

การมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากบัว บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น
ตำบลทับกฤช อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

Participation in Product Development from Lotus based on Local Wisdom,
Thap Krit Sub-district Chum Saeng District, Nakhon Sawan Province

เจนจิรา เงินจันทร์¹, สิริกาญจน์ ทวีพิธานนท์², ลักษมี งามมีศรี³, มานิตย์ สิงห์ทองชัย⁴,
หิรัญ ศรีพินทุสร⁵ และ ภาณุวัฒน์ แต่งนวลจันทร์⁶

Jenjira Ngerchan¹, Sirikan Thawipithanun², Laksamee Ngammeesri³,
Manit Singthongchai⁴, Hiran Sripinthusorn⁵ and Panuwat Tangnuanchan⁶

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์^{1,2,3,4,5,6}

Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University, Thailand^{1,2,3,4,5,6}

E-mail: ¹Janejira.ngo@gmail.com; ²p_phoo@hotmail.com; ³luxlek@hotmail.com; ⁴singthongchai.m@gmail.com;

⁵hitun.s@nsru.ac.th; ⁶panuwat.tan@nsru.ac.th

Retrieved 27-03-2023; Revised 26-04-2023; Accepted 28-04-2023

บทคัดย่อ

ปัจจุบันกลุ่มผู้ประกอบการมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าและบริการใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่เน้นการพัฒนาชุมชนโดยการรวมกลุ่มเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายการทำกิจกรรมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม เพื่อแก้ปัญหาและสนองตอบความต้องการของชุมชน ซึ่งกระบวนการและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน ต้องเริ่มจากการมีส่วนร่วมของสมาชิก และส่งเสริมให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการดำเนินงานของกลุ่ม บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลทับกฤช อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ และ 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากบัว ตำบลทับกฤช อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความต้องการการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากบัว และแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบกับกลุ่มผู้บริโภคเป็นผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์จากบัวของตำบลชุมแสงเพื่อการบริโภค หรือเคยซื้อเป็นของฝากจำนวน 15 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งสิ้น 30 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า 1) ภูมิปัญญาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัว ของตำบลทับกฤช อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วยความเป็นมาของอาชีพการค้นหา การเก็บ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากบัว

ที่สอดคล้องกับลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ ภูมิปัญญาจำแนกเป็น 2 ชนิด คือ ภูมิปัญญาการแปรรูปบัว และภูมิปัญญาการทำรากบัวเชื่อม และ 2) การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านตราผลิตภัณฑ์สินค้าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ที่มีรายละเอียดข้อความ สี รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบลงในตราสินค้าสวยงาม และใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษาคุณภาพสินค้าได้ระยะเวลานาน จัดเก็บได้สะดวก และต้องบรรจุผลิตภัณฑ์ลงไปได้ง่าย ด้านตราสินค้าผู้ประกอบการและผู้บริโภคต้องการตราสินค้าที่สามารถจดจำได้ง่าย มีความครบถ้วนของข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ และสามารถแจ้งรายละเอียดให้แก่ผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม; รูปแบบผลิตภัณฑ์จากบัว; ภูมิปัญญาท้องถิ่น; ตำบลทับกฤช

Abstract

This article aims to 1) Study the local wisdom of Thapkrit sub-district, Chum Saeng district, Nakhon Sawan province, and 2) Develop products from lotus, Thapkrit sub-district, Chum Saeng district, Nakhon Sawan province. This research is a participatory action research. The tools used to collect data are semi-structured interviews on the need for product development from lotus and a satisfaction questionnaire on prototype product development with key-informants who have previously bought lotus products in Chum Saeng district or as souvenirs, totaling 15 people. Therefore, the sample group used in this study is 30 people. The statistics used for data analysis are frequency, percentage, mean, standard deviation, and descriptive analysis.

The study found that 1) Local knowledge about lotus product production in Thapkrit sub-district, Chumsaeng district, Nakhon Sawan province, consists of the history of the occupation, the methods of searching, collecting, and processing lotus products that are in line with the geographical characteristics of the area. The local knowledge is divided into two types: lotus processing knowledge and candied lotus root knowledge. 2) The development of packaging design for product branding. Most entrepreneurs aim to develop packaging with detailed text, color, and layout that is aesthetically pleasing to fit the product brand. The packaging should also be able to maintain product quality for a long time, easy to store and easy to package the products. For the product branding, both entrepreneurs and consumers want a memorable product brand that has comprehensive information on the packaging and can provide good information to the buyers.

Keywords: Participation; Lotus Product Forms; Local Wisdom; Thap Krit District

บทนำ

ประเทศไทยกำหนดนโยบายในการบริหารประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564 ในเป้าหมายข้อที่ (6) ระบุว่า เป้าหมายสำคัญตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ภาครัฐจะต้องดำเนินการพัฒนาให้ภาครัฐมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย โปร่งใสตรวจสอบได้ กระจายอำนาจและมีส่วนร่วมจากประชาชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) จะเห็นได้ว่าในส่วนของการพัฒนาประเทศนั้น รัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างมาก มุ่งสู่เป้าหมายสูงสุดภายใต้วิสัยทัศน์ เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ ภายในปี 2564 โดยการจัดโครงการและกิจกรรมให้ชุมชนขับเคลื่อนลงมือปฏิบัติให้เกิดประโยชน์มากที่สุด โดยดำเนินการผ่านหน่วยงานของรัฐ เพื่อให้เข้าถึงและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการพัฒนาชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2559) และเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาชุมชนของตนมากยิ่งขึ้น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์ เกี่ยวข้องกับมนุษย์ในชุมชน มนุษย์รู้จักนำวัตถุดิบที่อยู่ใกล้ตัวมาดัดแปลงเป็นอาหาร เครื่องใช้ ที่มีความหลากหลาย สืบทอดจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่น จนกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ตกทอดมา การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จัดเป็นองค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอด การจัดเก็บ การพัฒนา และนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในระดับครัวเรือน ชุมชน สังคม (ลักษณะ เกษราพันธ์, 2561) โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน มีหลายวิธีซึ่งสามารถทำได้โดยการสร้างความร่วมมือ การให้ข้อมูลข่าวสาร การรับฟังความคิดเห็น ความเกี่ยวข้อง โดยขึ้นอยู่กับความต้องการจำเป็นในการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นเรื่องละเอียดอ่อน จึงต้องมีการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่ชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย (นิชชา ทิพนตร, 2565) อีกทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น คือ การพัฒนาตราสินค้า (Branding) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้เพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน การเชื่อมโยงกับคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) ด้วยการพัฒนาตราสินค้า และการบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ (สิริวิทย์ ปิ่นคำ, 2566)

จากการลงพื้นที่ของคณะผู้วิจัย ได้สังเกตเห็นปัญหาของผลิตภัณฑ์ในชุมชนตำบลทับกฤช อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครสวรรค์ จากองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ภายนอก เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์แปรรูปจากบัว ที่มีจำหน่ายมากมายในชุมชน พบว่า ปัญหาที่แท้จริงของชุมชนมีทั้ง การผลิตที่หลากหลาย รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์จากบัวเชื่อม เพราะมีลักษณะเป็นถุงพลาสติกมัดปากถุงด้วยยาง ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่น่าสนใจ และไม่สามารถแยกผลผลิตของกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนได้ นอกจากนี้ด้านบรรจุภัณฑ์ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการขนส่ง หากมีการส่งสินค้าไปนอกพื้นที่ มีความเสี่ยงที่ถุงบรรจุอาจแตก รั่ว ทำให้คุณภาพของสินค้าภายในเสื่อมคุณภาพ ข้อยเสียเปรียบอีกประการหนึ่งของผลิตภัณฑ์จากบัวเชื่อม คือตราสินค้าไม่มี ทำให้ขาดเอกลักษณ์

ไม่สามารถดึงดูดใจลูกค้าและสร้างความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งผลต่อการเพิ่มคุณภาพชีวิตด้านเศรษฐกิจให้กับชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการประกอบอาชีพของชุมชนตำบล ทับกฤษ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ถูกสืบทอดต่อกันมายาวนาน และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรในชุมชน ดังนั้นคณะผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากบัว บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ตำบลทับกฤษ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นของตำบลทับกฤษต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพรรณนาภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลทับกฤษ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากบัว ตำบลทับกฤษ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

การทบทวนวรรณกรรม

การมีส่วนร่วม หมายถึง สมาชิกมีโอกาสร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติการ ร่วมติดตาม และร่วมประเมินผล ในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง โดยการมีส่วนร่วมนี้จะเกิดจากความสมัครใจ และพึงพอใจในผลประโยชน์ร่วมกัน รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ 1) การมีส่วนร่วมที่เป็นผลมาจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ประกอบด้วยฝ่ายที่มีอำนาจ และฝ่ายที่ด้อยอำนาจในรูปแบบของความรู้ หรือทรัพยากร เรียกว่ามีส่วนร่วมในลักษณะนี้ว่าการมีส่วนร่วมแบบชายขอบ 2) การมีส่วนร่วมจากการกำหนดของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง โดยจะมีฝ่ายหนึ่งที่ไม่ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งของกิจกรรมนั้น ๆ การมีส่วนร่วมในลักษณะนี้จึงมีเพียงสมาชิกบางส่วนเท่านั้นที่มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกิจกรรม เรียกร่วมแบบบางส่วน และ 3) การมีส่วนร่วมแบบสมบูรณ์โดยทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกิจกรรมนั้น ๆ อย่างเท่าเทียมกัน เป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ที่สามารถใช้ในกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ วิลาสินี ขำพรหมราช (2564) ดังนั้นแนวคิดการมีส่วนร่วม จึงเป็นแนวคิดที่เป็นผลมาจากทุกฝ่ายที่เห็นพ้องในเรื่องความต้องการต่าง ๆ ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยความเห็นพ้องนี้ต้องมีมากพอที่จะสามารถนำไปสู่การริเริ่มและลงมือปฏิบัติ Namburi (2019) ซึ่งสอดคล้องกับสิรินภา จงเกษกรณ์ (2564) โดยกล่าวถึง ความหมายการมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนหรือกลุ่มคน มีแนวคิดหรือจุดมุ่งหมายเหมือนกัน มาร่วมดำเนินการให้แล้วเสร็จตามวัตถุประสงค์ที่มีการตั้งเอาไว้ แล้วรับผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นจนจบโครงการ ไม่ว่าจะเป็น ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมประเมินผล

โดยสรุป คือ การมีส่วนร่วมเป็นการให้โอกาสสมาชิกทุกคน ในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมโครงการ และกระบวนการดำเนินการพัฒนา และได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนานั้นอย่างเท่าเทียม โดยการมีส่วนร่วมใน 4 มิติ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) 2) การมีส่วนร่วมใน

การดำเนินงาน (Implementation) 3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) ซึ่งคำกล่าวข้างต้นมีความสอดคล้องกับ Cohen & Uphoff (1981) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและอย่างไร 2) การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ 3) การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้มีนักการตลาดให้ความหมายที่แตกต่างกันไป ซึ่ง Armstrong & Kotler (2009) ให้ความหมายคำว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ สินค้าหรือบริการหรือความคิดที่ได้ปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น สอดคล้องกับ McCarthy & Pereault (1991) กล่าวว่า การพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยมีรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีคุณสมบัติใหม่ หรือลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไป สามารถสร้างประโยชน์ใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าได้ ส่งผลให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ในปัจจุบันผู้ประกอบการ/กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น และมีเทคโนโลยีใหม่เข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนผลิตผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดใหม่ แต่การปรับปรุง หรือผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ได้นั้นต้องมีความแปลกใหม่ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งมีการจำแนกผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) ได้ 3 ลักษณะ คือ 1. ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ (Innovative Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีใครนำเสนอในตลาดมาก่อน มีการวิจัยและพัฒนา คิดสร้างสรรค์ และไม่มีในตลาด 2. ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยน ดัดแปลง (Replacement Product of Modify Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนา เปลี่ยนแปลง หรือปรับปรุงคุณสมบัติในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภคได้มากขึ้น 3. ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (Imitative or Me-too-Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจ ซึ่งเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่แล้วในท้องตลาด และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทำให้ธุรกิจมีโอกาสในการทำกำไรสูง ทาริกา สระทองคำ และคณะ (2565)

กล่าวโดยสรุปว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องดำเนินการควบคู่กันไป ไม่ว่าจะเป็นการพยายามสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ หาคำตอบ และวิธีการ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสมัยใหม่ เข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีการเลือกใช้วัสดุและการใช้หลักในการออกแบบ เข้าใจปัญหา การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) ได้ให้คำจำกัดความของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับ

พื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มต้องเริ่มจากการเรียนรู้ การสะสมข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ซึ่งการศึกษาการมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากบัว บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ตำบลทับกฤช อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ มีการร่วมกันของกลุ่มผู้ประกอบการในการคิด วิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับแนวคิดของกลุ่มชุมชน และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ต่อ ยอดได้ในอนาคต และมีการศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไข และทำให้ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น คำว่า “ภูมิปัญญา” หรือ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” หรือ “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” ได้มีผู้อธิบายความหมายในแง่มุมต่าง ๆ ซึ่งพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2556 ให้ความหมายคำว่า “ภูมิปัญญา” ว่าหมายถึง พื้นฐานความรู้ความสามารถ ซึ่งนักวิชาการหลายท่านให้ความหมาย ดังนี้ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น เกิดจากการสะสมการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนาน มีลักษณะเชื่อมโยงกันไปหมดทุกสาขาวิชา ไม่แยกเป็นวิชาแบบที่เราเรียน ผสมกลมกลืนเชื่อมโยงกันหมด” Prawase Wasi (1998) สอดคล้องกับ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2554) กล่าวว่า “ภูมิปัญญา” ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Wisdom หมายถึง ความเชื่อและศักยภาพในการแก้ปัญหาของมนุษย์ที่สืบทอดกันมาจากอดีตถึงปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง เป็นความรู้ ความสามารถ ทักษะความเชื่อและศักยภาพในการแก้ปัญหาของมนุษย์ที่เชื่อมโยงกันทั้งระบบทุกสาขา อาจกล่าวได้ว่าภูมิปัญญาเป็นความรู้ในท้องถิ่นที่มีมานานแล้ว โดยสืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ภิริญาภรณ์ เจริญโรจนปริชา (2562) ให้ความหมายของภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ไว้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ผลผลิตทางปัญญาของผู้คนในชุมชน และท้องถิ่นของตนเอง ที่เกิดจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ประกอบกับแนวความคิดวิเคราะห์ในการแก้ไขปัญหาต่างๆของตนเอง จนเกินเป็นการหลอมรวมเป็นแนวคิดที่เป็นลักษณะของตัวเอง สามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับกาลสมัยในการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ จิตติยาภรณ์ เขาวรากุล (2564) กล่าวว่า “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เองแล้วนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา เป็นสติปัญญาเป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้านที่ชาวบ้านสามารถคิดเองทำเองโดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ไขปัญหาการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

สรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ ความสามารถ องค์ความรู้ ทักษะที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีตจากการทำมาหากิน ที่มีการสั่งสมมาเป็นเวลายาวนาน ผ่านการถ่ายทอดจากคนรุ่นสู่รุ่น ด้วยวิธีการที่หลากหลาย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ในการศึกษาภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทำบัว

และนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกพื้นที่แบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ ตำบลทับกฤช อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นในด้านการทำผลิตภัณฑ์จากบัว ในพื้นที่บัวจำนวนมาก อีกทั้งมีการขับเคลื่อนของผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้นำชุมชน ได้แก่ กำนันและผู้ใหญ่บ้านในตำบลทับกฤช จำนวน 10 คน และกลุ่มผู้ประกอบการที่แปรรูปผลิตภัณฑ์จากบัว จำนวน 22 คน และกลุ่มผู้บริโภค การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยศึกษาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากบัว โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน และตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ (สมาชิกชุมชนที่แปรรูปผลิตภัณฑ์จากบัว) จำนวน 5 คน รวม 15 คน และผู้วิจัยศึกษาภูมิปัญญาเกี่ยวกับการแปรรูปบัว โดยการคัดเลือกโดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เป็นตัวแทนกลุ่มชุมชนที่แปรรูปผลิตภัณฑ์จากบัว จำนวน 5 คน และผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามความพึงพอใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากบัว โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เป็นตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน ตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ 5 คน รวม 15 คน และตัวแทนกลุ่มผู้บริโภค โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตกลุ่มผู้บริโภคเป็นผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์จากบัวของตำบลชุมแสงเพื่อการบริโภค หรือเคยซื้อเป็นของฝาก จำนวน 15 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งสิ้น 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความต้องการการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์จากบัว และแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ซึ่งผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากบัว เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และจัดเวทีระดมสมอง (Focus Group) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ออกแบบร่างและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ และประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นโดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยใช้ระดับความ พึงพอใจ 5 ระดับ (Likert Scale) คือ พึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00) พอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50) ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50) ไม่พึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50) ไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50) สรุปผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์

สำหรับการทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และการจัดการ จำนวน 3 ท่าน ในประเด็นความสอดคล้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ความเหมาะสมและความสามารถในการสื่อสาร พบว่าอยู่ระหว่าง 0.77 – 1.00 ผ่านเกณฑ์ทุกข้อ และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมือนกับกลุ่มที่ศึกษาวิจัยแต่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ศึกษา จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธี หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่าข้อคำถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.72 และ 0.81 ตามลำดับ โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น 0.75 ขึ้นไป

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน กลุ่มคนเก็บบัว กลุ่มผู้ประกอบการชุมชนเกี่ยวกับภูมิปัญญาในการเก็บและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากบัว เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรากฏผลดังนี้

ผลการวิจัยข้อที่ 1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นในตำบลทับกฤช อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของกลุ่มผู้นำชุมชนตำบลทับกฤช อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ตำบลทับกฤชเป็นพื้นที่ราบลุ่มติดแหล่งน้ำธรรมชาติ ประชากรในตำบลทับกฤชกว่า 70% มีรายได้จากการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก เป็นชุมชนที่มีความสมบูรณ์ ทั้ง ศิลปวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นความรู้ของชาวบ้าน ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น จากการเรียนรู้ของบรรพบุรุษ หรือผู้มีความรู้ในท้องถิ่น ซึ่งความรู้ต่าง ๆ ในท้องถิ่น เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ผ่านการปฏิบัติ การทดลองและนำไปใช้อย่างต่อเนื่อง จนเกิดเป็นความรู้ประจำท้องถิ่น ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ปรับเปลี่ยนไปตามวิถีชีวิต ยุคสมัย และบริบทสังคมทำให้สังคมอยู่ได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังมีความหลากหลายของพืชพรรณ มีบัวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นพืชที่สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนตำบลทับกฤชได้อย่างต่อเนื่อง บัวเปรียบได้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นของตำบลทับกฤช เป็นภูมิปัญญาที่สั่งสมความรู้ ความเข้าใจที่สืบทอดกันมาจากการใช้ประโยชน์จากบัว ตั้งแต่ ใบบัว ดอกบัว เกสรบัว เม็ดบัว ไหล สายบัว และรากบัว โดยชุมชนมีความผูกพันและเกี่ยวเนื่องกัน เป็นสินค้าส่งในประเทศและต่างประเทศ จากจำนวนประชากรทั้งหมด 6,680 คน จำนวนครัวเรือน 2,438 ครัวเรือน แบ่งพื้นที่เขตการปกครอง ออกเป็น 13 หมู่บ้าน คือ 1.บ้านคลองปลากด 2.บ้านหนองแม่พังงา 3.บ้านทับกฤช (เขตเทศบาลตำบลทับกฤช) 4.บ้านย่านสวาย 5.บ้านทับกฤชเหนือ 6.บ้านหนองไกร 7.บ้านเนินทอง 8.บ้านทับกฤชพัฒนา 9.บ้านท่าบัว 10.บ้านหนองยาว 11.บ้านแหลมจันทร์ 12.บ้านคลองปลากดใน 13.บ้านทุ่งแวน 14.บ้านสวนพัฒนา (แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566 – 2570 องค์การบริหารส่วนตำบลทับกฤช) กลุ่มที่แปรรูปบัว จำนวน 25 ราย กลุ่มนี้จะมีรายได้เฉลี่ย 1,000 – 1,500 บาท/วัน กลุ่มที่จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับบัว จำนวน 42 ราย กลุ่มนี้จะมีรายได้เฉลี่ย 400 – 600 บาท/วัน แบ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตบัวรายใหญ่ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มของป้ามะลิ และกลุ่มของป้าบุญยัง โดยพื้นที่ตำบล ทับกฤชอยู่ติดกับบึงบอระเพ็ด ซึ่งเป็นแหล่งบัวตามธรรมชาติที่มีขนาดใหญ่ ทำให้เกิดภูมิปัญญาการหา การผลิตและการแปรรูปบัว ที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดนครสวรรค์ ยังเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของตำบลทับกฤช

จากการเก็บสำรวจข้อมูลความต้องการของผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนต้องการเกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ตราสินค้าที่โดดเด่นดึงดูดใจ และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาสินค้าให้ยาวนานขึ้น ภูมิปัญญาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลทับกฤช อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วยเรื่องเล่าเกี่ยวกับความเป็นมาของอาชีพการเก็บบัวที่สอดคล้องกับลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ เป็นพืชที่สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนตำบลทับกฤชได้อย่างต่อเนื่อง บัวเปรียบได้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นของตำบลทับกฤช เป็นภูมิปัญญาที่สั่งสมความรู้ ความเข้าใจที่สืบทอดกันมาจากการใช้ประโยชน์

จากบัว ตั้งแต่ ใบบัว ดอกบัว เกสรบัว เม็ดบัว ไหล่ สายบัว และรากบัว โดยชุมชนมีความผูกพันและเกี่ยวเนื่องกัน เป็นสินค้าส่งในประเทศและต่างประเทศ โดยชุมชนสร้างการรับรู้ ความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์จากบัว ในตำบล ทับกฤษ คือ ผลิตภัณฑ์รากบัวเชื่อมสด และเชื่อมแห้ง มีรสชาติอร่อย เป็นของทานเล่นได้ และการถนอมอาหารนี้เกิดจากภูมิปัญญาที่สืบทอดต่อกันมานานกว่า 30 ปี ความยั่งยืนของภูมิปัญญาการผลิตแปรรูปจากบัวในตำบลทับกฤษ ในปัจจุบันชุมชนมีการผลิตผลิตภัณฑ์จากบัว เริ่มตั้งแต่ ใบ ก้าน ดอก เกสร เม็ด ไหล่บัว สายบัว และรากบัว มาขายได้ตลอดทั้งปี ซึ่งการเก็บผลผลิตและการแปรรูปต้องอาศัยแรงและความชำนาญ ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุทั้งหญิงและชาย อนาคตอาจส่งผลกระทบต่อผู้สูงอายุกลุ่มนี้หากเสียชีวิตไป ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากบัวอาจหายไปจากชุมชนทับกฤษ จึงต้องเร่งสร้างกลุ่มเพื่อหาคนมาเรียนรู้วิธีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากบัวให้สืบทอดต่อไป อีกทั้งยังได้สร้างตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเป็นที่พอใจให้กับกลุ่มลูกค้า และมอบ Pocket book ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน และสถานที่ท่องเที่ยวตำบลทับกฤษ ไว้ให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลทับกฤษ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลความรู้ และนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต



ภาพที่ 1 แสดง Pocket book ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน สถานที่ท่องเที่ยวตำบลทับกฤษ และการส่งมอบ

ผลการวิจัยข้อที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากบัว ตำบลทับกฤษ อำเภอชุมแสง จังหวัด นครสวรรค์

จากการศึกษาผลิตภัณฑ์จากบัวที่จำหน่ายในชุมชน พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้บรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติก โดยไม่มีตราสินค้า หรือการอธิบายความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 บรรจุภัณฑ์รากบัวเชื่อม

กระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยนำผลความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการ จากเวทีระดมสมอง มาร่างฉลากตราสินค้า และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และจัดประชุมร่วมกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อคัดเลือกรูปแบบ รายละเอียดข้อความ สี และรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบลงในตราสินค้า ดังนี้



ภาพที่ 3 ฉลากตราสินค้า



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์

การกำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากผลการสอบถามความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยใช้แบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าควรใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษาคุณภาพสินค้าได้ระยะเวลานาน จัดเก็บได้สะดวก อีกทั้งผู้ประกอบการต้องบรรจุผลิตภัณฑ์ลงไปได้ง่าย ผู้วิจัยนำผลจากการสอบถามความต้องการดังกล่าวมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยจัดประชุมร่วมกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ จำนวน 15 คน เพื่อร่วมกันออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีข้อสรุปว่าให้เลือกใช้ถุงซีล หรือถุงซิปล็อค กระปุก เพื่อป้องกันไม่ให้อากาศเข้าไปทำให้สินค้าเป็นรา และจัดหาวัสดุมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ จึงได้สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 3 รูปแบบ ดังนี้

ตารางที่ 1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์

รูปแบบบรรจุภัณฑ์	
รูปแบบที่	ผลิตภัณฑ์
1	
2	
3	

ผู้วิจัยนำรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นทั้ง 3 รูปแบบ ไปศึกษาความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำชุมชนและตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 15 คน และกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 15 คน ผลการประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบแต่ละรูปแบบ คิดเป็นระดับและค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
ตราสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย	4.50	4.47	4.50
ความครบถ้วนของข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์สามารถแจ้งรายละเอียดให้แก่ผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี	4.47	4.37	4.53
วัสดุที่ใช้สามารถป้องกันการสัมผัสกับน้ำความชื้นหรืออากาศ	4.67	4.43	4.27

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
โครงสร้างสามารถปิดได้สนิทเพื่อ คุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	4.43	4.37	4.30
โครงสร้างสามารถเปิดใช้งานได้ง่าย	4.30	3.97	4.03
ปริมาณบรรจุมีความเหมาะสม	4.37	3.90	4.37
รูปแบบของบรรจุภัณฑ์สามารถเปิดเพื่อ บรรจุสินค้าได้อย่างสะดวก	4.43	3.77	4.17
บรรจุภัณฑ์สะอาด สวยงาม คงทน สามารถใช้งานได้จริง	4.53	4.27	4.20
สะดวกต่อการเคลื่อนย้าย	4.87	4.57	4.77
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.51	4.23	4.35

จากตารางแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ของคนในพื้นที่ คือ โดยมีระดับความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (4.51) บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 ในระดับพึงพอใจมาก (4.23) และบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 ในระดับพึงพอใจมาก (4.35) ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจ จำนวน 30 คน มีระดับความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 มากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผลภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากบัว ของตำบลทับกฤช อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครสวรรค์ ได้ดังนี้

1) ภูมิปัญญาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลทับกฤช อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วยเรื่องเล่าเกี่ยวกับความเป็นมาของอาชีพการเก็บบัวที่สอดคล้องกับลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ เป็นพืชที่สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนตำบลทับกฤชได้อย่างต่อเนื่อง บัวเปรียบได้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นของตำบลทับกฤช เป็นภูมิปัญญาที่สั่งสมความรู้ ความเข้าใจที่สืบทอดกันมา สอดรับกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ ถ่ายทอด และฝึกปฏิบัติจริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณรงค์ บุญเรือง (2560) ที่นำกระบวนการจัดการความรู้สู่การอนุรักษ์ภูมิปัญญาเมือง ภูมิปัญญาเมืองเกิดจากองค์ความรู้ของชุมชนที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งเกิดจากการสร้างความรู้เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ การสังเกต และตกผลึกเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิชาติ ใจอารีย์ (2557) เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดจากการสะสมความรู้ และประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมาเป็นเวลายาวนาน ผ่านกระบวนการเรียนรู้ในลักษณะต่าง ๆ สู่การถ่ายทอดและพัฒนาให้เหมาะสมกับการดำรงชีวิตของตนเอง หรือสังคมนั้น ๆ

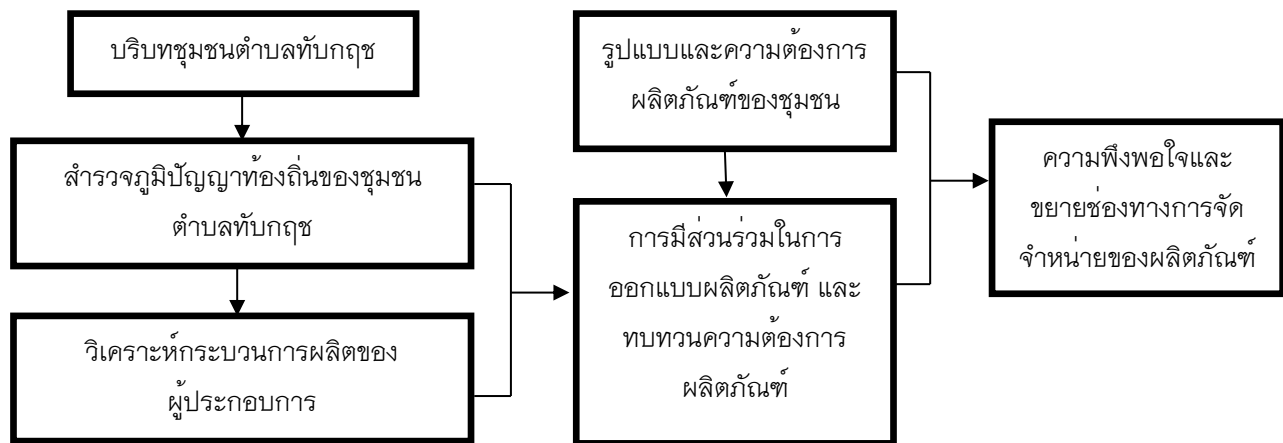
2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากบัว ตำบลทับกฤช อำเภอมะนัง จังหวัดนครสวรรค์ จากการสำรวจสัมภาษณ์ และการระดมสมองของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ที่มีรายละเอียดข้อความ สีสัน รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบลงในตราสินค้าสวยงาม และใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษาคุณภาพสินค้าได้ระยะเวลานาน จัดเก็บได้สะดวก และผู้ประกอบการต้องบรรจุผลิตภัณฑ์ลงไปได้ง่าย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์, 2555) ที่ว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง สามารถเก็บรักษาสินค้าได้นาน และกล่าวถึงฉลากสินค้าที่น่าสนใจนั้น ควรมีสีสัน สวยงาม สะดุดตาและจัดจ้านง่าย และแตกต่างกับงานวิจัย (วิวัฒน์ จันทร์กิงทอง และคณะ, 2561) ที่พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นกล่องพลาสติกใสทรงกลม สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน มีป้ายฉลากสินค้าติดข้างกล่องและบอกรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ซึ่งการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งในงานวิจัยนี้เลือกบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุจากบัวเชื่อม เป็นแบบแบบถุงซีลสุญญากาศ สามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ได้ และมีฉลากสินค้าที่โดดเด่น ที่บรรจุภัณฑ์มีแตกต่างกันอาจเป็นเพราะรูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกัน อีกทั้งยังส่งผลทำให้ต้นทุนของสินค้าสูงขึ้น และสอดคล้องกับ (ปทุมวรรณ ทองตรา และคณะ 2565) ศึกษาเรื่องการออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ ตำบลคลองภูตะเกา อำเภอดงหลวง จังหวัดสงขลา พบว่า การออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสารบ้านท่าแซะ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าและป้ายฉลากมากที่สุด มีปัจจัยด้านตราสินค้ามีความโดดเด่นสวยงามและมีความทันสมัย มีขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีรูปลักษณะที่จัดจ้านง่าย ป้ายฉลากมีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า และแสดงภาพลักษณ์สินค้าและคุณภาพ บ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้และสามารถนำเสนอข้อมูลครบและชัดเจน ซึ่งในงานวิจัยนี้พบว่า ผู้ประกอบการและกลุ่มลูกค้าเลือกตราสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย ความครบถ้วนของข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์สามารถแจ้งรายละเอียดให้แก่ผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่ที่ชุมชนได้รับ กลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์บัว ได้ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของตนเอง ในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับบัว การแปรรูปสินค้าที่หลากหลาย ช่วยให้ผู้ประกอบการเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญในการรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่น เกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น สามารถต่อยอดภูมิปัญญา และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้ในอนาคต นอกจากนี้ยังได้แนวทางในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจมากขึ้น อีกทั้งสมาชิกยังได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ได้เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีในการผลิต และการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มรายได้ในอนาคต

การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย หลังจากกลุ่มผู้ประกอบการได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้า ผู้ประกอบการได้ทดลองจำหน่ายที่ศูนย์ประชุมและนิทรรศการนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

เขตการศึกษาย่านมัทรี เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ภายใต้ชื่อ แม่มะลิ ผลิตภัณฑ์จากรากบัว ทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะสินค้าของชุมชนตำบลทับกฤช กับสินค้านอกจากชุมชนอื่นได้



ภาพที่ 5 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สรุป

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นในแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลทับกฤช สภาพความเป็นอยู่ในชุมชนเรียบง่าย การจัดการตนเองด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนด้านเกษตรกรรม และด้านประมง สามารถพึ่งพาตนเองได้มีภาคภูมิใจในอาชีพของชุมชน มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น นำองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาและต่อยอดสินค้าในชุมชน ทำให้เกิดเข้มแข็งของชุมชน จากผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน และหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน อีกทั้งยังมีนำความรู้ที่มีทั้งภายในถ่ายทอดสู่ชุมชนภายนอก และพัฒนาศักยภาพชุมชนโดยการหาความรู้จากกิจกรรมภายนอก ชุมชนมาจัดการตนเอง เพื่อนำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไปพัฒนาต่อยอดจากความรู้เดิม และสามารถปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติการ

ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ และประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนตำบลทับกฤช สิ่งที่เป็นปัญหาสำคัญ คือ ทายาทของผู้สืบทอดในการประกอบธุรกิจการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากบัว ยังมีจำนวนน้อยมาก หากไม่มีผู้สืบทอดความรู้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์จากบัว เพื่อให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ เจนเนอเรชั่น Z ของชุมชนได้เรียนรู้ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะการทำผลิตภัณฑ์จากบัวเชื่อมสด และเชื่อมแห้ง เท่านั้น ควรเพิ่มความหลากหลายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากบัวให้มีความครอบคลุมส่วนประกอบของต้นบัว เช่น ดอกบัว เกสรบัว เม็ดบัว ไหลบัว สายบัว เป็นต้น เพื่อการส่งเสริมความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างความสามารถทางการแข่งขันให้เพิ่มขึ้น และควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากบัว จะทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปบัว สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2559). *แผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2560–2564*. กรุงเทพฯ: กองแผนงาน กรมการพัฒนาชุมชน.
- กรรณรงค์ บุญเรือง. (2560). การจัดการความรู้สู่การอนุรักษ์ภูมิปัญญาเมือง ตำบลสกาตอำเภอบัว จังหวัดน่าน. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย*, 12(1) ,79–87.
- จิตติยาภรณ์ เขาวรากุล. (2563). คุณลักษณะของบัณฑิตตามความต้องการของสถานประกอบการในศตวรรษที่ 21. *HUSO Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(2),104 – 109.
- ทาริกา สระทองคำ. (2565). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในยุคอนาคต. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1), 245 – 247.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2554). *ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- นัชชา ทิพนเตร. (2565). การมีส่วนร่วมของประชาชนและรูปแบบการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบล จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 9(8),39.
- ปทุมวรรณ ทองตราชู และคณะ .(2565). *การออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสารบ้านท่าแซะ ตำบลคลองภูตะเกา อำเภอดงหลวง จังหวัดสงขลา*. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 13. 3256 – 3259.
- ภิริญาภรณ์ เจริญโรจนปรีชา. (2562). *การพัฒนาชุดการสอน เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นภาคใต้ สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย (รายงานวิจัย)*. วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2552). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative Economy*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- ลักขณา เกตุราพันธ์. (2561). รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นกรณีศึกษา :อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก. *วารสารวิจัยและพัฒนายุทธศาสตร์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 13(2), 75–65.

- วิลาสินี ขำพรหมราช. (2564). หีบห่ออาหารในวิถีพื้นบ้านอีสาน กับประเพณี ความเชื่อ และพิธีกรรม. *วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย*, 3(1), 107–118.
- วิวัฒน์ จันทรกิจทองและคณะ.(2561).การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายเครื่องแกงตำมือ บ้านทุ่งชุมพลพัฒนา ตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. การประชุมหาตใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 9 วันที่ 20 กรกฎาคม 2561 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 1,491–1,505.
- สิริวิทย์ ปิ่นคำ. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่นของชุมชนท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 11(1),12.
- สิรินภา จงเกษกรณ์. (2564). การพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ย่านเมืองเก่าภูเก็ต. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*,17(2),24.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). *Packaging design ออกแบบบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: วาดศิลป์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- อภิชาติ ใจอารีย์. (2557). รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ของชุมชน บ้านพุเตยจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารการเมืองการปกครอง*, 4(2),158 – 241.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2009). *Marketing: An introduction* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Cohen, J.M. , & Uphoff, N.T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for international Studies*. New York: Cornell University Press.
- Mccathy & Pereault, Jr. (1991). *Basic Marketing*. New York: Mc Graw–Hill.
- Namburi. S. (2019). Innovation and Administration. *Journal of Research and Academics*, 2(1),183–187.
- Prawase Wasi. (1998). *Sub–district Civil Society*. Bangkok: Matichon Publishing House.