

มรดกวัฒนธรรมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดพุทธนวัตกรรม
สร้างสรรค์ กรณีศึกษา “ช้างพังชมพู” ของศูนย์พุทธนวัตกรรม
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยา วิทยาเขตหนองคาย*
CULTURAL HERITAGE AND PRODUCT DEVELOPMENT ACCORDING TO THE
BUDDHIST CONCEPT OF CREATIVE INNOVATION, CASE STUDY “PANG
CHOMPOOH” OF THE BUDDHIST INNOVATION CENTER
MAHACHULALONGKORNRAJAVIDYALAYA UNIVERSITY
NONG KHAI CAMPUS

*พระครูปริยัตริตตาลงกรณ์, พระภิกษุชาวมณี, พระครูโพธิชยานุสิฐ, อังกร บุตรศรีผา
Phrakhru Pariyatrattanalongkorn, Phra Phavanavajamuni, Phrakhru Phothichyanusit, Ingon Boothsripha

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ประเทศไทย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

*Corresponding Author, E-mail: pariyatrattanalongkorn@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ของศูนย์พุทธนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย 2) ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ “พังชมพู” ของศูนย์พุทธนวัตกรรม และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรมดังกล่าวให้เกิดความยั่งยืนและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชน งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย 25 คน ประกอบด้วยชาวบ้าน ผู้บริหารเทศบาล ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำท้องถิ่น การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การจัดลำดับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์และนำเสนอเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ศูนย์พุทธนวัตกรรมมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย ได้กำหนด “พังชมพู” ซึ่งเป็นช้างเผือกเมือสีชมพูให้เป็นสัญลักษณ์ประจำศูนย์ เพื่อให้

* Received: 21 November 2025; Revised: 27 December 2025; Accepted: 29 December 2025



สอดคล้องกับสี่ประจํามหาวิทยาลัย ผลิตรายณ์ที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ กระปุกออมสิน แก้วกาแฟ แก้วน้ำ เสื้อ และกระเป๋ 2) ศูนย์พุทธนวัตกรรมการดำเนินกิจกรรมเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับพุทธนวัตกรรมการจัดการ อบรม การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการจัดแสดงผลิตรายณ์ ทั้งในรูปแบบเอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อ ออนไลน์ โดยมีสำนักวิชาการเป็นหน่วยงานหลัก ในการบริหารจัดการและเผยแพร่ข้อมูล เพื่อส่งเสริม การเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของนิสิตและประชาชน 3) การนำผลิตรายณ์ “พังชมพู” เข้าร่วมจัดแสดง ในงานเทศกาลระดับจังหวัดช่วยสร้างการรับรู้ต่อสาธารณะในเบื้องต้น อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์ ยังมีข้อจำกัด จึงควรเพิ่มความหลากหลายของช่องทางสื่อสารโดยเฉพาะสื่อออนไลน์ สร้างเครือข่าย ความร่วมมือกับหน่วยงานภายในจังหวัด และส่งเสริมการใช้วัตถุดิบจากภายในมหาวิทยาลัยและชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าและสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากของเกษตรกรในพื้นที่ ซึ่งยังคงเป็นกลุ่มอาชีพหลักของ จังหวัดหนองคาย

คำสำคัญ: มรดกวัฒนธรรม, พุทธนวัตกรรมการ, ช้างพังชมพู, การพัฒนาผลิตรายณ์

Abstract

This research aimed to: 1) examine the current conditions and needs for creative Buddhist innovation at the Buddhist Innovation Center, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Nong Khai Campus; 2) explore the product models derived from cultural heritage based on the concept of creative Buddhist innovation, specifically the “Phang Chomphu” model; and 3) propose development approaches for such cultural heritage products to achieve sustainability and enhance community economic value. This study employed a qualitative research design, using in-depth interviews with 25 key informants, including local residents, municipal administrators, village heads, and community leaders. Data were analyzed by organizing the content according to research objectives and presented descriptively.

The results revealed that: 1) the Buddhist Innovation Center of Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Nong Khai Campus, designated “Phang Chomphu” a pink female elephant as the center’s official symbol to correspond with the university’s representative color. The developed products included piggy banks,



coffee mugs, water cups, shirts, and bags; 2) the Center promoted knowledge of Buddhist innovation through training sessions, public communication, and product exhibitions in both printed and online formats. The Academic Affairs Office served as the main administrative unit for coordinating and disseminating information to encourage student and community participation; and 3) presenting “Phang Chomphu” products at provincial festivals enhanced public awareness at an initial stage. However, public relations remain limited. Therefore, it is recommended to diversify communication channels, especially through online media, establish collaborative networks with provincial agencies, and promote the use of university and community-based materials to increase value creation and support the local agricultural economy, which remains the primary occupation in Nong Khai Province.

Keywords: Cultural heritage, Buddhist innovation, Pang Chompoo. Product Development

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมีมรดกทางภูมิปัญญาที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างชัดเจน การอนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับบริบทสังคมปัจจุบันจึงเป็นภารกิจสำคัญของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านศาสนา โดยเฉพาะในยุคที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศ ซึ่งข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระบุว่า ภาคเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีสัดส่วนคิดเป็นกว่า 10% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องจากการผสมผสานศิลปวัฒนธรรมเข้ากับนวัตกรรมการผลิต (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2567)

มรดกวัฒนธรรมมิได้มีคุณค่าเพียงในเชิงอนุรักษ์ แต่ยังเป็นทุนทางสังคมที่สามารถต่อยอดสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากได้ การบูรณาการแนวคิดทางพุทธศาสนากับนวัตกรรมทางสังคมจึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาอย่างยั่งยืน แนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ (Creative Buddhist Innovation) เป็นกรอบความคิดที่เน้นการประยุกต์หลักธรรมทางพุทธศาสนาเข้ากับการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และจิตวิญญาณ



ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของณัฐยา สินตระการผล ที่อธิบายนวัตกรรมว่าเป็นกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ด้วยการผสมผสานความรู้ ความคิด และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มมูลค่าและประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม (ณัฐยา สินตระการผล, 2553)

ศูนย์พุทธนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย ได้เล็งเห็นความสำคัญของการใช้มรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นฐานในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม โดยเฉพาะการสร้างสัญลักษณ์ “พังชมพู” ซึ่งเป็นช้างเผือกเมือสีชมพู สะท้อนเรื่องราวท้องถิ่น “โคกหนองพัง” ที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์ของพื้นที่หนองคาย การพัฒนา “พังชมพู” ไม่เพียงเป็นสัญลักษณ์ของศูนย์พุทธนวัตกรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นต้นแบบของการใช้มรดกวัฒนธรรมร่วมกับหลักพุทธธรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการปลูกฝังคุณธรรมทางจิตใจให้กับนิสิตและประชาชน

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืนยังต้องอาศัยกระบวนการจัดการองค์ความรู้ การสื่อสารสาธารณะ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันอย่างเป็นระบบและสามารถต่อยอดเป็นนวัตกรรมเชิงสังคมได้ในระยะยาว การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการของพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรม และเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “พังชมพู” ให้เป็นต้นแบบของพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ของศูนย์พุทธนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย
2. เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ “พังชมพู” ของศูนย์พุทธนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย
3. เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ “พังชมพู” ของศูนย์พุทธนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย



วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มเป้าหมายรวม 25 คน ประกอบด้วย 4 กลุ่มย่อย ได้แก่ 1) ชาวบ้าน 2) ผู้บริหารเทศบาล 3) ผู้ใหญ่บ้าน และ 4) ผู้นำท้องถิ่น ซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเหตุผลในการเลือกเพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ข้อมูลถูกจัดการด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอเชิงพรรณนา ทั้งนี้ได้ปรับให้สอดคล้องกันในทุกส่วนว่าใช้กลุ่มข้อมูล 4 กลุ่มย่อยตามที่ระบุข้างต้น

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คณะผู้วิจัย ได้กำหนดรูปแบบวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัย โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ชาวบ้าน ผู้บริหารเทศบาล ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำท้องถิ่น ภายในชุมชน จำนวน 25 คน โดยเลือกแบบเจาะจง

2. ศึกษาวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จากเอกสารต่าง ๆ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ของศูนย์พุทธนวัตกรรม

3. กำหนดแบบสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ตั้งคำถามในแต่ละประเด็น เป็นคำถามเปิดกว้างให้แก่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็น โดยให้เกิดการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย และลึกพอที่จะนำมาสรุปประมวลวิเคราะห์

4. การเก็บข้อมูล

- 1) รวบรวมข้อมูลจากเอกสารชั้นทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำราทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ เอกสารสิ่งตีพิมพ์ ที่เกี่ยวกับการผลิตภัณฑจากมรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ วารสาร และงานวิจัยรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑจากมรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์

- 2) รวบรวมข้อมูลภาคสนาม จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชน ผู้บริหารเทศบาล ผู้ใหญ่บ้าน และประชาชน ที่มีความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑจากมรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์

- 3) การรวบรวมข้อมูล การประชุมกลุ่มย่อย ในเนื้อหาสาระการพัฒนา รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑจากมรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์



5. การนำข้อมูลมาวิเคราะห์ คณะผู้วิจัย ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้นำข้อมูลจากภาคเอกสาร และภาคสนาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งข้อมูลที่รวบรวมได้จากการประมวลเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตในการรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดก วัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธทศวัตกรรมสร้างสรรค์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการโดยจัดลำดับ เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา และสังเคราะห์ข้อมูล แล้วนำเสนอ ในรูปแบบเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันและความต้องการพุทธทศวัตกรรมสร้างสรรค์ของศูนย์พุทธทศวัตกรรม

การศึกษาพบว่า ศูนย์พุทธทศวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย ได้ กำหนด “พังชมพู” ซึ่งเป็นช้างเพศเมียสีชมพู เป็นสัญลักษณ์ประจำศูนย์ เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของ มหาวิทยาลัยและเชื่อมโยงกับสี่ประจำสถาบัน ผลลัพธ์ของการพัฒนาดังกล่าวได้ก่อให้เกิดการต่อยอด สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมไปสู่การสร้างสรรคผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท เช่น กระปุกออมสิน แก้ว กาแฟ แก้วน้ำ เสื้อ และกระเป๋า ซึ่งได้รับการตอบรับในระดับดีจากนิสิตและประชาชนทั่วไป สะท้อนถึง การยอมรับในคุณค่าทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์เชิงสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ “พังชมพู”

ในเชิงสัญลักษณ์ “ช้าง” ถือเป็นสัตว์ที่มีบทบาทสำคัญต่อประวัติศาสตร์และสถาบันหลักของ ประเทศไทย มีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับวิถีชีวิตของคนไทยมาอย่างยาวนาน ทั้งในฐานะสัตว์คู่บ้านคู่เมือง และสัญลักษณ์แห่งความมั่นคงของชาติ การเลือกใช้ช้างเป็นสัญลักษณ์ของศูนย์พุทธทศวัตกรรมจึงมี นัยสำคัญเชิงสัญลักษณ์และวัฒนธรรม โดย “พังชมพู” เกิดจากการเชื่อมโยงเรื่องเล่าพื้นถิ่นของพื้นที่ตั้ง มหาวิทยาลัย ซึ่งตั้งอยู่บนเนินดินสูงที่ชาวบ้านเรียกว่า “โคกหนองพัง” มีลักษณะเป็นพื้นที่ป่าไม้ หนาแน่น และเชื่อกันว่าเคยเป็นถิ่นอาศัยของช้างพังในอดีต ช้างเพศเมียหรือ “ช้างพัง” เป็นสัตว์ที่ สามารถให้กำเนิดลูกได้ เปรียบเสมือนมหาวิทยาลัยที่มีบทบาทในการ “ให้กำเนิด” บัณฑิตผู้มีความรู้ทั้ง ทางโลกและทางธรรมออกสู่สังคม ส่วนคำว่า “ชมพู” เป็นสี่ประจำพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้า เจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นองค์สถาปนามหาวิทยาลัย ความหมายเชิงสัญลักษณ์ดังกล่าวจึงสะท้อน ความสัมพันธ์ระหว่างประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ศาสนา และสถาบันการศึกษาในมิติของพุทธทศวัตกรรม สร้างสรรค์



จากแนวคิดนี้ ศูนย์พุทธนวัตกรรมได้พัฒนาแนวทางการสื่อสารและนำเสนอคุณค่าทางวัฒนธรรมให้เป็นรูปธรรมผ่าน “ประติมากรรมฟังชมพูอมสิน” ซึ่งเป็นการประยุกต์แนวคิด Soft Power เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ทางพุทธนวัตกรรมสู่สังคมในวงกว้าง ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวออกแบบโดย อาจารย์خاب สุทธิพงษ์ สุริยะ ฟูตสไตลิสต์ชั้นนำของประเทศไทย และสร้างแบบพิมพ์โดยพระมหาศราวุธ อคฺคธมฺโม ผู้ผลิตกระปุกอมสิน “นาคี้” พร้อมทีมงาน โดยถ่ายทอดองค์ความรู้และกระบวนการผลิตให้กับนิสิตและบุคลากรของมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ



โครงการนี้ขับเคลื่อนโดยศูนย์พุทธนวัตกรรม ภายใต้การประสานงานของพระมหาประหยัด ปณฺญาวโร, ดร. ผู้อำนวยการสำนักวิชาการ และนางอิงอร บุตรศรีผา ผู้อำนวยการส่วนสนับสนุนวิชาการ โดยได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารทุกส่วนงานของมหาวิทยาลัย การผลิตฟังชมพูอมสินยังถือเป็นกิจกรรมนอกหลักสูตรที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ของนิสิตอย่างเป็นรูปธรรม

ผลิตภัณฑ์ “ฟังชมพู” เปิดตัวอย่างเป็นทางการครั้งแรกในงานครบรอบ 54 ปี วันสถาปนามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2566 โดยมี พระเทพวชิรคุณ, รศ.ดร. เจ้าคณะจังหวัดหนองคาย ประธานสภาวิทยาเขตหนองคาย เป็นประธานในพิธีเปิดตัว ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เพียงสะท้อนอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย แต่ยังเป็นโครงการเพื่อสังคม เนื่องจากรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถูกจัดสรรเป็นทุนการศึกษาแก่นิสิตในมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายรูปแบบ เช่น แบบเดี่ยว แบบกระเช้า และแบบกล่องของขวัญ เพื่อให้เหมาะสมต่อการใช้งานทั้งในเชิงสะสม ของฝาก และของที่ระลึก



2) ด้านความต้องการ พบว่า ศูนย์พุทธนวัตกรรมการยังมีความต้องการที่สำคัญหลายประการ ในการพัฒนามรดกวัฒนธรรม “พังชมพู” ให้มีศักยภาพมากขึ้น ประการแรก คือ ความต้องการในการอนุรักษ์และจัดระบบองค์ความรู้ เกี่ยวกับสัญลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของ “พังชมพู” เพื่อถ่ายทอดสู่คนรุ่นใหม่อย่างเป็นรูปธรรม ลดความเสี่ยงต่อการสูญหายของภูมิปัญญา ประการที่สอง คือ ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม ที่มีความทันสมัย สร้างมูลค่าเพิ่ม และสามารถแข่งขันในเชิงพาณิชย์ได้ เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ การใช้เทคโนโลยีการผลิต และการเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์เชิงพุทธศิลป์



2. รูปแบบผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมการสร้างสรรค์ “พังชมพู” ของศูนย์พุทธนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย สรุปได้ดังนี้

1) ด้านวิสัยทัศน์ร่วม พบว่า วิสัยทัศน์ร่วมคือการที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนในชุมชน (เช่น พระสงฆ์, ชาวบ้าน, ผู้ประกอบการ, หน่วยงานภาครัฐ) มีความเข้าใจและเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “พังชมพู” โดยใช้หลักพุทธนวัตกรรมการ ซึ่งหมายถึงการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาเป็นรากฐานในการสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าให้มีคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและจิตใจ

2) ด้านการสื่อสาร พบว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ร่วมให้ประสบความสำเร็จ ศูนย์พุทธนวัตกรรมการฯ ใช้การสื่อสารหลายรูปแบบเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างพระสงฆ์ ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีการประชุมเชิงปฏิบัติการ การระดมสมอง และการแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและกำหนดทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “พังชมพู” ร่วมกัน การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนี้ช่วยสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของร่วม และทำให้ทุกคนเข้าใจในคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมและหลักพุทธนวัตกรรมการอย่างลึกซึ้ง อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน

3) ด้านการทำงานเป็นทีม พบว่า การพัฒนามรดกวัฒนธรรม “พังชมพู” ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ทั้งมหาวิทยาลัย หน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้าง



เครือข่ายการสนับสนุนที่เข้มแข็ง ความร่วมมือดังกล่าวจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การวิจัยและพัฒนา ตลอดจนการตลาดและการเผยแพร่สู่สังคมกว้าง อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีคุณค่า สร้างรายได้แก่เกษตรกร และเสริมสร้างความภาคภูมิใจร่วมกันในมรดกทางวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในระดับชุมชนและสังคมโดยรวม

4) ด้านการมีส่วนร่วมในนวัตกรรม พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีมิติทาง สังคม ที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยมุ่งเน้นการสร้าง ความเข้มแข็งและบูรณาการของชุมชนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่การประชุมเชิงปฏิบัติการไปจนถึงการร่วมกันผลิตสินค้า ทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของ โครงการนี้ยังช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับคนในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นการสืบสานและส่งต่อองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น สร้างความภาคภูมิใจในรากเหง้าของตนเอง ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนและมีคุณค่าต่อสังคมโดยรวม

3. เสนอรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ “ฟังชมพู” ของศูนย์พุทธนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย

1) ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า “ฟังชมพู” ในฐานะมรดกวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญต่อสังคม เพราะช่วยสร้างเอกลักษณ์ประจำศูนย์พุทธนวัตกรรมและเป็นสัญลักษณ์เชื่อมโยงความภาคภูมิใจของชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นช่วยเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับประชาชน เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม การศึกษา และการฝึกอบรม อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมคุณค่าเชิงจิตใจตามหลักพุทธธรรม เช่น ความพอเพียง เมตตา และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ทำให้เกิดความเข้มแข็งทางสังคม และช่วยหล่อหลอมความเป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกันอย่างยั่งยืน





2) ด้านสังคม พบว่า มรดกวัฒนธรรม “พังชมพู” มีศักยภาพในการสร้างรายได้และเสริมเศรษฐกิจชุมชน ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เช่น ของที่ระลึก เสื้อผ้า และเครื่องใช้ ซึ่งได้รับการตอบรับจากนิสิตและประชาชน อย่างไรก็ตาม การขยายตลาดยังจำกัดอยู่ในพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ จึงมีความต้องการพัฒนาระบบการตลาด การประชาสัมพันธ์ และเครือข่ายความร่วมมือให้กว้างขวางยิ่งขึ้น รวมถึงการใช้วัตถุดิบและทรัพยากรท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สนับสนุนเกษตรกรและยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดหนองคายอย่างยั่งยืน



3) ด้านการถ่ายทอด พบว่า ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการถ่ายทอด องค์ความรู้และภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นอย่างเป็นระบบ ศูนย์พุทธนวัตกรรมฯ ได้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและเผยแพร่องค์ความรู้ ทั้งในด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านและหลักการพุทธนวัตกรรม ผ่านการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการและกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต่าง ๆ ซึ่งช่วยให้คนรุ่นใหม่ได้สืบสานและพัฒนาต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรมได้อย่างสร้างสรรค์ กระบวนการถ่ายทอดนี้ไม่เพียงแค่ส่งต่อทักษะ แต่ยังปลูกฝังความเข้าใจในคุณค่าของรากเหง้าทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน

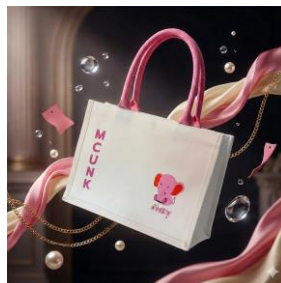
อภิปรายผล

การศึกษา “มรดกวัฒนธรรมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ กรณีศึกษา “พังชมพู” ของศูนย์พุทธนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย” ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. สภาพปัจจุบันและความต้องการพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ของศูนย์พุทธนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย พบว่า มรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ “พังชมพู” ของศูนย์พุทธนวัตกรรมนั้น เกิดเป็นสัญลักษณ์ของศูนย์ โดยเป็นรูปช้างเผือกเมือสีชมพู เพื่อให้เข้ากับสีของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยมีผลิตภัณฑ์ที่



ออกจำหน่าย ได้แก่ กระปุกออมสิน แก้วกาแฟ แก้วน้ำ เสื้อ และกระเป๋า เป็นต้น ซึ่งได้รับการตอบรับจากประชาชนทั่วไป และนิสิตเป็นอย่างดี การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ยังคงอยู่ในวงจำกัด ส่วนใหญ่ดำเนินการผ่านกิจกรรมของศูนย์พุทธนวัตกรรม การจัดแสดงสินค้า และการใช้สื่อออนไลน์ของมหาวิทยาลัย การรับรู้ในวงกว้างจึงยังไม่มากนัก อีกทั้งยังขาดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานหรือชุมชนท้องถิ่นอย่างจริงจัง นอกจากนี้ วัตถุประสงค์และทรัพยากรท้องถิ่นยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างเต็มที่ แม้จังหวัดหนองคายจะมีพื้นฐานด้านการเกษตรที่เข้มแข็ง ดังนั้น สภาพปัจจุบันสะท้อนให้เห็นว่าศูนย์พุทธนวัตกรรมมีศักยภาพในการพัฒนา “พังชมพู” ให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ แต่ยังต้องการการสนับสนุนด้านการสื่อสาร เครือข่าย และการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อความยั่งยืนในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริภักตร์ ศิริโท วิจัยเรื่อง ความเป็นองค์กรนวัตกรรมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยสนับสนุนความเป็นองค์กรนวัตกรรมด้านความคิดสร้างสรรค์ และความรู้ และมีความคิดเห็นต่อ ระดับความเป็นองค์กรนวัตกรรมของสถาบันอุดมศึกษาไทยในภาพรวมในระดับค่อนข้างมาก ปัจจัยสนับสนุนความเป็นองค์กรนวัตกรรมที่สามารถเป็นตัวทำนายระดับความเป็นองค์กร นวัตกรรมได้มี 5 ด้าน คือ ด้านโครงสร้าง ด้านวัฒนธรรม ด้านการสื่อสารระหว่างบุคคล ด้านเครื่องมือ และเทคโนโลยี และด้านความคิดสร้างสรรค์ โดยรวมกันทำนายระดับความเป็นองค์กรนวัตกรรม ได้ร้อยละ 56.3 (สิริภักตร์ ศิริโท, 2560)



2. รูปแบบผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ “พังชมพู” ของศูนย์พุทธนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย โดยเริ่มจากการให้ความรู้ในกิจกรรมของศูนย์พุทธนวัตกรรม สำนักวิชาการทำหน้าที่ในการเผยแพร่ การติดต่อประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมกิจกรรมด้านการฝึกอบรมวิธีทำให้แก่นิสิต และประชาชนทั่วไป การใช้สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ในการนำเสนอขั้นตอน และการออกจัดแสดงสินค้า ทั้งประเภทเอกสาร สิ่งตีพิมพ์ และ



ระบบออนไลน์ โดยผ่านเพจของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิพงษ์ ภักดีเหลา วิจัยเรื่อง การศึกษาคุณลักษณะขององค์การนวัตกรรม: กรณีศึกษาองค์การที่ได้รับรางวัลด้านนวัตกรรม ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะขององค์การนวัตกรรมประกอบด้วย วิสัยทัศน์ กลยุทธ์และเป้าหมาย โครงสร้างองค์การ การบริหาร จัดการทรัพยากรมนุษย์ การให้รางวัลและการยอมรับ การสื่อสาร การจัดการความรู้และข้อมูล ข่าวสาร ทรัพยากร การประเมินและการลำเลียงความคิด ผู้นำ บุคลากร เครือข่าย วัฒนธรรมและ ค่านิยมร่วม คุณลักษณะขององค์การนวัตกรรมที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ องค์การ ที่ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับ ต้องการมุ่งไปสู่การเป็นองค์การนวัตกรรม แต่การที่องค์การจะนำไปปรับ ใช้ขึ้นยังขึ้นอยู่กับบริบทที่แตกต่างกันไปของแต่ละองค์การ บางองค์การอาจไม่จำเป็น ต้องมีคุณลักษณะ บางประการตามผลการวิจัย ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะคุณลักษณะขององค์การที่แตกต่างกัน เช่น ประเภท ของธุรกิจ ขนาดองค์กร เป็นต้น ซึ่งในส่วนขององค์การที่กำลังอยู่ในช่วงของการเริ่มต้นสร้างองค์การ นวัตกรรมให้มุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรม องค์การที่ส่งเสริมนวัตกรรม และผู้นำที่เป็นผู้บริหารสูงสุดของ องค์การ ควรให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและมุ่งมั่นในการสร้างองค์การนวัตกรรมการอย่างจริงจัง (วุฒิพงษ์ ภักดีเหลา, 2554)



3. การนำเสนอและพัฒนาผลิตภัณฑ์มรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดพุทธรูปนวัตกรรมการสร้างสรรค์ “พังชมพู” ของศูนย์พุทธรูปนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย ได้ จัดแสดงผลผลิตภัณท์ในกิจกรรมวิปัสสนากรรมฐานและงานเทศกาลภายในจังหวัดหนองคาย ซึ่งช่วย เผยแพร่อัตลักษณ์ของศูนย์ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การรับรู้ของสาธารณชนยังมีจำกัด จึงควรเพิ่ม ความหลากหลายของช่องทางการสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือ กับหน่วยงานภายในจังหวัด และส่งเสริมการใช้วัตถุดิบจากภายในมหาวิทยาลัยและท้องถิ่น เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และยกระดับเศรษฐกิจของเกษตรกรในพื้นที่



แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของภารดี อนันต์นาวิ ที่ระบุว่า องค์กรนวัตกรรมทางการศึกษาควรปรับใช้เทคโนโลยีและกระบวนการบริหารจัดการใหม่ ๆ เพื่อสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้และการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้นำองค์กรต้องมีวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรมและความสามารถในการประยุกต์กลยุทธ์สมัยใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กรและสังคม (ภารดี อนันต์นาวิ, 2564)



สรุปผลวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ศูนย์พุทธนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย ได้กำหนด “ฟังชมพู” ซึ่งเป็นช้างเผือกเมื่อยีสัมพู เป็นสัญลักษณ์ประจำศูนย์ เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและเรื่องเล่าท้องถิ่น “โคกหนองฟัง” พร้อมพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เช่น กระปุกออมสิน แก้ว และเสื้อ ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีจากนิสิตและประชาชน สะท้อนถึงการยอมรับในคุณค่าทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ชุมชน กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดำเนินไปภายใต้แนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ โดยบูรณาการความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย หน่วยงานท้องถิ่น และชุมชน ผ่านการอบรม การประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์มุ่งเน้น 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ การสร้างอัตลักษณ์ศูนย์ให้เชื่อมโยงกับหลักพุทธธรรม การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนด้วยการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและขยายตลาดออนไลน์ และการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบสู่คนรุ่นใหม่ เพื่อให้มรดกวัฒนธรรมสามารถคงอยู่และพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย “มรดกวัฒนธรรมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ กรณีศึกษา “ฟังชมพู” ของศูนย์พุทธนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะหัวข้อเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้



- 1) ศึกษาเปรียบเทียบหลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์
- 2) ศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดพุทธนวัตกรรมสร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มภายในจังหวัดหนองคาย
- 3) ศึกษาหลักธรรมที่เป็นแนวคิดพุทธนวัตกรรมในการเสริมสร้างคุณธรรมและปัญญา

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐยา สินตระการผล. (2553). *การสร้างนวัตกรรมให้เป็น Core competency*. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ภารดี อนันต์นาวิ. (2564). องค์กรณวัตกรรมทางการศึกษา: การบริหารจัดการ. *วารสารวิชาการ*, 10(2), 1-12.
- วุฒิพงษ์ ภักดีเหล่า. (2554). การศึกษาคุณลักษณะขององค์การนวัตกรรม: กรณีศึกษาองค์กรที่ได้รับรางวัลด้านนวัตกรรม. ใน *วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาลมนุษย์และองค์การ*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2567). แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567. เรียกใช้เมื่อ 25 มิถุนายน 2567 จาก https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2567/o8_ActionPlan_2567.pdf.
- สิริภักตร์ ศิริโท. (2560). ความเป็นองค์กรณนวัตกรรมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 14(1), 159-177.