



การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
กรณีศึกษาชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

ณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์
นรินทร์ น้ำใจดี
เบญจมาศ เมืองเกษม
อัญญาณีย์ เกตุพันธุ์

สาขาวิชาการพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์
แขนงวิชาการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม สาขาวิชาสังคมศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่ได้ให้คำปรึกษาในการดำเนินงานวิจัยด้วยดีตลอดมา ขอขอบคุณชุมชนป่าตึงริมกก วัดสักกวันและเทศบาลนครเชียงรายที่อำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลาการเก็บข้อมูล ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน เป็นผู้ให้ข้อมูลจนปรากฏในรายงานการวิจัยฉบับนี้

ขอขอบคุณคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทรีพันธุ์พันธุ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชรสวัสดิ์ กันคำที่ให้การสนับสนุนทุนในการทำวิจัย

ขอขอบคุณอาจารย์ตลอดจนเจ้าหน้าที่คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายที่มีส่วนสำคัญในการเก็บข้อมูลและดำเนินการเรื่องเอกสารตลอดการดำเนินการวิจัยตั้งแต่การเขียนเค้าโครงการวิจัยและนำเสนอผลการศึกษาสำเร็จ

ผู้วิจัย

พฤษภาคม 2568

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษาชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มย่อย

ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนป่าตึงริมกกมีทุนทางวัฒนธรรมตาม แนวทางของจัดประเภททรัพยากรทางวัฒนธรรม จากแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ.2550 -2559) แบ่ง 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านมนุษยศาสตร์ ได้แก่ ประเพณีเดือนสี่ ตานข้าวใหม่ หิงไฟพระเจ้า ประเพณีปีไหมเมือง และประเพณีสงกรานต์น้ำพระธาตุสุวรณรัตน์โชติ 2) ด้านการช่างฝีมือ คือการปั่นอัฐ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า ชุมชนป่าตึงริมกก ในอดีต ถือเป็นย่านแหล่งเตาเผาอัฐที่สำคัญของเมืองเชียงราย ถือเป็นอาชีพหลักของชุมชน เป็นภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดในท้องถิ่น โดยมีกรรมวิธีการปั่นอัฐ 3) ด้านคหกรรมศิลป์ คือการเป็นชุมชนที่มีอาชีพเกษตรกรปลูกกล้วยหอมทอง แหล่งที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดเชียงราย

กระบวนการพัฒนาสินค้า คณะผู้วิจัยได้พัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันได้แก่ไอศกรีม 3 มิติ ลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรณรัตน์โชติ พัฒนาสูตรรส กล้วยหอมทอง โดยใช้กล้วยที่เหลือจากการจำหน่าย ออกแบบแม่พิมพ์ลวดลายพระธาตุฯ โดย ทวี อินทะสอน ศิลปินบูรณะพระธาตุ และชินรัตน์ สิงห์หันท์ ศิลปินรุ่นใหม่ทำแบบร่วมสมัย แม่พิมพ์ทำจากวัสดุ food grade ขนาด 10x10 ซม. บรรจุไอศกรีม 90 กรัม การสร้างแบรนด์และโลโก้สินค้า แบรนด์ชื่อ “Pa Tueng Rim Kok” เพื่อสื่อถึงชุมชน โลโก้เป็นภาพวาดลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรณรัตน์โชติแบบร่วมสมัย เป้าหมายสร้างการรับรู้ และเชื่อมโยงสินค้าเข้ากับอัตลักษณ์ท้องถิ่น

Abstract

This study on cultural capital for the development of cultural products within the framework of the creative economy: A case study of Pa Tueng Rim Kok Community, Mueang District, Chiang Rai Province, aims to examine the cultural capital that contributes to the development of cultural products under the principles of the creative economy. The research employs a qualitative methodology, utilizing in-depth interviews and focus group discussions for data collection and analysis.

The findings indicate that the Pa Tueng Rim Kok community possesses significant cultural capital, which can be categorized according to the classification of cultural resources outlined in the National Cultural Master Plan (2007–2016) into three primary dimensions: Humanities: The community maintains a rich tradition of cultural practices and festivals, including *Duean Si Tan Khao Mai* (New Rice Offering Ceremony), *Hing Fai Phra Chao* (Lighting the Lord Buddha's Fire Ceremony), *Pi Mai Mueang* (Traditional New Year Festival), and *Song Nam Phra That Suwan Rattana-hoti* (Water Pouring Ceremony for the Suwan Rattana-hoti Stupa). These customs reflect the community's deep-rooted cultural heritage and collective identity. Craftsmanship: The community has a longstanding tradition of brickmaking, which was historically a major industry in the region. Interviews suggest that Pa Tueng Rim Kok was once a significant brick production center in Chiang Rai, with brickmaking serving as a primary occupation for local residents. This craft represents an important form of indigenous knowledge that has been preserved and passed down through generations. Culinary Arts and Agriculture: The community is recognized as a key agricultural hub, particularly for its large-scale cultivation of Gros Michel, making it the most prominent production area for this crop in Chiang Rai Province. This agricultural practice highlights the economic and cultural significance of traditional farming within the community.

The research team developed a cultural product based on the concept of the creative economy: a 3D ice cream featuring the design of the Phra That Suwannaratnachot pagoda. The flavor developed was golden banana, using surplus bananas from local sales. The mold for the pagoda design was created by Tawee Intason, a restoration artist of the

pagoda, and Charinrat Singhan, a contemporary young artist. The mold is made from food-grade material, measuring 10x10 cm, and holds 90 grams of ice cream. The brand is named **“Pa Tueng Rim Kok”**, representing the local community. The logo features a contemporary illustration of the Phra That Suwannaratnachot pagoda. To create awareness and connect the product to local identity.

สารบัญ

บทคัดย่อ

Abstract

กิตติกรรมประกาศ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1	1
บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
นิยามคำศัพท์เฉพาะ	3
2	4
แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎีเศรษฐกิจสร้างสรรค์	4
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม	7
แนวคิดและทฤษฎีการออกแบบสินค้า	8
แนวคิดทฤษฎีการจัดการสวัสดิการชุมชน	10
แนวคิดและทฤษฎีการสร้างมูลค่าในเชิงพาณิชย์	12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
กรอบแนวคิดการวิจัย	25
3	26
ระเบียบวิธีวิจัย	26
การเลือกพื้นที่ศึกษา	26
การศึกษาทบทวนเอกสาร	27
ผู้ให้ข้อมูล	27
วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูล	27
ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	27
เครื่องมือที่ใช้วิจัย	27
วิธีการสร้างและตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย	27
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
การตรวจสอบข้อมูล	28

การวิเคราะห์ข้อมูล	29
--------------------	----

บทที่		หน้า
4	ผลการศึกษา	30
	การศึกษาทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างสรรค์สินค้าทางวัฒนธรรม ชุมชน	30
	ป่าตึงริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย	
	การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม จากทุนวัฒนธรรมชุมชนสู่การเพิ่มมูลค่าสินค้า	49
	การจัดการสวัสดิการชุมชนภายใต้สินค้าทางวัฒนธรรม “ป่าตึงริมกก”	54
	การสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์สินค้าทางวัฒนธรรมชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอ	55
	เมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย	
5	สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	57
	สรุปผลการวิจัย	57
	อภิปรายผล	58
	ข้อเสนอแนะ	62

บรรณานุกรม

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 การทานข้าวล้นบาตร	31
2 พิธีหิงไฟพระเจ้า	32
3 ชาวบ้านช่วยกันบรรจุข้าวเหนียวลงกระบอกลูกไม้ไผ่ก่อนการนำไปเผาเป็นข้าวหลาม	32
4 ชาวบ้านช่วยกันเผาข้าวหลามก่อนการนำไปถวายเป็นพุทธบูชากับพระพุทธรูปและพระสงฆ์	33
5 ชาวบ้านถวายข้าวหลามที่ช่วยกันเผา ถวายเป็นพุทธบูชากับพระพุทธรูปและพระสงฆ์	33
6 บรรยายกาศชาวบ้านแห่ไม้ค้ำสลี หรือค้ำตันโพธิ์	34
7 ชาวบ้านถวายไม้ค้ำสลี หรือค้ำตันโพธิ์	34
8 ชุมชนป่าตึงริมกก เตรียมสวดส่งเคราะห์วันปากปี	35
9 พิธีส่งเคราะห์ โดยมีวัดสักกวันเป็นศูนย์รวมความเชื่อของชุมชนป่าตึงริมกก	36
10 พิธีจุดสีสาย	36
11 การรตน้ำขอพรในช่วงเทศกาลปีใหม่มือง (การดำหัว) ผู้สูงอายุในชุมชน	37
12 พระธาตุองค์เดิมก่อนการบูรณะในรูปแบบองค์ปัจจุบัน	37
13 บรรยายกาศการบูรณะพระธาตุ	38
14 พระพุทธรูปสำริด ศิลปะเชียงแสน องค์สำคัญของวัดสักกวัน	39
15 พิธีอัญเชิญพระพุทธรูปโบราณศิลปะเชียงแสน ประดิษฐานไว้ภายในองค์ระฆังของเจดีย์	39
16 พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ	40
17 บรรยายกาศในพิธียกฉัตรพระธาตุสุวรรณรัตนโชติ	40
18 ฉัตรพระธาตุสุวรรณรัตนโชติ	41
19 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานเทศกาล สรงน้ำพระธาตุสุวรรณรัตนโชติ	41
20 พิธีแห่ผ้าห่มพระธาตุสุวรรณรัตนโชติ	42
21 เตาเผาอิฐเตาสุดท้ายของชุมชนที่เลิกไปราวปี 2559	43
22 ฝืนสำหรับเตาเผาอิฐ	43
23 โรงเผาอิฐดินเผา และโรงปั้นอิฐบล็อก ที่ปัจจุบันเลิกกิจการไปแล้ว	44
24 อิฐบล็อกที่ปั้นในชุมชนป่าตึงริมกก ปัจจุบันเลิกกิจการไปแล้ว	44
25 ชาวบ้านผู้มีความชำนาญในการปั้นอิฐ อธิบายภูมิปัญญาการเผาที่หายไปจากชุมชน	44
26 สวนกล้วยหอมในชุมชนป่าตึงริมกก	46
27 ทุ่งนา สวนกล้วยหอมในชุมชนป่าตึงริมกก ที่เหลือน้อยลงไปทุกขณะ	46
28 การบ่มกล้วยให้สุก	47

ภาพที่	หน้า	
29	เกษตรกรผู้ปลูกและจำหน่ายกล้วยหอมในชุมชนป่าตึงริมกก	47
30	ผลผลิตกล้วยหอมในชุมชนป่าตึงริมกก	48
31	ไร่อ้อยในชุมชนป่าตึงริมกก	48
32	เจดีย์พระธาตุสุพรรณรัตนโชติ วัดสักกวัน จังหวัดเชียงราย	49
33	ภาพแบบสเก๊ตก่อนการปั้นแม่แบบ	50
34	แม่แบบลวดลายเจดีย์พระธาตุสุพรรณรัตนโชติ	50
35	นายทวี อินทะสอน ระหว่างการปั้นแม่แบบลวดลายเจดีย์พระธาตุสุพรรณรัตนโชติ	51
36	แม่แบบลวดลายเจดีย์พระธาตุสุพรรณรัตนโชติในรูปแบบศิลปะร่วมสมัย	51
37	แม่พิมพ์ไอศกรีม 3 มิติลวดลายเจดีย์พระธาตุสุพรรณรัตนโชติ	52
38	แม่พิมพ์ไอศกรีม 3 มิติลวดลายกล้วยหอมทองและลวดลายก้อนอิฐ	52
39	ประชุมเชิงปฏิบัติการในการอบรมการทำไอศกรีมกล้วยหอมทอง	53
40	ไอศกรีม 3 มิติลวดลายเจดีย์พระธาตุสุพรรณรัตนโชติ รสกล้วยหอมทอง	53
41	โลโก้แบรนด์สินค้า	54

บทที่ 1

บทนำ

1. หลักการและเหตุผล

ชุมชนป่าตึงริมกกเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงราย โดยเป็นพื้นที่เก่าแก่ที่สำคัญโดยโบราณสถานอันได้แก่ วัดสักวันที่ถือเป็นวัดที่เก่าแก่ในอำเภอเมืองเชียงรายตามตำนานพ่อขุนเม็งรายมหาราชกษัตริย์แห่งล้านนาได้สร้างบ้านแปงเมือง ได้จับเชลยศึกและผู้ทีกระทำความผิดกฏบ้านกฏเมืองในสมัยนั้นมาสำเร็จโทษประหารชีวิต ณ ตรงบริเวณวัดแห่งนี้ซึ่งเป็นแดนประหารนอกกำแพงเมืองทางทิศเหนือ จนเวลาล่วงมาถึง 300 ปี ต่อมาน้ำกกได้เปลี่ยนทิศทางการไหล กระแสน้ำจึงได้หายไปจากแผ่นดิน ต่อมาพอน้ำล้นมีชาวบ้านอพยพมาจากต่างจังหวัด มาตั้งรกรากถิ่นฐาน และได้พบเจอซากฐานเจดีย์ พระธาตุองค์เก่า จึงได้ตั้งวัดแห่งนี้ขึ้นเป็นอารามและมีการพัฒนาถาวรวัตถุในวัดขึ้นโดยลำดับ (วัดสักวัน, 2564)

บันทึกทางประวัติศาสตร์ของโฮลต์ ฮาลเลตต์ ในปี 2427 ซึ่งได้เดินทางจากเวียงป่าเป้าเข้ามาถึงเชียงราย เดินทางข้ามแม่น้ำและเดินขึ้นไปทางทิศเหนือผ่านหมู่บ้านป่าตึง เป็นหมู่บ้านฝึกระซึ่งถูกขับไล่มาจากที่อื่น ใกล้หมู่บ้านมีเจดีย์ร้างองค์หนึ่ง ในบริเวณนั้นมีต้นสักหนาด และโฮลต์ ฮาลเลตต์พร้อมคณะเดินทางได้ข้ามของขี้วัวแซ่ (หมู่บ้านขี้วัวแซ่ ตำบลบ้านดู่ในปัจจุบัน) มีหนองน้ำที่มีหญ้าขึ้นรกเป็นแหล่งขยายพันธุ์ปลา หากหันไปยังทิศตะวันตกมองเห็นดอยโป่งพระบาท (โฮลต์ ฮาลเลตต์, 2427 แปลโดย สุทธิศักดิ์ ปาลโพธิ์, 2565) จากข้อมูลดังกล่าวพบว่า ชุมชนป่าตึงริมกกเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีอายุ 140 ปี (2567) ซึ่งมีการตั้งถิ่นฐานของผู้คนได้ดำเนินมาถึงปัจจุบัน

นอกจากนี้ชุมชนป่าตึงริมกกยังเป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่สำคัญของเมืองเชียงราย โดยมีพืชเศรษฐกิจได้แก่ ถั่วลิสง อ้อย ไม้ผลตามฤดูกาลและพืชผักสวนครัวสำหรับจำหน่ายและเลี้ยงชีพคนในชุมชน (สัมภาษณ์กรชนก สนิทวงศ์, วันที่ 20 เมษายน 2567)

สินค้ามรดกทางวัฒนธรรมนับว่าเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 12 (2560-2564) ที่มุ่งให้เกิดการยกระดับประเทศให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน พร้อมเน้นการรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรทางธรรมชาติและคุณภาพของสิ่งแวดล้อม มีการนำวัตถุดิบที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนมาออกแบบเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อลดอัตราการย้ายถิ่นฐานไปทำงานในเมือง และเน้นการพึ่งพาตนเองซึ่งเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง

ดังนั้นการวิจัยจะได้มีการสำรวจทุนทางวัฒนธรรมเพื่อนำไปสู่การออกแบบสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นสินค้าที่แสดงออกทางเอกลักษณ์ที่มาจากชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสอดรับของจังหวัดเชียงรายในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ (City of Design) ปี

2566 เป็นเมืองที่กำลังเป็นผู้นำในการเพิ่มการเข้าถึงวัฒนธรรม และกระตุ้นพลังแห่งความคิดสร้างสรรค์ ปรับประยุกต์ใช้วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาเมือง รวมถึงแผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย (พ.ศ.2566-2570) ได้มีแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนา จังหวัดเชียงรายตามวิสัยทัศน์ “เชียงรายเมืองท่องเที่ยวสร้างสรรค์ สะอาด ปลอดภัย น่ายล” โดยมี เป้าประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ เป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยเน้นการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงคุณค่าและยั่งยืน การค้า การลงทุนและการส่งเสริม นวัตกรรมสินค้าเกษตรมูลค่าสูงโดยดำรงฐานวัฒนธรรมล้านนาและสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เป้าหมายการพัฒนาสิ่งแวดล้อมสร้างสรรค์ เพื่อสร้างสมดุลของระบบนิเวศและ สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อรับรองการพัฒนาเมืองให้น่าอยู่ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเป้าหมายการพัฒนาสังคมสร้างสรรค์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ลด ความเหลื่อมล้ำในสังคมส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับคนทุกช่วงวัย และเสริมสร้างความ ปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิต ทรัพยากรของประชาชนเพื่อนำไปสู่สังคมสร้างสรรค์ (สำนักงาน จังหวัดเชียงราย, 2566)

2. คำถามการวิจัย

- 1) ทูทางวัฒนธรรมชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร
- 2) การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากเป็นอย่างไร
- 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์สินค้าทางวัฒนธรรมชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมือง เชียงราย จังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาทูทางวัฒนธรรมชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
- 2) เพื่อพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานราก
- 3) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์สินค้าทางวัฒนธรรมชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมือง เชียงราย จังหวัดเชียงราย

4. ขอบเขตของโครงการวิจัย

ชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

5. นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบหนึ่งของสังคมที่ประกอบด้วยค่านิยม ประสพการณ์ ความรู้ และพฤติกรรมที่ช่วยให้บุคคลสามารถดำเนินชีวิตตามวัฒนธรรมได้ แนวคิดนี้เป็นวิธีในการกำหนดลักษณะของทรัพยากรที่ไม่ใช่ทางเศรษฐกิจหรือจับต้องไม่ได้ที่บุคคลดึงมาใช้

สินค้าทางวัฒนธรรม หมายถึง วัตถุที่ถือว่ามีความสำคัญในทางโบราณคดี ยุคก่อนประวัติศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วรรณกรรม ศิลปะ หรือวิทยาศาสตร์ และได้รับการกำหนดและคุ้มครองโดยประเทศใดประเทศหนึ่งในฐานะส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม

การจัดการสวัสดิการชุมชน หมายถึง การสร้างหลักประกัน การช่วยเหลือเกื้อกูลกันของคนในชุมชนตั้งแต่เกิดจนตาย ด้วยรูปแบบวิธีการที่หลากหลายตามสภาพของชุมชน เพื่อให้เกิดความอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน บนหลักการพึ่งตนเอง การให้อย่างมีคุณค่า รับอย่างมีศักดิ์ศรีและสร้างความร่วมมือกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยมี เป้าหมายเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง

การสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์ หมายถึง การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จากเดิม โดยการใช้เครื่องมือทางการตลาดที่จะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจัดจำหน่าย การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาดซึ่งมีผลทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น ในการเพิ่มมูลค่าจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้น พอใจมากขึ้น โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์มีหลายแบบขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น สิ่งแวดล้อม ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม เป็นต้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษาชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่การจัดการสวัสดิการและการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์ชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายโดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนในชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม
3. แนวคิดและทฤษฎีการออกแบบสินค้า
4. แนวคิดทฤษฎีการจัดการสวัสดิการชุมชน
5. แนวคิดและทฤษฎีการสร้างมูลค่าในเชิงพาณิชย์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดการวิจัย

1. แนวคิดและทฤษฎีเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นที่รัฐได้พยายามพัฒนาไปในรูปแบบต่างๆ เพื่อการหลุดพ้นจากการเป็นเพียงลูกจ้าง แหล่งผลิตของโลก การมุ่งพัฒนาประเทศไปสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นทางเลือกที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในการพยายามยกระดับประเทศไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการเพื่อที่จะได้นำมาสู่การเจริญเติบโตและความกินดีอยู่ดีของคนในประเทศ ซึ่งในทางปฏิบัติประเทศไทยจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพการผลิตของประเทศ เพื่อให้สามารถเท่าเทียมกับประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ไต้หวัน และมาเลเซีย ประเทศสำคัญของการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและสังคม จากการปรับโครงสร้างไปสู่ระดับสูงขึ้นคือการสร้าง “ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างนวัตกรรม โดยการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปสู่ระดับการพัฒนาที่สูงขึ้นนี้จึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นในการก้าวไปสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากการสร้างความคิดสร้างสรรค์และสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ให้ออกมาสู่สังคมอันจะเป็นการช่วยต่อยอดไปสู่การสร้างสรรค์และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยในระยะยาว (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556 หน้า 4)

ความหมายตามทฤษฎีเศรษฐกิจสร้างสรรค์

พระราชกฤษฎีกา จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 ได้นิยามความหมายของคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพยากรทางปัญญา และการศึกษาวิจัย ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การส่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หรือคุณค่าทางสังคม

การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการผสมผสานระหว่างการนำต้นทุนพื้นฐาน การออกแบบ และความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมมาใช้ประโยชน์ ทั้งในการพัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ การสร้างมูลค่าเพิ่มใน อุตสาหกรรมอื่น รวมไปถึงการนำความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม ไปต่อยอดร่วมกับ ทรัพยากรที่มีอยู่ในสังคมและชุมชน อันจะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การยกระดับคุณค่าของสังคม รวมไปถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนได้ต่อไป (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2564 หน้า 7)

องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถแบ่ง ออกเป็น 3 ระดับหลักๆ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2564 หน้า 8-9) คือ

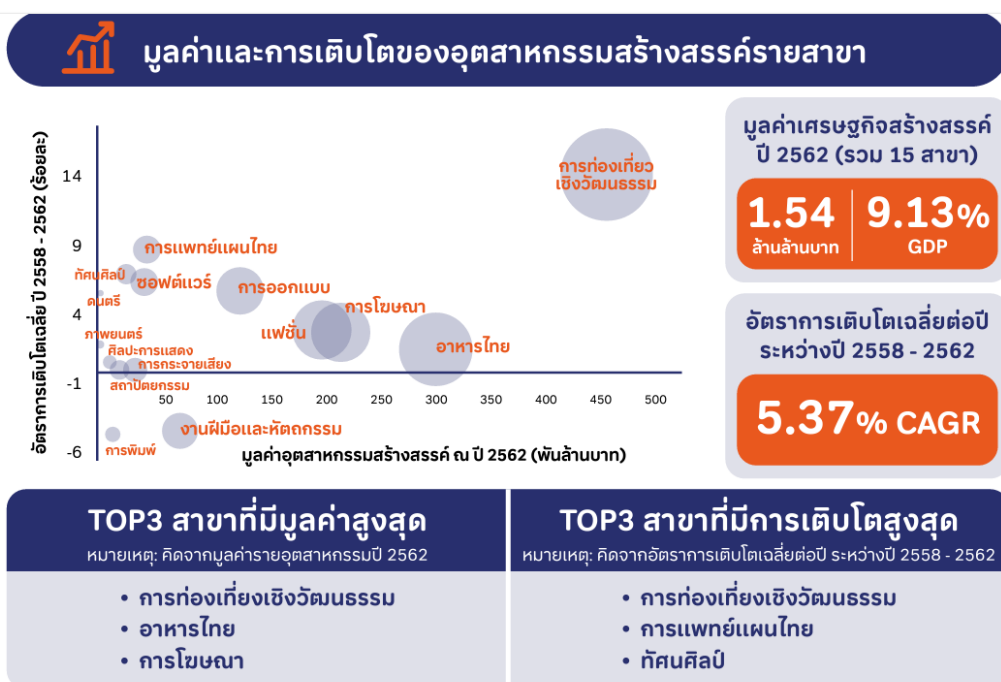
1. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่อาศัยความคิดสร้างสรรค์เป็นหัวใจสำคัญในกระบวนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งสะท้อนจุดแข็งของอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ของประเทศนั้น ๆ สำหรับประเทศไทย ได้จำแนก ไว้เป็น 15 อุตสาหกรรม ภายใต้ 5 กลุ่มหลัก คือ

- Creative Originals ประกอบไปด้วยสาขางานฝีมือ และหัตถกรรม ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์
- Creative Content and Media ประกอบไปด้วย สาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียง และ ซอฟต์แวร์
- Creative Services ประกอบไปด้วยสาขาการโฆษณา การออกแบบ และ สถาปัตยกรรม
- Creative Goods and Products ได้แก่ สาขาแฟชั่น
- อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สาขาอาหารไทย แพทย์แผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. อุตสาหกรรมสนับสนุน คือ อุตสาหกรรมที่มี ความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก ในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน หรือได้รับ Multiplier Effect โดยตรงจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก เช่น อุตสาหกรรมการผลิต กระจาย เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนอุตสาหกรรม การพิมพ์ เป็นต้น

3. นิเวศสร้างสรรค์ คือ องค์ประกอบแวดล้อม ในภาพรวม ที่สนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ เช่น ความสมบูรณ์ของทรัพยากรใน ท้องถิ่น ระบบสังคมที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนปัจจัยพื้นฐานที่เอื้อต่อการดำเนินการของ ธุรกิจและแรงงานสร้างสรรค์

จากองค์ประกอบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลักทั้ง 15 อุตสาหกรรมของไทยในช่วงต้น เพื่อเป็นการทำความเข้าใจสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยสามารถสะท้อนจากข้อมูลสถิติในเชิงมูลค่าและการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาระหว่าง 5 ปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า มูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยรวม มีมูลค่าถึง 1.5 ล้านล้านบาท (ข้อมูลปี พ.ศ. 2562) และมีการเติบโตเฉลี่ยต่อปีถึงร้อยละ 5.37 โดยอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สาขาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อาหารไทย และการโฆษณา ตามลำดับ



ภาพที่ 1 มูลค่าและการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

ที่มา : ดัดแปลงจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2564

แนวคิดสำคัญของการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การส่งออก “Soft Power” เพื่อเผยแพร่บริบททางสังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ รวมไปถึงสินค้า อาหาร หรือสถานที่ใน ประเทศนั้น ๆ ซึ่งสามารถส่งเสริมและยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศ ดังตัวอย่างจากต่างประเทศ เช่น สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่งได้ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยแสดงให้เห็น นานาประเทศเห็นถึงศักยภาพการพัฒนาประเทศในทุก ๆ ด้าน ผ่านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเภท ต่าง ๆ เช่น

ภาพยนตร์ ละคร ดนตรี เป็นต้น จนประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับในสายตาชาวโลก ส่งผลให้สินค้าจากประเทศเหล่านั้นสามารถส่งออกไปขายยังต่างประเทศได้ อีกทั้งยังช่วยสนับสนุน ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศ เป็นจำนวนมาก (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2564 หน้า 13)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม

ความหมายของทุนทางวัฒนธรรม

แนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรมเกิดจากการพัฒนาแนวคิดของมารกซ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551, น. 69-70) ซึ่งเห็นว่าทรัพย์สินเงินทองที่แต่ละคนมีนั้นยังไม่ใช้ทุน ทรัพย์สินเหล่านี้จะแปรสภาพไปเป็นทุน เมื่อเขาไปสู่กระบวนการผลิต เช่นนำไปลงทุน ใส่แรงงานเขาไป แล้วทำให้เกิดมูลค่าสวณเกินและกำไร สิ่งที่จะแปรสภาพกลายเป็นทุนได้ยังครอบคลุมไปถึงปัจจัยการผลิตตามที่รู้จักในนาม 5M ประกอบไปด้วย แรงงานมนุษย์ (Manpower) เครื่องจักร (Machine) วัตถุดิบ (Material) เงิน (Money) และการจัดการความรู้ (Management/Knowledge) มารกซเห็นว่า ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic Capital) จำเป็นต้องมีการขยายตัวเองอยู่เสมอ ด้วยกลวิธีต่าง ๆ และความมั่งคั่งของเจ้าของทุน ไม่ได้เกิดจากกำไรจากการขายสินค้าได้เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงมูลค่าสวณเกินได้มาจากการที่คนงานใส่แรงงานไปยังขั้นตอนการผลิตด้วย

ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (2549) ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า ทุนวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับคุณค่าที่เป็นความรู้ภูมิปัญญา และงานสร้างสรรค์ อันเกิดจากการคนควา และการคนพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น รวมถึงค่านิยมและความเชื่อที่ทำให้เกิดการ จัดระเบียบทางสังคมหรือสร้างกติกาคือเป็นคุณค่าทางสังคมโดยสวณรวม จักรแก้ว นามเมือง (วัฒนธรรมไทย, 2551) ได้ขยายความให้ครอบคลุมทุนวัฒนธรรม ที่ใช้ไปในการผลิตสินค้า และบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรม และสรุปว่าสินค้าบริการใดที่มีวัฒนธรรมฝังตัวอยู่ สิ่งนั้นคือ สินค้า วัฒนธรรม (Cultural Products) เป็นการนิยามลักษณะทุนวัฒนธรรมที่อยู่ ในรูปของวัตถุสวณที่เป็นทรัพย์สินทางวัฒนธรรม (Biens Culturels) ใหม่มีความชัดเจนยิ่งขึ้น แต่ยังไม่ครอบคลุมถึงทุนทางวัฒนธรรมที่แฝงฝังอยู่ใน กายและทุนวัฒนธรรมที่อาศัยการสถาปนา แนวคิดดังกล่าวนี้ได้แสดงให้เห็นความก้าวหน้าทางการศึกษาทุน วัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ที่อย่างน้อยได้ทำให้นิยามทุนวัฒนธรรม หมายถึงคุณค่าและมูลค่าทางวัฒนธรรม และการจัดองค์ประกอบที่หมายถึง สวณที่แฝงฝังอยู่ในกาย สวณที่อยู่ในรูปของวัตถุ และสวณที่อาศัยการสถาปนา ในสังคมไทยใหม่มีความชัดเจน เป็นระบบ สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง

จากการให้ความหมายของคำว่าทุนวัฒนธรรมของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น จึงสามารถสรุปความหมายของทุนทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของ Bourdieu (Richardson, 1986, p. 241-258)

และจากที่บรรดานักวิชาการช่างตนได้นิยามความหมายไว้ว่า ทฤษฎีวัฒนธรรม หมายถึง ทรัพยากรที่สะสมอยู่ในระบบความคิด ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุ สิ่งของ รวมไปถึงแนวทางการดำเนินชีวิตในกลุ่มสังคมที่แต่ละคนเข้าไปมีส่วนร่วม และช่วยกันผลิตคุณค่าหรือความหมายขึ้นมา จากนั้นเผยแพร่ให้เป็นที่รับรู้ในกลุ่ม จนเกิดเป็นข้อตกลง

3. แนวคิดและทฤษฎีการออกแบบสินค้า

ความหมายการออกแบบผลิตภัณฑ์

โดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2545 : 641) ให้ความหมายของคำว่า “แบบ” หมายถึง สิ่งที่กำหนดให้ถือเป็นหลักหรือแนวดำเนิน ส่วนคำว่า การออกแบบ ที่ตรงกับคำในภาษาอังกฤษ คือ Design โดย Oxford Advanced Learner's Dictionary ค.ศ. 2005 ให้ความหมายของคำว่า design ไว้ว่า 1.a plan or drawing produced to show the look and function or workings of something before it is built or made. 2.the art or action of producing such a plan or drawing. 3.underlying purpose or planning: the appearance of design in the universe. และ 4.a decorative pattern. (TCDC, 2020)

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบที่ดีย่อมส่งผลถึงผลิตภัณฑ์ที่ดี โดยที่นักออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการโดยใช้เกณฑ์เพื่อกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดีว่าควรมีองค์ประกอบเช่นไร จึงพิจารณาแล้วใช้ความคิดสร้างสรรค์ หากกระบวนการหรือวิธีเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมตามหลักการออกแบบ โดยสิ่งที่ต้องคำนึงสำหรับนักออกแบบผลิตภัณฑ์มีหลักการออกแบบ 10 ประการ (Watcharin Charungchittisunthorn, 2005) ดังนี้

1. หน้าที่ใช้สอย (Function) เป็นข้อสำคัญที่สุดในหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ออกแบบต้องคำนึงในอันดับแรก เพราะผลิตภัณฑ์ทุกชนิดต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสะดวกสบาย (High function) ในทางตรงข้าม ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ จะถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยไม่ดีเท่าที่ควร (Low function)

2. ความงาม (Aesthetics) เป็นส่วนที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เพราะประทับใจในครั้งแรกที่พบ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ให้ความสนใจมากที่สุดในปัจจุบันไม่น้อยไปกว่าหน้าที่ใช้สอยที่ต้องใช้ระยะเวลาว่าดีหรือไม่ในภายหลังการใช้งานไปแล้ว โดยผลิตภัณฑ์บางประเภทความงามคือหน้าที่ใช้สอย

3. ความสะดวกในการใช้ (Ergonomics) คำนึงถึงเรื่องกายวิภาคศาสตร์ในการใช้งาน (Ergonomics) ความสะดวกสบายในการใช้งานจำต้องอาศัยการศึกษาด้าน กายวิภาคเชิงกลเกี่ยวข้อง

กับ ขนาดสัดส่วน และขีดจำกัดที่เหมาะสมของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายของมนุษย์ทุกเพศวัย ซึ่งประกอบด้วยความรู้ด้านขนาดสัดส่วนมนุษย์ (Anthropometry) ด้านสรีรศาสตร์ (Physiology) ทำให้ทราบถึงขีดความสามารถจำกัดของอวัยวะในร่างกายมนุษย์ เพื่อประกอบการออกแบบ หรือศึกษาด้านจิตวิทยา (Psychology) โดยในความรู้เหล่านี้ จะทำให้การออกแบบและกำหนดขนาด (Dimension) ส่วนโค้งเว้า ส่วนตรงส่วนแคบของผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสมกับร่างกายของมนุษย์ที่ใช้ งานให้ไม่เกิดความเมื่อยล้าขณะใช้งานในระยะนาน ๆ

4. ความปลอดภัย (Safety) ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ เพราะ สิ่งอำนวยความสะดวกยิ่งอำนวยความสะดวกมากเพียงใด ก็ย่อมมีโทษเพียงนั้น ซึ่งส่วนมากผลิตภัณฑ์มัก เกิดจากเครื่องจักรกลและเครื่องใช้พลังงานไฟฟ้า จึงต้องมีเครื่องหมายเตือน หรือคำอธิบายประกอบ นอกจากความคำนึงในการออกแบบนั้นด้วย

5. โครงสร้าง (Construction) โครงสร้างความแข็งแรง จะต้องมียู่ภายในผลิตภัณฑ์อย่าง เหมาะสม ซึ่งการออกแบบควรอาศัยความรู้ด้านคุณสมบัติวัสดุและจำนวน หรือปริมาณโครงสร้างใน กรณีที่ต้องใช้โครงสร้างเพื่อการรับน้ำหนัก โดยต้องมีความเข้าใจและไม่ทิ้งเรื่องของความงามทาง ศิลปะ เพราะสองสิ่งนี้มักเกิดปัญหาสวนทางกัน โดยนักออกแบบต้องประสานให้สองส่วนนี้อยู่ในความ พอดี และควบคู่กับการประหยัด

6. ราคา (Cost) ราคาพอสมควร การกำหนดเรื่องกลุ่มผู้บริโภค และการตลาดความต้องการ ของลูกค้าเป้าหมายว่าเป็นกลุ่มใด มีความต้องการเช่นไร เพื่อกำหนดราคาของการผลิตและราคาขาย ให้เหมาะสม

7. วัสดุ (Materials) มีการพิจารณาถึงกระบวนการและวิธีการผลิต เพราะในระบบผลิตแบบ อุตสาหกรรมมีวัสดุสังเคราะห์และกระบวนการผลิตที่หลากหลายและให้เหมาะสมกับต้นทุน ระยะเวลา และคุณสมบัติต่าง ๆ อย่างครบถ้วน ทั้งหมดที่กล่าวขึ้นกับคุณสมบัติของวัสดุที่เลือกใช้ เช่น ความใส ผิวมันวาว ทนสภาพกรด ด่าง และอุณหภูมิที่เปลี่ยนแปลง หรือความต้องการเฉพาะ ฯลฯ สอดคล้องตามหน้าที่ใช้สอย การดูแลรักษา การสั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกต่อส่วนรวม ความ ปลอดภัยต่อผู้ใช้และธรรมชาติ เช่น นำกลับมาใช้ใหม่

8. กรรมวิธีการผลิต (Production) ควรออกแบบให้ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดผลิตได้ง่ายสะดวกและ ประหยัดที่สุด หรือออกแบบให้สอดคล้องกับการผลิตของเครื่องจักรที่มีอยู่ และควรตระหนักเรื่องการ ผลิตที่ละจำนวนมากเพื่อเป็นการลดต้นทุน แต่ในปัจจุบันจะมีการผลิตแบบเฉพาะความต้องการที่ พิเศษในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าหรือภาพลักษณ์องค์กร

9. การซ่อมบำรุงรักษา (Ease of maintenance) นักออกแบบควรคำนึงถึงเรื่องของความ สะดวกต่อการบำรุงรักษาให้เปลี่ยนง่าย ถอดสะดวก โดยเน้นกลุ่มผลิตภัณฑ์จักรกลเครื่องยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีความซับซ้อน จากการใช้งานที่ทำให้เกิดความเสื่อมสภาพหรือการใช้งานในทางที่ผิด

10. การขนส่ง (Transportation) ต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนย้าย ระยะทางและวิธีการ เช่น ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ หรือแม้แต่บรรจุกฎที่ ว่าปกป้องผลิตภัณฑ์ ไม่ให้เกิดการเสียหายขณะขนส่ง หรือกินเนื้อที่ ว่ามีเนื้อที่การขนส่งภายในตู้คอนเทนเนอร์ในขนาด กว้าง ยาว สูง เท่าไร

กล่าวโดยสรุป การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการสร้างที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ทางกายภาพ เพื่อการใช้สอยที่อำนวยความสะดวกสบาย และเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิต คำนึงถึงความสวยงาม ให้ดียิ่งขึ้นตามความเหมาะสม อาจเป็นการปรับปรุงหรือสร้างใหม่ ภายใต้การสร้างสรรค์

4. แนวคิดทฤษฎีการจัดการสวัสดิการชุมชน

ความหมายและความสำคัญของการจัดการสวัสดิการชุมชน

สวัสดิการชุมชน คือ พลังขับเคลื่อนที่สำคัญในการปฏิรูประบบสวัสดิการพื้นฐานของสังคมไทยให้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข บนพื้นฐานของวัฒนธรรมไทยที่ส่งเสริมให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูล การดูแลซึ่งกันและกันในลักษณะของการร่วมทุกข์และสุขร่วมกัน อันเป็นรากฐานดั้งเดิมของคนไทยมาตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งลักษณะการจัดสวัสดิการส่วนใหญ่มาจากพื้นฐานปัจจัยสี่ โดยมีบ้านและวัดที่มีบทบาทสำคัญในการดูแลสวัสดิการชุมชน เนื่องจากวัดเป็นศูนย์รวมใจของชุมชน โดยมุ่งเน้นให้ผู้ได้รับความช่วยเหลือและพึ่งตนเองให้ได้ในระยะยาว ซึ่งสวัสดิการชุมชน เป็นองค์ประกอบของความมั่นคงในชีวิตที่มีทั้งการให้และการรับ สวัสดิการชุมชนจึงอยู่ในทุกเรื่องที่ประชาชนต้องการตั้งแต่เกิดจนตายโดยชุมชนจัดเอง รัฐมีหน้าที่ให้การสนับสนุน เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนในชุมชน สวัสดิการชุมชนเกิดจากฐานเศรษฐกิจของชุมชน ฐานทรัพยากรธรรมชาติ ฐานวัฒนธรรม หรือฐานอื่น ๆ ของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชุมชน สวัสดิการชุมชนไม่ได้แยกสวัสดิการออกเป็นส่วน ๆ แต่สวัสดิการเป็นวิถีชีวิตที่ดำรงอยู่กับชุมชนตั้งแต่เกิดจนตายทุกเรื่องจึงเกี่ยวข้องกับสวัสดิการทั้งหมด และผลของการจัดสวัสดิการชุมชนที่สำคัญคือ ก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้ลดรายจ่าย เกิดความสัมพันธ์มิตรไมตรีที่ดีขึ้นของคนในชุมชน รู้สึกถึงความมั่นคง ภาคภูมิใจ อยู่อย่างมีศักดิ์ศรีและมีความสุข (รพีพรรณ คำหอม, 2545) การจัดสวัสดิการชุมชน ถือเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของทางเลือกสู่ทางรอดของชุมชน ซึ่งเกิดขึ้นโดยความคิดของชาวบ้านในชุมชนที่ต้องการเห็นคนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีโดยไม่ต้องรอการพึ่งพาภาครัฐ (จันทนา เจริญวิริยะภาพ และคณะ, 2546) ดังนั้นการพึ่งพาตนเอง ลดการพึ่งพาจากภาครัฐจึงถือเป็นหัวใจหลักของการจัดสวัสดิการชุมชน คนในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองและช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันอย่างมีคุณค่าและมีศักดิ์ศรี

รูปแบบของสวัสดิการชุมชนนั้น ได้รับการพัฒนาขึ้นไปสู่การเป็นกองทุนลักษณะต่าง ๆ ในชุมชนซึ่งปรากฏชัดเจนในช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ (พ.ศ.2540-2546) ซึ่งในขณะนั้นประชาชนชาวบ้าน แกนนำชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้สรุปบทเรียนร่วมกัน พบว่าแม้ประเทศจะประสบปัญหาจนต้องได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ(International Monetary Fund: IMF) ด้วยความเป็นเครือญาติ ทุนทางสังคมด้านต่าง ๆ ในชุมชนแต่ละแห่งสามารถเป็นระบบคุ้มครองทางสังคม (Social Safety Net) ได้เป็นอย่างดี จึงนำไปสู่แนวคิดการจัดตั้งระบบสวัสดิการชุมชนจากฐานทุนด้านต่าง ๆ ขึ้น เช่น การจัดสวัสดิการจากฐานกลุ่มออมทรัพย์ องค์กรการเงิน วิสาหกิจชุมชน กิจกรรมทางศาสนา การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จะนำไปสู่แนวทางการจัดสวัสดิการชุมชนในระดับตำบลที่มีการสมทบจากสามฝ่าย คือ (1) ทุนที่มาจากการออมของสมาชิกในชุมชน ทั้งในรูปแบบการออมทรัพย์เดิม หรือสัจจะออมทรัพย์ ลดรายจ่ายวันละบาท (2) การสมทบจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ (3) การสมทบจากภาครัฐ โดยผ่านช่องทางสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน เกิดเป็นกองทุนสวัสดิการชุมชนขึ้นอย่างกว้างขวาง

การจัดสวัสดิการชุมชนบนฐานทรัพยากรชุมชน

การจัดสวัสดิการนั้นมีจุดมุ่งหมายสำคัญที่ต้องการให้เกิดความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน ซึ่งเป็นหน้าที่รับผิดชอบของทุกคนในชุมชน ที่จะดำเนินการจัดสวัสดิการชุมชนให้เหมาะสมตามบริบทของแต่ละชุมชนที่จะเอื้อต่อการจัดสวัสดิการอย่างเป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับโครงสร้างทางสังคม เนื่องจากชุมชนในอดีตยังไม่มี ความซับซ้อนแต่มีการพึ่งพาอาศัยช่วยเหลือเกื้อกูลและเอื้ออาทรต่อกัน ซึ่งถือเป็นรูปแบบสวัสดิการพื้นบ้าน (Primary Indigenous Social Welfare) (ระพีพรรณ คำหอม, 2545:4-5) ที่ยึดโยงความเป็นชุมชนให้สมาชิกสามารถอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุขได้แต่เมื่อชุมชนมีความซับซ้อนมากขึ้น สมาชิกในชุมชนไม่สามารถแสวงหาทรัพยากรมาสนองความต้องการของตนได้อย่างเพียงพอ โดยที่สมาชิกแต่ละคนในชุมชนย่อมมีโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรที่แตกต่างกัน ผู้ที่ได้เปรียบก็จะได้รับประโยชน์จากชุมชนมาก ในขณะที่ผู้เสียเปรียบได้กลายเป็นผู้ด้อยโอกาสทำให้เกิดความแตกต่างของฐานะและชนชั้นขึ้นในชุมชน อย่างไรก็ตามความไม่เท่าเทียมกัน จึงส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน เกิดเป็นความต้องการและการตอบสนองที่แตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ (ปัญญา เลิศไกร, 2550:9-10) ได้แก่

1. สิทธิ (Rights) เป็นสถานะที่แสดงถึงความเป็นพลเมืองของชุมชนเป็นมนุษย์ที่มีตัวตนอยู่ในสังคมและในฐานะประชาชนของประเทศ เรียกได้ว่าเป็นสิทธิพลเมือง (Civil Rights) (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2544: 18) เป็นสิทธิที่ประชาชนทุกคนในประเทศควรได้รับ โดยเฉพาะการจัดสวัสดิการเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของสมาชิกภายในชุมชนและประเทศนั้น ที่สามารถดำเนินการได้ภายใต้การกำกับดูแลและให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคีที่เกี่ยวข้อง โดยไม่มองข้ามสิทธิของชุมชนไป

2. ความเสมอภาค (Equity) เป็นลักษณะของการสนองต่อความต้องการของบุคคลให้สามารถเข้าถึงทรัพยากรได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน แต่ในทางปฏิบัติย่อมเป็นไปได้ยาก เพราะมีความเกี่ยวเนื่องถึงผลประโยชน์และการจัดสรรทรัพยากรที่แตกต่างกัน จึงกลายเป็นความเสมอภาคที่มีลักษณะของการเข้าถึงโอกาสในการเข้ารับสวัสดิการที่เท่าเทียมกัน

3. ความอิสระ (Freedom) ความสามารถในการแสดงความคิดเห็น การแสดงออกและการตัดสินใจที่จะจัดสวัสดิการด้วยตนเองจากฐานทุนของทรัพยากรที่มีอยู่ ให้สามารถบริหารจัดการตนเองได้โดยไม่ถูกครอบงำทางอุดมการณ์และแนวคิดถึงแม้ว่าชุมชนแต่ละแห่งจะมีความสามารถและมีความอิสระในการจัดการชุมชนด้วยตนเองก็ตาม หากแต่ก็หนีไม่พ้นที่จะต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากรัฐจนไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างสมบูรณ์

ดังนั้นสวัสดิการชุมชนจึงเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นถึงหลักประกันความมั่นคง สร้างเสริมคุณภาพชีวิต บนพื้นฐานของการพึ่งตนเอง การช่วยเหลือเกื้อกูลกันของคนในชุมชน ตั้งแต่เกิดจนตาย เป็นการจัดสวัสดิการของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน เป็นการให้อย่างมีคุณค่าเกิดการยอมรับของคนในชุมชน จากฐานทุนทางสังคม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน เกิดกระบวนการดำเนินการที่สอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีและความเชื่อ ศาสนาและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

5. แนวคิดและทฤษฎีการสร้างมูลค่าในเชิงพาณิชย์

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Added value creation) หมายถึง วิธีการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากสินค้าและบริการ เนื่องจากสิ่งที่ลูกค้าต้องการมิใช่แค่คุณค่า และเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพึงพอใจ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการของตนเองได้ (สุพาดา สิริกุดตา, 2557 : 215-230)

การเพิ่มมูลค่า (Added Value) เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากเดิมการสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นเครื่องมือการตลาดที่จะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจัดจำหน่าย การโฆษณา และการ

ส่งเสริมการตลาดซึ่งมีผลทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้นแต่การเพิ่มมูลค่าจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วยโดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) คือความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้ามากขึ้น หรือเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครองและใช้ประโยชน์ (Serirat, 1999 : 6) ในด้านการตลาดการสร้างมูลค่า (value creation)

ทรงคุณ จันทจร และคณะ (2552 : 31) กล่าวว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หมายถึง การทำให้เกิดความเจริญเติบโตและมีการเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างของสถาบันในระบบเศรษฐกิจ สังคม และการบริการตลาดทั้งค่านิยม ทศนคติ เพื่อให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ดีขึ้นอย่างเสมอภาค และเท่าเทียมกัน โดยมุ่งขจัดปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การสร้างความได้เปรียบให้กับสินค้าและบริการโดยหาจุดแข็งที่มีความแตกต่าง ลอกเลียนแบบได้ยาก เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะทำให้ลูกค้าเห็นถึงความคุ้มค่าและยินยอมที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าหรือบริการนั้น โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มนี้จะทำให้ระบบเศรษฐกิจ สังคม และการบริการตลาด เจริญเติบโต

การสร้างมูลค่าในที่นี้จะเน้นไปที่แนวทางในการพัฒนา 2 แนวทาง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, มปป. หน้า 7-11) คือ

1) การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่

เป็นการสร้างมูลค่าที่เน้นตัวผลิตภัณฑ์ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์เดิม หรือคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่โดยอาศัยการวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น การสร้างเครื่องหมายการค้า การปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นนวัตกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์ทางเลือกสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม หรือผลงานที่เน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้จาก 5 จังหวัด ส้มโอขาว แตงกวาชัยนาท การพัฒนาลายผ้าทอท้องถิ่น

2) การขยายตลาดหรือการหากลุ่มเป้าหมายใหม่

เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือการ บริการโดยมุ่งเน้นไปที่ตลาดหรือกลุ่มบริโภคที่เป็นเป้าหมาย เฉพาะ มีการคาดการณ์และบริหารความเสี่ยงล่วงหน้าก่อน การขยายตลาดซึ่งต้องอาศัยข้อมูลจากการวิจัยตลาด และพฤติกรรมของผู้บริโภคพร้อมกับการวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น เกมประเภทต่างๆ การพัฒนาด้านการบริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงอนุรักษ์ ผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับเด็กหรือผู้ใหญ่

Ansoff's Matrix

จากวิธีการทั้ง 2 แนวทาง สามารถนำมาสรุปเป็นกลยุทธ์สำหรับแนวคิดหรือเป้าหมายในการสร้างมูลค่าเพิ่มได้ โดยผ่านเครื่องมือ Ansoff's Matrix หรือ Product/Market Expansion Grid ซึ่งถูกคิดค้นโดย Mr. Harry Igor Ansoff นักพัฒนากลยุทธ์ ชาวอเมริกัน – รัสเซียชื่อดัง ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวได้สรุปแนวทางการวางกลยุทธ์การตลาดจากการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ และตลาดในมุมมองของ

ตาราง Matrix ที่สะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์ 4 ประเภทในการขยายธุรกิจ ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้เป็นแนวคิด หรือเป้าหมายในการสร้างมูลค่าเพิ่มได้



แผนภาพที่ 2 ประเภทในการขยายธุรกิจ
ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, มปป. หน้า 8

การประยุกต์ใช้ ANSOFF'S MATRIX ทำให้ได้แนวคิดหรือรูปแบบในการสร้างมูลค่าให้กับผลงาน ซึ่งจะเห็นว่าสามารถดำเนินการได้หลายแนวทาง ทั้งการพัฒนาคุณสมบัติใหม่ๆ การปรับปรุงรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การให้บริการเสริม เป็นต้น ซึ่งสามารถเลือกแนวทางที่เหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อม มากำหนดเป็นเป้าหมายในการพัฒนาและต่อยอดผลงานของเรา (Value Creation)

ในการเลือกวิธีสร้างมูลค่าที่เหมาะสมกับผลงานของเราที่อาจเป็นชิ้นงานหรือวิธีการ และตรงกับความต้องการของผู้ใช้นั้นจำเป็นต้องมีกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ มีการคัดกรองความคิดต่างๆ ก่อนที่จะนำไปพัฒนาสร้างมูลค่าให้กับผลงานจริง เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าวิธีดังกล่าวจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ และสร้างมูลค่าให้ผลงานได้สำเร็จจริง

งานวิจัยของ จุฑามาศ วิศาลสิงห์, ณิชฎกานต์ พฤกษ์สรนันท์ และ สมยศ แก่นหิน (2561) เรื่องการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร มีแนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างทูตด้านอาหาร (Gastro Diplomats) และพ่อครัวแม่ครัวในท้องถิ่น ซึ่งได้ต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmers) และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สู่สินค้าและบริการการ

ท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ โดยส่งเสริมให้เกษตรกรในชุมชนที่สามารถปลูกพืชผักผลไม้เพื่อการบริโภค นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่พึ่งพาตนเองได้ และได้รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ (Travel Route) รูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (New responsible forms of tourism) ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการสื่อความหมายเชิงคุณค่า (Tourism Products Interpretations) เพื่อหา รูปแบบการเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลาย เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวในชุมชน

วิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนผ่านการพัฒนาประเทศสู่การเป็นเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากฐานราก (Thailand 4.0 – value based economy) โครงการวิจัยแนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหาร และขยายผลให้เกิดการประสานงานร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน เน้นส่งเสริมการออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามแบบการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Community based Design Model)

ส่วนบทบาทของคนในชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรของชุมชน ไม่ควรจำกัดการนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อต่อยอด และการสร้างสรรค์ผลงานที่เกิดจากการบุคคลภายนอกที่สามารถสื่อถึงความเป็นชุมชน และสะท้อนถึงคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ที่มีความแตกต่างจากสิ่งของประเภทเดียวกันในรูปแบบของเรื่องราว (Stories) อรรถรส (Senses) และลีลา (Sophistication) ซึ่งเป็นพื้นฐานของการสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value based Economy) นอกจากนี้ กลุ่มคนภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชน (Catalyst) ได้ โดยเป็นผู้กระตุ้นให้เกิดการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในชุมชน โดยการเชื่อมคน ความคิด กระบวนการ หรือวิธีการต่าง ๆ ให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ รวมทั้งส่งเสริมให้คนในพื้นที่เกิดแรงบันดาลใจในการคิดสิ่งใหม่ รวมทั้งมีศักยภาพในการผลิตและสามารถบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดเป้าหมายได้ทั่วถึงกว่า จากการสังเกตการณ์พบว่า คนในพื้นที่ได้นำแนวคิดต้นแบบ (Prototype) ที่ออกแบบโดยคนภายนอกไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน

ส่วนความท้าทายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ผลการวิจัยรายงานว่าเนื่องจากชุมชนได้รับการปลูกฝังความภาคภูมิใจในคุณค่าของตน ส่วนใหญ่จึงนิยมอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม ทำให้ชุมชนผลิตสินค้าและประกอบธุรกิจบนพื้นฐานปัจจัยการผลิตและความชำนาญที่ตนมีอยู่ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนส่วนใหญ่ในประเทศเป็นผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านและของที่ระลึกที่มีรูปแบบเดียวกัน ไม่มีความหลากหลาย และขาดความเข้าใจต่อกระแสความนิยมหรือพฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาด รูปแบบของผลิตภัณฑ์จึงไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ขาดการวิจัยและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด

ทำให้ขายสินค้าไม่ได้หรือขายต่ำกว่าราคาตัวเอง รวมทั้งการสร้างมูลค่า (เน้นการเพิ่มเชิง เศรษฐกิจ) และการสร้างคุณค่า (เน้นการอนุรักษ์และรักษาของดั้งเดิม) มักถูกแยกออกจากกันและมักมีความเข้าใจว่า “ชุมชนไม่สามารถเก็บของไว้แบบเดิม แล้วสามารถสร้างมูลค่าได้ แม้คุณค่าจะมีอยู่” คำถามสำคัญคือ จะทำอย่างไรชุมชนจึงจะสามารถสร้างและอนุรักษ์คุณค่าคู่ขนานไปกับการสร้างมูลค่าได้

การสร้าง (สรรค์) มูลค่า (Value Creation) ผลลัพธ์ของชุมชน ชุมชนต้องมีการเปลี่ยนแปลง (Change) โดยเฉพาะการลงทุนเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยการเปลี่ยนดังกล่าวต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ ที่มีองค์ประกอบ 3 อย่างคือ (1) ความเป็นเอกลักษณ์ (Personality) หรือความเฉพาะตัว ซึ่งจะมีลักษณะที่ไม่เหมือนใคร แตกต่าง และเลียนแบบกันไม่ได้ (2) การมีความคิดริเริ่ม (Originality) หรือการนำความรู้มาประยุกต์ให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้น แตกต่างจากความคิดเดิม และ (3) การมีความหมาย (Meaning) สามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนจากผู้สร้างสรรค์ถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้หรือต้องมีคนได้ประโยชน์จากความคตินั้น การเปลี่ยนแปลงมิได้หมายถึงแค่เปลี่ยนการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ใหม่เท่านั้น แต่ต้องมีกระบวนการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Community – based Design) เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าจากต้นทางถึงปลายทางผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งการเปลี่ยนความเชื่อเดิม (Mindset) และเปิดการรับรู้ (Perception) ต่อกระบวนการสืบค้นใหม่

กระบวนการสืบค้นโดยการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม ได้ช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์และสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่คนในชุมชน โดยกลุ่มช่างฝีมือนักออกแบบอาหาร (Artisan Chef) ที่ร่วมในโครงการวิจัยยกตัวอย่าง เช่น เมนูอาหารของ Artisan Chef ในการเรียนรู้เรื่องวัตถุดิบ วิธีการประกอบอาหารท้องถิ่น สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์แก่เหล่านักออกแบบรุ่นเยาว์ (Young Designer) ดังนั้น การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนไม่ว่าจะเป็นคนในพื้นที่หรือคนภายนอก หากมีส่วนในกระบวนการสืบค้นในพื้นที่ และนำข้อมูลที่ได้มาร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living Interpretation) จะมีส่วนช่วยในการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปะทั้งสิ้น

ในชุมชนที่ทำการศึกษเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) แต่ยังคงขาดการส่งเสริมพืชพื้นถิ่นและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเฉพาะของท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ รวมทั้งไม่มีการพัฒนารูปแบบหรือระบบการจัดการเกษตรรูปแบบใหม่ (Smart Farm) ที่จะช่วยให้เกิดการเพิ่มผลผลิต (Productivity) คุณภาพ (Quality) และมูลค่า (Value) อย่างไรก็ตาม ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับฐานทรัพยากรทางการเกษตร (Agricultural based Product) เพื่อต่อยอดทางธุรกิจให้กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยว การออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ และอาหาร เป็นต้น

แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนา “คนในพื้นที่” ให้มีทักษะที่สัมพันธ์กับแนวทางการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งแนวทางการเพิ่มทักษะเหล่านี้ จำเป็นต้องมีตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ทำหน้าที่เป็นผู้กระตุ้นและเร่งเร้าให้ชุมชนสามารถเพิ่มบทบาทของตนเองได้ ซึ่งตัวเร่งปฏิกิริยาดังกล่าว ชุมชนอาจมีคนที่ในพื้นที่ (Insider) หรือมีคนจากภายนอก (Outsider) เข้ามาเป็นผู้กระตุ้นทำให้เกิดทักษะและนำไปสู่การปฏิบัติได้ เช่น พ่อครัว หรือ แม่ครัว ในชุมชน หากได้รับการพัฒนาทักษะการตกแต่งอาหาร (Culinary Art) หรือการสร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่ ๆ จากวัตถุดิบในท้องถิ่น ก็สามารถกลายเป็น Chef หรือ Gastro Diplomat ได้ แม้ในชุมชนไม่มีผู้ที่สามารถเป็นตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) เช่น คนที่มีทักษะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น พ่อครัวและแม่ครัวที่มีทักษะในการออกแบบเมนูอาหารจากวัตถุดิบในท้องถิ่น การนำผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจากภายนอกที่มีทักษะที่สัมพันธ์กับแนวทางการดำเนินโครงการของชุมชน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ จะช่วยให้การจัดการระบบพื้นที่ทางการเกษตรที่เป็นพืชพรรณเฉพาะถิ่นมีมากขึ้น

การเห็นคุณค่าในงานอาชีพที่เคยทำในแบบเดิม สู่การเห็นเส้นทางการพัฒนาศักยภาพตนเอง สู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ อย่างมีคุณค่าในเชิงลึก ในกรณีการนำเรื่องอาหารมาประยุกต์ทดลอง พบว่า โครงสร้างระบบคนที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวและเรื่องอาหาร (Community ecosystem and gastronomy) เมื่อมีคนนอกที่เป็นผู้รู้เฉพาะทางมาช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Catalyst) ทำให้เกิดแรงผลักดันที่เห็นว่า คนในชุมชนที่มีความรู้เฉพาะทางแบบเดิม สามารถก้าวหน้าในความเชี่ยวชาญนั้น ๆ จนสามารถพัฒนาศักยภาพเป็นผู้รู้ในด้านต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะด้านโภชนาการอาหารท้องถิ่น ดังเช่น Health Specialist หรือ Organic Specialist เป็นต้น

6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริยุญา อารยะจารุและเก่งกาจ ต้นทองคำ (2567) เรื่อง การวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรม ชุมชนสู่การพัฒนารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันมีคุณค่าเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งเสริมภายใต้การโดยชุมชนบนฐานวัฒนธรรมชาติพันธุ์ภูมิภาคตะวันตก เป็นสิ่งที่จับต้องได้ ซึ่งทั้งสองพื้นที่ ยังมีความหลากหลายทางอัตลักษณ์มีทุนทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน ในแต่ละชุมชน นอกจากนี้ยังศึกษาศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และแนวทางการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการออกแบบ การศึกษาและการใช้ทุนทางวัฒนธรรม เป็นวิธีที่สำคัญในพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และยังเป็นการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางการจัดการหลากหลาย ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ กรณีศึกษาชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการใช้ทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ชุมชนบ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี

และกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง ชุมชนบ้านพุน้ำร้อน ตำบลบ้านคา จังหวัดราชบุรี โดยนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ในพื้นที่มาปรับใช้ พัฒนาชุมชนการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรม

ณัฐชา รัตนพันธุ์, โสวัตรี ณ ถลางและภัทรพรรณ ทำดี (2566) เรื่อง การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัว โดยครอบครัวมณฑุทัศน์ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ครอบครัวมณฑุทัศน์สืบทอดภูมิปัญญาจากรุ่นบรรพบุรุษกลุ่มชาติพันธุ์จามจากประเทศกัมพูชา ย้ายมาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2330 ถวายทอดและสืบทอดสู่รุ่นลูกและรุ่นหลาน รวมอายุภูมิปัญญากว่า 230 ปี เดิมทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือนและเริ่มพัฒนาการทอผ้าไหมเพื่อจำหน่ายอย่างเป็นทางการในปีพ.ศ. 2494 ถึงปัจจุบัน รวมอายุการจำหน่ายผ้าไหมกว่า 130 ปี ปัจจุบันสืบทอดโดยผู้สืบทอดรุ่นที่ 3 มีการพัฒนาภูมิปัญญาผ้าไหมเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม จำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาด้านทรัพยากรสำหรับการผลิตและการทอผ้าไหม ด้านการประยุกต์และแปรรูปสินค้าวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และเกิดแนวคิดในการกระจายรายได้สู่สมาชิกในชุมชนและเครือข่ายผู้ประกอบการ ด้านการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างและยกระดับคุณภาพสินค้าภายใต้หน่วยงานเครือข่ายและเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า และด้านการพัฒนาและขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า และการขยายฐานลูกค้า สิ่งเหล่านี้ สะท้อนถึงการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาอย่างเข้มแข็ง

บุษยมาส ชื่นเย็น และคณะ (2566) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชน 2) เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชน และ 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบบรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ศึกษาแนวคิดอัตลักษณ์ของชุมชน และการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นกรอบการวิจัย ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 50 คน (สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล ตัวแทนสมาชิก อาจารย์ และนักศึกษา) นำเสนอเนื้อหาและเขียนบรรยายเชิงพรรณนา ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชน ได้แก่ ไข่เค็ม และผ้าไหม มุ่งให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อม โดยผลิตภัณฑ์ไข่เค็มยังเป็นถุงพลาสติกสีใส เนื่องจากความสะดวก และประหยัดต้นทุน การจำหน่ายเฉพาะในชุมชนหากใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นจะทำให้ต้นทุนสูงขึ้น และส่งผลให้การจัดจำหน่ายไข่เค็มทำได้ยาก ส่วนผ้าไหมยังไม่มีบรรจุภัณฑ์แต่มีแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ถูกกระดาดเพื่อจัดจำหน่าย 2) การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชน 3 ด้าน ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และการแสดงข้อมูลบนฉลาก และ 3) รูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับชุมชน ควรใช้สัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ชุมชน ประกอบด้วยไข่เค็ม ควรใช้สัญลักษณ์รูปไข่ และมีสโลแกนว่า “อร่อยเข้า อร่อยเย็น” ผ้า

ไหม ควรใช้ชื่อ “ผ้าทอบ้านทุ่งนาเพียง” และมีสโลแกนว่า “รักผมเท่าไหน รักไหม เท่านั้น” โดยผลิตภัณฑ์มีกระบวนการผลิตด้วยมืออันเป็นเอกลักษณ์การผลิตของชุมชนบ้านปะอาว อีกทั้งปัญหาของกลุ่มผู้จัดทำหน่วย คือการขาดเงินทุน ดังนั้นควรมีหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนงบประมาณในการลงทุน รวมทั้งชุมชนหรือหน่วยงานได้กำกับ ติดตาม ประเมินผล และมีการพัฒนาหีบห่อบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

พระครูสิริธรรมบัณฑิต และคณะ (2566) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) ออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์และ 4) สร้างเครือข่ายทางการตลาด ผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคคลผู้มีบทบาทเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์แต่ละแห่งในจังหวัดลำปางจำนวน 30 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกแบบ

เจาะจง คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์วัดและชุมชน และเลือกสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจำนวน 24 รูป/คน ที่ใช้การสัมภาษณ์การสนทนากลุ่มเฉพาะ การวิจัยเชิงเอกสาร และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พบว่า 1) ส่งผลให้ได้องค์ความรู้จากกระบวนการพัฒนาที่เกิดจากการเรียนรู้ร่วมกัน เกื้อหนุนให้คนในชุมชนสามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต เกิดการกระจายโอกาสการเรียนรู้ สร้างแหล่งเรียนรู้ที่ก่อประโยชน์ต่อชุมชน ให้ได้พัฒนาศักยภาพตามวิถีชีวิตและความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมา 2) ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้ได้องค์ความรู้ทางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน เช่น กระต่ายขูดมะพร้าว หรือ กระต๋องควาย แล้วนำเสนอผ่านนิทรรศการเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง ที่ยังต้องอาศัยการขับเคลื่อนเชิงบูรณาการกับกลุ่มเครือข่ายอื่น 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้ได้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์และได้ผลิตภัณฑ์อาทิ พวงกุญแจ กระต๋องควาย ธง กรอบรูปพระพุทธรูป 4) ได้สร้างเครือข่ายทางการตลาดระหว่างพิพิธภัณฑ์ชุมชนด้วยกัน และที่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนให้มีสมรรถนะสูงขึ้นที่เกิด

จากการมีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารจัดการ ส่งผลหนุนเสริมต่อการพัฒนาประเทศอย่างสร้างสรรค์

ธิดินัดดา จินาจันทร์ (2565) เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นต้นจกโหลงลี่ โดยใช้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ผลการศึกษาพบว่า การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาการตลาด โดยใช้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนมาเป็นกรอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยทำวิจัยร่วมกับกลุ่มช่างทอบ้านปวงคำ อำเภอ ลี้ จังหวัดลำพูน

จำนวน 20 คน ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน การเก็บรวบรวมข้อมูลให้หลายวิธีร่วมกัน ได้แก่ การประชุมระดมสมอง การจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้แนวคิดคติชนสร้างสรรค์เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาวิจัยพบว่า มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ 3 แนวทาง ได้แก่ 1) การพัฒนาโครงสร้างของตัวขึ้นโดยแทรกเทคนิคการจัก 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอที่พัฒนาขึ้นใหม่ 3) การออกแบบลวดลายผ้าขึ้นต้นจก โดยได้ออกแบบลวดลายขึ้นต้นจกใหม่ 3 ลายด้วยกัน ได้แก่ 1) ลายบ่าสุระ 2) ลายแม่น้ำสามสาย 3) ลายเครื่องสังคโลก หรือลายไผ่ล้อมเมือง ซึ่งมีการคัดเลือกข้อมูลวัฒนธรรมในชุมชนมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบลวดลายทั้ง 3 นี้ เช่น ตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับประวัติศาสตร์เมืองศิลปกรรมที่ปรากฏบนโบราณวัตถุที่ขุดค้นพบในพื้นที่อำเภอลี้ที่ชาวบ้านเชื่อว่าเกี่ยวโยงถึงตำนานพระนางจามเทวี และต้นตะโกนาอายุร่วมร้อยปีที่ปลูกอยู่ในพื้นที่ซึ่งชาวบ้านใช้ประโยชน์มาโดยตลอด โดยข้อมูลวัฒนธรรมชุมชนเหล่านี้ได้ถูกนำมาพัฒนาเป็น story-telling และ infographic ในการพัฒนาการตลาดให้กับผ้าขึ้นต้นจกโหล่งลี้

ฐิติพงศ์ ชูจิตต์ และคณะ (2564) ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรมวิถีชุมชนของกลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากลูกจาก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผ้ามัดย้อมจากใจ มีการจัดทำผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมที่มีในท้องถิ่นอย่างผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากลูกจาก อาทิ เสื้อผ้า กระเป๋า ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรทางวัฒนธรรมกับคนในชุมชน โดยการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างกระเป๋าจากผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ แสดงให้เห็นว่าการตั้งซื้อสินค้าในปัจจุบัน มีความเหมาะสม ราคาของสินค้าอยู่ในระดับที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้ ซึ่งกระเป๋าใส่ใจได้รับความชื่นชอบมากที่สุดจากกลุ่มผู้บริโภค ทั้งนี้กลุ่มผู้บริโภคมีความคิดเห็นเพิ่มเติมที่ต้องการให้เพิ่มเติมสีสันทันและรูปแบบกระเป๋าที่เพิ่มมากขึ้น แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมวิถีชุมชนของกลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากลูกจาก ควรมีการสื่อความหมายที่แสดงถึงเรื่องราวของทุนทางวัฒนธรรมที่มีในท้องถิ่นอย่างผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากลูกจาก เพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนขยายการรับรู้ให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุน

สันติชัย แยมใหม่ (2564) เรื่อง หน้าพรานจิวและเทริดจิว : การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่สินค้าทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่สินค้าทางวัฒนธรรมของหน้าพรานจิวและเทริดจิว นั้น มีการนำวัฒนธรรมและความเชื่อที่มีอยู่ในท้องถิ่นอย่างโนรามาเพิ่มมูลค่าด้วยการพัฒนาต่อยอดให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของคนในยุคปัจจุบัน โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบใหม่ขึ้นมาที่ยังคงตั้งอยู่บนฐานแนวคิดเดิม และจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อจิตใจแก่ผู้ที่ศรัทธาและนับถือครูหมอโนรา และการนำวัสดุที่สามารถหาได้ในชุมชนมาทำเป็นตุ๊กตาหรืออาจสั่งซื้อมาจากท้องตลาดก็ได้ ส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ขึ้นมา สามารถขยายตลาดได้

กว้างขวางยิ่งขึ้น เพิ่มพูนรายได้มากยิ่งขึ้น เกิดเครือข่ายหรือกลุ่มอาชีพขึ้นในชุมชน เป็นแหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญาให้แก่เยาวชนหรือผู้สนใจทั่วไป และเกิดเครือข่ายชุมชนที่เข้มแข็ง เกิดความรักความสามัคคีขึ้นในชุมชน

พรรณธิดา เหล่าพงศ์ศักดิ์ (2563) ทำการศึกษาเรื่องการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์มะพร้าวตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์มะพร้าวตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์ระดับลึก และการสนทนากลุ่ม รวม 17 คน ใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์มะพร้าว ตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามขั้นตอนของกระบวนการผลิต ได้แก่ 1) ระยะเวลาสร้างผลผลิตด้วยการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพดี และ เป็นทรัพยากรที่มีอยู่หรือแสวงหาได้ภายในท้องถิ่น เพื่อให้กระบวนการผลิตสินค้ามีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ 2) ระยะเวลาสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตด้วยการเพิ่มมูลค่าเชิงปริมาณ มูลค่าเชิงคุณภาพ และการเพิ่มโอกาส/ทางเลือกตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3) ระยะเวลาตลาดในเชิงพาณิชย์ด้วยการทำให้ผลผลิตน่าสนใจตรงกับความต้องการของตลาด และมีภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของผู้บริโภค ภายใต้เงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วิธีชีวิต และการพัฒนาหรือต่อยอดจากภูมิปัญญาเดิม ก่อให้เกิดการตลาดขยาย การเพิ่มรายได้ และการสร้างโอกาสหรือเกิดทางเลือกที่หลากหลาย

อัจฉรีย์ มานะกิจ และประสพชัย พสุนนท์. (2563). การจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับ

การออกแบบและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย จำนวน 251 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster Analysis) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (Nonhierarchical Cluster) ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยนี้ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ พฤติกรรมการแก้ไขปัญหา พฤติกรรมพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด และรับความคิดเห็นใหม่ พฤติกรรมกล้าคิดกล้าแสดงออก และพฤติกรรมชอบคิดหาคำตอบ ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม จัดกลุ่มได้เป็น 3 กลุ่ม มีลักษณะดังนี้ กลุ่มที่ 1 มีจำนวนสมาชิกจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 เป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่นด้านชอบคิดหา

คำตอบ แสวงหาการทดลอง ต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเองและสามารถแก้ไขปัญหานำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น กลุ่มที่ 2 มีจำนวนสมาชิกจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 35.86 เป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่นด้านกล้าคิด กล้าแสดงออกชอบแสดงความคิดเห็นใหม่อยู่เสมอ และสามารถแก้ไขปัญหานำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น กลุ่มที่ 3 มีจำนวนสมาชิกจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.37 เป็นกลุ่มที่ไม่มีความโดดเด่นด้านสามารถแก้ไขปัญหานำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น และด้านกล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่อยู่เสมอ ทั้งนี้สามารถนำประโยชน์ของวิจัย รวมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตไปเป็นแนวทางในการพัฒนาตัวผู้ประกอบการ ในด้านความคิดสร้างสรรค์ต่อไป

จิตพนธ์ ชุมเกตุ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ 2.) เพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ที่แสดงถึงคุณค่าและอัตลักษณ์ของชุมชน และ 3) ศึกษาแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของหมู่บ้านไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ สำหรับเป็นแนวทางส่งเสริมเพื่อให้ชุมชนนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต ขั้นตอนการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนนั้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหนังแพะ ชีสนมแพะแปรรูป ผลิตภัณฑ์นมแปรรูป งานศิลปหัตถกรรม เช่น หมอนหนุน ผลิตภัณฑ์จากเมล็ดกระถิน ผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝก ผลิตภัณฑ์จากกรบวบหอม ผลิตภัณฑ์จากใบตะโก เป็นต้น วัสดุส่วนใหญ่เป็นวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น สำหรับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของหมู่บ้านไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ควรสื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่เกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณค่า มีมาตรฐาน มีเอกลักษณ์โดดเด่นเน้นเรื่องราว การดำเนินชีวิตของชาวบ้านไทยมุสลิม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจของคนในชุมชนแข็งแรงขึ้น นำรายได้ให้กับชาวบ้านมากยิ่งขึ้น สำหรับแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนมุสลิม สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกคือการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ประกอบด้วย การเรียนรู้ ภูมิปัญญา การรวมกลุ่ม และการเป็นหนึ่งใจเดียวกัน ส่วนที่สอง คือกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยพิจารณาถึงทุนของชุมชน การสำรวจตลาด และส่วนที่ 3 เป็นการจัดการชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน และระบบการเรียนรู้โดยมีภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแกนกลาง

รัชฎาพร เกตานนท์. (2560) ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

สภาพการดำเนินการ สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น 3) ศึกษาจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรคและโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 4) ศึกษาการเทียบเคียงการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จ 5) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) สมาชิกกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว 3) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การคิดออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความแปลกแตกต่างไปจากเดิม โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่า และคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มอาชีพฯ มีความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในสังคมไทยให้มากขึ้นเนื่องจากได้รับความสนใจและตลาดมีความต้องการมากขึ้นตลอดเวลา เนื่องจากมีกรรมวิธีหรือกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย ไร้สารเคมี ทำให้ผู้ใช้มีสุขภาพอนามัยที่ดีขึ้น และยังเป็นการสร้างฐานที่มั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนด้วย ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ ความรู้ในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ความคิดสร้างสรรค์ และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มอาชีพ

2. วิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพฯ จังหวัดนครปฐม คือ วิธีการดำเนินงานในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว ได้แก่ 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ 2) กระบวนการผลิต 3) กลยุทธ์ทางการตลาด 4) จุดเด่นจุดอ่อน 5) ปัจจัยแห่งความสำเร็จ 6) ปัญหาอุปสรรค และ 7) คุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อชีวิตและสังคมท้องถิ่น ตลอดจนการถ่ายทอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพ

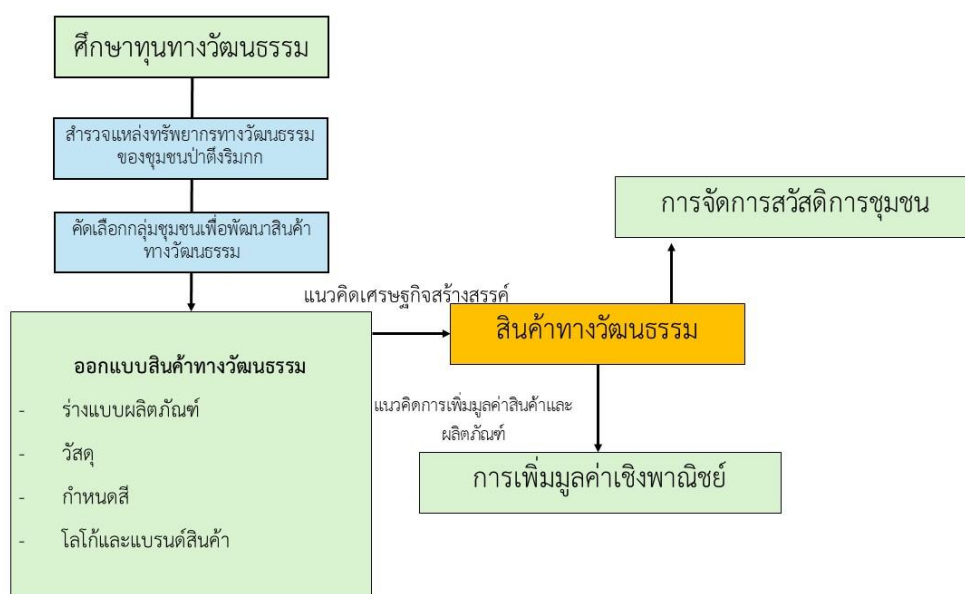
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวมีโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เติบโตเป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นของจังหวัดนครปฐมได้ด้วยมีจุดแข็งในเรื่องของวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์มีความคงทนถาวร พบว่ากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวในจังหวัดนครปฐมสามารถพัฒนาให้เป็นธุรกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ด้วยปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ได้แก่ 1) ความเหมาะสมในเรื่องของโลจิสติกส์ 2) การสนับสนุนจากรัฐบาลและ 3) ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ ที่นิยมสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานช่างฝีมือและแสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

4. การเทียบเคียงการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จในด้านปฏิบัติงานมีความคล้ายคลึงกันประเด็น การมีโครงสร้างองค์กรที่เข้มแข็ง สมาชิกในกลุ่มมีความรู้ ความสามารถและมีทักษะทางอาชีพ มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และมีวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการ และกลุ่มอาชีพฯ มีกลยุทธ์ที่ดีตลอดจนมีการค้นหากลยุทธ์ใหม่ ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

5. แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีประเด็นหลัก ๆ ในการพัฒนา 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการองค์กร 2) ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด 3) ด้านการบริหารจัดการด้านการผลิตและบริการ และ 4) ด้านการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาในทุกด้านมีรากฐานมาจากแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานใน 7 ประเด็น ได้แก่ 1) การใช้องค์ความรู้ 2)การศึกษา 3) การสร้างสรรค์งาน 4) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม 5)วัฒนธรรม 6) ภูมิปัญญา และ 7) เทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นกะลามาะพร้าวในจังหวัดนครปฐมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความก้าวหน้า มั่นคง มั่นคั่ง และยั่งยืน ต่อไป

7. กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทู่นทางวัฒนธรรม การจัดการสวัสดิการชุมชน การออกแบบเพิ่มสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์ของชุมชน จึงได้กรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษาชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย คณะผู้ศึกษาเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากช่วยทำให้เกิดความเข้าใจ ความรู้สึกนึกคิด โดยเน้นเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จัดประชุมกลุ่มย่อย และผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพจะช่วยให้เกิดการตีความข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดประชุมกลุ่มย่อย โดยมีขั้นตอนและวิธีการในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การเลือกพื้นที่ศึกษา

ในพื้นที่ชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีประวัติการตั้งถิ่นฐานมากกว่า 100 ปี จากบันทึกทางประวัติศาสตร์ของฝรั่งที่เดินทางจากเชียงใหม่ผ่านเชียงรายไปยังเชียงแสนเพื่อที่จะไปยังมณฑลยูนนาน โดยในบันทึกได้กล่าวถึงการขึ้นจากเรือที่ท่าเทียบเรือใกล้หมู่บ้านป่าตึง โดยผู้วิจัยจะนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนนำไปสู่การออกแบบสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นสินค้าที่แสดงออกทางเอกลักษณ์ที่มาจากชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสอดรับของจังหวัดเชียงรายในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ (City of Design) ปี พ.ศ. 2566 เป็นเมืองที่กำลังเป็นผู้นำในการเพิ่มการเข้าถึงวัฒนธรรมและกระตุ้นพลังแห่งความคิดสร้างสรรค์ ปรับประยุกต์ใช้วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาเมือง รวมถึงแผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย (พ.ศ.2566-2570) ได้มีแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัดเชียงรายตามวิสัยทัศน์ “เชียงรายเมืองท่องเที่ยวสร้างสรรค์ สะอาดปลอดภัย น่ายล” โดยมี เป้าประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ เป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยเน้นการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงคุณค่าและยั่งยืน การค้า การลงทุนและการส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าเกษตรมูลค่าสูงโดยดำรงฐานวัฒนธรรมล้านนาและสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. การศึกษาก่อนลงภาคสนาม

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลจากเอกสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

3. ผู้ให้ข้อมูล

- ผู้นำทางความคิดและผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมชุมชนป่าตึงริมกก
- ผู้จำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรมชุมชนป่าตึงริมกก
- นักวิชาการออกแบบ
- นักวิชาการท้องถิ่น

4. วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกจากประชากรที่มีอยู่ในกลุ่มผู้นำทางความคิด/ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ผู้จำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรม

5. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้ศึกษาได้จำแนกข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 1) ข้อมูลจากเอกสารและการทบทวนวรรณกรรม
- 2) ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึก
- 3) ข้อมูลที่ได้จากการให้ความเห็นต่อการออกแบบสินค้าทางวัฒนธรรมของ

นักวิชาการออกแบบ

6. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้ศึกษามีเครื่องมือที่ใช้วิจัย ดังนี้

- แบบสัมภาษณ์สำหรับใช้สัมภาษณ์เชิงลึกของผู้นำทางความคิด/ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ผู้จำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรม ได้สร้างจากแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม

- แนวทางการสนทนากลุ่ม วิจัยนี้ได้กำหนดแนวทางการสนทนากลุ่มสำหรับกลุ่มเป้าหมายได้แก่ ผู้นำทางความคิด/ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ผู้จำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรม ซึ่งประเด็นในการสนทนากลุ่มจะอ้างอิงจากแนวคิดทุนทางวัฒนธรรม นอกจากนี้กิจกรรมการสนทนากลุ่มจะทำการเป็นการออกแบบสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ และการจัดรูปแบบสวัสดิการภายในกลุ่ม

7. วิธีการสร้างและตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1) ในการวิจัยเรื่องนี้คณะผู้ศึกษาได้สร้างเครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยออกแบบจากคำถามการวิจัยและกรอบแนวคิดในการศึกษา

2) ให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาในเครื่องมือการวิจัยแล้วปรับปรุงแก้ไข และนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

8. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การศึกษาข้อมูลจากเอกสารก่อนลงภาคสนาม ก่อนการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล คณะผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษาข้อมูลสภาพพื้นที่ บริบทชุมชน และข้อมูลด้านอื่นๆ จากเอกสาร รวมถึงแนวคิดหลังสมัยใหม่ นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากเอกสารและแนวคิดไปสร้างเครื่องมือในการวิจัย

2) การสนทนากลุ่ม คณะผู้ศึกษาจึงจำเป็นต้องจำแนกกลุ่มคนออกเป็นหลายกลุ่ม ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบทของชุมชนและตัวบุคคล ผู้นำทางความคิด/ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ผู้จำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรม จึงจำเป็นต้องจัดการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อคัดแยกกลุ่มเป้าหมาย ในการสนทนากลุ่มจะแยกการสนทนาออกเป็นกลุ่มเนื่องจากประเด็นในการสนทนามีความต่างกัน รวมถึงแต่ละกลุ่มมีบริบทที่แตกต่างกัน ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นโครงสร้างเครือข่ายภายในชุมชนขนาดใหญ่เนื่องจากการสนทนากลุ่ม กลุ่มเป้าหมายจะได้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และนำไปสู่การสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไป นอกจากนี้การสนทนากลุ่มภายหลังการสัมภาษณ์เชิงลึกจะเป็นกระบวนการพัฒนาและออกแบบสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์และการจัดสวัสดิการภายในกลุ่มฯ

3) การสัมภาษณ์เชิงลึก หลังจากกระบวนการสนทนากลุ่มแล้วเสร็จคณะผู้วิจัยจะเจาะลึกข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มเพื่อตอบคำถามการวิจัยในแต่ละประเด็น

9. การตรวจสอบข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ดังนี้

1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ แหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

2) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย โดยการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตหรือสัมภาษณ์

3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ใช้วิธีสังเกตควบคู่ไปกับการซักถาม

10. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลด้านทุนทางวัฒนธรรมที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย โดยคณะผู้วิจัยนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่ และตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล ออกแบบสเก๊ตต้นแบบ หลังจากนั้นนำรูปแบบของการออกแบบไปปรึกษานักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบสรุปผลและนำข้อมูลไปปรับปรุงการออกแบบ สรุปผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาและจัดทำต้นแบบสินค้าทางวัฒนธรรม

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษาชุมชนป่าดงริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย” ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์และการแปลความหมาย แบ่งออกเป็น 3 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารที่ตรงกันจึงได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.การศึกษาทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างสรรค์สินค้าทางวัฒนธรรม ชุมชนป่าดงริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ชุมชนป่าดงริมกกเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีพัฒนามายาวนาน ในอดีตชุมชนดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนบ้านสันทรายใหม่ ภายหลังมีจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น เกิดการบุกเบิกที่ดินใหม่เพื่อใช้ทำการเกษตรส่งผลให้เกิดการตั้งชุมชนใหม่ แต่ยังคงมีความสัมพันธ์ในระบบเครือญาติกับชุมชนสันทรายใหม่ และมีวัดสักวันเป็นวัดสำคัญของชุมชนนับแต่อดีตถึงปัจจุบัน โดยภายในชุมชนในอดีตเป็นแหล่งเตาเผาอิฐ ที่สำคัญของจังหวัดเชียงรายและมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย น่าสนใจและสามารถนำทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าวไปยกระดับเป็นสินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้ในอนาคต ผู้ศึกษาแบ่งหัวข้อการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมตามแนวทางของจัดประเภททรัพยากรทางวัฒนธรรมเป็นหมวดหมู่ตามแนวทางจาก แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ.2550 -2559) กระทรวงวัฒนธรรมได้แบ่งประเภทวัฒนธรรมออกเป็น 5 สาขา อ้างอิงตามยูเนสโก จากการประชุมระหว่างชาติเรื่องนโยบายวัฒนธรรมของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ จัดโดยองค์การยูเนสโก ณ กรุงเวนิส ปี พ.ศ. 2513 ผลการศึกษาพบว่าทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชุมชน แบ่ง 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านมนุษยศาสตร์ 2) ด้านการช่างฝีมือ 3) ด้านศิลปกรรมศิลป์

1) ด้านมนุษยศาสตร์

กระทรวงวัฒนธรรมได้แบ่งประเภทวัฒนธรรมออกเป็น 5 สาขา อ้างอิงตามยูเนสโก จากการประชุมระหว่างชาติเรื่องนโยบายวัฒนธรรมของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ จัดโดยองค์การยูเนสโก ณ กรุงเวนิส ปี พ.ศ. 2513 อธิบายนิยามศัพท์ของทุนทางวัฒนธรรม สาขามนุษยศาสตร์ ประกอบด้วยทุนทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณี คุณธรรม ศีลธรรม จริยธรรม ค่านิยม

ศาสนา ปรัชญา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี มารยาทในสังคม การปกครอง กฎหมาย ฯลฯ การศึกษาพบว่า
ทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชุมชน คือประเพณี 12 เดือนชุมชนป่าดงริมกก โดยมีวัดสักกวันเป็นวัด
เก่าแก่และสำคัญของชุมชน ประเพณีที่สำคัญของชุมชน ได้แก่ 1.1 ประเพณีเดือนสี่ ตานข้าวใหม่ หิงไฟ
พระเจ้า 1.2 ปีใหม่เมือง 1.3 ประเพณีสงกรานต์พระธาตุสุวรรณ์รัตนโชติ มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ประเพณีเดือนสี่ ตานข้าวใหม่ หิงไฟพระเจ้า

ประเพณีทานข้าวใหม่ หรือประเพณีทานข้าวล้นบาตร เป็นประเพณีที่เกิดขึ้นจากการ
ฟื้นฟูขึ้นมาใหม่ภายหลังประเพณีดังกล่าวเลือนหายไปจากท้องถิ่น โดยการของพระภิกษุณีย์ ยอดสุวรรณ
เจ้าอาวาสวัดสักกวัน ร่วมกับคณะศรัทธาชาวบ้านชุมชนสันตลาลือ และชุมชนป่าดงริมกก ร่วมฟื้นฟู
ประเพณีการทานข้าวล้นบาตร ให้กลับมาปฏิบัติอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งถือเป็นหนึ่งในประเพณีที่งดงามและ
สะท้อนวิถีสังคมเกษตรกรรมที่ผูกพันกับพุทธศาสนาอย่างแนบแน่น โดยประเพณีดังกล่าวมีจุดประสงค์
เพื่อถวายข้าวใหม่แสดงความกตัญญูต่อแม่โพสพ เมื่อถึงวันเดือนสี่เป็ง (เดือนเหนือ 4 ขึ้น 15 ค่ำ) ชาวบ้าน
ในชุมชนสันตลาลือ และชุมชนป่าดงริมกก ซึ่งเป็นศรัทธาหลักของวัดสักกวัน มีการจัดเตรียมสถานที่
สำหรับนำบาตรตั้งไว้ เพื่อให้ประชาชนนำข้าวมาเทลงไปในบาตรข้าวเปลือกกองหนึ่ง และบาตรข้าวสาร
กองหนึ่ง กองข้าวสารเรียกว่า เงินดอย ส่วนกองข้าวเปลือกเรียกว่า เงินคำ ต่างคนต่างนำมาเทจนล้นบาตร
กลายเป็นกองใหญ่ จึงเรียกกันว่า ข้าวล้นบาตรบ้าง ดอยข้าวบ้าง (สำนักศิลปะและวัฒนธรรมมหาวิทยาลัย
ราชภัฏลำปาง, มปป.: ออนไลน์) เมื่อถวายเสร็จเรียบร้อยแล้วในช่วงสายของวันจะนิมนต์พระสงฆ์ในวัดลง
มารับการถวายข้าว ซึ่งมีทั้งการถวายอาหาร บิณฑบาต และถวายข้าวเปลือกข้าวสาร (มณี พยอมยงค์,
2548: 318)



ภาพที่ 1 : การทานข้าวล้นบาตร

ที่มา: อนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน

ชุมชนมีการฟื้นฟูประเพณีหิงไฟพระเจ้า ซึ่งเคยปฏิบัติในชุมชนและเลือนหายไป กลับมาสืบทอดพิธีอีกครั้งหนึ่ง โดยมีความเชื่อว่า พระพุทธเจ้ายังมีพระชนชีพ เมื่อถึงช่วงเดือนมกราคม เป็นช่วงที่ภาคเหนือมีอากาศที่หนาวเย็น ชาวบ้านจึงมีการไปตัดไม้มาถวายเพื่อเป็นไม้เชื้อฟืนสำหรับการเผาเพื่อสร้างความอบอุ่นให้กับพระพุทธเจ้า โดยชุมชนมีการประกอบพิธีในช่วงเช้า ของงานเทศกาล และมีการนำข้าวที่ชาวนามานำมาถวายไปรวมกันและเผาเป็นข้าวหลามเพื่อใช้สำหรับถวายพระสงฆ์ และแจกให้กับสมาชิกในชุมชนหลังเสร็จสิ้นพิธี (พระการณ์ ยอดสุวรรณ, สัมภาษณ์)



ภาพที่ 2 : พิธีหิงไฟพระเจ้า

ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน



ภาพที่ 3: ชาวบ้านช่วยกันบรรจุข้าวเหนียวลงกระบอกไม้ไผ่ก่อนการนำไปเผาเป็นข้าวหลาม

ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน



ภาพที่ 4: ชาวบ้านช่วยกันเผาข้าวหลาม ก่อนการนำไปถวายเป็นพุทธบูชากับพระพุทธรูปและพระสงฆ์
ที่มาอนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน



ภาพที่ 5 : ชาวบ้านถวายข้าวหลามที่ช่วยกันเผา ถวายเป็นพุทธบูชากับพระพุทธรูปและพระสงฆ์
ที่มาอนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน

1.2 ปีใหม่เมือง

ประเพณีปีใหม่ชุมชนบ้านป่าตึงริมกก จัดกิจกรรมขึ้นในระหว่างวันที่ 13-16 เมษายน ของทุกปี โดยมีวัดสักกวันเป็นศูนย์รวมใจของชุมชน ในวันที่ 13 เมษายน เป็นวันสังฆาล่อง นิยมทำพิธีสังฆาล่อง หรือการขับไล่สังฆาน โดยเริ่มตั้งแต่หลังเที่ยงคืนของวันที่ 12 เมษายน ด้วยการจุดประทัด หรือตีเคาะไม้

วันที่14 เมษายน ถือเป็นวันสังฆานต์ล่อง ชาวบ้านจะทำการเตรียมอาหารเพื่อนำไปทำบุญในวันรุ่งขึ้น คือวันที่15 ซึ่งถือว่าเป็นวันพญาวัน ช่วงบ่ายจึงมีการขนทรายเข้าวัด และมีการแห่ไม้ค้ำสลี หรือ

คำตันโพธิ์มีความเชื่อว่าเป็นการคำจุนให้พระศาสนาอายุที่ยืนยาว โดยชาวบ้านไปประกอบพิธีที่วัดวัดสักกวัน ร่วมกับชุมชนสันตาลเหลียง ซึ่งถือเป็นหัววัดที่เข้ามาประกอบศาสนากิจร่วมกัน



ภาพที่ 6 : บรรยายกาศชาวบ้านแห่ไม้คำสลิ หรือคำตันโพธิ์
ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน



ภาพที่ 7 : ชาวบ้านถวายไม้คำสลิ หรือคำตันโพธิ์
ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน

วันที่15 เมษายน ถือเป็นวันพญาวัน คือวันที่พระอาทิตย์เคลื่อนเข้าสู่ราศีเมษ ชาวล้านนาถือว่าเป็นวันเริ่มต้นของปีนักษัตรใหม่ กิจกรรมที่สำคัญของวันนี้คือการไปวัดเพื่อถวายอาหารแก่ภิกษุสงฆ์ และถวายทานเพื่ออุทิศแด่บรรพชนที่ล่วงลับไปแล้ว นอกจากนั้นชาวบ้านป่าตึงริมกก ยังมีประเพณีที่เก่าแก่สำคัญของชุมชน ในช่วงเทศกาลปีใหม่มือง คือการถวายหม้อดอกสังขาร โดยมีคติว่า ให้ผู้ที่เกิดวันมร

สัปดาห์ตรงกับกับวันพญาวัน ให้ผู้นั้นจัดเตรียมหม้อดอกไม้ มาถวายพระพุทธรูปภายในวิหาร ซึ่งคติดังกล่าวเป็นที่นิยมในกลุ่มชาวไทยจีน ซึ่งพบคติดังกล่าวในชุมชนในจีนในจังหวัดเชียงราย ซึ่งพร้อมกับบทสัมภาษณ์ของชาวบ้านในชุมชนว่า บรรพบุรุษของตนอพยพมาจากบ้านพยาก ซึ่งเดิที่ตั้งอยู่บริเวณรอบๆ สถานีตำรวจเชียงรายในปัจจุบันในอดีตเรียกชุมชนดังกล่าวว่า

บ้านพยาก ซึ่งเป็นกลุ่มชาวไทยจีน จึงเป็นข้อสันนิษฐานว่าบรรพบุรุษของชุมชนอาจจะเป็นกลุ่มชาวไทยจีนที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานในเชียงราย ในยุคฟื้นฟูเมืองเชียงรายในสมัยรัชกาลที่ 3 ภายหลังค่อยๆ ปรับเปลี่ยนกลายเป็นคนเมือง

วันที่ 16 เมษายน ถือเป็นวันปากปี ชาวบ้านมาร่วมตัวที่วัดและประดิษฐ์กระถางใบตอง(สะตวง) บรรจุกล้วยและของกินของใช้ต่างๆ เพื่อมาประกอบพิธีส่งเคราะห์ และการจุดสียายสืบชะตา โดยมีวัดสักกวันเป็นศูนย์รวมความเชื่อของชุมชน



ภาพที่ 8: ชุมชนป่าตึงริมกก เตรียมสะตวงส่งเคราะห์วันปากปี

ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน



ภาพที่ 9: พิธีส่งเคราะห์ โดยมีวัดสัkkวันเป็นศูนย์รวมความเชื่อของชุมชนป่าตึงริมกก และชุมชนสันताल
เหลื่อง

ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสัkkวัน



ภาพที่10: พิธีจุดสี่สาย

ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสัkkวัน



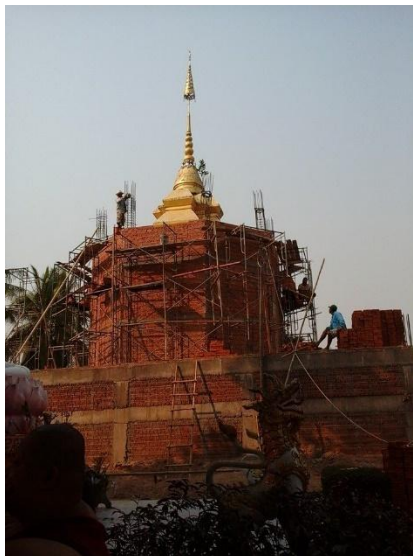
ภาพที่11: การร่อนน้ำขอพรในช่วงเทศกาลปีใหม่เมือง (การดำหัว) ผู้สูงอายุในชุมชน
ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน

1.3 ประเพณีสงฆ์น้ำพระธาตุสุวรรณรัตนโชติ

พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ ถือเป็นพระธาตุที่มีความสำคัญต่อชุมชนท้องถิ่น ตั้งอยู่ภายในวัดสักกวัน สร้างเมื่อ พ.ศ.2478 ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เมื่อวันที่11 กุมภาพันธ์ 2517 (กรมการศาสนา,2532, น.682-683) เดิมภายในมีฐานของเจดีย์ซึ่งเป็นโบราณที่สำคัญของชุมชน ภายหลังชาวบ้านร่วมกันบูรณะ ด้วยการสร้างเจดีย์องค์ใหม่ครอบฐานโบราณสถานเดิม เป็นเจดีย์ทรงปราสาท ศิลปะพื้นถิ่น



ภาพที่12 : พระธาตุองค์เดิมก่อนการบูรณะในรูปแบบองค์ปัจจุบัน
ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน



ภาพที่13 : บรรยายภาพการบูรณะพระธาตุ
ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสั๊กวัน

ภายหลังในยุคพระอธิการสมคิด เถลปุลญ์ เจ้าอาวาส เกิดแนวคิดที่จะบูรณะเจดีย์องค์เดิมให้มีขนาดใหญ่ สวยงาม จึงนำไปสู่การสร้างเจดีย์องค์ใหม่ครอบองค์เดิมไว้ และแล้วเสร็จในปีพ.ศ. 2560 โดยเจดีย์องค์ดังกล่าว ชาวบ้านเรียก “ พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ(เทศบาลนครเชียงราย,2559,น.39) โดยชาวบ้านอัญเชิญพระพุทธรูปโบราณศิลปะเชียงแสน ประดิษฐานไว้ในองค์ระฆังของเจดีย์ โดยเจดีย์ที่สร้างครอบขึ้นใหม่ เป็นเจดีย์ทรงปราสาทยอด ศิลปินผู้ออกแบบ คือ นายทวี อินทสอน โดยศิลปินออกแบบเจดีย์โดยได้รับแรงบันดาลใจจากพระธาตุหริภุญชัย จังหวัดลำพูน และพระธาตุลำปางหลวง จังหวัดลำปาง ชุมชนมีประเพณีจัดประเพณีการสงฆ์น้ำเป็นประจำทุกปีในช่วงเดือนเมษายนหลังจากเทศกาลสงกรานต์ หรือ เรียกว่า “การสงฆ์น้ำพระธาตุเดือนห้าเป้ง”



ภาพที่ 14 : พระพุทธรูปสำริด ศิลปะเชียงแสน องค์สำคัญของวัดสักกวัน
ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน



ภาพที่ 15 : พิธีอัญเชิญพระพุทธรูปโบราณศิลปะเชียงแสน ประดิษฐานไว้ภายในองค์ระฆังของเจดีย์
ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน



ภาพที่16 : พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ
ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสัkkวัน



ภาพที่17 : บรรยากาศในพิธีกฉัตรพระธาตุสุวรรณรัตนโชติ
ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสัkkวัน



ภาพที่18 : ยกฉัตรพระธาตุสุวรรณรัตนโชติ
ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสัkkวัน



ภาพที่19 : โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานเทศกาล สร้างน้ำพระธาตุสุวรรณรัตนโชติ
ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสัkkวัน



ภาพที่20 : พิธีแห่ผ้าห่มพระธาตุสุวรรณรัตนโชติ

ที่มา:อนุเคราะห์ภาพจากวัดสักกวัน

2) ด้านการช่างฝีมือ

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ อธิบาย ประเพณีของวัฒนธรรมด้านการช่างฝีมือ ได้แก่ วัฒนธรรมในเรื่องการเย็บปักถักร้อย การแกะสลัก การทอผ้า การจักสาน การทำเครื่องเงิน การหล่อโลหะ เครื่องเงิน เครื่องทอง เครื่องถม การจัดดอกไม้ การทำตุ๊กตา การทอเสื่อ การประดิษฐ์ การทอเครื่องปั้นดินเผา ฯลฯ จากการศึกษาชุมชนป่าตึงริมกก พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมด้านการช่างฝีมือของชุมชน คือ การปั้นอิฐ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า ชุมชนป่าตึงริมกก ในอดีต ถือเป็นย่านแหล่งเตาเผาอิฐที่สำคัญของเมืองเชียงราย ถือเป็นอาชีพหลักของชุมชน เป็นภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดในท้องถิ่น โดยมีกรรมวิธีการปั้นอิฐ (ศรีนวล อภิตะนัง, สัมภาษณ์) ดังนี้

1.ขุดดินเหนียว จากบริเวณทุ่งนาของชุมชน โดยเลือกดินเหนียวบริเวณที่น้ำไม่ท่วมเพราะดินจะมีคุณภาพดี เนื้อเหนียว ชาวบ้านเรียก “นาดอน” หลังจากนั้นขนมาที่เตาเผาของตนเองซึ่งตั้งอยู่ห่างจากบ้านของตนเองเพราะควั่นจะรบกวนการอยู่อาศัยของชาวบ้าน

2.การนวดดิน ขั้นตอนที่มีความสำคัญที่สุด เป็นขั้นตอนการเตรียมดินให้เหมาะสมสำหรับการนำไปปั้น โดยชาวบ้านจะผสมดินเหนียวนวดไปพร้อมกับการผสมดินจนเป็นเนื้อละเอียด เรียก “การชอกดิน”

3.การปั้นอิฐ โดยชาวบ้านจะนำดินเหนียวมาปั้นให้เป็นรูปวงกลม หลังจากนั้นจะนำไปกดลงบนแม่พิมพ์รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า โดยรองรับด้วยไม้แผ่นเรียบ หลังจากนั้นจะตบแต่งให้ดินที่กดลงแม่พิมพ์เรียบด้วยเครื่องมือชนิดหนึ่งที่ ทำไม้เนื้ออ่อนมาผ่าให้ได้สองซีกแต่ไม่ให้ขาดจากกันหลังจากนั้น ใช้ไม้ขนาดเล็กแทรกบริเวณรอยที่ผ่าเพื่อให้แยกจากกันแล้วจึงใช้เส้นลวด หรือเส้นเอ็นมาผูกที่ปลายทั้งสองข้างโดยใช้

เ็นดังกล่าวช่วยทำให้ดินเหนียวเรียบเสมอกัน ชาวบ้านเรียกว่า “ กัง” หลังจากนั้นจึงถอดแม่พิมพ์ออก และนำไปตากแดดจนแห้ง ใช้เวลาประมาณ 1 วัน

4. การเผา ชาวบ้านจะก่อเตาจากอิฐสามด้าน หลังจากนั้นจะนำอิฐมาเรียงให้สลับกัน เรียงในเตาจนเต็มเว้นช่องตรงกลางสำหรับการใช้ฟืนไม้ ซึ่งในอดีตชาวบ้านจะไปเก็บเศษไม้จากบริเวณป่าริมแม่น้ำกก เช่น บริเวณถ้ำพระ บริเวณบ้านแม่ยาว เป็นต้น หลังจากนั้นจะจุดไฟนำฟืนใส่ในเตาเผาอิฐ เป็นเวลาประมาณ 1 วัน ในระหว่างการเผา เติมฟืนไปจนกว่าอิฐจะสุก แดง หลังจากนั้นจึงปล่อยให้อิฐเย็นประมาณ สี่วัน แล้วจึงขนจากเตาออกมาจำหน่ายให้กับลูกค้า ภายหลังชาวบ้านเปลี่ยนจากการใช้ฟืนไม้ซึ่งหายากมาใช้แกลบข้าวในการเผาแทน

จนกระทั่งในราวปี พ.ศ.2548 เกิดการขยายถนน ตัดถนนกลางเวียงขึ้น ส่งผลให้ชุมชนเกิดการขยายตัว ผนวกกับที่ดินบางส่วนถูกขายไปเป็นที่อยู่อาศัย บางส่วนเปลี่ยนไปทำอิฐบล็อกจากปูนซีเมนต์ แทน ทำให้การดินจากนากขึ้นชาวบ้านจึงค่อยๆ เลิกการเผาอิฐซึ่งเป็นอาชีพดั้งเดิมของตนและหันไปปลูกกล้วยหอมแทนซึ่งกล่าวถึงในภายหลัง



ภาพที่21 :เตาเผาอิฐเตาสุดท้ายของชุมชนที่เลิกไปราวปี 2559

ที่มา:นครินทร์ น้ำใจดี,2559



ภาพที่22 : ฟืนสำหรับเตาเผาอิฐ

ที่มา:นครินทร์ น้ำใจดี,2559



ภาพที่23 :โรงเผาอิฐดินเผา และโรงปั้นอิฐบล็อก ที่ปัจจุบันเลิกกิจการไปแล้ว
ที่มา:นครินทร์ น้ำใจดี,2559



ภาพที่24 : อิฐบล็อกที่ปั้นในชุมชนป่าตึงริมกก ปัจจุบันเลิกกิจการไปแล้ว
ที่มา:นครินทร์ น้ำใจดี,2559



ภาพที่ 25 : ชาวบ้านผู้มีความชำนาญในการปั้นอิฐ อธิบายภูมิปัญญาการเผาที่หายไปจากชุมชน
ที่มา:นครินทร์ น้ำใจดี, 2559

3) ด้านคหกรรมศิลป์

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ อธิบาย ประเภทของวัฒนธรรมด้านคหกรรมศิลป์ ได้แก่ วัฒนธรรมในเรื่องอาหาร เสื้อผ้า การแต่งงาน บ้าน ยา การดูแลเด็ก ครอบครัว การรู้จักประกอบอาชีพช่วยเหลือเศรษฐกิจในครอบครัว ฯลฯ ซึ่งจากศึกษาพบว่า ชุมชนป่าตึงริมกก เป็นชุมชนที่มีอาชีพสำหรับคือการเป็นเกษตรกรปลูกกล้วยหอมทอง แหล่งที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดเชียงราย ที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดเชียงราย ซึ่งถือเป็นประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่น่าสนใจและมีความสำคัญของเมืองเชียงราย ดังนี้

จุดเริ่มต้นของการการแพร่หลายการปลูกกล้วยหอมของชุมชนป่าตึงริมกก เริ่มเมื่อราวปี พ.ศ. 2535 โดยการเริ่มจากนายสมภพ เสียงพันธุ์ ซึ่งเป็นคุณครูโรงเรียนอนุบาลเชียงราย(สันตันเปา) โดยได้นำหน่อพันธุ์กล้วยหอมจากภาคกลาง มาปลูกบริเวณบ้านพักครู ภายหลังชาวบ้านในชุมชนป่าตึงริมกกทราบข่าว ต่างไปขอซื้อหน่อกล้วยมาปลูกขยาย ในชุมชนและได้รับการปลูกอย่างแพร่หลาย นับแต่นั้นเป็นต้นมา

ขั้นตอนการปลูก ใช้หน่อกล้วยมาปลูก ในส่วนของตนเองหลังจากนั้นใช้เวลาราว 8-9 เดือน จึงออกผลสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตเพื่อจำหน่าย ในท้องถิ่น โดยกล้วยหอมสามารถให้ผลได้ประมาณ 3 ปี หลังจากนั้นชาวบ้านจึงตะโค่นและนำหน่อของต้นเดิมมาปลูกใหม่ เพื่อให้ผลผลิตที่ดี โดยกล้วยหอมไม่เป็นที่นิยมในการใช้ใบมาเพื่อการห่อขนม อาหาร และการทำงานฝีมือ เนื่องจากใบกล้วยกรอบแตกง่าย ไม่เหมาะสม แต่สามารถนำปลีของกล้วยมาประกอบเป็นอาหารได้

การเก็บเกี่ยวผลผลิต ชาวบ้านจะเก็บผลผลิตโดยตัดเป็นเครือหลังจากนั้นจะนำมาแยกเป็นหัวบรรจุลงในภาชนะ ใช้ผ้า หรือ พลาสติกปิดไว้เพื่อบ่มให้กล้วยสุก จากการสัมภาษณ์พบว่า กล้วยหอม มีคุณสมบัติพิเศษ คือ กล้วยกล้วยหอมมักจะไม่สุกเองโดยธรรมชาติจากต้นต้องมีการนำมาบ่มจึงจะสุกเสมอกันทั้งหัว โดยใช้เวลาในการบ่มประมาณ 3-5 วัน ชาวบ้านจะนำมาจำหน่ายบริเวณหน้าบ้านของตนเอง (ราช สุวรรณ, สัมภาษณ์)



ภาพที่ 26 :สวนกล้วยหอมในชุมชนป่าตึงริมกก
ที่มา:นครินทร์ น้ำใจดี,2559



ภาพที่ 27 :ทุ่งนา สวนกล้วยหอมในชุมชนป่าตึงริมกก ที่เหลือน้อยลงไปทุกขณะ
ที่มา:นครินทร์ น้ำใจดี,2567

การกำหนดราคาจำหน่าย และกลุ่มลูกค้า ชาวบ้านจะกำหนดราคาโดยนับจำนวนผลกล้วยในหวีว่ามี จำนวนเท่าใด โดยกำหนดราคากล้วย ลูกละ 1 บาท หลังจากนั้นจึงนับจำนวนผลกล้วยเป็นราคาจำหน่าย โดยกลุ่มลูกค้า จะมาซื้อที่ร้านของตนเอง บางส่วนรับไปจำหน่ายในตลาดทั่วเมืองเชียงราย เช่น ตลาดเทศบาลนครเชียงราย(กาตหลวง) ตลาดบ้านใหม่ เป็นต้น นอกจากการขายเป็นหวีแล้ว กล้วยที่สุกมากจนเกินไปชาวบ้านจะแกะเปลือกและนำไปบรรจุในตลับ จำหน่ายให้กับลูกค้าที่ประกอบอาชีพการทำขนมขาย มารับซื้อกล้วยหอมจึงเป็นที่นิยมปลูกมากของชุมชนเพราะสามารถจำหน่ายได้ทุกรูปแบบ



ภาพที่ 28 : การบ่มกล้วยให้สุก
ที่มา:นครินทร์ น้ำใจดี,2567



ภาพที่ 29 : เกษตรกรผู้ปลูกและจำหน่ายกล้วยหอมในชุมชนป่าตึงริมกก
ที่มา:นครินทร์ น้ำใจดี,2567



ภาพที่ 30 : ผลผลิตกล้วยหอมในชุมชนป่าตึงริมกก

ที่มา: นครินทร์ น้ำใจดี, 2567

ในปัจจุบันนอกจากการปลูกกล้วยหอม ชาวบ้านยังนิยมปลูกกล้วยไข่ กล้วยคั้ง (กล้วยนาค) กล้วยเล็บมือนาง และ การปลูกอ้อย ซึ่งเกษตรกรจะปลูกและนำมาหีบเป็นน้ำอ้อยจำหน่ายภายในชุมชน นอกจากนั้น ยังมีกลุ่มลูกค้าจากอำเภอแม่สายมาซื้อไปจำหน่ายด้วย ปัจจุบันเกษตรกรการปลูกกล้วยและอ้อยมีจำนวนที่ค่อยๆ ลดน้อยลงเหลือเพียง 20 ราย ซึ่งในอนาคตชุมชนเกิดการขยายตัวของการตัด และขยายถนนวงแหวน ตะวันตกของเมืองเชียงราย ส่งผลให้มีการขายที่เดินในชุมชนจำนวนมากเกิดโครงการบ้านจัดสรรในชุมชน ซึ่งในอนาคตมีแนวโน้มที่สวน และเกษตรกรรมจะเหลือน้อยลง



ภาพที่ 31 : ไร่อ้อยในชุมชนป่าตึงริมกก

ที่มา: นครินทร์ น้ำใจดี, 2559

2. การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม จากทุนวัฒนธรรมชุมชนสู่การเพิ่มมูลค่าสินค้า

การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมชุมชนป่าตึงริมกก คณะวิจัยได้เลือกจากทุนทางวัฒนธรรมที่ได้นำเสนอในหัวข้อที่ 1 ได้แก่ กล้วยหอมทองซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมประเภทของวัฒนธรรมด้านคหกรรมศิลป์เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชุมชน นอกจากนี้ชุมชนป่าตึงริมกกอดีตเคยประกอบอาชีพเผาอิฐขาย ดังที่กล่าวมาแล้ว นอกจากทุนวัฒนธรรมด้านคหกรรมศิลป์แล้ว ชุมชนยังมีทุนวัฒนธรรมสาขามนุษยศาสตร์ ประกอบด้วยทุนทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณี คุณธรรม ศีลธรรม จริยธรรม ค่านิยม ศาสนา ปรัชญา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี มารยาทในสังคม การปกครอง กฎหมาย ฯลฯ พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ ถือเป็นพระธาตุที่มีความสำคัญต่อชุมชนท้องถิ่น ตั้งอยู่ภายในวัดสักกวัน สร้างเมื่อ พ.ศ. 2478 ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา ภายหลังได้มีแนวคิดที่จะบูรณะเจดีย์องค์เดิมให้มีขนาดใหญ่ สวยงาม จึงนำไปสู่การสร้างเจดีย์องค์ใหม่ครอบองค์เดิมไว้ และแล้วเสร็จในปีพ.ศ. 2560 โดยเจดีย์องค์ดังกล่าวชาวบ้านเรียก “พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ” โดยชาวบ้านอัญเชิญพระพุทธรูปโบราณศิลปะเชียงแสนประดิษฐานไว้ในองค์ระฆังของเจดีย์ โดยเจดีย์ที่สร้างครอบขึ้นใหม่ เป็นเจดีย์ทรงปราสาทยอด ศิลปินผู้ออกแบบ คือ นายทวี อินทeson โดยศิลปินออกแบบเจดีย์โดยได้รับแรงบันดาลใจจากพระธาตุหริภุญชัย จังหวัดลำพูน และพระธาตุลำปางหลวง จังหวัดลำปาง

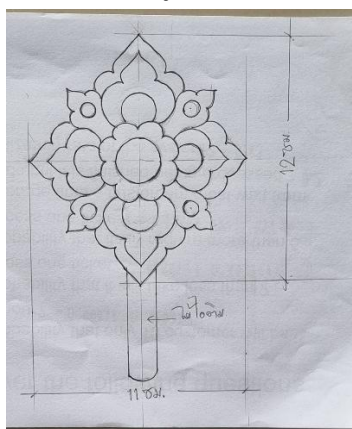


ภาพที่ 32: เจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ วัดสักกวัน จังหวัดเชียงราย

ที่มา: ญัฐทิยา วัฒนศิริศาสตร์, 2568

คณะผู้วิจัยจึงได้เลือก อาชีพปลูกกล้วยหอมทอง อาชีพเผาอิฐและลวดลายบนเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ ซึ่งเป็นวัดสำคัญของชุมชนป่าตึงริมกกในการนำมาพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมของชุมชนโดยมีกระบวนการ ดังนี้

1) การพัฒนาไอศกรีม 3 มิติโดยถอดลวดลายมาจากเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ ซึ่งออกแบบลวดลายและบุรณะโดย นายทวี อินทeson เป็นศิลปินในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและมีผลงานในการบุรณะวัดในเขตจังหวัดเชียงราย พื้นที่ใกล้เคียง ภายในและต่างประเทศด้วย ทำให้การพัฒนาแม่พิมพ์ไอศกรีมได้รับความอนุเคราะห์จาก นายทวี อินทesonเป็นผู้ปั้นแม่แบบสำหรับทำแม่พิมพ์ไอศกรีม



ภาพที่ 33: ภาพแบบสเก็ตก่อนการปั้นแม่แบบ

ที่มา: นายทวี อินทeson, 2568



ภาพที่ 34: แม่แบบลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ

ที่มา: นายทวี อินทeson, 2568



ภาพที่ 35: นายทวี อินทะสอน ระหว่างการปั้นแม่แบบลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ
ที่มา: ญัฐทิยา วัฒนศิริศาสตร์, 2568

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้รับความอนุเคราะห์จากนางสาวชรินทร์ สิ้นห์หันท์ ศิลปินรุ่นใหม่เชียงใหม่ ภายใต้กลุ่ม illus illy ในการปั้นแม่แบบลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติในรูปแบบศิลปะร่วมสมัยอีก 1 แม่แบบสำหรับนำไปทำแม่พิมพ์ไอศกรีมต่อไป



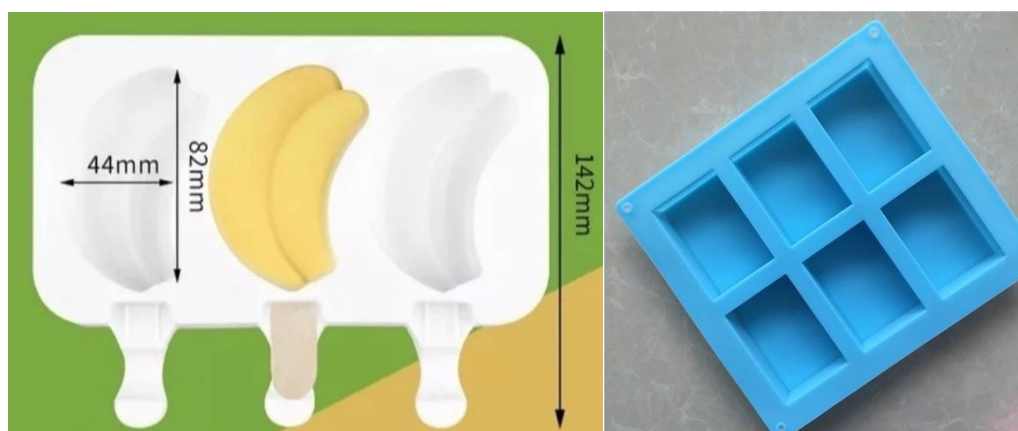
ภาพที่ 36: แม่แบบลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติในรูปแบบศิลปะร่วมสมัย
ที่มา: ชรินทร์ สิ้นห์หันท์, 2568

หลังจากการได้แม่แบบลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติทั้ง 2 แม่แบบแล้ว ทางทีมวิจัยได้ทำการหล่อเป็นแม่พิมพ์ไอศกรีมโดยใช้วัสดุ มาตรฐานฟู้ดเกรด (Food grade) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รองรับอาหารและบรรจุภัณฑ์ที่ไร้สารตกค้าง และสิ่งเจือปน รวมทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยแม่พิมพ์มีขนาด 10x10 เซนติเมตร ขนาดบรรจุ 90 กรัม



ภาพที่ 37: แม่พิมพ์ไอศกรีม 3 มิติลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ
ที่มา: ญัฐทิยา วัฒนศิริศาสตร์, 2568

นอกจากแม่พิมพ์ไอศกรีม 3 มิติลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติแล้ว ยังมีแม่พิมพ์ 3 มิติรูปกล้วยหอมทองและแม่พิมพ์ 3 มิติรูปก้อนอิฐ ซึ่งกล้วยหอมทองและก้อนอิฐถือว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนป่าตึงริมกก ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในหัวข้อการศึกษาทุนทางวัฒนธรรม



ภาพที่ 38: แม่พิมพ์ไอศกรีม 3 มิติลวดลายกล้วยหอมทองและลวดลายก้อนอิฐ
ที่มา: ญัฐทิยา วัฒนศิริศาสตร์, 2568

2) ไอศกรีมรสกล้วยหอมทอง

ในการพัฒนาไอศกรีมลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ วัดสั๊กวันซึ่งอยู่ในชุมชนป่าตึงริมกก คณะผู้วิจัยและชุมชนจึงได้เลือกกล้วยหอมทองมาเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการพัฒนาสูตรไอศกรีมที่เป็นรสกล้วยหอมทองที่ปลูกในชุมชนโดยได้คัดเลือกกล้วยหอมทองที่เหลือจากการจำหน่ายหรือผลผลิตที่

ไม่ได้มาตรฐานของตลาดมาเป็นวัตถุดิบของไอศกรีม ในการทำไอศกรีมได้จัดประชุมกลุ่มย่อยระหว่างคณะผู้วิจัยและชุมชนในการคัดเลือกวัตถุดิบสำหรับการพัฒนาสูตรไอศกรีม และการประชุมเชิงปฏิบัติการในการอบรมทำไอศกรีมกล้วยหอมทองในรูปแบบไอศกรีม 3 มิติ ลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ วัดสักกวัน จังหวัดเชียงราย ในระหว่างวันที่ 1-2 มีนาคม 2568 โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 20 คน



ภาพที่ 39: ประชุมเชิงปฏิบัติการในการอบรมการทำไอศกรีมกล้วยหอมทอง
ที่มา: นางสาวณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์, 2568



ภาพที่ 40: ไอศกรีม 3 มิติลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ รสกล้วยหอมทอง
ที่มา: นางสาวณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์, 2568

3) การสร้างแบรนด์สินค้าและโลโก้สินค้า

ปัญหาสินค้าชุมชนโดยทั่วไปที่พบมาก ได้แก่ การไม่มีแบรนด์สินค้า มีเพียงแค่ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเป็นสินค้าชุมชนตามนโยบายการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ มักจะหยุดอยู่เพียงแค่การผลิตสินค้าออกไปขายภายนอก

คณะวิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อย ร่วมกับชุมชนป่าตึงริมกกในการสร้างแบรนด์สินค้า อันได้แก่ ไอคกริม 3 มิติลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ วัดสักกวัน จังหวัดเชียงราย โดยใช้ชื่อแบรนด์สินค้าว่า “Pa Tueng Rim Kok” ซึ่งเป็นชื่อชุมชนเพื่อให้คนทั่วไปจดจำถึงที่มาของแหล่งไอคกริมและกล้วยหอมทอง

ส่วนโลโก้สินค้าชุมชนต้องการให้เป็นรูปที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนหรือเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของชุมชน จึงได้นำออกแบบวาดภาพลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ ซึ่งเป็นลวดลายเดียวกันกับไอคกริมแต่มีลักษณะเป็นภาพวาดศิลปะร่วมสมัย



ภาพที่ 41: โลโก้แบรนด์สินค้า

ที่มา: ณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์, 2568

การจัดการสวัสดิการชุมชนภายใต้สินค้าทางวัฒนธรรม “ป่าตึงริมกก”

ระยะที่ 1 การประชุมชี้แจงการและคัดสรรคณะกรรมการ โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการซึ่งพิจารณาจากตัวแทนชุมชนที่เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการการทำไอคกริมและได้ขอสรุปมีการแต่งตั้งคณะกรรมการในการบริหารจัดการกลุ่มสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แบรนด์ “ป่าตึงริมกก” ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านชุมชนป่าตึงริมกกและคณะกรรมการชุมชนป่าตึงริมกกเข้ามาบริหารจัดการกลุ่ม

ระยะที่ 2 การกำหนดแนวทางการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม

ในช่วงเริ่มต้น กลุ่มผลิตไอคกริมจะมีการบริหารจัดการภายใต้กลุ่มแม่บ้านชุมชนป่าตึงริมกก ร่วมกับคณะกรรมการชุมชน ซึ่งมีประธานกลุ่มแม่บ้านชุมชน (นางซอน อภิธินัง) เป็นผู้ควบคุมการผลิต

ซึ่งการผลิตไอศกรีมจะมีการรับจ้างผลิตไอศกรีมตามที่มีบุคคลทั่วไปสั่งผลิต หรือบุคคลในชุมชนสั่งทำเมื่อมีงานภายในชุมชน

ระยะที่ 3 การจัดการผลประโยชน์จากกลุ่มผลิตไอศกรีมภายใต้แบรนด์ “ป่าตึงริมกก”

การประชุมภายในกลุ่มได้มีการพูดคุยกันถึงการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้จากการจำหน่ายไอศกรีมตามยอดสั่งซื้อ โดยแบ่งสัดส่วนรายได้จากการจำหน่ายหลังหักค่าใช้จ่าย จำนวนร้อยละ 70 นำเข้าเป็นรายได้กลุ่มการผลิต และร้อยละ 30 แบ่งเป็นค่าแรงให้กับสมาชิกที่เข้าร่วมดำเนินการในครั้งนั้นๆ ที่มีการสั่งซื้อเข้ามา

การสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์สินค้าทางวัฒนธรรมชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

จากกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นไอศกรีม 3 มิติ ลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติพัฒนาสูตรรส กล้วยหอมทองทำให้ชุมชนป่าตึงริมกกมีกิจกรรมร่วมกันและเข้าใจถึงวัฒนธรรมของชุมชนกันมากยิ่งขึ้นจึงเกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์สินค้าทางวัฒนธรรมชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ดังนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนาและสร้างแบรนด์สินค้า: การเลือกสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์จากทุนทางวัฒนธรรม เป็นไอศกรีม 3 มิติ ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากลวดลายของเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติและใช้กล้วยหอมทองจากชุมชนเป็นวัตถุดิบหลัก จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้ มีการตั้งชื่อแบรนด์ "Pa Tueng Rim Kok" ช่วยให้คนจำได้ถึงแหล่งที่มาของสินค้า และทำให้สินค้ามีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดและการสร้างตลาดใหม่: การสร้างแบรนด์และโลโก้ ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น ลวดลายของเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติช่วยให้สินค้าโดดเด่นในตลาดและมีความเป็นเอกลักษณ์ การใช้ช่องทาง การตลาดออนไลน์ หรือการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่อื่น ๆ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจสินค้าท้องถิ่น

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว: การสร้างผลิตภัณฑ์เชิงท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กับสินค้าทางวัฒนธรรม ในการพัฒนาไอศกรีมที่มาจากกระบวนการแปรรูปกล้วยหอมทองซึ่งปลูกในชุมชน ให้เป็นสินค้าที่ท่องเที่ยวสามารถซื้อไปเป็นของฝาก หรือประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น การเยี่ยมชมกระบวนการผลิตสินค้า หรือการอบรมทำไอศกรีมให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าท้องถิ่นและส่งเสริมให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4. การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการสร้างความยั่งยืน: ส่งเสริมความยั่งยืนในกระบวนการผลิต เช่น การใช้วัสดุที่ยั่งยืนในบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (Food-grade materials) หรือการใช้กระบวนการผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สินค้ามีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภคและสามารถตอบสนองกับกระแสการตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อม

5. การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการฝึกอบรมและเสริมทักษะให้กับชุมชน: การจัดอบรมเพื่อเสริมทักษะให้กับชุมชนในการพัฒนาและการทำงานธุรกิจ เช่น การสอนวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือการเรียนรู้เกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการธุรกิจให้ชุมชนมีทักษะในการจัดการสินค้าและขยายตลาดในอนาคต

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

1) การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนป่าดงริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

ชุมชนป่าดงริมกก เป็นชุมชนเก่าแก่ในเขตเทศบาลนครเชียงราย เดิมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนบ้านสันทรายใหม่ และมีวัดสักกวันเป็นศูนย์กลางความเชื่อและกิจกรรมทางศาสนา ชุมชนนี้มีทุนวัฒนธรรมหลากหลายซึ่งสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมได้ โดยจัดประเภททุนวัฒนธรรมออกเป็น 3 ด้านหลัก ดังนี้

1.1 ด้านมนุษยศาสตร์ ศึกษาตามแนวทางของกระทรวงวัฒนธรรม (อ้างอิง UNESCO ปี 2513) ซึ่งเน้นเรื่องคุณค่า ความเชื่อ และประเพณี ประเพณีสำคัญ ประเพณีเดือนสี่ – ตานข้าวใหม่ หิงไฟพระเจ้า เป็นการฟื้นฟูประเพณีเก่าโดยพระการณย์ ยอดสุวรรณ จุดประสงค์เพื่อแสดงความกตัญญูต่อแม่โพสพ กิจกรรมสำคัญคือการ “ตานข้าวล้นบาตร” และ “หิงไฟพระเจ้า” (ตัดไม้ทำฟืนถวาย) ประเพณีปีใหม่เมือง (สงกรานต์ล้านนา) จัดวันที่ 13-16 เมษายน ประเพณีสงกรานต์ พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ พระธาตุตั้งในวัดสักกวัน สร้างปี พ.ศ. 2478 ปี พ.ศ. 2560 มีการบูรณะสร้างองค์ใหม่ครอบองค์เดิม โดยศิลปิน ทวี อินทะสอน เจดีย์ใหม่เป็นทรงปราสาท ยอดสูง งดงาม ได้แรงบันดาลใจจากพระธาตุหริภุญชัยและพระธาตุลำปางหลวง มีพิธีสงฆ์พระธาตุทุกเดือนห้าเป้ง

1.2 ด้านการช่างฝีมือ ทุนวัฒนธรรมด้านช่างฝีมือในอดีต การปั้นและเผาอิฐดินเผา เป็นอาชีพหลักของชุมชนในอดีต ขั้นตอนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น: ขุดดิน, นวดดิน, ปั้นด้วยแม่พิมพ์, ตากแห้ง และเผาด้วยฟืน ดินที่ใช้เรียกว่า "นาดอน" เครื่องมือสำคัญ: “กัง” สำหรับปาดดินให้เรียบ สิ้นสุดกิจกรรมเผาอิฐในช่วงปี 2550-2559 เนื่องจากการขยายเมือง เปลี่ยนจากการทำอิฐดินเผาไปเป็นอิฐบล็อก ที่ดินทำการผลิตถูกขายเปลี่ยนมือ

1.3 ด้านคหกรรมศิลป์ ทุนวัฒนธรรมที่สำคัญ การปลูกกล้วยหอมทอง เริ่มในปี พ.ศ. 2535 โดยครูสมภพ เสียงพันธุ์ ปลูกกันอย่างแพร่หลายในชุมชน เป็นอาชีพหลัก วิธีปลูก: ใช้หน่อ ปลูก 8-9 เดือนถึงเก็บเกี่ยว ผลผลิตขายทั้งสดและแบบบ่มให้สุก ราคาขายตามจำนวนลูกในแต่ละหวี ชาวบ้านขายกล้วยที่บ้านหรือส่งตลาดในเมือง เช่น กาดหลวง (ตลาดเทศบาล 1 เชียงราย) ผลผลิตส่วนเกินยังนำไปขายให้ผู้ทำขนม ปัจจุบันชาวบ้านยังปลูก กล้วยไข่, กล้วยนาค, กล้วยเล็บมือนาง, อ้อย (ผลิตน้ำอ้อยขาย) แต่แนวโน้มลดลง เนื่องจากเมืองขยาย และมีโครงการบ้านจัดสรรเข้ามาแทนที่พื้นที่การเกษตร

2. การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากทุนวัฒนธรรมชุมชน วัดอุประสงค์นำทุนทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าผ่านการสร้างสินค้าใหม่ โดยเน้น 3 สิ่ง กล้วยหอมทอง (ด้านคหกรรมศิลป์) ภูมิปัญญาช่างฝีมือการเผาอิฐ (ด้านการช่าง) ลวดลายศิลปะของพระธาตุสุวรรณรัตนโชติ (ด้านมนุษยศาสตร์)

กระบวนการพัฒนาสินค้า คณะผู้วิจัยได้พัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม อันได้แก่ไอศกรีม 3 มิติ ลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ พัฒนาสูตรรส กล้วยหอมทอง โดยใช้กล้วยที่เหลือจากการจำหน่าย ออกแบบแม่พิมพ์ลวดลายพระธาตุฯ โดย ทวี อินทeson ศิลปินบูรณะพระธาตุ และชรินรัตน์ สิงห์หัตต์ ศิลปินรุ่นใหม่ทำแบบร่วมสมัย แม่พิมพ์ทำจากวัสดุ food grade ขนาด 10x10 ซม. บรรจุไอศกรีม 90 กรัม การสร้างแบรนด์และโลโก้สินค้า แบรนด์ชื่อ “Pa Tueng Rim Kok” เพื่อสื่อถึงชุมชน โลโก้เป็นภาพวาดลวดลายเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติแบบร่วมสมัย เป้าหมาย สร้างการรับรู้ และเชื่อมโยงสินค้าเข้ากับอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ชุมชนป่าตึงริมกกมีทุนวัฒนธรรมหลากหลายทั้งในมิติประเพณี ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตซึ่งสามารถนำมาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้อย่างสร้างสรรค์ การผสมผสานระหว่างความเชื่อ วัฒนธรรม และการพัฒนาเชิงธุรกิจอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ก่อให้เกิดสินค้าที่มีทั้งเรื่องราว อัตลักษณ์ และความยั่งยืน

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษาชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย คณะผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาและพบว่ามีความสอดคล้องในการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ในงานวิจัยของ ศิริบุญญา อารยะจารุและเก่งกาจ ต้นทองคำ (2567) เรื่อง การวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนสู่การพัฒนา รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันมีคุณค่าเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งเสริมนาฏยอลังการโดยชุมชนบนฐานวัฒนธรรมชาติพันธุ์ภูมิภาคตะวันตก เป็นสิ่งที่จับต้องได้ ซึ่งทั้งสองพื้นที่ ยังมีความหลากหลายทางอัตลักษณ์มีทุนทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน ในแต่ละชุมชน นอกจากนี้ยังศึกษาศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และแนวทางการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการออกแบบ การศึกษาและการใช้ทุนทางวัฒนธรรม เป็นวิธีที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และยังเป็นการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางการจัดการหลากหลาย ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ กรณีศึกษาชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการใช้ทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ชุมชนบ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี และกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง ชุมชนบ้านพุน้ำร้อน ตำบลบ้านคา จังหวัดราชบุรี โดยนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ในพื้นที่มาปรับใช้ พัฒนาชุมชนการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรม และ

งานวิจัยของฐิติพงศ์ ชูจิตต์ และคณะ (2564) ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรม วิถีชุมชนของกลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากลูกจาก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผ้ามัดย้อมจากใจ มีการจัดทำผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมที่มีในท้องถิ่นอย่างผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากลูกจาก อาทิ เสื้อผ้า กระเป๋า ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรทางวัฒนธรรมกับคนในชุมชน โดยการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างกระเป๋าจากผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ แสดงให้เห็นว่าการตั้งซื้อสินค้าในปัจจุบัน มีความเหมาะสม ราคาของสินค้าอยู่ในระดับที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้ ซึ่งกระเป๋าใส่ใจได้รับความนิยมมากที่สุดจากกลุ่มผู้บริโภค ทั้งนี้กลุ่มผู้บริโภคมีความคิดเห็นเพิ่มเติมที่ต้องการให้เพิ่มเติมสีสันทันและรูปแบบกระเป๋าที่เพิ่มมากขึ้น แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมวิถีชุมชนของกลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากลูกจาก ควรมีการสื่อความหมายที่แสดงถึงเรื่องราวของทุนทางวัฒนธรรมที่มีในท้องถิ่นอย่างผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากลูกจาก เพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนขยายการรับรู้ให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุน

ส่วนประเด็นการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากทุนทางวัฒนธรรม พบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสันติชัย แยมใหม่ (2564) เรื่อง หน้าพรานจิวและเทริดจิว : การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่สินค้าทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่สินค้าทางวัฒนธรรมของหน้าพรานจิวและเทริดจิว นั้น มีการนำวัฒนธรรมและความเชื่อที่มีอยู่ในท้องถิ่นอย่างโนราม่าเพิ่มมูลค่าด้วยการพัฒนาต่อยอดให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของคนในยุคปัจจุบัน โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบใหม่ขึ้นมาที่ยังคงตั้งอยู่บนฐานแนวคิดเดิม และจะต้องไม่ส่งผลกระทบทางด้านจิตใจแก่ผู้ที่ศรัทธาและนับถือครูหมอโนรา และการนำวัสดุที่สามารถหาได้ในชุมชนมาทำเป็นตุ๊กตาหรืออาจสั่งซื้อมาจากท้องตลาดก็ได้ ส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ขึ้นมา สามารถขยายตลาดได้กว้างขวางยิ่งขึ้น เพิ่มพูนรายได้มากยิ่งขึ้น เกิดเครือข่ายหรือกลุ่มอาชีพขึ้นในชุมชน เป็นแหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญาให้แก่เยาวชนหรือผู้สนใจทั่วไป และเกิดเครือข่ายชุมชนที่เข้มแข็ง เกิดความรักความสามัคคีขึ้นในชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัย ณิชชยา รัตนพันธุ์, โสวัตรี ณ ถลางและภัทรพรรณ ทำดี (2566) เรื่อง การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัว โดยครอบครัวมนูทัศน์ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ครอบครัวมนูทัศน์สืบทอดภูมิปัญญาจากรุ่นบรรพบุรุษกลุ่มชาติพันธุ์จามจากประเทศกัมพูชา ย้ายมาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยตั้งแต่ปีพ.ศ.2330 ถ่ายทอดและสืบทอดสู่รุ่นลูกและรุ่นหลาน รวมอายุภูมิปัญญากว่า 230 ปี เดิมทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือนและเริ่มพัฒนาการทอผ้าไหมเพื่อจำหน่ายอย่างเป็นทางการในปีพ.ศ.2494 ถึงปัจจุบัน รวมอายุการจำหน่ายผ้าไหมกว่า 130 ปี ปัจจุบันสืบทอดโดยผู้สืบทอดรุ่นที่ 3 มีการพัฒนาภูมิปัญญาผ้าไหมเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม จำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาด้านทรัพยากรสำหรับการผลิตและการทอผ้าไหม ด้านการประยุกต์และแปรรูปสินค้าวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และเกิดแนวคิด

ในการกระจายรายได้สู่สมาชิกในชุมชนและเครือข่ายผู้ประกอบการ ด้านการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างและยกระดับคุณภาพสินค้าภายใต้หน่วยงานเครือข่ายและเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า และด้านการพัฒนาและขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า และการขยายฐานลูกค้า สิ่งเหล่านี้ สะท้อนถึงการพัฒนาศักยภาพสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาอย่างเข้มแข็ง และงานวิจัยของธิดา นิตดา จินาจันทร์ (2565) เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจกโหล่งลี้ โดยใช้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ผลการศึกษาพบว่า การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาการตลาด โดยใช้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนมาเป็นกรอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยทำวิจัยร่วมกับกลุ่มช่างทอบ้านปวงคำ อำเภอสี จังหวัดลำพูน จำนวน 20 คน ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้หลายวิธีร่วมกัน ได้แก่ การประชุมระดมสมอง การจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้แนวคิดคิดสร้างสรรค์เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาวิจัย พบว่ามีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ 3 แนวทาง ได้แก่ 1) การพัฒนาโครงสร้างของตัวขึ้นโดยแทรกเทคนิคการจก 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอที่พัฒนาขึ้นใหม่ 3) การออกแบบลวดลายผ้าขึ้นตีนจก โดยได้ออกแบบลวดลายขึ้นตีนจกใหม่ 3 ลายด้วยกัน ได้แก่ 1) ลายบ่าสุระ 2) ลายแม่น้ำสามสาย 3) ลายเครื่องสังคโลก หรือลายไผ่ล่อมเมือง ซึ่งมีการคัดเลือกข้อมูลวัฒนธรรมในชุมชนมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบลวดลายทั้ง 3 นี้ เช่น ตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับประวัติศาสตร์เมือง ศิลปกรรมที่ปรากฏบนโบราณวัตถุที่ขุดค้นพบในพื้นที่อำเภอสีที่ชาวบ้านเชื่อว่าเกี่ยวข้องกับตำนานพระนางจามเทวี และต้นตะโกนาอายุร่วมร้อยปีที่ปลูกอยู่ในพื้นที่ซึ่งชาวบ้านใช้ประโยชน์มาโดยตลอด โดยข้อมูลวัฒนธรรมชุมชนเหล่านี้ได้ถูกนำมาพัฒนาเป็น story-telling และ infographic ในการพัฒนาการตลาดให้กับผ้าขึ้นตีนจกโหล่งลี้

การสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์สินค้าทางวัฒนธรรมชุมชนป่าตึงริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย สำหรับทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนป่าตึงริมกก ประเพณีที่สำคัญ เช่น "ประเพณีทานข้าวล้นบาตร" และ "ประเพณีปีใหม่เมือง" ถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับชุมชน ซึ่งไม่เพียงแต่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและค่านิยมของชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็นแหล่งที่สามารถนำไปต่อยอดเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าในเชิงพาณิชย์ได้ เช่น การใช้กล้วยหอมทองจากชุมชนในการพัฒนาไอศกรีมเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีงานวิจัยหลายชิ้นกล่าวถึงการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่สอดคล้องกันกับศิริยุญา อารยะจารุ และเก่งกาจ ต้นทองคำ (2567) ที่ศึกษาการใช้ทุนทางวัฒนธรรมในชุมชนเพื่อต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์จากมรดกทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน ซึ่งมีความเหมาะสมกับการพัฒนาศักยภาพสินค้าทางวัฒนธรรมในชุมชนป่าตึงริมกกด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาพัฒนาไอศกรีมกล้วยหอมทองที่สะท้อนเอกลักษณ์ของท้องถิ่นผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมและ

ธุรกิจในการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมของชุมชนมาเป็นพื้นฐานในการสร้างสินค้าเชิงพาณิชย์ เช่น ไอศกรีม 3 มิติจากกล้วยเจดีย์พระธาตุสุวรรณรัตนโชติ เป็นการผสมผสานที่ลงตัวระหว่างการรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมและการตอบโจทย์ตลาดสมัยใหม่ สินค้าเช่นนี้ไม่เพียงแต่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน แต่ยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคที่สนใจในสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และมีเรื่องราวมาจากการเพิ่มมูลค่าของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐยา รัตนพันธุ์ (2566) เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือ การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าท้องถิ่นได้อย่างดี โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นมีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์จากมุมมองของผู้บริโภค เช่นเดียวกับการพัฒนาไอศกรีมในชุมชนป่าตึงริมกก ซึ่งการออกแบบสินค้าตามความต้องการของตลาดและการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและดึงดูดผู้บริโภคใช้เป็นแนวคิดการตลาดและการขยายตลาดในการสร้างมูลค่าในเชิงพาณิชย์ต้องอาศัยการขยายตลาดและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยจาก พรณัฏฐิตา เหล่าพวงศักดิ์ (2563) พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอในชุมชนบ้านปะอาว การสร้างความแตกต่างในบรรจุภัณฑ์และการจัดจำหน่ายสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาไอศกรีมกล้วยหอมทองในชุมชนป่าตึงริมกก ที่การสร้างช่องทางจำหน่ายทั้งในและนอกพื้นที่จะเป็นกุญแจสำคัญในการขยายตลาด และเป็นการสร้างความยั่งยืนและการอนุรักษ์คุณค่าในท้องถิ่นเช่นเดียวกับการศึกษาของธิดินัดดา จินาจันทร์ (2565) ศึกษาการรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมไปพร้อมกับการสร้างมูลค่าในเชิงพาณิชย์เป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ควรละเลย โดยการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะช่วยรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่นเดียวกับชุมชนป่าตึงริมกกที่ต้องรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นไว้ในทุกขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้วัตถุดิบท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชน เช่น กล้วยหอมทองในการพัฒนาไอศกรีม เป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรที่มีอยู่แล้วในชุมชน ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างความยั่งยืนในธุรกิจและการเกษตรในระยะยาว นอกจากนี้ ยังช่วยส่งเสริมการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าทางวัฒนธรรมควรคำนึงถึงความยั่งยืนในระยะยาว เช่น การรักษาความสมดุลระหว่างการพัฒนาธุรกิจและการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ธุรกิจไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้กับชุมชน เช่นเดียวกับงานวิจัยพรณัฏฐิตา เหล่าพวงศักดิ์ (2563) ทำการศึกษาเรื่องการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์มะพร้าวตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม พบแนวทางการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์และการพัฒนาหรือต่อยอดจากภูมิปัญญาเดิม ก่อให้เกิดการลดรายจ่าย การเพิ่มรายได้ และการสร้างโอกาสหรือเกิดทางเลือกที่หลากหลาย

การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมในชุมชนป่าตึงริมกกภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้ ในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์และการตลาด การสนับสนุนจากภาครัฐและองค์กรต่าง ๆ รวมถึงการสร้างความร่วมมือในชุมชนสามารถเสริมสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

- 1) จากผลการวิจัยพบว่าหน่วยงานต่าง ๆ เข้าไปสนับสนุนให้เกิดอาชีพและรายได้เสริมให้กับชุมชนแต่ไม่ได้มีช่องทางการจำหน่ายหรือตลาดการจำหน่ายให้กับสินค้าและบริการที่มีอยู่
- 2) ศักยภาพชุมชนมีหลายมิติแต่ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ และสังคมมักจะมองว่าชุมชนมีศักยภาพจำกัดด้วยเรื่องทักษะด้านต่าง ๆ แต่แท้ที่จริงแล้วชุมชนมีศักยภาพในการพัฒนาทั้งตนเองและสังคม
- 3) หน่วยงานท้องถิ่นมีการสนับสนุนที่โครงการพัฒนาที่มีจำนวนจำกัด แต่ยังมีชุมชนในพื้นที่อีกมากที่ถูกละเลยจากการดูแลจากหน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาคและท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่อิงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งช่วยเสริมสร้างการตลาดที่มีเอกลักษณ์และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในกรณีนี้ การพัฒนาไอศกรีมจากกล้วยหอมทองของชุมชนสามารถเป็นตัวอย่างในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์และสามารถต่อยอดไปสู่สินค้าอื่น ๆ
- 2) การใช้ผลการวิจัยในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชนสามารถช่วยเสริมสร้างเครือข่ายการผลิต การตลาด และการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น โดยการใช้ประโยชน์จากทฤษฎีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จะทำให้ชุมชนสามารถเข้าถึงตลาดที่มีความต้องการสินค้าทางวัฒนธรรมและเพิ่มการเติบโตของเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการศาสนา. (2532). **ประวัติวัดทั่วราชอาณาจักร เล่ม 8**. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์การศาสนา.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (มปป.). **คู่มือพัฒนามูลค่าเพิ่ม**. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. กรุงเทพมหานคร.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). **สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมือง และสื่อการศึกษา**. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- จุฑามาศ วิศาลสิงห์, ญัฐกานต์ พุกษ์สรนันท์ และ สมยศ แก่นหิน (2561). **แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหาร**. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- จิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2560). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี**. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จันทนา เจริญวิริยะภาพ และคณะ. (2546) **เครือข่ายกองทุนหมุนเวียนชาวบ้านสงขลาบูรณาการใช้เงินเป็นเครื่องมือสร้างสวัสดิการชุมชน**, กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).
- ญัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์. (2564). **การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากมรดกทางวัฒนธรรมสู่วิสาหกิจชุมชน**. รายงานการวิจัยภายใต้ชุดโครงการ มรดกทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เทศบาลตำบลแม่จัน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สวท).
- ดิเรก ปทุมศิริวัฒน. (2549). **บทความวิชาการทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญากับการ สร้างสรรค์คุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ**. กรุงเทพฯ. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- เทศบาลนครเชียงราย.(2560).วัดในเขตเทศบาลนครเชียงราย.เชียงราย : เทศบาลนครเชียงราย.
- ทรงคุณ จันทจร, พิสิฐ บุญไชย, และ ไพรัช ถิตย์ผาด. (2552). **คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับ**
การนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงวัฒนธรรม.

- บุษยมาส ชื่นเย็น และคณะ. (2566). การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**. (10)2 (2566): กรกฎาคม – ธันวาคม 2566.
- ปัญญา เลิศไกร. (2550). **แนวคิดและรูปแบบการจัดสวัสดิการชุมชนที่ประสบความสำเร็จ**. ภาคนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พระครูสิริธรรมบัณฑิต และคณะ. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง. **วารสารวิจัยวิชาการ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2** (มีนาคม-เมษายน 2566).
- พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561.**
กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน).
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย**. วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนาศาสตร์ ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม 2556.
- พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์. (2563). การประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์มะพร้าวตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม. **วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ**. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มิ.ย. 2563) หน้า 95-108.
- มณี พยอมยงค์. (2548). **ประเพณีสิบสองเดือนล้านนาไทย** (พิมพ์ครั้งที่ 5). เชียงใหม่: ส.ทรัพย์การพิมพ์.
- ระพีพรรณ คำหอม. (2545) **สวัสดิการสังคมกับสังคมไทย**, กรุงเทพฯ: สามเจริญพานิชย์.
- รัชฎาพร เกตานนท์แนวแห่งธรรม. (2560). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**, 10(1), 994-1013.
- วัดสักกวัน. (2564). เอกสารประกอบงานพิธีถวายผ้าทอดกฐินพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ณ วัดสักกวัน ต.ริมกก อ.เมือง เชียงราย จ.เชียงราย วันศุกร์ที่ 19 พฤศจิกายน 2564.
- สันติชัย แยมใหม่. (2564). **หน้าพรานจิวและเทริดจิว : การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่สินค้าทางวัฒนธรรม**. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 10(1)** (มกราคม-มิถุนายน 2564) หน้า 84-111.
- สำนักงานจังหวัดเชียงราย. (2566). **แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย พ.ศ.2566-2570**. คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดเชียงราย สำนักงานจังหวัดเชียงราย ศาลากลางจังหวัดเชียงราย.

- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2564). **รายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน).
- สำนักศิลปะและวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. (มปป.). ประเพณีตานข้าวใหม่ ข้าวลั่นบาตร ข้าวหลาม ข้าวจี. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2564, จาก http://www.culture.lpru.ac.th/Prapenee_
- สุทธิศักดิ์ ปาลโพธิ์. (2565). **ท่องล่านาบนหลังช้าง ของโฮลต์ ฮาลเลตต์ พ.ศ. 2427** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์ริเวอร์บุ๊ค.
- สุพาดา สิริกุดตา. (2557). แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของจังหวัด
สิงห์บุรี ประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. 17 (17), 215-230.
- ณัฐชา รัตนพันธุ์, โสวัตรี ณ ถลางและภัทรพรรณ ทำดี (2566). **การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัว โดยครอบครัวมนูทัศน์ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**, 15(1), 1-17.
- ศิริกัญญา อารยะจารุและเก่งกาจ ต้นทองคำ. (2567). **การวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนสู่การพัฒนาารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน. วารสาร มจร ปรัชญาปริทรรศน์**, 7(2), 262-277.
- ฐิติพงศ์ ชูจิตต์, นนทวรรณ ดีโต, นวพร ทองคำ, พงษ์พงศ์ อินทรกลัด, สายน้ำฟ้า น้อยวัน และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์. (2564). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรมวิถีชุมชนของกลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากลูกจาก จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารชัยพฤกษ์ภิรมย์**, 3(1), 82-92.
- ธิดาณิดา จินาจันทร์. (2565). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจกโหล่งลี้ โดยใช้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน. วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคม**, 10(1), 168-178.
- อัจฉรีย์ มานะกิจ และประสพชัย พสุนนท์. (2563). **การจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์**, 15(2), 15-28.
- NBT Digital. (2566). **ยูเนสโก" ประกาศ! 'เชียงใหม่' เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ 'สุพรรณบุรี' เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี ปี 2566. สืบค้นจาก**

<https://nbt2hd.prd.go.th/th/content/category/detail/id/2153/iid/229286>. เมื่อ
วันที่ 26 มีนาคม 2567.

Samerjai, C. (2005). **The Small Business Management**. Bangkok: SE-Education.

TCDC. (2020). **Art and design**. Retrieved June 5,
2020.[http://www.tcdc.or.th/articles/design-creativity/17101/#-ศิลปะกับการ
ออกแบบ-บทเรียนบทเก่าที่อาจต้องทบทวนใหม่](http://www.tcdc.or.th/articles/design-creativity/17101/#-ศิลปะกับการออกแบบ-บทเรียนบทเก่าที่อาจต้องทบทวนใหม่).

Watcharin Charungchittisunthorn. (2005). i.d. story theory & concept of design.Bangkok.
iDesign Publishing.

ผู้ให้สัมภาษณ์

ศรินวล อภิทะนัง.ผู้สูงอายุในชุมชนป่าตึงริมกก. 30 มิถุนายน 2567. สัมภาษณ์.

พระภิกษุณั ยอดสุวรรณ. เจ้าอาวาสวัดสักกวัน.9 กรกฎาคม 2567. สัมภาษณ์.

เทศบาลนครเชียงราย.(2560).วัดในเขตเทศบาลนครเชียงราย.เชียงราย : เทศบาลนครเชียงราย.

ราช สุวรรณ.เกษตรกรเจ้าของสวนกล้วยหอมในชุมชนป่าตึงริมกก. 6 ตุลาคม 2567. สัมภาษณ์.

ส่วน ค : ประวัติคณะผู้วิจัย

แบบฟอร์มประวัติ
(Curriculum Vitae)

1. ข้อมูลส่วนตัว

- 1.1. ชื่อ – สกุล นางสาวณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์
- 1.2. วัน/เดือน/ปีเกิด 27 เมษายน 2526
- 1.3. ที่อยู่ปัจจุบัน 304/1 หมู่ 1 ตำบลร่องฟอง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ รหัสไปรษณีย์ 54000
โทรศัพท์ 086-324-8633 E-mail natthiya_natt@hotmail.com
- 1.4. ที่ทำงาน/หน่วย สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
เลขที่ 80 หมู่ 9 ถนนพหลโยธิน
ตำบล/แขวง บ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
รหัสไปรษณีย์ 57100 โทรศัพท์ 0 5370 2870 โทรสาร 0 5370 2870 ต่อ 105

2. ข้อมูลการศึกษา

- 2.1. คุณวุฒิ
 - ระดับปริญญาตรี
วิชาเอก สหวิทยาการสังคมศาสตร์
สถานที่ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประเทศไทย
 - ระดับปริญญาโท
วิชาเอกชนบทศึกษาและการพัฒนา
สถานที่ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประเทศไทย

3. ข้อมูลประสบการณ์/ความถนัด/ความสนใจพิเศษ

- 3.1. ประสบการณ์ในการทำงานที่ผ่านมา เลขานุการ สาขาวิชาการพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (ปัจจุบัน)

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ - สกุล นางสาวเบญจมาศ เมืองเกษม
 วัน เดือน ปี เกิด 11 มกราคม 2516
 ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ 99 หมู่ 8 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
 ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2538	ศิลปศาสตรบัณฑิต (พัฒนาชุมชน) สถาบันราชภัฏนครปฐม
พ.ศ. 2548	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2558	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (พัฒนศึกษา) มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2538-2540	นักวิชาการศึกษา กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ กรุงเทพฯ
พ.ศ. 2540-2545	ผู้ช่วยนักวิจัย สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ
พ.ศ. 2546-2548	นักฝึกอบรม ฝ่ายการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิรูป ศูนย์อเมริกันเพื่อแรงงานนานาชาติ กรุงเทพฯ
พ.ศ. 2548 - ปัจจุบัน	อาจารย์คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ประวัตินักวิจัย

ผศ.นครินทร์ น้ำใจดี

ข้อมูลเบื้องต้น

- อายุ 39 ปี
- สัญชาติ ไทย
- เชื้อชาติ ไทย
- ศาสนา พุทธ
- ความสามารถด้านภาษา ไทย และ อังกฤษ

ประวัติการศึกษา

- **บัณฑิตศึกษา** สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากร วัฒนธรรม คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร(พฤษภาคม พ.ศ.2552 – พฤษภาคม พ.ศ.2555)
- **ปริญญาตรี** นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย (พฤษภาคม พ.ศ.2546 – ตุลาคม พ.ศ. 2550)

ประวัติการทำงาน

ตุลาคม 2561 – ปัจจุบัน ประธานแผนกวิชาการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม
สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

16 มีนาคม 2558 – 2560 อาจารย์ประจำสาขาการจัดการภูมิปัญญา และทรัพยากร
ทางวัฒนธรรม สำนักวิชาสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย

13 สิงหาคม 2557 –31 ธันวาคม2557อาจารย์พิเศษ วิชา มรดกและอารยธรรมของชาติ(Nation Heritage and Civilization)คณะมนุษยศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ภาควิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

1 ตุลาคม 2556 – 31 ตุลาคม 2557 พนักงานวิจัยกลุ่มสังคมวัฒนธรรม สถาบันวิจัยภาษาและ วัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ.2551 - พ.ศ.2554 ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย โรงเรียนสาธิตบางนา
จังหวัดสมุทรปราการ

งานบริหาร

- ตุลาคม 2562 – ปัจจุบัน ประธานแผนกวิชาการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม
สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- ตุลาคม 2561 ประธานสาขาวิชาการจัดการภูมิปัญญาและทรัพยากรทาง
วัฒนธรรม สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

- **พ.ศ.2559-พ.ศ.2560** กรรมการสมาคมนักศึกษาเก่า มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
จังหวัดเชียงราย
- **พ.ศ.2551** ประธานชมรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

โครงการ

- **พ.ศ.2562** กิจกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของสาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา กิจกรรมบูรณาการงานวัฒนธรรมกับการเรียนการสอนและการวิจัย มาตรฐานทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม สำนักวิชาสังคมศาสตร์ และรายวิชานันทนพินัน ของนักศึกษา สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- **พ.ศ.2561** การสำรวจข้อมูลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมการร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้(บูรณาการพหุกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนในจังหวัดเชียงราย
- **พ.ศ.2561** จัดกิจกรรมสืบค้น ถ่ายทอดประวัติศาสตร์ท้องถิ่น กับการสร้างพลังความตระหนักรู้ท้องถิ่นให้นักศึกษา ชาวบ้านชุมชนกัวพร้าว ชุมชนหนองครก ในวันที่8 กุมภาพันธ์ 2561 (ทำผ้าห่อคัมภีร์)
- **พ.ศ.2560** หัวหน้าโครงการกิจกรรมเผยแพร่และบูรณาการงานศิลปวัฒนธรรมกับงานวิจัย และการเรียนการสอนวิชาWCM3119 ชุมชนกับการจัดการภูมิปัญญา รูปแบบกิจกรรมเป็นการสร้างกระบวนการทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ด้วยการนำผู้เรียนลงไปศึกษา ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชียงราย เป็นการส่งเสริมให้นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย สำนักงานเทศบาลนครเชียงราย และคนในชุมชนท้องถิ่นเชียงรายย่านตลาดสดเทศบาลนครเชียงราย เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันอันนำไปสู่ความเข้าใจ ประวัติศาสตร์พัฒนาการของย่านเมืองเก่าเชียงรายและสามารถนำไปสู่การจัดการย่านเมืองเก่าเพื่อความยั่งยืนได้ในอนาคตเพื่อผลักดันให้เกิดการผลิตงานเขียนข้อมูลทางประวัติศาสตร์ เพื่อนำไปสู่การจัดแสดงผลงาน
นิทรรศการ“เมืองเชียงราย พิพิธภัณฑสถานที่มีชีวิต(ปีที่3) ในวันที่ 18พฤศจิกายน 2560 ณ ถนนคนเดิน จังหวัดเชียงราย จำนวน 4 ชุด ชุดที่ 1 การกำเนิดสังคมชาวจีนใน เชียงราย , ชุดที่2 การกำเนิดชุมชนชาวจีนในเชียงรายได้ในเชียงรายได้,ชุดที่3ชุมชนชาว ปาทาน กลุ่มเลี้ยงปศุสัตว์หลายใหญ่ของเมืองเชียงราย ,ชุดที่4 แผนที่แหล่ง ทรัพยากรทาง วัฒนธรรมที่สำคัญของย่านเมืองเก่าเชียงราย โดยภายหลังการจัดแสดงผลงานมี การ มอบป้ายให้กับเจ้าแหล่งทรัพยากรเพื่อส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนงานประวัติศาสตร์ท้องถิ่นให้กับชุมชน
- **พ.ศ.2559** หัวหน้าโครงการกิจกรรมเผยแพร่และบูรณาการงานศิลปวัฒนธรรมกับงานวิจัย และการเรียนการสอนวิชาWCM3119 ชุมชนกับการจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ท้องถิ่น ด้วยการจัดนิทรรศการเคลื่อนที่นอกสถานที่ “ธนาลัย อุดรกิจ พิพิธภัณฑสถานที่มีชีวิต(ปีที่2)
- **พ.ศ.2558** หัวหน้าโครงการบูรณาการงานบริการวิชาการแก่สังคมกับการใช้กระบวนการทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ผ่านการจัดกิจกรรมอบรมถ่ายทอดความรู้ “นักประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมืออาชีพ” ในวันศุกร์ที่ 6 พฤศจิกายน 2558 และกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ท้องถิ่น ด้วยการจัดนิทรรศการเคลื่อนที่นอกสถานที่ “ธนาลัย อุดรกิจ พิพิธภัณฑสถานที่มีชีวิต(ปีที่1) ” ณ บริเวณ ถนนคนเดิน จังหวัดเชียงราย

วิทยากร / งานบรรยาย ภายนอกและภายในหน่วยงาน/ที่ปรึกษา/ผู้ทรงคุณวุฒิ

- **พฤศจิกายน 2564** คณะกรรมการดำเนินการออกแบบลวดลายผ้าและเครื่องแต่งกายจังหวัดเชียงราย
- **เมษายน 2564** จัดนิทรรศการเกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรมการแต่งกายล้านนา ซึ่งถือเป็นหนึ่งในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการวิจัยเพื่อบริการวิชาการสู่ชุมชนและท้องถิ่นกิจกรรม “กินแลง แต่งเมือง” ในระหว่างวันที่ 1 – 2 เมษายน 2564 ณ ลานกิจกรรมหมู่บ้านปางลาว ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
- **เมษายน 2564** วิทยากรเสวนาในหัวข้อ “ผ้าพื้นเมืองชนเผ่า” ร่วมกับเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นล้านนา ได้จัดกิจกรรมมหกรรมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นล้านนา ครั้งที่ 3 “มหัศจรรย์สีสันเส้นด้ายลายผ้าล้านนา” โดยร่วมกับศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) ในระหว่างวันที่ 24 - 26 มีนาคม 2564 ณ วัดศรีดอนคำ ตำบลห้วยอ้อ อำเภอลอง จังหวัดแพร่
- **มีนาคม 2564** ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการวิจัยเพื่อบริการวิชาการสู่ชุมชนและท้องถิ่น เรื่อง การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 7 มีนาคม 2564 เวลา 8.30-14.00 น. ณ ศาลเจ้ามูลนิธิสาธารณกุศลสงเคราะห์เชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
- **มีนาคม 2564** วิทยากรบรรยายประชุมภาคีอนุรักษฯ กลุ่มจังหวัดฯ ด้วยสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและศิลปกรรมทั่วประเทศ โดยสำนักจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม ร่วมกับหน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและศิลปกรรมท้องถิ่นจังหวัดเชียงราย เรื่อง เมืองเก่าเชียงรายในระบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงตอนบน วันที่ 19 มีนาคม 2564 ณ โรงแรมทีเค การ์เดน สเปา รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
- **ธันวาคม 2563** ร่วมจัดนิทรรศการผลงานโครงการวิจัย เรื่องการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในเขตย่านเมืองเก่า อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงรายกับการเป็นเมืองที่ยั่งยืน ซึ่งอยู่ภายใต้โครงการวิจัย เรื่องมรดกทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เทศบาลตำบลแม่จัน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย และเพื่อเป็นการบริการวิชาการให้กับท้องถิ่น ระหว่างวันที่ 24 ธันวาคม 2563 -มกราคม 2564
- **เมษายน 2563** ประธานคณะกรรมการประเมินคุณภาพการศึกษาระดับหลักสูตรวัฒนธรรมศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- **มีนาคม 2563** วิทยากรในรายการ ศิลป์โมสร Liber Art Channel ในหัวข้อ “ผ้าไทยในบริบทพหุลักษณะ” ในวันที่ 19 มีนาคม 2563 ณ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- **กุมภาพันธ์ 2563** วิทยากรร่วมบรรยายข้อมูลเกี่ยวกับย่านพื้นเมืองของจังหวัดเชียงรายและประเทศไทยให้กับกลุ่ม Hug เชียงฮาย ในงาน “ทิพจักรอิวิงค์ เจ้าเจ็ดตน บนแผ่นดินเชียงราย” ในวันที่ 29 กรกฎาคม 2563 ณ ลานธรรมลานศิลป์ ถิ่นพญามังราย ศาลากลางหลังแรก จังหวัดเชียงราย
- **พฤศจิกายน 2562** วิทยากรในหัวข้อ “การศึกษาร่องรอยของมรดกทางวัฒนธรรมที่เกิดจากคุณูปการของกลุ่มมิชชันนารี ต่อจังหวัดเชียงราย ในย่านตัวเมืองเก่าเชียงราย” ในวันศุกร์ที่ 22 พฤศจิกายน 2562 ณ ห้องประชุมดอกแก้ว ชั้น2 บ้านแห่งความทรงจำโรงพยาบาลโอเวอร์บรู๊ค จังหวัดเชียงราย
- **กันยายน 2562** วิทยากร หัวข้อ "ตาก" เมืองลูกผสม: พรมแดนวัฒนธรรมสยาม-ล้านนา” ในงานประชุมเครือข่ายล้านนา ในหัวข้อ “Decentralizing Lanna Studies” ในวันศุกร์ ที่ 20 กันยายน 2562 ณ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย
- **พ.ศ.2562** คณะทำงานวิชาการ จัดทำผังแม่บทการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่าตาก

- **พ.ศ.2561** วิทยากร หัวข้อ “การจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของเมืองเชียงราย” สำนักวัฒนธรรมกีฬา และการท่องเที่ยว โดยกองการท่องเที่ยว ได้จัดโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรการท่องเที่ยว ระหว่างวันที่ 18 - 19 กรกฎาคม 2561
- **พ.ศ.2560** กรรมการตัดสินการประกวดพ็อนนาฏศิลป์สร้างสรรค์ จินตลีลาร่วมสมัย ในวันที่ 9 ธันวาคม 2560 ณ วิปัสสนาคารนานาชาติ(วิหารดิน) ศูนย์วิปัสสนาสากลไร่เชิญตะวัน จังหวัดเชียงราย
- **พ.ศ.2560** กรรมการตัดสินการแข่งขันศิลปหัตถกรรม นักเรียนประจำปีการศึกษา 2560 ด้านดนตรีและศิลปะการแสดง ระดับเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต3 ในระหว่างวันที่ 19 -20 กันยายน 2560 ณ โรงเรียนบ้านแม่จัน(เชียงแสนประชานุสาสน์) อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
- **พ.ศ.2559** คณะกรรมการตัดสินการประกวดนิทรรศการพระราชกรณียกิจ ตามพระราชดำริ โดยกรรมการจัดงาน จังหวัดเชียงราย เมื่อระหว่างวันที่ 28 -29 พฤศจิกายน 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- **พ.ศ.2559** บรรยายพิเศษ เรื่อง การแต่งกายแบบล้านนา ในวันที่ 12 มิถุนายน 2559 ณ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเชียงราย
- **พ.ศ.2559** ที่ปรึกษาพิพิธภัณฑ์ทหารมณฑลทหารบกที่ 37 เพื่อจัดทำทะเบียนวัตถุพิพิธภัณฑ์ทหารมณฑลทหารบกที่ 37
- **พ.ศ.2559** วิทยากร และผู้จัดการแสดงแบบผ้าเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในชุดการแสดงแบบผ้า จำนวน2 ชุด คือ 1.เบญจภูษิตาภรณ์พิลาส 2.เกลียวฝ้ายดำ ฮูกไหม สายใย ลุ่มน้ำโขง” และวิทยากรให้ความรู้ “ รัก รักษ์ ผ้าไทย” ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าเชียงราย ระหว่างวันที่ 12-14 สิงหาคม 2559
- **พ.ศ.2559** บรรยายพิเศษ เรื่อง ชื่นเช็กส์ ความหมายเชิงสัญลักษณ์ เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2559 ให้กับ นักศึกษา สาขาวิชามานุษยวิทยา และสังคมวิทยา สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- **พ.ศ.2558** ที่ปรึกษาคณะกรรมการพิพิธภัณฑ์เมืองเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดตาก สำนักงานเทศบาลเมืองตาก ร่วมบริหารจัดการกำหนดพื้นที่จัดวางโบราณวัตถุ ศิลปะ และภาพถ่าย ณ พิพิธภัณฑ์เมืองเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดตาก
- **พ.ศ.2557** วิทยากร และคณะผู้จัดแสดง “ นิทรรศการผ้า 5 เชียง” เป็นผลงานการจัดแสดงผ้าโบราณ ประกอบด้วย เชียงรุ่ง เชียงตุง เชียงแสน เชียงใหม่ เชียงทอง ล้วนมีความสวยงามตามแบบเอกลักษณ์ของเมืองต่าง ๆ ร่วมกับสถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล ชมรมพิพิธภัณฑ์ และ พิพิธภัณฑ์พระราชวังพญาไท (บรรยาย รูปแบบและความสำคัญของผ้าที่จัดแสดงในนิทรรศการผ่านรายการคัตข่าวดี ช่อง 13 Family เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2557)
- **พ.ศ.2557** วิทยากร กิจกรรมวัฒนธรรมแต่งกายอย่างไทย ในกิจกรรม “เทศกาลสงกรานต์บ้านตะไท่ 2557 ” ระหว่างวันที่ 12 – 16 เมษายน 2557 ณ อุทยานการเรียนรู้ TK park ชั้น 8 Dazzle Zone ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

การฝึกอบรม

- **มีนาคม 2564** อบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นกับธรรมชาติ มาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ในวันที่ 22 มีนาคม 2564 ณ โรงแรมสยามไทรแองเกิ้ล อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
- **ตุลาคม 2563** มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ร่วมกับ องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท) มีการจัดกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพของเมืองเชียงรายในการผลักดันสู่เมืองสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ประชุมเชิงปฏิบัติการและเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก ในวันอังคารที่ 27 ตุลาคม 2563 ณ โรงแรมเฮอริเทจเชียงราย จังหวัดเชียงราย
- **มิถุนายน 2563** ร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เกี่ยวกับการดำเนินงานวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนสมัชชาคุณธรรมหลักการขับเคลื่อนโมเดลจังหวัดคุณธรรม วันที่ 4 กรกฎาคม 2563 ณ ศูนย์วิปัสสนาสากลไร่เชิญตะวัน จังหวัดเชียงราย
- **พ.ศ.2560** ร่วมประชุมวิชาการและปฏิบัติการ " การสร้างเครือข่ายเพื่อการอนุรักษ์ และพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มแม่น้ำโขง" ระหว่างวันที่ 16-17 ธันวาคม 2460 ณ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร องค์การมหาชน กรุงเทพฯ
- **พ.ศ.2560** อบรมวิชาการและทักษะปฏิบัติการด้านพิพิธภัณฑ์(Museum Academy 2017) ในหัวข้อปฏิบัติการ “สวย ด้วย แสง ” ระหว่างวันที่ 24 – 28 พฤษภาคม 2560 ณ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ถนนพระราม
- **พ.ศ.2559** การประชุมปฏิบัติการระดับชาติ เรื่องการวิจัยและพัฒนาแบบมีส่วนร่วมด้านมนุษยศาสตร์ ศิลปกรรมศาสตร์และการจัดการมรดกวัฒนธรรม ระหว่างวันที่ 16-18 กรกฎาคม 2559 โดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ณ จังหวัดเชียงราย
- **พ.ศ.2559** อบรมเชิงปฏิบัติการ “รักษ์ ผ้าโบราณ” ระหว่างวันที่ 16 – 19 มิถุนายน 2559 ณ ห้องประชุมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เชียงใหม่ จากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิของจังหวัดเชียงใหม่ นักวิทยาศาสตร์ กลุ่มวิทยาศาสตร์เพื่อการอนุรักษ์ สำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร
- **พ.ศ.2557** โครงการพิพิธภัณฑ์สถานวิทยา (ปีที่ 12) จัดโครงการอบรมโดย สำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ระหว่างวันที่ 1 – 29 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ณ สำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ถนนศรีอยุธยา กรุงเทพฯ
- **พ.ศ. 2556** คณะทีมงานฝ่ายเครื่องแต่งกายและการแสดง ในงาน “สืบสานตำนานผ้าไทยสายใยสู่อาเซียน” เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ซึ่งจัดโดย มหาวิทยาลัยมหิดล เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2556 ณ ห้องคริสตัลฮอลล์ โรงแรมพลาซ่า แอทธินี รอยัลเมอริเดียน กรุงเทพฯ พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชทินนิตตามาตุ เสด็จไปทรงเป็นประธานเปิดงาน
- **พ.ศ.2552** เข้าร่วมโครงการ “รวมพลังสร้างสรรค์เด็กไทยส่งเสริมนิสัยรักการอ่านครั้งที่ 1” คณะศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร กรุงเทพฯ ระหว่างเดือนมีนาคม – กันยายน พ.ศ.2552

การบริหารงานวิจัย

- นครินทร์ น้าใจดี (2565)เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทุนทางวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาสู่ย่านแห่งการเรียนรู้กรณีศึกษา ย่านถนนพหลโยธินสายเก่า เชียงราย (ผู้ร่วมโครงการ สนับสนุนการวิจัยจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่(บพท.)

- นครินทร์ น้ำใจดี (2565) ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นย่านเมืองเก่าชุมชนฮ่อมตอย กับการส่งเสริมให้เป็นย่านสร้างสรรค์ของจังหวัดเชียงราย ได้รับทุนจาก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (หัวหน้าโครงการย่อย) (อยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย)
- นครินทร์ น้ำใจดี (2564) การฟื้นฟูประเพณีท้องถิ่นย่านเมืองเก่าเชียงราย เพื่อการส่งเสริมย่านสร้างสรรค์เมืองเก่าเชียงราย.โครงการวิจัยย่อยภายใต้ชุดโครงการวิจัยการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ย่านสร้างสรรค์ เมืองเก่าเชียงราย. ได้รับงบประมาณจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่(บพท.) (อยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย) (หัวหน้าโครงการย่อย) (อยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย)
- นครินทร์ น้ำใจดี (2564) การพัฒนาอาหารจีนแคะ(ฮากกา) เชิงสร้างสรรค์ให้เป็นตำรับอาหารที่แสดงอัตลักษณ์ ย่านเมืองเก่าเชียงราย. ได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.(หัวหน้าโครงการ) (อยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย)
- นครินทร์ น้ำใจดี (2563) การศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในเขตย่านเมืองเก่า อำเภอ แม่จัน จังหวัดเชียงราย กับการเป็นเมืองที่ยั่งยืน. ภายใต้ชุดโครงการวิจัยมรดกทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เทศบาลตำบลแม่จัน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ได้รับทุนจาก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (หัวหน้าโครงการย่อย)
- นครินทร์ น้ำใจดี (2562) การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.ได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.(หัวหน้าโครงการ)
- นครินทร์ น้ำใจดี (2561) แนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นชุมชนตำบลนางแลอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. ได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. (หัวหน้าโครงการ)
- นครินทร์ น้ำใจดี (2561) การศึกษาเพื่อจัดทำแผนที่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมในเขตพื้นที่เมืองเก่าเชียงราย/มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.ได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.(หัวหน้าโครงการ)
- นครินทร์ น้ำใจดี (2559)แหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นผ่านเส้นทางการค้าสายเชียงราย-เชียงใหม่. ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) (หัวหน้าโครงการ)
- นครินทร์ น้ำใจดี (2558) การจัดการความรู้ทุนทางสังคม และวัฒนธรรม ในชุมชน ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย: การขับเคลื่อนสังคมแห่งการเรียนรู้ในการพัฒนาชุมชนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนลาวี ได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.(หัวหน้าโครงการ)
- นครินทร์ น้ำใจดี (2558) การใช้กระบวนการทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในการสอนรายวิชาชุมชน กับ การจัดการ ภูมิปัญญา และทรัพยากรทางวัฒนธรรม. ได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.(หัวหน้าโครงการ)
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2556). ข้อมูลการแสดงโขนของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ. สำนักงานวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม เพื่อนำไปใช้ในการจัดทำเว็บไซต์เสมือนจริง “นิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ อัคราภิรักษศิลป์”

บทความวิชาการ

- นครินทร์ น้ำใจดี. (2566).การศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในเขตย่านเมืองเก่า อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย กับ การเป็นเมืองที่ยั่งยืน.วารสารอารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน ปีที่14 ฉบับที่1 ประจำเดือน มกราคม - มิถุนายน 2566 .
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2565). การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่า เชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.วารสารปัญญาวิวัฒน์ ปี ที่14 ฉบับที่2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2565 .
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2565). การจัดทำแผนที่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมในเขตพื้นที่เมืองเก่า จังหวัดเชียงราย . วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีที่ 16 ในฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - เมษายน 2565. หน้า 70-86. วารสารฐานข้อมูล TIC กลุ่ม 1)
- ศศิพัชร์ เมฆรา นครินทร์ น้ำใจดี และคณะ. (2564). มรดกทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เทศบาลตำบลแม่จัน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย.วารสารนิติ รัฐกิจ และสังคมศาสตร์ สำนักวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ปีที่5 ในฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2564). หน้า 183 -195.
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2564). Study of the Important Local Cultural Resources in Chiang Rai Old Town which Can Be Used as a Cultural Capital to Build a Souvenir in Chiang Rai Old Town. วารสารนาบุตรปริทรรศน์ ปีที่13 ฉบับที่1 เดือนมกราคม- เมษายน 2564.
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2563) การสำรวจและศึกษาภาพรวมทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญในเขตย่านเมืองเก่าเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ ปีที่ 13 ในฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม - เมษายน 2563.น.37-47
- Nakarin namjaidee .(2019).Special Issue of Rajabhat Chiang Mai Research Journal of ICRUContent: Reviving of Chiang Saen Trade route with the Knowledge center and Community engagement. Page: 21-29
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2559).ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น-พัฒนาการย่านเมืองเก่าเชียงราย กับการเป็นสังคมพหุ วัฒนธรรม. วารวิจัยราชภัฏพระนครสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ฉบับพิเศษการประชุมวิชาการระดับ และนานาชาติ ราชภัฏวิจัยครั้งที่ 4 .
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2557). โชนของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ : กระบวนการจัดสร้าง อนุรักษ์ พัฒนารูปแบบ.วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับ ภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ปีที่ 34 ฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม) พ.ศ.2557.
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2556). แนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้ตรอกบ้านจีน ตำบลสระแหง อำเภอ เมือง จังหวัดตาก “The Way to Develop the Management About the Result of Knowledge at Trok Baan Chin in Rachaeng Subdistrict, Mueang District, Tak Province. วารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ กองทุนสนับสนุนการวิจัย ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 พฤศจิกายน – ธันวาคม 2556.

การนำเสนอบทความวิชาการ

- นครินทร์ น้ำใจดี. (2566).ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นย่านเมืองเก่า ภูเขาศักดิ์สิทธิ์กับการส่งเสริม ให้เป็นย่านสร้างสรรค์.การประชุมวิชาการระดับชาติ พะเยาวิจัยครั้งที่ 12 ระหว่างวันที่ 25-27 มกราคม .

- นครินทร์ น้ำใจดี.(2564).การศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ย่านเมืองเก่าแม่จัน อำเภอแม่จัน จังหวัด เชียงราย.การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 6 วันที่ 17-18 สิงหาคม 2563 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- Nakarin Namjaidee. (2020). Study of the Important Local Cultural Resources in Chiang Rai Old Town which Can Be Used as a Cultural Capital to Build a Souvenir in Chiang Rai Old Town. ในงานประชุมระดับนานาชาติ In the 2nd ICRU International Conference on World Sustainable Development(WSD 2020): “Sustainable Community Development” February 17-19,2020 . Nakhon Si Thammarat Rajabhat University. Nakhon Si Thammarat,Thailand.
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2563).การศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ย่านเมืองเก่าแม่จัน อำเภอแม่จัน จังหวัด เชียงราย.การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 6 วันที่ 17-18 สิงหาคม 2563 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2563). การอนุรักษ์อาคารเก่าที่ทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ในเขตย่านเมืองเก่า เชียงราย โดยเจ้าของอาคารเพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สอยในบริบทสมัยใหม่.งานประชุมวิชาการพิพิธภัณฑ์ และมรดกวัฒนธรรม ครั้งที่1 ณ ห้องออติทอเรีย 1 อาคารพิพิธภัณฑ์ธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ พิพิธภัณฑ์ ธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ในวันที่21 กุมภาพันธ์ 2563.
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2560).การถ่ายทอดประวัติศาสตร์ท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.การประชุม International Interdisciplinary Conference 2 0 1 9 “On the move:Indigenous Knowledge, Language and Culture,Tourism and Creative Economy in Asia and Beyond” ในวันที่ 3 กรกฎาคม 2562 ณ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
- นครินทร์ น้ำใจดี และธันวา อารีย์ . (2562) .สับปะรดนางแล : สินค้าทางวัฒนธรรม ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย .รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่7 และนานาชาติ ครั้งที่1 “การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลความท้าทายและโอกาสในการจัดการธุรกิจ” วันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ.2562 ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี,419-432.
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2560).ชิมชา กาแฟดอยวาวี: เทศกาลประดิษฐ์เพื่อการเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม Wawee tea tasting and luscious coffee of Doi Chang Festival :Invented Tradition for the Cultural products.การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการระดับชาติครั้งที่ 13 การพัฒนาในศตวรรษที่21 . วันศุกร์ที่ 20 มกราคม 2560 โรงแรมวังคำ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2559).ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น-พัฒนาการย่านเมืองเก่าเชียงราย กับการเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม.การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 4” ภายใต้ชื่อ “การสร้างสรค์นวัตกรรมและงานวิจัย มาตรฐานการผลิตและพัฒนาบุคลากรทางการศึกษา คลังปัญญาในการบริการวิชาการสู่ความเข้มแข็งและยั่งยืนของชุมชน (4th Rajabhat University National and International Research and Academic Conference : RUNIRAC IV)” ในวันที่ 22-24 พฤศจิกายน 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

- นครินทร์ น้ำใจดี. (2559).ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นย่านธนาลัย อุดรทิจ กับแหล่งเรียนรู้ด้านสังคมพหุวัฒนธรรม เชียงราย. การประชุมวิชาการระดับชาติ ภาษาและวัฒนธรรม 2559 เรื่องการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม: อนาคตและความท้าทายของประเทศไทย. วันที่ 26 กรกฎาคม 2559 ณ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรม เอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2559).ย่านถนนธนาลัย และถนนอุดรทิจ พิพิธภัณฑ์เมืองเก่าเชียงรายที่มีชีวิต. ในงานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่4 ศิลปการวิจัยและสร้างสรรค์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ครั้งที่ 4 ประจำปี 2559 วันศุกร์ที่ 13 พฤษภาคม 2559 ณ โรงแรมโนโวเทล หัวหิน อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี .
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2557). กระบวนการจัดแสดงข้อมูลนิทรรศการศิลปาชีพ : กระบวนการถ่ายทอด รื้อ พื้น พัฒนารูปแบบ ที่งดงามและทันสมัย . การประชุมวิชาการระดับชาติ “ภาษาและวัฒนธรรม 2557 เรื่อง “วัฒนธรรมสมัยนิยม” สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา นครปฐม ในวันที่ 28 กรกฎาคม 2557.
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2555). การเสนอแนวทางการจัดการแหล่งเรียนรู้ตรอกบ้านจัน ตำบลระแหง อำเภอเมือง จังหวัดตาก. ในงานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่5 ศิลปการวิจัยและสร้างสรรค์

งานสร้างสรรค์และออกแบบผลงาน

- พ.ศ.2563 สิทธิบัตร ประเภท ปีที่ได้รับการจด จดแบบ ครอบคลุมประเทศ เลขที่คำขอ 2๐๐2๐๐446๐ วันที่ยื่นคำขอ 3๐ กันยายน 2563
ผู้ขอรับสิทธิบัตร : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ : นายนครินทร์ น้ำใจดี
ชื่อที่แสดงถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ : ลวดลายของกล่อง
- พ.ศ.2561 ร่วมโครงการ อบรมเชิงปฏิบัติการ โครงการขับเคลื่อนเมืองเชียงใหม่เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ขององค์การ UNESCO สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน และนำผลงานออกแบบชื่อ“Trans to Restro” มีแนวคิดเป็นการส่งเสริมคุณค่า (Value) ทางของลวดลายขึ้นต้นจกในกลุ่มราชสำนัก มาจัดวางลวดลายจาก ลวดลายด้วยเทคนิคการปักลงบนเสื้อผู้ชายที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวปกากะญอ เพื่อให้เหมาะกับการนำไปใช้ในการออกแบบผลงานที่ทันสมัย โดยจัดแสดงภายใน Exhibition : Chiang Mai Crafts Fair 2018 ระหว่างวันที่ 8-16 ธันวาคม 2561 ณ หอประวัติศาสตร์เมืองเชียงใหม่

หนังสือ

- นครินทร์ น้ำใจดีและคณะ(2564).ผู้คน จิตวิญญาณ ย่านเมืองเก่า .เชียงราย.เลขISBN:978-615-586-923-2
- นครินทร์ น้ำใจดีและคณะ(2562).นิทานตำนาน: ประวัติศาสตร์เรื่องเล่าจากคนใน(ท้องถิ่น) .เชียงราย.เลข ISBN:978-616-485-064-4
- นครินทร์ น้ำใจดีและคณะ(2561).ชุมชนกับการจัดการภูมิปัญญาและทรัพยากรทางวัฒนธรรม.เลขISBN:978-616-478-232-7

รางวัล

- มิถุนายน 2564 รางวัลการนำเสนอผลงานวิชาการ ระดับดีเด่น(ภาคบรรยาย) หัวข้อ จินฮากกา กับ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ของย่านเมืองเก่าเชียงราย ในงานประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ครั้งที่1 วันที่ 24-25 มิถุนายน 2564
- February 2020 Excellent Oral Presentation Award for a paper entitled **.Study of the Important Local Cultural Resources in Chiang Rai Old Town which Can Be Used as a Cultural Capital to Build a Souvenir in Chiang Rai Old Town.** ในงานประชุมระดับนานาชาติ In the 2nd ICRU International Conference on World Sustainable Development (WSD 2020):“Sustainable Community Development”. Nakhon Si Thammarat Rajabhat University. Nakhon Si Thammarat,Thailand.
- กุมภาพันธ์ 2563 รางวัลเกียรติคุณ “ราชภัฏสุดดี” นักวิจัยรุ่นใหม่ดีเด่น สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
- มีนาคม 2562 รางวัลเชิดชูเกียรติ “ราชภัฏศิลปวัฒนธรรม” ผู้มีผลงานดีเด่นด้านการแต่งกายและสนับสนุนการแต่งกายแบบพื้นเมืองล้านนา และชาติพันธุ์

ติดต่อ

สาขาวิชาสังคมศาสตร์ สำนักวิชาสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย 80 หมู่ 9 ต.บ้านดู่ อ.เมือง จ.เชียงราย

โทรศัพท์ +66 85 319 1930 อีเมล nakarinja@hotmail.com