความอุดมสมบูรณ์ ความหลากหลายเชิงชีวภาพ มีสัตว์น้ำ หลากหลายสายพันธุ์ ในระยะแรก ประชากรในพื้นที่ได้นำปลาที่หาได้มาใช้ในการทำปลาร้า เพื่อบริโภคในครัวเรือน ต่อมา กลุ่มสตรีของหมู่บ้านแปลง 5 ก็มีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน และบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยีสมัยใหม่จากหน่วยงานราชการต่าง ๆ ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ เช่น การทำปลา สังกะวาดวง ปลาร้าผิง ปลาอบกรอบ เป็นต้น ซึ่งสินค้า ที่ผลิตขึ้นได้รับการคัดเลือกให้เป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว ในปี พ.ศ. 2553 (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2560) อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปอาหารจากปลา ดังกล่าวประสบปัญหาด้านการตลาดและปัญหาต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น เพราะต้องซื้อสัตว์น้ำจากภาคกลาง เพื่อนำมาแปรรูปทดแทนวัตถุดิบ ในชุมชนที่มีปริมาณลดลง ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้ทางวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปอาหารจากปลา ขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาได้ลดลง ทำให้สมาชิกขาดรายได้ไปเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปอาหารจากปลายังประสบปัญหาในการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาไปยังคนรุ่นหลัง ซึ่งอาจจะส่งผลให้ องค์ความรู้ภูมิปัญญาดังกล่าวสูญหายไปในอนาคต

ในระหว่างที่ผ่านมา มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับทะเลสาบดอยเต่าในประเด็นต่างๆ ดังเช่น การวิเคราะห์ ความหลากหลายทางชีวภาพ (ทวีศักดิ์ ขวัญไตรรงค์, 2548; นิรมล ดงหงษ์, 2548) รวมทั้งการศึกษารูปแบบภูมิปัญญาในการอนุรักษ์สัตว์น้ำของชุมชนริมทะเลสาบดอยเต่า แต่การวิจัยดังกล่าวยังไม่ครอบคลุมถึงการจัดการความรู้ภูมิปัญญาการอนุรักษ์และขยายพันธุ์ปลาน้ำจืด การเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา และการพัฒนาการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า ในปัจจุบัน ปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำดอยเต่าได้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีชาวประมงกลับมาประกอบอาชีพประมงเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดปัญหา คือ ปริมาณปลาที่จับได้น้อยลงกว่าเดิมมาก มีการเก็บเกี่ยวทรัพยากรประมงทั้งในฤดูที่จับได้และการลักลอบในฤดูกาลห้ามจับ ดังนั้น มาตรการที่เหมาะสมในการจัดการกับทรัพยากรประมง จึงควรถูกนำมาใช้อย่างเร่งด่วน เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ของทรัพยากรสัตว์น้ำซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์การประมง ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างผลกระทบแก่ทรัพยากรสัตว์น้ำได้ในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้น ถ้าใช้เพียงมาตรการการห้ามจับปลาเพียงอย่างเดียว น่าจะไม่เพียงพอต่อการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น มาตรการ

Citation : Boonlue, T., & Peuchthonglang, P. (2025). The Mechanism of Development and Market Value Added to the



Folk Fishery Group's Fish Processing Product surrounding Doi Tao Lake, Chiang Mai. *Journal of Local Governance and Innovation*, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>

ซึ่งควรได้รับการพิจารณา เช่น การใช้เครื่องมือประมงที่เหมาะสม ไม่ทำลายทรัพยากรปลาในระยะก่อนวัยเจริญพันธุ์ หรือการกำหนดเขต หรือช่วงเวลาการจับปลา การกำหนดโควตาการจับ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การได้มา ซึ่งมาตรการอื่นนั้น จำเป็นต้องมีฐานข้อมูลที่ดีและเป็นปัจจุบัน ทั้งทางด้านสภาวะการประมง สภาวะการของทรัพยากรการประมงในปัจจุบัน รวมถึงทัศนคติของชาวประมงในพื้นที่ด้วย ผลที่ได้จากการศึกษาไม่เพียงแต่จะทำให้ทราบถึงความสามารถและขีดจำกัดของเครื่องมือประมงที่ใช้ในแหล่งน้ำเท่านั้น ยังเป็นข้อมูลพื้นฐานใช้ในการวางแผน การบริหารและอนุรักษ์ รวมถึงการจัดการทรัพยากรประมงในแหล่งน้ำเพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดและยั่งยืนต่อไป

บทความวิจัยเรื่องนี้ นำเสนอผลการศึกษากิจการความรู้ภูมิปัญญาการอนุรักษ์และขยายพันธุ์ปลาน้ำจืดของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมูลค่าทางการตลาด รวมทั้งพัฒนาการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

- 1) เพื่อจัดการความรู้ภูมิปัญญาการอนุรักษ์และขยายพันธุ์ปลาน้ำจืดของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่
- 3) เพื่อพัฒนาการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

1. การจัดการความรู้

งานนโยบายและพัฒนาคุณภาพ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (2567) กล่าวถึงความหมายการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) ไว้ว่า เป็นการรวบรวมองค์ความรู้ในองค์กร แล้วนำมาจัดระบบ เพื่อให้สมาชิกในองค์กร สามารถเข้าถึงได้ นำไปพัฒนาตนเองและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้นซึ่งองค์ความรู้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (tacit knowledge) หรือที่เรียกว่า ความรู้แบบนามธรรม และความรู้ที่ชัดแจ้ง (explicit knowledge) หรือที่เรียกว่า ความรู้แบบรูปธรรม โดยมีขั้นตอนการจัดการความรู้ 6 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) กำหนดความรู้ที่จำเป็นหรือสำคัญต่อองค์กร
- 2) แสวงหาความรู้ที่ต้องการ
- 3) ปรับปรุง แก้ไข หรือสร้างความรู้ให้เหมาะสมกับการใช้งาน
- 4) ประยุกต์ใช้ความรู้ให้เข้ากับงานของตน

Citation : ัญญลักษณ์ บุญลือ, และ ประทีป พิษทองหลาง. (2568). กลไกการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา



ของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>

5) นำประสบการณ์ที่ได้ มาแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และสังเคราะห์ “ขุมความรู้”

6) จัดบันทึกประเด็นสำคัญ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้และรวบรวมเป็นชุดความรู้ที่ครบถ้วน และสะดวกในการใช้งาน

2. การเพิ่มมูลค่าทางการตลาด

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2563) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับประเภทของกลยุทธ์การตลาด ด้วยการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และตลาด แบบ Matrix ของ Harry Igor Ansoff ดังนี้

1) กลยุทธ์การเจาะตลาดเดิมโดยผลิตภัณฑ์เดิม (Market Penetration)

2) กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดเดิม (Product Development)

3) กลยุทธ์การขยายตลาดผลิตภัณฑ์เดิมไปสู่ตลาดใหม่เป็นการหาช่องทางและสร้างฐานลูกค้าใหม่ (Market Development)

4) กลยุทธ์การสร้างธุรกิจใหม่จากผลิตภัณฑ์ใหม่และช่องทางการตลาดใหม่ (Diversification)

ในระหว่างที่ผ่านมา มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดในประเทศไทย ดังเช่น งานวิจัยที่พบว่า การจัดการการตลาดที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องมีกลไกในการขับเคลื่อนแผนการตลาด (สิรินี ว่องวิไลรัตน์ และคณะ, 2565) และงานวิจัยของกาญจนา รัตนธีรวิเชียร และฐานันดร โต๊ะถม (2560) ที่พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ วินยาภรณ์ พราหมณ์โชติ (2565) ยังกล่าวว่าการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราวจากชุมชนเพื่อสร้างจุดขายให้มีความโดดเด่นต่างจากคู่แข่ง

3. ตลาดออนไลน์

Isawanyatham (2025) ได้อธิบายแนวคิด 5A ของ Phillip Kotler ไว้ว่า การทำการตลาด ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ประกอบด้วยการสร้างการรับรู้ของลูกค้าโดยการทำให้อูกค้าเกิดความสนใจ รวมกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ จนเกิดการบอกต่อ เช่นเดียวกับ Braca & Dondio (2023) ที่กล่าวว่า ช่องทางตลาดออนไลน์เป็นรูปแบบหนึ่งในการส่งเสริมการตลาด ที่สามารถสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า Dhole, & Godbole (2019) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์ทางตลาดออนไลน์เป็นส่วนสำคัญของการตลาด สามารถเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ สร้างการรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ของตน และเพิ่มยอดขายในอนาคต

นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยสำคัญจากการสื่อสารการตลาดในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์กลุ่มผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับด้านการตอบสนองต่อผู้บริโภคมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองระดับบุคคล ด้านความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร (จิตติมา จารุวรรณ, 2563) และการศึกษาของภุณีรัฐ สิทธิตนเอง และอัญญิฐา ดิษฐานนท์ (2563) ก็พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ SMEs ยอมใช้อีคอมเมิร์ซเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้า

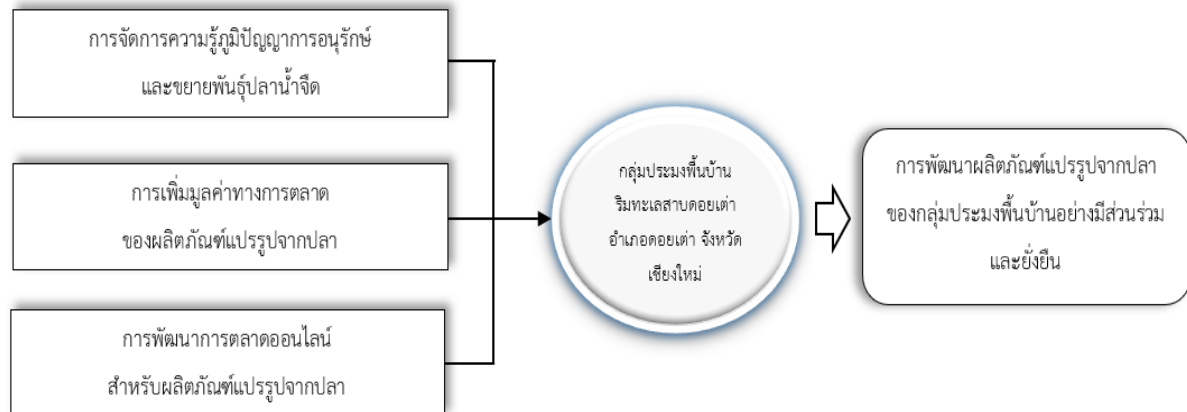
Citation : Boonlue, T., & Peuchthonglang, P. (2025). The Mechanism of Development and Market Value Added to the



Folk Fishery Group's Fish Processing Product surrounding Doi Tao Lake, Chiang Mai. *Journal of Local Governance and Innovation*, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาเชื่อมโยงแนวคิดและทฤษฎีเข้ากับบริบทของงานวิจัยนี้ให้ชัดเจนยิ่งขึ้นในการอธิบายว่าทฤษฎีการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จะถูกนำไปใช้อย่างไรในการจัดการภูมิปัญญาของชุมชนในการสร้างกลไกการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed-Method Research) โดยเริ่มต้นจากการจัดการความรู้ภูมิปัญญา การอนุรักษ์ และขยายพันธุ์ปลาน้ำจืดของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้การสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อย ต่อมา คณะผู้วิจัยทำการศึกษานำร่อง (Pilot study) ในพื้นที่อื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับพื้นที่วิจัย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และปรับปรุงแก้ไขก่อนเก็บข้อมูลจริง โดยการจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นและการพัฒนาศักยภาพการขายสินค้า โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับชุมชนริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่” และเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล สรุปและอภิปรายผล รวมทั้งเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ งานวิจัยเรื่องนี้นำผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เรียบร้อยแล้ว (RMUTL-IRB 068/2563)

Citation : ัญญลักษณ์ บุญลือ, และ ประทีป พิษทองกลาง. (2568). กลไกการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา



ของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ และมีกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านทุ่งโป่ง หมู่ที่ 4 ตำบลบ้านตาล อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ บ้านห้วยหินดำ หมู่ที่ 3 ตำบลนาคอเรือ อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 40 คน (การสัมภาษณ์) สมาชิกวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปอาหารจากปลา ผู้ประกอบการแปรรูปสัตว์น้ำหมู่บ้านแปลง 5 และหมู่ที่ 3 ตำบลท่าเตื่อ อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 40 คน (การอบรมเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และตราผลิตภัณฑ์ และการอบรมเกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดออนไลน์)

3. เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือหลายประเภทในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) แบบสอบถาม เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์และการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ 2) แบบสัมภาษณ์ เพื่อจัดการความรู้ภูมิปัญญาการอนุรักษ์และขยายพันธุ์ปลาน้ำจืดของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า ค่าความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) ของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ดังกล่าว คือ 0.92 และ 0.94 ตามลำดับ และ 3) การประชุมกลุ่มย่อย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการพัฒนาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางการตลาด และการตลาดออนไลน์ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการประชุมกลุ่มย่อย หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เมื่อข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างไม่ครบถ้วนหรือคลุมเครือ คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่วิจัย เพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว นอกจากนี้ เมื่อผู้วิจัยถอดเทปเสร็จเรียบร้อยแล้ว คณะผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยนำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนที่จะส่งไปให้กลุ่มตัวอย่างตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หลังจากนั้นทำการสังเคราะห์ สรุปผลจากการสัมภาษณ์ การจัดประชุมเพื่อระดมสมอง และการสนทนากลุ่ม แล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา เก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้โปรแกรม SPSS (IBM SPSS Statistics) ในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการขายสินค้าโดยใช้แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ และความพึงพอใจในการจัดการอบรม รวมทั้งการเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการ

ออกแบบบรรจุภัณฑ์และค่าเฉลี่ยของคะแนนการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ทั้งก่อนและหลังเข้าร่วมการอบรม

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ภูมิปัญญาการอนุรักษ์และขยายพันธุ์ปลาน้ำจืดของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่าอำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยได้แบ่งภูมิปัญญาการอนุรักษ์และขยายพันธุ์ทรัพยากรสัตว์น้ำของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ ออกเป็น 7 องค์ประกอบดังนี้

1) การจัดตั้งเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ ชุมชนบ้านทุ่งโป่งมีการอนุรักษ์และการกำหนดเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำประจำหมู่บ้านพื้นที่ประมาณ 70 ไร่ เพื่อเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์สัตว์น้ำ ป้องกันการทำประมงพื้นบ้านในบริเวณดังกล่าว มีการช่วยกันสอดส่องดูแล และติดป้ายประชาสัมพันธ์ให้คนต่างหมู่บ้านได้รับทราบ ในขณะที่ชุมชนห้วยหินดำมีการจัด เขตอนุรักษ์ พันธุ์สัตว์น้ำความยาวประมาณ 500 เมตรในแม่น้ำปิง

2) การตั้งกฎ ระเบียบชุมชน ชุมชนบ้านทุ่งโป่งและชุมชนบ้านห้วยหินดำมีการตั้งกฎของหมู่บ้าน กล่าวคือ ห้ามจับปลาในช่วงฤดูปลาน้ำจืดวางไข่ และห้ามจับปลาในบริเวณเขตอนุรักษ์

3) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้นำชุมชนห้วยหินดำและชุมชนบ้านทุ่งโป่ง เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ วางแผนแก้ไขปัญหาของชุมชนร่วมกัน การปรึกษาหารือก่อนการจัดกิจกรรม โครงการต่าง ๆ โดยจัดประชุมในชุมชน ยึดถือมติในที่ประชุม

4) ความเชื่อคนในชุมชนบ้านทุ่งโป่งมีความเชื่อที่เชื่อมโยงกับพระพุทธศาสนา ซึ่งมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์และขยายพันธุ์สัตว์น้ำ สมาชิกในชุมชนบ้านทุ่งโป่งได้อธิบายเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องวันพระ ซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่จะไม่ออกไปจับปลา เพราะเชื่อว่าเป็นการทำบาปในวันพระ และคนในชุมชนบางคนก็ซื้อปลามาปล่อยมาทำบุญ ในขณะที่สมาชิกในชุมชนบ้านห้วยหินดำได้เล่าความเชื่อเรื่องการดูฤกษ์ยามดีก่อนออกไปจับสัตว์น้ำ นอกจากนี้ ทั้งสองชุมชนยังมีความเชื่อเรื่องบทบาทหน้าที่ของคนในชุมชนที่สอดคล้องกันว่า เป็นหน้าที่ของคนในชุมชนทุกคนที่จะต้องช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรของชุมชน

5) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการอนุรักษ์และขยายพันธุ์สัตว์น้ำ ชุมชน บ้านทุ่งโป่งและชุมชนบ้านห้วยหินดำ ด้วยการเข้าร่วมทำกิจกรรมในครอบครัวหรือชุมชน เช่น สอนวิธีการหาปลา และพาลูกหลานจับปลาด้วยกัน เป็นต้น

6) แผนการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ ทั้งชุมชนบ้านทุ่งโป่งและชุมชน บ้านห้วยหินดำมีแผนการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำประจำปี โดยที่ผู้นำชุมชนจะนัดประชุมสมาชิกในชุมชน เพื่อประกาศให้สมาชิกทราบแผนการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำทราบ และถือปฏิบัติร่วมกัน

Citation : ัญญลักษณ์ บุญลือ, และ ประทีป พิษทองหลาง. (2568). กลไกการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา

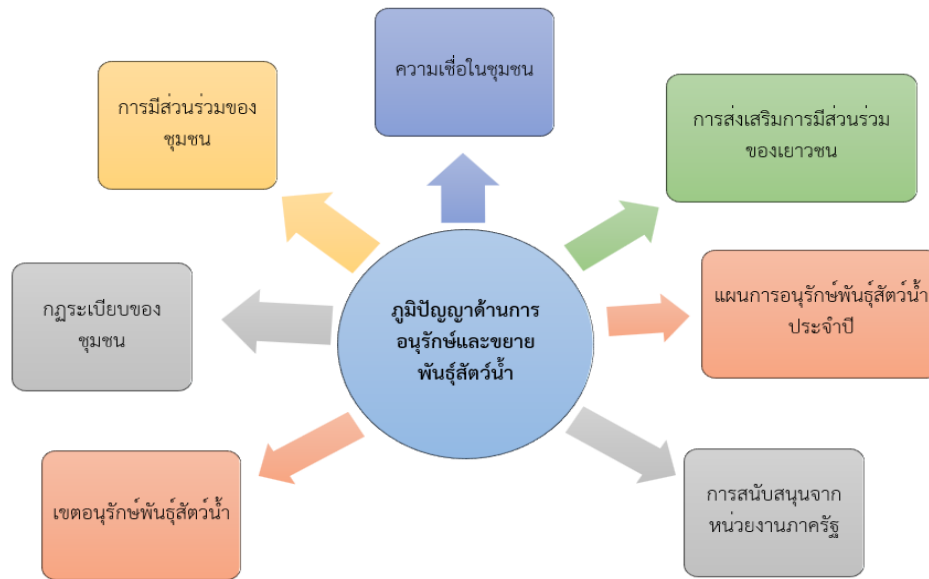


ของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>

นอกจากนี้ ทั้งสองชุมชนยังมีการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานดังกล่าวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ด้วยการจัดประชุม เพื่อวิเคราะห์ แนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกันอีกด้วย

7) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สมาชิกในชุมชนบ้านทุ่งโป่งและชุมชนบ้านห้วยหินดำได้รับความรู้เรื่อง การอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำจากผู้นำชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ (กรมประมง)

ดังนั้น ทั้งชุมชนบ้านทุ่งโป่งและชุมชนบ้านห้วยหินดำมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์และขยายพันธุ์ปลาน้ำจืดอย่างมีประสิทธิภาพ ดังรายละเอียดในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ภูมิปัญญาการอนุรักษ์และขยายพันธุ์ปลาน้ำจืดของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า

อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่

ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2567

2. การเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่

คณะผู้วิจัยได้จัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น และด้านการพัฒนาศักยภาพการขายสินค้า โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับชุมชนริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้คนในชุมชนเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น และช่องทางการตลาดออนไลน์ และสอบถามความต้องการและข้อมูลที่เป็นจำเป็นสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากคนในชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งนำไปสู่ การมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนที่เกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่

มติที่ 1 การมีส่วนร่วมการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ โดยการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ แต่ละกลุ่มมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ชักถามข้อสงสัยได้ตลอดระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งตัดสินใจในด้านต่าง ๆ เช่น การเลือกที่นั่งในการทำกิจกรรมกลุ่ม การเลือกประเด็นปัญหาที่จะใช้วิเคราะห์ การเลือกตัวแทนในการนำเสนอข้อมูลของกลุ่ม เป็นต้น

มติที่ 2 การมีส่วนร่วมในการพัฒนาโดยลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ ในระหว่างที่เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการดังกล่าว สมาชิกในชุมชนได้ระดมความคิดเห็น วิเคราะห์จุดเด่นของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น สิ่งที่ต้องปรับปรุงของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาที่วางจำหน่ายในปัจจุบัน รวมทั้งแนวทางแก้ไขปัญหากับบรรจุภัณฑ์และฉลากบรรจุภัณฑ์

มติที่ 3 การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน สมาชิก แต่ละกลุ่มมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลา ในระหว่างการเข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ จนนำมาสู่ข้อสรุปของกลุ่ม หลังจากนั้น ตัวแทนสมาชิกแต่ละกลุ่มได้นำเสนอปัญหา และแนวทางแก้ไขปัญหามาให้สมาชิกกลุ่มอื่น ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เข้าร่วมโครงการรวมทั้งคณะผู้วิจัยได้รับฟัง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนแก้ไขปัญห และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนต่อไป

มติที่ 4 การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ คนในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น และด้านการพัฒนาศักยภาพการขายสินค้า โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับชุมชนริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำแบบสอบถาม เพื่อประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ หลังจากเสร็จสิ้นโครงการ



ภาพที่ 4 ร้างฉลากผลิตภัณฑ์ 4 แบบ

ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2567

หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ร่วมกันออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและสถานประกอบการและได้นำฉลากผลิตภัณฑ์ และข้อมูลการประเมินราคาบรรจุภัณฑ์ ไปให้คนในชุมชนพิจารณาให้ข้อเสนอแนะ และทดลองบรรจุผลิตภัณฑ์จากปลาลงในบรรจุภัณฑ์ และติดฉลากผลิตภัณฑ์ที่เตรียมไว้แล้ว ซึ่งจะเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกบรรจุภัณฑ์และฉลากผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาต่อไปในอนาคต

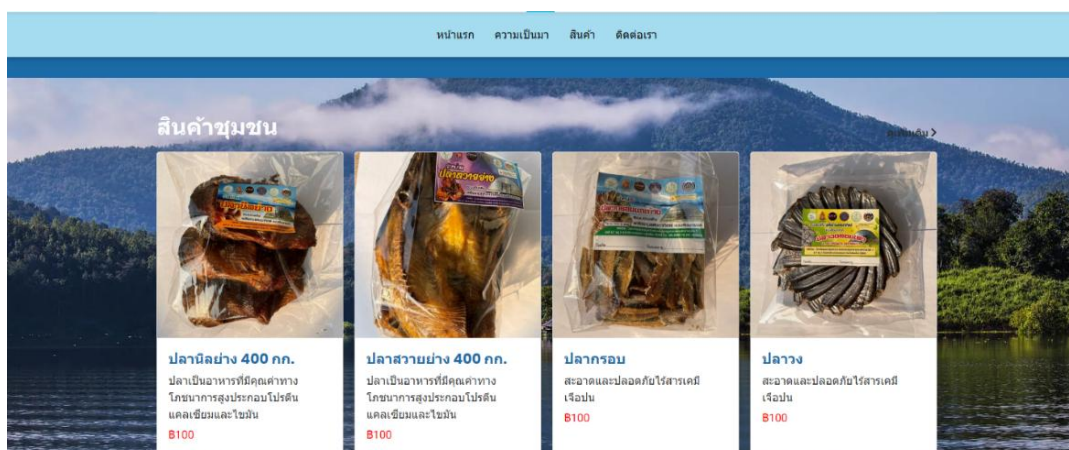
3. การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเว็บไซต์ เพื่อเข้าถึงและดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปและเพิ่มยอดขายของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปอาหารจากปลา ส่วนขั้นตอนของการทำเว็บไซต์ ได้แก่ เลือกรูปแบบเว็บไซต์ ตกแต่งเว็บไซต์ สร้างเมนูเว็บไซต์ เพิ่มข้อมูล และรูปภาพ ตรวจสอบ และเพิ่มระบบ Social Network โฆษณา

Citation : Boonlue, T., & Peuchthonglang, P. (2025). The Mechanism of Development and Market Value Added to the



Folk Fishery Group's Fish Processing Product surrounding Doi Tao Lake, Chiang Mai. *Journal of Local Governance and Innovation*, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>



ภาพที่ 5 เว็บไซต์ของชุมชนรอบทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2567

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคะแนนการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1.ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นก่อนอบรมระดับใด	2.98	1.06	น้อย	5
2.ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นหลังอบรมระดับใด	4.00	0.84	มาก	3
3.ท่านคิดว่า ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพของตนเอง	4.05	0.71	มาก	2
4.ท่านคิดว่า ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน	4.10	0.89	มาก	1
5.ท่านคิดว่า ท่านสามารถนำความรู้ที่ไปถ่ายทอดแก่ผู้อื่นได้	3.30	1.17	ปานกลาง	4
ภาพรวม	3.69	0.93	มาก	

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในภาพรวม ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยมีความคิดเห็นว่า ตนเองสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา คือ ความคิดเห็นว่า ตนเองสามารถนำความรู้

Citation : ัญญลักษณ์ บุญลือ, และ ประทีป พิษทองหลาง. (2568). กลไกการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา



ของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>

ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นของตนเองหลังอบรม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความคิดเห็นว่า ตนเองสามารถนำความรู้ที่ไปถ่ายทอดแก่ผู้อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.30) และความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นของตนเองก่อนอบรม (ค่าเฉลี่ย 2.98) นอกจากนี้ ยังพบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างหลังอบรมเพิ่มขึ้นกว่าก่อนอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t(39) = 4.80, p < .05, d = 1.07, 95\% \text{ CI } [0.60, 1.54]$)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับคะแนนการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1.ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการขายสินค้าโดยใช้แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ก่อนอบรมระดับใด	2.95	1.12	น้อย	5
2.ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการขายสินค้าโดยใช้แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์หลังอบรมระดับใด	3.73	1.12	มาก	3
3.ท่านคิดว่า ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพของตนเอง	4.33	0.61	มาก	1
4.ท่านคิดว่า ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน	4.25	0.66	มาก	2
5.ท่านคิดว่า ท่านสามารถนำความรู้ไปถ่ายทอดแก่ผู้อื่นได้	3.33	1.03	ปานกลาง	4
ภาพรวม	3.72	0.91	มาก	

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ในภาพรวม ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยมีความคิดเห็นว่า ความคิดเห็นว่า ตนเองสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา คือ ตนเองสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการขายสินค้าโดยใช้แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ของตนเองหลังอบรม (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความคิดเห็นว่า ตนเองสามารถนำความรู้ที่ไปถ่ายทอดแก่ผู้อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.33) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการขายสินค้าโดยใช้แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ของตนเองก่อนอบรม (ค่าเฉลี่ย 2.95) นอกจากนี้ ยังพบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการขายสินค้าโดยใช้แพลตฟอร์มตลาด

ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างหลังอบรมเพิ่มขึ้นกว่าก่อนอบรมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t(39) = 3.10, p < .05, d = 0.69, 95\% \text{ CI } [0.24, 1.15]$).

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแบ่งภูมิปัญญาการอนุรักษ์และขยายพันธุ์ทรัพยากรสัตว์น้ำของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ ออกเป็น 7 องค์ประกอบ คือ การจัดตั้งเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ การตั้งกฎ ระเบียบชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ความเชื่อในชุมชน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการอนุรักษ์และขยายพันธุ์สัตว์น้ำ แผนการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และพบว่า คนในชุมชนรอบทะเลสาบดอยเต่ายังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านอื่น อันได้แก่ ภูมิปัญญาด้านการบริหารจัดการทรัพยากรสัตว์น้ำ ภูมิปัญญาด้านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรสัตว์น้ำ ภูมิปัญญาด้านการแปรรูปทรัพยากรสัตว์น้ำ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศันสนีย์ จันทรานุภาพ และคณะ (2567) ที่พบว่า ธรรมนูญชุมชนประมงยั่งยืนของตำบลนาปะขอ อำเภอบางแก้ว จังหวัดพัทลุง ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูทะเลสาบสงขลาและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างยั่งยืน ซึ่งคนในชุมชนใช้คณะกรรมการที่แต่งตั้งขึ้นในระดับตำบล เพื่อนำธรรมนูญชุมชนประมงยั่งยืนไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหา และพัฒนาชุมชนอย่างมีส่วนร่วม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพจน์ ก้องเสนาะ (2561) ที่พบว่า ปัจจัยสำคัญของการแก้ปัญหา การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบบูรณาการของจังหวัดชลบุรี ได้แก่ 1) ข้อตกลงร่วมกัน 2) ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านการจัดการทรัพยากรน้ำของชุมชน 3) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) กฎหมาย ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง 5) หลักคุณธรรมและธรรมาภิบาล 6) องค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก 7) มาตรการและแรงจูงใจ 8) ระบบการศึกษาและการสร้างความเข้าใจ 9) แผนการดำเนินงาน และ 10) ระบบฐานข้อมูล

คณะผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ร่วมกันออกแบบร่างฉลากผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และสถานประกอบการ จำนวน 4 แบบ หลังจากนั้น ได้นำฉลากผลิตภัณฑ์ และข้อมูลการประเมินราคาบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท ไปให้คนในชุมชนพิจารณาให้ข้อเสนอแนะ และทดลองบรรจุผลิตภัณฑ์จากปลาลงในบรรจุภัณฑ์และติดฉลากผลิตภัณฑ์ที่เตรียมไว้แล้ว ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ กัลยรัตน์ พินิจจันทร์ และคณะ (2563) ที่ศึกษาพบว่า กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดตาพะเยา ประสบปัญหาการผลิตและการตลาด จึงได้พัฒนากระบวนการผลิตให้มีมาตรฐาน และพัฒนาด้านการตลาด ทั้งในส่วนของการผลิตรูปแบบใหม่ และงานวิจัยของเจนจิรา เงินจันทร์ และคณะ (2566) ที่ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ (ข้อความ สี คุณภาพในการถนอมอาหาร สะดวกในการจัดเก็บและบรรจุผลิตภัณฑ์) และตราผลิตภัณฑ์

Citation : ัญญลักษณ์ บุญลือ, และ ประทีป พิษทองหลาง. (2568). กลไกการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา



ของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยได้สร้างช่องทางการตลาดออนไลน์ อันได้แก่ เว็บไซต์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดขาย และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนดังกล่าวต่อไป ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของสาริกา จันทร์ชมภู และคณะ (2563) ที่ได้ขยายช่องทางการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก และไลน์ แอปพลิเคชัน รวมทั้งคล้ายคลึงกับงานวิจัยของสุนิตย์ เหมนิล และณัฐศิริ พงศาวิลี (2564) ที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงดอนแก้ว โดยการออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ และการตลาดออนไลน์ โดยสร้างเพจในเฟสบุ๊ก เพื่อเพิ่มช่องทางในการสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย

ความรู้ใหม่ (New Knowledge)

สรุปองค์ประกอบของภูมิปัญญาท้องถิ่นประเภทอื่นของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 ภูมิปัญญาท้องถิ่นประเภทอื่นของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่

ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2567



นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูล ยังพบว่า คนในชุมชนรอบทะเลสาบดอยเต๋ายังมีปัญญาท้องถิ่นในด้านอื่น อันได้แก่

1) ภูมิปัญญาด้านการบริหารจัดการทรัพยากรสัตว์น้ำ แบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบย่อย คือ การมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สิทธิในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรสัตว์น้ำและบดลงโทษผู้ฝ่าฝืน และการจัดตั้งองค์กรชุมชนประมงท้องถิ่น

2) ภูมิปัญญาด้านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรสัตว์น้ำ แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบย่อย คือ เครื่องมือประมงพื้นบ้าน การบริโภคในครัวเรือน การจำหน่ายภายในและนอกชุมชน และความเชื่อในงานเทศกาลและประเพณีสำคัญ

3) ภูมิปัญญาด้านการแปรรูปทรัพยากรสัตว์น้ำ แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบย่อย คือ 1) วิธีการแปรรูปทรัพยากรสัตว์น้ำ 2) การรวมกลุ่ม (วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย) 3) แรงงานในและนอกชุมชน และ 4) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

สถานศึกษาในอำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ ควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการจัดทำหลักสูตรที่สอดคล้องเนื้อหาเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ เพื่ออนุรักษ์และเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่เยาวชนและผู้สนใจได้ศึกษา เรียนรู้ต่อไป นอกจากนี้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาในอำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ ควรดำเนินการยื่นขอรับรองมาตรฐานอาหารและยา (อย.) เพื่อสร้างมาตรฐาน การผลิตและความปลอดภัยในการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา รวมทั้งนำเว็บไซต์ ที่พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเดิมและสร้างฐานลูกค้าใหม่

เอกสารอ้างอิง (References)

- กัลยรัตน์ พินิจจันทร์, ปวีณา เจาะอารง, อธิรุทธ มุเล็ง, ฐานกุล กุญิกักดี, และ อับดุลเราะห์มาน สาและ. (2563). การพัฒนาศักยภาพกระบวนการผลิตและการตลาดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา อำเภอดอยเต่า จังหวัดยะลา. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(4), 67–81.
- กาญจนา รัตนธีรวิเชียร, และ ฐานันดร โต๊ะถม. (2560). การเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าฝ้ายโครเซตหนองนาด้วยกลไกการมีส่วนร่วม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์*, 12(2), 39–52.
- งานนโยบายและพัฒนาคุณภาพ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2567). *การจัดการความรู้ (Knowledge management: KM)*. https://quality.sc.mahidol.ac.th/plan_and_policy/km/

Citation : ัญญลักษณ์ บุญลือ, และ ประทีป พิษทองกลาง. (2568). กลไกการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา



ของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>

- จิตติมา จารุวรรณ. (2563). พฤติกรรมและปัจจัยสำคัญที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคจากการสื่อสารการตลาดในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 3(2), 38–49.
- เจนจิรา เงินจันทร์, สิริกาญจน์ ทวีพิธานันท์, ลักษณะ งามมีศรี, มานิตย์ สิงห์ทองชัย, หิรัญ ศรีพิณฑุสร, และ ภาณุวัฒน์ แดงนวลจันทร์. (2566). การมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากบัวบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลทับกฤช อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน*, 5(1), 189–204.
- ทวีศักดิ์ ขวัญไตรรงค์. (2548). *คุณภาพน้ำและความหลากหลายของสาหร่ายในทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิรมล ดงหงษ์. (2548). *สหสัมพันธ์ระหว่างสารอาหารบางชนิดและความหลากหลายของสาหร่ายในทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิทยุช ญาณพิทักษ์. (2566). อิทธิพลของการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 3(6), 1005–1020.
- พิศรัตน์ แก้วไข, จิตติมา ดำรงวัฒนะ, เดโช แชน้ำแก้ว, และ อุดมศักดิ์ เดโชชัย. (2565). การแปรรูปผลิตภัณฑ์ปลาตากแห้งจากแปลงสวนยางพารา: กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านทุ่งนาใหม่ หมู่ที่ 4 ตำบลยางค้อม อำเภอฟิโน จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน*, 2(2), 21–31.
- ภูริณัฐ สิทธิตนเอง, และ อัญญฐา ดิษฐานนท์. (2563, มีนาคม). องค์ประกอบที่ยอมรับการขายสินค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมบริบทสินค้าที่มีโชอาหาร. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11 Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2020* (27 มีนาคม 2563). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2560). *วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปอาหารจากปลา บ้านแปลง 5*.
https://smce2023.doae.go.th/product_detail.php?smce_id=650170210001&ps_id=2991
- วรพจน์ ก้องเสนา. (2561). *การศึกษานโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำเพื่ออุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี*. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- วินยาภรณ์ พรหมณโชติ. (2565). กลยุทธ์การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สตรีโบริเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาด: กรณีศึกษาบ้านโป่งแยงนอก อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ*, 2(4), 651–664.

คันสนีย์ จันท์อานภาพ, ชลลดา แสงมณีศิริสาธิตกิจ, วราภรณ์ ทนงค์ดี, สุภภา ศิริรัฐนิคม, และ ทวีเดช ไชยนาพงษ์. (2567). การพัฒนาธรรมนุญชุมชนประมงยั่งยืนตำบลนาปะขอ อำเภอบางแก้ว จังหวัดพัทลุง. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์*, 7, 121–135.

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2563). *การสร้างมูลค่า (Value creation)*.

http://designtechnology.ipst.ac.th/wp-content/uploads/sites/83/2020/01/4_02การสร้างมูลค่า-1.pdf

สาริกา จันท์ชมภู, กัญญา มิชะมา, และ ยศ บริสุทธิ์. (2563). ปลาส้มเขื่อนอุบลรัตน์: แนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตปลาส้มของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาบ้านโนนปอแดง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*, 38(1), 52–59.

สิรินี ว่องวิไลรัตน์, วลัยลักษณ์ พันธุ์รี, และ พรรณทิมา วรณสุทธิ์. (2565). การพัฒนากลไกการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา*, 11(2), 16–32.

สุกัญญา ดวงอุปาม, และ เพ็ญสิริ ภูวรกิจ. (2563). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จากปลาแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อเป็นเศรษฐกิจชุมชนต้นแบบ จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 8(3), 649–659.

สุนิตย์ เหมนิล, และ ญัฐศิริ พงศาวลี. (2021). “จากดั้งเดิม สู่แนวใหม่”: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีกลุ่มประมงดอนแก้ว จังหวัดอุดรธานี. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 14(2), 106–118.

Braca, A., & Dondio, P. (2023). Developing persuasive systems for marketing: The interplay of persuasion techniques, customer traits, and persuasive message design. *Italian Journal of Marketing*, 2023(3), 369–412.

Dhore, A., & Godbole, S. (2019). A descriptive study of the effectiveness of internet advertising on consumer buying behavior in Nagpur City. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 5(12), 498–508.

Isawanyatham, A. (2025). *Marketing 101: Understanding Philip Kotler's 5A—The consumer journey in the digital age*. <https://marketeeronline.co/archives/426196>

Kotler, P. (1994). Reconceptualizing marketing: An interview with Philip Kotler. *European Management Journal*, 12(4), 353–361.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2000). *Principles of marketing* (9th ed.). Prentice Hall.

Citation : ัญญลักษณ์ บุญลือ, และ ประทีป พิษทองหลาง. (2568). กลไกการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา



ของกลุ่มประมงพื้นบ้านริมทะเลสาบดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 9(3), 315 - 332. <https://doi.org/10.65205/jlgisrru.2025.289706>