

การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่าย พิพิธภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง

The Production of Creative Economic Products on Community Museum Network in Lampang Province



สมจันท์ ศรีปรัชยานนท์^{*1}, พระมหาสุพัตร์ วชิราวุธ²,
สัททยา วิเศษ³, เบญญาดา กระจ่างแจ้ง⁴, ปานิสรา เทพรักษ์⁵

Somchan Sripraschayanon¹, Phramaha Supat Vachiravudho²,

Sahathaya Wises³, Benyada Krajangjeang⁴, Panisara Theprak⁵

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง^{1,5}, วิทยาเขตนครราชสีมา²,

วิทยาเขตพะเยา³, มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตสระแก้ว⁴

Mahachulalongkomrajavidyalaya University, Nakhon Lampang Buddhist College^{1,5},

Nakhon Ratchasima Campus², Phayao Campus³,

Burapa University, Sa Kaeo Campus⁴

Corresponding Author, E-mail: sartsirin@gmail.com*

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดการผลิตผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น 2) เพื่อศึกษาการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง 3) เพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปฏิบัติการ โดยมีเครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสนทนากลุ่มย่อย ชุดปฏิบัติการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากนั้น วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

ผลการวิจัย พบว่า 1) แนวคิดการผลิตผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ (1) การผลิตผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยจากการจัดการของชุมชนเอกชนและหน่วยงานภาครัฐ (2) การผลิตผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑ์ชุมชนในต่างประเทศ (3) การวิเคราะห์การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยในประเทศไทยเน้นการผลิตเครื่องใช้ เครื่องแต่งกายและสินค้าตามความเชื่อ ส่วนต่างประเทศมุ่งเน้นสร้าง



ประสบการณ์แปลกใหม่และคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ 2) การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์มีกระบวนการ ได้แก่ (1) กระบวนการการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยการจัดเวทีชุมชน นำเสนอรูปแบบ ระดมความคิดออกแบบ ตั้งคณการทำงาน ออกแบบผลิตภัณฑ์ และปฏิบัติการ (2) วิธีการการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยนำต้นแบบมาขยายผล อบรมเชิงปฏิบัติการ การผลิตผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ ทดลองจำหน่ายและสรุปทเรียน (3) รูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ต้นน้ำ-สำรวจบริบทชุมชน กลางน้ำ-ลงมือปฏิบัติการ เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ และปลายน้ำ-การจำหน่าย 3) แนวทางการเสริมสร้างการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ (1) การผลิตแบบมีส่วนร่วม (2) ผลิตภัณฑ์แสดงอัตลักษณ์ชุมชน (3) ผลิตภัณฑ์สร้างรายได้แก่ชุมชน องค์ความรู้จากการวิจัย พบว่า การผลิตผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน ความรับผิดชอบ ผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑ์และเครือข่ายการตลาด ซึ่งจะทำให้ชุมชนเกิดรายได้และรักษาอัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์; เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์; เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชน

Abstract

The purposes of research are 1) to study the concept of museum product local community; 2) to study the creative economic products on community museum network in Lampang Province; and 3) to present guidelines for enhancing production of creative economic products on community museum network in Lampang Province. It is a qualitative research and action research. The research tools are in-depth interview, focus group discussion, and product operation and development set. The data are performed by content analysis and creative product development processes.

The finding of research shows that 1) the concept of production of local community museums in the followings: (1) the production of local museums in Thailand with management by community, private, and government agencies; (2) the production of local community museums in foreign countries; (3) an analysis of production to creative product: in Thailand it focusses on an apparel, apparel souvenir, and products according to beliefs, while abroad it focusses on creating new

experiences and an aesthetic value. 2) The production of creative products has the process as follows: (1) the creative economic product production process by community forum, presentation of the product production model, brainstorming to design products, establishment of team work, product design, and practice; (2) the creative product production method with using product prototypes to be replicated, workshop, training, practice for producing, analysis, sell trial, and summary of lessons; and (3) product production model namely, upstream process with community survey, midstream process with action for producing creative products, and downstream processes with merchandising. 3) The approaches to promoting creative products as follows: (1) participative production; (2) identity of community products; and (3) products income for community. The body of knowledge from research indicates that the production of creative economic products on museum network are required community participation, responsibility, museum products, and marketing network which enable communities to make income and preserve an identity of sustainable capital in community.

Keywords: Product; Creative Economic Product; Community Museum Network

บทนำ

สังคมไทยประสบภาวะวิกฤติเศรษฐกิจตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ทำให้พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงตระหนักถึงการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่พระองค์ทรงได้พระราชทานไว้เมื่อปี พ.ศ. 2517 เพื่อใช้เป็นแนวทางการประกอบอาชีพและตระหนักถึงความรู้จักพอ มีเหตุผล และเป็นภูมิคุ้มกันต่อการใช้ชีวิตของสังคมไทย โดยมีองค์ความรู้ควบคู่กับคุณธรรมที่จะคอยย้ำเตือนปวงชนชาวไทยให้มีสติปัญญาที่จะนำไปสู่ความสุขในการดำเนินชีวิตอย่างแท้จริง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561) กอปรกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคนเป็นศูนย์กลางและรัฐธรรมนูญที่ให้ความสำคัญต่อชุมชนท้องถิ่น ทำให้สังคมกลับมาทบทวน

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยเฉพาะเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งห้วงระยะเวลาที่ผ่านมา การพัฒนาประเทศไม่ได้สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนท้องถิ่นหรือเศรษฐกิจฐานล่างที่มีประชากรเป็นส่วนใหญ่และสำคัญต่อความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจและสังคม ทำให้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทรงมีพระราชดำรัสแก่บุคคลต่าง ๆ ที่เข้าเฝ้าฯ ถวายชัยมงคลเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ณ ศาลาดุสิดาลัย สวนจิตรลดาฯ พระราชวังดุสิต วันพฤหัสบดีที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2540 ว่า “มันต้องถอยหลังเข้าคลอง มันจะต้องอยู่อย่างระมัดระวัง และต้องกลับไปทำกิจการที่อาจจะไม่ค่อยซับซ้อนมากนัก คือ ใช้เครื่องมือที่ไม่หรูหรา...ต้องถอยหลังเพื่อจะก้าวหน้าต่อไป” โดยการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงตามขั้นตอนทฤษฎีใหม่ที่มีขั้นตอน 3 ประการ คือ

ขั้นที่ 1 (พอเพียงในระดับครอบครัว) ให้เกษตรกรมีความพอเพียง โดยเลี้ยงตัวเองได้ระดับชีวิตที่ประหยัดก่อนผลิต เพื่อให้บริโภคในครัวเรือน ทั้งนี้ ต้องมีความสามัคคีในท้องถิ่น

ขั้นที่ 2 (พอเพียงในระดับชุมชน) ให้เกษตรกรรวมพลังกันในรูปกลุ่มหรือสหกรณ์ ร่วมแรงในการผลิต การตลาด ความเป็นอยู่ สุวีถีการ การศึกษาและศาสนา

ขั้นที่ 3 (พอเพียงในระดับประเทศ) การติดต่อร่วมมือกับองค์กรธุรกิจ เช่น แหล่งเงิน (ธนาคาร) และแหล่งพลังงาน (บริษัทน้ำมัน) ในการทำธุรกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิต ทั้งนี้ ทั้งฝ่ายเกษตรกรและฝ่ายธนาคารกับบริษัทจะได้รับประโยชน์

ทศพร แก้วขวัญไกร (2562) ได้อธิบายเกี่ยวกับการอยู่รอดของเศรษฐกิจชุมชนในสถานการณ์ปัจจุบันที่จะต้องสร้างฐานรากเพื่อความมั่นคง และเป็นภูมิคุ้มกันในระบบการแข่งขันทางเสรีนิยม ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยอาศัยพลังของคนในชุมชนในการสร้างพลังเศรษฐกิจและขับเคลื่อนในการสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเข้ามาของเศรษฐกิจภายนอกชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างเอกภาพทางเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นที่เป็นกิจกรรมภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการที่ชุมชนมีส่วนร่วมคิดร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมเป็นเจ้าของ โดยการพัฒนาจากฐานของศักยภาพของท้องถิ่นหรือทุนในชุมชน รวมถึงเงินทุน แรงงาน วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น พิพิธภัณฑสถาน วัด ที่ดิน แหล่งน้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพ สภาพภูมิประเทศ ลักษณะภูมิอากาศ ฯลฯ เพื่อให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ โดยการรวมตัวของครอบครัวเป็นชุมชนท้องถิ่นและพัฒนาเป็นเศรษฐกิจชาติตามลำดับ ขณะเดียวกันยังมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม พื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯ โดยมุ่งเน้นการบูรณาการแนวคิดที่เป็นรากฐาน ดังนี้ 1) เน้นการพัฒนา

อย่างบูรณาการ มีคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาและยึดพื้นที่เป็นหลัก 2) สร้างภาคีและเครือข่ายความร่วมมือในลักษณะพหุภาคีเพื่อประสานพลังสร้างสรรค์ ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน 3) เริ่มการพัฒนาจากชุมชนท้องถิ่นไปสู่ระดับชาติ ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนามีความต่อเนื่อง 4) ส่งเสริมการรวมกลุ่มชาวบ้านและการสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชน 5) ใช้กิจกรรมเศรษฐกิจสร้างการเรียนรู้และสร้างอาชีพที่หลากหลาย 6) ยึดปรัชญาการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง (สยามรัฐ, 2560)

การพัฒนาศักยภาพท้องถิ่นเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันต่อระบบเศรษฐกิจมีแนวทางการปฏิบัติ ได้แก่ 1) สร้างเวทีการเรียนรู้ เช่น เวทีประชาคมตำบล/อำเภอ ร้านค้าชุมชน ตลาดนัดชุมชน 2) วิเคราะห์ศักยภาพของท้องถิ่น (ทุนในชุมชน) 3) วางแผนพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงตามขั้นตอนของทฤษฎีใหม่ 4) ส่งเสริมการรวมกลุ่ม (กลุ่มอาชีพ กลุ่มออมทรัพย์) และการสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชน 5) พัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การแปรรูป การบรรจุ การห่อจากสิ่งแวดล้อม ฯลฯ 6) พัฒนาระบบตลาด เช่น ตลาดในท้องถิ่น สร้างเครือข่ายผู้ผลิต-ผู้บริโภค เชื่อมโยงผู้ผลิตกับตลาดในเมือง/โรงงานอุตสาหกรรมเกษตร ฯลฯ 7) พัฒนากิจกรรมทางด้านการศึกษา สังคม วัฒนธรรม สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม 8) วิจัยเพื่อสนับสนุนงานพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน 9) สร้างศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจชุมชนแบบเบ็ดเสร็จระดับอำเภอ/จังหวัด โดยเน้นการมีส่วนร่วมขององค์กรชุมชนท้องถิ่น 10) สร้างหลักสูตรฝึกอบรมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและพัฒนาสถานที่ 11) พัฒนาระบบข้อมูลข่าวสาร เพื่อใช้ช่วยตัดสินใจในการทำธุรกิจชุมชน 12) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนสู่สังคมในวงกว้าง (ประทีป วีรพัฒนนิรันดร์, 2541)

จังหวัดลำปางมีแหล่งพิพิธภัณฑสถานและชุมชนจากทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่เพียบพร้อมด้วยวัตถุสิ่งของเครื่องใช้และโบราณวัตถุอันทรงคุณค่าต่อความเชื่อและพิธีกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้สรรค์สร้างตั้งแต่อดีต โดยเฉพาะคัมภีร์ใบลาน พระพุทธรูปไม้ ภาพพระบฏ ฯลฯ ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อการสร้างคัมภีร์ การสร้างพระพุทธรูปหรือการสร้างวัตถุที่เป็นสรรเสริญคุณของพระรัตนตรัยอันจะก่อให้เกิดบุญและความดีงามในชีวิตในท้องถิ่นตามความเชื่อดั้งเดิม นอกจากนั้น แม้วัดและชุมชนจะมีโบราณวัตถุ คัมภีร์และสิ่งของที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนแต่ก็ยังคงขาดการดูแลเอาใจใส่และขาดการตระหนักคุณค่าทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่จะช่วยให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตในท้องถิ่น ทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะนำทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นมาพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ด้วยการออกแบบและพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานชุมชนจังหวัดลำปางบนทุน

ทางสังคม วัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ ทรงคุณค่า สร้างมูลค่าและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่บรรพชนได้สร้างสรรค์ไว้ให้แก่อนุชนรุ่นหลัง เพื่อให้ชุมชนสามารถจัดการตนเองและเป็นชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Smart Community) ที่มีความอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น
2. เพื่อศึกษาการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชน
3. เพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง

ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง

2. พื้นที่และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1) พื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชน 3 แห่งในจังหวัดลำปาง ได้แก่ 1) วัดปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 2) วัดไหล่หินหลวง ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง 3) วัดบ้านหลุก ตำบลนาคร้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ เจ้าอาวาสของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ เจ้าหน้าที่ชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ทั้ง 3 แห่ง จำนวน 27 รูป/คน โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มพระสงฆ์ที่เป็นพระสังฆาธิการ จำนวน 3 รูป ของวัด 3 แห่ง 2) ชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น จำนวน 12 คน จำนวนพื้นที่ 4 คน 3) ผู้นำชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 10 คน จากการสุ่มตัวอย่างพื้นที่ทั้ง 3 แห่ง และ 4) องค์กรภาครัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน

3. เครื่องมือการวิจัย คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและสำรวจพื้นที่เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปางเพื่อหาองค์ความรู้และสังเคราะห์ข้อมูลที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของวัดและชุมชนของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้เครื่องมือการวิจัย ได้แก่

3.1 การสนทนากลุ่มย่อย เพื่อสำรวจทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของวัดและชุมชน และนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์ชุมชน

3.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนาย่อยกลุ่มร่วมกับเครือข่ายพิพิธภัณฑ์องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น วัฒนธรรมจังหวัดลำปาง มิวนิเซียมลำปาง พาณิชยจังหวัดลำปางและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบถึงแนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปางที่สอดคล้องกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนได้อย่างยั่งยืน

3.3 ชุดปฏิบัติการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการชุมชนที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ชุมชนและเป็นการยกระดับเศรษฐกิจที่ยั่งยืนต่อไป

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

4.1 การศึกษาเอกสาร (Documentary Study) โดยศึกษาเอกสารทุติยภูมิที่เกี่ยวกับแนวความคิดการจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม การจัดการความรู้ของวัดและชุมชน การมีส่วนร่วมของวัดและชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนในประเทศไทยและต่างประเทศ

4.2 การศึกษาภาคสนาม (Field Study) โดยการเก็บข้อมูลด้วยการสำรวจบริบทเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ด้านการจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม และจัดตั้งนักวิจัยชุมชนเพื่อช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านภูมิวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อนำข้อมูลมาสู่การวิเคราะห์ในการใช้ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการวิเคราะห์สวอต (SWOT Analysis) และสรุปข้อมูลเพื่อนำมาเป็นแนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์ตามสาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนด ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์บริบทเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ของวัดและชุมชน 5.2 การวิเคราะห์แหล่งทรัพยากรทางสังคมและวัฒนธรรมของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ 5.3 การวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตของวัดและชุมชน 5.4 การสังเคราะห์การพัฒนาผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนที่มีความเหมาะสม 5.5 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาจัดทำเป็นชุดความรู้การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปางแบบมีส่วนร่วม

ผลการวิจัย

1. แนวคิดการผลิตผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป็นการสร้างรายได้และแสดงคุณค่าของแหล่งพิพิธภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

1.1 การผลิตผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นในประเทศไทยพบว่า มีการผลิตผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ สะท้อนคุณค่าทางด้านสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถจำแนกออกเป็น 3 อย่าง ได้แก่ (1) การผลิตผลิตภัณฑ์จากการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ของชุมชนเพื่อบอกเล่าประวัติศาสตร์ชุมชนและเป็นสถานที่จัดกิจกรรมด้านต่าง ๆ ของท้องถิ่น (2) การผลิตผลิตภัณฑ์จากการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์โดยเอกชนเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของหน่วยงานเอกชนหรือเผยแพร่วิชาการเฉพาะเรื่องที่น่าสนใจ และ (3) การผลิตผลิตภัณฑ์จากการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์โดยหน่วยงานภาครัฐ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์เรื่องราวของหน่วยงานหรือเผยแพร่วิชาการและการให้บริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

1.2 การผลิตพิพิธภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นในต่างประเทศ การผลิตผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศมีรูปแบบการผลิตสินค้าเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ให้ความรู้และเป็นการสอนให้ผู้ซื้อได้ทำการผลิตเอง เช่น พิพิธภัณฑ์คัพนู๊ดเดิ้ล (Cup Noodles Museum) ที่โอซาก้า ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าอาหาร ทำให้ผู้เข้าชมได้เรียนรู้การทำบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบมีส่วนร่วม ทั้งการทำ การบรรจุ การเลือกเครื่องปรุง หรือพิพิธภัณฑ์ปลั่งงานอี (Shit Museum) ในฟาร์มโคนมที่ กาสเทลบอสโก (Castelbosco) ประเทศอิตาลี ที่เป็นการนำมูลวัวมาตัดแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เครื่องปั้นดินเผาสำหรับใช้งานตั้งแต่บนโต๊ะอาหารไปจนถึงกระเบื้องปูพื้น การทำอิฐ และพลังงาน ฯลฯ

1.3 วิเคราะห์การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของพิพิธภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นพบว่า การผลิตผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑ์ของประเทศจะมุ่งผลิตสินค้าที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมและมรดกอันเป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน และเป็นการกระตุ้นให้ชุมชนได้เกิดจิตสำนึกเล็งเห็นคุณค่าของพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน โดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าบนทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นสัญลักษณ์การเรียนรู้จากพิพิธภัณฑ์ของชุมชน

2. การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนมีขั้นตอน ดังนี้

2.1 กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑน์ชุมชนจังหวัดลำปางมีกระบวนการในการผลิตผลิตภัณฑ์ตามขั้นตอน ดังนี้

1) การจัดเวทีชุมชนระดมแนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑน์เพื่อเสนอความเป็นมาของโครงการ การระดมแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑน์

2) การนำเสนอรูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยคณะผู้วิจัยเสนอผลการวิจัยการจัดการพิพิธภัณฑน์ในจังหวัดลำปาง โดยนำมาต่อยอดและนำเสนอรูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑน์จากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้เกิดแนวคิดเชิงสร้างสรรค์จากผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

3) การระดมความคิดเห็นเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

4) การจัดตั้งคณะทำงานวิจัยชุมชนเพื่อขับเคลื่อนโครงการ การประสานงานสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการวิจัยแก่ชุมชน

5) การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑน์ โดยมีขั้นตอนการออกแบบ ได้แก่ การวิเคราะห์หารูปแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างต้นแบบร่างผลิตภัณฑ์ตามความเหมาะสมของแต่ละพิพิธภัณฑน์ วิเคราะห์ลักษณะผลิตภัณฑ์และวัสดุอุปกรณ์หลักที่ใช้ในการผลิต

6) การปฏิบัติการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้สินค้าที่เป็นของที่ระลึกในการเข้าไปศึกษาแหล่งพิพิธภัณฑน์ในจังหวัดลำปาง 3 แห่ง และเป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่เครือข่ายพิพิธภัณฑน์

2.2 วิธีการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑน์ชุมชนจังหวัดลำปาง โดยมีขั้นตอนและวิธีการผลิต ดังนี้

1) การปฏิบัติการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยนำต้นแบบผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑน์ที่จำลองมาขยายผลและต่อยอดจากการผลิตสู่ชุมชนผ่านสินค้าที่แสดงอัตลักษณ์ของแต่ละแห่งบนทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

2) การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยนำต้นแบบที่เหมาะสมเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่คณะผู้วิจัย ผู้จัดการพิพิธภัณฑน์และชุมชน เริ่มตั้งแต่การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ในการสร้างชิ้นงาน วิธีการเทคนิคการการผลิตผลิตภัณฑ์และการปรับประยุกต์ตามความสร้างสรรค์

3) การปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑน์ การร่วมผลิตผลิตภัณฑ์จากต้นแบบและนำวัสดุที่เป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมมาใช้เพื่อเพิ่ม

มูลค่าของผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์ โดยการถ่ายทอดความรู้แก่ชุมชนเพื่อฝึกทักษะเพิ่มเติมในการสร้างและดัดแปลงให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มมากขึ้น

4) การวิเคราะห์และทบทวนปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางและหาวิธีปรับปรุงแก้ไขและดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม

5) การทดลองพื้นที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ โดยการขายแก่บุคคลที่รู้จัก สมาชิกในชุมชนและนักท่องเที่ยว สร้างการรับรู้ด้วยการขายโดยวิธีการบอกต่อและวางแผนกับพาณิชย์จังหวัด

6) การเปิดเวทีสาธารณะเพื่อเป็นการสรุปบทเรียนแก่ชุมชน การจัดสรุปบทเรียนแก่ชุมชนเพื่อเป็นการทบทวน วิเคราะห์ผลลัพธ์ ผลกระทบการทำงานที่ผ่านมาและนำไปสู่การขยายผลในชุมชนอื่น

2.3 รูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยแบ่งกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ดังต่อไปนี้

ก. กระบวนการต้นน้ำ ได้แก่ การสำรวจบริบทชุมชน ทูทางสังคมและวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ ประวัติศาสตร์และคุณค่าทางด้านสังคม วัฒนธรรมของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ รวมถึงการจัดเวทีชุมชนระดมความคิดเพื่อหาแนวทางการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การจัดตั้งคณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม

ข. กระบวนการกลางน้ำ ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณค่าภายใต้บริบททางสังคมและวัฒนธรรมของแหล่งพิพิธภัณฑ์ การสร้างต้นแบบการผลิตผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์และคุณค่า เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์และสร้างมูลค่าอันเป็นสินทรัพย์ทางปัญญาจากมรดกท้องถิ่นให้เกิดรายได้แก่วัดและชุมชน

ค. กระบวนการปลายน้ำ ได้แก่ การสร้างพื้นที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาสินค้าให้ถึงระดับจังหวัดที่จะสร้างรายได้แก่วัดและชุมชน สร้างการมีส่วนร่วม ภาคีเครือข่ายภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเวทีสรุปบทเรียนเพื่อทบทวนประเด็นต่าง ๆ ไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นไป

3. แนวทางการเสริมสร้างการผลิตภัณฑเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถจำแนกออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

3.1 แนวทางการผลิตภัณฑเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วม ซึ่งควรมีลักษณะ ดังนี้

1) การพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านฝีมือ/งานช่าง เพราะชุมชนมีข้อจำกัดด้านงานฝีมือในการพัฒนาภัณฑ การส่งเสริมศักยภาพด้านงานฝีมือ/งานช่างจึงถือได้ว่า เป็นการพัฒนาการผลิตเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการบูรณาการทุนทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นภัณฑและสินค้าที่เหมาะสมและไม่ขัดต่อความเชื่อของชุมชน

2) การสร้างกิจกรรมเพื่อการผลิตภัณฑแบบมีส่วนร่วมเพื่อเป็นการปกป้อง ดูแลรักษาและทำนุบำรุงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑของวัดและชุมชน

3) การปลูกจิตสำนึกและสร้างจิตอาสาเพื่อให้ชุมชนรู้จักเสียสละกำลังกาย กำลังใจ กำลังทรัพย์ ช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนการผลิตภัณฑที่เป็นสัญลักษณ์ของแหล่งพิพิธภัณฑที่จะสร้างรายได้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชน

3.2 แนวทางการผลิตภัณฑเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควรมีลักษณะ ดังนี้

1) ภัณฑต้องเหมาะสมและไม่ขัดต่อความเชื่อชุมชน โดยการออกแบบและดัดแปลงควรมีลักษณะที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ภัณฑที่เป็นของระลึกหรือเป็นสัญลักษณ์ของแหล่งพิพิธภัณฑของวัดและชุมชน

2) เอกลักษณะเฉพาะของภัณฑ ซึ่งการผลิตภัณฑจะต้องเป็นสิ่งที่ย้ายอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑอันงดงามของวัตถุโบราณของเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชน

3.3 แนวทางการผลิตภัณฑเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างรายได้มีปัจจัย ดังนี้

1) การผลิตภัณฑให้เป็นอาชีพหลัก โดยชุมชนต้องหันมาสนใจการผลิตสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนและเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้ามาเยี่ยมชมของเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชน

2) วัสดุหาได้ภายในชุมชน ซึ่งการประดิษฐ์/การผลิตสินค้าที่เหมาะสมจะต้องเป็นวัสดุ/อุปกรณ์ที่สะดวก หาง่ายและมีอยู่ในชุมชน เพื่อสามารถนำวัสดุมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสร้างชิ้นงาน

3) ผลิตรถยนต์ต้องทันสมัย มีเสน่ห์ที่ชวนให้ผู้บริโภคต้องการอยากจะซื้อ โดยจะต้องตระหนักถึงการปรับปรุงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องยุคสมัย

4) การส่งเสริมช่องทางการขายในรูปแบบต่าง ๆ โดยปัจจุบันช่องทางของการจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสมจะต้องอยู่ในรูปแบบผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในลักษณะการขายแบบ e-Commerce หรือการขายผ่านสื่อมีเดีย เช่น ขายผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ไลน์ (LINE) ฯลฯ

5) เครือข่ายทางการตลาดเพื่อกระจายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคโดยตรง โดยควรจะร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและชุมชนเพื่อเป็นช่องทางการช่วยขายสินค้า เช่น สถานที่ท่องเที่ยว หอการค้าและอื่น ๆ

6) จดสิทธิบัตรเพื่อมิให้เกิดการคัดลอกสินค้าที่แสดงอัตลักษณ์วัดและชุมชน และเป็นการป้องกันมิให้เกิดปัญหาที่จะส่งผลต่อการสร้างรายได้และความตั้งใจจริงของชุมชนในการผลักดันให้เกิดการสร้างงาน สร้างเงินและสร้างความสามัคคีภายในชุมชนได้

อภิปรายผล

1. แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นพบว่า การผลิตผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการผลิตสินค้าจากวัสดุอุปกรณ์ในท้องถิ่นเพื่อผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับและผลิตภัณฑ์ตามความเชื่อในท้องถิ่น เช่น เครื่องรางพระเครื่อง ภาพพระบฏ ส่วนต่างประเทศจะมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ กิจกรรมการเรียนรู้และเข้าถึงแหล่งวัฒนธรรมโดยตรง และเป็นกิจกรรมที่คุณค่าทางด้านจินตนาการที่ลึกซึ้ง เช่น ในประเทศญี่ปุ่นได้ส่งเสริมพิพิธภัณฑ์ให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์และหล่อหลอมจนเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม จากการศึกษาของนรุตม์ โลกุลประกิจ (2559) พบว่า พิพิธภัณฑ์ญี่ปุ่นที่เป็นสื่อกลางแห่งความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนเป็นความสำเร็จที่เกิดจากการสร้างเอกภาพทางวัฒนธรรมบนความแตกต่างของท้องถิ่นและนำเสนอผ่านพิพิธภัณฑ์ที่เป็นห้องรับแขกของชุมชน โดยการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมและส่งออกในรูปแบบของสินค้า (วัฒนธรรม) ที่มองไม่เห็น ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการถ่ายทอดและสื่อความหมายเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของท้องถิ่นไทยมีลักษณะเช่นเดียวกับประเทศญี่ปุ่นที่มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาด้านวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดความรู้และสามารถยกระดับเศรษฐกิจให้เกิดความยั่งยืนแก่ชุมชน โดยการจัดการพิพิธภัณฑ์ที่จำแนกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) การผลิตผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน โดยหน่วยงานภาครัฐ ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยพิพิธภัณฑ์ได้เก็บรวบรวมและแสดงสิ่งของเครื่องใช้สอยที่เป็นประโยชน์ด้านการศึกษา สร้างความเพลิดเพลิน เปิดโอกาสแก่ผู้สนใจได้เข้าไปศึกษาเรียนรู้ มีค่านิยม อัตลักษณ์แห่งภูมิปัญญาชุมชน สายชล ปัญญาชิต (2562) ได้อธิบายความสำคัญของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นว่า เป็นการส่งเสริมและพัฒนาการด้านศิลปวัฒนธรรมในสังคมไทยในการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่เชื่อมโยงการพัฒนา กับบทบาทพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นแหล่งเรียนรู้แก่ชุมชนแบบมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และได้รับการผลักดันจากหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับชลธิชา โรจนแสง (2563) ที่ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนที่เกิดจากการจัดการวัตถุทางวัฒนธรรม เรื่องราวมรดกภูมิปัญญา วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการดูแลและรักษาอัตลักษณ์ชุมชน เกิดจิตสำนึกความเป็นเจ้าของต่อพิพิธภัณฑ์ชุมชน เพราะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนจำเป็นต้องอาศัยพลังชุมชนในการมีส่วนร่วมและรู้สึกเป็นเจ้าของของผลิตภัณฑ์ที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อให้สมาชิกในชุมชนเกิดจิตสำนึกและมีส่วนร่วมจนทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของโบราณวัตถุ เกิดการเรียนรู้และศูนย์รวมจิตใจของชุมชนในการส่งเสริมพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามแก่ท้องถิ่น

2) การผลิตผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑ์เอกชน ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ที่เล่าเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์เฉพาะหรือการแสดงผลงานที่โดดเด่นที่สังคมให้การยอมรับ โดยการเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเข้าเยี่ยมชมแหล่งพิพิธภัณฑ์ที่เกิดขึ้นในตระกูลหรือในงานศิลปะและบุคคลที่สร้างชื่อเสียงในประเทศ เช่น พิพิธภัณฑ์บ้านดำที่เป็นการแสดงผลงานของอาจารย์ถวัลย์ ดัชนี ซึ่งมีลักษณะแปลกตาสำหรับคนทั่วไป ทั้งงานด้านศิลปะ การก่อสร้างหรือบรรยากาศภายในบริเวณพิพิธภัณฑ์และเป็นสถานที่เที่ยวของจังหวัดเชียงราย (Emagtravel, ม.ป.ป.) ซึ่งการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์เอกชนยังเป็นพื้นที่ในการบริการและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สร้างรายได้ให้แก่ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์เอกชนนั้น ๆ

2. การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง โดยมีขั้นตอน ได้แก่

1) กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ที่เริ่มจากการระดมความคิดภายใต้บริบทชุมชนและทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อที่จะสะท้อนอัตลักษณ์หรือสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ผ่านเป็นสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายหรือเป็นของที่ระลึกเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์

แบบมีส่วนร่วมของชุมชนกับผู้เชี่ยวชาญการสร้างสรรค์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์แหล่งพิพิธภัณฑสถาน สอดคล้องกับปรัชญาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม (2560) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการคิดออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม เพื่อให้เกิดการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าและคุณค่าแก่ชุมชน ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องสะท้อนคุณค่าและอัตลักษณ์พิพิธภัณฑสถานชุมชนสื่อผ่านเป็นผลิตภัณฑ์ โดยชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ วัสดุอุปกรณ์การผลิต เพื่อเป็นต้นแบบสินค้าที่มีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑสถานชุมชน

2) วิธีการผลิตเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการต่อยอดผลการวิจัยเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์สะท้อนอัตลักษณ์ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเริ่มจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ ผู้ทรงคุณวุฒิได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ การเลือกวัสดุอุปกรณ์ เทคนิค วิธีการและการประยุกต์ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะสร้างมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียการผลิตผลิตภัณฑ์ว่า ควรมีการปรับปรุงและแก้ไขให้เกิดความเหมาะสม สอดคล้องกับบุรินทร์ เปล่งดีสกุล และภาคินี เปล่งดีสกุล (2561) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชน โดยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างอัตลักษณ์แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยการจดจำผ่านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม จากการนำภูมิปัญญาของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์จนเกิดอัตลักษณ์ ซึ่งการผลิตผลิตภัณฑ์เครือข่ายพิพิธภัณฑสถานก็ได้นำวิธีการดังกล่าวโดยการบรรจุผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code) ที่เป็นตัวแทนและให้ความรู้ของพิพิธภัณฑสถานแต่ละแห่ง และเมื่อการผลิตเสร็จสิ้นควรทดลองขายหรือการวางแผนการตลาดกับพาณิชย์จังหวัดเพื่อกำหนดแผนงานและกลไกการตลาดที่จะสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่วัดและชุมชน รวมถึงการถอดบทเรียนเพื่อนำผลการศึกษาและขั้นตอนไปสู่การขยายผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดหรือปรับใช้ในพื้นที่ใกล้เคียง

3) รูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีขั้นตอนตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ ด้วยการสำรวจบริบทชุมชน ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม การเวทีระดมความคิดที่จะสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น กระบวนการกลางน้ำด้วยการลงมือปฏิบัติ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์บริบทชุมชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าและถ่ายทอดมรดกทางปัญญาของท้องถิ่น และกระบวนการปลายน้ำที่เป็นการจัดจำหน่ายหรือการขายผลิตภัณฑ์ โดยการบริหารจัดการพื้นที่ในการผลิตและจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นการสร้างรายได้ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อัตลักษณ์ คุณค่าและมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม ในท้องถิ่น และการทำเวทีสรุปบทเรียนเพื่อทบทวนประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ปัญหา อุปสรรค สิ่งที่ได้เรียนรู้ สิ่งที่จะดำเนินงานต่อไปในอนาคตเพื่อปรับปรุงและพัฒนางาน ผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปางให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งกระบวนการการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่ดีและเหมาะสมจะต้องมีการปฏิบัติตามขั้นตอนข้างต้น โดยการศึกษา วิเคราะห์อุปสรรค ปัญหาและหาแนวทางการพัฒนาร่วมกันของชุมชนเพื่อที่จะได้ ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมเพื่อรักษาอัตลักษณ์ และสร้างรายได้ให้แก่วัดและชุมชนได้อย่างแท้จริง

3. แนวทางการเสริมสร้างการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ ต้องเริ่มจากการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และบอกเล่าเหตุการณ์ ความสำคัญ ประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ของวัด และชุมชนจากผู้ประชาษฐ์ท้องถิ่น ผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนการ สร้างผลิตภัณฑ์ที่จะสร้างรายได้และความมั่นคงให้แก่ชุมชนเพื่อผลิตสินค้าบนทุนทาง สังคม สอดคล้องกับกฎหมาย ตัสม่า (2560) ที่ได้อธิบายการบริหารจัดการที่ดี ชุมชน จะต้องมีส่วนร่วมตัดสินใจ กำหนดทิศทาง บริหารจัดการ เปิดโอกาสให้ชุมชน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในชุมชน (Corporate Social Responsibility; CSR) เพราะเมื่อชุมชนเกิดการมีส่วนร่วมย่อมทำให้เกิดการผลิต ผลิตภัณฑ์เกิดความยั่งยืน ต่อยอดและสร้างสรรค์จนเกิดเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน อีกทั้ง เป็นการสร้างพลังชุมชนจากกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างความสนุกสนาน สร้างความ เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันเพื่อพัฒนาและผลิตสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ผ่านสัญลักษณ์ของ แหล่งพิพิธภัณฑ์ของชุมชน สอดคล้องกับปราชญ์ หละลา และกาญจนา เสงี่ยม (2555) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นควรมีกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ความสนุก การเรียนรู้ร่วมกัน ความมีน้ำใจ เพื่อ ทำให้ชุมชนได้เกิดการสร้างจิตสำนึกและจิตอาสาในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกระบวนการฝึกความสามัคคีของคนในชุมชนให้หันมาสนใจคุณค่าทางด้าน มรดกทางภูมิวัฒนธรรมท้องถิ่นตนเองที่สามารถสร้างรายได้และความมั่นคงในชุมชน ต่อไป

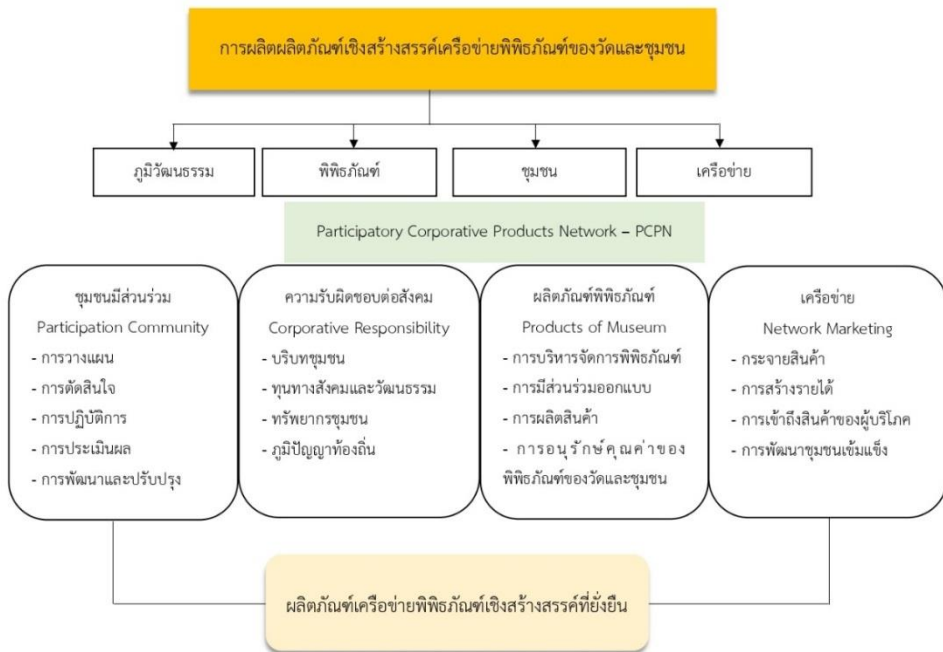
ฉะนั้น การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ต้องตระหนักถึงความเหมาะสมของ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ขัดต่อจารีตประเพณี เพื่อสร้างความโดดเด่น ความแปลก แตกต่างจาก

สถานที่แห่งอื่น และทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดอัตลักษณ์ที่สะท้อนคุณค่าของพิพิธภัณฑ์ชุมชน สร้างมูลค่าและอาชีพจากภูมิปัญญาชุมชนเพื่อปรับทัศนคติในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้เป็นอาชีพหลัก ชุมชนหันมาให้ความสนใจการผลิต สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จากวัสดุอุปกรณ์ที่เหลือใช้ในชุมชนให้เกิดประโยชน์เพื่อประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ทันสมัย ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมช่องทางการขายในรูปแบบที่ทันสมัยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ขายผ่านเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ เพื่อความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และเข้าถึงผู้บริโภค สอดคล้องกับสุริรักษ์ วงษ์ทิพย์ (2561) ที่ได้ศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสร้างเครือข่ายสังคม (Social Network) เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล เหตุการณ์ด้วยการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม (Social Relation) เพราะปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างจากเดิมที่สามารถซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์และช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่าย โดยการสร้างเครือข่ายทางการตลาด (Network Marketing) จากหน่วยงานภาครัฐ เอกชนในการจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และจะต้องมีการจดสิทธิบัตรเพื่อป้องกันและรักษาผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์มิให้เกิดการคัดลอกสินค้าและป้องกันมิให้เกิดปัญหาที่จะส่งผลต่อการสร้างรายได้ของชุมชนอีกด้วย

องค์ความรู้จากการวิจัย

การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนสะท้อนอัตลักษณ์ สร้างรายได้และอนุรักษ์ทรัพยากรทางสังคมและวัฒนธรรมชุมชน โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วม (PCPN) ดังนี้

1) P=Participatory Community ได้แก่ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเริ่มตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมออกแบบ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติการ ร่วมติดตามประเมินผลและการปรับปรุงพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ 2) C=Corporative Responsibility ได้แก่ การมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นถึงพลังชุมชนอันเกิดจากการเกื้อกูล สนับสนุน ส่งเสริมช่วยเหลือและสามัคคีกัน 3) P=Product of Museum ผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์ที่เกิดจากการดัดแปลงหรือจำลองผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เพื่อจำหน่าย 4) N=Network Marketing การสร้างเครือข่ายทางการตลาดเพื่อระบายสินค้าและสร้างรายได้ที่แก่วัดและชุมชน ซึ่งกระบวนการดังกล่าวย่อมสามารถทำให้เกิดการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนให้เป็นเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและเป็นการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมได้อย่างแท้จริง ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนอย่างมีส่วนร่วม

สรุป

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ควรเริ่มจากการปรับทัศนคติชุมชนให้เกิดการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพชุมชนให้เกิดการสร้างงาน สร้างเงิน ยกกระดับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนให้เกิดความมั่นคงบนทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนเกิดจิตสำนึกร่วมในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ด้วยการดัดแปลงสินค้าจากวัสดุในท้องถิ่นให้เกิดความทันสมัยและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และการจำหน่ายจะต้องสร้างภาคีเครือข่ายทางการค้าเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและทันสมัย ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะทำให้เกิดการพัฒนาและรักษาอัตลักษณ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชนและสังคมเชิงสร้างสรรค์ทำให้เกิดการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืนต่อไป (Sustainable Community)

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2561). *เศรษฐกิจพอเพียงกับภาคการเกษตร*. กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

- กฤษณา ตัสม่า. (2560). การจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในยุคโลกาภิวัตน์. *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์*. 12 (24), 70-84.
- ชลธิชา โรจนแสง. (2563). การจัดทำศูนย์วัฒนธรรมและพิพิธภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นในฐานะศูนย์เรียนรู้เพื่อการพัฒนาชุมชนบ้านเพียนาม ตำบลหนองไผ่ อำเภอมือง จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*. 14 (3), 121-136.
- ทศพร แก้วขวัญไกร. (2562). เศรษฐกิจชุมชน: การสะสมทุนชุมชนเพื่อความอยู่รอดในสถานการณ์ปัจจุบัน. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*, 17(1), 69-83.
- นรุตม์ โลกุลประกิจ. (2559). พิพิธภัณฑ์ญี่ปุ่น: สื่อวัฒนธรรมร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*. 35 (ฉบับพิเศษ), 97-116.
- บุรินทร์ เปล่งดีสกุล และภาคินี เปล่งดีสกุล. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ตำบลทุ่งลุยลาย อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 10 (2), 206-230.
- ประทีป วีรพัฒนนิรันดร์. (21 พฤษภาคม 2541). *เศรษฐกิจชุมชน: ความหมาย ฐานคิด แนวทางปฏิบัติ*. สืบค้นเมื่อ 9 มกราคม 2565, จาก https://sites.google.com/site/banrainarao/column/commu_econ_02
- ปราโมทย์ เหลาะลาภ และกาญจนา เสี่ยงผล. (2555). การพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการศึกษาเชิงสร้างสรรค์: พิพิธภัณฑ์วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร จังหวัดนครปฐม. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*. 4 (1), 36-49.
- รัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม. (2560). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10 (1), 994-1013.
- สยามรัฐ. (6 กุมภาพันธ์ 2560). *ประเทศไทย 4.0 อย่าลืม เศรษฐกิจชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2565, จาก <https://siamrath.co.th/n/9124>
- สายชล ปัญญาชิต. (2562). พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น: บทบาททางศิลปวัฒนธรรมและการพัฒนาสู่ความยั่งยืน. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. 23 (2), 113-128.



สุริรักษ์ วงษ์ทิพย์. (2561). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคในยุคดิจิทัล. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหา นคร. 15 (1), 21-36.*

Emagtravel. (ม.ป.ป.). *พิพิธภัณฑ์บ้านดำ เชียงราย*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2565, จ ๑ ก <https://www.emagtravel.com/archive/baandam-museum.html>