

การพลิกฟื้นอัตลักษณ์วิถีชุมชนให้เกิดมูลค่าไปสู่การพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ให้กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุ
บ้านเนินสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

Revitalizing Community Identity to Create Value for
Local Wisdom-Based Product Development to Increase Income for
Women and the Elderly in Noen Sadao Village,
Chumsaeng District, Nakhon Sawan Province

พงษ์ทอง เฮครอฟท์¹, อธิกัญญ์ มาลี² และ จิตาพัชญ์ ไยเทศ³
Phongthong Haycroft¹, Athikan Malee² and Jitaphat Yaithet³

Received: 12 March 2025; Revised: 06 June 2025; Accepted: 07 June 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สืบสานและฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นและอัตลักษณ์ชุมชนชาวมอญบ้านเนินสะเดาให้เกิดความยั่งยืน 2) ศึกษาและพัฒนาแนวทางการสร้างผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างอาชีพและเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุในชุมชน และ 3) เพิ่มมูลค่าพืชผลทางการเกษตรเพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีอัตลักษณ์และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว การวิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างรวม 41 คน ประกอบด้วยผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการ และอาจารย์มหาวิทยาลัย ซึ่งได้จากการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการผ่านการสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึก ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและการสังเคราะห์แบบองค์รวม นำเสนอผลเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ชุมชนสามารถฟื้นฟูและจัดงานประเพณีดำข้าวเม่า ร่วมกับชุมชนได้สำเร็จ ซึ่งเสริมสร้างความภาคภูมิใจและความสามัคคี 2) สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นต้นแบบจำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไผ่ฟอกใส่ข้าวเม่า คุกกี้ข้าวเม่า ชาใบข้าวหอม ไช้รับกล้วย และกระยาสารทไช้รับกล้วย 3) ได้ออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนตัวตนชุมชนและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นชี้ให้เห็นว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน การถ่ายทอดภูมิปัญญา และการยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เป็นกุญแจสำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัต

^{1 2 3} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์; Faculty of Management Science Nakhon Sawan Rajabhat University

Corresponding Author, E-mail: phongthong.h@nsru.ac.th

ลักษณะและสร้างรายได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายคือการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนและการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ชุมชน; ผลิตภัณฑ์ชุมชน; ภูมิปัญญาท้องถิ่น

Abstract

This study aimed to 1) preserve and revitalize the local culture and community identity of the Mon ethnic group in Noen Sadao Village to ensure long-term sustainability; 2) explore and develop approaches for creating local wisdom-based products to promote employment and increase income for women and the elderly in the community; and 3) enhance the value of agricultural products to support the development of new identity-based products that attract tourists. The research employed a qualitative participatory action research (PAR) design. The population and sample consisted of 41 participants, including community leaders, government officials, women and elderly groups, local entrepreneurs, and university lecturers, selected through purposive sampling. Research instruments included semi-structured interviews that were validated for content accuracy by three experts. Data were collected through focus group discussions and in-depth interviews, while data analysis was conducted using content analysis and holistic synthesis, with the findings presented descriptively.

The results revealed that: 1) the community successfully revived and organized the traditional “Khao Mao Making Ceremony,” strengthening community pride and unity; 2) five prototype local wisdom-based products were developed, including Daifuku stuffed with Khao Mao, Khao Mao cookies, fragrant rice leaf tea, banana syrup, and Krayasart with banana syrup; and 3) a community brand identity and packaging design were created, effectively reflecting local identity and enhancing product value. The findings indicate that community participation, knowledge transmission, and improved quality of life among the elderly are key drivers in creating identity-based community products and fostering sustainable income generation. Policy recommendations include establishing a community enterprise and developing product standards to expand marketing opportunities and build consumer confidence.

Keywords: Community Identity; Community Products; Local Wisdom

บทนำ

เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์วิถีชุมชนในแต่ละท้องถิ่นซึ่งนับวันจะถูกกลืนอันเนื่องมาจากการดำเนินชีวิตของสังคมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้นโยบายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนกลายเป็นประเด็นหลักของภาครัฐ ซึ่งปัจจุบันรัฐบาลมีการจัดสรรงบประมาณและมีนโยบายเพื่อส่งเสริมให้มีการฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามลักษณะของพื้นที่ ซึ่งเน้นที่เอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและความเป็นอัตลักษณ์วิถีของท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2565) อัตลักษณ์ชุมชนเป็นสิ่งที่เกิดจากรากเหง้าหรือวัฒนธรรมทางสังคมที่ถูกหล่อหลอมให้เกิดขึ้นมาและใช้ในการยึดเป็นภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมประเพณีในการปฏิบัติในสังคม นั้น ๆ ซึ่งมีความโดดเด่นหรือความแตกต่างกับขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมในสังคมอื่น ๆ อันเป็นลักษณะเฉพาะกลุ่มชุมชนที่สามารถสะท้อนออกมาในรูปแบบภูมิปัญญาท้องถิ่น (ชลธิชา มาลาหอม, 2555) ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นประกอบด้วย องค์ความรู้ ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจนของคนในท้องถิ่นที่ได้จากการสั่งสมประสบการณ์และการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนานหรือในช่วงระยะเวลาหนึ่ง มีการคิดค้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แล้วถ่ายทอดสืบทอดกันมาใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและดำรงชีวิตให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติสังคม และวัฒนธรรมอย่างเหมาะสมกับยุคสมัย (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564)

เอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชนในเขตอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อสืบค้นจะพบชาติพันธุ์ที่มีเชื้อสายชาวมอญที่ล่องเรือค้าขายและอพยพมาตามแม่น้ำน่านแล้วมาขึ้นฝั่งที่ ตำบลเกยไชย ปักหลักฐานอยู่เป็นระยะเวลาช้านาน ชนเชื้อสายมอญเป็นกลุ่มคนที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและมีความเชื่อในการดำเนินชีวิตที่น่าสนใจอยู่ไม่น้อย แต่ต่อมามีเสน่ห์ด้านวัฒนธรรม อาทิ อาหาร ความเชื่อ การแต่งกาย และภาษา นั้นค่อย ๆ ลบเลือนไป ซึ่งปัจจุบันชุมชนนี้กำลังโหยหาที่จะกอบกู้วัฒนธรรมชาวมอญให้กลับคืนมา ตามคำบอกเล่าของคนชาวมอญในชุมชนบ้านเนสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ มีประเพณีกวนกระยาสารท ของคนมอญในเดือน 11 และประเพณีดำข้าวเม่า ที่สืบสานคู่กับคนไทยที่จัดขึ้นในเดือน 12 ของทุกปี สำหรับประเพณีดำข้าวเม่าเป็นวัฒนธรรมด้านความเชื่อในการบูชาผี (ทิพย์สุดา รันนิน, 2558) แต่ปัจจุบันชุมชนบ้านเนสะเดาขาดการสืบสานวัฒนธรรมนี้อย่างต่อเนื่องและผู้นำชุมชนก็เกรงว่าวัฒนธรรมนี้อีกไม่นานก็จะสูญหายไป อีกทั้งประเพณีดำข้าวเม่านั้นเป็นกิจกรรมที่คนในชุมชนรวมตัวทำกิจกรรมร่วมกันอย่างสนุกสนานและขนมที่ได้จากการดำข้าวเม่าก็อร่อยมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์สะท้อนวิถีชาวบ้านที่แสนจะเรียบง่ายบอกเล่าผ่านวัตถุซึ่งเป็นผลิตผลทางการเกษตรในพื้นที่ชุมชนอีกด้วย

ชุมชนบ้านเนสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ มีกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุที่มีฝีมือในการทำขนมไทยโดยเฉพาะการกวนกระยาสารทที่ได้ผสมผสานกับภูมิปัญญาของชาวมอญ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้ของชุมชนนี้เป็นการหลอมรวมจากองค์ความรู้ ความเชื่อ ความสามารถ

ความชัดเจนของคนในท้องถิ่นที่ได้จากการสังสมประสบการณ์และการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลา ยาวนานหรือในช่วงระยะเวลาหนึ่ง มีการคิดค้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่องแล้วถ่ายทอดสืบทอดกันมา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและดำรง ชีวิตให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมอย่างเหมาะสมกับยุคสมัยที่สามารถนำไปพัฒนาเป็นสินค้าของชุมชนได้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564) การพัฒนาสินค้าชุมชนต้องสามารถสะท้อนวัฒนธรรมที่มีความ เป็นอัตลักษณ์ของถิ่น ซึ่งอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยมนุษย์จากกระบวนการทางสังคม และมีลักษณะเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา เป็นความสำนึก ความคิดเห็น ความรู้ สึกที่คนในสังคมมีต่อ ท้องถิ่น และมีลักษณะเด่นเฉพาะตัว โดยมีขั้นตอนในการสร้างและสืบทอดต่อกันมา (พระครูใบฎีกา วิชาญ วิสุทฺธ (ทรงราชย์) และภักดี โพธิ์สิงห์, 2565) ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการ ท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและมีรายละเอียด เพราะจะต้องเป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นมา และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นได้อย่างชัดเจน มีเรื่องราวที่น่าสนใจสอดคล้องกับบริบททางนิเวศน์ และวัฒนธรรมของพื้นที่

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า ถ้าสามารถเชื่อมโยงประเพณีตำข้าวเม่า ผลผลิตทางการเกษตรของ ท้องถิ่น ประกอบกับภูมิปัญญาของชาวบ้านมาเป็นปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้จะเป็นแนวทางนำไปสู่การสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น การพลิกฟื้น อัตลักษณ์วิถีชุมชนให้เกิดมูลค่าไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ให้กลุ่ม สตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นการหาแนวทางการพัฒนา ชุมชนฐานรากให้เกิดความเข้มแข็งโดยใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมมาก่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์นำไปสู่การ พัฒนาคุณภาพชีวิต เพิ่มมูลค่าพืชผลทางการเกษตร และเพิ่มรายได้ในครัวเรือนอันเป็นการ วางรากฐานความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและอัตลักษณ์ชุมชนชาวมอญบ้านเนินสะเดา อำเภอ ชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ให้เกิดความยั่งยืน
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างอาชีพให้กลุ่มสตรีและ ผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
3. เพื่อเพิ่มมูลค่าพืชผลทางการเกษตรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นอัตลักษณ์สามารถดึงดูด นักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) ในรูปแบบการวิจัยเชิง ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research - PAR) โดยมีรายละเอียดของกรอบ

แนวคิดการวิจัย ศึกษาแนวคิดจากทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา รวมทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. พื้นที่และกลุ่มประชากรตัวอย่าง ในการศึกษา คือ บ้านเนินสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ สืบเนื่องจากการลงพื้นที่ของผู้วิจัยที่ได้ทำการศึกษาการฟื้นฟูอัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของชุมชนต้นแม่น้ำเจ้าพระยาเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในปี 2565 นั้นพบว่า พื้นที่แห่งนี้กลุ่มคนชาวมอญมาตั้งถิ่นฐานและประกอบอาชีพเกษตรกร ซึ่งสืบทอดประเพณีตำข้าวเม่าร่วมกับชนชาวไทยมาเกือบ 100 ปี (พงษ์ทอง เฮอร์อฟท์ และสิริภัทร สิริบรรสพ, 2565) ซึ่งผู้วิจัยยังพบว่าเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ชาวบ้านได้ยุติการทำกิจกรรมมาเกือบ 4 ปี และไม่มีแผนที่จะทำอีกต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการพลิกฟื้นประเพณีตำข้าวเม่านี้และทำการเก็บข้อมูลเพื่อนำเอาอัตลักษณ์ที่น่าสนใจ เพื่อนำไปพัฒนาสินค้าชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้

กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการสร้างสรรค์เพื่อเป็นแนวทางและกระบวนการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมชุมชน คือ ผู้นำชุมชน (จำนวน 2 คน) ผู้นำชุมชนชาวมอญ (จำนวน 1 คน) ผู้นำกลุ่มเกษตรกรบ้านเนินสะเดา (จำนวน 1 คน) เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการที่ดูแลพื้นที่ชุมชน อำเภอชุมแสง (จำนวน 2 คน) กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา (จำนวน 30 คน) ผู้ประกอบการร้านขายของฝาก (จำนวน 2 คน) และอาจารย์มหาวิทยาลัย (จำนวน 3 คน) รวมทั้งสิ้น 41 คน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง และสมัครใจในการร่วมตามโครงการวิจัยนี้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการ วิจัยโดยกำหนดประเด็นสำคัญที่ได้นำมาวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ที่ใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารวิชาการ ข้อมูลจากงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องจากเอกสารต่าง ๆ นำมาเป็นแนวทาง จากนั้นขอความอนุเคราะห์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีหาความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีค่า IOC (Infix of Item Objective Congruence) เท่ากับ 0.92 ซึ่งถือว่าเป็นที่ยอมรับในการวิจัย ซึ่งแบบสัมภาษณ์แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการ รวมถึงการหาแนวทางการฟื้นฟูประเพณีตำข้าวเม่าและการประเมินความเป็นไปได้ของการดำเนินงานวิจัย ให้บรรลุวัตถุประสงค์ ขั้นตอนที่ 2 การรวบรวมข้อมูลด้านองค์ความรู้และภูมิปัญญาชาวบ้านเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ และขั้นตอนที่ 3 การประเมินความสามารถด้านการบริหารจัดการสินค้าชุมชนของกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการ วิจัยโดยกำหนดประเด็นสำคัญที่ได้นำมาวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ที่ใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารวิชาการ ข้อมูลจากงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องจากเอกสารต่าง ๆ นำมาเป็นแนวทาง จากนั้นขอความอนุเคราะห์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีหาความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีค่า IOC (Infix of Item Objective Congruence) เท่ากับ 0.92 ซึ่งถือว่าเป็นที่ยอมรับในการวิจัย ซึ่งแบบ

สัมภาษณ์แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการ รวมถึงการหาแนวทางการฟื้นฟูประเพณีตำข้าวเม่าและการประเมินความเป็นไปได้ของการดำเนินงานวิจัยให้บรรลุวัตถุประสงค์ ขั้นตอนที่ 2 การรวบรวมข้อมูลด้านองค์ความรู้และภูมิปัญญาชาวบ้านเพื่อออกแบบผลิตสินค้าชุมชนต้นแบบ และขั้นตอนที่ 3 การประเมินความสามารถด้านการบริหารจัดการสินค้าชุมชนของกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษานี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยทำการนัดหมายและดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมด้วยตนเอง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีการประมวลผลและวิเคราะห์โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกและจากการบันทึก เสียงที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบกลุ่มและจากการผลัดกันซักถามแบบเป็นทีมที่ได้ข้อสรุปตรงกันจากเป้าหมาย ตลอดจนการวิเคราะห์แบบองค์รวมเพื่อได้ข้อสรุปประเด็นที่เป็นตัวแปรสำคัญ ตั้งแต่เริ่มกระบวนการวิจัยตลอดจนสิ้นสุดการวิจัย จากนั้นนำเสนอเชิงพรรณนาในรูปแบบการอ้างอิงข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาการพลิกฟื้นอัตลักษณ์วิถีชุมชนให้เกิดมูลค่าไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มรายได้ให้กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ได้จากการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยโดยสามารถอธิบายผลได้ในแต่ละขั้นตอนดังนี้

1. การสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและอัตลักษณ์ชุมชนชาวมอญบ้านเนินสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ จากผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ที่ครอบคลุมการศึกษา 3 ด้าน คือ ด้านประเพณีวัฒนธรรม ด้านวัตถุดิบ และด้านศักยภาพของกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดาที่นำไปสู่การฟื้นฟูประเพณีตำข้าวเม่า พบว่า

1.1 ด้านประเพณีวัฒนธรรม จากการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มเป้าหมาย อาทิ ผู้นำชุมชน (จำนวน 2 คน) ผู้นำชุมชนชาวมอญ (จำนวน 1 คน) ผู้นำกลุ่มเกษตรกรบ้านเนินสะเดา (จำนวน 1 คน) เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการที่ดูแลพื้นที่ชุมชน ตำบลบางเคียน อำเภอชุมแสง (จำนวน 2 คน) ได้ทราบถึงความเป็นมาของประเพณีตำข้าวเม่าของชุมชนบ้านเนินสะเดาในเชิงประวัติศาสตร์ อาทิ สามารถระบุช่วงเวลาของประเพณีที่สืบเนื่องกันมาในชุมชนเกิน 100 ปี อีกทั้งสามารถได้ข้อมูลด้านประเพณีชาวมอญการตำข้าวเม่าที่อาศัยในชุมชนแห่งนี้ที่ อาทิ การนำข้าวเม่าที่คลุกกับน้ำตาลและมะพร้าวชูดนำไปไหว้เส้าผีในช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี ผู้นำชุมชนกล่าวว่า เป็นประเพณีที่ทำให้คนในชุมชนเกิดความสามัคคีในการร่วมแรงร่วมใจในการดำเนินกิจกรรมและยังเสริมสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวให้กับชุมชนอีกด้วย ดังนั้น ทีมงาน วิจัย

ผู้นำชุมชน นายกอบต. และสมาชิกผู้แทนราษฎร จึงลงความเห็นให้จัดงานประเพณีดำข้าวเม่า ในวันที่ 12 ธันวาคม 2566 ร่วมกับทีมงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ดังภาพ



ภาพ 2 แสดงกิจกรรมประเพณีดำข้าวเม่า บ้านเนินสะเดา อำเภอลือโขด จังหวัดนครสวรรค์

1.2 ด้านวัตถุดิบทางการเกษตร ผลการศึกษาพบว่า บ้านเนินสะเดาทำเกษตรกรรม โดยเฉพาะการปลูกข้าว และชาวบ้านเนินสะเดาก็ปลูกผลไม้อื่น ๆ เป็นอาชีพเสริม อาทิ กล้วย มะม่วง มะลิ และมะพร้าว ซึ่งคล้ายคลึงกับพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดนครสวรรค์ ชาวบ้านในเขตชุมชน บ้านเนินสะเดามีอาชีพหลักเป็นเกษตรกรทำนาได้ตลอดปีและยังมีการปลูกมะลิเป็นอาชีพเสริม อีกทั้งมีการปลูกกล้วย มะม่วงและมะพร้าวทั่วบริเวณเขตพื้นที่ของชุมชน

1.3 ด้านศักยภาพของกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุมีฝีมือในการทำขนมไทยเป็นอย่างมาก ผู้นำกลุ่มได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับขนมที่ได้ทำ อาทิ ขนมมะพร้าวแก้ว ขนมชั้น ขนมกระยาสารท และอื่น ๆ ซึ่งเมื่อผู้วิจัยมีโอกาสได้ชิมก็ตั้งข้อสังเกตได้ว่ามีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะกลิ่นของมะพร้าวที่หอมมาก และเมื่อสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มสตรีก็ทราบว่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิตอาหารก็ยังขาดแคลน



ภาพ 3 กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุ บ้านเนินสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

2. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างอาชีพให้กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

2.1 ผลลัพธ์ชุมชนต้นแบบ ผลจากการสนทนากลุ่มการสนทนากลุ่ม โดยมีกลุ่มเป้าหมาย อาทิ ผู้นำกลุ่มเกษตรกรบ้านเนินสะเดา (จำนวน 1 คน) กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา (จำนวน 30 คน) ผู้ประกอบการร้านขายของฝาก (จำนวน 2 คน) และอาจารย์มหาวิทยาลัย (จำนวน 3 คน) ในการเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบโดยเน้นที่ปัจจัยในการเลือก อาทิ วัตถุดิบการเกษตรในท้องถิ่น สามารถเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชน และการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่สำคัญต้องมีกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน เมื่อนำข้อมูลไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญและถามความเห็นจากกลุ่มสตรี จึงสรุปได้สินค้าชุมชนต้นแบบทั้งสิ้น 5 ผลิตภัณฑ์ ดังตาราง 1

ผลิตภัณฑ์ชุมชน	วัตถุดิบท้องถิ่น	อัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชน	ภูมิปัญญาท้องถิ่น	รายละเอียดปัจจัยในการเลือก
ไผ่ฟูกุใส่ข้าวเม่า	✓	✓	✓	ไผ่ของไผ่ฟูกุเป็นสูตรเดียวกับข้าวเม่าในงานประเพณีดำข้าวเม่า
คุกกี้ข้าวเม่า	✓	✓	✓	นำข้าวเม่าที่ได้จากงานประเพณีดำข้าวเม่ามาเป็นส่วนผสมในคุกกี้
ชาใบข้าวหอม	✓			ใบข้าวหอมอ่อนจากแปลงนาบ้านเนินสะเดา
ไซร์บกกล้วย	✓			กล้วยจากสวนของชาวบ้านที่รวบรวมกันมา
กระยาสารทไซร์บกกล้วย	✓	✓	✓	ใช้ภูมิปัญญาสูตรของชาวบ้านแต่เปลี่ยนจากน้ำตาลมาคลุกกับไซร์บกกล้วย

ตารางที่ 1 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนและปัจจัยในการเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบบ้านเนินสะเดา



ภาพ 4 ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบบ้านเนินสะเดา



ภาพ 5 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ

2.2 การเพิ่มมูลค่าที่ซผลทางการเกษตรเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นอัตลักษณ์ ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาซื้อสินค้าของชุมชน ผลที่ได้จากข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกจากการสนทนากลุ่มแล้ว สรุปเป็นแนวทางการบริหารจัดการกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งขั้นตอนนี้มีผู้เข้าร่วม อาทิ กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุ บ้านเนินสะเดา (จำนวน 30 คน) ผู้ประกอบการร้านขายของฝาก (จำนวน 2 คน) และอาจารย์มหาวิทยาลัย (จำนวน 3 คน) สรุปได้ ดังนี้

การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ การออกแบบตราสินค้าชุมชนและการเลือกบรรจุภัณฑ์ให้เข้ากับสินค้าต้องมีความเป็นเอกลักษณ์และทนทานเหมาะกับการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้ ในการสนทนากลุ่มโดยมีอาจารย์จากสาขาวิชาการตลาด การท่องเที่ยวและบริการ และอาจารย์จากสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจร่วมกับชาวบ้านได้ข้อสรุปว่า บ้านเนินสะเดาเป็นแหล่งปลูกข้าว อีกทั้งมีประเพณีตำข้าวเม่าเป็นจุดรวมความสามัคคีของคนในหมู่บ้าน ดังนั้น ข้าวหรือรวงข้าว ควรเป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนวิถีชุมชนอย่างดีที่สุด ดังภาพ 4 จะเป็นรวงข้าวสีทองที่โอบล้อมบ้านเนินสะเดา และเมื่ออยู่บนผลิตภัณฑ์ให้เกิดความจดจำได้ง่าย แม้แต่ชาวต่างชาติก็สามารถอ่านชื่อ เนินสะเดาได้ เพราะมีภาษาอังกฤษปรากฏอยู่บนตราสินค้า ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์มีบทบาทในฐานะแบรนด์ด้วย ยังจำเป็นต้องมีเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ที่ชัดเจน ดังนั้น ดีไซน์ของบรรจุภัณฑ์ถือเป็นสินทรัพย์ของ

แบรนด์ที่สำคัญซึ่งจะคงอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค ซึ่งปรากฏบนบรรจุภัณฑ์บนทุกผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ 2

ผลิตภัณฑ์ชุมชน	บรรจุภัณฑ์กระดาษ	บรรจุภัณฑ์พลาสติก	รายละเอียด
ไต้ฟูกู้ข้าวเม่า	✓	✓	ถาดพลาสติก/คงรูปกล่องกระดาษ
คุกกี้ข้าวเม่า	✓	✓	ถุงพลาสติก/กล่องกระดาษ
ชาใบข้าวหอม	✓	✓	ถุงพลาสติก/กล่องกระดาษ
ไซรับกล้วย		✓	ขวดพลาสติก
กระยาสารทไซรับกล้วย	✓	✓	ถุงพลาสติก/ กล่องกระดาษฝาพลาสติก

ตารางที่ 2 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนและวัสดุบรรจุภัณฑ์

3. แนวทางการบริหารจัดการกับผลิตภัณฑ์ ผลที่ได้จากสนทนากลุ่มและการจัดอบรม การตลาดและการขายผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุมีความรู้ในการผลิตและสามารถผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ แต่ในด้านการตลาดนั้นยังไม่มีความสามารถที่จะดำเนินในด้านการจัดการ ด้านการตลาดและการขายได้แม้ว่าจะได้ผ่านการอบรมมาแล้ว ซึ่งผลจากการทำแบบทดสอบก่อน และหลังจากการฝึกอบรมพบว่า คะแนนเฉลี่ยของแบบทดสอบหลังการอบรมของกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุเฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับน้อย (1.95) ซึ่งไม่ผ่านเกณฑ์

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องพลิกฟื้นอัตลักษณ์วิถีชุมชนให้เกิดมูลค่าไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ ให้กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัด นครสวรรค์ สามารถอภิปรายผลการวิจัยในแต่ละประเด็นที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและอัตลักษณ์ชุมชนชาวมอญบ้านเนิน สะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ให้เกิดความยั่งยืน โดยการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มเกษตรกร กลุ่มชาวมอญ และกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุ รวมตัวกันระดมความคิด วิเคราะห์ความต้องการ และ ร่วมกันหาแนวทางการฟื้นฟูประเพณีตำข้าวเม่า เป็นกระบวนการสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยการ อภิปรายและการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับผล การศึกษาของ Fine and Torre (2021) ที่ PAR เป็นแนวทางบูรณาการในการมีส่วนร่วมของสมาชิก ชุมชน โดยใช้กระบวนการ 3 ส่วน คือ การสืบสวนทางสังคม การศึกษาและการนำผลลัพธ์วิจัยไป ดำเนินการ โดยมุ่งเป้าไปที่การเปลี่ยนแปลง 3 ประเภท 1) การพัฒนาจิตสำนึกเชิงวิพากษ์ ทั้ง

นักวิจัยและผู้เข้าร่วม 2) การปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ที่เกี่ยวข้อง และ 3) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมขั้นพื้นฐานเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี และนำไปสู่อัตลักษณ์ชุมชนชาวมอญที่สะท้อนประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และรากเหง้าของชาวมอญในบ้านเนินสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ อย่างยั่งยืน

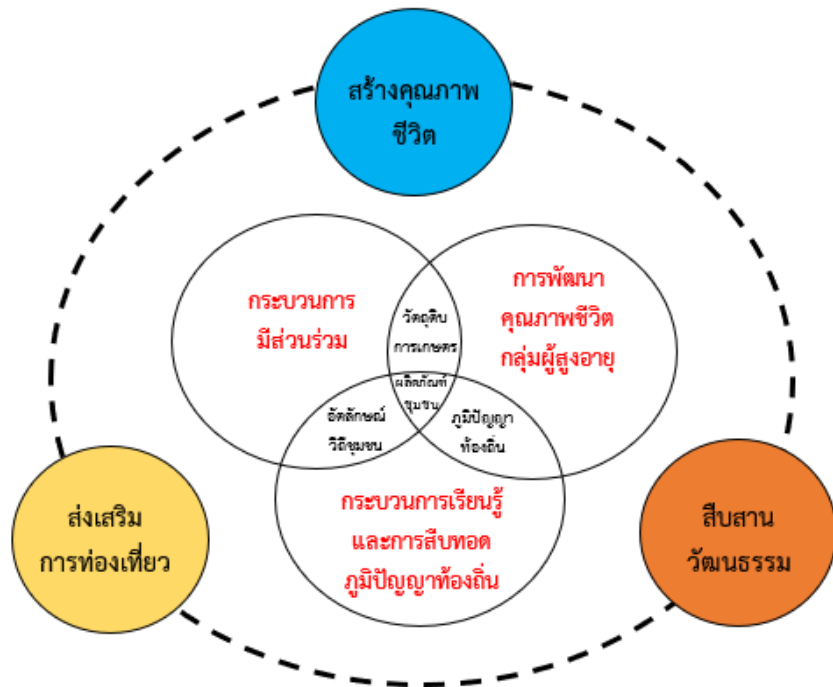
วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างอาชีพให้กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา นั้นต้องประกอบด้วย 3 ปัจจัยสำคัญที่ต้องบูรณาการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ 1) วัตถุประสงค์การเกษตรในท้องถิ่นที่สะท้อนถึงความสามารถในการพึ่งพาตนเองของชุมชน (หลักเศรษฐกิจพอเพียง) ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิตและส่งเสริมความยั่งยืนเชิงทรัพยากร 2) อัตลักษณ์วิถีชุมชน ที่สอดคล้องกับประเพณีตำข้าวเม่าของชาวมอญเป็นส่วนเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีเรื่องราว และตัวตนที่จับต้องได้ ตลอดจนการนำเสนออัตลักษณ์นี้ผ่านผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดจุดขายเฉพาะตัว อาทิ ลูกกี้ยาวเม่า เป็นต้น และ 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความรู้ที่สั่งสมจากรุ่นสู่รุ่น เช่น วิธีตำข้าวเม่า เป็นมูลค่าทางวัฒนธรรมที่นำไปใช้ต่อยอดในเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและมีรายละเอียดเพราะจะต้องเป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นมาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นได้อย่างชัดเจน มีเรื่องราวที่น่าสนใจสอดคล้องกับบริบททางนิเวศน์ และวัฒนธรรมของพื้นที่ ตามคำกล่าวของ บุรชัย ศิริมหาสาคร (2550)

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเพิ่มมูลค่าพืชผลทางการเกษตรที่ปลูกในพื้นที่นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน และมีความเป็นอัตลักษณ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวต้องมีเรื่องราว และบริบทตามแนวคิดของ บุรชัย ศิริมหาสาคร (2550) ซึ่งเน้นว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวต้องสะท้อนความเป็นมาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในบ้านเนินสะเดาโดยอิงจากวัตถุดิบในพื้นที่และอัตลักษณ์วิถีชาวมอญ เน้นอนว่าสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบทางการเกษตร อีกทั้งผลิตภัณฑ์เหล่านี้สามารถเชื่อมโยง และสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อีกด้วย ตลอดจนสามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุและนำไปสู่การพึ่งพาตนเองให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรชนก สนิทวงศ์ และณรงค์ เจนใจ (2563) ที่พบว่า การพัฒนาสังคมการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูปทางการเกษตรรวมทั้งการส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อให้เกษตรกรเกิดการพัฒนาและที่สำคัญมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดสังคมอยู่ดีมีสุขด้วยการช่วยเหลือแบ่งปันซึ่งกันและกัน อันเป็นกลไกที่สำคัญและเป็นแนวทางการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สู่การสร้างสังคมอยู่ดีมีสุข “พอมี พอกิน พอใช้” ที่สามารถส่งผลให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

นอกจากจะได้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เชื่อมโยงกับประเพณีทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นแล้ว ยังค้นพบสิ่งที่เพิ่มคุณค่าทางอ้อมที่ได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อันเป็นกุญแจสำคัญซึ่งผู้วิจัย

สังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่ คือ กระบวนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน กระบวนการเรียนรู้ และการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และคุณค่าและคุณภาพชีวิตคนในชุมชนโดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ ดังแสดงในภาพ 5 ซึ่งคุณค่าทางอ้อมที่ได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นมีผลจากกระบวนการการดำเนินงานวิจัยที่บรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้



ภาพ 6 กุญแจสู่คุณค่าทางอ้อมที่ได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากภาพองค์ความรู้ที่ผู้วิจัยค้นพบในรูปแบบกุญแจสู่คุณค่าทางอ้อมที่ได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

1. กระบวนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน เป็นกุญแจสำคัญที่สามารถระดมความคิด การมีส่วนร่วม รวบรวมและแบ่งปันข้อมูล ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ ที่จะบรรลุเป้าหมายการทำงานของคนในชุมชน และยังร่วมมือกันแก้ปัญหาและตัดสินใจร่วมกันให้เกิดความยั่งยืน
2. กระบวนการเรียนรู้และการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นกุญแจสำคัญที่สามารถถ่ายทอดสั่งสอนและปฏิบัติสืบเนื่องกันมา ไม่ว่าจะเป็นประเพณีหรือทักษะความรู้ของคนในชุมชน จากรุ่นสู่รุ่น หรือการปรับปรุงเข้ากับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ละสมัย ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อสืบสานวัฒนธรรมให้คงอยู่และแสดงออกได้ซึ่งอัตลักษณ์ชุมชน
3. การพัฒนาคุณค่าและคุณภาพชีวิตคนในชุมชนโดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นกุญแจสำคัญที่ยกระดับให้สังคมในชุมชนเกิดสงบสุข ความรักและเคารพผู้สูงอายุ และการเปิดโอกาสนำ

ความรู้ที่ได้รับจากผู้สูงอายุไปเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพนั้นเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งกิจกรรมนี้จะนำไปสู่สังคมที่เข้มแข็งได้อีกด้วย

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องพลิกฟื้นอัตลักษณ์วิถีชุมชนให้เกิดมูลค่าไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ ให้กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดา อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ สรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถสะท้อนวิถีวัฒนธรรมท้องถิ่นและเป็นอัตลักษณ์เพื่อสร้างความแตกต่าง และสร้างความจดจำให้กับนักท่องเที่ยว หรือผู้ซื้อลูกค้าในอนาคตนั้น ต้องชัดเจนในบริบทของวิถีชีวิตผู้คนในพื้นที่ของวัฒนธรรมสืบสานจากบรรพบุรุษ ความเชื่อของชาติพันธุ์ บริบทเชิงนิเวศและเรื่องราวที่น่าสนใจ รวมถึงภูมิปัญญาของคนในชุมชน ที่ได้มาจากการระดมความคิด การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในเชิงลึก การสัมภาษณ์กับผู้นำชุมชนและปราชญ์ชาวบ้าน และไม่ลืมถึงการเชื่อมโยงกับบริบทภูมิปัญญา ทรัพยากร และวัฒนธรรม ผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วม และกระบวนการเรียนรู้และถ่ายทอดสืบสานที่ได้มาซึ่งความเป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนนั้น ๆ อย่างไรก็ตามการช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางดังเช่นกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุบ้านเนินสะเดาแห่งนี้ ยังมีอุปสรรคในด้านการบริหารจัดการในเรื่องการตลาดและงานขาย ที่มีความต้องการให้ผู้นำชุมชนของรัฐบาลยื่นมือเข้ามาช่วย หรือถ้าเป็นไปได้ก็ตั้งให้มีวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพเพียงพอในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับคนในชุมชนนี้ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ภาครัฐควรสนับสนุนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนหรือสหกรณ์แปรรูปสินค้า เพื่อสร้างกลไกการบริหารจัดการ การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นมืออาชีพ รวมทั้งเป็นช่องทางรับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐอย่างต่อเนื่อง

1.2 ควรผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น OTOP และมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร (อย./GMP/HACCP) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และขยายตลาดสู่ระดับจังหวัดและระดับประเทศ

1.3 ควรบูรณาการนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเชื่อมโยงประเพณีตำข้าวเม่าและภูมิปัญญาชาวมอญเข้ากับเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อเพิ่มรายได้หมุนเวียนในพื้นที่และส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

2.1 ควรพัฒนาทักษะด้านการตลาดและการขายให้กับกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุ เช่น การทำการตลาดออนไลน์ การสร้างแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการคำนวณต้นทุน กำไร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด

2.2 ควรวางระบบการผลิตและการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานสม่ำเสมอ มีอายุการเก็บรักษาที่เหมาะสม และสามารถเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ได้อย่างมั่นคง

2.3 ควรจัดกิจกรรมชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น งานประเพณีตำข้าวเม่า การสาธิตผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมเรียนรู้ภูมิปัญญา เพื่อรักษาอัตลักษณ์และเสริมพลังชุมชนในการมีส่วนร่วม

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเชิงพาณิชย์ระดับสูงเช่น การศึกษาโภชนาการ อายุการเก็บรักษา ความปลอดภัยอาหาร และการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

3.2 ควรศึกษารูปแบบการตลาดและช่องทางจำหน่ายที่เหมาะสม เช่น e-commerce ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ หรือตลาดของฝาก เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3.3 ควรวิจัยผลกระทบระยะยาวของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อคุณภาพชีวิตและความเข้มแข็งของชุมชน โดยเน้นการประเมินผลด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการส่งเสริมความยั่งยืนในระดับชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กรชนก สนิทวงศ์ และณรงค์ เจนใจ. (2563). แนวทางการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สู่การสร้างสังคมอยู่ดีมีสุข“พอมี พอกิน พอใช้”. *วารสาร มจร การพัฒนาสังคม*, 5(1), 22-33.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2564). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในงานส่งเสริมการเกษตร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยจำกัด.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566-2570)*. สืบค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2567, จาก https://www.province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/ranong/download/article/article_20230418122435.pdf
- ชลธิชา มาลาหอม. (2555). อัตลักษณ์ชุมชนรากฐานสู่การศึกษา. *วารสารครุศาสตร์*, 9(1), 61-74.
- ชัชวาลย์ ทัดศิวัช. (2552). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR): มิติใหม่ของรูปแบบวิธีวิจัยเพื่อการพัฒนาชุมชนระดับท้องถิ่น. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2566, จาก <http://www.mgts.lpru.ac.th/mgts/km/picturn/131856486292.pdf>
- ทิพย์สุดา รันนัน. (2558). ประเพณีตำข้าวเม่า. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.mamiwinfitz.wordpress.com/2015/02/15/ประเพณีตำข้าวเม่า>
- บุรชัย ศิริมหาสาร. (2550). *การจัดการความรู้สู่ความเป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.

พงษ์ทอง เฮอร์อฟท์ และสิริภัทร สิริบรรรพ. (2565). การฟื้นฟูอัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารของชุมชนต้นแม่น้ำเจ้าพระยาเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. *วารสารวิจัยและวิชาการสังคมศาสตร์*, 19(1), 81-94.

พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ (ทรงราชย์) และภักดี โพธิ์สิงห์. (2565). อัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. *วารสารวามมืองแหรพุทธศาสตร์ปริทรรศน์*, 9(2), 127-133.

อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ = Identity: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Fine, M., and Torre, M.E. (2021). *Essentials of Critical Participatory Action Research*. Washington: American Psychological Association.

Hall, S., Du Gay, & P. (Eds.). (1996). *Questions of cultural identity*. Sage Publications, Inc.