



## การพัฒนาเครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์จากเหล้ารัมราชจังหวัดนครพนม

## The Development of Creative Drinks from Rammarach Liquor of Nakhon Phanom Province

ธารรัตน์ มหาพันธ์<sup>1</sup> และนิรมล สัมมัตตะ<sup>1\*</sup>Thararat Mahapun<sup>1</sup> and Niramon Summatta<sup>1\*</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ในรูปแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสูตรเครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม โดยใช้เหล้ารัมราชเป็นส่วนผสมหลัก ถือเป็นงานวิจัยแรกที่พัฒนาเครื่องดื่มจากเหล้ารัมราชให้เป็น Signature Cocktail ของจังหวัดนครพนม การวิจัยประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การค้นหาอัตลักษณ์ของจังหวัดผ่านการสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 10 คน ที่มีความรู้ด้านประเพณีวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 2) การสร้างและพัฒนาสูตรเครื่องดื่ม 3) การทดลองและประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องดื่ม 3 คน ด้วยแบบประเมินมาตรฐานสมาคมบาร์เทนเดอร์นานาชาติ (IBA) และ 4) การปรับปรุงและสรุปสูตรต้นแบบ

ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดนครพนมมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นทั้งด้านความศรัทธาและศาสนา ได้แก่ พระธาตุพนม พญาศรีสัตตนาคราช วัฒนธรรมประเพณี เช่น ประเพณีไหลเรือไฟ การรำบวงสรวง 9 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติ วิถีชีวิตริมแม่น้ำโขง และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นขึ้นทะเบียน GI ได้แก่ สับปะรดท่าอุเทน ลิ้นจี่พันธุ์ นพ.1 และเหล้ารัมราช ข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาพัฒนาสูตรต้นแบบ 2 สูตร ได้แก่ เรือไฟค็อกเทล ที่โดดเด่นด้านรสชาติและความสมดุล ( $\bar{X} = 4.67$ ) และ พนมร่ำพันธุ์ค็อกเทล ที่โดดเด่นด้านความสวยงาม ( $\bar{X} = 4.60$ ) ซึ่งทั้งสองสูตรได้รับการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด พร้อมผลการทดสอบ t-test ( $n = 3$ ) ยืนยันความแตกต่างของการประเมินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การพัฒนาเครื่องดื่มจากเหล้ารัมราชช่วยสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้าง Signature Cocktail ที่สะท้อนอัตลักษณ์นครพนม สามารถประยุกต์ใช้ในธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร บาร์เครื่องดื่ม และกิจกรรมท่องเที่ยว สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ช่วยเพิ่มมูลค่า สร้างแบรนด์ท้องถิ่น และยกระดับจังหวัดสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นอย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ :** เครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์นครพนม เหล้ารัมราช ค็อกเทล อัตลักษณ์ท้องถิ่น

Received : 10 มิถุนายน 2568

Revised: 15 ตุลาคม 2568

Accepted : 24 ตุลาคม 2568

<sup>1</sup> คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม, Faculty of Industrial Technology, Nakhon Phanom University.

\*Corresponding author : niramon.sum@npu.ac.th



## ABSTRACT

This qualitative study, conducted as action research, aimed to develop creative beverage recipes that reflect the unique cultural identity of Nakhon Phanom Province by using Rammarach liquor as the main ingredient. It is regarded as the first research initiative to transform Rammarach liquor into a signature cocktail representing the province. The research process comprised four stages: 1) identifying the province's identity through focus group discussions with ten key informants who possess expertise in local traditions, culture, and indigenous products; 2) formulating and developing beverage recipes; 3) testing and evaluating the quality of the recipes by three beverage specialists using the standard evaluation criteria of the International Bartenders Association (IBA); and 4) refining and finalizing the prototype recipe.

The results of the study revealed that Nakhon Phanom Province has a distinctive identity in terms of faith and religion, including That Phanom Pagoda and Phaya Si Sattanakharat, as well as cultural traditions such as the Illuminated Boat Festival and the worship dances of nine tribes and two ethnic groups, alongside the riverside way of life along the Mekong River. The province also features GI-registered local products, including Tha Uthen pineapples, NP-1 lychee, and Rammarach liquor. This data was employed to develop two prototype beverage recipes: the Illuminated Boat Cocktail, noted for its flavor and balance ( $\bar{X} = 4.67$ ), and the Phanom Rampan Cocktail, distinguished for its visual appeal ( $\bar{X} = 4.60$ ). Both recipes were evaluated at a high to very high quality level, and the t-test results ( $n = 3$ ) confirmed statistically significant differences in the assessments at the 0.05 level.

The development of beverages from Rammarach liquor helps preserve local wisdoms and create a signature cocktail that reflects the identity of Nakhon Phanom. It can be applied in hotels, restaurants, beverage bars, and tourism activities, offering opportunities for commercial expansion and cultural tourism. This initiative helps increase value, build local branding, and elevate the province into a distinctive and sustainable creative tourism destination.

**Keywords:** Creative Drinks, Nakhon Phanom Identity, Rammarach Liquor, Cocktail, Local Identity

### บทนำ

นครพนม เป็นจังหวัดริมฝั่งแม่น้ำโขง ที่รุ่งเรืองในอดีต ช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 12 มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศลาว อีกทั้งได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมจากประเทศเวียดนาม จึงมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์และมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ เป็นเมืองรองที่มีความโดดเด่นทางด้านการท่องเที่ยวสามที่สุดใอนุภาคภูมิ

แม่น้ำโขง แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ พระธาตุพนมและเจ็ดพระธาตุมงคล พญาศรีสัตตนาคราช ถ้ำนาคี ประเพณีไหลเรือไฟ ประเพณีสงกรานต์ การรำบวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราช อีกทั้งยังมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมจากจังหวัด เช่น ล่องเรือชมทัศนียภาพสองฝั่งโขง วิ่งมาราธอนข้ามสะพานมิตรภาพไทยลาว บันจอร์ยานเลียบริมฝั่งโขง เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดนครพนม, 2566) อีกทั้ง



ยังเป็นจุดผ่านแดนไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีการคมนาคมที่สะดวกและมีสนามบิน สามารถพัฒนาเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดและยกระดับการท่องเที่ยวจากเมืองรองเป็นการท่องเที่ยวเมืองหลักได้ (งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยนครพนม, 2566) เช่น ธุรกิจโรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม

ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนครพนมมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาคการท่องเที่ยวและโรงแรมมีการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น จากข้อมูลในปี 2566 ที่ผ่านมา นครพนมมีนักท่องเที่ยวมาเยือนถึง 2 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 3,500 ล้านบาท ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 6 ของภาคอีสาน (ISAN Insight, 2567) จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ตามโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น โครงการคนละครึ่ง และโครงการเราเที่ยวด้วยกัน จึงทำให้ภาคเอกชนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมมีการปรับตัวตามความต้องการการบริการของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ นักชดถุกซ์ หรือช่วงวันหยุดยาวตามนโยบายโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของทางรัฐบาล ทำให้ธุรกิจโรงแรมร้านอาหารและเครื่องดื่มไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว การบริการอาหารและเครื่องดื่มนี้เป็นจุดสำคัญในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ ทั้งที่มีแอลกอฮอล์ และไม่มีแอลกอฮอล์ ที่ผ่านมางานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเครื่องดื่มจากผลไม้ สมุนไพร หรือวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น การสร้างมีอ็อกเทลสมุนไพรเพื่อสุขภาพในภาคเหนือของไทย หรือการพัฒนาเครื่องดื่มจากผลไม้เมืองร้อนในแถบลาตินอเมริกา (Alves Morais et al, 2024) นอกจากนี้หลายประเทศได้สร้างสรรค์ค็อกเทลที่กลายเป็นเครื่องดื่มประจำถิ่นหรือเครื่องดื่มระดับสากล เช่น Singapore Sling จากประเทศสิงคโปร์ (Lowrie & Samuelsson, 2025) แมนแฮตตัน (Manhattan ) จากเกาะ Manhattan นิวยอร์ก (Matthews, 2016) บลูฮาวาย (Blue Hawaii) จากรัฐฮาวาย

ล้วนสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นและช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ในกรณีของจังหวัดนครพนม แม้จะมีเหล้ารามาเป็นสุราพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ แต่ยังไม่ปรากฏงานวิจัยใดที่นำมาใช้เป็นส่วนผสมหลัก หรือ Base ของการสร้างเครื่องดื่มค็อกเทลเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นโดยตรง

การทำเครื่องดื่มผสม หรือค็อกเทล ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากชุมชนรามา เป็นผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ชาวรามาราเรียกว่า สุรากลั่น หรือเหล้าต้ม โดยใช้วัตถุดิบหลักในการกลั่นคือ ข้าวเหนียว ด้วยวิธีการกลั่นแบบโบราณ เพื่อใช้ในงานเทศกาล งานพิธี เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ งานปีใหม่งานเฉลิมฉลอง งานแต่งงาน หรือแม้แต่งานบายศรีสู่ขวัญจากเหล้าต้มด้วยวิธีการกลั่นแบบโบราณจากบรรพบุรุษสู่การเป็นเหล้าที่ถูกต้องตามกฎหมาย ด้วยการเป็นวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กในหมู่บ้านเพื่อหารายได้เลี้ยงครอบครัว (Ram rach E-san Craft Spirit : รามา อีสาน คราฟท์สปิริต, 2565)

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างเชิงวิชาการและการพัฒนาเชิงปฏิบัติ โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาสูตรเครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์จากเหล้ารามา เพื่อให้สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของจังหวัดนครพนม และต่อยอดเป็น เครื่องดื่มอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม หรือ Signature Cocktail ที่สามารถประยุกต์ใช้ในธุรกิจโรงแรมร้านอาหาร และบาร์เครื่องดื่ม รวมทั้งมีศักยภาพในการส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดได้อย่างยั่งยืน

### วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาสูตรเครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัย



เชิงปฏิบัติการ (Action Research) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างไว้ 2 ชุด ได้แก่

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ชุดที่ 1

ประชากร คือ ผู้ที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 10 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่จากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครพนม นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา นักวิชาการจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และประชาชนชาวบ้าน ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการจัดงานสำคัญ เช่น ประเพณีไหลเรือไฟและพิธีรำวงสงกรานต์ศรีสัตตนาคราช รวมทั้งมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ เหล้ารามาธิบระรดทำอุเทน และลิ้นจี่พันธุ์ นพ.1 ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม

#### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างชุดที่ 2

ประชากรชุดนี้ คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องดื่ม จำนวน 3 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจงตามมาตรฐานสมาคมบาร์เทนเดอร์นานาชาติ (Rules & Regulations, 2017) ประกอบด้วย

1. นายปิยะพงษ์ นาไชย อาจารย์ผู้สอนรายวิชา Food and Beverage วิทยาลัยการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนครพนม และเจ้าของแฟรนไชส์ “มูมบาร์”

2. นายอดิชาติ อุปพงษ์ บาร์เทนเดอร์จากประเทศออสเตรเลีย มีประสบการณ์ทำงานด้านเครื่องดื่มกว่า 6 ปี

3. รองศาสตราจารย์ ดร.ชูธง สัมมัตตะ นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านการทำวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่านมีบทบาทสำคัญในการประเมินคุณภาพเครื่องดื่มต้นแบบด้วยวิธีการชิม (Sensory Evaluation) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกด้านรสชาติ ความสมดุล และคุณลักษณะโดยรวมของเครื่องดื่มที่พัฒนาขึ้น

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม ข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปวิเคราะห์และใช้เป็นแนวทางในการสร้างและพัฒนาสูตรต้นแบบเครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้เหล้ารามาธิบระรดเป็นส่วนผสมหลัก

2. แบบประเมินคุณภาพเครื่องดื่ม สำหรับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำการประเมินคุณภาพเครื่องดื่ม ซึ่งสร้างขึ้นตามเกณฑ์มาตรฐานจากสมาคมบาร์เทนเดอร์นานาชาติของสมาคม IBA World Cocktail Championships 2017 โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทดสอบโดยวิธีการชิม

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องดื่ม

1. รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยมีประเด็นการสนทนา จำนวน 5 ข้อ และตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างประเด็นการสนทนากับเนื้อหา (Index of Consistency: IOC) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์อัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนมให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาสูตรเครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

2. แบบประเมินคุณภาพเครื่องดื่ม จำนวน 5 ข้อ ตรวจสอบความสอดคล้องเนื้อหาที่วัตถุประสงค์ (Index of Consistency: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ทั้งนี้ ค่า IOC ที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ .5 ขึ้นไป ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง .80 - 1.00 ทุกข้อ จากนั้นนำข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาแบบประเมินให้มีความถูกต้อง ครบคลุมมากขึ้น



## การตรวจสอบความเที่ยงของแบบประเมินคุณภาพเครื่องดื่ม (Reliability)

การตรวจสอบความเที่ยงโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha)  $\alpha = .7$  ขึ้นไป จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบประเมินคุณภาพเครื่องดื่ม ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง (Try - Out) จำนวน 10 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบประเมินก่อนนำไปใช้

### ขั้นตอนการวิจัย

#### ขั้นตอนที่ 1 การค้นหาอัตลักษณ์จังหวัด

**นครพนม** ทบทวนข้อมูลเอกสาร งานวิจัย หนังสือวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งเป็นผู้ที่มีองค์ความรู้เรื่องอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 10 คน ใช้ประเด็นการสนทนากลุ่ม จำนวน 5 ข้อ เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม

**ขั้นตอนที่ 2 การสร้างและพัฒนาสูตรต้นแบบเครื่องดื่ม** นำอัตลักษณ์จังหวัดนครพนมในขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์สถานการณ์และทบทวนองค์ความรู้จากเอกสารหนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการทำเครื่องดื่มประเภทค็อกเทล Classic Cocktails เพื่อนำข้อมูลมาสร้างและพัฒนาสูตรต้นแบบเครื่องดื่ม โดยใช้เหล้ารัมราชจังหวัดนครพนมเป็นส่วนผสมหลัก จำนวน 2 สูตร ได้แก่ สูตรที่เหมาะสมสำหรับผู้ชาย 1 สูตร ใช้ความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ 25-35% ABV ในเครื่องดื่มจะได้เครื่องดื่มที่มีรสชาติที่เข้มข้น หนักแน่น มีความขม เปรี้ยว และมีความซับซ้อนของรสชาติ (Complex flavor profile) ใช้ค่าความหวานต่ำ (Low sweetness index  $< 3/10$ ) ไม่หวานจัดและสูตรที่เหมาะสมสำหรับผู้หญิง จำนวน 1 สูตร โดยใช้ความเข้มข้นของแอลกอฮอล์: 15-25% ABV (Pierguidi et al, 2020) จะทำให้เครื่องดื่มมีรสชาติที่หวานละมุน สดชื่น และดื่มง่าย ไม่

แสบคอ ซึ่งใช้ความหวานปานกลางถึงสูง (Sweetness index 6-8/10) การออกแบบทั้งสองสูตรนี้มุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น โดยเฉพาะเหล้ารัมราช ซึ่งสะท้อนรสชาติวัฒนธรรม และเสน่ห์เฉพาะตัวของจังหวัดนครพนม พร้อมทั้งช่วยสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

**ขั้นตอนที่ 3 การทดลองสูตรต้นแบบเครื่องดื่มและการประเมิน** นำสูตรต้นแบบเครื่องดื่มโดยใช้เหล้ารัมราชเป็นส่วนผสมหลักในขั้นตอนที่ 2 จำนวน 2 สูตร มาทดลองและนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องดื่ม จำนวน 3 ท่าน ทดสอบโดยวิธีการชิม และทำการประเมินคุณภาพเครื่องดื่ม 5 ข้อ ได้แก่ 1) รสชาติและความสมดุลของเครื่องดื่ม 2) การนำเสนอและความคิดสร้างสรรค์สูตรเครื่องดื่ม 3) ความสวยงามของการตกแต่ง 4) ความสมบูรณ์ของเครื่องดื่ม 5) การเล่าเรื่องและความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม และรวบรวมข้อมูลที่ได้จากข้อเสนอแนะไปปรับปรุงและพัฒนาสูตรเครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์จากเหล้ารัมราช

**ขั้นตอนที่ 4 การปรับปรุงและสรุปสูตรต้นแบบเครื่องดื่ม** นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องดื่ม 3 ท่าน ในขั้นตอนที่ 3 มาพัฒนาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะครั้งสุดท้าย และสรุปสูตรต้นแบบเครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ตามแนวคิดของ Denzin (1970) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยเน้นการตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบคลุม และสะท้อนความเป็นจริงมากที่สุด

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการถอดเทปการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)



3. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินคุณภาพเครื่องตี๋ม จากผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องตี๋มจำนวน 3 ท่าน โดยใช้มาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับไปคำนวณหาค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ เฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าเฉลี่ย (Mean)
2. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. การทดสอบค่าทีแบบอิสระ (Independent Samples t-test; n = 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. การค้นหาอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม

การวิจัยครั้งนี้มุ่งพัฒนาสูตรเครื่องตี๋มเชิงสร้างสรรค์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม โดยใช้เหล่ารามราชเป็นส่วนผสมหลัก และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group

Discussion) จำนวน 10 คน กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้มีองค์ความรู้และประสบการณ์ครอบคลุมทั้งด้านวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาพื้นบ้าน และการจัดงานประเพณีสำคัญ เช่น ประเพณีไหลเรือไฟและพิธีรำวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราช อีกทั้งยังมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ได้แก่ เหล้ารามราช สับปรดท่าอุเทน และลีนจีพันธุ์ นพ.1 ซึ่งข้อมูลที่ได้จากกลุ่มนี้มีความสำคัญต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครื่องตี๋มเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์จังหวัดนครพนมได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประกอบไปด้วย เจ้าหน้าที่จากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครพนม นักวิชาการจากสถาบันการศึกษาในจังหวัดนครพนม นักวิชาการจากพัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม และปราชญ์ชาวบ้าน โดยมีประเด็นการสนทนาจำนวน 5 ข้อ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการค้นหาอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม

ประเด็นการสนทนากลุ่ม	ความคิดเห็น
1) จากมุมมองท่านคิดว่าสิ่งใดในจังหวัดนครพนมที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว เช่น มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีคุณค่าทางจิตใจ มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ มีความสวยงาม ความแปลกใหม่ สามารถดึงดูดและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ และมีความเป็นอัตลักษณ์อย่างไร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) พญาศรีสัตตนาคราช เป็นสัญลักษณ์ทางความเชื่อและศาสนาที่ผูกพันกับคนในพื้นที่ซึ่งเป็นจุดสำคัญทางจิตใจและสัญลักษณ์ของจังหวัดนครพนม</li> <li>2) การรำวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราช เป็นพิธีทางศาสนาที่จัดขึ้นเพื่อบูชาพญาศรีสัตตนาคราช โดยการรำจาก 9 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติ การรำวงสรวงนี้ถือเป็นการเชื่อมโยงระหว่างความศรัทธาทางศาสนากับวัฒนธรรม</li> <li>3) ประเพณีไหลเรือไฟ งานยิ่งใหญ่ประจำปีของจังหวัดนครพนม จัดขึ้นในเทศกาลออกพรรษา เพื่อบูชาพระแม่คงคา</li> <li>4) แม่น้ำโขง การใช้ชีวิตที่ผูกพันกับแม่น้ำโขง มีเสน่ห์และความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น</li> </ol>
2) ท่านคิดว่าสิ่งใดในจังหวัดนครพนมที่ประชาชนในจังหวัดและประชาชนทั่วไปให้การยอมรับอย่างไร เพราะเหตุใด	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) พระธาตุพนม ศูนย์รวมจิตใจของชาวจังหวัดนครพนมและชาวลาว เชื่อกันว่าผู้ที่ได้มาสักการะพระธาตุพนมจะมีความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต</li> <li>2) พญาศรีสัตตนาคราช เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวนครพนมเคารพและบูชาอย่างสูง เป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเชื่อเรื่องพญานาคที่เชื่อมโยงกับแม่น้ำโขง</li> </ol>



ประเด็นการสนทนากลุ่ม	ความคิดเห็น
	3) <b>ประเพณีไหลเรือไฟ</b> เป็นประเพณีที่สะท้อนวัฒนธรรมและความเชื่อทางศาสนา ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และเป็นสัญลักษณ์ของชาวอีสาน โดยเฉพาะ การแสดงความเคารพต่อพญานาคและแม่น้ำโขงผ่านพิธีกรรมทำบุญที่ชาวท้องถิ่นให้ความสำคัญ
3) จังหวัดนครพนมมีสิ่งใดที่ท่านคิดว่า เป็นสิ่งเดียวที่มีในจังหวัดนครพนม และไม่เหมือนกับที่ใด เพราะเหตุใด	1) <b>พระธาตุพนม</b> เป็นปูชนียสถานคู่บ้านคูเมืองของนครพนม ซึ่งภายในบรรจุพระอัฐิธาตุของพระพุทธเจ้า 2) <b>วัฒนธรรมชนเผ่า 9 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติ</b> โดยเฉพาะวัฒนธรรมเวียดนามเวียดนามลาว ที่มีความชัดเจน 3) <b>พญาศรีสัตตนาคราช</b> พญานาคทองเหลืองขนาดใหญ่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง เป็นแลนด์มาร์คสำคัญที่มีความศักดิ์สิทธิ์และเป็นสัญลักษณ์ของชาวจังหวัดนครพนมและนักท่องเที่ยวมักมาไหว้ขอพรตลอดทั้งปี
4) จากมุมมองของท่านคิดว่าสิ่งใดในจังหวัดนครพนมที่มีความโดดเด่น มีความเป็นธรรมชาติ และเป็นสิ่งที่มีควรค่าแก่การอนุรักษ์ เพราะเหตุใด	1) <b>ธรรมชาติริมฝั่งโขง</b> วิถีชีวิตที่สวยงามและควรได้รับการดูแลไม่ให้เกิดการทำลาย 2) <b>ประเพณีไหลเรือไฟ</b> ควรสืบสานให้คงอยู่ต่อไป เพราะเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครพนม 3) <b>พิธีการรำบวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราช</b> จากชนเผ่า 9 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติของจังหวัดนครพนม ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนม และเป็นการเชื่อมโยงระหว่างความศรัทธากับศาสนา
5) ท่านคิดว่าสิ่งใดในจังหวัดนครพนม มีการได้รับจดทะเบียนสิทธิบัตรอะไรบ้าง	1) <b>สับปะรดทำอุเทน</b> เป็นสับปะรดที่ปลูกในอำเภอทำอุเทนมีรสชาติหวานฉ่ำและเนื้อกรอบ ไม่กัดลิ้น ทำให้สับปะรดทำอุเทนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้รับการขึ้นทะเบียน GI (สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์) 2) <b>ลิ้นจี่พันธุ์ นพ.1</b> รสชาติหวานกรอบและมีกลิ่นหอมเฉพาะตัว ทำให้ลิ้นจี่จากพื้นที่นี้มีคุณภาพดีและเป็นที่ต้องการของตลาด ได้รับการขึ้นทะเบียน GI (สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์) 3) <b>เหล้ารามราช</b> เป็นเหล้าท้องถิ่นจากตำบลรามราช เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ ผลิตจากวัตถุดิบในท้องถิ่นและวิธีการหมักแบบดั้งเดิม ทำให้เหล้าพื้นเมืองมีรสชาติและคุณลักษณะเฉพาะตัว ได้รับการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ขึ้นทะเบียนสรรพสามิต

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการค้นหาอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม สามารถสรุปผลการค้นหาอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) พบว่า จังหวัดนครพนมมีอัตลักษณ์ที่

โดดเด่น ทั้งในด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม วิถีชีวิต และเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยสามารถสังเคราะห์ได้ ดังนี้

#### 1) ด้านความเชื่อ ศาสนา และจิตวิญญาณ

พญาศรีสัตตนาคราชได้รับการกล่าวถึงว่าเป็นสัญลักษณ์สำคัญทางความเชื่อและศาสนาที่ผูกพันกับคน



ในพื้นที่มาอย่างยาวนาน จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “*พญาศรีสัตตนาคราชคือหัวใจของคนในจังหวัด ใครมาก็ต้องมาสักการะ*” นอกจากนี้ พระธาตุพนมยังถูกยกย่องให้เป็นศูนย์รวมศรัทธาของทั้งชาวนครพนมและชาวลาว โดยผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า “*พระธาตุพนมเป็นที่พึ่งทางใจของทั้งคนไทยและคนลาว ใครได้มากราบก็เชื่อว่า จะเจริญรุ่งเรือง*” ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีทิศทางความเชื่อและศาสนามีอิทธิพลอย่างมากต่อการกำหนดอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม นอกจากเป็นศูนย์รวมจิตใจแล้ว ยังสะท้อนความมีเชื่อในเรื่องของพญานาคที่เชื่อมโยงและมีความผูกพันกับแม่น้ำโขง

## 2) ด้านวัฒนธรรมและประเพณี

ประเพณีไหลเรือไฟถือเป็นงานประจำปีที่สำคัญสะท้อนถึงความศรัทธาในพระพุทธศาสนา และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สร้างชื่อเสียงให้จังหวัดนครพนมอย่างกว้างขวาง ความเห็นจากการสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “*ประเพณีไหลเรือไฟนี้แหละที่ทำให้คนต่างถิ่นจดจำเราได้*” ซึ่งสะท้อนว่าประเพณีนี้เป็นองค์ประกอบหลักที่หลอมรวมความศรัทธากับอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างเด่นชัด ขณะเดียวกันพิธีรับบวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราชโดยชนเผ่า 9 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติ ก็ได้รับการยกย่องว่ามีคุณค่าเชิงวัฒนธรรม ผู้เข้าร่วมสนทนาคณะหนึ่งกล่าวว่า “*วัฒนธรรม 9 ชนเผ่าที่อยู่ร่วมกัน ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่หาที่อื่นไม่ได้*” แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานความหลากหลายทางชาติพันธุ์กับศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สะท้อนความโดดเด่นเฉพาะของจังหวัดนครพนมประเพณีไหลเรือไฟถือว่าเป็นงานประจำปีที่สำคัญ

## 3) ด้านประวัติศาสตร์และเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

จังหวัดนครพนมมีมรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอย่างชัดเจน สิ่งสำคัญที่ได้รับการยกย่องว่ามีเพียงแห่งเดียว ได้แก่ พระธาตุพนม ซึ่งถือเป็นปูชนียสถานคู่บ้านคู่เมืองที่มีความศักดิ์สิทธิ์ ภายในบรรจุพระอัฐิธาตุของพระพุทธเจ้า จากการสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “*พระธาตุพนมไม่มีที่ใดเหมือน เป็นศูนย์*

*รวมศรัทธาของคนทั้งสองฝั่งโขง*” แสดงให้เห็นถึงบทบาทเชิงศาสนาและความศรัทธาที่ยังปรากฏในประวัติศาสตร์ท้องถิ่น นอกจากนี้ วัฒนธรรมชนเผ่า 9 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติถือเป็นอีกหนึ่งเอกลักษณ์ที่สะท้อนความหลากหลายทางชาติพันธุ์และการอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืน ขณะเดียวกันพญาศรีสัตตนาคราช ซึ่งตั้งโดดเด่นบริเวณริมฝั่งแม่น้ำโขงได้รับการยกย่องว่าเป็นแลนด์มาร์กสำคัญของนครพนมและเป็นศูนย์รวมความศรัทธา โดยผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มกล่าวว่า “*ใครมานครพนมก็ต้องมาสักการะพญาศรีสัตตนาคราช ไม่อย่างนั้นถือว่ายังไม่ถึง*” แสดงถึงบทบาทของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในฐานะเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวที่โดดเด่นเฉพาะถิ่น

## 4) ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จังหวัดนครพนมมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นเลือดใหญ่ที่เชื่อมโยงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม สะท้อนถึงคุณค่าทางภูมิทัศน์ที่ควรอนุรักษ์ไว้ รวมถึงการดำรงวิถีชีวิตของชาวบ้านที่มีความผูกพันกับแม่น้ำโขงและสะท้อนเสน่ห์เฉพาะของชุมชนริมฝั่งและเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์จังหวัด ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า “*วิวริมโขงเป็นเสน่ห์ที่ทำให้คนอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ*”

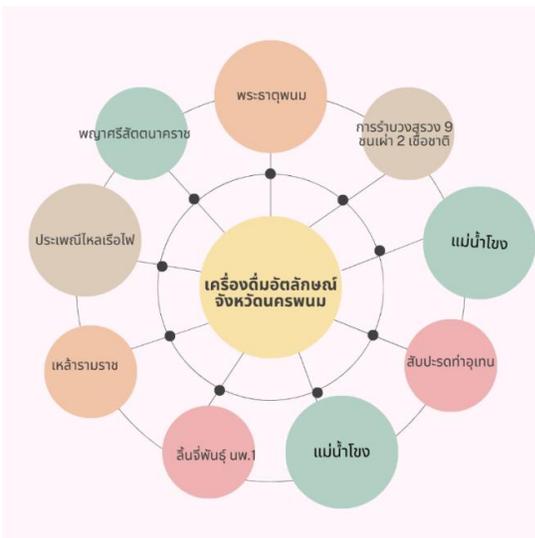
## 5) ด้านเศรษฐกิจและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

จังหวัดนครพนมมีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GI ได้แก่ สับปะรดท่าอุเทน และลิ้นจี่พันธุ์ นพ.1 (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2557) ซึ่งมีรสชาติเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของจังหวัดนครพนม เช่น สับปะรดท่าอุเทนและเหล้ารัมราช ถูกยกให้เป็นอัตลักษณ์ด้านวัตถุที่ควรต่อยอด โดยผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มกล่าวว่า “*สับปะรดท่าอุเทนหวานกรอบ กินแล้วจำได้เลยว่าเป็นของนครพนม*” อีกความเห็นหนึ่งกล่าวว่า “*เหล้ารัมราชเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่พัฒนาเป็นสินค้าถูกกฎหมายแล้ว นี่แหละคืออัตลักษณ์ที่ควรต่อยอด*” ซึ่งเป็นจุดเชื่อมโยงโดยตรงกับการพัฒนาต้นแบบเครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งเหล้ารัมราชเป็นสุราพื้นเมืองที่ผลิตจากภูมิปัญญาดั้งเดิมและได้รับการ



จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและขึ้นทะเบียนกรมสรรพสามิต  
เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแสดงถึง  
ศักยภาพในการต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีคุณค่าและ  
ยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนา  
กลุ่ม พบว่า จังหวัดนครพนมมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นใน  
หลายด้าน ทั้งด้านศาสนา ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี  
ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มี  
คุณค่า โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ พระธาตุพนม พญา  
ศรีสัตตนาคราช ประเพณีไหลเรือไฟ การรำบวงสรวง  
9 คนเฒ่า 2 เชื้อชาติ วิถีชีวิตที่ผูกพันกับแม่น้ำโขง รวมถึง  
ผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น สับปะรด  
ท่าอุเทน ลิ้นจี่พันธุ์ นพ.1 และเหล้ารามา ซึ่งทั้งหมดนี้  
สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม ที่สามารถนำไปต่อ  
ยอดสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยสรุปผลการ  
ค้นหาอัตลักษณ์ดังกล่าวสามารถแสดงได้ตาม ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 : สรุปผลการค้นหาอัตลักษณ์  
ของจังหวัดนครพนม

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากตอนที่ 1 การค้นหา  
อัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม จากข้อมูลเชิงคุณภาพผ่าน  
การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ซึ่งเป็น  
กระบวนการสำคัญที่ใช้ในการค้นหาอัตลักษณ์และมุมมอง  
ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจที่  
ลึกซึ้งเกี่ยวกับองค์ประกอบทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และอัต  
ลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดนครพนม ข้อมูลที่ได้รับจากการ  
สนทนากลุ่มได้รับการวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อนำมาใช้  
เป็นแนวทางในการ

สร้างและพัฒนาสูตรต้นแบบเครื่องดื่ม  
เชิงสร้างสรรค์จากเหล้ารามาที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด  
นครพนม โดยการพัฒนาสูตรเครื่องดื่มดังกล่าวได้ดำเนินการ  
ตามมาตรฐานของ International Bartenders  
Association (IBA, 2017) ที่สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์  
ท้องถิ่นและมีศักยภาพในการขยายตลาดไปสู่ระดับสากลได้  
จำนวน 2 สูตร ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากประเพณี  
ไหลเรือไฟ และพิธีการรำบวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราช ดัง  
ตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพเครื่องตี๋มเชิงสร้างสรรค์จากเหล่ารามราชจังหวัดนครพนมสูตรเครื่องตี๋มต้นแบบ เรือไฟค็อกเทล

รายการประเมิน	ผู้ประเมินคนที่ 1	ผู้ประเมินคนที่ 2	ผู้ประเมินคนที่ 3	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รสชาติและความสมดุลของเครื่องตี๋ม	5	5	5	5.00	0.00	มากที่สุด
2. การนำเสนอและความคิดสร้างสรรค์	4	5	5	4.67	0.58	มากที่สุด
3. ความสวยงามของการตกแต่ง	4	5	5	4.67	0.58	มากที่สุด
4. ความสมบูรณ์ของเครื่องตี๋ม	4	5	5	4.67	0.58	มากที่สุด
5. การเล่าเรื่องและอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม	4	5	4	4.33	0.58	มาก
<b>รวม</b>				<b>4.67</b>	<b>0.42</b>	<b>มากที่สุด</b>

ผลการทดสอบ Independent Samples t-test ( $n = 3$ ) สูตรต้นแบบที่ 1 เรือไฟค็อกเทล พบว่า ค่า  $t = 2.45$ ,  $df = 4$ ,  $p < 0.05$  แสดงให้เห็นว่าผลการประเมินทั้งสองด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประเมินให้คะแนนในด้านรสชาติและความสมดุลของเครื่องตี๋มสูงกว่าด้านการเล่าเรื่องและอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม

จากตารางที่ 2 ผลประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อคุณภาพเครื่องตี๋มเชิงสร้างสรรค์จากเหล่ารามราชจังหวัดนครพนม ต้นแบบเครื่องตี๋มที่ 1 เรือไฟค็อกเทล พบว่า ความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.67$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รสชาติและความสมดุลของเครื่องตี๋ม อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 5.00$ ) รองลงมาได้แก่ การนำเสนอและความคิดสร้างสรรค์ ความสวยงามของการตกแต่ง ความสมบูรณ์ของเครื่องตี๋ม อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.67$ ) และการเล่าเรื่องและความเป็นอัตลักษณ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.3$ )

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าว พบว่า ต้นแบบเครื่องตี๋ม ที่ 1 เรือไฟค็อกเทล ได้รับการยอมรับจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเครื่องตี๋ม โดยเฉพาะรสชาติและความสมดุลของเครื่องตี๋มที่ได้รับคะแนนสูงสุด ( $\bar{X} = 5.00$ )

แสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นของสูตรดังกล่าวในด้านการพัฒนารสชาติที่มีความกลมกลืนและเป็นที่ยอมรับ อย่างไรก็ตาม ในประเด็นการเล่าเรื่อง (Storytelling) และการสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม ยังมีโอกาสในการพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อเสริมสร้างความโดดเด่นและเพิ่มความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น



ตารางที่ 3 ผลการประเมินคุณภาพเครื่องตี๋มเชิงสร้างสรรค์จากเหล่าารามราชจังหวัดนครพนมสูตรเครื่องตี๋มต้นแบบที่ 2  
พนมร่ำพันธุ์ค็อกเทล

รายการประเมิน	ผู้ประเมินคนที่	ผู้ประเมินคนที่	ผู้ประเมินคนที่	— X	SD	ระดับความพึง พอใจ
	1	2	3			
1. รสชาติและความสมดุลของเครื่องตี๋ม	5	4	5	4.67	0.47	มากที่สุด
2. การนำเสนอและความคิดสร้างสรรค์	4	5	5	4.67	0.47	มากที่สุด
3. ความสวยงามของการตกแต่ง	5	5	5	5.00	0.00	มากที่สุด
4. ความสมบูรณ์ของเครื่องตี๋ม	4	5	5	4.67	0.47	มากที่สุด
5. การเล่าเรื่องและอัตลักษณ์จังหวัด นครพนม	5	3	4	4.00	1.00	มาก
<b>รวม</b>	-	-	-	<b>4.60</b>	<b>0.48</b>	<b>มากที่สุด</b>

ผลการทดสอบ Independent Samples t-test (n = 3) พบว่า ค่า t = 2.45, df = 4, p < 0.05 แสดงว่าการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ ในด้านความสวยงามของการตกแต่งและด้านการเล่าเรื่องมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประเมินให้คะแนนในด้านความสวยงามของการตกแต่งสูงกว่าด้านการเล่าเรื่องและอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม

จากตารางที่ 3 ผลประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อคุณภาพเครื่องตี๋มเชิงสร้างสรรค์จากเหล่าารามราชจังหวัดนครพนม จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวพบว่า ต้นแบบเครื่องตี๋มที่ 2 พนมร่ำพันธุ์ค็อกเทล ได้รับการยอมรับจากผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องตี๋ม โดยเฉพาะในด้านความสวยงามของการตกแต่ง ซึ่งได้รับคะแนนสูงสุด สะท้อนให้เห็นถึงความโดดเด่นของสูตรดังกล่าวในด้านการออกแบบและการนำเสนอที่สามารถดึงดูดความสนใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ในด้านการเล่าเรื่อง (Storytelling) และการสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม พบว่ามีคะแนนการประเมินต่ำที่สุด แสดงให้เห็นว่ายังมีประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อเสริมสร้างเอกลักษณ์ของเครื่องตี๋มให้มีความเชื่อมโยงกับจังหวัดนครพนมได้อย่างเด่นชัดและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ผลการ

ประเมินดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาสูตรเครื่องตี๋มให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนมได้อย่างชัดเจนและมีคุณค่าเชิงวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น

#### อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาเครื่องตี๋มเชิงสร้างสรรค์จากเหล่าารามราช จังหวัดนครพนม เป็นการสร้างสรรค์เครื่องตี๋มที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ผลการประเมินคุณภาพเครื่องตี๋มทั้งสองสูตรจากผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องตี๋ม สามารถสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของสูตรต้นแบบทั้ง 2 สูตร สำหรับสูตรเครื่องตี๋มเรือไฟค็อกเทล ผู้เชี่ยวชาญประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพเครื่องตี๋มโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.67$ ) โดยเฉพาะรสชาติและความสมดุลของเครื่องตี๋มอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 5.00$ ) ความสวยงามของการตกแต่ง และความสมบูรณ์ของเครื่องตี๋ม ( $\bar{X} = 4.67$ ) ในขณะที่การเล่าเรื่องและการสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.33$ ) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าเครื่องตี๋มสามารถถ่ายทอดรสชาติและความซับซ้อนของรสชาติได้อย่างชัดเจน แต่ยังมีโอกาสในการ



พัฒนาการเล่าเรื่อง (Storytelling) ให้เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและบริบทของจังหวัดนครพนมได้มากขึ้น ในส่วนของ พนมรำพันรำลึกอกเทล การประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.60$ ) โดยเฉพาะความสวยงามของการตกแต่งอยู่ในระดับสูงสุด ( $\bar{X} = 5.00$ ) ส่วนรสชาติ ความสมดุล การนำเสนอ ความคิดสร้างสรรค์ และความสะท้อนวัฒนธรรมของจังหวัดได้รับการประเมินในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เช่น สับปะรด ลิ้นจี่ น้ำผึ้งดอก ลิ้นจี่พันธุ์ นพ.1 ลิ้นจี่ และน้ำมะนาว ช่วยสร้างความน่าสนใจ เพิ่มมูลค่าและสร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับ (กานต์วี วิโรจน์วรรณ และ วรรณ ปิยะรัตน์, 2563) ที่พบว่า เครื่องดื่มมีอกเทลที่ผสมสมุนไพรเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากทั้งมีคุณประโยชน์ต่อสุขภาพและมีรสชาติถูกใจผู้บริโภค ด้านการตอบสนองต่อตลาดนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Pierguidi และคณะ, 2020) ที่ระบุว่า สูตรค็อกเทลที่ใช้ผลไม้และสมุนไพร เช่น มะนาว ตะไคร้ และสะระแหน่ ได้รับความนิยมทั้งจากนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ เนื่องจากให้รสชาติสดชื่นและมีเอกลักษณ์ รวมถึงการสนับสนุนของ (Annabella Kilpinen, 2020) ที่ชี้ว่า ปัจจัยสำคัญในการเลือกบริโภคค็อกเทล คือ รสชาติ ร่องลงมาคือบรรยากาศและคุณภาพการให้บริการ ซึ่งบ่งชี้ว่าการออกแบบ ประสบการณ์การดื่ม เป็นอีกปัจจัยสำคัญต่อความนิยมของเครื่องดื่ม จากมิติของ Storytelling ในระดับสากล เช่น Singapore Sling หรือ Negroni เครื่องดื่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างรสชาติที่โดดเด่น แต่ยังเชื่อมโยงกับเรื่องราวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกมีส่วนร่วมและเกิดความทรงจำที่ดี ในกรณีของเครื่องดื่มจากเหล้ารามาราช จังหวัดนครพนม การผสมผสานรสชาติท้องถิ่นเข้ากับการเล่าเรื่อง เช่น การอธิบายที่มาของชื่อเครื่องดื่มหรือแรงบันดาลใจจากประเพณีท้องถิ่น จะช่วยเพิ่มมูลค่าเชิงวัฒนธรรมและความน่าสนใจให้กับผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ สรุปได้ว่า เครื่องดื่มเชิงสร้างสรรค์จากเหล้ารามาราชทั้งสองสูตร มีศักยภาพสูงในการ

ถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นและตอบสนองต่อสนิยมผู้บริโภค ทั้งนี้ การพัฒนาเพิ่มเติมด้านการเล่าเรื่องและการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมจะช่วยให้เครื่องดื่มมีความโดดเด่น แตกต่าง และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในเชิงวัฒนธรรมและเชิงพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการตลาด การสร้างแบรนด์ท้องถิ่น และทฤษฎีการพัฒนาเครื่องดื่มและอาหารที่เน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง (ดวงกมล สุขมงคล และคณะ, 2567)

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. การพัฒนา Storytelling ของเครื่องดื่ม ควรมีการพัฒนาแนวทางการเล่าเรื่อง (Storytelling) ให้เชื่อมโยงกับประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของจังหวัดนครพนมอย่างชัดเจนมากขึ้น เช่น การตั้งชื่อเครื่องดื่มที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่น การใช้สัญลักษณ์ที่มีความหมาย และการออกแบบประสบการณ์การดื่มที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของจังหวัดได้อย่างลึกซึ้ง การพัฒนาสามารถรวมถึงเทคนิคสร้างสรรค์ เช่น การใช้สมุนไพรท้องถิ่น การสร้างสโมคควัน การใช้ลิขวิดโนโตรเจน หรือกระดาษฟลอส เพื่อเพิ่มมิติทางประสบการณ์และความน่าสนใจ

2. การส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ควรสนับสนุนให้เครื่องดื่มที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม เช่น เรือไฟค็อกเทล และ พนมรำพันรำลึกอกเทล สามารถเข้าสู่ตลาดและเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยสามารถดำเนินการผ่านความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และผู้ผลิตเหล้ารามาราชในพื้นที่ เช่น

1) การจัดอบรมและสัมมนา เพื่อถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ประกอบการ นักศึกษา และประชาชนทั่วไป โดยเน้นการฝึกปฏิบัติจริง เพื่อสร้างความเข้าใจและพัฒนาทักษะในการผลิตเครื่องดื่มอย่างมีประสิทธิภาพ

2) การจัดทำเอกสารและสื่อเผยแพร่ เช่น คู่มือที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับสูตรเครื่องดื่ม ขั้นตอนการผลิต



และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจสามารถศึกษาและนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกต้อง

3) การทดลองและพัฒนาสูตรเครื่องดื่มเพิ่มเติม แม้ผลการวิจัยจะชี้ให้เห็นว่า เรือไฟค็อกเทล และพนมร่าพันธุ์ค็อกเทล ได้รับการยอมรับจากผู้ประเมินในระดับสูง แต่ควรมีการทดลองและพัฒนาสูตรเครื่องดื่มเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการพัฒนาเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (Mocktail) ที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อรองรับแนวโน้ม Non-Alcoholic Drink Trend และขยายตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ดื่มแอลกอฮอล์

4) ข้อจำกัดของงานวิจัยปัจจุบัน จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินสูตรเครื่องดื่มจำนวนน้อย ทำให้ผลการประเมิน อาจไม่สะท้อนความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภควงกว้าง และไม่มี การทดลองกับผู้บริโภคจริง ทำให้ยังไม่

สามารถยืนยันถึงความพึงพอใจและความพร้อมของตลาดเชิงพาณิชย์ได้

5) แนวทางการวิจัยในอนาคต ควรมีการทดลองตลาดจริง (Market Testing) และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนาสูตรเครื่องดื่มใหม่ที่หลากหลาย ทั้งแบบมีแอลกอฮอล์ และไม่มีแอลกอฮอล์ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภคหลากหลายกลุ่มและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของเครื่องดื่มที่ใช้เหล้ารามาเป็นส่วนประกอบหลัก

#### เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2557). ประกาศโฆษณาการรับขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Patent No. เลขที่ประกาศ 73).

สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2568 จาก [https://www.ipthailand.go.th/images/781/56100101\\_no.pdf](https://www.ipthailand.go.th/images/781/56100101_no.pdf)  
กานต์รวี วิโรจน์วรรณ และ วรรณ ปิยะรัตน์. (2563). การศึกษาแนวทางการพัฒนาต้นแบบเครื่องดื่มมีอกเทลส่วนผสมสมุนไพรสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยนครพนม. (2566, กันยายน 2). ม.นครพนม ร่วมกับ ส.อ.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดเวทีเสวนาวิชาการ “ทิศทางการเจริญเติบโตของจังหวัดนครพนม” ม.นครพนม ร่วมกับ ส.อ.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดเวทีเสวนาวิชาการ “ทิศทางการเจริญเติบโตของจังหวัดนครพนม”. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2568 จาก [https://npu.ac.th/?page=event\\_news&news\\_id=1662050978](https://npu.ac.th/?page=event_news&news_id=1662050978)

ดวงกมล สุขมงคล, จิตศักดิ์ พุฒจรรย์ และ วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์. (2567). การพัฒนารูปแบบกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านเรื่องเล่าจาก สุรากลั่นชุมชน กรณีศึกษาสุรากลั่นชุมชน ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 6(3), 16-28.

สำนักงานจังหวัดนครพนม. (2566). แผนพัฒนาจังหวัดนครพนม (พ.ศ.2566-2568) ฉบับทบทวน ประจำปี 2568 (น. 349). สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2568 จาก [http://www2.nakhonphanom.go.th/files/com\\_news/2023-10\\_a2c55b09a7d8254.pdf](http://www2.nakhonphanom.go.th/files/com_news/2023-10_a2c55b09a7d8254.pdf)

ISAN Insight. (2567). นครพนม เมื่อรอนำท่องเที่ยวใหม่อีสานที่น่าจับตามอง. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2568 จาก <https://www.facebook.com/isan.insight/posts/%E0%B8%99%E0%B8%84%E0>



- Ram rach E-san Craft Spirit : รัมราช อีสาน คราฟท์ สปีริต. (2565). ความเป็นมาของเรา บทที่ 1 ความเป็นมาของเรา. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2568 จาก <https://www.facebook.com/people/Ram-rach-E-san-Craft-Spirit-%E0%B8%A3%E0%B8%B2%>
- Alves Morais, R., Lopes Teixeira, G., Aparecida De Souza Martins, G., Regina Salvador Ferreira, S. and Mara Block, J. (2024). Comprehensive evaluation of the chemical profile and antioxidant potential of buritirana (*Mauritiella armata*) an underexplored fruit from Brazilian Cerrado. *Food Research International*, 179, 113945.
- Annabella Kilpinen. (2020). *What are the elements that make an effective and popular cocktail bar?* [Haaga-Hela University of Applied Sciences Retrieved on August 1, 2025 from. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/340272/Kilpinen\\_Annabella.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/340272/Kilpinen_Annabella.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Lowrie, C. and Samuelsson, L. (2025). The Cosmopolitans: Cocktail Culture, Gender, and Social Status in Interwar Singapore. *Journal of Social History*, 58(4), 670–697.
- Matthews, M. F. (2016). The Manhattan Cocktail: A Modern Guide to the Whiskey Classic. *The Southeastern Librarian*, 64(1),18-19.
- Pierguidi, L., Spinelli, S., Dinnella, C., Prescott, J. and Monteleone, E. (2020a). Sensory acceptability and personality traits both determine which contexts are preferred for consumption of alcoholic cocktails. *Food Quality and Preference*, 85, 103978.
- Pierguidi, L., Spinelli, S., Dinnella, C., Prescott, J. and Monteleone, E. (2020b). Sensory acceptability and personality traits both determine which contexts are preferred for consumption of alcoholic cocktails. *Food Quality and Preference*, 85, 103978.
- Rules and Regulations. (2017). *IBA World Cocktail Championships 2017* Retrieved on July 25, 2025 from [https://www.ambadeargentina.com.ar/imagenes/Rules-WCC-2017-low-res.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.ambadeargentina.com.ar/imagenes/Rules-WCC-2017-low-res.pdf?utm_source=chatgpt.com)