

## การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วม: น้ำพริกแกงปรุงรส ของกลุ่มอาชีพ ตำบลคูขวาง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

### DEVELOPING CREATIVE PRODUCTS BY PARTICIPATORY ACTION: THAI SEASONING CURRY PRODUCTS OF OCCUPATIONAL GROUP AT KHU KHWANG SUB-DISTRICT, LAT LUM KARO DISTRICT, PATHUM THANI PROVINCE

เบญจางค์ อัจฉริยะโพธา<sup>1\*</sup> ดวงเดือน วัฒนารักษ์<sup>1</sup> วัฒนา อัจฉริยะโพธา<sup>1</sup>  
สุจาริณี สังข์วรรณะ<sup>1</sup> และวิชชญา ศิลาโน้อย<sup>2</sup>

Benjang Ascharyaphotha<sup>1\*</sup> Duangduan Wattanuruk<sup>1</sup> Wattana Ascharyaphotha<sup>1</sup>  
Sujarinee Sangwanna<sup>1</sup> and Wischaya Silano<sup>2</sup>

Received : 21 June 2023

Revised : 17 November 2023

Accepted : 22 November 2023

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน และ 2) ถ่ายทอดเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อาหารสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มอาชีพ พื้นที่ศึกษาคือ ตำบลคูขวาง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่สนใจจัดตั้งกลุ่มอาชีพ 15 คน ปราชญ์ชุมชนด้านอาหารไทย 3 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร 3 คน เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ การเสวนากลุ่ม ระดมความคิดเห็น สังเกต ประชุมเชิงปฏิบัติการ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากทรัพยากรทางการเกษตร ทุนทางความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทุนทางสังคมของชุมชนให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับวิถีชีวิตและความต้องการของคนในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการประกอบอาหารโดยต่อยอดจากภูมิปัญญาการทำน้ำพริกแกงดั้งเดิมของชุมชน ด้วยกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มอาชีพ ปราชญ์ชุมชน และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจนได้ 3 ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ น้ำพริกแกงเผ็ดปรุงรส น้ำพริกแกงส้มปรุงรส และน้ำพริกแกงเขียวหวานปรุงรส

<sup>1</sup> คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

<sup>2</sup> สำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

<sup>1</sup> Faculty of Science And Technology, Valaya Alongkorn University under the Royal Patronage  
Pathum Thani Province

<sup>2</sup> Office of Learning Support and Academic Services, Valaya Alongkorn University under the Royal  
Patronage Pathum Thani Province

\* ผู้นิพนธ์ประสานงาน E-mail: Benjang@vru.ac.th

จากนั้นถ่ายทอดองค์ความรู้และสูตรต้นแบบที่พัฒนาขึ้น ในด้านสูตรมาตรฐาน การยืดอายุการเก็บรักษา และระดมความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้สินค้ามีเอกลักษณ์และจดจำง่าย ส่งเสริมอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดใจแก่ผู้บริโภค

**คำสำคัญ:** น้ำพริกแกงปรุงรส / ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ / พัฒนาผลิตภัณฑ์

### ABSTRACT

This research is qualitative research, the purpose of this research were 1) to develop creative food products with community participation and 2) to transfer creative food product technology to professional groups. The study area is Khu Khwang Subdistrict, Lat Lum Kaeo District. Pathum Thani Province The sample group consisted of 15 people interested in forming professional groups, 3 Thai food community experts, and 3 creative food product development experts. Data were collected through interviews, group discussion, brainstorm, observation, workshop and qualitative data was analyzed by content analysis. It was found that, the sample group wanted to develop creative products from agricultural resources, knowledge capital, wisdom, culture and social capital of the community for sustainable benefits. The product is agreeable with the lifestyle and needs of people who want convenience in cooking by building, which base on the wisdom of curry paste traditional making of the community. Through the process of exchanging knowledge between professional groups, community philosopher and food product development experts. Finally, we have 3 products were seasoned red curry paste, seasoned sour curry paste and seasoned green curry paste. Then, we transfer knowledge and prototype formulas developed, in terms of standard formula extending shelf life to the sample group and brainstorming ideas and suggestions for developing creative food packaging with community participation, to make the product unique and easy to remember, promote product identity to attract consumers.

**Keywords:** Thai Seasoning Curry / Creative Product / Product Development

### บทนำ

ภูมิปัญญาไทย หมายถึง ความรู้ความสามารถ วิธีการ ผลงาน ที่คนไทยได้ค้นคว้า รวบรวม และจัดเป็นความรู้ถ่ายทอดปรับปรุงจากคนรุ่นหนึ่งมาสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จนเกิดผลิตผลที่พึงดงาม มีคุณค่ามีประโยชน์สามารถนำมาแก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตได้ ซึ่งแต่ละหมู่บ้านแต่ละชุมชนไทยล้วนมีการทำมาหากินที่สอดคล้องกับภูมิประเทศ มีผู้นำที่มีความรู้ มีฝีมือทางช่าง สามารถคิดประดิษฐ์ ตัดสินใจแก้ปัญหาของชาวบ้านได้ ผู้นำเหล่านี้เรียกว่า ปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้ทรงภูมิปัญญาไทย

(โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว, 2541) โดยภูมิปัญญาแต่ละชุมชนถือเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่า ดังนั้น เราควรช่วยกันอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาไทย รวมถึงถ่ายทอดให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้และนำไปปฏิบัติ สอดคล้องกับผลการวิจัยของสามารถ จันทรสุรีย์ (2536) เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่กับสังคมมนุษย์มายาวนาน และเป็นรูปแบบการดำรงในชีวิตที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของแต่ละท้องถิ่น มีการปรับตัวการดำเนินชีวิตให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมตามเวลา ดังนั้นภูมิปัญญาท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ เป็นองค์ความรู้ที่มีการเชื่อมโยงกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาชีพ เศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรม การพัฒนาภูมิปัญญาไทยหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถจัดการหรือดำเนินงานสืบต่อได้หลายรูปแบบ เช่น การอนุรักษ์ การฟื้นฟู การประยุกต์ และการสร้างใหม่ (จุฑามาศ ศรีรัตน, 2561) การนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทำให้เพิ่มมูลค่าและเกิดจุดขายแบบใหม่ รวมทั้งทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทยที่มีอยู่บวกกับความคิดสร้างสรรค์สามารถก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ที่ความเป็นไทยและมีความผสมผสานกับวัฒนธรรมอื่นด้วย เพื่อสามารถพัฒนาประเทศไปสู่ระดับสากลได้

ในสถานการณ์ของประเทศไทยในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ตามท้องถิ่นที่มาจากภูมิปัญญา กำลังได้รับความสนใจจากผู้บริโภค ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนหลายรายเข้ามาแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นไปในทิศทางของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นให้มีคุณภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในทิศทางที่ดีขึ้น ปัญหาหนึ่งที่พบได้ในเกือบทุกชุมชนพบว่า ยังมีปัญหาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่ผู้ประกอบการบางรายยังมองไม่เห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้เท่าที่ควร (อาทิตยา ลาวงศ์ และคณะ, 2564) ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ คือ ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบเชิงนวัตกรรมที่มีแนวคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของเทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดสิ่งแปลกใหม่และเป็นประโยชน์ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้ แนวคิดการสร้างผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ควรเกิดจากองค์ความรู้ด้านการออกแบบด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามาประยุกต์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (พัชรพรรณ เสงี่ยมศักดิ์, 2560) ดังนั้นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จึงต้องหันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ ส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงท้องถิ่นด้วยในเรื่องผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน

จากการศึกษาบริบท ศักยภาพตำบลคูขวาง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี พบว่าปัจจุบันเป็นพื้นที่เกษตรกรรมและโรงงานอุตสาหกรรม สภาพชุมชนเป็นวิถีชีวิตกึ่งเมืองกึ่งชนบท ลักษณะประชาชนในคูขวางประกอบ 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ คนที่มีถิ่นฐานดั้งเดิมและผู้ที่ย้ายเข้ามาอยู่ ประชาชนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ย้ายมาอยู่เพื่อประกอบอาชีพทำมาหาเลี้ยงชีพ พื้นที่ชุมชนส่วนใหญ่ใช้ในการเพาะปลูกเกษตรกรรมและปลูกบ้านเรือน พื้นที่ชุมชนมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีคลองส่งน้ำ และคลองชลประทานจำนวน 6 สาย ตลอดจนบ่อสาธารณะและบ่อส่วนตัว มีน้ำใช้เพียงพอตลอดปี คิดเป็นร้อยละ 100 และมีน้ำใช้ทางการเกษตรทั้งตำบล (5 หมู่บ้าน) ส่งผลให้เกิด

ความอุดมสมบูรณ์เหมาะต่อการเกษตรกรรม มีอาชีพหลักคือ การปลูกข้าว และแทบทุกครัวเรือนจะมีการปลูกพืชสมุนไพรในครัวเรือน ผักสวนครัวไว้ใช้รับประทานเอง เช่น ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด พริก กระเพรา โหระพา มะนาว มะกรูด กลั้ว มะม่วง มีส้วมน้ำตามธรรมชาติ ตลอดจนมีการเพาะเลี้ยงปลาบ่อ เช่น เลี้ยงปลากดกเพื่อจำหน่าย และมีผู้รู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ภูมิปัญญาชาวบ้าน/ปราชญ์ชุมชน จำนวน 42 คน ทั้งด้านอาหาร งานหัตถกรรม หมอพื้นบ้าน หมอเป่า เป็นต้น โดยได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่นมาตั้งแต่เด็กจากครอบครัว การถ่ายทอดองค์ความรู้จากการสนทนา บอกเล่า และลงมือทำ สิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นทรัพยากรในชุมชนที่สามารถนำมาก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าและเกิดจุดขายแบบใหม่และสามารถส่งเสริมอาชีพให้กับคนในชุมชนได้ อีกทั้งในพื้นที่ชุมชนตำบลคูขวางมีตลาดอุดมทรัพย์ ตลาดนัดบางเตย มีทุนทางสังคม และวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นด้านการท่องเที่ยว เช่น วัดบ่อทองซึ่งมีสถาปัตยกรรมมอญผสมผสานแหล่งท่องเที่ยวทุ่งนามอญ (และเป็นศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง บ้านคลองบางหลวง) ตลาดปิ่นฟ้าฟาร์ม ศูนย์การเรียนรู้และแหล่งศูนย์เรียนรู้ศาสตร์พระราชา “เห็ดสีบาสัน” และศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น (สินค้า OTOP) วิถีคลองบางหลวงวิถีมอญ ถือเป็นช่องทางหนึ่งในการจำหน่ายสินค้าชุมชนหรือเป็นแหล่งกระจายสินค้าชุมชนสู่ผู้บริโภคได้ ชุมชนมีลักษณะกึ่งเมืองกึ่งชนบท มีการประกอบอาหารกันน้อยลง ส่วนหนึ่งนิยมซื้ออาหารปรุงสำเร็จหรืออาหารจากตลาดมาบริโภค หากประกอบอาหารเองมักนิยมซื้อน้ำพริกแกงสำเร็จจากตลาดนำมาปรุงอาหาร ส่วนการตำน้ำพริกแกงรับประทานเองมีจำนวนไม่มาก มักพบในคนอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยตำพริกแกงใช้ประกอบอาหารในครอบครัวเองเป็นประจำหรือใช้ประกอบอาหารตามเทศกาลงานบุญต่าง ๆ เมื่อสอบถามพ่อค้าจำหน่ายน้ำพริกแกงในตลาดอุดมทรัพย์และตลาดนัดบางเตย พบว่า ใช้น้ำพริกแกงมาจากผู้ผลิตน้ำพริกแกงขายส่งที่อยู่ในและนอกพื้นที่ตำบลคูขวางมาจำหน่ายต่อ และจากการการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้ที่สนใจในการจัดตั้งกลุ่มอาชีพจำนวน 15 คน เป็นการสนทนากลุ่มในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมอาชีพชุมชน พบว่า สมาชิกกลุ่มยังไม่มีกรรวมตัวกลุ่มอาชีพชัดเจน นอกจากบางคนเป็นกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าว มีความต้องการมีอาชีพเสริมสร้างรายได้เพิ่มให้กับครอบครัว และต้องการเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นนวัตกรรมชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เมื่อมีการวิเคราะห์ร่วมกันกับนักวิจัย พบว่า กลุ่มเล็งเห็นการความสำคัญเกี่ยวกับการพึ่งพาตนเอง ด้วยการจัดการใช้ทรัพยากรทางการเกษตร ทุนทางความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทุนทางสังคมของชุมชนให้เกิดประโยชน์ ประสิทธิภาพและยั่งยืน ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ที่มีภายในครัวเรือนได้

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการเพิ่มมูลค่า สร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมอาชีพจากการรวมกลุ่มอาชีพ เพื่อเป็นแนวทางการสร้างรายได้และเพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน
2. เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อาหารสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มอาชีพ

## วิธีดำเนินการวิจัย

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มอาชีพ หรือผู้ที่มีความสนใจจัดตั้งกลุ่มอาชีพ ด้านผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ตำบลคูขวาง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 15 คน ส่วนนักปราชญ์ชุมชนด้านการทำอาหารไทย จำนวน 3 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์การทำน้ำพริกแกง เช่น แม่ครัวในงานบุญ งานเลี้ยงต่างๆ รวมถึงการประกอบอาชีพ โดยมีกลุ่มอาชีพและผู้นำชุมชนดำเนินการคัดเลือก ส่วนผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร สำหรับให้คำปรึกษาและร่วมพัฒนา จำนวน 3 คน โดยคัดเลือกจากประสบการณ์การทำงาน ความเชี่ยวชาญด้านอาหารไทย

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับกลุ่มอาชีพ ปราชญ์ชุมชนด้านอาหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อถ่ายทอด แลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตน้ำพริกสูตรดั้งเดิม ตลอดจนสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ร่วมกัน มีกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ สนทนากลุ่ม การระดมความคิด และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบการสัมภาษณ์ที่เป็นทางการ (Formal Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เพื่อซักถามข้อมูลในประเด็นด้านทรัพยากรชุมชน ด้านอาหาร วัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น นักปราชญ์ชุมชน รูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารที่สนใจ เพื่อส่งเสริมอาชีพ และการสัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการ (Informal Interview) หมายถึง การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบไม่ได้กำหนดคำถามไว้ล่วงหน้า เพื่อให้การพูดคุยมีอิสระอย่างเต็มที่รวมถึงการสังเกตวาทะภาษาระหว่างการสนทนา เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการเก็บรวบรวมข้อมูล นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participatory Observation) เพื่อเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาเครื่องมือนี้ตามกรอบแนวคิดการวิจัยและประเด็นที่ใช้ในการศึกษา ทั้งนี้ระหว่างการสัมภาษณ์นั้นจะผสมผสานกันทั้งข้อคำถามที่เตรียมมาและการสนทนาของผู้วิจัย กลุ่มอาชีพ นักปราชญ์ด้านอาหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร

2. การถ่ายทอดเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อาหารสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มอาชีพ เป็นการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับกลุ่มอาชีพ ปราชญ์ชุมชนด้านการทำอาหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มีกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ สนทนากลุ่ม การระดมความคิด และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบการสัมภาษณ์ที่เป็นทางการ (Formal Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ เพื่อซักถามข้อมูลในประเด็นด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ขนาดบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า โลโก้ สโลแกน คำแสดงบนผลิตภัณฑ์ และการสัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการ (Informal Interview) หมายถึง การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบไม่ได้กำหนดคำถามไว้ล่วงหน้า เพื่อให้

การพูดคุยมีอิสระอย่างเต็มที่รวมถึงการสังเกตวาทะภาษาระหว่างการสนทนา เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการเก็บรวบรวมข้อมูล นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participatory Observation) เพื่อเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาเครื่องมือนี้ตามกรอบแนวคิดการวิจัยและประเด็นที่ใช้ในการศึกษา ทั้งนี้ในระหว่างการสัมภาษณ์นั้นจะผสมผสานกันทั้งข้อคำถามที่เตรียมมาและการสนทนาระหว่างนักวิจัยและกลุ่มอาชีพ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขั้นเตรียมการ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นด้านบริบทชุมชน เพื่อนำมาศึกษาวิเคราะห์เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนงานวิจัยครั้งนี้ โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความ รายงาน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการสร้างเครือข่ายงานวิจัย และการจัดเวทีประชาคมระดับตำบล ระหว่างนายก อบต. รองนายก อบต. นักพัฒนาชุมชนเทศบาลตำบลคูขวาง กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนคนในชุมชนทั้ง 5 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 5 คน ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลคูขวาง เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินการและแสวงหาความร่วมมือ และเก็บข้อมูลบริบท ศักยภาพชุมชนโดยการสัมภาษณ์ การสังเกต และมีการสนทนากลุ่มย่อยแต่ละชุมชนด้านข้อมูลพื้นฐานของแต่ละชุมชนพอสังเขป กำหนดกรอบในการพัฒนาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ร่วมกัน รวมทั้งคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มตัวอย่างในการพัฒนา และทำการติดต่อกำนัน และนักพัฒนาชุมชนเทศบาลตำบลคูขวาง นัดหมายเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงเพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติม จากนั้นดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการประชุมเพื่อกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับกลุ่มอาชีพ ราษฎรชุมชนด้านการทำอาหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอด แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการผลิตน้ำพริกแกงสูตรดั้งเดิม กรรมวิธีการผลิต ตลอดจนพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงปรุงรส (ต้นแบบ) และพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม ระดมความคิดและการสังเกต

3. การถ่ายทอดเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อาหารสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มอาชีพ โดยประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชนเรื่องผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงปรุงรส ร่วมกับกลุ่มอาชีพ ราษฎรชุมชนด้านการทำอาหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม ระดมความคิด และการสังเกต

### การวิเคราะห์ข้อมูล

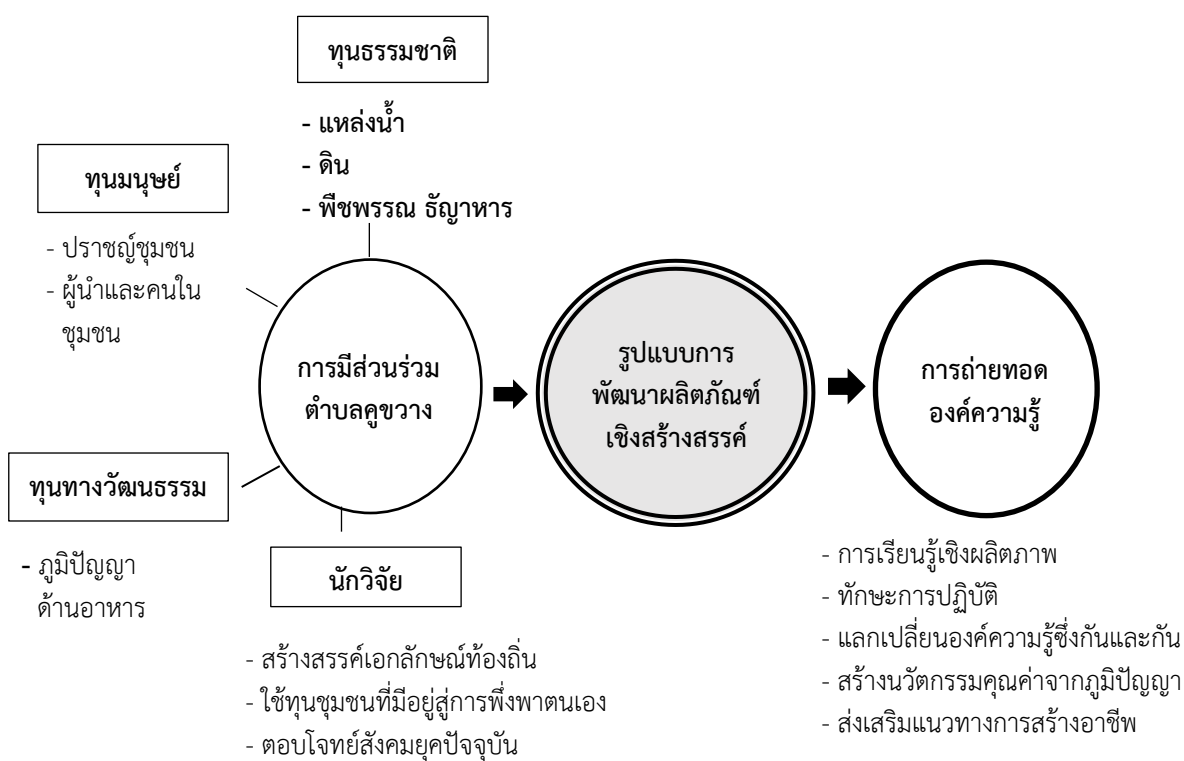
1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มมาสรุปข้อมูล โดยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Method) โดยมีการยืนยันด้านองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านน้ำพริกแกง ข้อมูลความเป็นไปได้ในการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ จากกลุ่มอาชีพ ประชาชนชาวบ้านที่มีภูมิปัญญาด้านน้ำพริกแกง และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

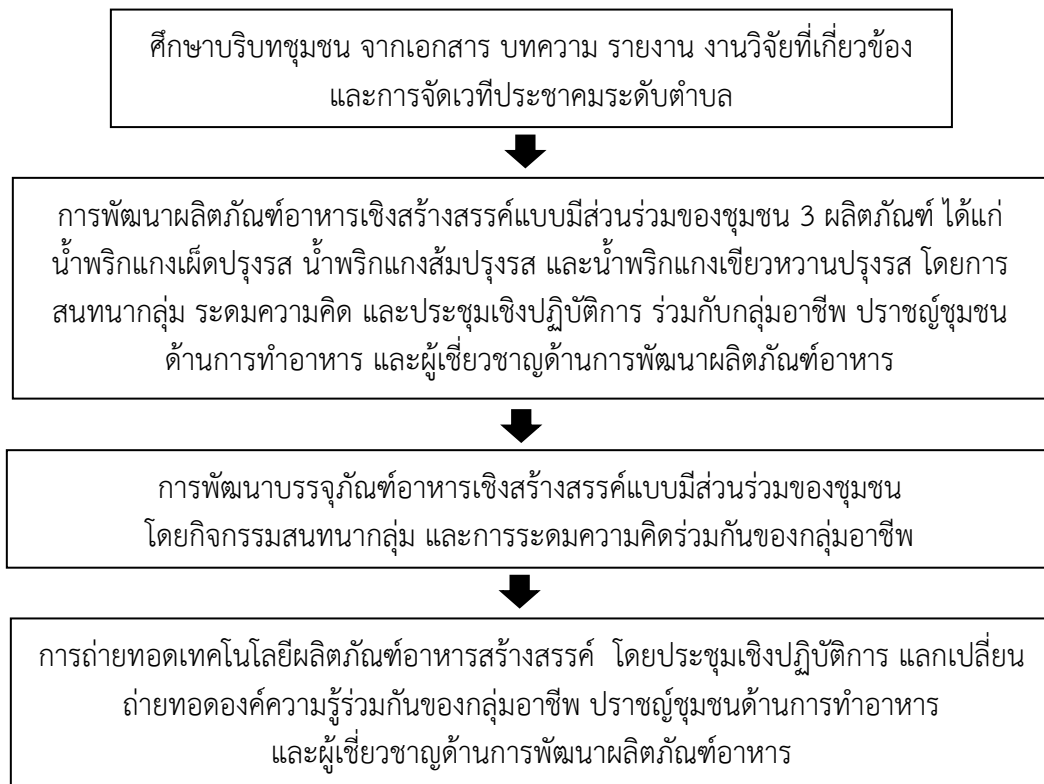
2. การถ่ายทอดเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อาหารสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มอาชีพ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การสังเกต มาสรุปข้อมูล

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีต่าง ๆ ดังนี้ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การระดมความคิด และการสังเกต ซึ่งการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากนั้นจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาอย่างเป็นเหตุและผล จัดหมวดหมู่ตามลักษณะข้อมูลแล้วบรรยายเชิงพรรณนาตามสภาพความเป็นจริงและปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการทำวิจัย  
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงปรุงรส

## ผลการวิจัย

### 1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน

#### 1.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน

จากการกำหนดรูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนเชิงสร้างสรรค์ร่วมกันของสมาชิกกลุ่มอาชีพที่สนใจ ประชาชนชุมชนด้านการทำอาหาร โดยมีแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากทรัพยากรในท้องถิ่น ตลอดจนสามารถใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ที่มีภายในชุมชนได้ และต่อยอดภูมิปัญญาชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มีความสร้างสรรค์ มีเอกลักษณ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากกรอบแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้มีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์จากความต้องการของกลุ่มอาชีพ จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ได้แก่ น้ำพริกแกงเผ็ดปรุงรส น้ำพริกแกงส้มปรุงรส และน้ำพริกแกงเขียวหวานปรุงรส โดยสมาชิกกลุ่มอาชีพเล็งเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ยังไม่ค่อยมีวางจำหน่ายในท้องตลาดมากนัก และสามารถตอบโจทย์วิถีชีวิตคนไทยในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต สามารถนำไปประกอบอาหารได้หลายเมนูอาหารโดยไม่ต้องเติมเครื่องปรุงรส อีกทั้งในพื้นที่ตำบลคูขวางแทบทุกครัวเรือนจะมีการปลูกพืชสมุนไพรในครัวเรือน ผักสวนครัวไว้ใช้รับประทานเอง เช่น ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด พริก มะกรูด ฯลฯ และมีผู้รู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือประชาชนชุมชน ด้านอาหารที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้ ตลอดจนยังตลาดสด และมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารได้



ภาพที่ 3 กิจกรรมการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับกลุ่มอาชีพ

ที่มา: ผู้วิจัย

จากนั้นทางสมาชิกกลุ่มอาชีพ ปราชญ์ชุมชนด้านการทำอาหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอด แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการผลิตน้ำพริกแกงสูตรดั้งเดิมของชุมชน ได้แก่ น้ำพริกแกงเผ็ด น้ำพริกแกงส้ม และน้ำพริกแกงเขียวหวาน ในประเด็นการผลิตน้ำพริกแกงดั้งเดิม วิธีทำ เทคนิคการทำ และนำมาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดปรุงรส น้ำพริกแกงส้มปรุงรส และน้ำพริกแกงเขียวหวานปรุงรส (สูตรต้นแบบ) ขึ้น โดยมีลักษณะการนำน้ำพริกแกงสูตรดั้งเดิมมาผัดกับน้ำมันพืช เติมเครื่องปรุงให้มีรสชาติแบบเข้มข้น เพื่อสามารถนำน้ำพริกแกงปรุงรสมาประกอบอาหารได้รสชาติอร่อย โดยไม่ต้องซื้อหาเครื่องปรุงหลายชนิดมาใช้ปรุงอาหารอีก รวมทั้งการใช้น้ำพริกแกงกระปุกเดียวสามารถสร้างเมนูอาหารได้หลายชนิด เช่น การใช้พริกแกงปรุงรสมาใช้ทำอาหารผัดพริกแกง ปลาตุ๋นผัดเผ็ด น้ำพริกปลาตุ๋น เป็นต้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงปรุงรส(สูตรต้นแบบ) เกิดจากกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างปราชญ์ชุมชนและผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร



ภาพที่ 4 น้ำพริกแกงปรุงรส 3 ผลิตภัณฑ์และแนวทางการประยุกต์ใช้  
ที่มา: ผู้วิจัย

## 1.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน

จากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ โดยมีส่วนร่วมกับกลุ่มอาชีพ เป็นกิจกรรมสนทนากลุ่ม และการระดมความคิดเพื่อสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ร่วมกัน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์พร้อมจำหน่ายสร้างอาชีพได้ มีข้อสรุปดังนี้

ทางกลุ่มอาชีพมีความต้องการบรรจุภัณฑ์น้ำพริกแกง ที่เป็นลักษณะกระปุกแก้ว ทรงกลมและฝาอลูมิเนียมแบบเกลียวล็อก ขนาด 200 กรัม และ 500 กรัม เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์สวยงาม มีคุณค่า ช่วยในการเก็บรักษา ย่อยต่อการจัดวาง การขนส่ง และช่วยส่งเสริมการขายทางการตลาดได้ และจากการระดมความคิดเกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้า โลโก้ สโลแกน คำแสดง โดยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน ได้ข้อสรุปดังนี้ ตราสินค้าใช้คำว่า น้ำพริกพอกำนัน (สอดคล้องกับชื่อกลุ่มอาชีพ) โลโก้ต้องการเป็นภาพกำนันในรูปแบบกราฟิกดีไซน์เพื่อให้ดูทันสมัย ใช้สโลแกนคำว่า อร่อยเหาะ เหมาะคู่ครัว และต้องการคำที่แสดงบนฉลากคำว่า ไม่ใช่วัตถุดิบเสีย ไม่ใช่สี ไม่ใช่แต่งกลิ่น ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น ใส่ใจทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิด ใช้ฉลากสินค้ารูปแบบเดียวกัน แตกต่างกันที่ชื่อชนิดน้ำพริกปรุงรสและใช้สีให้สอดคล้องกับลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยฉลากของน้ำพริกแกงเผ็ดปรุงรสเป็นสีโทนแดง น้ำพริกแกงส้มปรุงรส เป็นสีโทนส้ม และน้ำพริกแกงเขียวหวานปรุงรสเป็นสีโทนเขียว เพื่อให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย



ภาพที่ 5 กิจกรรมระดมความคิดเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า  
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 6 ตัวอย่างฉลากสินค้าต้นแบบ  
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 7 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์น้ำพริกปรุงรส 3 ผลิตภัณฑ์  
ที่มา: ผู้วิจัย

## 2. การถ่ายทอดเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อาหารสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มอาชีพ

นำองค์ความรู้ด้านการพัฒนาน้ำพริกแกงปรุงรส (สูตรต้นแบบ) ที่เกิดจากกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างปราชญ์ชุมชนและผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มาจัดประชุมเชิงปฏิบัติเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงปรุงรส (สูตรต้นแบบ) ให้แก่กลุ่มอาชีพ จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำพริกแกงเผ็ดปรุงรส น้ำพริกแกงส้มปรุงรส และน้ำพริกแกงเขียวหวานปรุงรส รวมทั้งถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านวิธีการจัดทำสูตรมาตรฐาน และการยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ โดยมีปราชญ์ชุมชนด้านอาหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเป็นผู้พัฒนาสูตรต้นแบบเป็นผู้ถ่ายทอดในลักษณะฝึกปฏิบัติการให้กับกลุ่มอาชีพ โดยมีการวิจารณ์และระดมความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาร่วมกัน จนได้น้ำพริกแกงปรุงรส (สูตรปรับปรุง) และมีกิจกรรมเชิงปฏิบัติกาประยุกต์ใช้น้ำพริกแกงปรุงรสมาประกอบอาหารต่าง ๆ โดยไม่ต้องใส่เครื่องปรุงรสเพิ่มเติม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาได้มีลักษณะตรงกับความต้องการของกลุ่มอาชีพ และให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วในการประกอบอาหาร ได้แก่ การทำปลาตุ๋นผัดพริกขิงและผัดพริกของถั่วฝักยาวจากน้ำพริกแกงเผ็ดปรุงรส แกงส้มผักรวมจากน้ำพริกแกงส้มปรุงรส แกงเขียวหวานจากน้ำพริกแกงเขียวหวานปรุงรส จากกิจกรรมดังกล่าว พบว่า กลุ่มอาชีพมีความรู้ความสามารถในการผลิตน้ำพริกแกงปรุงรสทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ สังเกตได้จากผลงานผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มอาชีพผลิตขึ้นมา รวมทั้งการเสนอแนะความคิดในการปรับปรุงสูตรร่วมกัน อีกทั้งเป็นชนิดอาหารที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนอยู่แล้วจึงทำให้กลุ่มอาชีพเรียนรู้ได้ง่าย จากนั้นได้มีการจัดประชุมหาแนวทางการจดทะเบียนจัดตั้งกลุ่มอาชีพ เพื่อสร้างรายได้และพัฒนากลุ่มอาชีพให้มีความเข้มแข็ง โดยได้รับความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอลาดหลุมแก้ว เป็นวิทยากรและอำนวยความสะดวกในการจดทะเบียนจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกแกงพอก้านัน (รหัสทะเบียน : 1-13-05-04/1-0015)





ภาพที่ 8 การประชุมเชิงปฏิบัติถ่ายทอดองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงปรุงรสที่พัฒนาแล้วสู่ชุมชน  
ที่มา: ผู้วิจัย

### อภิปรายผลการวิจัย

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วม: น้ำพริกแกงปรุงรส ของกลุ่มอาชีพ ตำบลคูขวาง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ในครั้งนี้เน้นกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ทางกลุ่มอาชีพมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำพริกแกงเผ็ดปรุงรส น้ำพริกแกงส้มปรุงรส และ น้ำพริกแกงเขียวหวานปรุงรส โดยวิเคราะห์ว่ามีความสอดคล้องกับทรัพยากรทางการเกษตร ทุนทางความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทุนทางสังคมของชุมชน เพื่อพึ่งพาตนเองด้วยการจัดการทรัพยากรในชุมชน อีกทั้งกระบวนการผลิตมีการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ที่หาง่ายมีภายในครัวเรือน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตและความต้องการของคนในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วในการประกอบอาหาร สามารถนำไปเป็นของขวัญของฝากวางจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนได้ด้วย สอดคล้องกับบุตชีชัย วิภาทานัง (2564) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญเพื่อเพิ่มผลผลิตให้กับชุมชนในระดับฐานราก ต้องนำวัฒนธรรม องค์ความรู้ ทักษะ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ มาใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมต่าง ๆ พัฒนาต่อยอดให้เกิดประโยชน์เป็นสินค้าของชุมชน เพื่อจำหน่ายได้ในเชิงพาณิชย์ที่ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้และพึ่งพาตนเอง และสอดคล้องกับอัจฉราวรรณ สุขเกิด และวรุณี เขาวนัสสุข (2565) พบว่า ภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรมสามารถใช้ประโยชน์ในการคิดต่อยอดได้ โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมด้านอาหาร ความเชื่อ ประเพณี สามารถสร้างคุณค่าให้กับวิสาหกิจ โดยการนำมาสร้างสรรค์ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของวิสาหกิจ สามารถสร้างรายได้ให้กับวิสาหกิจและคนในชุมชน จากการนำวัตถุดิบที่มีอยู่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่า และงานวิจัยของภานุ พิมพ์บุรณ์ และสุรพงษ์ แสงเรณู (2564) ได้ศึกษาเรื่องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน บ้านท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า แนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานของชุมชน คือ ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และมูลค่าด้วยการสร้างความแปลกใหม่ด้วยการคิดค้นหรือพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่อาศัยทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น อันจะเป็นการสื่อสารให้ลูกค้าได้เข้าใจถึงอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชน โดยปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานคือ

ทัศนคติและความน่าเชื่อถือของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานของชุมชนยังไม่มี ความชัดเจน อีกทั้งทรัพยากรบุคคลของชุมชนที่มีอยู่ก็เป็นกลุ่มผู้สูงอายุขาดการเชื่อมร้อยของ เครือข่ายการพัฒนาในชุมชน ในวัยแรงงานยังไม่ให้ความสำคัญ อีกทั้งชุมชนยังขาดความคิด ที่สร้างสรรค์ ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้งการขาด หน่วยงานทั้งภาครัฐหรือเอกชนที่จะเข้ามาเป็นภาคีร่วมพัฒนา

จากกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน: น้ำพริกแกง ประจวบ มีการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอด แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการ ผลิตน้ำพริกแกงสูตรดั้งเดิมร่วมกับสมาชิกกลุ่มอาชีพ ประชาชนชุมชนด้านการทำอาหาร ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ให้มีรูปแบบน่าสนใจ มีคุณภาพ และมีคุณลักษณะตรงกับความต้องการ ของกลุ่มอาชีพ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน และสามารถจำหน่ายเพื่อส่งเสริม รายได้ให้กลุ่มอาชีพ ถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่เกิดองค์ความรู้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน สอดคล้อง กับงานวิจัยของ ประมุข ศรีชัยวงษ์ และกรกมล ไวยราบุดร (2561) พบว่า การต่อยอดภูมิปัญญาและ ทรัพยากรท้องถิ่นจากโบราณมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวบ้าน ได้แก่ การทำย่านางผง ซึ่งเป็นกรรมวิธีที่ไม่ยุ่งยาก สามารถยืดอายุเก็บรักษาให้ยาวนาน สอดคล้อง กับผู้บริโภคในปัจจุบัน ตลอดจนสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่หลากหลาย จากงานวิจัยได้มีผลกระทบและความยั่งยืนของการเปลี่ยนแปลง โดยเกิดผลสะท้อน ให้เห็นการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นในชุมชน ได้แก่ พื้นฟูคุณค่าขององค์ความรู้ ภูมิปัญญา ท้องถิ่นและการถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้าน มายังคนรุ่นหลังถึงคุณประโยชน์ของย่านาง ทั้งในรูปแบบ ของอาหารประจำถิ่น สมุนไพรและประโยชน์ใช้สอยอื่น เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้และเห็นคุณค่าของ ย่านาง ได้วิธีการในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนจากย่านางในท้องถิ่น เกิดการส่งเสริมและพัฒนา เศรษฐกิจฐานรากของชุมชน เพิ่มทางเลือกและโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับประชาชน ตลอดจน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาเป็นอาชีพ ให้กับตนเองและชุมชนได้ ตลอดจนเกิดกระบวนการ เรียนรู้ แลกเปลี่ยนระหว่างประชาชน นักวิชาการ และนักวิจัย เกิดความรู้ใหม่ที่สามารถนำมาใช้ได้ ในชีวิตประจำวัน

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์โดยระดมความคิด แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร่วมกันของชุมชน พบว่า กลุ่มอาชีพออกแบบบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบกระปุกแก้วทรงกลมและฝาอลูมิเนียม โดยคำนึงถึงสวยงาม ช่วยในการเก็บรักษา การขนส่ง และช่วยส่งเสริมการขายทางการตลาดได้ ส่วนการออกแบบตราสินค้า ใช้คำสั้น กระชับ คำว่า น้ำพริกพอกำนัน โลโก้ต้องการเป็นภาพกำนัน ในรูปแบบกราฟิกดีไซน์ให้มีความทันสมัย เลือกใช้สีโลแกนคำว่า อร่อยเหาะ เหมาะคู่ครัว และต้องการ ค่าที่แสดงบนฉลากเพื่อสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์โดยใช้คำว่า ไม่ใช้วัตถุกันเสีย ไม่ใส่สี ไม่แต่งกลิ่น ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น ใส่ใจทุกขั้นตอนการผลิต โดยผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิดใช้ฉลากสินค้ารูปแบบ เดียวกัน แตกต่างกันที่ชื่อชนิดน้ำพริกประจวบและใช้สีแตกต่างกันโดยให้สอดคล้องกับสีน้ำพริกแกง แต่ละชนิด เพื่อให้ลูกค้าแยกแยะประเภท จดจำง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดร.ณิ มูเก็ม (2560) ศึกษาการสร้างและพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปริง พบว่า กลุ่มแม่บ้านเลือกบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วฝาเกลียวล็อก โดยมีความคิดเห็นว่าสามารถป้องกันไม่ให้ สินค้าเสื่อมสภาพหรือเสียหายเหมาะกับอาหารมีขนาดที่เหมาะสม เปิด-ปิดได้สะดวก ง่ายต่อการใช้งาน

รูปแบบหรือรูปทรงที่สวยงาม โดดเด่น บรรจุภัณฑ์ของสินค้าตรงตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า สามารถจัดวางได้เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า ทำจากวัสดุที่เหมาะสมต่อการเก็บรักษา เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝากของที่ระลึก และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของสินค้า ส่วนการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ให้ความเห็นด้วยกับการออกแบบให้งานมีพื้นผิวเรียบง่ายสื่อถึงระดับของผลิตภัณฑ์ ออกแบบพื้นที่ว่างให้โปร่งแสงสามารถเห็นสินค้าได้เหมาะสม และตัวอักษรตราสินค้าสื่อถึงความเป็นสากล โดยบรรจุภัณฑ์แบบขวดแก้วฝาเกลียวล๊อคสีเหลี่ยมปากกว้างขนาด 6 ออนซ์ ฝาดำสามารถป้องกันการสัมผัสกับน้ำหรือความชื้น กลิ่นคาว กลิ่นน้ำมันที่สามารถทำปฏิกิริยากับคุณสมบัติของอาหารได้จากการซึมผ่านเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ได้ และบรรจุภัณฑ์สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสินค้าประเภทอาหารที่แปรรูปที่มีลักษณะเดียวกันได้ และมีการใช้ภาพที่มีความสวยงามและข้อมูลสอดคล้องกับภาพลักษณ์สินค้า ตัวอักษรตราสินค้าอ่านง่าย เข้าใจง่ายและสามารถดึงดูดใจได้ทันทีเมื่อพบเห็น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นกุญแจสำคัญของการออกแบบและพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

งานวิจัยนี้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วม ส่งผลต่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนส่งเสริมการเรียนรู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ แต่ควรมีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ช่องทางการจำหน่ายต่าง ๆ อย่างมีส่วนร่วมทั้งกับชุมชนและเป็นรูปธรรม รวมทั้งองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ เพื่อช่วยให้กลุ่มอาชีพมีความเข้มแข็ง มีรายได้ที่มั่นคงขึ้น ตลอดจนสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืนยิ่งขึ้น

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากทรัพยากรอื่น ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน อาทิ ผลผลิตทางการเกษตร ทางธรรมชาติ รวมทั้งจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชน โดยเฉพาะภูมิปัญญาที่กำลังสูญหายไปหรือภูมิปัญญาที่แสดงถึงเอกลักษณ์ชุมชน จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีจุดโดดเด่นยิ่งขึ้น และสามารถเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อีกด้วย

### กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ที่สนับสนุนงบประมาณการวิจัย ตลอดจนเทศบาลตำบลคูขวาง สำนักงานเกษตรอำเภอลาดหลุมแก้ว และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอลาดหลุมแก้ว และกำนันผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกชุมชนตำบลคูขวาง จังหวัดปทุมธานี ที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกวรรณ ปุณณะตระกูล, ดร.จรีมาศ ดีอำมาตย์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชรลักษณ์ วัฒนไชย ที่ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงปรุงรสร่วมกับชุมชน รวมทั้งให้องค์ความรู้ด้านวิธีการจัดทำสู่มาตรฐาน การยืดอายุการเก็บรักษาอีกด้วย

## เอกสารอ้างอิง

- โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว.  
(2541). **สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน**. เล่มที่ 23 เรื่องที่ 1 ภูมิปัญญาไทย  
สำหรับระดับกลาง.
- จุฑามาศ ศรีรัตน. (2561). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับไทยแลนด์ 4.0. **วารสารเกษมบัณฑิต**.  
19(ฉบับพิเศษ): 208-228.
- ดร.ณิ มูเก็ม. (2560). การพัฒนารูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปริง  
จังหวัดพังงา. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์**.  
3(2): 69-79.
- ภาณุ พิมพ์บูรณ์ และสุรพงษ์ แสงเรณู. (2564). การขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์  
โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานบ้านท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด.  
**วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย**. 12(2): 163-172.
- ประมุข ศรีชัยวงษ์ และกรกมล ไวยราบุตร. (2561). การพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาชาวบ้านจาก  
ย่านางเป็นผลิตภัณฑ์อาหารชุมชน. **Area Based Development Research  
Journal**. 10(2): 160-170.
- พัชรพรพรรณ เสี่ยงศักดิ์. (2560). ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของไทย.  
(ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- วุฒิชัย วิภาทานันท์. (2564). การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยม้วนสอดไส้  
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรละลู่ จังหวัดสระแก้ว.  
**วารสารวิชาการศิลปสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร**. 12(2): 148-160.
- สามารถ จันทร์สุริย์. (2536). **ภูมิปัญญากับการพัฒนาชนบท**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิภูมิปัญญา.
- อมรรัตน์ อนันต์วราพงษ์. (2557). **รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านบางหัวเสือ  
จังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง**. [ออนไลน์],  
เข้าถึงได้จาก: <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/56789/2086>.  
(2566, 17 มิถุนายน)
- อัจฉราวรรณ สุขเกิด และวรุณี เขาวนสุขม. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าอาหาร  
จากภูมิปัญญาและทุนวัฒนธรรมมอญ จังหวัดปทุมธานี. **วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์**.  
12(3): 128-141.
- อาทิตยา ลาวงศ์, อรรถกร จิตกุล, ชัตติยา ชัชวาลพาณิชย์, ปัญจมาพร ผลเกิด, วรินทร์พิพัชร  
วัชรพงษ์เกษม. (2564). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น  
เพื่อการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนตำบลสายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์.  
**วารสารสหวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์**.  
5(1): 23-33.