

การสืบทอดภูมิปัญญาการผลิตหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณสู่การพัฒนาการตลาด

กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม

Inheritance of Local Wisdom in Traditional in Clay-Jar Fish Sauce Production
Towards Marketing Development : A Case Study of Ban Bang Bo Lang Community,
Samut Songkhram Province

เรวัต มณี¹ ปริญญา เครืออินทร์^{1*} จุฑารัตน์ คลาดนาน² เจษฎา ว่องไว³ และจุฑามาศ พีรพัชระ⁴

Rewat Manee¹ Parichaya Krueain^{1*} Chutharat Kladnan² Jetsada Wongwai³
and Chutamas Peeraphatchara⁴

Received 29 ธันวาคม 2568 Revised 28 กรกฎาคม 2569 Accepted 10 สิงหาคม 2569

บทคัดย่อ

น้ำปลาเป็นอาหารหมักที่เป็นองค์ประกอบของวัฒนธรรมการบริโภคและมีบทบาทในระดับครัวเรือน สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตชุมชนชายฝั่ง ระบบนิเวศ และโครงสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่น งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาการศึกษาเฉพาะกรณี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทชุมชนบ้านบางบ่อล่าง วิเคราะห์การเรียนรู้ภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณ และนำเสนอแนวทางพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณ ผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้รู้และผู้ผลิตหัวน้ำปลา และกลุ่มผู้บริโภค รวมทั้งหมด 9 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แนวคำถามการสัมภาษณ์และแบบบันทึกภูมิปัญญาท้องถิ่น เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ชุมชนบ้านบางบ่อล่างเป็นชุมชนประมงชายฝั่ง ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมง ทำให้มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างวิถีชีวิตกับระบบนิเวศชายฝั่ง การทำหัวน้ำปลาโบราณเป็นภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นและยังคงเอกลักษณ์ไว้ 2) กระบวนการเรียนรู้และเทคนิคภูมิปัญญามีความพิถีพิถันตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การหมักตามธรรมชาติ จนถึงการเก็บรักษาในที่มืด ซึ่งช่วยสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของน้ำปลา 3) แนวทางพัฒนาการตลาดควรเพิ่มคุณค่าด้านรสชาติและเรื่องราวภูมิปัญญา ผ่านสื่อแนะนำที่สร้างความเชื่อมั่นด้านโภชนาการและภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ชุมชนควรอนุรักษ์ ถ่ายทอด และพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน

คำสำคัญ : หัวน้ำปลา, ปลาช่อน, โองดินเผา, การอนุรักษ์ภูมิปัญญา

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

¹ Graduate student, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

² ครู สาขาอาหารและโภชนาการ วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีพังงา

² Teacher, Department of Food and Nutrition, Phang Nga College of Agriculture and Technology

³ ครู สาขาอาหารและโภชนาการ วิทยาลัยสารพัดช่างสมุทรปราการ

³ Teacher, Department of Food and Nutrition, Samut Prakan Polytechnic College

⁴ รองศาสตราจารย์ ดร., คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

⁴ Associate Professor, Ph.D., Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: parichaya-kru@rmutp.ac.th

Abstract

Fish sauce is a fermented food that forms part of culinary culture and plays an important role at the household level, reflecting the relationship among the way of life of coastal communities, coastal ecosystems, and local economic structures. This qualitative study employed a case study methodology. The objectives were to examine the context of Ban Bang Bo Lang community, analyze the learning process of local wisdom in producing traditional fish sauce starter using earthenware jars, and propose marketing development approaches for the traditional fish sauce starter product. The informants were divided into two groups: knowledgeable persons and fish sauce producers, and consumers, with a total of nine informants. The research instruments consisted of interview guidelines and a local wisdom record form. Data were collected through in-depth interviews and analyzed using content analysis. The findings revealed that: 1) Ban Bang Bo Lang is a coastal fishing community, with most residents engaged primarily in fishing, resulting in a close relationship between the community's way of life and the coastal ecosystem. The production of traditional fish sauce starter represents local wisdom passed down from generation to generation while retaining its distinctive identity; 2) the learning process and traditional techniques involve meticulous attention to every stage, from the selection of raw materials and natural fermentation to storage in a dark place, contributing to the distinctive characteristics of the fish sauce; and 3) marketing development approaches should enhance the product's value through its taste and local wisdom narrative, supported by presentation media that promote consumer confidence in nutritional information and product image. The community possesses potential in traditional fish sauce starter production and fishery resources; therefore, these local resources should be conserved, transmitted, and further developed to enhance product value and strengthen the community's economic capacity.

Keywords: First-draw Fish Sauce, *Sardinella*, Traditional Clay Jars, Conservation

1. บทนำ

อาหาร เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยการอยู่ดีกินดีคือ มีอาหาร ในการบริโภคที่ดี มีคุณค่าและประโยชน์ต่อร่างกาย สามารถตอบสนองได้ในราคาที่เหมาะสม การสร้างเสริมให้คนมีสุขภาพดี มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และการลดปัจจัยเสี่ยง ด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อสุขภาพ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ในการดูแลสุขภาพ และโภชนาการที่เหมาะสมในแต่ละช่วงวัย (ฉวีวรรณ สุวรรณภา และคณะ, 2561) ทั้งนี้ อาหารยังมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยมีการ

ใช้จ่ายเพื่อการบริโภคด้านอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์คิดเป็นมูลค่าประมาณ 2.79 ล้านล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 27 ของการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคภาคเอกชนทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าอาหารเป็นทั้งปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2568) ซึ่งอาหารส่วนใหญ่ เกิดจากองค์ความรู้ภูมิปัญญาของผู้รู้หรือปราชญ์ชุมชนในพื้นที่นั้น ส่วนการสืบทอดภูมิปัญญาด้านการถนอมอาหารของบรรพบุรุษในฐานะองค์ความรู้ท้องถิ่น เกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้ที่อาศัยการสังเกต การมีส่วนร่วม และการลงมือปฏิบัติจริง เป็นรูปแบบการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่นผ่านประสบการณ์ตรงมากกว่าการเรียนรู้เชิงทฤษฎี ได้ซึมซับทั้งทักษะ กระบวนการ และคุณค่าที่แฝงอยู่ในวิถีการถนอมอาหารของท้องถิ่น (สมภพ อุตสาหะ และคณะ, 2568)

น้ำปลาและหัวน้ำปลา เป็นอาหารหมักของไทยและเป็นองค์ประกอบของวัฒนธรรมการบริโภคที่มีบทบาทในระดับครัวเรือน สังคม แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตชุมชนชายฝั่ง ระบบนิเวศ และโครงสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่น การศึกษาทางประวัติศาสตร์การบริโภคน้ำปลาในสังคมไทยแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงจากการผลิตเพื่อการยังชีพไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่า และความหมายทางวัฒนธรรมของน้ำปลาในแต่ละยุคสมัย (กองบรรณาธิการศิลปวัฒนธรรม, 2566) ในบางพื้นที่ยังคงรักษาวិธีการผลิตน้ำปลา และหัวน้ำปลาแบบโบราณไว้ โดยเฉพาะการหมักในโอ่งดินเผาเป็นระยะเวลานาน เป็นกระบวนการก่อให้เกิดรสชาติ กลิ่น และคุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการผลิตแบบอุตสาหกรรม งานวิจัยด้านอาหารชาติพันธุ์และอาหารพื้นบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ชี้ให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ปลาหมักมีคุณค่าด้านโภชนาการ วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของกลุ่มชน โดยกระบวนการผลิตมาจากเทคโนโลยีพื้นบ้านและภูมิปัญญาที่สืบทอดในชุมชน (Narzary, Y. et al., 2021) ขณะเดียวกัน งานวิจัยทางคหกรรมศาสตร์และวิทยาศาสตร์การอาหารยังชี้ให้เห็นบทบาทของจุลินทรีย์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติในกระบวนการหมัก มีส่วนสำคัญต่อคุณภาพ ความปลอดภัย และคุณภาพทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์อาหารหมักไทย (Sivamaruthi, B. et al., 2022; Nguyen, P. et al., 2025) องค์ความรู้ดังกล่าวเน้นย้ำถึงภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนที่มีความสอดคล้องกับหลักการทางวิทยาศาสตร์

ชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นพื้นที่หนึ่งที่คงการผลิตหัวน้ำปลาแบบโบราณในโอ่งดินเผาไว้ได้อย่างต่อเนื่อง กระบวนการดังกล่าวอาศัยความรู้จากบรรพบุรุษ การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง และการถ่ายทอดแบบไม่เป็นทางการภายในครอบครัวและชุมชน อย่างไรก็ตามพบว่า การสืบทอดองค์ความรู้ดังกล่าวกำลังเผชิญความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคม การลดลงของแรงงานรุ่นใหม่ และการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ตอบโจทย์ความสะดวกและต้นทุนต่ำ (วิสูตร นวมศิริ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 พฤศจิกายน 2568) นอกจากนี้ การพัฒนาและสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ตลาดสมัยใหม่ยังเป็นประเด็นสำคัญ งานวิจัยด้านการสื่อสารอัตลักษณ์อาหารไทยแสดงให้เห็นว่า การนำเสนอเรื่องราว ความเป็นมา และคุณค่าทางวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์สามารถเสริมสร้างศักยภาพด้านการตลาดและการยอมรับของผู้บริโภคได้ (นันทวัน ชมโฉม และคณะ, 2567) สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบริบทวิถีใหม่ (ปราชญ์ ผดุงพล, 2567)

ขณะเดียวกัน บริบทการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัลดิสรรับชั้น มีความท้าทายให้ผู้ประกอบการชุมชนต้องปรับบทบาทจากผู้ผลิตไปสู่ผู้สื่อสารคุณค่า และอัตลักษณ์ของสินค้าอย่างสร้างสรรค์ และเป็นระบบ (เปรมกมล ขจรจตุพร, 2567)

งานวิจัยนี้ จึงมุ่งศึกษาการสืบทอดภูมิปัญญาการผลิตหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณสู่แนวทางพัฒนาการตลาด โดยให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจบริบทชุมชน ควบคู่การวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้และถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณศาสตร์ และวัฒนธรรมอาหาร มีเป้าหมายในการนำเสนอแนวทางพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัวน้ำปลาแบบโบราณบนฐานอัตลักษณ์ชุมชนและคุณค่าทางวัฒนธรรม เป็นแนวทางในการอนุรักษ์ พื้นฟู และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้สามารถดำรงอยู่ ปรับตัว และสืบทอดได้ภายใต้บริบทที่เปลี่ยนแปลง

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 ศึกษาบริบทชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2.2 วิเคราะห์การเรียนรู้ภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2.3 นำเสนอแนวทางพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการศึกษาเฉพาะกรณี (Case study) เป็นการศึกษาปรากฏการณ์ร่วมสมัยในบริบทจริง (Yin, R., 2018) เพื่อศึกษาบริบทชุมชน วิเคราะห์การเรียนรู้ภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลาโองดินเผาแบบโบราณ สู่การนำเสนอแนวทางพัฒนาการตลาด

3.1 ขั้นตอนการวิจัย

3.1.1 ศึกษาบริบทชุมชนโดยใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์ ด้านการเรียนรู้ภูมิปัญญา การปรับประยุกต์ใช้ การถ่ายทอดภูมิปัญญา ของชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม

3.1.2 วิเคราะห์การเรียนรู้ภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณ โดยใช้แบบบันทึกภูมิปัญญา ด้วยการสัมภาษณ์ จัดบันทึกขั้นตอนการทำหัวน้ำปลาจากเจ้าของภูมิปัญญาในชุมชนบ้านบางบ่อล่าง ในรูปแบบวิดีโอ และภาพนิ่ง

3.1.3 เสนอแนวทางพัฒนาการตลาด ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ โดยการเพิ่มข้อมูลทางโภชนาการ ช่องทางการติดต่อในฉลากผลิตภัณฑ์ และสื่อแนะนำคุณค่าด้านรสชาติและเรื่องราวภูมิปัญญากระบวนการทำที่น่าสนใจ

3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก 9 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้รู้และผู้ผลิตหัวน้ำปลา 2 คน เป็นเจ้าของภูมิปัญญาการผลิตหัวน้ำปลาของชุมชนบ้านบางบ่อล่าง 2) ผู้บริโภค 7 คน ที่มีประสบการณ์การซื้อและบริโภคน้ำปลาของชุมชนบ้านบางบ่อล่าง โดย Yin, R., (2018) กล่าวว่า การศึกษาเฉพาะกรณี สามารถให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเพียงรายเดียวร่วมกับผู้ให้ข้อมูลอื่น ๆ

เพื่อเสริมมุมมองและเพิ่มความรอบด้านของข้อมูลได้โดยไม่ต้องเน้นจำนวน แต่เน้นความลึกและความสัมพันธ์กับกรณีศึกษาที่ครบถ้วน โดยความเพียงพอของข้อมูลสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก กำหนดผู้ให้ข้อมูล ประมาณ 5-30 บุคคล (Nastasi, B. & Schensul, J., 2005) ด้วยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจนได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและอึดตัว

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

3.3.1 สมุดจดและปากกา สำหรับบันทึกข้อมูลและข้อสังเกตขณะสัมภาษณ์

3.3.2 เครื่องบันทึกภาพและวิดีโอ ใช้บันทึกข้อมูลระหว่างสัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบและป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

3.3.3 แนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและเจ้าของภูมิปัญญา ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 บริบทชุมชนบ้านบางบ่อล่าง ตอนที่ 2 การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถ์น้ำปลาโองดินเผาโบราณชุมชนบ้านบางบ่อล่าง

3.3.4 แบบบันทึกภูมิปัญญา เพื่อรวบรวมกระบวนการผลิตหัตถ์น้ำปลาโองดินเผาโบราณ

3.4 การรวบรวมข้อมูลการวิจัย ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่เป็นทางการและบันทึกการทำหัตถ์น้ำปลาโองดินเผาโบราณ โดยกำหนดวัน เวลา สถานที่ ในการสัมภาษณ์ก่อนลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริง และขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลในการบันทึกภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว บันทึกเสียง จัดบันทึกและสรุปผลเพื่อนำข้อมูลสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอผลเชิงพรรณนา โดยถอดความข้อมูลการสัมภาษณ์และการสังเกต อ่านทบทวนข้อมูลภาพรวม แล้วเข้ารหัสข้อมูล (Coding) จากนั้น จัดกลุ่มรหัสข้อมูลที่มีความหมายใกล้เคียงกันเป็นหมวดหมู่ กำหนดเป็นประเด็นหลักนำไปสู่การตีความผลการวิจัย

3.6 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักต่างกลุ่ม ร่วมกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกต บันทึกภาคสนาม ทบทวนการเข้ารหัสและการจัดกลุ่มข้อมูลซ้ำ (Denzin, N., 1978; Lincoln, Y. & Guba, E., 1985) เพื่อลดอคติของผู้วิจัย ในการนำเสนอผลการวิจัย จึงใช้รหัสแทนตัวตนผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ BBL-KP01 และ BBL-KP02 หมายถึง ผู้รู้และผู้ผลิตหัตถ์น้ำปลา BBL-C01 ถึง BBL-C07 หมายถึง ผู้บริโภค ทั้งนี้ เพื่อรักษาความลับและสิทธิส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 บริบทภูมิปัญญาการทำหัตถ์น้ำปลาโองดินเผาโบราณชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม แบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

4.1.1 ด้านบริบทชุมชนบ้านบางบ่อล่าง ชุมชนตั้งอยู่หมู่ที่ 10 ตำบลบางแก้ว อำเภอมือเืองฯ จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นชุมชนชายฝั่งทะเลอ่าวไทยที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่ลุ่มริมทะเล มีแนวชายฝั่งยาวประมาณ 3 กิโลเมตร และมีป่าชายเลนเป็นทรัพยากรธรรมชาติสำคัญ รูปแบบการตั้งถิ่นฐานเป็นบ้านเรือนที่ปลูกยื่นออกไปตามแนวชายฝั่งเพื่อเอื้อต่อการประกอบอาชีพประมง มีจำนวนประชากรประมาณ 80

หลังคาเรือน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงชายฝั่งขนาดเล็กและประมงพื้นบ้าน ใช้เรือขนาดเล็กและแรงงานในครัวเรือนเป็นหลักด้วยอาชีพที่หลากหลาย ได้แก่ การทำอวนรุน อวนลอย อวนลากแคะ เก็บหอย จับแมงกะพรุน และเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ควบคู่กับอาชีพทำนาเกลือ การแปรรูปอาหารทะเล และการค้าขายขนาดเล็ก ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตชุมชนกับทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศชายฝั่ง โดยเฉพาะภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการประมง เช่น การดูทิศทางน้ำ ลม และพฤติกรรมสัตว์น้ำ เป็นองค์ความรู้เชิงประสบการณ์ที่ถ่ายทอดในชุมชน แต่ยังมีเผชิญปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมชายฝั่งและการกัดเซาะทางทะเล

ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และความเชื่อ ชุมชนบ้านบางบ่อล่างได้รับการส่งเสริมให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ภายใต้การสนับสนุนของกรมการพัฒนาชุมชน โดยแปรรูปผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบท้องถิ่นและอาหารทะเล เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มควบคู่กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการเรียนรู้วิถีชาวประมงพื้นบ้าน สมาชิกส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีความเชื่อที่ผูกพันกับธรรมชาติ ทะเล และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สำหรับประเพณีสำคัญ ได้แก่ งานบุญกลางบ้าน ศาลปู่ขุน การไหว้แม่ย่านางเรือ และศาลเจ้าพ่อเขียนชื่อ เป็นการผสมผสานวัฒนธรรมไทย-จีน และเป็นศูนย์รวมศรัทธาและความสามัคคีของชุมชน ซึ่งยังคงรักษาประเพณีตามปฏิทินวัฒนธรรมไทยและจีน ถึงแม้บางประเพณีอาจลดบทบาทลงตามบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลง โดยภาพรวม ชุมชนบ้านบางบ่อล่างยังเป็นชุมชนประมงชายฝั่งที่มีอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีศักยภาพด้านการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมชายฝั่ง

4.1.2 ด้านภูมิปัญญาผู้รู้และผู้ผลิตหัวน้ำปลา เป็นปราชญ์ชาวบ้านด้านการทำหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณของชุมชนบ้านบางบ่อล่าง มีประสบการณ์การประกอบอาชีพประมงชายฝั่งและประมงพื้นบ้านมากกว่า 50 ปี โดยรายแรกดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 และเป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับจากคนในชุมชนทั้งในฐานะผู้นำท้องถิ่นและผู้สืบทอดภูมิปัญญาการทำน้ำปลาแบบโบราณ ส่วนรายที่สองเป็นผู้สืบทอดภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลาจากบรรพบุรุษ ทั้งสองรายมีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอาหารของชุมชนในพื้นที่

จากประสบการณ์การประกอบอาชีพในทะเล ผู้ให้ข้อมูลได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรธรรมชาติ จากความอุดมสมบูรณ์ของป่าชายเลนในอดีตจนถึงความเสื่อมถอยของระบบนิเวศในปัจจุบัน ส่งผลโดยตรงต่อวิถีชีวิต ความมั่นคงทางอาชีพ และที่อยู่อาศัยของชาวประมง ทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของการทรัพยากรธรรมชาติและมุ่งเน้นการสร้างความมั่นคงแก่ชุมชนควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรที่เป็นรากฐานของการดำรงชีวิตของชาวประมงชายฝั่ง ส่วนการทำหัวน้ำปลาแบบโบราณ เป็นองค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นภายในครอบครัว เริ่มเรียนรู้จากการสังเกตและจดจำขั้นตอนการทำจากแม่ของภรรยาในช่วงวัยหนุ่ม ผ่านการปฏิบัติจริงมากกว่าการเรียนรู้เชิงทฤษฎี ส่งผลให้ภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลาเป็นองค์ความรู้ที่ฝังแน่นอยู่ในวิถีชีวิต การทำหัวน้ำปลาแบบหมักในโองดินเผาจึงเป็นกระบวนการผลิตอาหารที่เป็นสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับทรัพยากรธรรมชาติ อาศัยวัตถุดิบจากทะเลและพืชในท้องถิ่น ควบคู่กับการใช้เวลา ความอดทน และประสบการณ์ในการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เทคนิคการทำหัวน้ำปลาแบบโบราณเริ่มจากการคัดเลือกปลาสด

ใหม่ โดยนิยมใช้ปลาช่อน ปลาหลังเขียว หรือปลากะแร้ ซึ่งเป็นปลาน้ำจืดที่อพยพมาพร้อมปลาในฤดูหนาว พบมากบริเวณชายฝั่งปากน้ำแม่กลอง ในขณะเดียวกัน กรรมวิธีการจับปลาในเวลากลางคืน ยังเป็นการป้องกันปลากระอักเลือด มีผลต่อปริมาณน้ำในตัวปลา และส่งผลต่อสี กลิ่น และรสชาติของหัวน้ำปลาในขั้นตอนสุดท้าย

ผู้ให้ข้อมูลยังกล่าวถึงการประยุกต์ภูมิปัญญาดั้งเดิมให้สอดคล้องกับบริบทสังคมในปัจจุบัน โดยรักษาวิธีการหมักแบบโบราณและใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ปลอดภัยไม่มีพัฒนาการจุลินทรีย์ให้ทันสมัย สะดวกต่อการขนส่ง และเหมาะสมกับการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม ได้ระบุถึงปัญหาและอุปสรรคบางประการ ได้แก่ การขาดแคลนวัตถุดิบที่ต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ ตามฤดูกาลและจัดหาได้เพียงปีละหนึ่งครั้ง กระบวนการผลิตใช้เวลานานต้องอาศัยความอดทน ส่งผลให้คนรุ่นใหม่สนใจเรียนรู้น้อยลง เนื่องจากรายได้ไม่แน่นอนในระยะเริ่มต้น รวมถึงข้อจำกัดด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด

การเลือกใช้เกลือและวัตถุดิบเสริมรส เป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการผลิต โดยเกลือที่ใช้ต้องเป็นดอกเกลือแรกของปี ซึ่งผลิตได้ในช่วงเดือนมกราคมจากแหล่งเกลือในชุมชน เป็นเกลือสะอาด มีแร่ธาตุสำคัญที่เป็นประโยชน์และมีรสเค็มอ่อน ทั้งนี้ ต้องนำเกลือมาพักไว้อย่างน้อย 3 เดือนก่อนนำมาใช้หมัก เพื่อให้เกลือมีความคงตัวและเหมาะสมกับกระบวนการหมัก นอกจากนี้ ยังใช้อ้อยสดและสับปะรดจากแหล่งธรรมชาติที่ปลอดภัยไม่มีเป็นวัตถุดิบเสริม เพื่อช่วยเพิ่มกลิ่นหอมและรสชาติของหัวน้ำปลา ผ่านกระบวนการหมักแบบดั้งเดิม เริ่มจากการนำปลามาเรียงสลับชั้นกับเกลือและสับปะรดลงในโอ่งดินเผา และวางกระชู้ไม้ไผ่ซึ่งเป็นอุปกรณ์รองกักตามภูมิปัญญาชาวบ้านไว้ตรงกลางโอ่ง จากนั้น ใช้อ้อยสดจำนวน 5-6 ลำ ปักเรียงตามขอบด้านในโอ่ง ก่อนปิดฝาและโบทับด้วยปูน เพื่อป้องกันน้ำและแมลง นำโอ่งหมักตั้งไว้ในบริเวณที่มีแสงแดดและอากาศถ่ายเทสะดวก ใช้ระยะเวลาหมักประมาณ 12-18 เดือน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ทำให้เกิดการย่อยสลายโปรตีนตามธรรมชาติและการพัฒนารสชาติอย่างสมบูรณ์ เมื่อครบระยะเวลาหมักจึงกรองเอาเฉพาะน้ำ ต้มด้วยไฟแรงประมาณ 20 นาที โดยต้องช้อนฟองออกตลอดเวลา จากนั้น กรองผ่านถุงกรองและพักให้น้ำปลาดกตะกอน 7 วัน โดยใช้ผ้าคลุมเพื่อป้องกันแสงแดด เนื่องจากแสงจะทำให้ น้ำปลามีสีเข้มเกินไป ทั้งนี้ สีเข้มตามธรรมชาติถือเป็นเอกลักษณ์ของหัวน้ำปลาชุมชนบ้านบางบ่อล่าง ตามตัวอย่างบทสัมภาษณ์ดังนี้

“การทำหัวน้ำปลา มีรายละเอียดเยอะ ใช้เวลานาน ต้องอดทน นี่ก็ได้เรียนรู้การทำจากแม่ยายตั้งแต่หนุ่ม ๆ ลงมือทำกันจริงเลย เขาสอนให้ เราก็สังเกตเขาทำไปด้วย จนเรียกว่า เป็นผู้ชำนาญ เป็นองค์ความรู้ที่อยู่กับวิถีชีวิตประจำวันกันเลย” (BBL-KP01, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 ธันวาคม, 2568) “ส่วนผสมของเกลือ เรียกว่าสำคัญในการทำ ต้องเป็นดอกเกลือแรกของปี มีช่วงมกราคม เอามาจากแหล่งเกลือของที่นี่แหละ ต้องเป็นเกลือที่สะอาด รสเค็มอ่อน เอาเกลือมาพักไว้อย่างน้อย 3 เดือนก่อนมาใช้หมัก” (BBL-KP02, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 ธันวาคม, 2568)

ในขณะเดียวกันผู้ให้ข้อมูลได้เปิดบ้านเป็นแหล่งเรียนรู้แก่โรงเรียนในชุมชน นักเรียน นักศึกษา หรือผู้ที่สนใจ เพื่อถ่ายทอดความรู้และสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเสนอแนะการสนับสนุนด้านการตลาดออนไลน์ การสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น เพื่อให้ภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณสามารถพัฒนาเป็นอาชีพและสร้างรายได้แก่คนในชุมชนในระยะยาว

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้บริโภคถึงความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์หัวน้ำปลาและวิธีการพัฒนาให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคในตลาดพบว่า หัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณ ผลิตภัณฑ์กรรมวิธีพื้นบ้าน ที่มีคุณภาพ โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น มีสีแดงทอง ใส มีกลิ่นหอมเฉพาะตัวรสชาติเค็มอ่อน กลมกล่อม แตกต่างจากน้ำปลาอุตสาหกรรมทั่วไปที่มีรสเค็มจัด เป็นน้ำปลาที่เหมาะสมการปรุงอาหารไทยพื้นบ้านประเภท แกง น้ำพริก หรืออาหารที่ต้องการรสชาติแท้แบบดั้งเดิม แต่เห็นว่า บรรจุภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างเรียบง่าย อาจไม่ดึงดูดผู้บริโภครุ่นใหม่ แต่สำหรับตนเองเป็นจุดเด่นด้านความจริงใจและความดั้งเดิมของสินค้า สะท้อนว่า ควรพัฒนาและเพิ่มเติมด้านฉลากผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจต่อผู้บริโภครุ่นใหม่ ควบคู่กับการคงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมไว้ โดยฉลากควรสื่อสารข้อมูลด้านมาตรฐานและความปลอดภัยทางอาหาร เช่น การรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลโภชนาการ และกระบวนการผลิตที่ตรวจสอบได้ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ด้านสุขภาพ เช่น การลดปริมาณโซเดียม หรือการสื่อสารผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้วัตถุกันเสีย ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการตลาดใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค ตามตัวอย่างบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เป็นน้ำปลารสเค็มอ่อน กลมกล่อม หอม ใส ไม่เหมือนน้ำปลาทั่วไปที่เค็มมาก นำเอาไปใช้แกง ทำน้ำพริก แต่บรรจุภัณฑ์ดูว่าเรียบ ๆ อาจไม่ดึงดูดใจเท่าไร แต่ก็ยังเป็นจุดเด่นในความจริงใจกับความดั้งเดิม” (BBL-C01, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม, 2568) “เป็นน้ำปลาที่ทำแบบพื้นบ้าน ใช้ซองในท้องถิ่น รสชาติไม่เค็มจัด หวานนิด ๆ กลิ่นไม่ฉุน ไม่คาว แต่ยังขาดข้อมูลด้านมาตรฐาน เช่น อย. โภชนาการ หรือกระบวนการทำ ถ้าสื่อสารเรื่องคุณภาพ ความสะอาดปลอดภัยทางอาหาร จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่น ทำให้ตัดสินใจซื้อซ้ำง่ายขึ้นในกลุ่มคนเมืองที่ให้ความสำคัญกับข้อมูลก่อนการบริโภค” (BBL-C02, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม, 2568) “มองว่าน้ำปลาโบราณตราผู้ใหญ่น่าจะมีจุดเด่นด้านการหมักแบบธรรมชาติ มีภาพลักษณ์ของอาหารชุมชน รสชาติเค็มอมหวานไม่คาวและสืดยาว นำไปปรุงอาหารหรือราดข้าวแทนพริกน้ำปลาได้ ความกังวลคือเรื่องปริมาณโซเดียม และข้อมูลด้านคุณค่าทางโภชนาการที่ไม่ค่อยชัดเจน ถ้าพัฒนาสูตรให้เค็มน้อยลง หรือทำให้เห็นว่าไม่ใช้วัตถุกันเสีย คิดว่า จะตอบโจทย์คนที่ใส่ใจสุขภาพได้มากขึ้น” (BBL-C03, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม, 2568) “น้ำปลามีรสชาติที่กลมกล่อม และไม่เค็มจัด กลิ่นมีความหอมตามธรรมชาติ ไม่เหมือนน้ำปลาทั่วไปในท้องตลาด เมื่อรู้ถึงการผลิตที่ใช้เวลาหมักยาวนานมีการสืบทอดกันมาหลายรุ่น ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ มองว่าการเลือกบริโภคหัวน้ำปลาลงแดง เป็นการสนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่นไปด้วย” (BBL-C04, การสื่อสารส่วนบุคคล, 21 ธันวาคม, 2568) “การรับรู้ที่มาและเรื่องราวของหัวน้ำปลาที่ผลิตในชุมชนบ้านบางบ่อล่างมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ มองว่าผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการหมักแบบดั้งเดิมในโองดินเผา เป็นความตั้งใจของผู้ผลิตในชุมชน รวมถึงรสชาติ และคุณภาพที่ได้ทำให้รู้สึกคุ้มค่าและปลอดภัย และยังช่วยสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ จึงอยากเลือกบริโภคอย่างต่อเนื่อง” (BBL-C05,

การสื่อสารส่วนบุคคล, 21 ธันวาคม, 2568) “หัวน้ำปลาแบบโบราณ เห็นถึงความพิถีพิถันและ
ประสบการณ์ของผู้ผลิต ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพ ด้านรสชาติ กลิ่น และสีส้ม ที่ดูเป็นธรรมชาติ และ
การได้รู้ถึงภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นทำให้รู้สึกว่าการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำปลาเป็นการ
มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และช่วยให้ภูมิปัญญาแบบดั้งเดิมยังคงอยู่ใน
ปัจจุบัน” (BBL-C06, การสื่อสารส่วนบุคคล, 21 ธันวาคม, 2568) “มองว่าการเลือกบริโภคหัว
น้ำปลาจากชุมชนบ้านบางบ่อล่างเป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก และช่วยสร้างแรงจูงใจให้
คนในพื้นที่ยังคงยึดอาชีพการผลิตแบบดั้งเดิมไว้ และกระบวนการหมักที่ใช้เวลา โดยอาศัยความ
ชำนาญของผู้ผลิตในชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้หัวน้ำปลาแบบโบราณยังคงคุณค่าในมุมของ
ผู้บริโภค” (BBL-C07, การสื่อสารส่วนบุคคล, 21 ธันวาคม, 2568)

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภค ผู้วิจัยได้
นำมาวิเคราะห์เนื้อหา โดยทำการเข้ารหัสข้อมูล (Coding) จัดกลุ่มรหัส และพัฒนาเป็นประเด็น
หลัก (Theme) เพื่อสะท้อนความคล้ายและความแตกต่างของมุมมองที่เกี่ยวข้องกับหัวน้ำปลา
โง่ดินเผาโบราณ ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาบริบทภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลาโง่ดินเผาโบราณ

ผู้ให้ ข้อมูล	รหัสข้อมูล	กลุ่มรหัสข้อมูล	ประเด็นหลัก
KP01	ระยะเวลาการหมักยาวนาน	กระบวนการผลิต	คุณภาพและเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์
KP02	วัตถุดิบสดและดอกเกลือ	วัตถุดิบ	คุณภาพและเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์
KP01	การถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น	ภูมิปัญญาท้องถิ่น	คุณค่าทางภูมิปัญญา
C01	รสชาติกลมกล่อม ไม่เค็มจัด	คุณภาพผลิตภัณฑ์	การรับรู้ของผู้บริโภค
C04	ความเชื่อมั่นในกระบวนการธรรมชาติ	การรับรู้คุณค่า	การรับรู้ของผู้บริโภค
C01	บรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูด	การตลาด	ข้อจำกัดและการพัฒนา
C02	ขาดข้อมูลมาตรฐาน/โภชนาการ	ความน่าเชื่อถือ	ข้อจำกัดและการพัฒนา

จากการวิเคราะห์เนื้อหา สามารถสังเคราะห์เป็น 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) คุณภาพและ
เอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 2) คุณค่าทางภูมิปัญญา 3) การรับรู้ของผู้บริโภค และ 4) ข้อจำกัดและการ
พัฒนา แสดงถึงความสอดคล้องและความแตกต่างของมุมมองระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค
นอกจากนี้ ยังสามารถสรุปบริบทภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลาโง่ดินเผาโบราณ ชุมชนบ้านบางบ่อล่าง
ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 บริบทภูมิปัญญาคำหว่านปลาโอ่งดินเผาโบราณ ชุมชนบ้านบางป่อล่าง
จังหวัดสมุทรสงคราม

4.2 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์การเรียนรู้ภูมิปัญญาคำหว่านปลาโอ่งดินเผาโบราณ ชุมชนบ้านบางป่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้แบบบันทึกภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยการจดบันทึกขั้นตอนการทำหว่านปลา ตรวจสอบความถูกต้องกับเจ้าของภูมิปัญญา และบันทึกข้อมูลในรูปแบบภาพนิ่ง เพื่อนำมาจัดทำสื่อนำเสนอผลการศึกษา พบว่า กระบวนการผลิตเป็นเพียงขั้นตอนเชิงเทคนิค ที่แสดงถึงรูปแบบการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงระบบ สังเคราะห์เป็น 4 ประเด็น ได้แก่ 1) การเรียนรู้เชิงประสบการณ์จากการลงมือปฏิบัติจริง 2) การเรียนรู้จากการสังเกตและเลียนแบบผ่านผู้มีประสบการณ์ 3) การถ่ายทอดความรู้ระหว่างรุ่นในลักษณะความรู้โดยนัย และ 4) การเรียนรู้เชิงระบบที่เชื่อมโยงวัตถุดิบ กระบวนการ และประสบการณ์ แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชน สามารถนำไปต่อยอดเชิงเศรษฐกิจและการตลาดได้

สรุปตำรับหว่านปลาโอ่งดินเผาโบราณดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตำรับการทำหว่านปลาโอ่งดินเผาโบราณ

วัตถุดิบ	ปริมาณ	หน่วย	วิธีการทำ
ปลาช่อน	150	กิโลกรัม	- นำปลามาเรียงสลับชั้นกับเกลือและสับปะรดในโอ่งดินเผาโดยมีกระชู่ ไม้ไผ่วางตรงกลางโอ่ง - ใช้อ้อยสดจำนวน 5-6 ลำ ปักเรียงตามขอบด้านในโอ่ง - ปิดฝาและโบกทับด้วยปูน ใช้ระยะเวลาหมักประมาณ 12-18 เดือน - กรองเอาเฉพาะน้ำ นำไปต้มด้วยไฟแรงประมาณ 20 นาที และคอยช้อนฟองออกตลอดเวลา - กรองผ่านถุงกรองและพักให้น้ำปลาดตกตะกอนในขวดแก้ว 7 วัน จึงจำหน่ายได้
ดอกเกลือ	75	กิโลกรัม	
สับปะรด	5	กิโลกรัม	
อ้อย	5	กิโลกรัม	
หมายเหตุ ลักษณะที่ดี เมื่อผ่านกระบวนการทั้งหมด หว่านปลาต้องมีสีแดงทอง ใส มีกลิ่นหอม และรสกลมกล่อม			

ภูมิปัญญาคำหว่านปลาโอ่งดินเผาโบราณ ชุมชนบ้านบางป่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม
นำเสนอตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กระบวนการทำหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณ ชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม

4.3 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณ ชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า การพัฒนาแนวทางการตลาดผลิตภัณฑ์หัวน้ำปลาโบราณ ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดการตลาดชุมชน ร่วมกับแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม และการออกแบบที่ยืดหยุ่นและปรับตามชุมชนเป็นศูนย์กลาง โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ประชาชนชาวบ้าน ผู้ผลิตในชุมชน และผู้บริโภค เพื่อร่วมกันออกแบบสื่อและฉลากผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความต้องการของตลาดตามภาพที่ 3



ฉลากผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มข้อมูลด้านโภชนาการ การเก็บรักษา และไม่ใช้วัตถุกันเสีย

ข้อมูลโภชนาการ	
กินได้ 12 คน ต่อขวด	
คุณค่าทางโภชนาการต่อการบริโภคหนึ่งหน่วยบริโภค	1 หน่วยบริโภค (15 มล.)
พลังงาน	100 กิโลแคลอรี
ไขมันทั้งหมด 0 กรัม	
ไขมันอิ่มตัว 0 กรัม	
ไขมันไม่อิ่มตัว 0 กรัม	
คอเลสเตอรอล 0 กรัม	
โซเดียม 3 กรัม	
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด 0 กรัม	
น้ำตาลทั้งหมด 0 กรัม	
โปรตีน 17.70 กรัม	
ใยอาหาร 0.00 กรัม	

ฉลากโภชนาการที่คำนวณจากส่วนผสมของหัวน้ำปลา



สื่อนำเสนอเรื่องราวภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลา



สื่อนำเสนอกระบวนการทำภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลา

ภาพที่ 3 สื่อนำเสนอภูมิปัญญา ฉลากผลิตภัณฑ์ ตารางโภชนาการ

จากภาพที่ 3 แนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถ์น้ำปลาโองดินเผาโบราณชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยเพิ่มข้อมูลบนฉลากผลิตภัณฑ์และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ภูมิปัญญา และกระบวนการผลิต ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เกิดการเพิ่มมูลค่าด้านข้อมูล ด้านวัฒนธรรม และด้านการตลาด สร้างความน่าเชื่อถือ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการตลาด สู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน

5. อภิปรายผล

5.1 อภิปรายผลวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ชุมชนบ้านบางบ่อล่างเป็นชุมชนประมงชายฝั่งในจังหวัดสมุทรสงครามมีชายฝั่งติดทะเล ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงเป็นหลัก (สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2568) ทำให้ชุมชนมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างวิถีชีวิตกับระบบนิเวศชายฝั่ง การทำหัตถ์น้ำปลาโบราณเป็นภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดผ่านการสังเกตและการลงมือปฏิบัติจริงภายในครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น ภูมิปัญญาการทำน้ำปลาที่เป็นเทคนิคการถนอมอาหาร จากองค์ความรู้ท้องถิ่น ที่เกิดจากประสบการณ์ตรงสอดคล้องกับแนวคิดที่ระบุว่าถ่ายทอดความรู้ในท้องถิ่นอาศัยการซึมซับทักษะและคุณค่าที่แฝงอยู่ในวิถีชีวิตมากกว่าทฤษฎี (สมภพ อุตสาหะ และคณะ, 2568) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Narzary, Y. et al. (2021) พบว่า อาหารปลาหมักในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีบทบาทเป็นทั้งอาหาร เครื่องปรุง และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชน

5.2 อภิปรายผลวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ภูมิปัญญาการทำหัตถ์น้ำปลาแบบโบราณโองดินเผา ชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นกระบวนการเรียนรู้เทคนิคของภูมิปัญญาการทำหัตถ์น้ำปลาโบราณ แสดงให้เห็นถึงความพิถีพิถันในการเลือกวัตถุดิบ อาทิ ปลาช่อนหรือปลากะพงขาว การใช้ดอกเกลือแรกของปีที่ต้องพักไว้ 3 เดือน การเสริมรสด้วยอ้อยและสับปะรด โดยใช้ระยะเวลาหมักในโองดินเผานานถึง 12-18 เดือน และการเก็บรักษาในที่มืดเพื่อรักษาสีของน้ำปลาให้ใสอยู่ตลอด กระบวนการหมักที่ยาวนานนี้ ส่งผลต่อการย่อยสลายโปรตีนตามธรรมชาติทำให้เกิดรสชาติและกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sivamaruthi, B. et al. (2022) และ Nguyen, P. et al. (2025) พบว่า จุลินทรีย์กลุ่ม *Bacillus* และ *Lactobacillus* ในกระบวนการหมักมีบทบาทต่อการพัฒนารสชาติ คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารหมักไทย

5.3 อภิปรายผลวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคให้คุณค่ากับรสชาติ ความเป็นธรรมชาติ และเรื่องราวภูมิปัญญาการผลิตหัตถ์น้ำปลาแบบโบราณ แต่ยังคงมีความกังวลด้านข้อมูลโภชนาการ มาตรฐานความปลอดภัย และภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ดังนั้น แนวทางการตลาดจึงควรมุ่งสร้างภาพลักษณ์ใหม่ควบคู่การคงอัตลักษณ์ดั้งเดิม เช่น การเพิ่มข้อมูลโภชนาการ การออกแบบฉลาก และการสื่อสารเรื่องราวกระบวนการผลิต สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารอัตลักษณ์และการเล่าเรื่องซึ่งช่วยเพิ่มการรับรู้คุณค่าของ นันทวัน ชมโฉม และคณะ (2567) ที่อธิบายว่า การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านการเล่าเรื่องบนฉลาก และสื่อประชาสัมพันธ์ ช่วยเพิ่มการรับรู้คุณค่าและความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการตัดสินใจซื้อและยกระดับศักยภาพทางการตลาด แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชน (ปราษฐ์ ผดุงพล, 2567) อธิบายว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและการ

มีส่วนร่วมของชุมชน เป็นแนวทางสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน และแนวทางการสื่อสารการตลาดยุคดิจิทัลที่เน้นบทบาทผู้ประกอบการในฐานะผู้สื่อสารคุณค่าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในระยะยาว เปรมกมล ขจรจตุพร (2567) อธิบายว่า ผู้ประกอบการควรใช้การสื่อสารการตลาดเพื่อถ่ายทอดคุณค่าและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อดิจิทัลและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและยกระดับศักยภาพทางการตลาด

6. องค์ความรู้ใหม่

การสืบทอดภูมิปัญญาการผลิตหัวน้ำปลาในโองดินเผาโบราณ ชุมชนบ้านบางป่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นกระบวนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ในวิถีชีวิตและความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกชุมชนกับการใช้ประโยชน์วัตถุดิบในพื้นที่คือ ปลาช่อน เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมที่มีความสอดคล้องกับหลักการทางวิทยาศาสตร์อาหาร และคุณค่าทางวัฒนธรรม การพัฒนาการตลาด ผ่านการเล่าเรื่อง การเพิ่มข้อมูลทางโภชนาการ และการใช้สื่อนำเสนอเป็นกลไกช่วยเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นกับผู้บริโภคยุคใหม่ และส่งเสริมการดำรงอยู่ของภูมิปัญญาชุมชนบ่อล่างอย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 4 โมเดลองค์ความรู้หัวน้ำปลาโองดินเผาบางป่อล่าง

7. สรุป

ชุมชนบ้านบางป่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม มีอัตลักษณ์ของชุมชนประมงชายฝั่งที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนานจนเป็นวัฒนธรรมของพื้นที่ มีภูมิปัญญาการทำหัวน้ำปลาในโองดินเผาโบราณที่ถ่ายทอดผ่านการเรียนรู้เชิงประสบการณ์จากรุ่นสู่รุ่น โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของบรรพบุรุษ และความชำนาญของผู้ผลิต ทำให้ได้หัวน้ำปลาที่มีคุณภาพเด่นด้านรสชาติ กลิ่น และสีตามธรรมชาติ ผู้บริโภครับรู้คุณค่าในฐานะผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม และการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน แต่ยังมีข้อจำกัดด้านการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์ทางการตลาด การพัฒนาการตลาดโดยการเพิ่มข้อมูลทางโภชนาการ การนำเสนอเรื่องเล่าภูมิปัญญาผ่านสื่อนำเสนอจึงเป็นแนวทางการยกระดับคุณค่า และส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาการผลิตหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบัน

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

8.1.1 ผลการวิจัยพบว่า ภูมิปัญญาการผลิตหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณของชุมชนบ้านบางบ่อล่างมีคุณค่าทั้งด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจชุมชน หน่วยงานท้องถิ่นจึงควรสนับสนุนการจัดการและถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ ผ่านแหล่งเรียนรู้ชุมชน สื่อดิจิทัล และการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ ควบคู่กับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และข้อมูลโภชนาการ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค และเพิ่มโอกาสทางการตลาด

8.1.2 ชุมชนบ้านบางบ่อล่างมีฐานทรัพยากรจากการประมงชายฝั่งและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ทำให้มีวัตถุดิบทางทะเลที่หลากหลาย จึงควรส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากวัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นแนวทางในการพัฒนาอาชีพและรายได้ของคนในชุมชน

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ควรศึกษาการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ องค์ประกอบทางเคมี และชนิดของจุลินทรีย์ในกระบวนการหมักหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณ รวมทั้งคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงวิทยาศาสตร์และเป็นข้อมูลประกอบการขอรับรองมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

8.2.2 ควรศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ วางแผนการตลาด และกำหนดนโยบายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน

9. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณประธานกลุ่มการเรียนรู้ป่าชายเลน ชุมชนบ้านบางบ่อล่าง จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ถ่ายทอดความรู้การผลิตหัวน้ำปลาโองดินเผาโบราณ ตลอดจนผู้บริโภคที่ให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะอันมีคุณค่า รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วง

10. เอกสารอ้างอิง

- กองบรรณาธิการศิลปวัฒนธรรม. (2566, พฤศจิกายน 18). เส้นทาง “น้ำปลา” ไทย นิยมแพร่หลายด้วยพลังชาวแต้จิ๋ว. https://www.silpa-mag.com/history/article_107242?brid=B-mSiQ0BM0
- ฉวีวรรณ สุวรรณภา, อรอนงค์ วุวงศ์ และเสริมศิลป์ สุกเมธีสกุล. (2561). อาหารพื้นบ้าน: กระบวนการจัดการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและจริยธรรมทางสังคมในชุมชนภาคเหนือ. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 6(4), 1306-1319.
- นันทวัน ชมโณม, สุพรรณิการ์ โกสุม, พิทักษ์ ศิริวงศ์ และฉัตรยา งามเลิศ. (2567). การสื่อสารอัตลักษณ์ขนมไทย เพื่อส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาด กรณีศึกษาร้านจันทร์วันสนมไทยและร้านย่าเหม็นขนมไทย จังหวัดนนทบุรี. *วารสารคหกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน*, 6(2), 72-85.
- ปราชญ์ ผดุงพล. (2567). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ New normal ชุมชนบ้านเสี้ยวน้อยจังหวัดชัยภูมิ. *วารสารพุทธศาสตร์ มจร. อุบลราชธานี*, 6(3), 1031-1042.
- เปรมกมล ขจรจตุพร. (2567). การสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลดิสรปชัน. *วารสารศิลปการจัดการ*, 8(1), 567-583.
- สมภาพ อุตสาหะ, น้อมจิตต์ สุธิบุตร, จุฑามาศ พิรพัชระ และเจตนิพัทธ์ บุญยสวัสดิ์. (2568). ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตปลาหมึกของวิสาหกิจชุมชนเป็ดญวน-ปลาหมึก จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารการอาชีวศึกษาภาคกลาง*, 9(1), 47-55.
- สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2568). *ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดสมุทรสงคราม*. <https://www.opsmoac.go.th/samutsongkhram-dwl-files-471691791951>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2568). Statistical Yearbook Thailand 2025. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Narzary, Y., Das, S., Goyal, A. K., Lam, S. S., Sarma, H. & Sharma, D. (2021). Fermented fish products in South and Southeast Asian cuisine: indigenous technology processes, nutrient composition, and cultural significance. *Journal of Ethnic Foods*, 8(1), 33. <https://doi.org/10.1186/s42779-021-00109-0>
- Nastasi, B. B. & Schensul, J. J. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. *Journal of School Psychology*, 43(3), 177-195. <https://doi.org/10.1016/j.jsp.2005.04.003>

- Nguyen, P. T., Nguyen, D. T. & Nguyen, H. T. (2025). Unveiling early microbial succession and predicted functional transitions during freshwater fish sauce fermentation through 16S rRNA metagenomics. *Next Research*, 100794.
- Sivamaruthi, B. S., Alagarsamy, K., Suganthi, N., Thangaleela, S., Kesika, P. & Chaiyasut, C. (2022). The Role and Significance of Bacillus and Lactobacillus Species in Thai Fermented Foods. *Fermentation*, 8(11), 635.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications.