

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและ ชุมชนจังหวัดลำปาง

Development of Creative Economy Products from Network of Temple
museums and Communities in Lampang Province

พระครูสิริธรรมบัณฑิต¹ บุษกร วัฒนบุตร² สมจันทร์ ศรีปรัชยานนท์³ และณณณีย์ ศรีสุข⁴

Phrakrusirithammabandit, Busakorn Watthanabut, Somchan Sripraschayanon and
Narunee Srisuk

Received: September 10, 2022

Revised: November 22, 2022

Accepted: December 05, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) ออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ และ 4) สร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์แต่ละแห่งในจังหวัดลำปางจำนวน 30 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์วัดและชุมชน และเลือกสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจำนวน 24 รูป/คน ที่ใช้การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มเฉพาะ การวิจัยเชิงเอกสาร และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พบว่า 1) ส่งผลให้ได้องค์ความรู้จากกระบวนการพัฒนาที่เกิดจากการเรียนรู้ร่วมกัน เกื้อหนุนให้คนในชุมชนสามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต เกิดการกระจายโอกาสการเรียนรู้ สร้างแหล่งเรียนรู้ที่ก่อประโยชน์ต่อชุมชน ให้ได้พัฒนาศักยภาพตามวิถีชีวิตและความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมา 2) ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้ได้องค์

^{1,3,4} มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย; Mahachulalongkornrajavidyalaya University

² มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ; Northbangkok University

Corresponding author, email: phanu_mculp@hotmail.com, Tel. 064-9495999

ความรู้จากทุนทางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน เช่น กระต่ายขูดมะพร้าว หรือ กระต๋องควาย แล้วนำเสนอผ่านนิทรรศการเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง ที่ยังต้องอาศัยการขับเคลื่อนเชิงบูรณาการกับกลุ่มเครือข่ายอื่น 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้ได้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และได้ผลิตภัณฑ์ อาทิ พวงกุญแจ กระต๋องควาย ธง กรอบรูปพระพุทธรูป 4) ได้สร้างเครือข่ายทางการตลาดระหว่างพิพิธภัณฑ์ชุมชนด้วยกัน และที่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนให้มีสมรรถนะสูงขึ้นที่เกิดจากการมีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารจัดการ ส่งผลหนุนเสริมต่อการพัฒนาประเทศอย่างสร้างสรรค์

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, พิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน

Abstract

The purposes of this research article were 1) to study the knowledge and product development process; 2) to design and create product prototypes; 3) to develop creative economy products from the museum network; and 4) to create a marketing network for the creative economy products from the network of temple and community museums in Lampang Province. The population used in this research was 30 persons involved in each museum in Lampang Province. An in-depth interview was done with 24 key informants selected by purposive sampling as well as focus group. It was a document research and participatory action research. It was found that 1) it resulted in knowledge gained from the development process arising from collaborative learning, encouraged people in the community to be able to learn continuously throughout their lives, distributed learning opportunities, created learning resources that benefited the community, developed their potential according to their way of life and beliefs that had been passed down from generation to generation; 2) the effect of creative economic product design resulted in knowledge from local social and cultural capital that had used resources in the community such as coconut graters or buffalo bell then presented through an

exhibition to exchange knowledge with the Lampang community museum network that still required an integrated drive with other network groups; 3) product development resulted in a product development process in the creative economy and getting products such as key chains, buffalo bell, flags, picture frames of Buddha images; 4) having created a marketing network among community museums and having received cooperation from various agencies through the process of participating in the development of a variety of product models, resulted in the development of communities to have higher performance resulting from participation in the management process to contribute to the development of the country creatively.

Keywords: Product Development, Creative Economy, Temple and Community Museums

บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือ แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีประวัติมาอย่างยาวนาน เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาหลายประเทศ เช่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และประเทศไทย โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ถูกพูดถึงครั้งแรกในหนังสือของจอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ที่มีชื่อว่า The Creative Economy: How People Make Money from Ideas จัดพิมพ์ในปีพ.ศ. 2544 เพื่อเผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจใหม่ ที่จะมาแทนที่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการผลิต และใช้ทรัพยากรอันประกอบด้วยแรงงานและทุนรูปแบบเก่า ดังนั้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และแนวคิดใหม่ของบุคคลในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และมีความหมายครอบคลุมทุกกิจกรรมในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวอาจมีองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรมหรือไม่ก็ได้ ซึ่งจะกว้างกว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (พัฒน์ดา มิตรภักดี, 2561)

รวมถึงในประเทศไทยที่เร่งพัฒนาระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญ มีกิจกรรมโครงการที่สนับสนุนสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญาไทย เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในการใช้ทรัพยากรใน

ชุมชนทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่ม ด้วยแนวความคิด กรรมวิธี กระบวนการผลิตแบบใหม่ พัฒนาต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีเรื่องราวอันน่าสนใจ ปรับปรุงเพิ่มเติมเป็นผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาได้เช่นกัน (บุรินทร์ เปล่งดีสกุล และภาคินี เปล่งดีสกุล, 2561)

ในประเทศไทยมีพิพิธภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ภายในพิพิธภัณฑ์อยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะพิพิธภัณฑ์ในล้านนา พบว่า มีมากถึง 316 แห่ง และจังหวัดลำปางมีจำนวน 30 แห่ง (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2565) ในปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นมีแหล่งเรียนรู้ของคนในชุมชนเท่านั้น แต่ถูกยกระดับและพัฒนาพิพิธภัณฑ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ภาครัฐให้การสนับสนุน จึงได้มีพิพิธภัณฑ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากที่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (ฐาปกรณ์ ทองคำนุช, เกษวดี พุทธิภูมิพิทักษ์ และอรรณณ ศิริสวัสดิ์ อภิขยกุล, 2564)

ในจังหวัดลำปางเริ่มมีการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายของพิพิธภัณฑ์ชุมชน ซึ่งทุกชุมชนมีทุนทางสังคมที่โดดเด่นตามอัตลักษณ์เฉพาะตน แต่พบปัญหาคือชุมชนยังไม่มีคามเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ยังต้องการได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ การเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สมบูรณ์ พัฒนาชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจของชุมชนอย่างเป็นระบบ ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยการขับเคลื่อนของกลไกเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ร่วมกันเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันทำงานเชิงบูรณาการทางความคิด และทรัพยากรที่จะส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ถูกยกระดับ และเป็นไปอย่างยั่งยืน

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่ศึกษา เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง เพื่อหาองค์ความรู้รูปแบบ แนวทางการพัฒนา ขั้นตอน และสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมกันทำงานเชิงบูรณาการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น จนเกิดความรัก ห่วง แห่น เห็นคุณค่า และอนุรักษ์วิถีวัฒนธรรมของชุมชนให้เยาวชนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้สืบทอดต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง
2. เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

4. เพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

วิธีดำเนินการวิจัย

แผนงานบูรณาการนี้มีโครงการวิจัยย่อยภายใต้แผนงานจำนวน 4 โครงการ คือ โครงการวิจัยย่อยที่ 1 ได้ชุดองค์ความรู้ และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง โครงการวิจัยย่อยที่ 2 ได้การออกแบบผลิตภัณฑ์ของการสร้างชุมชนนวัตกรรมบนพื้นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากและต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยสร้างเป็น Standard Operation Procedure และ Work Instruction ของผลิตภัณฑ์ที่มาจากการมีส่วนร่วมของชุมชน และผลิออกมาภายใต้ความต้องการของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง โครงการวิจัยย่อยที่ 3 ได้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง รวมถึงผลผลิตของผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โครงการวิจัยย่อยที่ 4 ได้ชุดองค์ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายทางการตลาดของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

ประชากร คือ บุคคลผู้มีบทบาทเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์แต่ละแห่งในจังหวัดลำปาง จำนวน 30 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์วัดและชุมชนที่คัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์วัดปงสนุกเหนือ พิพิธภัณฑ์วัดไทรหินหลวง และพิพิธภัณฑ์วัดบ้านหลุก จำนวน 24 คน

รูปแบบการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี ประกอบไปด้วยการวิจัย 3 ประเภท ได้แก่ การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)

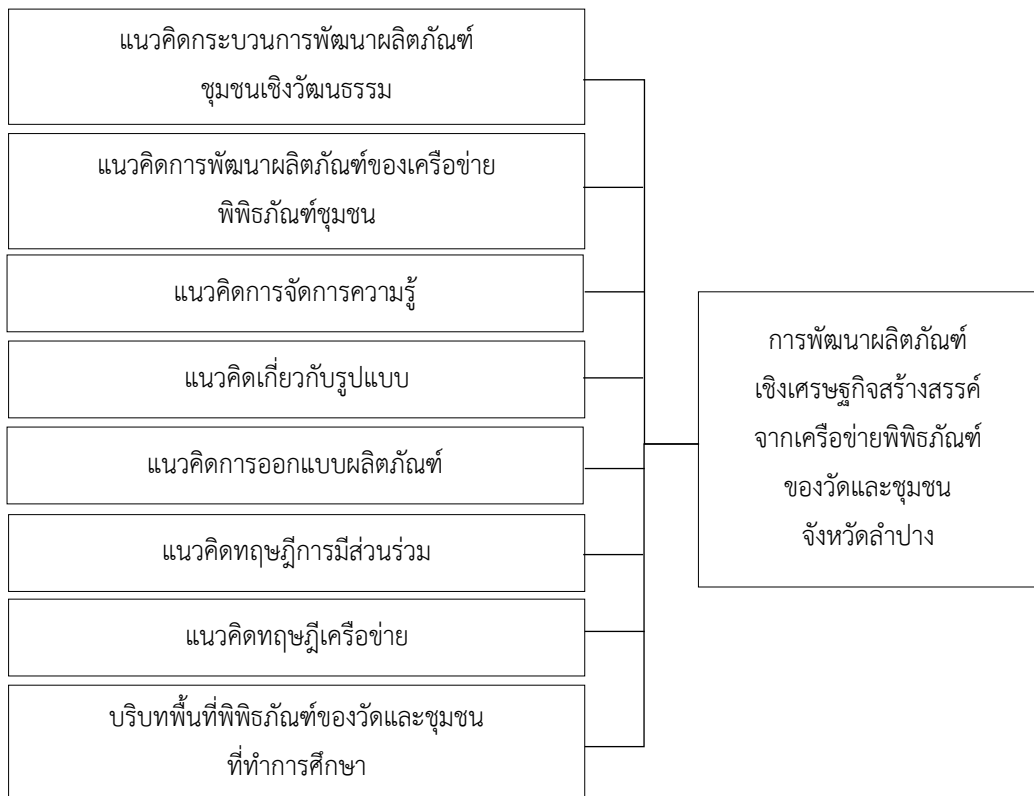
กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งประกอบไปด้วยผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย พระสงฆ์ 6 รูป หน่วยงานรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 6 คน ประชาชนชาวบ้านและชาวบ้าน 6 คน ผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์ 3 คน ผู้ประกอบการ 3 คน รวม 24 รูป/คน โดยมีเกณฑ์ใน

การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ 1) เป็นผู้ที่มีส่วนในการดูแลพิพิธภัณฑ์ 2) เป็นผู้ที่มีความรู้ด้านกระบวนการผลิต 3) เป็นบุคคลที่มีส่วนในการบริหารจัดการภูมิปัญญาและวัฒนธรรม

ตารางที่ 1 การแจกแจงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์	ปราชญ์ผู้รู้	ผู้มีส่วนร่วมในการบริหาร	รวม
พระสงฆ์	✓	✓	✓	6
หน่วยงานรัฐ	✓	✓	✓	6
ปราชญ์ชาวบ้าน	✓	✓	✓	6
ผู้ดูแล	✓	✓	✓	3
ผู้ประกอบการ	✓	✓	✓	3
รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน (คน)				24

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การทำเวทีประชาคม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มย่อย และชุดปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งได้เป็น 7 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 การจัดประชุมทีมวิจัย ระยะที่ 2 การลงสำรวจข้อมูลภาคสนาม ระยะที่ 3 ปฏิบัติการเพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจชุมชนสร้างสรรค์ ระยะที่ 4 การจัดพิมพ์เอกสารรายงานความก้าวหน้างานวิจัย ระยะที่ 5 การสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 6 การจัดประชุมเสวนาทางวิชาการ ระยะที่ 7 การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ วีดีโอ ผลงานวิจัย วิดีทัศน์นำเสนอ และนวัตกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณชน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง จากการเสวนาเชิงปฏิบัติการและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า การสร้างการแสวงหาองค์ความรู้ และพัฒนาชุมชนแห่งการเรียนรู้ คือ การจัดให้มีการศึกษาที่เกื้อหนุนให้บุคคลในชุมชนสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตที่กระจายโอกาสทางการเรียนรู้ภายใต้สิ่งที่มีอยู่ในสังคมรอบตัว โดยมุ่งหวังให้เกิดการเรียนรู้จากการใช้ชีวิตในชุมชน อันเป็นการสร้างแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายในชุมชน เป็นสิ่งที่เกื้อหนุนต่อกระบวนการเรียนรู้ที่ทำให้ชุมชนได้พัฒนาศักยภาพตามวิถีชีวิต และความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมา มีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายฯ มีขั้นตอน ดังนี้ 1) จัดเวทีเสวนาเพื่อชี้แจงให้เห็นความสำคัญ 2) วางแผนปฏิบัติการจัดการความรู้ของชุมชน 3) จัดเวทีเสวนาจัดการความรู้และค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน รวบรวมทุนทางสังคม 4) จัดให้มีการกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง 5) สนับสนุนเครือข่ายการ

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างชุมชนกับชุมชน 6) ประสานความร่วมมือทำงานร่วมกันเป็นเครือข่าย

2. ออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง จากการเสวนาเชิงปฏิบัติการและการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การคิดค้นออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแปลกแตกต่างไปจากเดิม โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่า และคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ เครือข่ายพิพิธภัณฑ์มีความต้องการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในสังคมไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากได้รับความสนใจและมีความต้องการเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เช่น กรอบรูปพระพุทธรูป ธง กระต่ายขูดมะพร้าว ฮอกควาย กระต๋องควาย ครกไม้ เป็นต้น ที่มีกรรมวิธีหรือกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย ไร้สารเคมี ทำให้ผู้ใช้มีสุขภาพอนามัยที่ดี และยังเป็นการสร้างฐานที่มั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนด้วยความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่วิธีความรู้ในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ความคิดสร้างสรรค์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มอาชีพ และวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการดำเนินงานของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์



ภาพที่ 2 ผลงานผลิตภัณฑ์ ฮอกควาย (กระต๋องควาย)

3. พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง จากการเสวนาเชิงปฏิบัติการและการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า กระบวนการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายทั้ง 3 พื้นที่ มีกระบวนการ ดังนี้ 1) จัดเวทีชุมชนระดมแนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ 2) นำเสนอรูปแบบการผลิต 3) ระดมความคิดเห็นเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ 4) จัดตั้งคณะทำงานวิจัยชุมชน 5) ออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์

ตัวแทนของคณะวิจัยได้นำเสนอรายละเอียดจากการจัดเวทีชุมชน และความก้าวหน้าของการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑสถาน เพื่อสร้างความเข้าใจแก่ชุมชน และการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ รวมถึงงบประมาณการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ และนำเสนอรูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานที่กำลังดำเนินการ เพื่อให้ชุมชนสามารถมองเห็นได้ชัดเจนขึ้น รวมถึงประโยชน์จากการผลิตผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้



ภาพที่ 3 การถ่ายทอดความรู้แก่ผู้จัดการพิพิธภัณฑสถานและชุมชน

วิธีการดำเนินการในการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้จัดการพิพิธภัณฑสถานและชุมชน มุ่งเน้นไปที่ผู้มีส่วนสำคัญในการดูแลพิพิธภัณฑสถานและชุมชน เพื่อจะได้พัฒนาศักยภาพในการผลิต เพิ่มทักษะความรู้และส่งต่อไปยังชุมชนที่หลัง โดยมีการอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดลำปาง ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เริ่มจากการอบรมเพื่อถ่ายทอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่คณะวิจัย ผู้จัดการพิพิธภัณฑสถานและชุมชน ตั้งแต่การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ในการสร้างชิ้นงาน เทคนิควิธีการทำผลิตภัณฑ์และการปรับประยุกต์ตามความสร้างสรรค์ของแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้การผลิตผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ คุณค่า และสร้างรายได้ให้แก่วัดและชุมชน และดำเนินงานได้ตามเป้าหมาย แล้วสรุปบทเรียนแก่ชุมชน เพื่อเป็นการทบทวน วิเคราะห์ผลลัพธ์ ผลกระทบการทำงานที่ผ่านมา และนำไปสู่การขยายผลในชุมชนอื่น ซึ่งผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้ประกอบไปด้วย ของที่ระลึก กระเป๋าควาย พวงกุญแจ ธง กรอบรูปพระพุทธรูป เป็นต้น

4. การสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง โดยคณะทำงานได้ร่วมกันจัดตั้งทีมงานทางด้านการตลาดในรูปของเครือข่ายทางการตลาดระหว่างพิพิธภัณฑสถานชุมชนด้วยกัน และที่ได้รับความร่วมมือจาก

หน่วยงานต่าง ๆ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และการทำตลาดผลิตภัณฑ์ แล้วขับเคลื่อนผ่านการเสวนาเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์และการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า การสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง เป็นการสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วม (Network Building and Participatory) เป็นเครื่องมือที่สถาบันการศึกษาหลายแห่งมีความพยายามในการปรับเปลี่ยนรูปแบบ การพัฒนาชุมชนให้มีสมรรถนะสูงขึ้น เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารจัดการ เนื่องจากกระบวนการสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุน และส่งเสริมให้ชุมชนมีพลังในการพัฒนาประเทศอย่างสร้างสรรค์ อันเป็นเป้าหมายหลักของการพัฒนาชุมชนยุคใหม่ ทั้งนี้ชุมชนต้องสร้างระบบการดำเนินงานรองรับการพัฒนาพร้อมกับภาคที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเครือข่ายการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบร่วมกัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง พบว่า พิพิธภัณฑ์วัดปงสนุก พิพิธภัณฑ์วัดไหล่หินหลวง และพิพิธภัณฑ์วัดบ้านหลุก ต่างมีองค์ความรู้และกระบวนการขั้นตอน เรื่องราว เรื่องเล่าตามวิถีของตนเอง จึงมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับเด่นเดือน เลิศทยากุล (2561) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นอิเล็กทรอนิกส์เสมือนจริง ที่จังหวัดสุพรรณบุรีก็จะมีผ้าทอพื้นเมืองโบราณลาวสี ลาวครั่ง ที่เป็นเอกลักษณ์ตามวัฒนธรรมของชุมชน และการนำเสนอพิพิธภัณฑ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าถึงได้แบบออนไลน์

2. การออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง พบว่า ได้นำเสนอต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนสู่ชุมชนอื่นในรูปแบบนิทรรศการได้จำนวน 3 แห่ง คือ วัดและชุมชนปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง วัดและชุมชนไหล่หินหลวง ตำบลไหล่หิน อำเภอกะคา จังหวัดลำปาง และวัดและชุมชนบ้านหลุก ตำบลนาคร้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง รวมไปถึงการร่วมมือกับกลุ่มเครือข่ายที่ร่วมกันการสร้างต้นแบบพิพิธภัณฑ์ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น วัฒนธรรมจังหวัด พานิชย์จังหวัดลำปาง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาควิชาพิพิธภัณฑ์ ฯลฯ ผ่านขั้นตอนการจัดทำแผนชุมชนเพื่อสร้างระบบและกลไกของกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง ซึ่งสอดคล้องกับบุรินทร์ เปล่งดีสกุล และภาคินี เปล่งดีสกุล (2561) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนา

ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืดแม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ ที่พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกิดจากการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างอัตลักษณ์โดยกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยวัตถุดิบและแรงงานในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ และทำงานด้านการตลาดร่วมกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

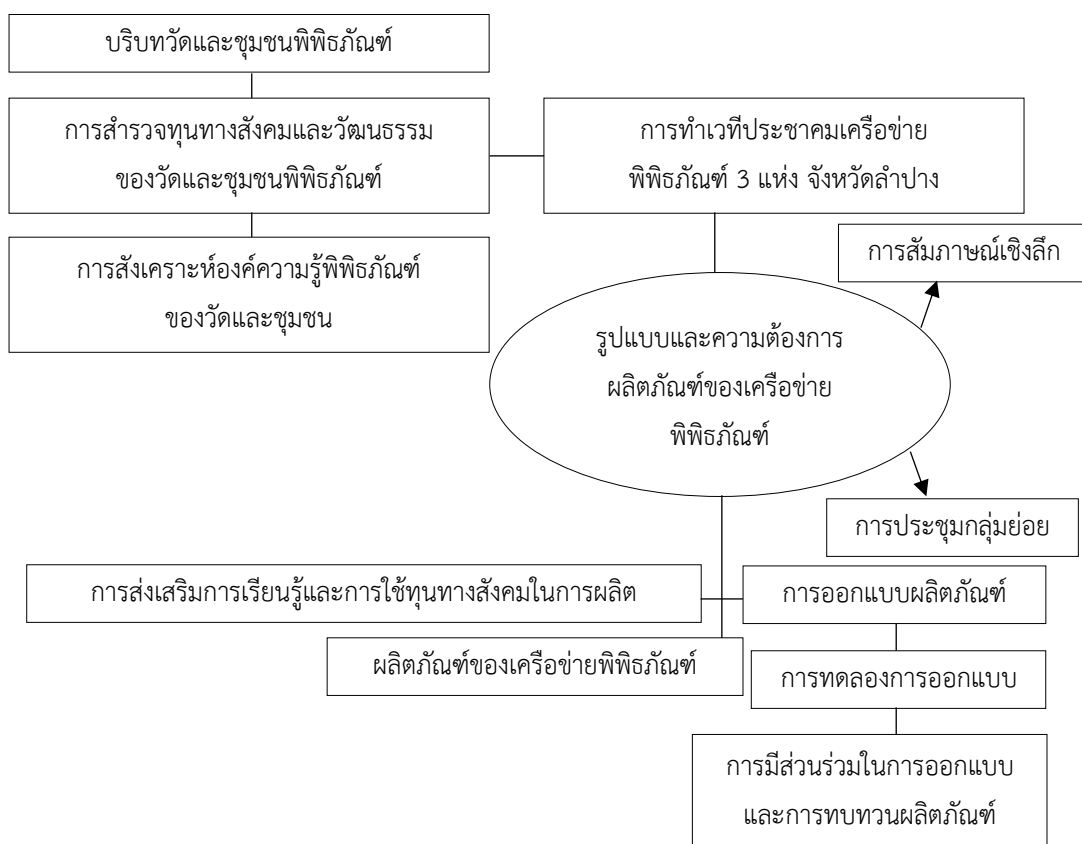
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นการต่อยอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเครือข่ายพิพิธภัณฑ์อเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นการอนุรักษ์และสร้างมูลค่าอันเป็นสินทรัพย์ทางปัญญาจากมรดกท้องถิ่นให้เกิดรายได้แก่วัดและชุมชน โดยมีการประชุมทีมวิจัย วัดและชุมชนเพื่อพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ ฝึกทักษะและสร้างองค์ความรู้แก่ชุมชน เป็นการตั้งศักยภาพและนำเสนอศักยภาพด้านการผลิตด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งจะเป็นการนำความรู้ถ่ายทอดสู่คนในชุมชนต่อไป โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาประกอบด้วย กระเบื้องควาย พวงกุญแจ ธง กรอบรูปพระพุทธรูป ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม (2560) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม ที่มีวิธีการดำเนินงานในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพอย่างเป็นขั้นตอน ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต กลยุทธ์ทางการตลาด ศึกษาจุดเด่นและจุดอ่อน ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรค และ คุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อชีวิตและสังคม ท้องถิ่นตลอดจนการถ่ายทอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพ

4. การสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ที่มุ่งเน้นการสร้างทีมการตลาดในรูปแบบของเครือข่ายทางการตลาดระหว่างพิพิธภัณฑ์ชุมชนด้วยกัน และที่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ พบว่า การทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดกลุ่มเครือข่ายการตลาดที่มาร่วมกันแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ทำกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนให้มีสมรรถนะสูงขึ้นส่งผลหนุนเสริมต่อการพัฒนาประเทศอย่างสร้างสรรค์ อันเป็นเป้าหมายหลักของการพัฒนาเครือข่ายชุมชนยุคใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับวิโรจน์ เจริญลักษณ์ และนุชนาฏ ไช้หล่ม (2560) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดเพื่อความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เบญจรงค์ดอนไก่ดี จังหวัดสมุทรสาคร ที่รวมกลุ่มหัตถกรรมภายในหมู่บ้านจมนีพลังที่เหนียวแน่น มีความสามัคคีในหมู่บ้าน รูปแบบชิ้นงานมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ และสวยงาม ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เบญจรงค์อยู่รอด โดยใช้กลยุทธ์การออกแบบบรรจุ

ภัณฑ์ให้แตกต่างไปจากคู่แข่งที่จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกัน มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทางผ่านเครือข่ายที่มีคุณสมบัติแตกต่างกัน และได้รับการสนับสนุนจากส่วนราชการอย่างสม่ำเสมอ

องค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่ คือ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์วัดและชุมชนจังหวัดลำปางที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้



ภาพที่ 4 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรนำแนวทางการพัฒนาไปสร้างนโยบายร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น โดยพิจารณาวางแผนการทำงานร่วมกันเชิงบูรณาการกับหน่วยงานที่

เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงในการพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ควรนำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์วัดและชุมชนไปประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินงานกับพิพิธภัณฑ์ทั่วทั้งประเทศไทย และบูรณาการงานด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของหน่วยงานราชการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วยส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

กิตติกรรมประกาศ

แผนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก พระสุธีรัตนบัณฑิต,รศ.ดร. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และพระมหาชุตีภัก อภินันโท ผู้อำนวยการส่วนงานวางแผนและส่งเสริมการวิจัย สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่ให้คำปรึกษาและติดตามงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วง และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยที่สนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- ฐาปกรณ์ ทองคำนุช, เกษชาติ พุทธภูมิพิทักษ์ และอรรณพ ศิริสวัสดิ์ อภิขยกุล. (2564). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยด้วยแนวคิดพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 15(1), 38-52.
- เด่นเดือน เลิศทยากุล. (2561). การพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นอิเล็กทรอนิกส์เสมือนจริง: กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้ ศูนย์การเรียนรู้ผ้าทอพื้นเมืองโบราณลาวฮี ลาวครั้ง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 8(3), 52-62.
- บุรินทร์ เปล่งดีสกุล และ ภาคินี เปล่งดีสกุล. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืดแม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 10(2), 206-230.
- พัฒน์ดา มิตรภักดี. (2561). Creative economy in action. นิตยสาร “คิด” *Creative Thailand*, 9(12), 14-15.

- รัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม. (2560). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(1), 994-1013.
- วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และนุชนาฏ ไช้หล่ม. (2560). กลยุทธ์การตลาดเพื่อความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เบญจรงค์ดอนไก่ดี จังหวัดสมุทรสาคร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(3), 1969-1983.
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร. (2565). *ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย*. เข้าถึงได้จาก <https://db.sac.or.th/museum/>