

การยกระดับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม จากทุนสู่โอกาสทางเศรษฐกิจ พื้นที่ชุมชน บ้านแม่ลอยหลวง อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย

รัชณี ลือดารา¹, ศศิชา สุขกาย², นครินทร์ น้ำใจดี³, สุภาพร เติวยะ⁴, ปริพรรณ แก้วเนตร⁵

^{1,2} คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, ³ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย,

⁴ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, ⁵ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

อีเมล: ratchanee.lue@crru.ac.th¹, jimmysacha2020@gmail.com², Nakarin.nam@crru.ac.th³,

supaporn.tew@crru.ac.th⁴, paripan.kae@crru.ac.th⁵

Received: Sep 09, 2025

Revised: Nov 10, 2025

Accepted: Nov 13, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การยกระดับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม จากทุนสู่โอกาสทางเศรษฐกิจ พื้นที่ชุมชน บ้านแม่ลอยหลวง อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และผลิตภัณฑ์ของชุมชน รวมทั้งออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนจากทุนทางวัฒนธรรมให้เกิด การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการในพื้นที่ชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย โดยเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ แบบวิเคราะห์ ข้อมูล การสนทนากลุ่ม และการจัดประชุมระดมความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและ ช่างฝีมือท้องถิ่นในชุมชน จำนวน 3 คน และประชาชนในชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง จำนวน 55 คน โดยมี วิธีดำเนินการวิจัยเริ่มจากการลงพื้นที่เพื่อศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึก จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มา วิเคราะห์ SWOT เพื่อใช้ในการพัฒนาแบบร่างผลิตภัณฑ์ และส่งให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินและคัดเลือกแบบ ที่เหมาะสม แล้วสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปทดลองใช้จริง ปรับปรุงแก้ไข และจัดจำหน่ายในตลาด ท้องถิ่น

ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่ชุมชนบ้านแม่ลอยหลวงมีทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ คติ ความเชื่อ ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ ที่สะท้อนวัฒนธรรมร่วมกันของกลุ่มคน ล้านนาเชียงแสนและชาติพันธุ์ไทลื้อ ส่วนทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ งานหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น งานจักสาน งานไม้ งานทอผ้า และผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น จากกระบวนการสนทนากลุ่มและการ ระดมความคิดเห็นร่วมกับชุมชน พบว่า มีผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนา 2 ประเภท ได้แก่ “แตะดอกไม้” ซึ่งใช้เป็นเครื่องสักการบูชา ได้ค่าความสำคัญ 372 คะแนน โดยออกแบบร่วมกับ ชุมชนจำนวน 2 รูปแบบ และผลิตภัณฑ์กระเป๋า ได้ค่าความสำคัญ 404 คะแนน โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบ ร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋า จำนวน 23 รูปแบบ นำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินเพื่อคัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์ ใหม่ที่เหมาะสมในการผลิตและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน พบว่า แบบร่างที่ 15 และ 16 ได้แก่ กระเป๋าคอลงมือและกระเป๋าถือ มีผลการประเมินสูงสุด จึงถูกนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยใช้ ผ้าทอของชุมชนเป็นวัสดุหลักและผ่านการทดลองใช้จริง ผลลัพธ์ของการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการบูรณาการ องค์ความรู้ทางวัฒนธรรมกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย สามารถยกระดับทุนทางวัฒนธรรมของ ชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ทุนทางวัฒนธรรม, ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม, บ้านแม่ลอยหลวง, อำเภอเทิง, จังหวัดเชียงราย

Upgrading Cultural Products from Cultural Capital to Economic Opportunities through Festivals: A Case Study of Mae Loi Luang Village, Thoeng District, Chiang Rai Province

Ratchanee Luedara¹, Sasicha Sukkay², Nakarin Namjaidee³,
Supaporn Tewiya⁴, Paripan Kaewnet⁵

^{1,2} Faculty of Industrial Technology, Chiang Rai Rajabhat University,

³ Faculty of Social Sciences, Chiang Rai Rajabhat University,

⁴ Faculty of Education, Chiang Rai Rajabhat University,

⁵ Faculty of Tourism and Hotel, Chiang Rai Rajabhat University

Email: ¹ratchanee.lue@crru.ac.th, ²jimmysacha2020@gmail.com, ³Nakarin.nam@crru.ac.th,

⁴supaporn.tew@crru.ac.th, ⁵paripan.kae@crru.ac.th

Received: Sep 09, 2025

Revised: Nov 10, 2025

Accepted: Nov 13, 2025

Abstract

Upgrading Cultural Products from Capital to Economic Opportunities in the Community of Ban Mae Loi Luang, Thoeng District, Chiang Rai Province aims to study the social, cultural, traditional, and product conditions of the community, as well as to design and develop community products from cultural capital to generate economic value. This research is qualitative research conducted in Mae Loi Luang Village, Thoeng District, Chiang Rai Province. The research tools used were surveys, interviews, data analysis, focus groups, and brainstorming sessions with a sample of 3 local experts and artisans and 55 residents of Mae Loi Luang village. The research process began with fieldwork to study and collect in-depth data. The data obtained was then analyzed using SWOT analysis to develop product drafts, which were sent to experts for evaluation and selection of the most suitable design. Finally, product prototypes were created for real-world testing, improvement, and local market distribution.

The study found that the community area of Ban Mae Loi Luang has intangible cultural capital, including beliefs, wisdom, and knowledge passed down from ancestors, which reflects the shared culture of the Lanna Chiang Saen people and the Tai Lue ethnic group. Tangible cultural capital includes local handicrafts such as basketry, woodworking, weaving, and local food products. Through focus group discussions and brainstorming sessions with the community, it was found that there are two types of products suitable for development: "Thae Dok Mai" (flower offering set) for ceremonial, with a significance score of 372 points, designed in collaboration with the community in two styles; and bags, with a significance score of 404 points. The researcher created 23 bag product designs and presented them to experts for evaluation to select new product

designs suitable for production and aligned with community identity. It was found that designs 15 and 16, namely wrist bags and handbags, received the highest evaluation scores. These designs were then developed into prototype products using community-woven fabric as the main material and were tested in real-world use. Therefore, it was developed into a prototype product using the community's woven fabric as the main material and undergoing real-world testing. The research results indicate that integrating cultural knowledge with contemporary product design can elevate the community's cultural capital to create sustainable economic value.

Keywords: Cultural Capital, Cultural Products, Mae Loi Luang, Village, Thoeng District, Chiang Rai Province

บทนำ

การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางในการจัดการหลากหลาย ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ (กัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ, 2564) ชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง ตำบลศรีดอนไชย อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย เป็นสังคมพหุวัฒนธรรม มีวัฒนธรรมร่วมกันของคนเมืองล้านนาหรือไทยวนที่อพยพมาจากอำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน และกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ สิบเชื้อสายมาจากกลุ่มชนบ้านกล้วยแพะ จังหวัดลำปางที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานบริเวณนี้ ส่งผลให้วิถีชีวิตของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวงมีทุนทางวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อมาจนปัจจุบัน

ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในตัวตน เช่น สถานะที่ถูกทำให้รูปแบบของสินค้าทางวัฒนธรรม เช่น รูปภาพ เครื่องดนตรี หนังสือ เครื่องจักร เป็นต้น ตามทฤษฎีของปีแอร์ บูดีเยอร์ (1986) ส่งผลต่อข้อได้เปรียบทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเกิดจากการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นมาจนปัจจุบัน ทั้งวัฒนธรรมทางด้านความเชื่อ ภาษา การแต่งกาย อาหาร รวมไปถึงภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่มีองค์ความรู้ ทักษะงานช่างฝีมือในการประดิษฐ์

เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับการดำรงชีวิตและประกอบอาชีพ ซึ่งปรากฏผ่านผลิตภัณฑ์ของชุมชน พบได้ทั้งภายในครัวเรือนและสถานที่สำคัญอย่างเช่น วัด เป็นศูนย์รวมของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง โดยมีพระครูโสภิตไชยสาร เจ้าอาวาส ซึ่งเป็นพระนักพัฒนาของชุมชนที่ชาวบ้านให้ความเคารพศรัทธาและให้ความร่วมมือร่วมใจในการประกอบกิจกรรมทางศาสนาพิธีเป็นอย่างดี ซึ่งในแต่ละกิจกรรมจะมีการร่วมมือกันประดิษฐ์สร้างสรรค์ ของใช้ เครื่องสักการะ โดยชาวบ้านและช่างฝีมือ สะท้อนถึงวิถีชีวิตและภูมิปัญญาที่สืบทอดมา ทั้งนี้ภายในบริเวณวัดยังมีโรงทอผ้า โดยกลุ่มสตรีในชุมชน ที่เป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายผ้าทอให้กับประชาชนได้เลือกซื้อเพื่อใช้สวมใส่สำหรับการมาร่วมงานประเพณีต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในวัดดอนไชย

อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นการส่งเสริมอนุรักษ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง ทางคณะผู้วิจัยได้ ทำการศึกษาข้อมูลและดำเนินการวิจัยเพื่อต่อยอดองค์ความรู้ ช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของบ้านแม่ลอยหลวง อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย เพื่อเสริมสร้างรายได้ในเทศกาลทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง ตำบลศรีดอนไชย อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย

2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง ตำบลศรีดอนไชย อำเภอเทิง จังหวัดเชียงรายจากทุนทางวัฒนธรรม

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม

กัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ (2564) ได้ให้แนวคิด “ทุนทางวัฒนธรรม” หมายถึง ทรัพย์สินมรดกทางวัฒนธรรมอันมีมูลค่าและคุณค่าต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ ที่ได้มีการสั่งสมสืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีทั้งสิ่งที่จับต้องได้และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ สิ่งที่จับต้องได้ เช่น วัตถุสิ่งของต่าง ๆ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นต้น ส่วนสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ภูมิปัญญา ความรู้ ความเชื่อ และค่านิยม เป็นต้น ทรัพย์สินมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้ จะถูกนำมาแปลงให้กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมูลค่าในตัวเอง ไม่ว่าจะอยู่ในรูปสินค้าและบริการ หรือแนวความคิดแบบแผนปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาและขับเคลื่อนสังคม และบุญเทียน ทองประสาน (2531) ได้ให้แนวคิดในการศึกษาวัฒนธรรมว่า จำเป็นต้องมีเครื่องมือเพื่อให้เข้าถึงเอกลักษณ์ของชุมชน โดยเครื่องมือยึดหลักที่ว่าประชาชนเป็น “พระเอก” เองในการศึกษาค้นคว้า เราเป็นเพียง “ตัวเสริม” เท่านั้น จากแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมสามารถนำองค์ความรู้ภูมิปัญญาภายในชุมชนบ้านแม่ลอยหลวงที่ปรากฏอยู่ในวิถีชีวิตของประชาชนในชุมชน ทั้งความเชื่อ ประเพณี ภูมิปัญญา ถ่ายทอดคุณค่าผ่านผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อส่งต่อทุนทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืนสืบต่อไปและ

ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจภายในชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง

2. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (2564) ได้กล่าวถึงระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า “เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ” ซึ่งเชื่อมโยงกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง ที่ยังคงรักษาและสืบทอดภูมิปัญญา ทักษะฝีมือทางด้านช่างและงานหัตถกรรมสามารถนำองค์ความรู้มาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

3. แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม

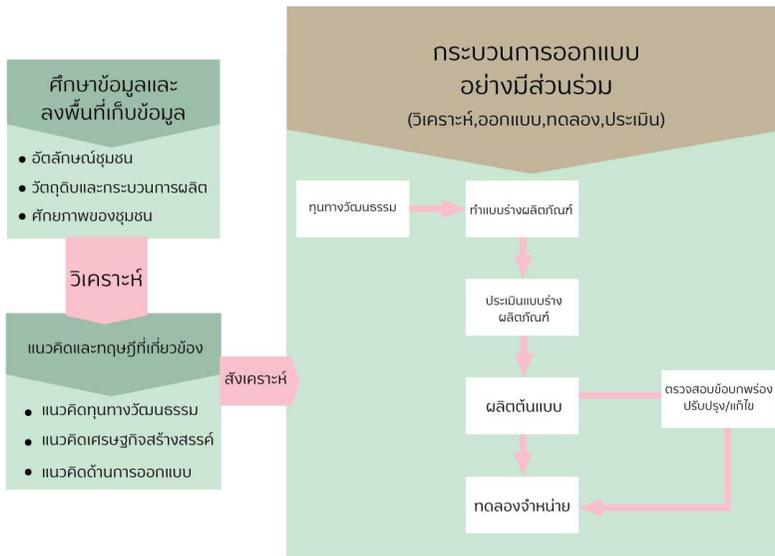
การยกระดับผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างรายได้จากเทศกาลวัฒนธรรม ของบ้านแม่ลอยหลวง อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย แนวคิดและทฤษฎีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยนำข้อมูลมาทำการระดมความคิดเห็นจากชุมชน (Focus Group) เพื่อคัดเลือกประเภทผลิตภัณฑ์เดิมเพื่อนำไปสู่กระบวนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยอ้างอิงกระบวนการออกแบบของ อาชญ นึกสอน (2558, น.112) ตามกระบวนการออกแบบและจัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์โดยใช้หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2549) เปรียบเทียบความสอดคล้องทางด้านวัฒนธรรมเพื่อประเมินรูปแบบ

ผลิตภัณฑ์ที่ควรได้รับการพัฒนา โดยองค์ความรู้ แนวคิด และทฤษฎีด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบในการประเมิน รูปแบบและแนวทาง เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนา โดยผนวกความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เข้ากับ ความรู้และทักษะด้านภูมิปัญญาของชุมชน

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิง คุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการใช้ ข้อมูลคุณลักษณะที่รวบรวมได้จากแหล่งข้อมูล ต่าง ๆ เชิงลึก และการมีส่วนร่วมในการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับชุมชน ตามแนวคิดการ ออกแบบอย่างมีส่วนร่วม ด้วยความร่วมมือที่ เกี่ยวข้องกับผู้ใช่ปลายทางในกระบวนการ ออกแบบ โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ ตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้ให้ดียิ่งขึ้น โดย

การลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ การ จดบันทึก การวิพากษ์วิจารณ์ การระดมความคิดเห็น และวิเคราะห์ความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ ได้มาซึ่งอัตลักษณ์ชุมชนของบ้านแม่ลอยหลวง จากการสัมภาษณ์ประชาชนในชุมชน พบว่า ประชาชนในชุมชนประกอบด้วย กลุ่มคนล้านนา เชียงแสนและชาติพันธุ์ไทลื้อที่สืบทอดวัฒนธรรม และภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ สะท้อนผ่าน วัฒนธรรม ประเพณี ข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ เกิด เป็นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยทุนทาง วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ คติความเชื่อ ภูมิ ปัญญา ส่วนทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ งานหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น งานจักสาน งานไม้ งานทอผ้า และผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น ที่ใช้ วัตถุดิบภายในชุมชน โดยการวิจัยนี้มีกรอบ แนวคิด และขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้วยการระดมความคิดเห็นและสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากชุมชน ประกอบด้วยสล่า (ช่างฝีมือพื้นถิ่น) ผู้สูงอายุในชุมชน นักเรียน คนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการในชุมชน และผู้แทนหน่วยงานราชการท้องถิ่น เพื่อคัดเลือกประเภทผลิตภัณฑ์เดิมนำไปสู่กระบวนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยอ้างอิงจากกระบวนการออกแบบของอาชีวนักสอน (2558, น.112) โดยมี 6 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดปัญหาของผลิตภัณฑ์ (Define the Problem) จากการทำผังความคิดที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ร่วมกันของประชาชนในชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง ประกอบด้วย สล่า (ช่างฝีมือพื้นถิ่น) ผู้สูงอายุในชุมชน นักเรียน คนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการในชุมชน ผู้แทนหน่วยงานราชการท้องถิ่น เพื่อกำหนดประเด็นปัญหาที่นำไปสู่กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งพบว่า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง ยังขาดเอกลักษณ์ของชุมชน สินค้ามีรูปแบบไม่หลากหลาย จำหน่ายได้เฉพาะกลุ่มแรงงานกำลังในการผลิตน้อย ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็น

ผู้สูงอายุ ขาดคนรุ่นใหม่ในการสืบทอด ต้องการหน้าร้านเพื่อการจัดจำหน่ายสินค้า และการขยายโอกาสทางการตลาด

2. การกำหนดเป้าหมายและความต้องการ (Set Goal and Consider the Specifications) จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ คนรุ่นใหม่ สล่า (ช่างฝีมือพื้นถิ่น) เพื่อนำไปสู่กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายได้ว่า ชุมชนมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ และให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ผลิตได้ภายในชุมชน เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้ในทุกโอกาส เหมาะสมกับทุกช่วงวัย ต้องการมีจุดจำหน่ายสินค้า และสืบทอดความรู้ภูมิปัญญาให้กับคนรุ่นใหม่ โดยให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ SWOT เพื่อนำข้อมูลประสบการณ์ ทักษะและภูมิปัญญาต่าง ๆ ของผู้เข้าร่วมประชุม มาวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (อารีญา บุญทวี, 2565)



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ SWOT ของผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง

จากภาพที่ 2 การวิเคราะห์ SWOT ของผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง พบว่า จุดแข็งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ ชุมชนมีความเข้มแข็ง พร้อมให้ความร่วมมือในทุกกิจกรรม วัสดุที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ในท้องถิ่น มีปราชญ์ชาวบ้านที่มีองค์ความรู้ในการถ่ายทอดภูมิปัญญาหลายด้าน ทั้งงานด้านจักสาน การทอผ้า งานไม้ และอาหารท้องถิ่น เป็นต้น จุดอ่อนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย สินค้าที่ผลิตเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่ม ขาดเอกลักษณ์ของชุมชน กำลังในการผลิตน้อย โอกาสทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ สามารถเพิ่มแนวทางในการเพิ่มยอดขาย การพัฒนารูปแบบสินค้าจากผลิตภัณฑ์เดิม และเพิ่มโอกาสทางการตลาด อุปสรรคของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน คือ ไม่มีหน้าร้านเพื่อการจัดจำหน่าย และขาดคนรุ่นใหม่ในการสืบทอด

3. การพัฒนาแนวทางที่หลากหลาย (Develop Alternatives)

จากการระดมความคิดในการค้นหาปัญหา กำหนดเป้าหมาย และวิเคราะห์ SWOT ของผลิตภัณฑ์ มีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้ด้านผ้าทอพื้นถิ่น ช่างทอผ้าที่มีความเชี่ยวชาญในกระบวนการผลิต และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประเมินความสำคัญของผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบเกณฑ์การตัดสินใจที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการประเมินจากคุณค่าทางวัฒนธรรมและหลักการออกแบบเปรียบเทียบกับประเภทผลิตภัณฑ์ ที่จะนำไปสู่ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม

ในการประเมินโดยใช้ข้อประเมินตามหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ของอดัมส์ (2549) และตามความสอดคล้องทางด้านวัฒนธรรมมาใช้ในการพิจารณา ดังนี้

- 1) คุณค่าเชิงรูปธรรม
- 2) คุณค่าเชิงนามธรรม
- 3) เอกลักษณ์ท้องถิ่น
- 4) ความร่วมสมัย
- 5) คติความเชื่อ
- 6) ภูมิปัญญา
- 7) วัสดุ
- 8) ประโยชน์ใช้สอย
- 9) การดูแลรักษา
- 10) ความสวยงาม
- 11) ราคาเหมาะสม
- 12) ความแข็งแรง
- 13) สะดวกในการขนส่ง
- 14) สะดวกในการใช้งาน

โดยการให้ค่าน้ำหนักคะแนน จากระดับความเข้มข้นของคะแนนความสำคัญจากตารางเมทริกซ์ (Matrix) เปรียบเทียบระหว่างความสำคัญของผลิตภัณฑ์กับประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ค่าความสำคัญของเกณฑ์การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์

- 5 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
 - 3 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
 - 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด
- ค่าความสำคัญประเภทผลิตภัณฑ์
- 9 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
 - 5 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
 - 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

เมื่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้ด้านผ้าทอพื้นถิ่น ช่างทอผ้าที่มีความเชี่ยวชาญในกระบวนการผลิต และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้ประเมินค่าความสำคัญ ผู้วิจัยจึงนำมาวิเคราะห์และสรุปเปรียบเทียบทางเลือกด้านผลิตภัณฑ์ แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์และสรุปเปรียบเทียบทางเลือกด้านผลิตภัณฑ์

เกณฑ์การตัดสินใจ	ค่าความสำคัญ (5-3-1)	ผลิตภัณฑ์จักสาน						ผลิตภัณฑ์ผ้า				ผลิตภัณฑ์ไม้			ผลิตภัณฑ์อาหาร		
		ตราสาร	น้ำผึ้ง	ส้าหวด	สุมัก	บุง (กระบุง)	เครื่องจับสัตว์	ตะตอกไม้	ผ้าชิ้น	เส้นฝ้าย	หมอนผา	กระเป๋า	พระเจ้าไม้	โพนียง	แท่นแก้วไม้	เนียง	ขนมเนียง
คุณค่าเชิงรูปธรรม	5	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	5	5
คุณค่าเชิงนามธรรม	1	1	1	1	1	1	1	9	5	1	1	5	9	1	9	1	1
เอกลักษณ์ท้องถิ่น	5	1	1	1	1	1	5	9	9	5	5	9	5	5	5	5	5
ความร่วมมือ	3	1	1	1	1	1	1	9	5	1	5	9	5	1	1	1	5
คติความเชื่อ	1	1	1	1	1	1	1	9	1	1	1	5	9	1	5	1	1
ภูมิปัญญาทอ	5	9	9	9	9	9	5	9	9	9	9	9	5	5	1	5	9
วัสดุ	5	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	5	5	1	5	5
ประโยชน์ใช้สอย	5	9	5	5	5	5	5	5	5	5	9	9	5	1	1	1	5
การดูแลรักษา	3	1	1	1	1	1	1	5	9	5	5	9	5	1	1	1	1
ความสวยงาม	5	5	5	5	1	1	5	9	5	5	9	5	9	1	5	1	5
ราคาเหมาะสม	3	9	9	9	5	5	5	9	9	9	9	9	5	1	1	5	5
ความแข็งแรง	3	9	5	5	5	1	5	5	5	1	9	9	5	5	1	1	1
สะดวกในการขนส่ง	3	1	1	1	1	1	1	5	9	5	1	9	5	1	1	1	1
สะดวกในการใช้งาน	1	9	5	5	5	5	1	5	9	1	5	9	5	1	1	1	5
ผลรวม		74	58	62	54	50	54	106	98	66	86	114	86	38	42	34	54
ผลค่าความสำคัญ		284	244	248	216	204	242	372	356	276	344	404	288	160	140	120	216

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์และสรุปเปรียบเทียบทางเลือกด้านผลิตภัณฑ์ โดยการประเมินค่าความสำคัญจากเกณฑ์การตัดสินใจที่สอดคล้องกับแนวคิดด้านวัฒนธรรมและหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับประเภทของผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมในการนำไปพัฒนา ที่มีค่าคะแนนมากที่สุดเรียงจากมากไปหาน้อย แบ่งเป็น 3 อันดับ ได้แก่ 1) กระเป๋า มีค่าความสำคัญ 404 คะแนน 2) ตะตอกไม้ มีค่าความสำคัญ 372 คะแนน 3) ผ้าชิ้น มีค่าความสำคัญ 356 คะแนน

4. การเลือกแนวทางที่ดีที่สุด (Select the Best Solution)

หลังจากกระบวนการวิเคราะห์ SWOT และประเมินคุณค่าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม และการอบรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้ข้อสรุปว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมในการนำไปพัฒนา ได้แก่ 1) กระเป๋า 2) ตะตอกไม้ 3) ผ้าชิ้น โดยสรุปประเภทผลิตภัณฑ์ที่นำมาพัฒนาจำนวน 2 ประเภท คือ กระเป๋าและตะตอกไม้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าใช้วัสดุหลักในการผลิต

คือ ผ้าชิ้นที่ทอขึ้นภายในชุมชนซึ่งได้คะแนนประเมินเป็นอันดับที่ 3 โดยมีรายละเอียดการพัฒนา ดังนี้

4.1 กระเป๋า

ผลจากการประเมินคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่มีค่าคะแนนความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากชุมชนมีช่างทอผ้าที่มีทักษะ มีความเชี่ยวชาญและมีช่างตัดเย็บ ซึ่งมีความพร้อมและศักยภาพในการผลิต คณะผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลวัสดุที่ใช้ในการผลิตผ้าทอ พบว่า มีการปลูกฝ้ายในชุมชน และสามารถผลิตเส้นฝ้ายเพื่อใช้สำหรับการทอผ้า รวมทั้งใช้เส้นไหมประดิษฐ์ ซึ่งผ้าทอที่ใช้เส้นฝ้ายธรรมชาติ และย้อมสีธรรมชาติในการทอจะนิยมทอสำหรับในงานจุลกฐิน ส่วนการทอผ้าชิ้นส่วนใหญ่ใช้เส้นไหมประดิษฐ์ที่ย้อมจากสีสังเคราะห์ และสร้างลวดลายด้วยการมัดก้านหรือมัดหมี่ให้เส้นไหม

4.2 ผลิตภัณฑ์ตะตอกไม้

ผลการประเมินคุณค่าผลิตภัณฑ์ ความสำคัญจากเกณฑ์การตัดสินใจที่สอดคล้องกับแนวคิดด้านวัฒนธรรมและหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับประเภทของผลิตภัณฑ์

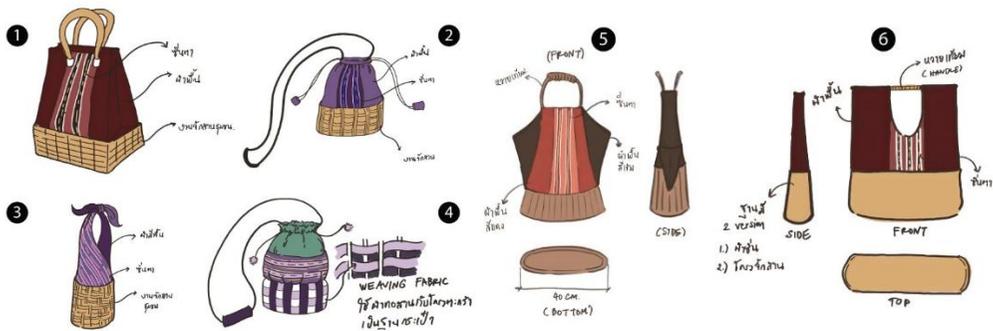
พบว่าผลิตภัณฑ์และดอกไม้ได้รับผลการประเมิน เป็นลำดับที่ 2 คณะผู้วิจัยและชุมชนได้นำองค์ ความรู้จากกระบวนการฝึกอบรมการทำไหม

ล้านนามาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และดอกไม้ที่ได้ใช้เป็นเครื่องสักการะในศาสนพิธี



5. การสร้างแนวทางให้เป็นผล (Implementing the Solution)

จากข้อมูลการสำรวจผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชน ผู้วิจัยได้สร้างแบบร่างผลิตภัณฑ์เพื่อให้สมาชิกในชุมชน ผู้เชี่ยวชาญ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ แสดงดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แบบร่างผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1

จากภาพที่ 3 แบบร่างผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1 ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่มีงานจักสานเป็นวัสดุผสม ได้ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นผ้าทอร่วมกับงานจักสานมีข้อจำกัดในการดูแลรักษา คณะผู้วิจัยจึงนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาแบบร่างผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2 แสดงดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แบบร่างผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2

จากภาพที่ 4 แบบร่างผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2 ได้ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์รูปทรงกระเป๋าที่ใช้งานรูปแบบการถักหรือคล้องแขนเป็นที่นิยมในชุมชน เนื่องจากการใช้สอย เช่นเดียวกับย่ามที่ชุมชนใช้อยู่เดิม ส่วนแบบร่างที่ 17 ถุงเต่าองค์ดำ มีความน่าสนใจทั้งรูปลักษณ์และแนวคิดของผลิตภัณฑ์ แต่ยังไม่เป็นที่นิยม ใช้งานไม่ได้ทุกโอกาส และดึงดูดความสนใจผู้บริโภคแค่เพียงบางกลุ่ม



จากการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 23 รูปแบบ โดยเปรียบเทียบโดยใช้ข้อประเมินตามหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ของอดัมส์คักดี สารีบุตร (2549) ต่อไปนี้

- | | |
|-----------------------------|----------------------|
| 1) หน้าที่ใช้สอย | 6) ความสวยงาม |
| 2) ความแข็งแรง | 7) มีลักษณะเฉพาะ |
| 3) ความประหยัด /ราคาเหมาะสม | 8) กรรมวิธีการผลิต |
| 4) วัสดุ | 9) การซ่อมบำรุงรักษา |
| 5) ความสะดวกสบายในการใช้ | 10) การขนส่ง |

โดยการให้ค่าน้ำหนักคะแนน จากระดับความเข้มข้นของคะแนนความสำคัญจากตารางเมทริกซ์ (Matrix) เปรียบเทียบระหว่างความสำคัญด้านหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์กับแบบร่างผลิตภัณฑ์ดังนี้

ค่าความสำคัญของเกณฑ์การตัดสินใจด้านหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

- 5 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
 - 3 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
 - 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด
- ค่าความสำคัญของแบบร่างผลิตภัณฑ์

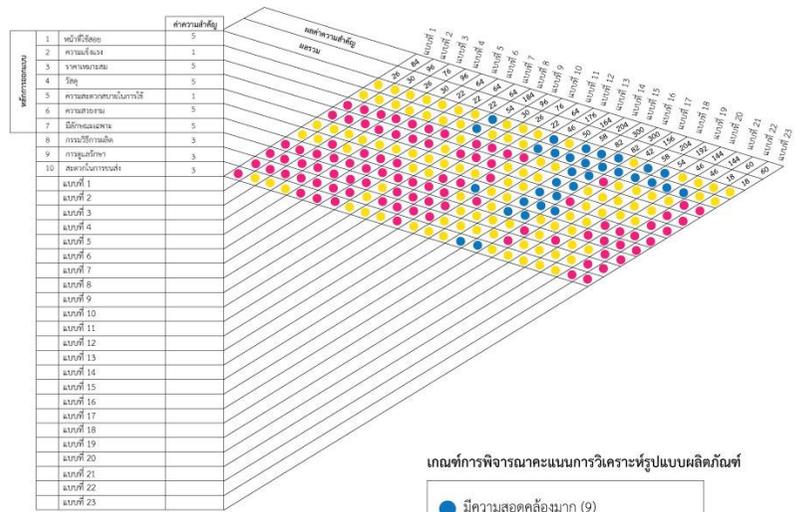
9 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
 5 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

เมื่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้ด้านผ้าทอพื้นถิ่น ช่างทอผ้าที่มีความเชี่ยวชาญในกระบวนการผลิต และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประเมินค่าความสำคัญ คณะผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์และสรุปเปรียบเทียบทางเลือกด้านผลิตภัณฑ์ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์และสรุปเปรียบเทียบทางเลือกด้านผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การตัดสินใจ	ค่าความสำคัญ (5-3-1)	แบบร่างที่																						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
หน้าที่ใช้สอย	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	9	9	5	9	9	5	5	5	5	5
ความแข็งแรง	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	5
ราคาเหมาะสม	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	5	5	9	9	1	5	5	5	5	1	1
วัสดุ	5	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	5	5	5	9	9	5	5	5	5	5	1	1
สะดวกในการใช้งาน	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	9	9	1	5	5	5	5	1	1
ความสวยงาม	5	5	5	1	5	1	1	1	5	5	1	1	9	5	5	9	9	9	5	5	5	1	1	1
มีลักษณะเฉพาะ	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	9	9	5	5	5	1	1	1	1
กรรมวิธีการผลิต	3	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	1	1
การดูแลรักษา	3	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	1	1
สะดวกในการขนส่ง	3	1	5	5	5	1	1	1	5	5	5	1	5	5	5	9	9	5	5	5	5	5	1	1
ผลรวม		26	30	26	30	22	22	22	54	30	26	22	46	50	58	82	82	42	58	54	46	46	18	18
ผลค่าความสำคัญ		84	96	76	96	64	64	64	184	96	76	64	176	164	204	300	300	156	204	192	144	144	60	60

แบบที่	ผลรวมสำคัญ
แบบที่ 1	84
แบบที่ 2	96
แบบที่ 3	76
แบบที่ 4	96
แบบที่ 5	64
แบบที่ 6	64
แบบที่ 7	64
แบบที่ 8	184
แบบที่ 9	96
แบบที่ 10	76
แบบที่ 11	64
แบบที่ 12	176
แบบที่ 13	164
แบบที่ 14	204
แบบที่ 15	300
แบบที่ 16	300
แบบที่ 17	156
แบบที่ 18	204
แบบที่ 19	192
แบบที่ 20	144
แบบที่ 21	144
แบบที่ 22	60
แบบที่ 23	60



ภาพที่ 5 ตารางเมตริกซ์การประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์

ผลการวิจัย

จากการประเมินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตั้งแต่กระบวนการร่างแบบผู้วิจัยได้วิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน วิถีชีวิต ลักษณะการใช้งานผลิตภัณฑ์ ประกอบกับแนวคิดของหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์และการใช้งาน ผลการวิเคราะห์ได้ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าจากผ้าทอที่ควรได้รับ

การพัฒนา จำนวน 2 รูปแบบ จากแบบร่างจำนวน 23 รูปแบบ ได้แก่ แบบร่างที่ 15 และ 16 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับผลการประเมินมากที่สุด เนื่องจากรูปแบบสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เดิม และสอดคล้องกับวิถีชีวิตและการใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม



ภาพที่ 6 ภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์

จากภาพที่ 6 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ทดลองผลิตเพื่อเป็นตัวอย่าง ได้ทำการทดสอบการใช้งานก่อนการผลิตจริง

การทบทวนปรับปรุง (Evaluating the Actual Results)

จากกระบวนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ มีการแก้ไขปรับปรุงในส่วนของกระเป๋าคล่องมือ ให้มีขนาดของสายคล้องให้มีความกว้างขึ้น เนื่องจากตัวต้นแบบการสอดสายคล้องมีความแน่นเกินไป จึงนำไปปรับปรุงเพื่อความสะดวกสบายในการใช้งาน



ภาพที่ 7 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าคล่องมือ



ภาพที่ 8 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือ

ในการบูรณาการในเรื่องของภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับการเรียนการสอน ได้รับความร่วมมือจากโรงเรียนศรีดอนไชยวิทยาเป็นสถานศึกษาภายในชุมชน ที่ให้นักเรียนได้มีโอกาสทดลองผลิตสินค้าจากภูมิปัญญา โดยใช้ผ้าซิ่นตา ซึ่งเป็นผ้าทอของชุมชน นำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ประเภทเครื่องประดับ ได้แก่ กิ๊บติดผม ยางมัดผม ที่คาดผม เข็มกลัด ต่างหู เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร (2548) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ดังนี้

“อายุเฉลี่ยของประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้สัดส่วนของผู้สูงอายุต่อประชากรมีอัตราเพิ่มขึ้น และกลุ่มผู้บริโภคสินค้าในอนาคตจะเป็นกลุ่มของผู้สูงอายุ ครอบครัวขนาดเล็กลง เน้นคุณภาพชีวิตสูงขึ้น ความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ คนต้องการปัจเจกภาพ นิยมทำงานที่บ้าน ชื้อของจากบ้าน เกิดอาชีพใหม่ ความเสมอภาคทางสังคม ทุกคน ทุกเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ต้องได้รับความเท่าเทียมกันในทางปฏิบัติ”

เนื่องจากคนในชุมชนบ้านแม่ลอยหลวงประกอบด้วยประชากรที่เป็นผู้สูงอายุเป็นส่วนใหญ่ การที่เยาวชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงเป็นโอกาสในการสืบทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชนต่อไป



ภาพที่ 9 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาโดยเยาวชนในท้องถิ่น

จากภาพที่ 9 เป็นภาพผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาโดยเยาวชนในท้องถิ่นและ ได้รับการส่งเสริมโดยโรงเรียนศรีดอนไชย ซึ่งเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชนที่บูรณาการองค์ความรู้ท้องถิ่นกับการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์

สรุปและอภิปรายผล

จากการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง พบว่าชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเชื่อ และประเพณีที่ได้รับการสืบทอดต่อกันมาอย่างยาวนาน ถ่ายทอดผ่าน พิธีกรรมประจำชุมชน ซึ่งแฝงไว้ด้วยองค์ความรู้และทักษะงานช่างพื้นบ้าน เช่น การทำเครื่องมือ เครื่องใช้ และเครื่องสักการะ ทำให้เกิดการเชื่อมโยงไปสู่การค้นพบ ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ ทักษะฝีมือในงาน

หัตถกรรมพื้นถิ่น อาทิ งานผ้าทอ งานจักสาน งานไม้ และอาหารพื้นบ้าน ที่สะท้อนอัตลักษณ์และรากเหง้าวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ ประทับใจ สุวรรณธาดา และศักดิ์ชาย สึกษา (2561) ที่ระบุว่า พุทธทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาสามารถนำมาสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนจากทุนทางวัฒนธรรม ได้มีการจัดเวทีชุมชนเพื่อระดมความคิดเห็นร่วมกับชาวบ้านและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชนมาพัฒนาในแนวทางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เป็นฐานในการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ซึ่งแนวทางนี้สอดคล้องกับสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (2564) ที่นิยามว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานขององค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการใหม่ ๆ การดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้จึงช่วยให้เห็นศักยภาพของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวงในการยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการท้องถิ่นผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ ที่ยังคงรักษาและต่อยอดภูมิปัญญาดั้งเดิมให้ร่วมสมัยได้อย่างกลมกลืน ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ ศุภชัย เหมือนโพธิ์ (2561) ซึ่งศึกษาการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่าการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อแปรรูปวัสดุเหลือใช้สามารถต่อยอดองค์ความรู้และนวัตกรรมสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังสัมพันธ์กับผลการศึกษาของ วงศกร สันคนนาภรณ์ (2559) ที่

วิจัยเรื่อง รากฐานทางวัฒนธรรมอำเภอสันป่าตอง เพื่อเป็นแนวทางสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเป็นเครื่องมือในการบูรณาการข้อมูลทางวัฒนธรรมและแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสังเคราะห์แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษานำไปสู่การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ตะตอกไม้ สำหรับใช้เป็นเครื่องสักการะ ซึ่งได้ออกแบบร่วมกับชุมชน และผลิตภัณฑ์กระเป๋า จำนวนหลายแบบ ก่อนคัดเลือกต้นแบบที่เหมาะสมที่สุด คือ กระเป๋าตอกไม้และกระเป๋าถือจากผ้าทอพื้นถิ่น อันเป็นตัวอย่างของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดทุนวัฒนธรรมสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างยั่งยืน

กล่าวโดยสรุป การวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไม่เพียงช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างรายได้ เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมความภาคภูมิใจในชุมชน อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจของท้องถิ่นในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

จากการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคได้ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. มีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่สอดคล้องกับกระแสนิยมในปัจจุบัน เช่น กระเป๋าทรง Bucket Bag ซึ่งเป็นดีไซน์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและสามารถตอบโจทย์การใช้งานร่วมสมัยได้

2. มุ่งเน้นการพัฒนาและส่งเสริมการใช้เส้นฝ้ายธรรมชาติ รวมถึงการย้อมสีด้วยกรรมวิธีทางธรรมชาติ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม ทั้งยังช่วยเพิ่มมูลค่าและ

ความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ในเชิงวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งในโครงการวิจัยเรื่อง “การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมในเทศกาล วัฒนธรรมของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย” ทีมวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก “ธัช ภูมิ” วิทยาลัยเพื่อการพัฒนาพื้นที่ หน่วย บริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) ประจำปี งบประมาณ 2567

References

Boonthawee, A. & Nuangjumnon, J. (2022). Development for Value Addition of Loincloth Products to Creative Economy of Women Sewing Group at Ban Nayao Village, Sanam Chai Khet District, Chachoengsao Province. *Journal of Humanities and Social Science Review (JHSSR)*, 24(1).<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/hspbruacthjournal/article/view/259463>

Bourdieu, Pierre. (1986). *The Forms of Capital. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Edited by J.G Richardson. New York: Greenwood Press.; 241-258.

Interaction Design Foundation. *Participatory Design*. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/participatory-design>

Kaewkomon. K et al. (2024). Manipulation of Cultural Capital for Sustainable Community Development. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Pathom Rajabhat University*, 11(1), 75-91. Retrieved from <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/HUSO-J/article/view/1031>

Lertkanjanaporn, T. (2019). *Lesson Learned on Community Participation in Design Thinking Process : A Case Study of Community Conservation and Renewal Project at Taladnoi District, Bangkok Metropolis*. [Unpublished Theses and Dissertations] Chulalongkorn University. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/9410/>

Murnpho, S. & Unaromlert T. (2018). Potential Development for Community Entrepreneurs based on the Concept of Creative Economy. *Silpakorn Education Research Journal*, 10(1). <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/suedureasearchjournal/article/view/68865>

Naksorn, A. (2015). *The Art of Industrial Crafts Design*. (1st ed.). Triple Group Co.,Ltd.

Padungchewit, J. (2007). *Culture, Communication, and Identity*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.

Saributr, U. (2006). *Industrial Design Technology*. (1st ed.). Odeonstore.

- Sunkanaporn, W. (2016). Cultural Capital of Sanpatong District's Study for Guidelines with Creative Economy Thinking. *E-Journal, Silpakorn University*, 9(3). <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/74083>
- Suwanthada P. & Sikka S. (2018). Community Product Design and Development Applying the Cultural Capital and Wisdom : in the Upper Northeastern Region. *Art and Architecture Journal Naresuan University* 9(2), 137-155. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ajnu/article/view/163918>
- The Office of National Higher Education science. (2021). Take Thailand's economy to the international stage. <https://www.nxpo.or.th/th/9440/>
- Thongprasarn, B. (1988). *The concept of community culture in development work*. (1st ed.). Caritas Thailand.