การใช้เรื่องเล่าและภูมิปัญญาพื้นบ้านในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำตาลโตนด ของตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก*

Storytelling and Folk Wisdom in Palm sugar Packaging Development of Ban Yang Subdistrict, Wat Bot, Phitsanulok

ขวัญชนก นัยจรัญ[1]/ วาสินี มีเครือเอี่ยม[2]/ อรรถพล รอดแก้ว[3]

Khwanchanok Naijarun[1]/ Wasinee Meekrua-iam[2]/ Atthaphol Rodkaew[3]

[1-2]สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก 65000, ประเทศไทย

[3]สาขาวิชาบูรณาการสุขภาพ ความงาม และสปา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก 65000, ประเทศไทย

[1-2]Department of Thai Language, Faculty of Humanities and Social Sciences, Pibulsongkram Rajabhat University, Phitsanulok, 65000, Thailand

[3]Department of Integrated Wellness and Beauty, Faculty of Science and Technology, Pibulsongkram Rajabhat University, Phitsanulok, 65000, Thailand

**Corresponding author: nkhwanchanok@psru.ac.th*

Received: August 10, 2022
Revised: August 20, 2022
Accepted: August 22, 2022

Abstract

The objectives of this research were to 1) study stories and folk wisdom about Palm sugar identity and 2) to developing packaging from local materials of Ban Yang Subdistrict, Wat Bot District, Phitsanulok. This research was research and development, which was conducted using participatory action research. The sample group consisted of 30 representatives of community leaders, entrepreneurs and consumer. The research instruments included a questionnaire, a structured interview and survey. Data were

---

*บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การใช้เรื่องเล่าและภูมิปัญญาพื้นบ้านในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารจากวัสดุท้องถิ่น ตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก” ภายใต้ชุดโครงการเรื่อง “วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่น : การสร้างอัตลักษณ์สู่การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานเศรษฐกิจสีเขียว ของตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก”

analyzed using content analysis. The results revealed that 1) Storytelling and Folk Wisdom related to Palm sugar identity of Ban Yang Subdistrict, Wat Bot District, Phitsanulok consisted of narrations about the history of climbing sugar palm trees which was in accordance with the geographical features of the area. Sugar palm tree climbers have supernatural beliefs due to risk of accidents. Wisdom was classified into two types, namely, the wisdom of climbing sugar palm trees and the wisdom of making Palm sugar. 2) The developing packaging from local material by applying the product brand was derived from stories, folk wisdom and paintings related to palm sugar production process signifying the lifestyle and language of the people. Applying local wisdom of basketry which brings about beautiful, clean and attractive packaging.

Keywords: Storytelling, Folk Wisdom, Palm Sugar Packaging, Ban Yang Subdistrict

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเรื่องเล่าและภูมิปัญญาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของน้ำตาลโตนด และ 2) พัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่น ของตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา ดำเนินการวิจัยโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนผู้นำชุมชน ตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ และตัวแทนผู้บริโภคสินค้า จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง และแบบประเมินความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า 1) เรื่องเล่าและภูมิปัญญาเกี่ยวกับอัตลักษณ์น้ำตาลโตนด ของตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วยเรื่องเล่าเกี่ยวกับความเป็นมาของอาชีพการปีนตาลที่สอดคล้องกับลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ คนปีนตาลมีความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งเหนือธรรมชาติ เนื่องจากมีความเสี่ยงต่ออุบัติเหตุ ภูมิปัญญาจำแนกเป็น 2 ชนิด คือ ภูมิปัญญาการปีนตาล และภูมิปัญญาการทำน้ำตาลต้น (น้ำตาลปึก) และ 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่น ด้านตราผลิตภัณฑ์สินค้าใช้เรื่องเล่าและภูมิปัญญาพื้นบ้านเกี่ยวกับการทำน้ำตาลต้นเพื่อบอกเล่ากรรมวิธีการผลิตโดยใช้ภาพวาดจำลองวิถีชีวิตและกรรมวิธีการทำตาล ผสมผสานกับการบอกเล่าผ่านภาษา และใช้ภูมิปัญญาการจักสานส่งเสริมให้บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม สะอาด และน่าสนใจ

คำสำคัญ: เรื่องเล่า, ภูมิปัญญาพื้นบ้าน, บรรจุภัณฑ์น้ำตาลโตนด, ตำบลบ้านยาง

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561 – 2580 ได้กำหนดยุทธศาสตร์เป็น 6 ด้าน เพื่อให้ครอบคลุมต่อการพัฒนาประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยระบุในด้าน 4 การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม 4.3 การเสริมพลังทางสังคม 4.3.5 สนับสนุนการพัฒนาบนฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ระบุในความตอนหนึ่งว่า “ให้ความสำคัญกับองค์ความรู้และภูมิปัญญาของกลุ่มชน สร้างความภาคภูมิใจในรากเหง้าของคนในท้องถิ่น สร้างความเข้าใจและจุดร่วมบนความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ และส่งเสริมบทบาทของสถาบันการศึกษาในการช่วยยกระดับคุณค่าที่หลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรมให้เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากได้” (Royal Thai Government Gazette, 2021) จากยุทธศาสตร์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าต้องการส่งเสริมให้มีการใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

เรื่องเล่าและภูมิปัญญาของชุมชนจัดเป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมประการหนึ่งของพื้นที่ที่สามารถนำมาเป็นรากฐานในการสื่อสารภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นได้ อีกทั้งเรื่องเล่าและภูมิปัญญาท้องถิ่นยังสามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนในฐานะสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ ดังที่ Kasempholkoon (2017) ได้ทำวิจัยเรื่อง “เรื่องเล่าพื้นบ้านกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ผลการวิจัยแสดงความเป็นไปได้ของการพัฒนาคติชนในวิถีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านการบูรณาการองค์ความรู้ในเชิงมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ในประเด็นการใช้เรื่องเล่าพื้นบ้านเพื่อการสร้างคุณค่าและความหมายของท้องถิ่น โดยอธิบายว่าเรื่องเล่าพื้นบ้านช่วยสร้างคุณค่าและความหมาย รวมถึงความภาคภูมิใจของคนในท้องถิ่นด้วย ซึ่งเรื่องเล่าสามารถนำมาประกอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและเกิดผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยวบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิม แต่ทั้งนี้การเลือกใช้ข้อมูลคติชนเกี่ยวกับเรื่องเล่าพื้นบ้านจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของคนในท้องถิ่น อีกทั้งยังให้ข้อเสนอแนะว่าการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนถือเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจสำหรับนักคติชน เนื่องจากเป็นปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นถึงพลวัตของเรื่องเล่าในท้องถิ่นที่ปรับเปลี่ยนตามยุคสมัยและกลมกลืนไปกับวัฒนธรรมทุนนิยมเสรีได้อย่างลงตัว จากผลการวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเรื่องเล่าของชุมชนมีความสำคัญและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ นอกจากนี้การใช้ภูมิปัญญาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นสิ่งที่สามารถเสริมสร้างเสน่ห์ชุมชน และถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างหนึ่ง ดังที่ Pongnil (2005) ได้ศึกษาภูมิปัญญากว๊านพะเยา : บนเส้นทาง “ผลิตภัณฑ์ชุมชน” กับ “คนกินน้ำแม่เดียวกัน” โดยได้สรุปภูมิปัญญาของผลิตภัณฑ์ชุมชนว่า การใช้ภูมิปัญญาด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับบริบทของโลกาภิวัตน์และทุนนิยม การนำภูมิปัญญาด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกว๊านพะเยามาบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของชุมชนให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดี แต่ควรมีผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมรายได้และอาชีพของคนในท้องถิ่นผนวกรวมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย เพราะจะสามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชนนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนได้

พื้นที่ตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองพิษณุโลกประมาณ 42 กิโลเมตร พื้นที่ตำบลบ้านยางเป็นพื้นที่ที่อุดมไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมพื้นถิ่น เนื่องด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์เป็นพื้นที่ใต้เขื่อนแควน้อยบำรุงแดน จึงมีแม่น้ำแควน้อยไหลผ่าน ทำให้พื้นที่บางส่วนกลายเป็นทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่ และบางพื้นที่เป็นเกาะแก่ง ขณะเดียวกันก็เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติมีภูเขา ป่าไม้ในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาน้อย – เขาประดู่ และพื้นที่ราบสำหรับการทำนา ทำสวน ทำไร่ ชาวบ้านส่วนมากประกอบอาชีพเกษตรกรรม ผู้คนส่วนมากยังคงดำรงชีวิตโดยพึ่งพาธรรมชาติ พื้นที่ตำบลบ้านยางจึงเป็นพื้นที่ที่มีทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่โดดเด่น สามารถยกระดับคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมโดยสร้างสรรค์ให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของคนในพื้นที่ได้ ทั้งนี้ ตำบลบ้านยาง เริ่มมีการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมเมื่อ ปี พ.ศ. 2561 โดยการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) ให้ทำวิจัยเรื่อง “การค้นหาอัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายชุมชนตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก” โดยมีนายไร่ คงสิน เป็นหัวหน้าโครงการ และมีนักวิจัยพี่เลี้ยงจากมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามคอยให้คำแนะนำ ผลจากการวิจัยทำให้ตำบล บ้านยางมีการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชน มีการจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ้านยาง โดยความร่วมมือระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านยาง ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ รวมถึงมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น จุดเล่นน้ำท่าแก่ง ทะเลสาบน้ำจืดบ้านไร่สุขสมบูรณ์ เป็นต้น ทั้งนี้ตำบลบ้านยางได้ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเรื่อยมาจนกระทั่งเกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด – 19 จึงทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ต้องหยุดชะงักลง

ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของตำบลบ้านยางที่เด่นชัดประการหนึ่งคือวิถีชีวิตของคนปีนตาลซึ่งนับว่าเป็นอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่ โดยปัจจุบันมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตาลเพื่อจัดจำหน่าย และจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านน้ำคบ หมู่ที่ 4 ต.บ้านยาง อ.วัดโบสถ์ จ.พิษณุโลก โดยมีคุณน้ำค้าง คงสิน เป็นประธานกลุ่ม จากการศึกษาบริบทของผลิตภัณฑ์เบื้องต้นพบว่าการจัดจำหน่ายยังคงเป็นการจัดจำหน่ายแบบทั่วไป ไม่ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า ขณะที่กรรมวิธีการผลิตนั้นเต็มไปด้วยเรื่องราวและภูมิปัญญาพื้นถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ตำบลบ้านยาง อีกทั้งจากการศึกษาผลการวิจัยเรื่อง “การค้นหาอัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายชุมชนตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก” ของ Khongsin (2020) นั้น พบว่าพื้นที่ตำบลบ้านยางมีภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้งด้านการทำอาหาร การถนอมอาหาร รวมถึงงานฝีมือในเรื่องการจักสานด้วย ซึ่งภูมิปัญญาที่ปรากฏในพื้นที่เหล่านี้สามารถนำมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุจากท้องถิ่นได้ จะเห็นได้ว่าภูมิปัญญาเป็นกรรมวิธีการผลิตที่สามารถถ่ายทอดออกมาในลักษณะของเรื่องเล่าประกอบบรรจุภัณฑ์ หรือใช้ภูมิปัญญาในการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในฐานะสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ เช่น การจักสาน การเย็บใบตอง เพื่อทำเป็นภาชนะใส่อาหาร เป็นต้น

จากความสำคัญดังกล่าวนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องเล่าและภูมิปัญญาพื้นบ้าน กำหนดอัตลักษณ์และคัดสรรเรื่องเล่าและภูมิปัญญาดังกล่าวโดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ ในฐานะเจ้าของพื้นที่และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากนั้นจึงนำข้อมูลไปใช้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ตาลโตนดจากวัสดุท้องถิ่น ผลจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลกได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเรื่องเล่าและภูมิปัญญาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของการทำน้ำตาลโตนดในตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก

2. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นของตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดคติชนสร้างสรรค์

งานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้แนวคิดคติชนสร้างสรรค์ (Creative Folklore) ที่สังเคราะห์โดย ศิราพร ณ ถลาง (Nathalang, 2019) มาเป็นแนวคิดพื้นฐานในการสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้สามารถสรุปแนวคิดคติชนสร้างสรรค์ได้ดังนี้ ศิราพร ณ ถลาง ได้ปริทรรศน์แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์คติชนสร้างสรรค์ โดยอธิบายว่า ความสร้างสรรค์ หมายรวมถึง การทำซ้ำ การปรับเปลี่ยน การทำใหม่ การคิดใหม่ การสร้างความหมายใหม่ หากการกระทำนั้นเป็นไปเพื่อประโยชน์ของชุมชนหรือสังคม ตามธรรมชาติทุกวัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงปรากฏการณ์คติชนสร้างสรรค์ จึงเป็นการศึกษาปรากฏการณ์ธรรมชาติของวัฒนธรรมในลักษณะหนึ่ง บริบทสังคมโลกาภิวัตน์ บริบทการท่องเที่ยว และบริบทที่มุ่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นตัวเร่งที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์คติชนสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ “คติชนสร้างสรรค์” ตามทัศนะของศิราพร ณ ถลาง ได้อธิบายคำศัพท์เกี่ยวกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเรื่อง คติชนแท้-คติชนเทียม (folklore-fakelore), “ของแท้” “ของดั้งเดิม” “ของโบราณ” (authenticity), ภาพแทน (representation) และประเพณีประดิษฐ์ (invented tradition) และอธิบายทฤษฎีคติชนสร้างสรรค์ว่าเป็นทฤษฎีที่อธิบายวิธีการสร้างสรรค์คติชนในบริบทใหม่ ๆ และวิธีคิดของคนไทยซึ่งเป็นวิธีคิดแบบไทย ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะ คติชนสร้างสรรค์เป็นการนำเสนอคติชนที่มีการนำเสนอในรูปแบบใหม่ ๆ เนื้อหาใหม่ ๆ ด้วยวัตถุประสงค์ใหม่ ๆ คติชนสร้างสรรค์เป็นผลจากการปรับใช้คติชนอันเป็นรากเหง้าทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมมาปรับใช้ ซึ่งไม่ใช่การสร้างสรรค์ใหม่ทั้งหมดแต่เป็นเพียงการนำคติชน ความคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมมาปรับใช้ในบริบทใหม่ และให้ข้อสังเกตว่านิทานหรือเรื่องเล่าพื้นบ้านสามารถนำมาปรับใช้เพื่อนำเสนอด้วยวัตถุประสงค์และบริบทใหม่ ๆ ในปัจจุบันได้ โดยใช้ชื่อนิทานหรือชื่อตัวละครอันเป็นที่รู้จักแพร่หลาย ใช้อนุภาคในนิทาน สร้างความเชื่อและพิธีกรรมเพิ่มในการบูชาตัวละครแล้วของวิเศษในนิทาน ใช้บางตอนในนิทาน หรือใช้นิทานทั้งเรื่องก็ได้

คติชนสร้างสรรค์ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ ดังที่ Suthamdee (2022) ได้ศึกษาคติชนกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัด สมุทรสาคร โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคติชนกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และวิเคราะห์วิธีคิดในการสร้างสรรค์การท่องเที่ยวจากทุนวัฒนธรรม พบว่าศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร ได้ใช้คติชนเป็นเครื่องมือหลักในการถ่ายทอดเรื่องราว

เกี่ยวกับพันท้ายนรสิงห์ให้ปรากฏอย่างเป็นรูปธรรม โดดเด่น และสอดคล้องกัน รวมถึงใช้วัฒนธรรมประชานิยมสื่อสารกับคนร่วมสมัย คติชนและวัฒนธรรมประชานิยมที่ปรากฏสะท้อนให้เห็นทุนวัฒนธรรม 3 ประการ ทุนบุคคล ทุนรูปลักษณ์ และทุนสถาบัน จึงทำให้ศาลพันท้ายนรสิงห์กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าด้านประวัติศาสตร์ ด้านสุนทรียภาพ ด้านวิชาการ และด้านสังคม วิธีคิดในการสร้างสรรค์สถานที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ การหาจุดแข็งของทุนทางวัฒนธรรมในชุมชน การสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วน การนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทย การทำให้สถานที่เป็นที่ตอบสนองทั้งโลกสามัญและโลกศักดิ์สิทธิ์ และการประยุกต์ ใช้สื่อสมัยใหม่เพื่อสื่อสาร ผลิตซ้ำและนำเสนอกิจกรรมรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองผู้คน

จะเห็นได้ว่าแนวคิดคติชนสร้างสรรค์เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงกระแสความต้องการของคนปัจจุบัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งดีงาม เป็นแนวปฏิบัติสืบทอดกันมาของคนในแต่ละสังคมทั้งนี้วัฒนธรรมก็มีการเปลี่ยนแปลงตามบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไปเพื่อการสืบสานและดำรงอยู่ของวัฒนธรรม แนวคิดคติชนสร้างสรรค์เป็นการใช้ต้นทุนทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและตอบสนองตามนโยบายของภาครัฐ รวมถึงตอบสนองความต้องการของกลุ่มชนด้วย โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวตามเทศกาล การท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ล้วนต้องใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดคติชนสร้างสรรค์ดังกล่าวมาเป็นฐานคิดในการใช้เรื่องเล่าและภูมิปัญญาในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตาลโตนดจากวัสดุท้องถิ่น

แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

Chumkate (2017) อธิบายว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์คือความต้องการของผู้ผลิตที่ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้น หรือการต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมเพื่อสร้างผลกำไรให้กับสถานประกอบการมากขึ้น เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ลดการเสี่ยงภัยทางการตลาดที่ลูกค้าเสื่อมความนิยม รวมถึงเป็นการสร้างโอกาสใหม่ในการขยายช่องทางการตลาดมากยิ่งขึ้น และการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน เป็นกระบวนการดำเนินธุรกิจของคนในชุมชนที่ทำงานร่วมกับบุคคลอื่นให้บรรลุวัตถุประสงค์ของชุมชน ธุรกิจชุมชนไม่ได้มุ่งแต่การสร้างผลกำไรเท่านั้น หากแต่มุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับชุมชนด้วย ธุรกิจชุมชนต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับคนในชุมชนภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยเน้นกระบวนการใช้ทรัพยากรในชุมชนที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตั้งแต่การระดมทุน การทำกิจกรรมร่วมกัน การจัดสรรผลประโยชน์อันเกิดจากการใช้สิ่งที่มีอยู่ในชุมชนทั้งทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองและการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน ทั้งนี้ Chumkate (2017) ได้เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากการทำวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่าง ยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ว่าผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นควรสื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่เกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ ต้องทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่า มีมาตรฐาน มีเอกลักษณ์โดดเด่น เน้นเรื่องราว วิถีการดำเนินชีวิตและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ Parmotmuang, Sukontachart and Wongsuwan (2017) ได้ศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมืองถนนสายวัฒนธรรมไทยวนอำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี โดยศึกษาอัตลักษณ์ไทยวนและหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้างและด้านกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ดำเนินการออกแบบร่างและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และทดสอบประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ รวมถึงประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ผลการวิจัยด้านหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทางด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ออกแบบตามลักษณะการใช้งาน วัสดุและรูปแบบของโครงสร้างบางชนิดอาจใช้โครงสร้างสำเร็จรูปที่สามารถหาซื้อได้ในท้องตลาดโดยพิจารณาตามลักษณะการใช้งานที่เหมาะสม เพื่อลดต้นทุนแต่สามารถใช้งานได้ดี การออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์เน้นรูปแบบที่มีสีสันสดใส สวยงาม สะดุดตา โดยนำเอกลักษณ์จุดเด่นของชาวไทยวนทางด้านภูมิปัญญา เช่น ภูมิปัญญาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย อาหารการกิน เครื่องนุ่งห่ม การทำเครื่องใช้บูชา และด้านภาษาไทยวน มาใช้ประกอบการออกแบบในการสื่อความหมายการสร้างรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์นำแนวคิดรูปแบบที่ใช้สีสันสดใส สวยงาม สะดุดตามาใช้ ส่วนรูปภาพใช้ภาพกราฟฟิกเป็นหลัก และใช้ภาพถ่ายเหมือนจริงร่วมด้วยเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหา เรื่องราวของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และเน้นเรื่องราวที่แสดงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

จากแนวคิดและการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ โดยต้องทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่า มีมาตรฐาน มีเอกลักษณ์โดดเด่น เน้นเรื่องราว วิถีการดำเนินชีวิตและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตัวบรรจุภัณฑ์ควรมีสีสันสดใส สวยงาม สะดุดตา และใช้ภาพสื่อสารกับผู้บริโภคทั้งภาพกราฟฟิกและภาพถ่ายเสมือนจริง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ในการศึกษาเรื่องเล่าและภูมิปัญญาเกี่ยวกับตาลโตนด และนำมาพัฒนาเป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นบรรจุภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่น ซึ่งงานวิจัยนี้ผ่านการรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล ICH-GCP จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เลขที่ COA No. : 020/2022 PSRU-EC No.: 2021/077 ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกพื้นที่แบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ ตำบลบ้านยาง อำเภอ วัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นในด้านการทำผลิตภัณฑ์จากตาล มีพื้นที่ปลูกตาล และโรงเรียนปีนตาล อีกทั้งมีการขับเคลื่อนของผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้นำชุมชน ได้แก่ กำนันและผู้ใหญ่บ้านในตำบลบ้านยาง จำนวน 11 คน และกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านน้ำคบ จำนวน 28 คน และกลุ่มผู้บริโภค

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยศึกษาความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 7 คน และตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ (สมาชิกวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านน้ำคบ และคนปีนตาล) จำนวน 8 คน รวม 15 คน และผู้วิจัยศึกษาเรื่องเล่าและภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทำน้ำตาลโตนด โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านน้ำคบ และคนปีนตาล จำนวน 8 คน และผู้วิจัยศึกษาความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นโดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 7 คน ตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ 8 คน รวม 15 คน และตัวแทนกลุ่มผู้บริโภค โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตกลุ่มผู้บริโภคเป็นผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลต้นของตำบลบ้านยางเพื่อการบริโภค หรือเคยซื้อเป็นของฝากในงานเทศกาลต่าง ๆ จำนวน 15 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จึงรวมทั้งสิ้น 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามความต้องการการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง และแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ คือ น้ำตาลต้น (น้ำตาลปึก) เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง และจัดเวทีระดมสมอง (Focus Group) เพื่อกำหนดและคัดเลือกอัตลักษณ์สำหรับพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ ออกแบบร่างและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ และประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นโดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยใช้ระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ (Likert Scale) คือ พึงพอใจที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00) พอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50) ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50) ไม่พึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50) ไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ย 1-1.50) สรุปผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ปราชญ์ชุมชน กลุ่มคนปีนตาล กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เกี่ยวกับเรื่องเล่าและภูมิปัญญาในการทำน้ำตาลโตนด เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ ปรากฏผลดังนี้

ผลการวิจัยข้อที่ 1 เรื่องเล่าและภูมิปัญญาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของน้ำตาลโตนดในตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก

ในอดีตพื้นที่ตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก มีต้นตาลจำนวนมาก เนื่องจากคนนิยมปลูกต้นตาลเพื่อแสดงอาณาเขตที่ดิน ที่ตั้งของตำบลบ้านยางอยู่ห่างไกลจากตัวเมือง ดังนั้นเมื่อต้องทำอาหาร ปรุงอาหาร ทำขนมที่ต้องใช้รสหวานจากน้ำตาล จึงต้องใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาปรุงรสอาหาร จึงเกิดเป็นภูมิปัญญาการทำน้ำตาลโตนดซึ่งชาวบ้านเรียกว่าน้ำตาลต้น (ซึ่งมีที่มาจากน้ำตาลที่ทำสด ๆ จากต้น) ตาลจึงเป็นพืชเศรษฐกิจของตำบลบ้านยางตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยในอดีตชาวบ้านนำน้ำตาลต้น (น้ำตาลปึก) ไปแลกวัตถุดิบอื่น ๆ ข้าวของเครื่องใช้จากพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ข้าวสาร เกลือ เสื้อผ้า กระทั่งปัจจุบันยังคงมีการสืบทอดภูมิปัญญาในการปีนตาลและทำตาลอยู่เช่นกัน ผลผลิตจากตาลยังคงสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งเหนือธรรมชาติของคนปีนตาล

คนปีนตาลในตำบลบ้านยางมีความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งเหนือธรรมชาติ เนื่องจากการขึ้นต้นตาลมีความเสี่ยงเพราะตาลมีลำต้นสูง ดังนั้นก่อนจะขึ้นตาลจึงต้องมีการขอขมา และขออนุญาตสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สิ่งเหนือธรรมชาติ เช่น เทวดา เจ้าป่าเจ้าเขา เทพาอารักษ์ก่อนปีนขึ้นต้นตาล แนวปฏิบัตินี้ถูกสั่งสอนสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษให้บอกกล่าวก่อนขึ้นต้นตาล โดยการไหว้พะองตาล และไหว้ต้นตาล

การปีนตาล : ขั้นตอนและวิธีการ

การปีนตาลเป็นภูมิปัญญาของคนตำบลบ้านยางที่สั่งสอนและสืบทอดกันมาช้านาน คนปีนตาลตำบลบ้านยางมีขั้นตอนการปีนตาล ดังนี้ *การเตรียมพะอง* พะองตาลคือการนำไม้ไผ่ป่ามาแต่งกิ่ง สำหรับปีนขึ้นไปบนยอดเพื่อปาดตาล การเลือกพะองต้องเลือกไม้ไผ่ท่อนที่อยู่ถัดจากโคนซอขึ้นไป เพราะเนื้อไม้เหนียวและทนทาน พะองตาลมีอายุใช้งานประมาณ 4 -5 ปี *การพาดไม้พะองกับต้นตาล* ไม้พะองต้องมีความยาวเกินจากคอต้นตาลประมาณหนึ่งวา *การยึดพะอง* สมัยก่อนจะนิยมใช้ตอกสำหรับมัดพะองให้ติดกับต้นตาล โดยเริ่มจากโคนต้นตาลก่อน และรัดตอกไปจนถึงยอดตาล ในระยะหรือจังหวะก้าวขึ้นและลงที่พอเหมาะ แต่ในปัจจุบันคนทำตาลหลายคนหันมาใช้เชือกรัดพะองแทนการใช้ตอก เนื่องจากสะดวกและหาง่าย สำหรับการเก็บน้ำตาล ผู้ปีนตาลจะปีนตาลวันละ 2 ครั้ง คือ ช่วงเช้า (ประมาณ 5.00 น.) และช่วงบ่าย (ประมาณ 14.00 น.)

อุปกรณ์ในการทำตาล

อุปกรณ์ในการทำตาล ประกอบด้วย *ไม้นวดตาลตัวผู้ ไม้นวดตาลตัวเมีย กระบอกไม้ไผ่ใส่น้ำตาล* การคัดเลือกกระบอกใส่น้ำตาลนิยมใช้กระบอกไม้ไผ่สีสุกที่มีอายุอย่างน้อยสองปี เพราะปล้องค่อนข้างใหญ่ ตัดข้างหนึ่งทำเป็นปากกระบอก เจาะส่วนที่เป็นกระบอกให้พอดีสำหรับร้อยเชือก เพื่อนำกระบอกไปรองน้ำตาลจากต้นตาล โดยจะใช้เชือกผูกกระบอกไว้กับงวงตาล ก่อนนำกระบอกรองตาลไปใช้งาน ต้องนำกระบอกไปรมควันก่อนเพื่อให้กระบอกแห้ง *เปลือกไม้พะยอม* เป็นสารกับบูดจากธรรมชาติ ใช้สับใส่ไปในกระบอกน้ำตาลก่อนที่จะรองน้ำตาล ป้องกันน้ำตาลบูดก่อนที่จะถึงเวลาเก็บน้ำตาล

ภูมิปัญญาการทำน้ำตาลต้นของตำบลบ้านยาง

กรรมวิธีการทำน้ำตาลต้น คือ นำน้ำตาลที่รองมาจากต้น มากรองด้วยผ้าขาวบาง เทลงกระทะใบบัวตั้งไฟบนเตาทุเรียง ต้มประมาณ 120 นาที และเคี่ยวไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะได้ที่ จากนั้นยกลงจากเตาไฟและนำมาเคี่ยวต่อ เรียกกระบวนการนี้ว่า “การฟอกอากาศ” โดยใช้ไม้ที่เหลาจากไม้นุ่นมากวน เพราะไม้นุ่นมีน้ำหนักเบา กวนในลักษณะปาดให้เนื้อน้ำตาลถูกอากาศมากที่สุด เพื่อให้น้ำตาลจับตัวกัน แล้วนำมาขึ้นรูปด้วยการใช้ช้อน หรือใช้ไม้แปะ (ไม้ที่มีลักษณะคล้ายไม้พายขนาดเล็กใช้ในการตักน้ำตาลออกมาเป็นคบน้ำตาล หรือเป็นก้อน ๆ) มาแปะให้เป็นก้อนขนาดพอดีคำ ชาวบ้านเรียกว่า คบน้ำตาล จากนั้นนำคบน้ำตาลมาวางบน ผ้าขาวบาง รอจนกว่าน้ำตาลจะมีอุณหภูมิที่เย็นลง และจับตัวเป็นก้อน

วิธีสังเกตลักษณะสีของน้ำตาลต้น หากคบน้ำตาลเป็นสีแดง แสดงว่าใช้ไฟแรงไป ชาวบ้านเรียกว่า “แก่ไฟ” น้ำตาลที่แก่ไฟมีรสหวานจัด ส่วนลักษณะของคบน้ำตาลที่มีคุณภาพจะต้องมีสีขาว น้ำตาลที่มีคุณภาพจะให้รสชาติที่ไม่หวานมาก และมีความหอมมากกว่าคบน้ำตาลที่มีสีแดง

ทั้งนี้จากผลการศึกษาความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยใช้แบบสอบถามนั้น พบว่าบรรจุภัณฑ์ควรนำเสนออัตลักษณ์ของตำบลบ้านยาง โดยการบอกเล่าความเป็นมา และภูมิปัญญาของคนในพื้นที่เกี่ยวกับการทำตาลด้วย ผู้วิจัยจึงจัดเวทีประชุมระดมสมอง (Focus group) ร่วมกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน เพื่อสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการ (ปราชญ์ชุมชน คนปีนตาล) เกี่ยวกับเรื่องเล่าและภูมิปัญญาการทำน้ำตาลโตนด ผู้เข้าร่วมประชุมและนักวิจัยร่วมกันกำหนดอัตลักษณ์ และคัดเลือกอัตลักษณ์ที่จะใช้ประกอบในบรรจุภัณฑ์ นำเสนอรูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านข้อความและภาพวาด มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 อัตลักษณ์ที่ใช้ประกอบบรรจุภัณฑ์

เรื่องเล่าและภูมิปัญญา	รายละเอียด	อัตลักษณ์ประกอบบรรจุภัณฑ์
เรื่องเล่าเกี่ยวกับการทำตาลในพื้นที่ตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก	บอกเล่าเรื่องราวและการสืบทอดภูมิปัญญาการทำตาลของตำบลบ้านยางที่ถ่ายทอดสืบต่อ ๆ กันมารุ่นต่อรุ่นนานนับร้อย ๆ ปี	“น้ำตาลต้น” ของตำบลบ้านยาง ผลิตจากตาลโตนดอายุกว่าร้อยปี บนพื้นที่ราบเชิงเขาบ้านน้ำคบ ซึ่งมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาดั้งเดิมในการทำตาลรุ่นต่อรุ่นมานานนับร้อยปี น้ำตาลปึกแต่ละก้อนผ่านกรรมวิธีการผลิตและคัดสรรจากคนทำตาลมืออาชีพ ตั้งแต่ขึ้นพะองเก็บน้ำตาลจากต้น นำมาต้ม เคี่ยว จนกระทั่งกลายเป็นคบน้ำตาลที่มีรสหวานแบบพอดี ๆ มีสีและกลิ่นหอมจากธรรมชาติ น้ำตาลทุกก้อนจึงสะอาด และปลอดภัยสามารถนำไปปรุงอาหารเลิศรสได้หลากหลายเมนู
ภูมิปัญญาในการปีนตาลเพื่อเก็บน้ำตาลโตนดจากต้น	การปีนตาลเพื่อเก็บน้ำตาลโตนดจากต้นโดยใช้วิธีการนวดและเหนี่ยวงวงปาดตาลโดยแขวนกระบอกไม้ไผ่รองน้ำตาลไว้กับต้นตาลโตนด	
ภูมิปัญญาเกี่ยวกับกรรมวิธีการทำน้ำตาลต้น	นำน้ำตาลจากต้นมาเทผ่านผ้าขาวบางลงในกระทะ โดยติดไฟบนเตาทุเรียงโบราณ จากนั้นเคี่ยวน้ำตาลประมาณ 120 นาที	
ภูมิปัญญาเกี่ยวกับกรรมวิธีการทำน้ำตาลต้น	ยกกระทะน้ำตาลโตนดที่เคี่ยวแล้วลงจากเตาไฟ นำมาเคี่ยวต่อจนน้ำตาลจับตัวกันเรียกว่า การฟอกอากาศ	
ภูมิปัญญาเกี่ยวกับกรรมวิธีการทำน้ำตาลต้น	ใช้ไม้แปะมาตักน้ำตาลเป็นก้อน ๆ ออกจากกระทะ วางบนผ้าขาวบาง จากนั้นเก็บใส่บรรจุภัณฑ์ที่เตรียมไว้	

ผลการวิจัยข้อที่ 2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นของตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก

จากการศึกษาบริบทของบรรจุภัณฑ์น้ำตาลต้นที่จำหน่ายในชุมชน พบว่า ผู้ประกอบการใช้บรรจุภัณฑ์คือ ถุงพลาสติก โดยไม่มีตราสินค้า หรือการอธิบายความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 บริบทบรรจุภัณฑ์น้ำตาลต้น

กระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยนำผลการกำหนดและคัดเลือกอัตลักษณ์ที่จะใช้ประกอบในบรรจุภัณฑ์ มาดำเนินการออกแบบร่างและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ มีรายละเอียดดังนี้

การสร้างฉลากตราสินค้า ผู้วิจัยออกแบบฉลากสินค้าประเภท “น้ำตาลต้น” โดยใช้อัตลักษณ์ที่กำหนดและคัดเลือกจากเวทีระดมสมอง ร่างฉลากตราสินค้า และจัดประชุมร่วมกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อคัดเลือกภาพ สี รายละเอียดข้อความ และรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบลงในตราสินค้า ดังนี้





ภาพที่ 2 ฉลากตราสินค้า

การกำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ผลจากการสอบถามความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยใช้แบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าควรใช้ภูมิปัญญาในการจักสาน ด้านบรรจุภัณฑ์ควรใช้วัสดุจากพื้นที่ในตำบลบ้านยาง เช่น ใบตาล ไม้ไผ่ ผู้วิจัยนำผลจากการสอบถามความต้องการดังกล่าวมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยจัดประชุมร่วมกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ จำนวน 15 คน เพื่อร่วมกันออกแบบบรรจุภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น ได้ข้อสรุปว่าให้เลือกใช้ตอก และสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบโดยใช้ภูมิปัญญาการจักสานขึ้นรูปในแบบชะลอมจุก และชะลอมตลับ จึงได้สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 3 รูปแบบ ดังนี้

ตารางที่ 2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์

รูปแบบบรรจุภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น		
รูปแบบที่	**ด้านหน้า**	**ด้านหลัง**
1		
2		
3		

ผู้วิจัยนำรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นทั้ง 3 รูปแบบ ไปศึกษาความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้นำชุมชนและตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 15 คน และกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 15 คน ผลการประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบแต่ละรูปแบบ คิดเป็นระดับและค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	รูปแบบที่ 1	**รูปแบบที่ 2**	**รูปแบบที่ 3**
ตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น	มากที่สุด (4.8)	มาก (4.5)	มาก (4.5)
การแสดงอัตลักษณ์โดยใช้เรื่องเล่าและภูมิปัญญาปรากฏบนตราสินค้า	มากที่สุด (4.87)	มากที่สุด (4.87)	มากที่สุด (4.87)
บรรจุภัณฑ์แสดงเอกลักษณ์ของตำบลบ้านยาง	พึงพอใจที่สุด (4.51)	พึงพอใจที่สุด (4.53)	พึงพอใจที่สุด (4.51)
การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาของคนในพื้นที่ในการสร้างบรรจุภัณฑ์	พึงพอใจที่สุด (4.51)	พึงพอใจ (4.5)	พึงพอใจที่สุด (4.51)
บรรจุภัณฑ์มีการประยุกต์ใช้วัสดุในท้องถิ่น	พึงพอใจที่สุด (4.65)	พึงพอใจที่สุด (4.61)	พึงพอใจที่สุด (4.65)
บรรจุภัณฑ์สะอาด สวยงาม คงทน สามารถใช้งานได้จริง	พึงพอใจที่สุด (4.75)	พึงพอใจที่สุด (4.53)	พึงพอใจ (4.43)
ระดับความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวม	พึงพอใจที่สุด (4.87)	พึงพอใจที่สุด (4.53)	พึงพอใจ (4.48)
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.71	4.58	4.56

จากตารางแสดงให้เห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีอัตลักษณ์ของตำบลบ้านยาง และมีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาของคนในพื้นที่ คือ การจักสาน ใช้วัสดุจากพื้นที่ตำบลบ้านยาง คือ ไม้ไผ่ (ตอก) และบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม สะอาด และน่าสนใจ ตราผลิตภัณฑ์สินค้ามีลักษณะเฉพาะของตำบลบ้านยาง มีการใช้เรื่องเล่าและภูมิปัญญาพื้นบ้านเกี่ยวกับการทำน้ำตาลต้นเพื่อบอกเล่าความเป็นมาอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนโดยใช้ภาพวาดจำลองวิถีชีวิตและกรรมวิธีการทำน้ำตาลต้น ผสมผสานกับการใช้ภาษาเพื่อสื่อสารความเข้าใจ โดยมีระดับความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 ในระดับพึงพอใจที่สุด (4.71) บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 ในระดับพึงพอใจที่สุด (4.58) และบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 ในระดับพึงพอใจที่สุด (4.56)

ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจ จำนวน 30 คน มีระดับความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 มากที่สุด

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผลการใช้เรื่องเล่าและภูมิปัญญาพื้นบ้านในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ “น้ำตาลโตนด” ของตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ได้ดังนี้

1) เรื่องเล่าและภูมิปัญญาเกี่ยวกับอัตลักษณ์น้ำตาลโตนด ตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วยเรื่องเล่าเกี่ยวกับความเป็นมาของอาชีพการปีนตาลที่สอดคล้องกับลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งเหนือธรรมชาติของคนปีนตาลที่ต้องมีการขออนุญาตสิ่งศักดิ์สิทธิ์สิ่งเหนือธรรมชาติ เช่น เทวดา เจ้าป่าเจ้าเขา เทพาอารักษ์ก่อนปีนขึ้นต้นตาล แสดงให้เห็นว่าความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งเหนือธรรมชาติมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คน ดังนั้นก่อนกระทำกิจกรรมใด ๆ ที่มีความเสี่ยงชาวบ้านจึงมักหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจตามความเชื่อของกลุ่มคน ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งเหนือธรรมชาติของคนปีนตาลสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Nokkaew (2021) ที่สังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นตาลโตนดของไทย พบองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมตาลโตนดว่า ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีเฉพาะของตนที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความคิด และการกระทำ เป็นความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในต้นตาลโตนด เนื่องจากต้นตาลมีความสูงและเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุหรือพลัดตกลงมา คนขึ้นตาลแต่ละคนจึงมีสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจและความเชื่อที่แตกต่างกัน ปรากฏตัวอย่างพิธีกรรมที่ยังคงยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมาของคนทำตาล เช่น พิธีแรกตาลของอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี เป็นพิธีกรรมที่สร้างความเป็นสิริมงคลของคนทำตาลก่อนที่จะเริ่มฤดูทำตาล สิ่งนี้สะท้อนความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในต้นตาล ส่วนพิธีปิดฤดูทำตาลเป็นพิธีที่ทำขึ้นเมื่อสิ้นสุดฤดูทำตาล การที่บรรพบุรุษสร้างพิธีกรรมนี้ไว้เนื่องจากอาชีพตาลเป็นอาชีพที่เสี่ยงอันตราย เพราะมีการปีนขึ้นปีนลงโดยไม่มีอุปกรณ์ช่วยชีวิต การประกอบพิธีนี้ทำให้มีกำลังใจเพราะเชื่อว่ามีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คอยปกปักรักษา และในจังหวัดฉะเชิงเทรามีการประกอบพิธีกรรมที่เรียกว่า ประเพณีบุญป่าตาล เป็นการจัดพิธีเพื่ออุทิศบุญกุศลให้แก่ผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุตกต้นตาล

ภูมิปัญญาในการปีนตาลของตำบลบ้านยางมีอัตลักษณ์ คือ ขั้นตอนและวิธีการ รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำตาลมาจากวัสดุธรรมชาติ และภูมิปัญญาการทำน้ำตาลต้น (น้ำตาลปึก) เป็นภูมิปัญญาที่สืบสานรุ่นต่อรุ่น มีกรรมวิธีเรียบง่ายสอดคล้องกับวิถีชีวิตแสดงให้เห็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ ภูมิปัญญานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wiyaporn (2017) ที่ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับประโยชน์ของตาลโตนดในหมู่บ้านตาลโตนด ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี พบว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับประโยชน์ของต้นตาลโตนดเกี่ยวข้องกับความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์โดยนำภูมิปัญญาพื้นบ้านมาผสมผสานกับวิถีการดำเนินชีวิตรวมถึงวิถีชีวิต และถ่ายทอดสืบต่อกันมา

จนกลายเป็นองค์ความรู้ประจำท้องถิ่น ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมและปลูกฝังวิธีคิด การดำเนินชีวิตประจำวันให้แก่ลูกหลานเพื่อปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา และผลการวิจัยของ Kamnuansin (2019) เรื่องภูมิรู้และวัฒนธรรมการทำตาลโตนดของคนเพชรบุรีที่สะท้อนผ่านภาษา พบว่าวัฒนธรรมการทำตาลของคนเพชรบุรีปรากฏวัฒนธรรมทางความรู้และความคิด คือ ความสามารถในการสังเกตและจำแนกลักษณะต่าง ๆ เกี่ยวกับตาลโตนด กระทั่งกลายเป็นภูมิรู้และภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาจนกลายเป็นวัฒนธรรมตาลเมืองเพชร วัฒนธรรมทางการกระทำ คือกิจกรรมและกรรมวิธีต่าง ๆ ในการทำตาลตามวิถีการประกอบอาชีพทำตาลของชาวบ้านในท้องถิ่นที่เป็นแบบเดียวกัน และวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ ได้แก่ เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ในแต่ละขั้นตอนของการเก็บเกี่ยวผลิตผลจากตาล การเคี่ยวตาลซึ่งมีทั้งอุปกรณ์ที่ผลิตขึ้นเองและซื้อหา จึงกล่าวได้ว่าการทำตาลเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ที่เกิดจากการสั่งสมความรู้ การปฏิบัติ และถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่น กระทั่งกลายเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มคนและพื้นที่

2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นที่แสดงอัตลักษณ์ของตำบลบ้านยาง โดยประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาการจักสานจากใช้วัสดุจากพื้นที่ตำบลบ้านยาง คือ ไม้ไผ่ (ตอก) และบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม สะอาด และน่าสนใจ ตราผลิตภัณฑ์สินค้ามีลักษณะเฉพาะของตำบลบ้านยาง มีการใช้เรื่องเล่าและภูมิปัญญาพื้นบ้านเกี่ยวกับการทำน้ำตาลต้นเพื่อบอกเล่าความเป็นมาอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยใช้ภาพวาดจำลองวิถีชีวิตและกรรมวิธีการทำตาล ผสมผสานกับการใช้ภาษาเพื่อสื่อสารความเข้าใจ ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นที่พัฒนาขึ้นสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ผลิตและผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในระดับ มากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Bamroongboon & Potiwan (2021) ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคามเพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น คือ พระธาตุนาดูน ผ้าไหม และตักสิลานคร จึงนำมาสู่การตีความ ให้ความหมายและนำมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่น จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ คือ พวงกุญแจ กระเป๋า และเสื้อที่มีลวดลายมาจากการออกแบบลายที่พัฒนาขึ้น จากการสำรวจ สัมภาษณ์และการระดมสมองของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ พบว่า ชาวบ้านและชุมชนผู้ผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้นส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา และในพื้นที่มีวัสดุธรรมชาติเป็นจำนวนมาก เช่น ไม้ไผ่ ฟาง ข้าวดินเหนียว เป็นต้น ส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตต้องการที่จะนำวัสดุที่มีในธรรมชาติดังกล่าวมาเป็นวัสดุในการผลิต แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงต้นทุนและแรงงานเป็นสำคัญด้วย และผลการวิจัยของ Kasempholkoon (2013) ที่ศึกษาเรื่องเล่าพื้นบ้านกับการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวท้องถิ่นในภาคกลาง : มิติความสัมพันธ์ระหว่างปรากฏการณ์โหยหาอดีตกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่าเรื่องเล่าพื้นบ้านมีบทบาทที่น่าสนใจในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ท่ามกลางปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทย ทั้งในฐานะส่วนหนึ่งของการจำลองและสร้างอดีตเพื่อการท่องเที่ยว ฐานะเครื่องมือเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ และการท่องเที่ยว และฐานะการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นคนไทยรุ่นใหม่ให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งนับว่าเป็นตัวอย่างสำคัญในการใช้คติชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะเห็นได้ว่าเรื่องเล่าและภูมิปัญญาสามารถนำมาใช้ประกอบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างน่าสนใจ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของตำบลบ้านยาง อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลกได้ในอนาคต อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่มีการหยิบยกเรื่องเล่าและภูมิปัญญามาเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอ

แนะว่าหากมีการทำวิจัยเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครั้งต่อไป ควรมีการเปรียบเทียบความแตกต่างของราคาผลิตภัณฑ์ก่อน - หลังการพัฒนา และศึกษายอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นจะทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

References

Bamroongboon, K. & Potiwan, P. (2021). The Development of Souvenirs to Represent Local Identity of Maha Sarakham to Elevate Economic Value. **Journal Of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University, 40** (2), 7-24. (In Thai)

Chumkate, J. (2017). **Product Development from Local Wisdom to Increase an Efficiency of Community-Based Management with Sustainability in Thai-Muslim Village, Amphur Cha Am, Phetchaburi Province**. [Grant]. Faculty of Management Science Silpakorn University. (In Thai)

Kamnuansin, S. (2019). The knowledge and culture of palm sugar making of Phetchaburi people reflected in language. **Journal of Language and Culture, 38** (1), 41-64. (In Thai)

Kasempholkoon, A. (2013). Local Narratives and the Making of the Value Additions for Local Products: Relationship between Nostalgic Phenomena and Creative Economy. **Journal of Letters**. 42 (2), 103 – 132. (In Thai)

Kasempholkoon, A. (2017). Local Narratives and the Making of the Value Additions for Local Products (OTOP) in Creative Economy. In S. Nathalang (Ed.), **The Narratives of Thai Local for World Change**. (2nd ed., pp. 19-63). Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization). (In Thai)

Khongsin R. (2020). **The search for cultural identity in tourism with the participation of partners community network of Ban yang Subdistrict, Wat Bot, Phitsanulok** (Project No. RDG61N0029) [Grant]. The Thailand Research Fund (TRF) (In Thai)

Ministry of Tourism and Sports. (2021, November 17). **Strategy for promoting green tourism**. https://chainat.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=954. (In Thai)

Nathalang, S. (2019). **"Creative Folklore" : Synthesis and Theory**. (2nd ed.). Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization). (In Thai)

Nokkaew, J. (2021). Local wisdom of Thai palm sugar: Synthesis of knowledge from research. **TLA Bulletin, 65** (1), 35-56. (In Thai)

Parmotmung, M., Sukontachart, Th. & Wongsuwan, S. (2017). **Study Thaiyoun cultural identity of Thailand for package design, local food. Street culture of Sao Hai District, Saraburi**. [Grant]. Rakamagala University of Technology Phra Nakhon. (In Thai)

Pongnil, M. (2005). Wisdom of Kwan Phayao : On the path "community products" and "people eat the same river". In D. Inmuan (Ed.), **Wisdom and Community Empowerment**. Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization). (In Thai)

Royal Thai Government Gazette. (2021, November 17). **National Strategy 2018 – 2037**. https://drive.google.com/file/d/1XSBMp8OCsauJqECOB-XZLB91-cRrNsEV/view. (In Thai)

Wiyaporn, S. (2017). The study of local wisdom related about Tantanode Tantanode Village, Tham Rong Sup-District, Ban Lat District, Phetchaburi Province. **Journal Of Nakhonratchasima College**, **11** (3), 132-138. (In Thai)

Suthamdee, A. (2022). The Relationship Between Folklore and Cultural Tourism: A Case Study of Pantainorasingh Shrine, Samutsakorn Province. **Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University, 41** (1), 138-151. (In Thai)