



การพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน PRODUCT DEVELOPMENT OF MOCKTAIL DRINKS FROM COCONUT JUICE AND BUTTERFLY PEA FLOWER JUICE

อัศวิน เตชะเจริญวิกุล, เกรียงศักดิ์ อาภามงคล, พรทิพย์ รินนาศักดิ์, สุปรเม นนทะวงษ์ และชัยศักดิ์ คล้ายแดง*

Aswin Techajareonvikul, Kriangsak Arpamongkol, Porntip Rinnasak, Suprem Nonthawong and Chaisak Kladaeng*

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep

กฤติน ชุมแก้ว

Krittin Chumkaew

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

*Corresponding Author E-mail: chaisak.k@mail.rmutk.ac.th

Received December 2, 2025; Revised March 10, 2026; Accepted March 11, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน และคัดเลือกสูตรที่เหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ และ 2) ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสูตรเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน ที่ผ่านการคัดเลือกในด้านสี กลิ่น และรสชาติ การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวในตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 200 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (convenience sampling) พัฒนาสูตรเครื่องดื่มผสมจำนวน 6 สูตร โดยใช้ น้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชันเป็นวัตถุดิบหลัก จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการผสมเครื่องดื่มจำนวน 5 คน ทำการประเมินและคัดเลือกสูตรที่มีความเหมาะสม 2 สูตร ก่อนนำสูตรที่ผ่านการคัดเลือกไปทดสอบกับนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแนวคิดของ Likert วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ

ผลการวิจัย พบว่า เครื่องดื่มสูตรที่ 1 ได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านสีและด้านรสชาติได้รับคะแนนสูงสุด รองลงมา คือ ด้านกลิ่น ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเป็นแนวทางเบื้องต้นในการต่อยอดการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในอนาคต

คำสำคัญ: เครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพ, น้ำมะพร้าวอ่อน, น้ำดอกอัญชัน

Abstract

This study aimed to 1) develop health-oriented mixed beverages using coconut juice and butterfly pea flower juice and to select the most appropriate formulations through expert evaluation and 2) assess tourists' satisfaction with the selected beverage



formulations based on the sensory attributes: color, aroma, and taste. A quantitative research method was used a survey. The study included a sample of 200 tourists visiting the Amphawa subdistrict, selected using a convenience sampling method. Initially, six beverage formulations were created, with coconut juice and butterfly pea flower juice serving as the primary components. Then, five beverage-mixology experts evaluated and selected the two most suitable formulations. These selected formulations were subsequently tested with the tourists. Data were collected through a five-point Likert scale questionnaire and were analyzed using descriptive statistics, specifically means, standard deviation, and satisfaction levels.

The results indicated that Formulation 1 received the highest overall satisfaction rating. Concerning the sensory attributes assessed, color and taste demonstrated the highest average scores, with aroma following closely. These results imply that health-oriented mixed beverages, created from coconut juice and butterfly pea flower juice, possess significant potential for further development as wellness beverages, especially within the wellness tourism industry. Moreover, the findings provide initial evidence supporting the value-added utilization of local resources, thus establishing a practical foundation for future product development is sustainable tourism initiatives.

Keywords: Mocktail, Coconut juice, Butterfly Pea Flower juice

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการหลักที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างรายได้และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง (Hsiao et al., 2024) โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ประเทศไทยได้รับรายได้จำนวนมากจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่ท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจและมีรายได้เพิ่มขึ้น (Chulaphan & Barahona, 2021) ทั้งนี้ กระแสการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย นักท่องเที่ยวให้ความสนใจด้านอาหารและเครื่องดื่ม และกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพเพิ่มมากขึ้น (Forlani et al., 2022) ส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สามารถช่วยผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ (Sangakorn & Krajangchom, 2024) รวมถึงเป็นจุดขายที่สามารถบรรจุเป็นกิจกรรมเสริมภายในสถานที่พัก โรงแรม และรีสอร์ท เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Knollenberg et al., 2021)

ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นหนึ่งในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย (Khamwachirapithak & Khongouan, 2024) ด้วยลักษณะพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในเขตรากลุ่มริมแม่น้ำแม่กลอง รายล้อมด้วยลำคลองหลายสาย ทำให้มีความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติและสะท้อนวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชนริมน้ำอย่างชัดเจน (Meksumpun, 2023) โดยเฉพาะตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงเย็นของ



วันเสาร์และอาทิตย์ และวันหยุดต่าง ๆ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง สินค้าการเกษตร อาหารหวาน รวมถึงของฝากที่มีเอกลักษณ์จากชุมชน ในบรรยากาศตลาดเก่าแก่กว่า 100 ปี ที่ยังคงรักษาวิถีชีวิตริมคลองแบบดั้งเดิมไว้ ถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าและหาชมได้ยากในปัจจุบัน (Emkamol, 2022)

นอกจากนี้ อัมพวายังมีสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ การล่องเรือชมทิวทัศน์ในยามค่ำคืน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถชมแสงทิวทัศน์ยามค่ำคืนตามต้นลำพูและพื้นที่ริมน้ำสร้างบรรยากาศเฉพาะตัวที่หาไม่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวอื่น (Lewis et al., 2021) อีกทั้งในด้านสถาปัตยกรรม ชุมชนตำบลอัมพวายังได้รับรางวัล UNESCO Asia-Pacific Heritage Award (พ.ศ. 2551) จากการอนุรักษ์บ้านเรือนไม้โบราณและสิ่งปลูกสร้างที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม (Anusorntharangkul & Rugwongwan, 2021) โดยสถานที่สำคัญที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัดอัมพวาเจติยาราม ซึ่งมีโบสถ์และพระประธานที่งดงาม (Khamwachirapithak, & Khongouan, 2024) รวมถึงอุทยาน ร.2 ที่อนุรักษ์มรดกศิลปวัฒนธรรมไทยหลากหลายแขนง เช่น ดนตรีไทย โขน งานหัตถกรรม และพืชพรรณท้องถิ่น เป็นต้น (Hussain et al., 2024)

ด้วยบริบทการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเข้มข้นเช่นนี้ อัมพวาจึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากทรัพยากรในท้องถิ่น (Khamwachirapithak & Khongouan, 2024) โดยเฉพาะน้ำมะพร้าวอ่อน ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของจังหวัดสมุทรสงครามและเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของตำบลอัมพวา (Kitipadung & Jaiborisudhi, 2021) การนำมาพัฒนาต่อยอดสามารถสร้างสรรค์เป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพชนิดใหม่ที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสุขภาพ รวมถึงช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรของชุมชน (Park & Kim, 2024)

แม้ว่าตำบลอัมพวาจะมีศักยภาพด้านอาหารและเครื่องดื่มจากวัตถุดิบท้องถิ่น แต่ยังคงขาดการพัฒนาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีเอกลักษณ์ของพื้นที่ และสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นระบบ อีกทั้งการศึกษาการยอมรับของนักท่องเที่ยวต่อเครื่องดื่มจากวัตถุดิบท้องถิ่นยังมีจำกัด ดังนั้น การพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญของชุมชน จึงเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่นและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชนอัมพวา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน และคัดเลือกสูตรที่เหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสูตรเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน ที่ผ่านการคัดเลือกในด้านสี กลิ่น และรสชาติ

การทบทวนวรรณกรรม

การบริโภคเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพ ในภาคการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์ด้านสุขภาพและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Forlani et al., 2022) งานวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชี้ให้เห็นว่า การใช้วัตถุดิบจาก



ธรรมชาติและวัตถุดิบท้องถิ่น ไม่เพียงช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ แต่ยังส่งผลต่อการรับรู้คุณลักษณะของเครื่องดื่มในด้านประสาทสัมผัส ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่าง และการยอมรับของผู้บริโภค (Giacalone et al., 2022)

ในกลุ่มวัตถุดิบเพื่อสุขภาพ น้ำมะพร้าวอ่อนเป็นเครื่องดื่มธรรมชาติที่มีคุณค่าทางโภชนาการ โดยเฉพาะสารละลายอิเล็กโทรไลต์ (electrolyte) และมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เนื่องจากให้พลังงานต่ำและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไป (Rethinam & Krishnakumar, 2022) คุณลักษณะดังกล่าวเอื้อต่อการนำมาพัฒนาเป็นเครื่องดื่มผสมที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่มุ่งเน้นการนำน้ำมะพร้าวอ่อนมาพัฒนาเป็นเครื่องดื่มผสม และประเมินความพึงพอใจในบริบทการท่องเที่ยวจริงยังมีจำกัด

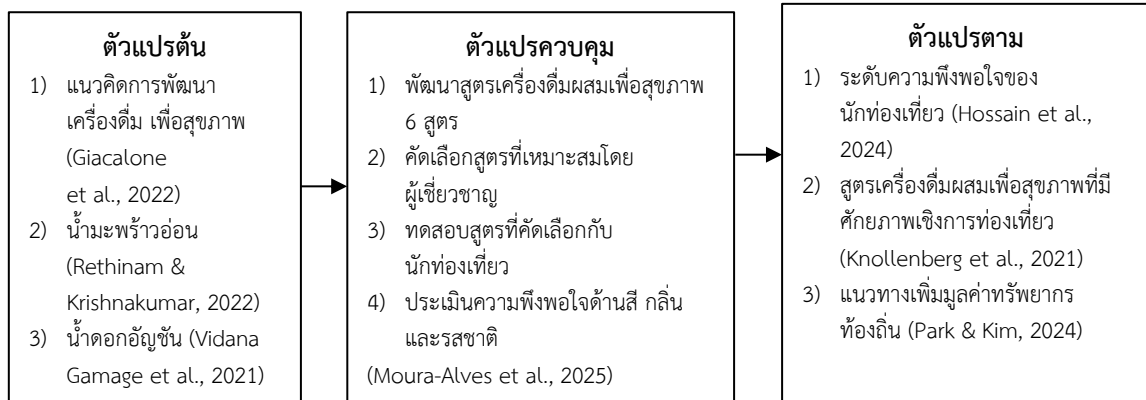
นอกจากนี้ ดอกอัญชัน (*Clitoria ternatea*) เป็นสมุนไพรที่มีสารแอนโทไซยานิน (anthocyanin) ซึ่งให้สีธรรมชาติและมีคุณสมบัติต้านอนุมูลอิสระ สามารถนำมาใช้เป็นสีธรรมชาติในเครื่องดื่มได้ (Vidana Gamage et al., 2021) งานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคยังระบุว่า คุณลักษณะด้านสีของเครื่องดื่มมีอิทธิพลต่อการรับรู้รสชาติและการตัดสินใจบริโภค (Campo et al., 2025) ซึ่งสะท้อนบทบาทของดอกอัญชันในฐานะวัตถุดิบที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านประสาทสัมผัสของผู้บริโภคโดยตรง อย่างไรก็ตาม การศึกษาการประยุกต์ใช้ดอกอัญชันในเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ภายใต้บริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีอยู่อย่างจำกัด

ในด้านผลลัพธ์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นตัวชี้วัดหลักของคุณภาพประสบการณ์การท่องเที่ยว และมีความเชื่อมโยงกับพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อเชิงบวก (Hossain et al., 2024) งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารยืนยันว่า ปัจจัยด้านประสาทสัมผัส ได้แก่ สี กลิ่น และรสชาติ มีอิทธิพลโดยตรงต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารและเครื่องดื่ม (Muskat et al., 2024)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การพัฒนาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพด้านประสาทสัมผัส และความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารและเครื่องดื่ม (Forlani et al., 2022; Giacalone et al., 2022; Muskat et al., 2024) โดยคุณลักษณะของวัตถุดิบเพื่อสุขภาพ เช่น น้ำมะพร้าวอ่อน และดอกอัญชัน มีบทบาทต่อการรับรู้ด้านสี กลิ่น และรสชาติของเครื่องดื่ม (Rethinam & Krishnakumar, 2022; Vidana Gamage et al., 2021) ซึ่งส่งผลต่อระดับความพึงพอใจและการยอมรับของนักท่องเที่ยว (Hossain et al., 2024) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยเชื่อมโยงตัวแปรต้น ตัวแปรตาม และตัวแปรควบคุมตามแนวคิดดังกล่าว ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตำบลอัมพวา อำเภอมัตรา จ.สมุทรสงคราม เป็นหน่วยของการวิเคราะห์ (unit of analysis) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (convenience sampling) ซึ่งเป็นวิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงได้ในช่วงเวลาการเก็บข้อมูลจริง ณ พื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ วิธีการดังกล่าวเหมาะสมกับการวิจัยเชิงสำรวจในบริบทการท่องเที่ยว ซึ่งประชากรมีการเคลื่อนที่และไม่สามารถกำหนดกรอบรายชื่อประชากรได้อย่างชัดเจน (Etikan et al., 2015) ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และยินยอมเข้าร่วมการตอบแบบสอบถามโดยสมัครใจ

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือใช้เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งเป็นลักษณะผสมระหว่างแบบสอบถามปลายปิด (closed end) และแบบสอบถามปลายเปิด (opened end) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ เป็นแบบสอบถามลักษณะตัวเลือกที่กำหนดให้จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อเครื่องดื่ม สูตรที่ 1 มีข้อคำถามทั้งสิ้น 13 ข้อ และคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อเครื่องดื่ม สูตรที่ 2 มีข้อคำถามทั้งสิ้น 13 ข้อ เป็นแบบสอบถามจัดลำดับคุณภาพตามแบบวัดของ Likert (1967) ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มี 5 ระดับ ได้แก่ พอใจมากที่สุด = 5 คะแนน พอใจมาก = 4 คะแนน พอใจปานกลาง = 3 คะแนน พอใจน้อย = 2 คะแนน และพอใจน้อยที่สุด = 1 คะแนน จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถจัดช่วงคะแนนอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วงได้ดังนี้



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

จะได้เกณฑ์การวัดระดับคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ช่วง ได้ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่มอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่มอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่มอยู่ในระดับน้อย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่มอยู่ในระดับน้อยที่สุด

จากเกณฑ์ช่วงคะแนนเฉลี่ยดังกล่าว ได้นำมากำหนดเป็นการแบ่งช่วงร้อยละความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่ม ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ร้อยละความต้องการ} &= \frac{\text{ช่วงคะแนนเฉลี่ยที่ได้} \times 100}{5} \\ &= \frac{5.0 \times 100}{5} \\ &= 100\end{aligned}$$

จะได้เกณฑ์การวัดระดับร้อยละความต้องการ ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจร้อยละ 84.20 - 100

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ความพึงพอใจร้อยละ 68.20 - 84.19

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ความพึงพอใจร้อยละ 52.20 - 68.19

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ความพึงพอใจร้อยละ 36.20 - 52.19

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ความพึงพอใจร้อยละ 20.20 - 36.19

ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและการวิจัยทางการท่องเที่ยว ประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย และคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (index of item-objective congruence: IOC) ซึ่งพบว่าทุกข้อคำถามมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 แสดงว่าเครื่องมือวิจัยมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (Cronbach, 1951) ผลการวิเคราะห์พบว่ามีความค่าเท่ากับ 0.89 อยู่ในระดับดี จึงสามารถนำเครื่องมือไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้



ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องดื่มจากน้ำมะพร้าวอ่อนผสมกับน้ำดอกอัญชันจำนวน 2 สูตร เพื่อนำไปประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสี กลิ่น และรสชาติ โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามเกณฑ์ของ Likert (1967)



สูตรเครื่องดื่ม

น้ำมะพร้าวอ่อน	5	ออนซ์
น้ำดอกอัญชัน	4	ออนซ์
น้ำเชื่อมกลิ่นมะพร้าว	1	ออนซ์
น้ำมะนาว	½	ออนซ์
น้ำสับปะรด	½	ออนซ์
โซดา	3	ออนซ์

ภาพที่ 1 แสดงสูตรเครื่องดื่มอัมพวาดีไลท์



สูตรเครื่องดื่ม

น้ำมะพร้าวอ่อน	4	ออนซ์
น้ำเชื่อมกลิ่นมะพร้าว	1	ออนซ์
น้ำผึ้ง	1	ออนซ์
น้ำเชื่อม	½	ออนซ์
น้ำมะนาว	½	ออนซ์

ภาพที่ 2 แสดงสูตรเครื่องดื่มอัมพวาเฟรช



ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ (n = 5)

หัวข้อประเมิน	สูตรที่ 1			สูตรที่ 2		
	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
สีเครื่องดื่มนุ่มมีความเข้มข้น	4.60	0.55	มากที่สุด	4.00	0.71	มาก
สีเครื่องดื่มนุ่มมีความสวยงาม	4.60	0.55	มากที่สุด	4.00	0.71	มาก
สีของเครื่องดื่มนุ่มมีลักษณะผลต่อ	4.60	0.55	มากที่สุด	4.00	0.71	มาก
การตัดสินใจเลือกดื่มนุ่ม						
กลิ่นของเครื่องดื่มนุ่มมีความเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	4.60	0.55	มากที่สุด	4.00	0.71	มาก
กลิ่นของเครื่องดื่มนุ่มมีความหอมชวนน่าดื่มนุ่ม	4.60	0.55	มากที่สุด	3.80	0.45	มาก
รสชาติของเครื่องดื่มนุ่มมีความเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	4.40	0.55	มากที่สุด	3.80	0.45	มาก
รสชาติของเครื่องดื่มนุ่มมีผลกระทบต่อ	4.40	0.55	มากที่สุด	3.60	0.55	มาก
การตัดสินใจเลือกดื่มนุ่ม						
กลิ่นของเครื่องดื่มนุ่มมีผลกระทบต่อ	4.20	0.45	มาก	3.60	0.55	มาก
การตัดสินใจเลือกดื่มนุ่ม						
รสชาติของเครื่องดื่มนุ่มมีความเปรี้ยว	4.20	0.45	มาก	3.60	0.55	มาก
รสชาติของเครื่องดื่มนุ่มมีความเข้มข้น	4.20	0.45	มาก	3.60	0.55	มาก
รสชาติของเครื่องดื่มนุ่มมีความอร่อยกลมกล่อม	4.20	0.45	มาก	3.40	0.55	มาก
สีของเครื่องดื่มนุ่มมีความเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	4.00	0.71	มาก	3.40	0.55	มาก
รสชาติของเครื่องดื่มนุ่มมีความหวาน	4.00	0.71	มาก	3.40	0.55	มาก
รวม	4.35	0.52	มากที่สุด	3.70	0.63	มาก

จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสูตรเครื่องดื่มทั้ง 2 สูตร พบว่า สูตรที่ 1 ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงกว่าสูตรที่ 2 โดยค่าเฉลี่ยของสูตรที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.35, SD = 0.52) และสูตรที่ 2 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.70, SD = 0.63) ผู้เชี่ยวชาญยังให้คะแนนสูตรที่ 1 สูงกว่าสูตรที่ 2 ในทุกด้าน ทั้งด้านสี กลิ่น และรสชาติ โดยเฉพาะในด้านสีและกลิ่นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.60, SD = 0.55) ในหลายข้อ ส่วนสูตรที่ 2 ได้คะแนนอยู่ในระดับมาก



($\bar{X}$ = 3.40 - 4.00) เท่านั้น สรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญพึงพอใจกับสูตรที่ 1 มากที่สุด และมีความเหมาะสมสำหรับการทดสอบในขั้นตอนถัดไป

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูต่อเครื่องดื่ม (n = 200)

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
ด้านสีของเครื่องดื่ม	4.36	0.61	มากที่สุด
ด้านรสชาติของเครื่องดื่ม	4.28	0.64	มากที่สุด
ด้านกลิ่นของเครื่องดื่ม	4.17	0.68	มาก
รวม	4.27	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยงให้คะแนนความพึงพอใจด้านสีของเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.36, S.D. = 0.61) ด้านรสชาติของเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.64) และด้านกลิ่นของเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.68) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยงมีความพึงพอใจต่อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพสูตรที่ 1 ในภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

อภิปรายผล

1. การพัฒนาและคัดเลือกสูตรเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน พบว่า สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นระบบผ่านกระบวนการออกแบบสูตรและการคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ระบุว่า การดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพอย่างเป็นขั้นตอน ร่วมกับการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญช่วยเพิ่มโอกาสในการได้ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีคุณภาพ และสอดคล้องกับการยอมรับของผู้บริโภค (Moura-Alves et al., 2025) นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญในกระบวนการคัดเลือกสูตร ยังสอดคล้องกับงานวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความรู้และประสบการณ์เฉพาะทางมีบทบาทสำคัญในการลดความเสี่ยงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังของตลาดผู้บริโภค (Pascucci et al., 2023)

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อสูตรเครื่องดื่มที่ผ่านการคัดเลือกในด้านสี กลิ่น และรสชาติ พบว่า นักท่องเที่ยงมีความพึงพอใจต่อสูตรเครื่องดื่มในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเฉพาะด้านสีและรสชาติ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านกลิ่น ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยด้านการประเมินประสาทสัมผัสที่ระบุว่า สีเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพและการสร้างความคาดหวังก่อนการบริโภค และรสชาติเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดการยอมรับและความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภค (Steiner & Florack, 2023) สำหรับเครื่องดื่มจากน้ำดอกอัญชัน สีที่ได้จากสารสีธรรมชาติช่วยเสริมความโดดเด่นด้านการรับรู้ด้วยการมองเห็น ส่วนน้ำมะพร้าวอ่อนมีลักษณะรสชาติอ่อนและดื่มง่าย ส่งผลให้เกิดความรู้สึกสดชื่น ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบด้านเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ชี้ว่ารสชาติที่ไม่รุนแรงมีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้บริโภคทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยงและผู้บริโภคทั่วไป (Frauenhoffer et al., 2025)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ทั้งสองข้อมีความสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยที่มีอยู่ โดยชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่นผ่านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ และการประเมินความพึงพอใจด้านประสาทสัมผัส สามารถนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค และสามารถประยุกต์ใช้ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังสนับสนุนแนวคิดการเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นผ่านอาหารและเครื่องดื่มอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน โดยการคัดเลือกสูตรโดยผู้เชี่ยวชาญและการประเมินความพึงพอใจด้านประสาทสัมผัสของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และการต่อยอดการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ การพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นองค์ความรู้จากการวิจัย แสดงดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงการพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สรุป

จากการวิจัย พบว่า การพัฒนาสูตรเครื่องดื่มร่วมกับการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญสามารถคัดเลือกสูตรที่เหมาะสมได้ โดยสูตรที่ 1 ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวสูงกว่าสูตรที่ 2 โดยเฉพาะด้านสีและรสชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยอมรับของผู้บริโภคในบริบทการท่องเที่ยวเชิงอาหารและเครื่องดื่ม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การนำวัตถุดิบท้องถิ่นที่มีคุณค่าทางโภชนาการมาพัฒนาเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพช่วยเพิ่มมูลค่าทรัพยากรชุมชน และสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาเมนูเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจอาหาร โรงแรม และวิสาหกิจชุมชน เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากและสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานท้องถิ่น สามารถนำองค์ความรู้จากงานวิจัยนี้ไปใช้สนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่น และวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยว ร้านอาหาร และธุรกิจเครื่องดื่ม ในการออกแบบ



เครื่องมือผสมเพื่อสุขภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในอนาคตควรมุ่งศึกษาศักยภาพเชิงพาณิชย์ของผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม SMEs และวิสาหกิจชุมชน เช่น การยอมรับของตลาด ความตั้งใจซื้อ และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อใช้ประกอบการพัฒนานโยบายและการสนับสนุนผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- Anusomtharangkul, N., & Rugwongwan, Y. (2021). Using inquiry-based learning to explore respect of cultural base design: A case study in Amphawa tourism community, Thailand. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 34(1), 164–169. <https://doi.org/10.30892/gtg.34121-632>.
- Campo, R., Porcheddu, D., Rosato, P., & Mai, L. T. (2025). Sensory expectations of beverages generated by colours: A cross-cultural comparison among young consumers. *British Food Journal*, 127(2), 738–757. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2024-0215>.
- Chulaphan, W., & Barahona, J. F. (2021). The determinants of tourist expenditure per capita in Thailand: Potential implications for sustainable tourism. *Sustainability*, 13(12), 6550. <https://doi.org/10.3390/su13126550>.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>.
- Emkamol, P. (2022). People participation in tourism destination development: A case study of Amphawa floating market Amphawa district, Samut Songkhram province. *Interdisciplinary Studies Journal*, 21(2), 29–45. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/sahasart/article/view/247986>.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2015). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>.
- Forlani, F., Dini, M., & Pencarelli, T. (2022). The importance of food and beverages in wellness experiences: A cross-continental analysis of tourists' perceptions. *British Food Journal*, 124(13), 520–540. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2022-0430>.
- Frauenhoffer, S., Ola, E., Jervis, S., Gauch, S. E., & Seo, H. S. (2025). Comparison analyses of consumer acceptance, evoked emotions, and purchase intent between gluten-containing versus gluten-free chocolate chip cookie products. *Journal of Food Science*, 90(5), e70276. <https://doi.org/10.1111/1750-3841.70276>.
- Giacalone, D., Clausen, M. P., & Jaeger, S. R. (2022). Understanding barriers to consumption of plant-based foods and beverages: Insights from sensory and consumer science.



- Current Opinion in Food Science*, 48, 100919.
<https://doi.org/10.1016/j.cofs.2022.100919>.
- Hossain, M. S., Hossain, M. A., Al Masud, A., Islam, K. Z., Mostafa, M. G., & Hossain, M. T. (2024). The integrated power of gastronomic experience quality and accommodation experience to build tourists' satisfaction, revisit intention, and word-of-mouth intention. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 25(6), 1692–1718.
<https://doi.org/10.1080/1528008X.2023.2173710>.
- Hsiao, W., Chiang, H., & Amornchaiyakij, N. (2024). The study of economic growth and tourism industry in Thailand. *European Journal of Development Studies*, 4(4), 62–68.
<https://doi.org/10.24018/ejdevelop.2024.4.4.370>.
- Hussain, K., Raman, M., Falahat, M., & Siddiqui, Y. A. (2024). Thai cultural tourism attributes: Emerging trends and sustainable practices. In T. C. Wong, H. P. See, & M. Milligan (Eds.), *Cultural tourism in the Asia Pacific*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-63459-8_7.
- Khamwachirapithak, P., & Khongouan, W. (2024). Smart city development in a tourist city with valuable sites of cultural and natural environment: Case study of Amphawa subdistrict municipality, Samut Songkhram province. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 45(1), 257–268. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/269489>.
- Kitipadung, J., & Jaiborisudhi, W. (2021). Approaches to increase the cultural capital potential to promote community product development: A case study of the Lad Yai herbal salt community enterprise in Samut Songkhram province. *Rajapark Journal*, 15(42), 24–38. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/252697>.
- Knollenberg, W., Duffy, L. N., Kline, C., & Kim, G. (2021). Creating competitive advantage for food tourism destinations through food and beverage experiences. *Tourism Planning & Development*, 18(4), 379–397. <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1798687>.
- Lewis, S. M., Thancharoen, A., Wong, C. H., López-Palafox, T., Santos, P. V., Wu, C., Faust, L., De Cock, R., Owens, A. C., Lemelin, R. H., & Reed, J. M. (2021). Firefly tourism: Advancing a global phenomenon toward a brighter future. *Conservation Science and Practice*, 3(5), e391. <https://doi.org/10.1111/csp2.391>.
- Likert, R. (1967). *The human organization: Its management and value*. McGraw-Hill.
- Meksumpun, C. (2023). Synthesis of management measures for water resource sustainability and resilient society: A case study of Mae Klong watershed through four decade evidences. In *International symposium on Construction Resources for Environmentally Sustainable Technologies* (pp. 321–329). Singapore: Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-9219-5_30.
- Moura-Alves, M., Mota, J., Lameirão, D., Teixeira, A. F., Saraiva, C., Romero-Rodríguez, M. Á., Vilela, A., & Gonçalves, C. (2025). Multidimensional evaluation of local rye bread



- fortified with whey as a model for food waste valorization: From recipe development to consumer acceptance. *Sustainability*, 17(15), 6710. <https://doi.org/10.3390/su17156710>.
- Muskat, B., Prayag, G., Hosany, S., Li, G., Vu, Q., & Wagner, S. (2024). The interplay of sensory and non-sensory factors in food tourism experiences. *Tourism Review*, 79(3), 658–670. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2022-0627>.
- Park, E., & Kim, S. B. (2024). Food preparation on a budget: An analysis of food consumption practices and the role of health consciousness. *Nutrition Research and Practice*, 18(6), 897–909. <https://doi.org/10.4162/nrp.2024.18.6.897>.
- Pascucci, F., Savelli, E., & Gistri, G. (2023). How digital technologies reshape marketing: evidence from a qualitative investigation. *Italian Journal of Marketing*, 2023(1), 27–58. <https://doi.org/10.1007/s43039-023-00063-6>.
- Rethinam, P., & Krishnakumar, V. (2022). Value addition in coconut water. In *Coconut Water: A Promising Natural Health Drink-Distribution, Processing and Nutritional Benefits* (pp. 287–384). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-10713-9_8.
- Sangkakorn, K., & Krajangchom, S. (2024). A study of tourist behaviour for the development of Lanna wellness tourism in Thailand. *International Journal of Spa and Wellness*, 7(3), 277–299. <https://doi.org/10.1080/24721735.2024.2384795>.
- Steiner, K., & Florack, A. (2023). The influence of packaging color on consumer perceptions of healthfulness: A systematic review and theoretical framework. *Foods*, 12(21), 3911. <https://doi.org/10.3390/foods12213911>.
- Vidana Gamage, G. C., Lim, Y. Y., & Choo, W. S. (2021). Anthocyanins from clitoria ternatea flower: Biosynthesis, extraction, stability, antioxidant activity, and applications. *Frontiers in Plant Science*, 12, 792303. <https://doi.org/10.3389/fpls.2021.792303>.