



การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน  
ในตำบลบางพึ่ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี\*

COMMUNITY-BASED PARTICIPATORY DEVELOPMENT OF CHILI PASTE PRODUCTS  
IN BANG PHUENG SUB-DISTRICT, BAN MI DISTRICT, LOP BURI PROVINCE

สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน, รภัส ศิลป์ศรีกุล, จาริยา สุพรรณ\*, ภพพิศลย์ ภพอุดม  
Supaporn Prasongthan, Rabhas Silpsrikul, Jariya Supan\*, Phobphison Phob-udom  
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย  
Faculty of Humanities, Kasetsart University, Bangkok, Thailand  
\*Corresponding author E-mail: jariya.su@ku.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและกระบวนการผลิตน้ำพริกของชุมชนในตำบลบางพึ่ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และ 2) เพื่อค้นหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในตำบลบางพึ่ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคจำนวน 30 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง การวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบสนทนากลุ่ม โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบางพึ่งมีพื้นที่ติดกับแม่น้ำบางขามซึ่งเป็นสายน้ำแห่งวิถีชีวิตของคนในชุมชนนับจากอดีตที่ผ่านมา ชุมชนมีอาชีพเลี้ยงปลาในกระชังโดยเฉพาะปลาทับทิม ชาวบ้านบริโภคน้ำพริกเป็นหนึ่งในเมนูอาหารประจำบ้านโดยได้รับการถ่ายทอดสูตรการทำน้ำพริกโดยคนในครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น ชาวบ้านส่วนใหญ่นิยมทำน้ำพริกโดยการผัด มุ่งเน้นที่รสชาติที่อร่อยกลมกล่อม วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และความสะอาด ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม พบว่า ชุมชนร่วมกันลงความเห็นในการพัฒนาน้ำพริก 2 ตำรับ และผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาทับทิมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) และผลิตภัณฑ์ผงปลาปรุงรสโรยข้าวเสริมแคลเซียมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.30) ผลการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์น้ำพริกทั้ง 2 ตำรับ พบว่า มีคุณค่าทางโภชนาการและตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภค 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่นิยมน้ำพริกแบบดั้งเดิม และกลุ่มต้องการความทันสมัยและใส่ใจสุขภาพ

**คำสำคัญ:** การพัฒนาผลิตภัณฑ์, น้ำพริก, กระบวนการมีส่วนร่วม

### Abstract

This research aims to 1) Examine the issues and process of producing community chili paste in Bang Phueng Subdistrict. Ban Mi District Lop Buri Province and 2) To develop chili paste products through the community participation process. This research employed mixed method research. Quantitative research utilized a questionnaire as a research instrument. Thirty samples were derived by purposive sampling technique. Qualitative research was conducted through in-

depth interviews and focus group discussion. Fifteen key informants were included in the study. Statistics used in data analysis include content analysis, frequency, mean, percentage and standard deviation. The results of the study revealed that Bang Phueng community is located next to the Bang Kham River, which has been the water of life for the residents in the community. Cage fish farming along the river, especially Red Tilapia Fish or Pla Tubtim (in Thai), represent community's way of life for decades. Residents frequently consume chili paste as one of their main dishes. The chili paste's recipe has been passed down by family members from generation to generation. Residents in Bang Phueng community like to make chili paste by stir-frying technique and give the importance of the delicious savory taste, quality of raw ingredients, and cleanliness. The results revealed that the community agreed on the development of 2 recipes of chili paste. The results of consumer satisfaction with chili paste products demonstrated that overall satisfaction of Pla Tubtim chili pastes product was at high level (Mean 4.07), while overall satisfaction of spicy rice seasoning from calcium-rich fish product was at the highest level (Mean 4.30). The results of nutrition analysis for product quality assurance verified both recipes of chili paste products were nutritious and responded to the needs of consumers who preferred traditional chili paste and consumers who want modern and health-conscious food.

**Keywords:** Product Development, Chili Paste, Participatory Process

## บทนำ

จากอดีตที่ผ่านมาประเทศไทยเน้นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในระดับมหภาคมุ่งสู่อุตสาหกรรมส่งออก จนทำให้การลงทุนเพื่อเพิ่มศักยภาพชุมชนและ SMEs ในประเทศไทยไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร แต่ถึงกระนั้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาภาครัฐให้ความสำคัญกับการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) โดยได้มีการทบทวนนโยบายและแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่มุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำ สร้างเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง (พรพจน์ ศรีตัน, 2564) เห็นได้จากการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ซึ่งมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก คือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ 1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ 2) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ และ 3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการพัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบันเพื่อยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดีของประชากรในประเทศ (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2561) สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี คือ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” รวมถึงดำเนินการให้สอดคล้องกับกรอบเป้าหมายที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ และท้ายที่สุดเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติตามหลักการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำและขับเคลื่อนการเจริญเติบโต จากการเพิ่มผลผลิตการผลิตบนฐานของการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ต่อมาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ใน

หมายเหตุที่ 7 ได้มุ่งเน้นการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็งมีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้ (สำนักงานสภาพัฒนาการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

น้ำพริกนับเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมอาหารซึ่งไม่ได้พบอยู่เพียงในประเทศไทยเท่านั้นประเทศต่าง ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต่างมีน้ำพริกเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมอาหารทั้งสิ้น อีกทั้งน้ำพริกหลายชนิดได้รับการขนานนามว่าเป็นน้ำพริกของประเทศ เนื่องจากได้รับความนิยมของคนทั้งประเทศหรือเป็นน้ำพริกสูตรพื้นฐานที่สามารถปรุงแต่ง ต่อยอดด้วยการใส่เครื่องปรุงที่หาได้ในแต่ละท้องถิ่นเพิ่มเติมจนแพร่กระจายตัวอยู่ทุกพื้นที่ของประเทศ (สิริน ฉกามานนท์ และคณะ, 2563) ขณะที่น้ำพริกของไทยเป็นอาหารประเภทเครื่องจิ้มและถือเป็นอาหารจานหลักพื้นฐานในสำรับอาหารของคนไทย วัตถุดิบหลักของน้ำพริกประกอบด้วยพริก หอมแดง กระเทียม ภาคกลางและภาคใต้จะใส่กะปิเข้าไป ภาคเหนือใส่ถั่วเน่า และภาคอีสานนิยมใส่น้ำปลาร้าเพิ่มปริมาณเนื้อน้ำพริกให้ข้นด้วยปลาอย่าง กุ้งแห้ง และพืชในท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อให้ได้รสและกลิ่นของน้ำพริกที่แตกต่างกันไป คนไทยนิยมบริโภคน้ำพริกคู่กับผักต่าง ๆ ตามฤดูกาล ด้วยน้ำพริกถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย ดังนั้น เมื่อปี พ.ศ. 2555 กรมส่งเสริมวัฒนธรรมจึงได้ขึ้นทะเบียน “น้ำพริก” ให้เป็นมรดกทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชาติไทย (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2559) วัฒนธรรมการกินน้ำพริกจะเห็นว่าสิ่งที่เหมือนกันและเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในส่วนผสมของน้ำพริกแทบทุกชนิด คือ พริก หอม กระเทียม กะปิ สำหรับขั้นตอนการปรุงมีวิธีที่แตกต่างกันตามชนิดของน้ำพริกชนิดนั้น ๆ เช่น การทำให้สุกโดยการเผา อย่าง คั่ว นำมารวมกันปรุงรสกับผักสด ผักลวก ตามฤดูกาลที่หาได้ และเนื้อสัตว์เป็นเครื่องแนม ทั้งนี้วัฒนธรรมการกินน้ำพริกกับผักพื้นบ้านเป็นอีกหนึ่งภูมิปัญญาที่พัฒนาต่อเนื่องมายาวนานนอกจากจะมีคุณสมบัติในการดูแลสุขภาพและป้องกันโรคแล้วยังเป็นอาหารที่สัมพันธ์กับการฟื้นฟูระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่นที่อยู่ใกล้ชิดกับแหล่งผลิตอาหารอีกด้วย (แสงแข สพันธุ์พงศ์, 2564)

ในปัจจุบันการรับประทานน้ำพริกได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย มีการผลิตน้ำพริกโดยผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค การที่จะผลิตน้ำพริกที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดนอกจากจะต้องเป็นน้ำพริกที่สะอาดและถูกสุขอนามัยและมีรสชาติที่ดีแล้ว ยังจะต้องมีความแตกต่างจากน้ำพริกทั่ว ๆ ไปที่มีจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจในการที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นผู้นำตลาดหรือคงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขัน โดยผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมานี้อาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นใหม่เลยหรืออาจเป็นการปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้นก็ได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Added Value) หมายถึงมูลค่าที่ถูกสร้างขึ้นจากที่มีอยู่เดิมให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการ การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถตั้งราคาที่สูงขึ้นได้ ทั้งนี้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มจะต้องเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภคและเป็นมูลค่าที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์มากขึ้นด้วย เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจากการซื้อ การครอบครอง หรือจากการที่ได้ใช้ประโยชน์ (Chernatony, L. et al., 2000) นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มยังช่วยสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันดังที่ กนกนาฏ พรหมนคร นำเสนอความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกแม่น้ำบางไพร ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกใหม่โดยการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่มีอัตลักษณ์ และยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์น้ำพริกเดิมทั้งในด้านการปรับเปลี่ยนรูปแบบและสีสันทราสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนปรับปรุงสถานที่ผลิตอาหารให้ได้รับใบอนุญาตผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน ซึ่งทำให้ได้รับเลขสารบบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ส่งผลให้มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจาก 18,000 บาท เป็น 30,000 บาท (กนกนาฏ พรหมนคร, 2566) เช่นเดียวกับ พรพจน์ ศรีตัน และคณะ นำเสนอความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลือบาตะห์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจนสามารถผลิตน้ำพริกปลาบูดูที่มีเอกลักษณ์

เฉพาะถิ่นได้อย่างมั่นคงและมีศักยภาพ ส่งผลให้มีกำไรเพิ่มขึ้นต่อเดือนร้อยละ 61 และมียอดขายซื้อเพิ่มขึ้นเป็น 60 - 120 กระปุก/เดือน (พรพจน์ ศรีตัน และคณะ, 2566)

ตำบลบางพัง เป็นตำบลหนึ่งในอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และในปีงบประมาณ 2565 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้เข้าร่วมโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล (U2T) โดยมีบทบาทในการประสานความร่วมมือกับชุมชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากเพื่อให้เกิดการเติบโตและรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างยั่งยืน และจากการลงพื้นที่สำรวจความต้องการชุมชนในเบื้องต้น พบว่า หนึ่งในความต้องการของชุมชน คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพื่อจัดจำหน่าย ด้วยสภาพชุมชนที่มีวัตถุดิบทางการเกษตรที่หลากหลายและมีภูมิปัญญาในการทำน้ำพริกพื้นบ้านดั้งเดิม จึงมีความเหมาะสมในการพัฒนาน้ำพริกจากองค์ความรู้เดิมที่มีอยู่เป็นน้ำพริกสูตรใหม่ที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาน้ำพริกดั้งเดิมผสานกับวัตถุดิบและทรัพยากรพื้นบ้านที่มีอยู่ให้เป็นน้ำพริกที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชนและสามารถแข่งขันได้ดีในท้องตลาด ในการวิจัยนี้จะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกโดยมีกระบวนการตั้งแต่การสร้างสรรค์ความคิด การกลั่นกรองความคิด และการนำไปทดสอบแนวคิดกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ส่วนการพัฒนากลยุทธ์ตลาดไปจนถึงการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์จะเป็นการดำเนินการในขั้นถัดไปหลังจากที่ได้มีการคิดผลิตภัณฑ์น้ำพริกต้นแบบแล้ว ผลการศึกษาส่งผลให้ชุมชนเกิดความตื่นตัวและตระหนักถึงศักยภาพและเอกลักษณ์ของชุมชนที่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อีกทั้งสามารถใช้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่พัฒนาไปใช้ประโยชน์ในเชิงการค้าซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านรายได้ การประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักและความร่วมมือร่วมใจระหว่างสมาชิกในชุมชน

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและกระบวนการผลิตน้ำพริกของชุมชนในตำบลบางพัง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในตำบลบางพัง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

#### วิธีดำเนินการวิจัย

1. **รูปแบบการวิจัย** การวิจัยนี้ใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) โดยการศึกษาค้นคว้าบทวนจากเอกสารทางวิชาการ บทความ และงานวิจัยต่าง ๆ รวมทั้งจากสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์น้ำพริก รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจบริบทและประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิผ่านวิธีการที่หลากหลาย และเพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คณะผู้วิจัยได้จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาน้ำพริกต้นแบบโดยให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารและโภชนาการมาให้ความรู้และร่วมกับสมาชิกชุมชนที่มีความสนใจที่จะรวมกลุ่มกันผลิตน้ำพริก

2. **ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ สมาชิกในชุมชนที่ได้รับการยอมรับว่ามีฝีมือในการทำน้ำพริก จำนวน 4 คน สมาชิกในชุมชนที่ผลิตน้ำพริกเพื่อจำหน่าย จำนวน 2 คน ปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 4 คน และสมาชิกในชุมชนที่สนใจรวมกลุ่มผลิตน้ำพริกเพื่อจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ จำนวน 5 คน โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้ มีสัญชาติไทย อายุมากกว่า 20 ปี และอาศัยอยู่ในชุมชนตำบลบางพังไม่ต่ำกว่า 10 ปี



ประชากรวิจัยในขั้นการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์น้ำพริก คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย โดยผู้วิจัยจะใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 30 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังต่อไปนี้ มีสัญชาติไทย อายุมากกว่า 20 ปี และบริโภคน้ำพริกไม่ต่ำกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง

**3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** การวิจัยนี้ใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน ใช้เครื่องมือที่หลากหลาย ดังนี้  
แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตำรับน้ำพริกที่มีในชุมชน รวมถึงทรัพยากร วัตถุดิบและเอกลักษณ์ของชุมชน

แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview Guideline) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมร่วมกันพิจารณาและระดมความคิดเห็นเพื่อพัฒนาแนวคิดตำรับน้ำพริกต้นแบบที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชนจำนวน 2 ตำรับ

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ ส่วนที่ 2 จะเป็นแบบประเมินความพึงพอใจผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) ด้านสี (Color) ด้านกลิ่น (Odor) ด้านรสชาติ (Taste) ด้านเนื้อสัมผัส (Texture) และด้านความชอบโดยรวม (Overall Preference) เป็นวิธีการทดสอบแบบให้คะแนนความพึงพอใจโดยกำหนดคะแนน 1 หมายถึง ไม่พึงพอใจมากที่สุด และ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

**4. การเก็บรวบรวมข้อมูล** คณะผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน 2565 - มกราคม 2566

**5. การวิเคราะห์ข้อมูล** การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการบันทึกเสียงมาถอดความและแยกแยะเนื้อหาเป็นกลุ่มข้อมูล (Content Analysis) และสรุปภาพรวม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลผล ดังนี้ (สรชัย พิศาลบุตร, 2555)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 มีความพึงพอใจในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 มีความพึงพอใจในระดับน้อยมาก

## ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนในตำบลบางพั้ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี มีผลการศึกษาดังแสดงตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. สภาพปัญหาและกระบวนการผลิตน้ำพริกของชุมชนในตำบลบางพั้ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักและการประชุมกลุ่มเฉพาะเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ มีผลการศึกษา ดังนี้

1.1 สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกของชุมชนในตำบลบางพั้ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี พบว่า ด้วยรูปแบบการปรุงและรับประทานน้ำพริกของคนในชุมชนตำบลบางพั้ง ส่วนใหญ่เป็นการ ปรุงน้ำพริกเพื่อการรับประทานในครัวเรือนเป็นหลัก ส่งผลให้คนในชุมชนขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกให้ได้มาตรฐานเพื่อจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์น้ำพริกจากวัตถุดิบในท้องถิ่นให้ได้มาตรฐาน 2) ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และฉลากที่ตรงกับความต้องการของชุมชนและบริบทท้องถิ่น 3) ด้านการจัดการสถานที่ผลิตอาหารให้มาตรฐานและถูกสุขลักษณะ 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 5) ด้านการกำหนดราคาจำหน่าย



1.2 กระบวนการผลิตน้ำพริกของชุมชนในตำบลบางพัง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี พบว่า ตำบลบางพังมีพื้นที่ติดกับแม่น้ำบางขามซึ่งเป็นสายน้ำแห่งวิถีชีวิตของคนในชุมชนนับจากอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน และเป็นแหล่งน้ำสำคัญในการทำการเกษตรและประมง ดังนั้น คนในชุมชนส่วนใหญ่จึงมีอาชีพทำนา ทำไร่ และบางส่วนมีการเลี้ยงปลาในกระชังเป็นอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลระดับถึง พันธุ์ปลาหลายชนิดที่มีการเพาะเลี้ยงไม่ว่าจะเป็นปลานิล ปลากดคัง ปลาตะเพียน แต่ที่ได้รับความนิยมในการเพาะเลี้ยงมากที่สุด คือ ปลาตะกิมเนื่องจากมีเนื้อค่อนข้างมาก เติบโตเร็ว และเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามแม้ว่าชุมชนมีการส่งขายปลาตะกิมทั้งแบบสดและแบบแปรรูปทั้งในและนอกพื้นที่ โดยในปัจจุบันตำบลบางพังมีการรวมกลุ่มอาชีพแปรรูปอาหารจากปลา และกุ้งเลี้ยงปลา นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตำรับน้ำพริกในชุมชนบางพังจากผู้ผลิตน้ำพริก ผลการจัดประชุมกลุ่ม พบว่า งานครัวโดยมากเป็นบทบาทหน้าที่ของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยทั่วไปชาวบ้านนิยมปรุงและรับประทานน้ำพริกเนื่องจากเป็นอาหารหลักที่ถูกปากทำง่าย ราคาไม่แพง และได้รับการถ่ายทอดโดยคนในครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งจากการบอกเล่าวิธีการเลือกวัตถุดิบและการสืบทอดขั้นตอนการทำพร้อมลงมือปฏิบัติจริงร่วมกันเพื่อถ่ายทอดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม น้ำพริกในแต่ละมื้ออาหารจะหมุนเวียนกันไปตามความต้องการและวัตถุดิบที่มี โดยนิยมนำมาคู่กับผักพื้นบ้านที่ปลูกและหาได้โดยทั่วไป โดยมากชุมชนบางพังจะนิยมน้ำพริกที่มีรสชาติกลมกล่อมหากจำแนกตามวิธีการปรุง พบว่า ชุมชนบางพังนิยมทำน้ำพริกโดยการผัดและการเผาเครื่องปรุงก่อนนำไปตำเป็นน้ำพริกสูตรต่าง ๆ โดยมีเครื่องปรุงหลัก ได้แก่ พริก หอม กระเทียม และนิยมใช้เนื้อสัตว์และผักเป็นส่วนประกอบของน้ำพริก เช่น น้ำพริกปลาต่าง ๆ น้ำพริกกะปิ น้ำพริกมะขาม น้ำพริกแมงดา น้ำพริกเผา เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลได้ระบุถึงวัตถุดิบในท้องถิ่นที่มีอยู่สามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการรังสรรค์ตำรับน้ำพริกโดยมีการนำเสนอให้ใช้วัตถุดิบปลอดสารพิษที่ปลูกในแปลงเกษตรชุมชน อีกทั้งการสืบสานเอกลักษณ์น้ำพริกภาคกลางและวิถีเกษตรโดยผสมผสานอาชีพเสริม ซึ่งได้แก่ การเลี้ยงปลาในกระชัง

“.....ชุมชนเรามีการเลี้ยงปลาในกระชังมีปลาหลายชนิด แต่ที่เรานิยมเลี้ยง คือ ปลาตะกิม เพราะราคาตลาดดี เลี้ยงง่าย เนื้อก็เยอะแถมเลี้ยงโตง่าย เพราะเลี้ยงไว้ริมแม่น้ำได้เลย ที่หมู่บ้านก็มีโรงงานแปรรูปปลาที่ชาวบ้านเอาไปส่งขาย บางส่วนก็ใช้บริโภคภายในพื้นที่ เรามีวัตถุดิบปลาในพื้นที่แล้ว น่าจะเป็นเอกลักษณ์ในการนำไปใช้ทำน้ำพริกได้ ชาวบ้านที่กินน้ำพริกกันเป็นประจำอยู่แล้ว เขาน่าจะสนใจสูตรใหม่ ๆ ...” (อุบลรัตน์ แก้วมณี, 2565)

2. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในตำบลบางพัง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี จากการประชุมกลุ่มเฉพาะร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัยและชุมชน จึงได้ลงความเห็นร่วมกันเพื่อพัฒนาตำรับน้ำพริกที่สอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่และการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสร้างสรรค์ความคิดใหม่ที่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคที่หลากหลาย โดยมุ่งเน้นรสชาติที่อร่อยกลมกล่อม วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ โดยผู้ให้ข้อมูลได้ลงความเห็นร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริก 2 ตำรับ มุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่คุ้นเคยกับน้ำพริกแบบดั้งเดิม และกลุ่มผู้บริโภคที่เน้นสุขภาพและต้องการน้ำพริกแบบใหม่ โดยได้มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์น้ำพริกภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วยน้ำพริก 2 ตำรับ ได้แก่

2.1 น้ำพริกปลาตะกิม เป็นน้ำพริกที่คงเอกลักษณ์สูตรน้ำพริกผัดแบบโบราณของชาวบางพังโดยใช้วัตถุดิบที่ผลิตจากในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นพริกแห้ง หอมแดง กระเทียมไทย และน้ำมะขามเปียก นอกจากนี้พัฒนาความใหม่โดยการใช้เนื้อปลาตะกิมซึ่งปราศจากกลิ่น มีไขมันต่ำ อีกทั้งปลาตะกิมมีเนื้อหนาแน่นจำนวนมากช่วยลด

ต้นทุนในการผลิตได้ น้ำพริกปลาหีบหีบเหมาะกับผู้บริโภคที่ชอบน้ำพริกแบบเปียกและยังคงรสชาติความเป็นน้ำพริกแบบดั้งเดิมเข้มข้น

2.2 ผงปลาปรุงรสโรยข้าวเสริมแคลเซียม เป็นการเพิ่มมูลค่าน้ำพริกและตอบสนองนโยบายเศรษฐกิจหมุนเวียน (Bio-Circular-Green Economy: BCG) โดยการใช้ทรัพยากรคัมค่าหมุนเวียนกลับมาใช้ โดยนำกระดูกปลาหีบหีบมาแปรรูปเป็นน้ำพริกแบบผงอบแห้ง เพื่อตอบสนองความต้องการในการบริโภคน้ำพริกในกลุ่มเด็กรุ่นใหม่ที่ต้องการความทันสมัย แคลใหม่ แต่ยังคงรสชาติน้ำพริกที่กลมกล่อมและเสริมแคลเซียมเพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ

“...น้ำพริกปลาหีบหีบรสชาติอร่อย น่าจะเหมาะกับคนทั่วไป เพราะหน้าตาและรสชาติคุ้นเคยกับน้ำพริกที่เราเคยมีอยู่ แต่ผงปลาปรุงรสโรยข้าวเสริมแคลเซียมอาจจะดูแปลกใหม่สำหรับชาวบ้าน เพราะหน้าตาไม่เหมือนน้ำพริกทั่วไปที่เราคุ้นเคยกัน แต่ถ้าเขาได้ลองชิมน่าจะชอบโดยเฉพาะกลุ่มเด็ก ๆ วัยรุ่น ....” (ณัฐพร แยมกลิ่น, 2566)



ภาพที่ 1 ตัวอย่างน้ำพริกปลาหีบหีบและผงปลาปรุงรสโรยข้าวเสริมแคลเซียม

3. การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่พัฒนาโดยชุมชนตำบลบางพิง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) ด้านสี (Color) ด้านกลิ่น (Odor) ด้านรสชาติ (Taste) ด้านเนื้อสัมผัส (Texture) และด้านความชอบโดยรวม (Overall Preference) ผลการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 66.6) โดยมากอายุระหว่าง 31 - 40 ปี (ร้อยละ 46.6) ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท (ร้อยละ 30) สถานภาพโสด (ร้อยละ 50) มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 73.3) ตารางที่ 1 แสดงผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของน้ำพริก 2 ตำรับผ่านการทดสอบทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ด้าน โดยผู้บริโภคจำนวน 30 คน ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานดังแสดงต่อไปนี้

3.1 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาหีบหีบ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (Mean 4.07) หากพิจารณาในรายด้าน พบว่า ประสาทสัมผัสด้านรสชาติได้รับคะแนนความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (Mean 4.33) ในขณะที่ความพึงพอใจต่อประสาทสัมผัสด้านเนื้อสัมผัส กลิ่น สี และลักษณะที่ปรากฏได้รับคะแนนความพึงพอใจในระดับมาก (Mean 4.17, 3.97, 3.93 และ 3.50 ตามลำดับ)

3.2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผงปลาปรุงรสโรยข้าวเสริมแคลเซียม พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด (Mean 4.30) หากพิจารณาในรายด้าน พบว่า ประสาทสัมผัสด้านลักษณะที่ปรากฏ และรสชาติได้รับคะแนนความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (Mean 4.40) ในขณะที่ความพึงพอใจต่อประสาทสัมผัสด้านเนื้อสัมผัส กลิ่น และสี ได้รับคะแนนความพึงพอใจในระดับมาก (Mean 4.13, 4.07, และ 3.80 ตามลำดับ)

**ตารางที่ 1** ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริก (n = 30)

| ประสาทสัมผัส      | น้ำพริกปลาทับทิม |      |                  | ผงปลาปรุงรสโรยข้าวเสริมแคลเซียม |      |                  |
|-------------------|------------------|------|------------------|---------------------------------|------|------------------|
|                   | Mean             | S.D. | ระดับความพึงพอใจ | Mean                            | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
| ลักษณะที่ปรากฏ    | 3.50             | .82  | มาก              | 4.40                            | .62  | มากที่สุด        |
| สี                | 3.93             | .83  | มาก              | 3.80                            | .81  | มาก              |
| กลิ่น             | 3.97             | .76  | มาก              | 4.07                            | .74  | มาก              |
| รสชาติ            | 4.33             | .76  | มากที่สุด        | 4.40                            | .77  | มากที่สุด        |
| เนื้อสัมผัส       | 4.17             | .70  | มาก              | 4.13                            | .82  | มาก              |
| ความพึงพอใจโดยรวม | 4.07             | .83  | มาก              | 4.30                            | .65  | มากที่สุด        |

4. วิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการในห้องปฏิบัติการ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบในห้องปฏิบัติการโดยศูนย์บริการประกันคุณภาพอาหาร สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการและพิษวิทยาอาหารเพื่อการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาทับทิม พบว่า มีพลังงาน 329.12 กิโลแคลอรี มีไขมัน 15.84 กรัม มีโคเลสเตอรอล 62.70 มิลลิกรัม มีโปรตีน 16.47 กรัม มีใยอาหาร 5.71 กรัม และมีแคลเซียม 259.01 มิลลิกรัม (ผลการคำนวณต่อหน่วยบริโภคเท่ากับ 100 กรัม)

4.2. ผลการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ผงปลาปรุงรสโรยข้าวเสริมแคลเซียม พบว่า มีพลังงาน 501.89 กิโลแคลอรี มีไขมัน 32.01 กรัม มีโคเลสเตอรอล 47.16 มิลลิกรัม มีโปรตีน 27.29 กรัม มีใยอาหาร 6.52 กรัม และมีแคลเซียม 533.54 มิลลิกรัม (ผลการคำนวณต่อหน่วยบริโภคเท่ากับ 100 กรัม)

หากเปรียบเทียบน้ำพริกทั้ง 2 ตำรับจะเห็นถึงปริมาณคุณค่าทางโภชนาการที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัตถุดิบและกระบวนการผลิต กล่าวสรุปได้ว่าน้ำพริกทั้ง 2 สูตรตอบโจทย์ความต้องการของชุมชน ความพึงพอใจของผู้บริโภคทั้งในด้านประสาทสัมผัสทั้งห้า และมีคุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วน จึงเหมาะสมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ต่อไป

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการในห้องปฏิบัติการ

| รายการทดสอบ                  | น้ำพริกปลาทับทิม | ผงปลาปรุงรสโรยข้าวเสริมแคลเซียม |
|------------------------------|------------------|---------------------------------|
| พลังงานทั้งหมด, กิโลแคลอรี   | 329.12           | 501.89                          |
| พลังงานจากไขมัน, กิโลแคลอรี  | 142.56           | 288.09                          |
| ไขมันทั้งหมด, กรัม           | 15.84            | 32.01                           |
| ไขมันอิ่มตัว, กรัม           | 5.61             | 6.51                            |
| โคเลสเตอรอล, มิลลิกรัม       | 62.70            | 47.16                           |
| โปรตีน, กรัม                 | 16.47            | 27.29                           |
| คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด, กรัม    | 30.17            | 26.16                           |
| ใยอาหาร, กรัม                | 5.71             | 6.52                            |
| น้ำตาล, กรัม                 | 23.23            | 8.63                            |
| โซเดียม, มิลลิกรัม           | 1773             | 1205                            |
| วิตามินเอ, ไมโครกรัม อาร์ อี | 178              | 114.09                          |
| วิตามินบี1, มิลลิกรัม        | 0.09             | 0.38                            |
| วิตามินบี2, มิลลิกรัม        | 0.08             | 0.03                            |
| แคลเซียม, มิลลิกรัม          | 259.01           | 533.54                          |
| เหล็ก, มิลลิกรัม             | 4.31             | 3.39                            |





**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการในห้องปฏิบัติการ (ต่อ)

| รายการทดสอบ    | น้ำพริกปลาต้ม | ผงบลาปรุรสร้อยข้าวเสริมแคลเซียม |
|----------------|---------------|---------------------------------|
| เถ้า, กรัม     | 6.64          | 7.17                            |
| ความชื้น, กรัม | 30.88         | 7.37                            |

\*ผลการคำนวณต่อหน่วยบริโภค (100 กรัม)

## อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในตำบลบางพึ้ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายผลการวิจัยและตีความข้อมูลต่าง ๆ ได้ ดังนี้

### 1. สภาพปัญหาและกระบวนการผลิตน้ำพริกของชุมชนในตำบลบางพึ้ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

1.1 สภาพปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกของชุมชนในตำบลบางพึ้ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี พบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์น้ำพริกจากวัตถุดิบในท้องถิ่นให้ได้มาตรฐาน 2) ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และฉลากที่ตรงกับความต้องการของชุมชนและบริบทท้องถิ่น 3) ด้านการจัดการสถานที่ผลิตอาหารให้มาตรฐานและถูกสุขลักษณะ 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 5) ด้านการกำหนดราคาจำหน่าย สอดคล้องกับงานศึกษาของ ลานา วงศ์ไชยยา และคณะ พบสภาพปัญหาการผลิตน้ำพริกไข่มุกรูปร่างพัฒนาอาชีพของชุมชนใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ปัญหาด้านวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ในช่วงช่วงประสบปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น บางช่วงขาดตลาด โดยเฉพาะไข่มุกรูปร่างในหน้าร้อนจะมีไข่มุกรูปร่างสำหรับทำน้ำพริก อุปกรณ์บางอย่างมีความเก่าไม่มีมาตรฐานทำให้ผลิตได้ในปริมาณไม่มาก 2) ปัญหาด้านการผลิตเกี่ยวกับอัตราส่วนผสมที่อาจมีข้อผิดพลาดและคุณภาพของวัตถุดิบมีความแตกต่างไปจากเดิม 3) ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ซึ่งบางกลุ่มเป็นแบบขวดแก้วส่งผลให้เกิดการแตกเสียหายในระหว่างการขนส่ง และ 4) ด้านการจำหน่าย ในช่วงแรกจะจำหน่ายตามตลาดนัดเป็นหลักทำให้ประสบปัญหาขายไม่หมด ขายได้ช้าเนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าเฉพาะในตลาดเท่านั้นเนื่องจากน้ำพริกไข่มุกรูปร่างมีราคาสูงพอสมควร (ลานา วงศ์ไชยยา และคณะ, 2567) และสอดคล้องกับงานศึกษาของ พรพจน์ ศรีตัน และคณะ ได้วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคของการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกให้เป็นนวัตกรรมสังคมที่สร้างรายได้แก่ชุมชนเนื่องจากปัญหาในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เช่น การจัดเก็บวัตถุดิบ การตลาด รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ยังไม่สามารถดึงดูดความต้องการซื้อของผู้บริโภค ไม่มีการจัดทำฉลากสินค้า ไม่มีฉลากที่ระบุส่วนผสมสรรพคุณและวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ และกำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการซื้อในปริมาณมาก (พรพจน์ ศรีตัน และคณะ, 2566)

1.2 กระบวนการผลิตน้ำพริกของชุมชนในตำบลบางพึ้ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี พบดังนี้ วัฒนธรรมอาหารเกี่ยวกับน้ำพริกที่ยังคงนิยมบริโภคอยู่ในปัจจุบัน โดยเกือบทุกครัวเรือนในพื้นที่ศึกษายังบริโภคน้ำพริกเป็นอาหารมื้อสำคัญของครอบครัว ผลการศึกษาสอดคล้องกับ พยุงศักดิ์ มะโนชัย และคณะ ที่ระบุว่า น้ำพริก เป็นอาหารที่ปรุงขึ้นมาเพื่อสร้างความอร่อยสำหรับอาหารหลักของครอบครัวในทั่วทุกภาคของประเทศ ไทยมาตั้งแต่สมัยอดีต (พยุงศักดิ์ มะโนชัย และคณะ, 2563) สอดคล้องกับ สิริิน ฉกามานนท์ และคณะ ที่ระบุว่า น้ำพริกนับได้ว่าเป็นคุณค่าทางด้านภูมิปัญญา เพราะน้ำพริกเป็นอาหารที่อุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการและมีสรรพคุณทางยา นอกจากนี้ น้ำพริกหลายอย่างสามารถเก็บไว้รับประทานได้เป็นระยะเวลานานหลายเดือนซึ่งแสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาในการคิดหาวิธีถนอมอาหาร (สิริิน ฉกามานนท์ และคณะ, 2563) ขณะที่ในงานศึกษาของ นันทนา วงษ์ไทย ได้วิเคราะห์ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางความหมายของชื่อน้ำพริกกับสภาพความเป็นอยู่ของสังคมและวัฒนธรรมไทย พบว่า ชื่อน้ำพริกสัมพันธ์กับอาหารและวิธีทำ ชนิดของอาหาร พาหนะ และความเชื่อทางศาสนา โดยกลุ่มความหมายเกี่ยวกับอาหารและวิธีทำเป็นการสะท้อนถึงการนำวัตถุดิบที่แตกต่างกันตามแต่ละท้องถิ่นมาปรุงน้ำพริก รวมถึงวิธีทำน้ำพริกที่ทำให้แต่ละภาคมีเอกลักษณ์แตกต่างกันและแสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญา

ของแต่ละภาค กลุ่มความหมายเกี่ยวกับชนิดของอาหารเป็นการนำเอาชื่อชนิดอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของภาคมาตั้งเป็นชื่อน้ำพริก กลุ่มความหมายเกี่ยวกับพาหนะเป็นการสะท้อนวิถีการเดินทางของคนไทยแต่โบราณ คือ การเดินทางโดยเรือ และกลุ่มความหมายเกี่ยวกับความเชื่อทางศาสนาดังที่พบในการศึกษาคั้งนี้ คือ น้ำพริกนรก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคนไทยมีความเชื่อและศรัทธาเหนียวแน่นกับศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (นันทนา วงษ์ไทย, 2559) สอดคล้องกับงานวิจัยของ นาริรัตน์ ศรีหล้า ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนของชุมชนตำบลน้ำคำ จังหวัดศรีสะเกษ ให้มีความหลากหลาย มีรสชาติดี มีคุณภาพ ต้องเน้นการใช้วัตถุดิบของชุมชนและส่วนผสมของปลาแม่น้ำมูลซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ และสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน (นาริรัตน์ ศรีหล้า, 2567)

2. แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในตำบลบางพึ้ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ผลการศึกษาวิจัยพบ 2 แนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.1 การพัฒนาตำรับน้ำพริกปลาหับทิมโดยคงความเป็นน้ำพริกแบบดั้งเดิม โดยใช้ขั้นตอนและกระบวนการทำน้ำพริกตามแบบที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษในพื้นที่ซึ่งได้รับการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิตา ฉลาด และแสงจิตต์ ไตแสง ซึ่งพบว่าผู้บริโภคน้ำพริกในอำเภอบางพึ้ง จังหวัดลพบุรีต้องการหาน้ำพริกที่มีรสชาติถูกปากและสอดคล้องกับค่านิยมการรับประทานน้ำพริกตามภูมิปัญญาของตนเอง อีกทั้งน้ำพริกปลาหับทิมได้รับผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และได้รับผลประเมินความพึงพอใจในรสชาติระดับมากที่สุด เนื่องจากเป็นน้ำพริกผัดสูตรดั้งเดิมซึ่งคนไทยคุ้นเคยกับรสชาติทำให้ได้รับการยอมรับในรสชาติ (นันทิตา ฉลาด และแสงจิตต์ ไตแสง, 2565) สอดคล้องกับงานวิจัยโดย ผกาวิ ภูจันทร์ และคณะ ซึ่งระบุว่าส่วนผสมของน้ำพริกผัดมีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์ (ผกาวิ ภูจันทร์ และคณะ, 2563) สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญาพร เชื้อสมพงษ์ และคณะ ซึ่งพบว่า ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกสมุนไพรกึ่งก้ามกรามตำรับพื้นฐานซึ่งมีส่วนผสมจากวัตถุดิบหลักท้องถิ่น ได้แก่ กุ้งก้ามกรามแห้ง ใบมะกรูด มะขามเปียก หอมแดง กระเทียม พริกแห้ง ตะไคร้ น้ำปลา น้ำตาลปี๊บ พริกป่น และน้ำมันพืชสำหรับทอด จากการทดสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและนักศึกษา สาขาเทคโนโลยีการประกอบอาหารและบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี มีความชอบผลิตภัณฑ์น้ำพริกสมุนไพรกึ่งก้ามกรามตำรับพื้นฐานอยู่ในระดับชอบมากถึงชอบมากที่สุด (บุญญาพร เชื้อสมพงษ์ และคณะ, 2563)

2.2 การพัฒนาตำรับน้ำพริกแบบสมัยใหม่เพื่อตอบสนองผู้บริโภคแนวสุขภาพโดยพัฒนาเป็นน้ำพริกแบบอบแห้งเป็นผงปลาปรุงรสโรยข้าวเสริมแคลเซียมซึ่งสอดคล้องกับ ญัฎฐรา ดาววีระกุล ที่ระบุถึงการคิดค้นตำรับน้ำพริกแบบใหม่ ๆ จากภูมิปัญญาของชาวบ้านทำให้ได้น้ำพริกที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้น อีกทั้งการปรับภาพลักษณ์จากน้ำพริกแบบผัดสู่น้ำพริกแบบอบแห้งทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคสมัยใหม่ได้ง่ายขึ้น อีกทั้งใช้การออกแบบการทอดซึ่งตอบสนองต่อกลุ่มคนรักสุขภาพ (ญัฎฐรา ดาววีระกุล, 2556) สอดคล้องกับงานวิจัยของ พยุงศักดิ์ มะโนชัย และคณะ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกพื้นบ้านด้วยการใช้เห็ดและลำไยเป็นส่วนผสมในสูตรน้ำพริกซึ่งทำให้ได้น้ำพริกที่มีคุณภาพทางเคมี กายภาพ และประสาทสัมผัสแตกต่างกัน ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดเพิ่มความหลากหลายของสูตรน้ำพริกพื้นบ้านและส่งเสริมการผลิตน้ำพริกพื้นบ้านเพื่อสุขภาพได้ยิ่งขึ้น (พยุงศักดิ์ มะโนชัย และคณะ, 2563) สอดคล้องกับงานวิจัยของ รลินดา คูเวน ซึ่งนำแนวคิดน้ำพริกแคปซูลเพื่อสุขภาพโดยใช้กรรมวิธีการอบสุญญากาศเพื่อหลีกเลี่ยงน้ำมันและลดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคมะเร็ง (รลินดา คูเวน, 2563) สอดคล้องกับงานศึกษาของ จินต์จุฑา ไชยศรีษะ และอมรรัตน์ เจริญชัย ได้นำแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาหับทิมแห้งสำเร็จรูปโดยการใช้เตาอบลมร้อนเพื่อกำจัดน้ำออกจากอาหารทำให้มีน้ำอยู่ในปริมาณที่จุลินทรีย์ไม่สามารถเติบโตได้ จึงส่งผลให้ปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมด ยีสต์ และรา มีปริมาณที่น้อยหรือมีอยู่ไม่เกินมาตรฐานที่กำหนดไว้ส่งผลให้ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค (จินต์จุฑา ไชยศรีษะ และอมรรัตน์ เจริญชัย, 2561) สอดคล้องกับ



งานศึกษาของ ปิ่นมณี แจ่มสว่าง พบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพื่อสุขภาพเป็นของฝากมากที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ รสชาติถูกปาก และมีอายุการเก็บรักษาได้นาน ตามลำดับ (ปิ่นมณี แจ่มสว่าง, 2567)

## สรุปและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในตำบลบางพึ่ง อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มน้ำบางขามเป็นสายน้ำแห่งวิถีชีวิตของคนในชุมชนนับจากอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ดังนั้น คนในชุมชนส่วนใหญ่จึงมีอาชีพทำนา ทำไร่ และบางส่วนมีการเลี้ยงปลาในกระชังเป็นอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม ปลาที่จับได้ได้รับความนิยมในการเลี้ยงเนื่องจากเติบโตเร็ว มีเนื้อค่อนข้างมาก และเป็นที่ต้องการของตลาด โดยทั่วไปคนในชุมชนบางพึ่งนิยมปรุงและรับประทานน้ำพริกเนื่องจากเป็นอาหารหลักที่ถูกปาก ทำง่าย ราคาไม่แพง และได้รับการถ่ายทอดโดยคนในครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่นโดยนิยมทำน้ำพริกโดยการผัดและการเผาเครื่องปรุงก่อนนำไปตำเป็นน้ำพริกสูตรต่าง ๆ จากเอกลักษณ์ดังกล่าวชุมชนได้ลงความเห็นร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริก 2 ตำรับมุ่งเน้นที่กลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ได้แก่ น้ำพริกปลาที่หมัก และผงปลาปรุงรสโรยข้าวเสริมแคลเซียม ผลการศึกษาคความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกผ่านการทดสอบทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก - มากที่สุด ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และผลการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการในห้องปฏิบัติการ พบว่า ผลิตภัณฑ์น้ำพริกทั้ง 2 ตำรับมีคุณค่าทางโภชนาการโดยมีองค์ประกอบโปรตีน ใยอาหาร วิตามินต่าง ๆ แคลเซียม และเหล็ก และมีข้อเสนอแนะใน 2 ประเด็น ดังนี้ 1) ข้อเสนอแนะในเชิงการใช้ประโยชน์ โดยชุมชนสามารถจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อต่อยอดการผลิตเชิงพาณิชย์และหน่วยงานภาครัฐควรมีการจัดอบรมและให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการตลาดแบบออนไลน์เพื่อให้ชุมชนมีช่องทางในการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น 2) ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการยืดอายุการเก็บผลิตภัณฑ์และการพัฒนาสำหรับอาหารที่ใช้รับประทานคู่กับน้ำพริกเพื่อสร้างเป็นอาหารแนะนำของชุมชนบางพึ่งต่อไป

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุนสนับสนุนวิจัยจากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์งบประมาณเงินรายได้ประจำปี พ.ศ. 2565 และคณะผู้วิจัยขอขอบคุณชุมชนบางพึ่งที่ร่วมกันศึกษาและพัฒนาจนได้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน

## เอกสารอ้างอิง

- กนกนาฏ พรหมนคร. (2566). การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกแม่บางไทร ตำบลช้างใหญ่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 15(2), 117-134.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2559). ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล: มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- จินต์จุฑา ไชยศรีษะ และอมรรัตน์ เจริญชัย. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาทุบแห้งกิ่งสำเร็จรูป. วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา, 30(107), 124-131.
- ณัฐพร แยมกลิ่น. (20 ม.ค. 2566). พัฒนาแนวคิดตำรับน้ำพริกต้นแบบที่สะท้อนเอกลักษณ์ของ ชุมชน. (สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน และรภัส ศิลป์ศรีกุล, ผู้สัมภาษณ์)

- ณัฐวรา ดาววีระกุล. (2556). แผนธุรกิจน้ำพริกแกงแม่เสียน. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นันทนา วงษ์ไทย. (2559). การศึกษาชื่อน้ำพริกใน 4 ภาค: สะท้อนความเป็นอยู่และวัฒนธรรมไทย. วารสารศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา, 8(16), 88-100.
- นันทิตา ฉลาด และแสงจิตต์ ไต่แสง. (2565). กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกสำเร็จรูปสูตรโบราณในอำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(2), 105-118.
- นารินทร์ ศรีหาล้า. (2567). การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนตำบลน้ำคำ อำเภอเมือง ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 9(1), 489-499.
- บุญญาพร เชื่อมสมพงษ์ และคณะ. (2563). ผลิตภัณฑ์น้ำพริกสมุนไพรกึ่งก้ามกรามของดีจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารวัฒนธรรมอาหารไทย, 2(2), 43-50.
- ปิ่นมณี แจ้งสว่าง. (2567). แผนพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพื่อสุขภาพ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารสหวิทยาการและการจัดการภาคเอกชน, 2(1), 11-19.
- ผกาวิทย์ ภูจันทร์ และคณะ. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกผัดสมุนไพร. วารสารวิจัยรำไพพรรณี, 14(1), 131-138.
- พญศักดิ์ มะโนชัย และคณะ. (2563). การพัฒนาน้ำพริกพื้นบ้านเพื่อเป็นอาหารสุขภาพ. วารสารวิจัยเทคโนโลยีนวัตกรรม, 4(2), 50-59.
- พรพจน์ ศรีตัน. (2564). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการนวัตกรรมทางสังคมกลุ่มวิชาสหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน. ใน รายงานการวิจัย. สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรพจน์ ศรีตัน และคณะ. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบู๋ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน กลุ่มวิชาสหกิจชุมชนดาร์ลุอียาเตอร์ กรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 15(4), 337-351.
- รลีนดา คูเวน. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกเค็มหมูเพื่อสุขภาพ. ใน สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิตสาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ลานา วงศ์ไชยยา และคณะ. (2567). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกไข่มุเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนบ้านหน้าทับหมู่ที่ 7 ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช. Journal of Innovation for Sustainable Social Development, 4(1), 1-12.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2555). การทำวิจัยในชั้นเรียน. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานสภาพัฒนาการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564. เรียกใช้เมื่อ 16 กรกฎาคม 2567 จาก [https://www.nesdc.go.th/e wt\\_ dl\\_ link.php?nid=6422](https://www.nesdc.go.th/e wt_ dl_ link.php?nid=6422)
- สำนักงานสภาพัฒนาการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 - 2570. เรียกใช้เมื่อ 16 กรกฎาคม 2567 จาก [https://www.nesdc.go.th/download /Plan13/Doc/Plan13\\_ Final.pdf](https://www.nesdc.go.th/download /Plan13/Doc/Plan13_ Final.pdf)
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561 - 2580. เรียกใช้เมื่อ 16 กรกฎาคม 2567 จาก [https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T\\_0001.PDF](https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF)
- สิริน ฉกามานนท์ และคณะ. (2563). แนวทางการสืบสานคุณค่าและอัตลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรม: น้ำพริกแห่งอุษาคเนย์. วารสารกระแสวัฒนธรรม, 23(43), 34-45.

- แสงแข สพันธุ์พงศ์. (2564). มุมมองเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในภาคตะวันตกผ่าน “น้ำพริก”. วารสารเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 3(1), 73-83.
- อุบลรัตน์ แก้วมณี. (24 พ.ย. 2565). ตำรับน้ำพริก ทรัพยากร วัตถุดิบและเอกลักษณ์ของชุมชน. (สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน และรภัส ศิลป์ศรีกุล, ผู้สัมภาษณ์)
- Chernatony, L. et al. (2000). Added Value: Its Nature, Roles and Sustainability. European Journal of Marketing, 34(1), 39-56.