

การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่า สินค้าเกษตรแปรรูปชูอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช

CREATING AND VALUE ADDED OF WISDOM, BELIEFS AND STORYTELLING
OF PROCESSED AGRICULTURAL PRODUCTS UPHOLDING THE IDENTITY
OF KHAO PA NA LE, NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

กรกฎ จำเนียร^{1*} เมธาวี จำเนียร¹ ทองพูล มุขรักริช²
ปรีชาพร เกตุแก้ว² สุทิวัส เสือพยัคฆ์¹ และณัฐนันท์ รัตนะ¹
Korrakot Chamnian^{1,*}, Methawee Chamnian¹, Thongphun Mukarak²,
Preechaporn Katekaew², Sutiwat Sueapayak¹ and Natthanan Rattana¹

Received : 3 October 2022

Revised : 27 January 2023

Accepted : 9 February 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) คัดสรรสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 2) ศึกษาภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่าของสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม คณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง การลงพื้นที่ ตลอดจนการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสนทนากลุ่มผู้ประกอบการ โดยกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจงจากการคัดสรรสินค้าเกษตร จำนวน 4 กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์โซนเขา แป้งสาคุของตำบลอินคีรี อำเภอพรหมคีรี ผลิตภัณฑ์โซนป่า โลชั่นบำรุงผิวผสมน้ำผึ้ง กลุ่มผึ้งร่วมไทรตำบลควนกรด อำเภอทุ่งสง ผลิตภัณฑ์โซนนา ปลาตุกร้าชะอวดควนเค็ง อำเภอชะอวด และผลิตภัณฑ์โซนเล ปลาหวาน กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลปากพูน อำเภอเมือง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ในเชิงบริบทพื้นที่เขา ป่า นา เล ของจังหวัดนครศรีธรรมราช คณะผู้วิจัยได้ร่วมกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชและผู้ประกอบการชุมชนคัดสรร

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

²คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

¹Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

²Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน E-mail: korakot_jam@nstru.ac.th

ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปในแต่ละพื้นที่ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์โซนเขา แป้งสาकुของตำบล อินคีรี อำเภอพรหมคีรี ผลิตภัณฑ์โซนป่า โลชั่นบำรุงผิวผสมน้ำผึ้ง กลุ่มผึ้งร่วมไพรตำบลควนกรด อำเภอทุ่งสง ผลิตภัณฑ์โซนนา ปลาตุกร้าชะอวดควนเค็ริง อำเภอชะอวด และผลิตภัณฑ์โซนเล ปลาหวาน กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลปากพูน อำเภอเมือง 2) ผลการศึกษาภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่าของสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม พบว่า ผลิตภัณฑ์โซนเขามีภูมิปัญญาในการแปรรูปจากต้นสาकुเป็นแป้งสาकुแบบเม็ดและแบบผง มีความเชื่อในเรื่องความอุดมสมบูรณ์เชิงพื้นที่ที่มีผลต่อคุณภาพของต้นสาकु นำไปสู่เรื่องเล่าของต้นสาकुที่มีคุณภาพสู่ผลิตภัณฑ์ แป้งสาकुที่ผ่านกรรมวิธีการผลิตที่พิถีพิถัน สามารถนำไปแปรรูปเป็นอาหารได้หลากหลายทั้งคาวและหวาน

ผลิตภัณฑ์โซนป่า มีภูมิปัญญาการเลี้ยงผึ้งโพรงแบบธรรมชาติ การเก็บรักษาคุณภาพของน้ำผึ้ง การแปรรูปน้ำผึ้งสู่ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งบริโภคและอุปโภค

ผลิตภัณฑ์โซนนา มีภูมิปัญญาการเลี้ยงปลาดุกแบบธรรมชาติและ การนำมาแปรรูปเป็นปลาตุกร้า เรื่องราวความเป็นมาและสูตรเฉพาะของปลาตุกร้า การมีความเชื่อในเรื่องของรสชาติที่หวานนำ เค็มตาม ไม่ทำลายสุขภาพ พัฒนาสู่ศูนย์การเรียนรู้ของตำบล จนกลายเป็นแบรนด์ ศรีนวลปลาตุกร้าอินเตอร์

ผลิตภัณฑ์โซนเล มีการนำปลาขนาดเล็กที่ไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจมาแปรรูปเพิ่มมูลค่าผ่านสูตรการทำเฉพาะของชาวบ้าน โดยความเชื่อว่าเป็นปลาบริเวณพื้นที่ปากน้ำปากพูน มีรสชาติดี เนื้อแน่น หวาน ไม่แข็ง และมีให้เลือกรจากหลายประเภทปลา และสามารถพัฒนาเป็นอาหารอื่น ๆ ได้

คำสำคัญ: การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ภูมิปัญญา ความเชื่อ เรื่องเล่า สินค้าเกษตรแปรรูป

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to select processed agricultural products according to Khao Pa Na Le identity, Nakhon Si Thammarat Province, and 2) to study the wisdom, beliefs and storytelling of processed agricultural products according to the Khao Pa Na Le identity, Nakhon Si Thammarat Province to create value and added value. The research team conducted qualitative research by studying relevant documents, field visits, as well as interviews with relevant government agency and discussions among entrepreneurs. The researcher team selected purposive sampling which there are 4 selected products of processed agricultural products according to Khao Pa Na Le Identity, Nakhon Si Thammarat Province. They consists of Khao zone product, Sago flour of Inkiri Subdistrict Phrom Khiri District. Pa zone product, honey body lotion of Pheungromsai Group, Khuan Krot Subdistrict, Thung Song District, Na zone product, catfish, Khuan Krang, Cha-Uat District, and Le zone product, sweet

fish, Pak Phun Seafood Processing Group, Muang District. The researcher used content analysis and synthesis.

The results of the research were as follows: 1) In the context of the Khao Pa Na Le of Nakhon Si Thammarat Province. The research team collaborated with the Nakhon Si Thammarat Provincial Community Development Office and community entrepreneurs to select processed agricultural products in each area. They consists of Khao zone product, Sago flour of Inkiri Subdistrict Phrom Khiri District. Pa zone product, honey body lotion of Pheungromsai Group, Khuan Krot Subdistrict, Thung Song District, Na zone product, catfish, Khuan Krang, Cha-Uat District, and Le zone product, sweet fish, Pak Phun Seafood Processing Group, Muang District. 2) The results of the study of wisdom, beliefs and storytelling of processed agricultural products according to their identity, Khao Pa Na Le, Nakhon Si Thammarat Province to create value and added value, it was found that Khao zone products, wisdom in processing from sago palms. It is a granular and powdered sago flour. There is a belief in spatial abundance that affects the quality of Sago trees lead the story of quality sago trees to sago flour product that have been through meticulous production processes. It can be processed into a variety of foods, both savory and sweet.

Pa zone product, there is the wisdom of natural honey beekeeping, preserving the quality of honey processing honey into a wide variety of products for consumption by faith linked to love at first sight. It is a flower that bees love to eat and create a story as a body lotion mixed with honey.

Na zone, there is the wisdom of cultivating catfish naturally and processing them into catfish. The story of the history and unique recipe of catfish. The taste that is sweet and salty accordingly does not harm health developed into a learning center of the sub-district under Sri Nuan Catfish Inter.

Le zone product, bring small fish that have no economic value to process to add value through the special recipe of the villagers. By the belief that fish in Pak Nam Pak Phun area has good taste, firm texture, sweet, leads to the story of sweet fish that is not hard. There are many types of fish to choose from and can be developed into other foods as well.

Keywords: Creating and Value Added, Wisdom, Beliefs, Storytelling, Processed Agricultural Products

บทนำ

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดขนาดใหญ่ตั้งอยู่ทางตอนกลางของภาคใต้ มีเนื้อที่ 9,942.502 ตารางกิโลเมตร หรือ 6,214,064 ไร่ (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, ม.ป.ป.) และด้วยจังหวัดมีพื้นที่กว้างใหญ่ จึงได้มีการแบ่งพื้นที่ในมิติสภาพภูมิประเทศ ประกอบด้วย พื้นที่เขา เป็นพื้นที่อยู่ในบริเวณเทือกเขาหลวงและเขานัน มีป่า มีภูเขา (พื้นที่ลาดชันสูง) พื้นที่ป่า (พื้นที่ลาดชันปานกลาง) ที่นา (พื้นที่ราบ) และพื้นที่ติดทะเล (อ่าววนคร) และการจำแนกของพื้นที่ดังกล่าวถือเป็น การจำแนกพื้นที่ตามลักษณะภูมิศาสตร์และบริบทต่าง ๆ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสภาพวิถีชีวิตของ ประชาชน ทั้งวิถีคิด จิตใจ ทรัพยากรที่ส่งเสริมในการดำรงชีวิต การจำแนกในลักษณะนี้เป็นการแสดง ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ของประชาชนในพื้นที่ที่เป็นอัตลักษณ์และสามารถนำมาเป็น จุดเด่นในการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะสินค้าแปรรูปทางการเกษตร

ด้วยจังหวัดนครศรีธรรมราชมีพื้นที่ทำการเกษตรและผลผลิตทางการเกษตรจำนวนมาก แต่ด้วยราคาคตกต่ำหรือราคาสินค้าไม่แน่นอน และการแข่งขันในตลาดที่รุนแรงหลาย ๆ ครั้ง ส่งผลให้ มูลค่าหรือราคาของสินค้าทางการเกษตรมีราคาตกต่ำ นอกจากนี้ จากภัยธรรมชาติ เช่น วาตภัย อุทกภัย ส่งผลให้สินค้าทางการเกษตรไม่สามารถจำหน่ายได้ และถึงแม้ว่าสินค้าเกษตรเหล่านั้น ได้รับการแปรรูปเพื่อรับการคัดสรรเป็นสินค้าโอท็อป (OTOP) แต่จากการที่คณะผู้วิจัยได้ศึกษา และวิเคราะห์จุดอ่อนของสินค้าโอท็อป ในประเทศไทย ยังพบว่า มีจุดอ่อนอยู่ 3 ด้าน ได้แก่ คือ ด้านการผลิต ด้านการเงิน และด้านการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการตลาด ซึ่งสินค้าในประเทศไทยเป็นสินค้าที่ไม่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น มีความใกล้เคียงกัน ไม่มีความแตกต่าง ซึ่งเมื่อศึกษาเชิงลึก คณะผู้วิจัย พบว่า องค์ประกอบในเรื่องอัตลักษณ์นั้น สินค้าของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้า เกษตรแปรรูปกลับมีความโดดเด่น ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบที่ดี ควรได้รับการส่งเสริมให้มีการนำเสนอ ภูมิปัญญา ความเชื่อ เรื่องเล่าผ่านความคิดสร้างสรรค์ ที่ชี้ให้เห็นถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตและ ประสบการณ์ของคนในท้องถิ่น เพื่อใช้เป็นจุดขายเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของสินค้าเกษตรแปรรูป ดังกล่าว สอดคล้องกับที่ พรณี พินาพันธุ์ศรี (2563) กล่าวว่า การนำเอาเรื่องราวของชุมชนร้อยเรียง มาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงคุณค่าของชุมชนผ่านวัตถุดิบ เรื่องเล่าได้อย่างลึกซึ้ง

งานวิจัยนี้ จึงเห็นความสำคัญของการหาแนวทางนำเอาภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่า ของสินค้าเกษตรแปรรูปเพื่อสร้างจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ที่สร้างสรรค์ต่อไป จึงนำมาสู่การวิจัย ในประเด็นการศึกษา ภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่าสินค้าเกษตรแปรรูปชูอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อคัดสรรสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่าของสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของงานวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 4 คน และผู้ประกอบการชุมชน จำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน รวม 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลภูมิปัญญา ความเชื่อ เรื่องเล่าของชุมชน นำมาสร้างเป็นการเล่าเรื่องชุมชน เป็นข้อมูลสู่การต่อยอดการสร้างมูลค่าสินค้าชุมชนเกษตรแปรรูป โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยโดยสรุป ดังนี้

การศึกษางานวิจัยเดิม เอกสารที่เกี่ยวข้องและต่อยอดลงพื้นที่สำรวจสินค้าเกษตรแปรรูป ใน 4 โซนพื้นที่ เขา ป่า นา เล ตามอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการลงพื้นที่ภาคสนาม การสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสนทนากลุ่มผู้ประกอบการชุมชน ประกอบด้วยกลุ่มผู้ประกอบการ 4 ผลัดกัน ดังนี้

กลุ่มผู้ประกอบการโซนเขา แป้งสาคุ ตำบลอินทรี อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช
กลุ่มผู้ประกอบการโซนป่า โลชั่นน้ำผึ้ง กลุ่มผึ้งร่มไทรตำบลควนกรด อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มผู้ประกอบการโซนนา ปลาตุกร้าชะอวด ตำบลควนเค็ง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มผู้ประกอบการโซนเล ปลาหวาน กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้นำเครื่องมือการวิจัยทั้งแบบบันทึกข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารแบบสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาชุมชน ด้านการตลาดและการสื่อสารพิจารณา ในลักษณะการพิจารณาข้อคำถาม จากนั้นนำไปทดลองใช้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการบันทึกข้อมูลและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการก่อนปรับใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

สำหรับเครื่องมือในการดำเนินการวิจัย คณะผู้วิจัยได้นำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านพัฒนาชุมชน การตลาดและด้านสื่อสารมวลชน ตรวจสอบลักษณะข้อคำถามให้มีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย จำนวน 3 ท่าน โดยผลการพิจารณาความเที่ยงตรงของเครื่องมือพบว่า มีค่า IOC หรือ Index of Item-Objective Congruence มีค่า 0.97 แสดงว่ามีค่าความเที่ยงตรง สามารถนำไปใช้ดำเนินการวิจัยได้ และปรับข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำไปทดลองเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อนำมาปรับแก้ไขก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนการวิจัย โดยเริ่มจากการศึกษาเอกสารจากสื่อต่าง ๆ และการสังเกตการณ์จากการลงพื้นที่สำรวจผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ การสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสนทนากลุ่มผู้ประกอบการ โดยการบันทึกเสียงสัมภาษณ์และนำมาถอดข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสังเคราะห์เป็นผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ จึงเน้นการเก็บข้อมูลเชิงข้อมูลนำมาวิเคราะห์หาความสอดคล้องความแตกต่าง ความมีเหตุผลเชื่อมโยง โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการชุมชนเป็นหลัก จากนั้นจึงวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยแต่ละข้อ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาในวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผลคัตสรรสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร โดยเฉพาะจากฐานข้อมูล OTOP ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี 2562 (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2562) รวมทั้งข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนามสำรวจสินค้าเกษตรแปรรูปเบื้องต้นของคณะนักวิจัย ตลอดจนการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช และจากการพิจารณาลักษณะการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนและมีความพร้อมที่จะร่วมพัฒนาไปกับการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าในเบื้องต้น การดำเนินการวิจัยครั้งนี้จะใช้เกณฑ์การแบ่งพื้นที่ของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนครศรีธรรมราช (2561) และจะประกอบด้วยประเภทผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจบนฐานอัตลักษณ์เชิงพื้นที่เขา ป่า นา เล ดังนี้

ตารางที่ 1 ประเภทผลิตภัณฑ์บนฐานอัตลักษณ์เชิงพื้นที่เขา ป่า นา เล

โซน	พื้นที่	ผลิตภัณฑ์	หมายเหตุ
โซนเขา 7 อำเภอ	ลานสกา ฉวาง ช้างกลาง พิปูน พรหมคีรี นบพิตำ ถ้ำพรรณรา	แปงสาคุ	ผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ มีทุนทางเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม สามารถนำมาพัฒนา เพื่อเพิ่มมูลค่า โดยผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ อยู่ในฐาน OTOP ของจังหวัด มี อย. แต่ยังไม่ได้รับการคัดสรรดาว ซึ่งหมายถึง ควรจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพิ่มเติม เพื่อเข้าสู่เกณฑ์ OTOP ที่ได้รับการคัดสรรดาว 1-5
โซนป่า 6 อำเภอ	ทุ่งสง นาบอน ทุ่งใหญ่ บางขัน ร่อนพิบูลย์ จุฬาภรณ์	โลชั่นน้ำผึ้ง	
โซนนา 6 อำเภอ	เชียรใหญ่ ชะอวด ปากพนัง หัวไทร เฉลิมพระเกียรติ พระพรหม	ปลาตุกร้า	
โซนเล 4 อำเภอ	เมือง ขนอม สีชล ท่าศาลา	ปลาหวาน	

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ในแต่ละโซนพื้นที่เขา ป่า นา เล ที่ได้รับการคัดสรรจากคณะผู้วิจัย โดยการพิจารณาทั้งจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การลงพื้นที่สำรวจ ข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการสนทนากลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่าของสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ประกอบการชุมชนแต่ละผลิตภัณฑ์ในโซนพื้นที่ร่วมให้ข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 2 การศึกษาภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่าของสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มและผลิตภัณฑ์	พื้นที่	ภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่า
แป้งสาคุของตำบลอินคีรี อำเภอรพรมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช	กลุ่มผู้ประกอบการ โซนเขา	ภูมิปัญญาในการแปรรูปจากต้นสาคุ ต้นไม้สารพัดประโยชน์ ใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน โดยเฉพาะการผลิตเป็นแป้งสาคุแบบเม็ดและแบบผง ความเชื่อในเรื่องความอุดมสมบูรณ์เชิงพื้นที่ ที่มีแร่ธาตุ น้ำไม่ขัง ผลต่อคุณภาพของต้นสาคุ เรื่องเล่า ต้นสาคุที่มีคุณภาพสู่ผลิตภัณฑ์แป้งสาคุที่ผ่านกรรมวิธีผลิตที่พิถีพิถัน สามารถนำไปแปรรูปเป็นอาหารได้หลากหลายทั้งคาวและหวาน
โลชั่นน้ำผึ้ง กลุ่มผึ้งร่มไทร ควนกรด อำเภอบึงสามพัน จังหวัดนครศรีธรรมราช	กลุ่มผู้ประกอบการ โซนป่า	ภูมิปัญญาการเลี้ยงผึ้งโพรงแบบธรรมชาติ การเก็บรักษาคุณภาพของน้ำผึ้ง การแปรรูปน้ำผึ้งสู่ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งใช้บริโภคและอุปโภค ความเชื่อที่เชื่อมโยงกับดอกกรักแรกพบ เป็นดอกไม้ซึ่งชอบดูดน้ำหวาน เรื่องเล่า ความเป็นมาของการนำน้ำผึ้งผสมในโลชั่น เป็นโลชั่นบำรุงผิวผสมน้ำผึ้งตรา รักแรกพบ ที่จะรักแรกพบเพียงใช้ครั้งแรก
ปลาตุกร้าตำบลควนเค็ง อำเภอบึงสามพัน จังหวัดนครศรีธรรมราช	กลุ่มผู้ประกอบการ โซนนา	ภูมิปัญญาการเลี้ยงปลาตุกร้าแบบธรรมชาติและ การนำมาแปรรูปเป็นปลาตุกร้าที่รสชาติหวานนำเค็ม ตามความเชื่อ ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ ดินดี น้ำดี ส่งผลให้ปลาตุกร้าที่จัดทำปลาตุกร้ามีคุณภาพดี สด สะอาด ปลาไม่เค็ม ไม่ทำลายสุขภาพ

ตารางที่ 2 (ต่อ)

กลุ่มและผลิตภัณฑ์	พื้นที่	ภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่า
		เรื่องเล่าเรื่องราวความเป็นมาและสูตรเฉพาะ จากรุ่นแม่ สู่ศูนย์การเรียนรู้ของตำบล ภายใต้แบรนด์ ศรีนวลปลาตุกร้าอินเตอร์
ปลาหวาน กลุ่มแปรรูป อาหารทะเลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช	กลุ่มผู้ประกอบการ โซนเล	ภูมิปัญญาการนำปลาขนาดเล็กที่ไม่มีมูลค่า ทางเศรษฐกิจมาแปรรูปเพิ่มมูลค่า ผ่านสูตร การทำเฉพาะของชาวบ้าน ความเชื่อว่าปลาบริเวณพื้นที่ปากน้ำปากพูน มีรสชาติดี เนื้อแน่น หวาน เรื่องเล่าเรื่องราวปลาหวานที่ไม่แข็ง และ มีให้เลือกจากหลายประเภทปลา และสามารถ พัฒนาเป็นอาหารอื่น ๆ ได้อีกด้วย

จากตารางที่ 2 ซึ่งเป็นข้อมูลจากผู้ประกอบการแต่ละผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ ทำให้ได้ข้อมูล
ภูมิปัญญา ความเชื่อของคนในชุมชน และเรื่องเล่าที่สามารถนำมาใช้เป็นชุดข้อมูลในการสื่อสาร
อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปเชิงพื้นที่เขา ป่า นา เล ของจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อ
การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากสินค้าเกษตรแปรรูปที่มีรูปร่างลักษณะและการนำไปใช้ประโยชน์คล้ายคลึงกันในแต่ละ
พื้นที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราช คณะผู้วิจัยต้องการสร้างความต่างจากอัตลักษณ์ภูมิปัญญา โดยนำ
ภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่าจากบริบทเชิงพื้นที่เขา ป่า นา เล ของจังหวัดนครศรีธรรมราช
นำมาสร้างเรื่องราวส่งเสริมให้เกิดคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับแนวทางการสร้างแบรนด์ชุมชน
ของสุวิทย์ วงศ์จุฑาราวณิช (2564)

ทั้งนี้ ลักษณะของภูมิปัญญาที่เป็นประเด็นสำคัญในการดำเนินการวิจัย เป็นลักษณะ
ภูมิปัญญาท้องถิ่นมี 5 ประการคือ 1) มีวัฒนธรรมเป็นฐาน 2) มีลักษณะผสมผสาน 3) มีความเชื่อมโยง
กับความเชื่อ 4) เน้นการปฏิบัติที่ถูกต้องของคลองธรรมและพฤติกรรมมนุษย์ และ 5) เน้นพฤติกรรม
กลุ่มของหน่วยทางสังคมและสถาบันสังคม ส่งผลให้ภูมิปัญญา สามารถนำมาเชื่อมโยงกับความเชื่อ
และต่อยอดกลางเป็นเรื่องเล่าได้ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2554)

อย่างไรก็ตาม การนำภูมิปัญญา และความเชื่อ มาสู่การเล่าเรื่อง ยังถือเป็นกลยุทธ์สาร
ซึ่งกลยุทธ์นี้จำเป็นต้องมีเทคนิคเพื่อให้สารที่นำเสนอมีความน่าสนใจ กลุ่มเป้าหมายสนใจ สำหรับ
ในที่นี้ กลยุทธ์การออกแบบสาร โดยการเล่าเรื่อง (storytelling) ในอดีตมักจะอยู่ในศาสตร์ด้านความ

บันเทิงแต่สำหรับในปัจจุบันแม้ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนก็ต้องอาศัยการเล่าเรื่อง เพราะการเล่าเรื่องเป็นศาสตร์ที่สามารถดึงดูดผู้ชมได้อย่างมาก (กำจร หลุยยะพงศ์, 2565)

สำหรับการนำภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่ามาสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มในสินค้าเกษตรแปรรูปโดยยึดโยงกับพื้นที่ตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช ยังสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดจากความคิด ความรู้ที่สั่งสมกันมานาน ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นก็เกิดจากความคิดของคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นฐานสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนั้น การพัฒนาที่สร้างสรรค์ก็เป็นการพัฒนาที่วางอยู่บนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกิดจากการ “ต่อยอด” เพิ่มค่า “หาจุดต่าง” (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2554)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่าของสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล ของจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ยังสอดคล้องแนวทางการสร้างแบรนด์หรือให้คนจดจำที่ ตรีฤกษ์ เพชรมนต์ (2565) ให้แนวทางว่า ประกอบด้วย การสร้างในส่วนของเรื่องราว จะต้องใช้เวลาในการคิดและรวบรวม นำเสนอออกมาเป็นเรื่องราวที่สะท้อนตัวตนของแบรนด์ แต่ต้องตอบตัวเองให้ได้ก่อนว่า จะทำแบรนด์ไว้สื่อสารกับใคร ลูกค้ำที่สื่อสารด้วยคือใคร จะสื่อสารไปแบบไหนถึงจะเข้ากับธรรมชาติของลูกค้ากลุ่มนี้ และต่อมาคือการสร้างสัญลักษณ์ให้กับแบรนด์เมื่อสร้างเรื่องราวแล้ว สิ่งสำคัญอีกอย่าง คือ การสร้างสัญลักษณ์ให้กับแบรนด์ เพื่อที่จะได้เป็นรูปธรรมที่จับต้องได้ งานวิจัยครั้งนี้ นอกจากจะสอดคล้องกับแนวคิดข้างต้น ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญทวารณ วิงวอน อัจฉราภรณ์ วรรณมะกอก และอัจฉรา เมฆสุวรรณ (2557) เรื่อง แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการวิสาหกิจขนาดย่อม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ซึ่งได้ผลการวิจัยแนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ พบว่า เน้นการเรียนรู้จากธุรกิจอื่นที่ประสบความสำเร็จผ่านการนำความเชื่อ ศาสนา วัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินชีวิต และพิธีกรรมต่าง ๆ ด้วยการออกแบบรูปลักษณ์ใหม่ ๆ บนผลิตภัณฑ์หรือตำนานและเรื่องราวของผลิตภัณฑ์เน้นการสร้างความแตกต่างบนบรรจุภัณฑ์หรือตราสินค้าเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การนำภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่า สามารถนำมาสร้างอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น เขา ป่า นา เล ให้กลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมเพื่อเข้าสู่เกณฑ์ OTOP ที่ได้รับการคัดสรรที่ได้มาตรฐานต่อไป

2. สร้างมูลค่าเพิ่มจากการนำภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่า สามารถนำมาสร้างอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นทั้งแปงสาคุของตำบลอินศิรี อำเภอพรหมคีรี โลชั่นน้ำผึ้ง กลุ่มน้ำผึ้งไทรคอนกรีต อำเภอทุ่งสง ปลาตุกร้า ตำบลควนเค็ร้ง อำเภอชะอวด และปลาหวาน กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลปากพูน ตำบลปากพูน อำเภอเมือง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษา และทดลองการนำภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่า สามารถนำมาสร้างอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น
2. ควรมีการศึกษาประเมินผลการศึกษาภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่ามาสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่ม เพื่อหาแนวทางพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด และผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ สามารถนำไปเป็นต้นแบบได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง. (ม.ป.ป.). **นครศรีธรรมราช**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก:
<https://dmcrth.dmcr.go.th/attachment/dw/download.php?WP=nKq4MUN3oGu3ZHKCoMOahKGtnJg4WaNloGM3ZxjmoH9axUF5nrO4MNo7o3Qo7o3Q>
(2021, 10 ธันวาคม).
- กำจร หลุยยะพงศ์. (2565). **ก้าวใหม่ การสื่อสารกับชุมชนศึกษา**. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ตรีฤกษ์ เพชรมนต์. (2565). **การตลาด 101**. กรุงเทพฯ: พี เอ็น เค แอนด์ สกายพรีนติ้งส์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2554). **ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ:
เอ.พี. กราฟิค ดีไซน์และการพิมพ์.
- พรรณี พิมาพันธุ์ศรี. (2563). รูปแบบการมีส่วนร่วมเพื่อการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าภูมิปัญญา
ท้องถิ่นของชุมชน. **วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา**. 9(2): 105-106.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2562). **ข้อมูลฐานข้อมูล OTOP ปี 2562**.
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด. นครศรีธรรมราช: จังหวัดนครศรีธรรมราช.
- สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2561). **รายงานผลการทดสอบการศึกษาระดับชาติ
ขั้นพื้นฐาน O-NET จังหวัดนครศรีธรรมราช ปี 2561**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก:
http://nstpeo.go.th/pubnstpeo/2562_001.pdf?fbclid=IwAR1AUwZxRmY4Qq7xs
(2021, 15 ธันวาคม).
- สุวิทย์ วงศ์รุจิรวาณิชย์. (2564). **ท้องถิ่นอินเตอร์**. กรุงเทพฯ: ศิริชัย การพิมพ์.