

การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัว

โดยครอบครัวมณฑุทัศน์ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ณัฐชา รัตนพันธุ์¹ โสวัตรี ณ ถลาง² ภัทรพรรณ ทำดี³

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์^{1,2,3}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติการสืบทอดและวิธีการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณฑุทัศน์ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพประเภทกรณีศึกษา เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากสมาชิกครอบครัวมณฑุทัศน์ ช่างทอผ้าไหม ผู้เคยทอผ้าไหมในชุมชนหน่วยงานเครือข่าย ลูกค้าที่ซื้อผ้าไหมและประชาชนที่รู้จักและสนใจผ้าไหม แต่ไม่เคยซื้อสินค้า รวมทั้งสิ้น 18 คน วิเคราะห์และนำเสนอด้วยการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า ครอบครัวมณฑุทัศน์สืบทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษกลุ่มชาติพันธุ์จามจากประเทศกัมพูชา ย้ายมาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยตั้งแต่ปีพ.ศ.2330 ถ้ายทอดและสืบทอดสู่รุ่นลูกและรุ่นหลานรวมอายุภูมิปัญญากว่า 230 ปี เดิมทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือนและเริ่มพัฒนาการทอผ้าไหมเพื่อจำหน่ายอย่างเป็นทางการในปีพ.ศ.2494 ถึงปัจจุบัน รวมอายุการจำหน่ายผ้าไหมกว่า 130 ปี ปัจจุบันสืบทอดโดยผู้สืบทอดรุ่นที่ 3 มีการพัฒนาภูมิปัญญาผ้าไหมเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม จำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาด้านทรัพยากรสำหรับการผลิตและการทอผ้าไหม ด้านการประยุกต์และแปรรูปสินค้าวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และเกิดแนวคิดในการกระจายรายได้สู่สมาชิกในชุมชนและเครือข่ายผู้ประกอบการ ด้านการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างและยกระดับคุณภาพสินค้าภายใต้หน่วยงานเครือข่ายและเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า และด้านการพัฒนาและขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า และการขยายฐานลูกค้า สิ่งเหล่านี้ สะท้อนถึงการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาอย่างเข้มแข็ง

คำสำคัญ : ภูมิปัญญา, ผ้าไหมทอมือ, บ้านครัว, สินค้าทางวัฒนธรรม, ครอบครัวมณฑุทัศน์

Cultural Product Development from The Baan Krua Handwoven Silk

Wisdom by Manuthas Family, Ratchathewi District, Bangkok

Natchaya Rattanaphan¹ Sowatree Nathalang² Patrapan Tamdee³

Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University^{1,2,3}

Abstract

This research aimed to study the history of inheritance and how to develop cultural products from the hand-woven silk wisdom “baan Krua” of the Manuthat family. Using qualitative research methods in case studies, data were collected from in-depth interviews with 18 people: Manuthat family members, silk weavers, people who used to weave silk in the community, network agencies, customers who bought silk and people who knew and were interested in silk but never bought it. Analyze and present the results with descriptive narration.

The results of the research showed that the Manuthas family inherited wisdom from the ancestors of the Cham ethnic group in Cambodia, settled in Thailand since 1787. Passed down to children and passed down to grandchildren, including more than 230 years of wisdom, the fabric was originally weaved for household use and officially began the development of silk weaving for sale in 1951. To date, the total age of silk sales is more than 130 years, now inherited by the 3rd generation successor, the wisdom of silk has been developed as a cultural product, classified into 4 aspects, namely, resource development for silk production and weaving. The concept of income distribution to community members and entrepreneurial networks has emerged. The development of cultural products to create and upgrade the quality of products under the network agencies and product certification marks, the development and expansion of distribution channels the customer base reflect the development of cultural products from strong wisdom.

Keywords: Wisdom, Handwoven silk, Baan Krua, Cultural products, Manuthas family

บทนำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่บรรพชนประดิษฐ์และสร้างสรรค์ขึ้นจากการใช้สติปัญญาองค์ความรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล (Vanichwatanavorachai & Homfung, 2018) ซึ่งได้รับการถ่ายทอดความรู้จากบรรพบุรุษ ชุมชน รวมถึงความเชื่อและศาสนา นำมาเชื่อมโยงกับประสบการณ์จากการประกอบอาชีพและการเรียนรู้จากธรรมชาติแวดล้อม พัฒนาขึ้นเป็นองค์ความรู้และทักษะด้านการปฏิบัติงานและด้านการดำเนินชีวิต (Wangyen, 2011) นอกจากนี้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรากเหง้าของบรรพบุรุษทำให้เกิดกระบวนการการเรียนรู้ การประยุกต์ การสานต่อและการพัฒนาให้ทันต่อบริบทการเติบโตของเมืองและสังคมโลกาภิวัตน์ เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาถึงคนรุ่นหลัง (Mungmachon & Vangpaisal, 2013) ทั้งสามารถแก้ปัญหาในการดำเนินชีวิตตามกาลเวลาจากรุ่นสู่รุ่นอย่างสมสมัย (Vanichwatanavorachai & Homfung, 2018)

หนึ่งในภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถเชื่อมโยงจากองค์ความรู้และประสบการณ์ของบรรพบุรุษเพื่อให้เกิดเป็นทักษะในการปฏิบัติงาน การประกอบอาชีพและเชื่อมโยงกับหนึ่งปัจจัยสี่ในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ประเภทเครื่องนุ่งห่ม คือ ผ้าทอพื้นบ้าน ด้วยผ้าทอพื้นบ้านเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านของคนไทยตั้งแต่อดีตซึ่งเป็นศาสตร์และศิลป์จากงานหัตถกรรมที่สร้างสรรค์ผ่านการพึ่งพาธรรมชาติ จึงเกิดประโยชน์ใช้สอยควบคู่กับความงามด้านรูปทรง ลวดลาย สี สัน ความประณีตจากจินตนาการและจิตวิญญาณของผู้คิดค้นภูมิปัญญา สามารถจรรโลงขึ้นเป็นผ้าทอพื้นบ้านที่มีคุณค่า มีมูลค่าและมีความหมายอย่างยิ่ง จึงมีกระบวนการในการคัดเลือกและใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร เครื่องมือเครื่องจักรที่มีคุณภาพ รวมถึงการปรับตัวเพื่อสร้างและออกแบบลวดลาย สี สัน เทคนิคสำหรับการผลิตและการทอผ้า ซึ่งเป็นวัฒนธรรมและองค์ความรู้เฉพาะถิ่น ทำให้เกิดวิธีการผลิตผ้าทอที่พิถีพิถันในทุกรายละเอียด ส่งผลให้ผ้าทอของแต่ละท้องถิ่นจึงมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่แตกต่าง (Wangyen, 2011) แสดงให้เห็นถึงความสามารถและความฉลาดทางปัญญาของมนุษย์ในการประยุกต์ธรรมชาติแวดล้อมมาสู่การสร้างสรรค์ผลผลิตทางวัฒนธรรม

นอกจากนี้ ผลผลิตของผ้าทอจากแต่ละท้องถิ่นซึ่งเป็นความสามารถและความฉลาดทางปัญญาของมนุษย์นั้น ยังสามารถผลักดัน พัฒนาและประยุกต์เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมได้ โดยมีวัฒนธรรมฝังตัวในสินค้าหรือบริการร่วมกับการลงทุนในห่วงโซ่มูลค่าการลงทุนทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและการบริการทางวัฒนธรรมจากบุคคล กลุ่มคนหรือชุมชนท้องถิ่น ทำให้เกิดความสามารถในการนำทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ และเกิดกระบวนการสร้างรายได้ให้ประชาชนอย่างเป็นระบบ (Puangpanya, Kenaphoom, & Yupas, 2016) ด้วยประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมจึงสามารถประยุกต์และบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมร่วมกับทุนประเภทอื่น ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยให้เกิดมูลค่าเพิ่มอย่างสร้างสรรค์สอดคล้องกับประเทศไทย 4.0 ตามยุทธศาสตร์ชาติในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) ของรัฐบาลไทยที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนามิติวัฒนธรรม ด้วยการนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และเกิดเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายในประเทศไทย (Noraratphutthi, 2019) ตลอดจนเกิดการบูรณาการความร่วมมือเพื่อผลักดันการทำงานเชิงนโยบายจากรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยอาศัยกลไกการผลิตในระบบอุตสาหกรรม การตลาด การประชาสัมพันธ์ การขาย รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าและการบริการทางวัฒนธรรมผ่านเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ไปยังผู้บริโภค ซึ่งตรวจสอบและรับรองคุณภาพโดยหน่วยงานในประเทศ เพื่อผลักดันและยกระดับความสามารถในการส่งสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ตลาดในประเทศ ไทยและตลาดต่างประเทศได้

จากองค์ความรู้ของผ้าทอเฉพาะท้องถิ่นซึ่งเป็นความสามารถและความตั้งใจของคนรุ่นหลังในการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของบรรพบุรุษเพื่อประยุกต์ ผลิตซ้ำและพัฒนา รวมถึงการสร้างคุณค่าของภูมิปัญญาให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม และเกิดการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างสร้างสรรค์ จึง

เป็นที่มาในการศึกษาภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมท้องถิ่น จากกรณีศึกษาภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของ
ครอบครัวมณูทัศน์ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ด้วยภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัว เป็นมรดกภูมิปัญญาดั้งเดิมของบรรพบุรุษกลุ่มชาติพันธุ์จามจาก
ประเทศกัมพูชา และได้ย้ายมาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยจากเหตุการณ์ช่วยกองทัพสยามกอบกู้เอกราช ในสมัย
พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่ 1) จึงได้พระราชทานที่ดินบริเวณป่าไผ่ชายทุ่ง
พญาไทในอดีต ราวปีพ.ศ.2330 เรียกสั้น ๆ ว่า ชุมชนบ้านครัว (Moohamad, 2013) มีอาชีพหลักคือการทอ
ผ้าไหมและการประมง การทอผ้าแต่เดิมเป็นการทอผ้าไหมเพื่อใช้ในครัวเรือน เมื่อเข้าปีพ.ศ.2494 จึงเปลี่ยน
รูปแบบการทอผ้าไหมเป็นการค้าขายอย่างเป็นทางการ เนื่องจากจิม ทอมป์สันหลงใหลในคุณภาพและเห็น
คุณค่าในผ้าทอของสมาชิกในชุมชน จึงให้สมาชิกในชุมชนทอผ้าส่งให้บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทยของจิม
ทอมป์สัน ซึ่งก่อตั้งขึ้นเพื่อรองรับ ผลักดันและส่งเสริมผ้าไหมทอมือของสมาชิกในชุมชน ส่งตลาดในประเทศ
ไทยและตลาดต่างประเทศ ทำให้ผ้าไหมบ้านครัวกลายเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง นอกจากนี้ยังเป็นการสร้าง
รายได้ให้กับสมาชิกในชุมชน จึงนับเป็นยุคทองซึ่งรุ่งเรืองจากอาชีพการทอผ้าไหม

เมื่อจิม ทอมป์สันหายตัวไป (Komchadluek Online, 2020) และด้วยบริบทการเติบโตของเมืองทำให้
ให้การทอผ้าไหมในชุมชนทยอยเลิกการผลิต ส่งผลให้ปัจจุบันมีเพียงครอบครัวมณูทัศน์ ซึ่งเป็นครอบครัวเชื้อ
สายจามเพียงครอบครัวเดียวในชุมชนบ้านครัว ที่สามารถอนุรักษ์ สืบทอด สานต่อและพัฒนาภูมิปัญญาผ้าไหม
ทอมือของบรรพบุรุษและกิจการของครอบครัวไว้ได้ จึงนำมาสู่ความสนใจที่จะศึกษาประวัติการสืบทอดภูมิ
ปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณูทัศน์ และวิธีการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้า
ไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณูทัศน์ เพื่อเรียนรู้ ถ่ายทอดและทำความเข้าใจในวิธีการผลักดันและพัฒนา
ภูมิปัญญา สามารถสะท้อนถึงการเป็นต้นแบบในการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากการสืบทอดภูมิปัญญารวม
อายุภูมิปัญญากว่า 230 ปี และพัฒนาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมอย่างเข้มแข็ง จนถึงผู้สืบทอดรุ่นปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติการสืบทอดภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณูทัศน์
2. เพื่อศึกษาวิธีการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัว
มณูทัศน์

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประเภทกรณีศึกษา (Case
Study) ภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณูทัศน์ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็น
เพียงครอบครัวเดียวในชุมชนที่สามารถรักษา สืบทอดและพัฒนาภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือของบรรพบุรุษไว้ได้
จนถึงรุ่นปัจจุบัน ปรากฏระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ มีวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างซึ่งสอดคล้องกับขอบเขตและแนวคำถามการวิจัยที่กำหนดไว้ รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 18 คน จำแนกเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 เกณฑ์หลัก ดังนี้

1. เกณฑ์การเป็นคนในภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัววนุทัศน์ และเป็นสมาชิกผู้ที่เคยทอผ้าไหมในชุมชนบ้านครัวเหนือ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าไหมทอมือบ้านครัวโดยตรง ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 7 คน ได้แก่

1.1. สมาชิกครอบครัววนุทัศน์ จำนวน 3 คน

1.2. ช่างทอผ้าไหมของครอบครัววนุทัศน์ จำนวน 1 คน

1.3. สมาชิกในชุมชนบ้านครัวเหนือที่เคยทอผ้าไหมหรือเคยประกอบอาชีพการทอผ้าไหมในชุมชน จำนวน 3 คน

2. เกณฑ์การเป็นคนนอกภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัววนุทัศน์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างภายใต้เกณฑ์การคัดเลือกนี้ เป็นผู้ที่ทำให้การสนับสนุนและส่งเสริมสินค้าผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัววนุทัศน์ ทั้งในบริบทและการมีประสบการณ์ร่วมกันในด้านการทำงาน การเป็นลูกค้า รวมถึงเป็นผู้ที่รู้จักและสนใจในสินค้าผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัววนุทัศน์ ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 11 คน ได้แก่

2.1. ตัวแทนของหน่วยงานเครือข่าย จำนวนทั้งสิ้น 4 คน จำแนกเป็นด้านการส่งเสริมและสนับสนุนภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัววนุทัศน์ในพื้นที่เขตราชเทวี จำนวน 1 คน และด้านการรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า จาก 3 หน่วยงาน หน่วยงานละ 1 คน รวมจำนวน 3 คน

2.2. ลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัววนุทัศน์ จำนวน 3 คน

2.3. ประชาชนที่รู้จักและสนใจผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัววนุทัศน์ แต่ไม่เคยซื้อสินค้า จำนวน 4 คน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยหลักครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง มีขอบเขตด้านเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติการสืบทอดภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวในชุมชนและของครอบครัววนุทัศน์ การรู้จัก การรับรู้ในสินค้าผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัววนุทัศน์ วิธีการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัววนุทัศน์ การสนับสนุน ส่งเสริมและผลักดันสินค้าผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัววนุทัศน์ การรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า ข้อเสนอแนะในการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวโดยครอบครัววนุทัศน์ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อผลักดัน ส่งเสริมและพัฒนาภูมิปัญญาในฐานะที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในประเทศไทย สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าในมิติของครอบครัว ชุมชน สังคมและประเทศ เพื่อให้เกิดข้อค้นพบและมุมมองที่หลากหลายซึ่งเป็นข้อเท็จจริงเชิงประจักษ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 1) การทบทวนวรรณกรรม (Documentary Research) โดยศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ รายงาน การวิจัย หนังสือ เว็บไซต์ และบทสัมภาษณ์จากรายการออนไลน์ จำนวน 4 รายการ และ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างโดยตรงในพื้นที่ภาคสนาม ณ ชุมชนบ้านครัวเหนือ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาบริบทแวดล้อมและประวัติศาสตร์ภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวในชุมชน และในบ้านของครอบครัวมนุษย์ เนื่องจากมีการจัดพื้นที่สำหรับการผลิตและการทอผ้าไหมในบ้าน รวมถึงสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทางโทรศัพท์แทนการลงพื้นที่ภาคสนามเนื่องจากการแพร่ระบาดของอย่างรุนแรงของเชื้อไวรัสโควิด-19

วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก และนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) ประวัติการสืบทอดภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมนุษย์ และ 2) วิธีการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมนุษย์ ปรากฏผลการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ประวัติการสืบทอดภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมนุษย์ พบว่า เนื่องด้วย “ผ้าไหมทอมือบ้านครัว” เป็นอาชีพหลักดั้งเดิมของบรรพบุรุษกลุ่มชาติพันธุ์จาม จังหวัดกำแพงเพชร ประเทศกัมพูชา ซึ่งได้สร้างคุณงามความดีให้แก่ประเทศไทยจากเหตุการณ์ช่วยรบในสมัยรัชกาลที่ 1 จึงได้รับพระมหากรุณาธิคุณโปรดเกล้าให้บรรพบุรุษเข้ามาตั้งรกรากถิ่นฐานในประเทศไทย ทำให้บรรพบุรุษของครอบครัวมนุษย์ได้รับโอกาสจากคุณงามความดีครั้งนั้น จึงตั้งใจจะสร้างประโยชน์และคุณค่าให้แก่แผ่นดินไทยเพื่อเป็นการตอบแทน

ครอบครัวมนุษย์จากอดีตถึงปัจจุบัน ยึดอาชีพการทอผ้าไหมเป็นอาชีพหลัก เพราะเป็นวัฒนธรรมติดตัวของบรรพบุรุษตั้งแต่อาศัยอยู่ที่ประเทศกัมพูชา มีประวัติการสืบทอด 3 ช่วงวัยตามลำดับ ได้แก่ จากรุ่นคุณยายในยุคแรก สู่รุ่นคุณแม่ในยุคที่ 2 จนถึงรุ่นคุณนิพนธ์ รุ่นที่ 3 ซึ่งเป็นผู้สืบทอดปัจจุบัน มีรายละเอียดดังนี้

การทอผ้าไหมยุคแรก

การทอผ้าไหมในยุคแรกของครอบครัวมนุษย์ คือรุ่นคุณยาย เป็นรุ่นบุกเบิกรุ่นที่ 1 เมื่อเข้าอาศัยในชุมชนบ้านครัวเหนือ เขตราชเทวี ประเทศไทย คุณยายเรียนรู้การทอผ้าไหมจากบรรพบุรุษและนำที่กระทบของครอบครัวพร้อมกับนำเส้นไหมมาจากประเทศกัมพูชาใช้ในการทอผ้าไหม และใช้สืบทอดธรรมเนียมในการทอเท่านั้น การทอผ้าส่วนใหญ่เป็นการทอในลักษณะผ้านุ่งโจงกระเบน ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า และเริ่มนำผ้าทอออกจำหน่ายด้วยตนเองไปยังจังหวัดใกล้เคียง ในอดีตเดินทางค้าขายทางเรือเพราะมีเพียงการสัญจรทางน้ำเป็นหลัก นอกจากนี้ผ้าไหมของครอบครัวได้ทอถวายพระบรมวงศานุวงศ์ในอดีต ทำให้ครอบครัวมนุษย์มีการควบคุมคุณภาพและกระบวนการทอผ้าที่คงความประณีตและความพิถีพิถันในผ้าทอแต่ละผืน

การสืบทอดผ้าไหม โดยทายาทรุ่นที่ 2

เมื่อเข้าสู่ยุครอยต่อการเปลี่ยนแปลง มีผู้สืบทอดรุ่นที่ 2 คือ คุณแม่ ในยุคนี้นักหญิงยังคงเป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรมการทอผ้าไหม คุณแม่เป็นหนึ่งในช่างทอไหมที่มีความชำนาญและเคยได้ถวายรับใช้สมเด็จพระพันวษา อัยยิกาเจ้า ในกองทอ วังสระปทุม

เมื่อเข้าสู่ปีพ.ศ.2489 ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) ครองราชย์ ประกอบกับเป็นช่วงที่ คุณจิม ทอมป์สัน เดินทางมากรุงเทพฯ เมื่อเสร็จสิ้นภารกิจทหารในเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 และปลดประจำการกองทัพ จึงเกิดความหลงใหลในวิถีชีวิตของคนไทยและหลงใหลในผ้าไหมทอมือของประเทศไทย จึงค้นหาผ้าไหมที่พระนคร (ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานครปัจจุบัน) จนพบแหล่งมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์จาม จึงเข้ามาผลักดันและสนับสนุนผ้าไหมบ้านครัวของสมาชิกในชุมชน โดยนั่งเรือข้ามมายังชุมชนบ้านครัวทุกวัน และยกให้ผ้าไหมบ้านครัวเป็นต้นกำเนิดของการทอผ้าไหมที่มีคุณภาพ อีกทั้งเริ่มรับซื้อผ้าทอจากสมาชิกในชุมชนและก่อตั้งบริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย เพื่อรองรับผ้าทอของสมาชิกในชุมชน ทำให้สมาชิกในชุมชนมีรายได้มากขึ้น

ครอบครัวมนุษย์คนหนึ่งเป็นหนึ่ง ใน 8-9 ตระกูลช่างทอใหญ่ในชุมชนบ้านครัวเหนือและเปิดเป็นโรงงานขนาดใหญ่ในชุมชน เนื่องจากมีกำลังการผลิตและส่งผ้าไหมให้แก่บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทยของคุณจิม ทอมป์สันได้จำนวนมาก ในปีพ.ศ.2494 จากเดิมที่มีการผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือนและออกขายด้วยตนเองในลักษณะผ้าขาวม้า ผ้านุ่งโจงกระเบน ผ้าโสร่ง จึงเปลี่ยนเป็นการทอผ้าเพื่อขายอย่างเป็นทางการโดยประยุกต์ร่วมกับระบบอุตสาหกรรม ตามการสั่งทำหรือการสั่งซื้อที่คุณจิม ทอมป์สันเป็นผู้พัฒนา คิดค้นและให้คำแนะนำ เพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยและการส่งผ้าไหมไทยออกสู่ตลาดต่างประเทศ

ในยุคนี้นักหญิงจึงเริ่มมีการทอผ้าด้วยลวดลายแปลกใหม่ ในลักษณะผ้าหลาในรูปแบบผ้าริ้ว ผ้าตา ผ้าจก ทอด้วยเส้นไหม 1 เส้น 2 เส้น 4 เส้น หรือ 6 เส้น ซึ่งเป็นการสร้างลายผ้าด้วยการเพิ่มเส้นด้ายพุ่งพิเศษ หรือการทอผ้าไหมตามลวดลายที่คุณจิม ทอมป์สันและนักออกแบบลวดลายร่วมกันออกแบบลวดลายผ้าไหม

นอกจากนี้ เปลี่ยนก็ทอผ้าเพื่อให้ผลิตได้รวดเร็วและทอผ้าได้จำนวนมากขึ้น จากที่กระทุงซึ่งสามารถทอได้ 2-3 หลาต่อวันต่อช่างทอ 1 คน เปลี่ยนมาเป็น “กีกะตุก” ซึ่งทอได้ 7-10 หลา ต่อวันต่อช่างทอ 1 คน ในยุคนี้นักหญิงมีกีกะตุกประมาณ 50 หลา มีแรงงานช่างทอผ้าจำนวนมากร่วมกันผลิตทั้งแรงงานในชุมชนและแรงงานต่างจังหวัดทางภาคอีสานที่มีฝีมือด้านการทอผ้า ประกอบกับมีการรับซื้อเส้นไหมจากสมาชิกที่ผลิตและเลี้ยงหม่อนไหมในยุคที่มีการสาวไหมไทย โดยนำไหมรังเหลือมาจากสมาชิกในชุมชน จังหวัดขอนแก่นเป็นหลัก ร่วมกับมีโรงงานผลิตเส้นไหมเป็นของตนเอง จึงมีการเลี้ยงและปลูกหม่อนไหมแบบครบวงจรการผลิต จากนั้นเข้าสู่กระบวนการปั่นไหม กรอไหม และย้อมสี ซึ่งเริ่มย้อมเป็นสีเคมีมากขึ้น เพราะเป็นยุคที่ก้าวหน้าด้านอุตสาหกรรม ลวดลายผ้าและสีของผ้าจะถูกควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตภายใต้ระบบอุตสาหกรรมและจิม ทอมป์สัน

จากความสามารถในการทอผ้าไหมได้จำนวนมากส่งผลให้กิจการทอผ้าไหมของครอบครัวมนุษย์คนหนึ่งสร้างความมั่งคั่งและความมั่นคงทางอาชีพให้แก่ครอบครัวและแรงงานในกิจการมากขึ้น จึงเป็นยุคทองที่

รุ่งเรืองของครอบครัวมณฑุทัศน์ ประกอบกับเป็นยุคที่ผ้าไหมบ้านครัวมีชื่อเสียงทั้งในกรุงเทพมหานครต่างจังหวัด รวมถึงต่างประเทศมากขึ้น

ในขณะเดียวกัน สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้เสด็จเป็นการส่วนพระองค์มาเยี่ยมชมกิจการผ้าไหมและเลือกซื้อผ้าไหม ณ บ้านของครอบครัวมณฑุทัศน์ อีกทั้งพระราชทานอนุญาตให้ครอบครัวมณฑุทัศน์เข้าเฝ้า เพื่อทอผ้าไหมถวาย แต่พระองค์ท่าน ณ วังสระปทุม ตั้งแต่เสด็จเยี่ยมชมครั้งนั้นเป็นต้นมาจวบจนปัจจุบัน จึงเป็นอีกหนึ่งเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นความภาคภูมิใจของครอบครัวอย่างหาที่สุดไม่ได้ ทำให้การทอผ้าไหมในกิจการ ยังคงควบคุมคุณภาพ ความประณีตและความพิถีพิถันในผ้าทอทุกผืน

การสืบทอดผ้าไหม โดยทายาทรุ่นที่ 3 (ปัจจุบัน)

กิจการผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณฑุทัศน์ ในรุ่นที่ 3 สืบทอดโดย “คุณนิพนธ์ มณฑุทัศน์” ปัจจุบันอายุ 73 ปี ได้เข้ามาสานต่อในช่วงที่มีการส่งผ้าไหมทอมือให้แก่จิม ทอมป์สันในรุ่นคุณแม่ เป็นจังหวะเดียวกับคุณนิพนธ์ คลุกคลีกับผ้าไหมตั้งแต่เด็ก เมื่อเติบโตจึงได้เข้ามาเรียนรู้ สืบทอด รักษา และดูแลกิจการผ้าไหมของครอบครัวเป็นอย่างดี สามารถเรียนรู้และบริหารจัดการในทุกกระบวนการผลิตและการทอผ้าไหม ตั้งแต่การคัดเลือกทรัพยากรและวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพผ้าไหม โดยมีแรงงานช่างทอเก่าแก่จากจังหวัดทางภาคอีสาน ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ นครราชสีมา กาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นช่างทอที่เชี่ยวชาญด้านการทอผ้าเป็นอย่างมาก ตั้งแต่รุ่นคุณแม่จนถึงรุ่นปัจจุบัน

เมื่อจิม ทอมป์สันหายตัวโดยไม่ทราบสาเหตุในปี.ศ.2510 ทำให้กิจการผ้าไหมบ้านครัวในชุมชนทยอยปิดกิจการเพราะไม่มีผู้สานต่อและรับซื้อผ้าไหมของสมาชิกในชุมชน ส่งผลให้ผ้าไหมบ้านครัวของครอบครัวมณฑุทัศน์จึงกลายเป็นบ้านหลังเดียวในชุมชนบ้านครัวเหนือที่สามารถผลิตและส่งผ้าให้บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทยจนกระทั่งผลิตผ้าไหมเสร็จสิ้นตามยอดที่กำหนดไว้ จึงเป็นการสิ้นสุดการผูกขาดทางการค้าขายและสิ้นสุดการส่งผ้าไหมให้แก่บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทยของจิม ทอมป์สันอย่างเป็นทางการ

กิจการผ้าไหมของครอบครัวมณฑุทัศน์ ซึ่งดูแลโดยคุณนิพนธ์ มณฑุทัศน์ สามารถดำเนินการผลิต การทอ และการจำหน่ายผ้าไหมด้วยตนเองภายใต้ธุรกิจของครอบครัว ยึดลักษณะการทอผ้าในลักษณะผ้าหลา และใช้กี่กระตุกในการทอผ้าโดยแรงงานช่างทอฝีมือคุณภาพตั้งแต่รุ่นคุณแม่ ซึ่งเป็นช่างทอจากต่างจังหวัดในภาคอีสาน จำนวน 3-4 คน ตลอดจนผลักดันและพัฒนาผ้าไหมเข้าสู่กระบวนการเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม และยังคงทอผ้าถวาย รวมถึงเข้าเฝ้าพระบรมวงศานุวงศ์ของไทยจนถึงรุ่นปัจจุบัน รวมจำนวนสมาชิกของครอบครัวมณฑุทัศน์และแรงงานช่างทอผ้าในกิจการผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณฑุทัศน์ จำนวนทั้งสิ้น 6-7 คน

ส่วนที่ 2 วิธีการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณฑุทัศน์ พบว่า วิธีการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณฑุทัศน์ ดำเนินกิจการโดยคุณนิพนธ์ มณฑุทัศน์ สามารถจำแนกวิธีการพัฒนาออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรสำหรับการผลิตและการทอผ้าไหม ด้านการประยุกต์และแปรรูปสินค้าวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และเกิดแนวคิดในการกระจายรายได้สู่สมาชิกในชุมชนและเครือข่ายผู้ประกอบการ ด้านการพัฒนาสินค้าทาง

วัฒนธรรมเพื่อสร้างและยกระดับคุณภาพสินค้าภายใต้หน่วยงานเครือข่ายและเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า และด้านการพัฒนาและขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า รวมถึงการขยายฐานลูกค้า มีรายละเอียดดังนี้

ด้านทรัพยากรสำหรับการผลิตและการทอผ้าไหม วัตถุดิบในการทอผ้าไหม ใช้รังไหมและเส้นไหมซึ่งมีการค้นหา คัดเลือกและสั่งซื้อเส้นไหมที่มีคุณภาพ จากเส้นไหม 2 ชนิด คือ

1. ไหมรังเหลือง ส่วนมากจะใช้พันธุ์ไหมดอกบัว โดยให้สมาชิกในชุมชนจังหวัดอุบลราชธานีสาวไหมและส่งเส้นไหมมาให้คุณนิพนธ์ และบางครั้งสั่งซื้อไหมรังเหลืองจากสมาชิกในชุมชนจากอำเภอปทุมชัย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งการสาวไหมจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานการสั่งซื้อที่คุณนิพนธ์กำหนดขึ้น

นอกจากนี้มีการนำไหมรังเหลืองทอขึ้นเป็นพิเศษเพื่อถวายแด่สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งได้พระราชทานนามว่า “ผ้าไหมเหลืองสิรินธร” เป็นผ้าไหมชื่อเฉพาะแก่ผ้าไหมบ้านครัวของครอบครัววนุทัตน์ จึงยังใส่ใจในกระบวนการคัดเลือกและสั่งซื้อเส้นไหมให้มีคุณภาพ อีกทั้งมีการควบคุมคุณภาพการผลิตในทุกกระบวนการเพื่อให้เกิดมาตรฐานที่ดีเสมอ

2. ไหมรังขาว สั่งซื้อจากบริษัทจุลไหมไทย เป็นรังไหมในระบบอุตสาหกรรมและนำเข้าจากประเทศจีนตัวหม่อนต้องสาวจากไหมสีขาว ซึ่งที่ประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตไหมรังขาวได้มากนัก จึงต้องสั่งซื้อจากบริษัทที่ผลิตเส้นไหมที่มีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานสากล ดังนั้น การผลิตผ้าไหมทอมือเกือบทั้งหมดของครอบครัววนุทัตน์จะใช้ไหมรังขาวในการทอผ้าไหม สำหรับการค้าขายทั่วไปหรือส่งตามร้าน รวมถึงส่งโรงแรมที่มีการสั่งทอจำนวนมาก

สีที่ใช้ในการย้อมไหมเป็นสีเคมีสอดคล้องกับการเติบโตของอุตสาหกรรม เทคโนโลยีและความเป็นเมืองในปัจจุบัน เนื่องจากสีธรรมชาติแทบจะหาใช้ได้ยาก รวมถึงมีต้นทุนสูงและการผสมสีอาจไม่สม่ำเสมอเท่าสีเคมี ปัจจุบันจึงใช้สีเคมีย้อมเส้นไหมด้วยตนเองที่บริเวณโรงย้อมข้างบ้าน ซึ่งสามารถกำหนดและควบคุมการผสมสีได้แม่นยำกว่าสีธรรมชาติ

จากทรัพยากรรังไหมและสีที่ใช้ในการย้อมเส้นไหมในข้างต้น ซึ่งเป็นทรัพยากรหลักในการผลิตและการทอผ้าไหม ทำให้เกิดลวดลายของผ้าทอที่หลากหลาย ได้แก่ ลายผ้าพื้น ผ้าตา ผ้ารี้ว ผ้าโสร่งซึ่งเป็นลายผ้าดั้งเดิมของบรรพบุรุษ รวมถึงประยุกต์ลายผ้าจากอดีต และคิดค้น ออกแบบลวดลายผ่านศาสตร์และศิลป์ จิตวิญญาณ ผสมกับลวดลายที่ทันสมัยในปัจจุบัน ได้แก่ ผ้าไหมลายเกล็ดเต่าซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์จาม ลายผ้าหางกระรอก 2 สี 3 สี ผ้าลูกฟูก ผ้าไหมเหลืองสิรินธร หรือทอผ้าลายผสมระหว่างลูกฟูกและหางกระรอก ซึ่งใช้เส้นไหม 2 เส้น หากเป็นผ้าลูกฟูกจะเพิ่มเส้นไหมให้หนาขึ้น ใช้ประมาณ 4-6 เส้นต่อการทอผ้าหลา 1 ผืน ตลอดจนมีลายประยุกต์ตามที่ลูกค้าสั่งทำ รวมถึงแปรรูปและพัฒนาลายผ้าให้สอดคล้องกับกระแสสังคม (trend) เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน หรือได้รับแรงบันดาลใจในการออกแบบและทอผ้าลวดลายใหม่ ๆ จากการไปร่วมงานแฟชั่นโชว์ โดยนั่งเขียนและประยุกต์ลวดลายก่อนให้ช่างทอทอผ้าตามลวดลายที่คุณนิพนธ์เป็นผู้ออกแบบ รวมถึงมีการศึกษาคอลเลกชันใหม่ในแต่ละปีประกอบกัน

ปัจจุบันผ้าไหมบ้านครัวของคุณนิพนธ์ มีผ้าลายใหม่ประมาณ 50 ลายผ้า ทำให้เกิดการกำหนดราคาที่แตกต่างกันเพื่อจำหน่ายผ้าไหมทอมือแต่ละผืน โดยจำหน่ายในราคาหน่วย “หลา” หากเป็นราคาผ้าเส้นเดียว

และสองเส้น อยู่ที่ประมาณ 600 บาทต่อหลา โดยมากจะเป็นผ้ารีว ผ้าตา ประมาณ 2 เส้น สำหรับผ้าที่ใช้ใหม่ 4 เส้น จะราคา 800 บาทต่อหลา 6 เส้น ราคาประมาณ 1,000 บาทต่อหลา ส่วนผ้าลายเกล็ดเต่าและลูกฟูกจะใช้เวลาในการทอและใช้เส้นไหมจำนวนมาก เริ่มต้น 1,200 บาท สำหรับผ้าทอที่เป็นคอลเล็กชั่น ราคา 1,200-1,500 บาท ส่วนผ้าลูกฟูกมีตั้งแต่ราคา 1,200 3,500 หรือ 4,000 บาท ขึ้นอยู่กับลวดลาย สีและจำนวนเส้นไหมที่ใช้ในการทอ

ด้านการประยุกต์และแปรรูปสินค้าวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และเกิดแนวคิดในการกระจายรายได้สู่สมาชิกในชุมชนและเครือข่ายผู้ประกอบการ

ผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณฑุทัศน์ มีการประยุกต์ แปรรูป และพัฒนาสินค้า รวมถึงรับผลิตสินค้าในลักษณะผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากผ้าไหมประเภทของใช้ ของตกแต่ง ซึ่งส่วนมากจะเป็นอุตสาหกรรมประเภทโรงแรม ที่พัก และร้านอาหารที่สั่งผลิตเป็นประจำ เช่น ปลอกหมอน ผ้า màn ผ้าคาดเตียง ผ้าปูที่นอน ผ้าพาดโต๊ะ ผ้ารองจาน ผ้าเช็ดปาก กล่อง เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปนี้ไม่ได้ทำเป็นประจำแต่สามารถสั่งผลิตจากครอบครัวมณฑุทัศน์ได้ รวมถึงประยุกต์เป็นเนคไท ผ้าพันคอ ซึ่งประดับเป็นเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปหรือเพื่อบนเป็นของที่ระลึกตามโอกาสต่าง ๆ และด้วยปัจจุบันเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงมีการแปรรูปสินค้าทางวัฒนธรรมเพิ่มเติม คือ การผลิตหน้ากากอนามัยจากผ้าไหมทอมือ ซึ่งเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนนำหน้ากากอนามัยไปขายเพื่อกระจายรายได้

สำหรับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่มีการสั่งทำในช่วงต้น ทางครอบครัวมูทส์มีแนวคิดและกระบวนการกระจายรายได้ให้แก่เครือข่ายผู้ประกอบการ โดยการประสาน สั่งทำและส่งต่อไปยังเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทโดยตรง ซึ่งเครือข่ายต่าง ๆ เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือเครือข่ายสินค้าโอท็อปในรูปแบบบุคคล กลุ่มหรือชุมชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อความสะดวกในการเดินทางรับส่งผ้าไหมและการแปรรูปสินค้าทางวัฒนธรรมสำเร็จรูป ซึ่งคุณนิพนธ์ได้เข้าร่วมควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้าแปรรูปแต่ละชิ้นจากแต่ละกลุ่มเครือข่ายได้ด้วยตนเอง

ด้านการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างและยกระดับคุณภาพสินค้าภายใต้หน่วยงานเครือข่ายและ
เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า

สินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือของครอบครัวมนุษย์ สืบสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานเครือข่ายด้านการให้บริการ ผลักดัน และให้คำแนะนำ ตลอดจนสนับสนุนกิจการผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมนุษย์ ประกอบด้วย สำนักงานเขตราชเทวี ซึ่งเป็นหน่วยงานความเกี่ยวข้องในฐานะบริบทพื้นที่เขตราชเทวี อันมีภูมิปัญญาผ้าไหมบ้านครัวครอบครัวมนุษย์อยู่ในชุมชนบ้านครัวเหนือ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ซึ่งบริบทการทำงานของสำนักงานเขตจะมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดแสดงและเผยแพร่ภูมิปัญญาในงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หรืองานจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ ตลอดจนการนำเสนอของดีประจำเขตในระดับเขต ระดับจังหวัดหรือประเทศ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ มีหนังสือเชิญแจ้งประสานมายังสำนักงานเขต เป็นต้น

นอกจากนี้ มีหน่วยงานความร่วมมือด้านการให้บริการ ตรวจสอบและรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าของผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวหมื่นทัศน์ ซึ่งปัจจุบันผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวหมื่นทัศน์ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าที่หลากหลาย เป็นผลจากการดำเนินการผลิตและทอผ้าโดยปฏิบัติตามข้อกำหนดของแต่ละหน่วยงานอย่างเคร่งครัดและต่อเนื่อง ผู้วิจัยเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานด้านการรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า ดังนี้

1) เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ภายใต้ส่วนงานกองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม ผ่านเครื่องหมายการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเป็นเครื่องหมายพื้นฐานที่ผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น ของบุคคลหรือของชุมชนแต่ละแห่งจะต้องมีเป็นลำดับแรก ก่อนเข้าสู่กระบวนการการขอรับรองมาตรฐานอื่น ๆ

เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้รับการควบคุมตามมาตรฐานคุณภาพสากล ภายใต้มาตรฐาน ISO/IEC17065 ซึ่งผ้าไหมบ้านครัวได้รับการตรวจสอบตัวอย่างผ้าไหม ตรวจสอบสถานที่ผลิตผ้าไหมตามข้อกำหนด ทำให้ผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวหมื่นทัศน์ได้รับเครื่องหมายการรับรองประเภทผ้าทอลายขัด มาตรฐานเลขที่ 18 ต่อเนื่องตั้งแต่ปีพ.ศ.2550-2564 (ปีปัจจุบัน) ซึ่งปัจจุบันคือมาตรฐาน 18/2557 ซึ่งปี 2557 เป็นปีที่มีการปรับปรุงมาตรฐานผ้าทอลายขัดฉบับล่าสุด นอกจากนี้ต้องมีการต่ออายุใบรับรองทุก 3 ปี ตามข้อกำหนดการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2) เครื่องหมายตรานกยูงพระราชทาน ภายใต้การกำกับ ดูแลของกองตรวจสอบและรับรองมาตรฐานหม่อนไหม กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตามพระราชดำริของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ได้กำหนดข้อบังคับว่าด้วยการใช้เครื่องหมายรับรองคุณภาพผ้าไหมไทย จุดสำคัญคือการตรวจสอบตัวอย่างของผ้าไหมนั้นพบว่าสีต้องไม่ตก

ปัจจุบัน ผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวหมื่นทัศน์ได้รับเครื่องหมายตรานกยูงพระราชทานสีน้ำเงินเป็นหลัก สอดคล้องกับข้อบังคับการผลิตและทอผ้าไหม เพราะใช้ไหมรังขาวซึ่งสาวด้วยเครื่องและซื้อไหมรังขาวจากบริษัทจุลไหมไทยภายใต้การผลิตในระบบอุตสาหกรรม นำมาย้อมสีและทอด้วยกี่กระตุก ใบรับรองนี้ต้องต่ออายุตามข้อกำหนดทุก 3 ปี

3) เครื่องหมายการค้าสรรผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ของกรุงเทพมหานคร ภายใต้กลุ่มงานส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด สำนักงานการส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานคร เพื่อค้นหาสุดยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนในกรุงเทพมหานครที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน มีคุณค่าและมีอัตลักษณ์ มีการส่งเสริม รักษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค ทำการค้าสรรผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือจากผู้ประกอบการ รอบ 2 ปีครั้ง ครอบคลุม 50 เขตในกรุงเทพมหานคร ปีล่าสุดคือ Bangkok Brand 2020 ผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวหมื่นทัศน์ได้รับการคัดสรรในประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทผ้าลูกฟูก และได้รับการคัดสรรในระดับ Premium ซึ่งเป็นระดับสูงสุด เป็นสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานหรือมีศักยภาพในการส่งออก

ด้านการพัฒนาและขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า รวมถึงการขยายฐานลูกค้า

การจำหน่ายสินค้าผ้าไหมในปัจจุบัน อยู่ในบริบทการเติบโตของเมือง ระบบอุตสาหกรรม รวมถึงใช้เทคโนโลยีติดต่อสื่อสาร ส่งผลให้กิจการผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณฑุทัศน์มีการขยายช่องทางด้านการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายขึ้น

จากเดิมจำหน่ายสินค้าที่บ้านเป็นหลัก ขยายสู่ช่องทางออนไลน์ โดยมีลูกสาวเข้ามาช่วยดูแล พัฒนา และส่งเสริมการขาย การตลาด และประชาสัมพันธ์ ร่วมกับรับรายละเอียดสินค้าสำเร็จรูปแจ้งไปยังฝ่ายทอดูแลโดยคุณนิพนธ์เป็นหลัก ร่วมกับภรรยา น้องสาว และแรงงานช่างทอผ้าของครอบครัว ปัจจุบันมีช่องทางออนไลน์ให้ลูกค้าติดต่อและเลือกซื้อผ้าไหมสะดวกขึ้น ทางเบอร์โทรศัพท์ โหล์ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก สื่อการตลาดกลางตามเว็บไซต์ ตลาดเว็บเทรดสินค้า

นอกจากนี้ ครอบครัวมณฑุทัศน์ได้รับเชิญเข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้า (event) ทำให้มีช่องทางจำหน่ายและประชาสัมพันธ์สินค้าที่หลากหลายขึ้น ตามศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า หอประชุมของหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ได้แก่ งานตรานกยูงพระราชทาน สืบสานตำนานไหมไทย โดยกรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ งานโอท็อปคิลปาชีพ ประทีปไทย โดยกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย เป็นต้น

สำหรับลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าผ้าไหม ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำตั้งแต่รุ่นคุณแม่และจิม ทอมป์สัน และมีลูกค้าประจำในรุ่นของคุณนิพนธ์ รวมถึงมีลูกค้าใหม่ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ลูกค้าที่ทำงานในหน่วยงานรัฐบาล สถานศึกษาและภาคเอกชน เป็นลูกค้าวัยทำงานตอนปลายและวัยผู้สูงอายุ มีลูกค้าคนไทยและคนต่างชาติ ลูกค้าในประเทศไทยและส่งออกต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะซื้อผ้าหลายเพื่อให้ช่างตัดเย็บและแต่งกายด้วยผ้าไหม

ขณะเดียวกันพบว่า มีลูกค้าในรูปแบบขององค์กรภาครัฐ สถานศึกษา และเอกชนเลือกซื้อหรือสั่งทำผ้าไหมแปรรูปโดยเฉพาะเนคไท ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า เพื่อมอบเป็นของขวัญที่ระลึก ได้แก่ บริษัทฮอนด้า สภาอุตสาหกรรมประเทศไทย เป็นต้น อย่างไรก็ตามพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เดินทางมาบ้านของครอบครัวมณฑุทัศน์ด้วยตนเองเพื่อเลือกซื้อและเยี่ยมชมผ้าไหม เนื่องจากได้สัมผัสและอยู่ในบรรยากาศของการทอผ้าไหม อีกทั้งเปิดโอกาสให้นักเรียน นิสิต นักศึกษา สถาบันการศึกษา องค์กรภาครัฐและเอกชน นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป เข้ามาศึกษาองค์ความรู้ภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัว

สรุปและอภิปรายผล

การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย แบ่งเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ประวัติการสืบทอดภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณฑุทัศน์ พบว่า ผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณฑุทัศน์เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์จามจากประเทศกัมพูชาที่ทรงคุณค่า ซึ่งเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยจนถึงปัจจุบันในพื้นที่ย่านใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร มีอายุภูมิปัญญากว่า 230 ปี ได้รับการรับรองคุณภาพผ้าไหมจากพระบรมวงศานุวงศ์ของประเทศไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นับเป็นความภาคภูมิใจแก่วงศ์ตระกูล และเป็นหนึ่งในตระกูลช่างทอผ้าไหมขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในชุมชนบ้านครัว

เหนือ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร กว่า 130 ปี ตั้งแต่เปลี่ยนการผลิตและทอผ้าไหมจากใช้ในครัวเรือนเป็นผลิตเพื่อขาย สืบทอดจากบรรพบุรุษสู่ลูกหลาน ปัจจุบันสืบทอดโดยทายาทรุ่นที่ 3

การทอผ้าไหมในยุคแรก รุ่นที่ 1 ของครอบครัวเมื่อคุณยายเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทย ทอด้วยกี่กระทบและเส้นไหมของท้องถิ่น นำมาจากประเทศกัมพูชา ย้อมไหมด้วยสีธรรมชาติ การทอผ้าในยุคแรกเป็นการทอเพื่อใช้ในครัวเรือนในลักษณะผ้านุ่งโจงกระเบน ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า เป็นหลักและเริ่มทอผ้าขายตามต่างจังหวัด ซึ่งสัญจรทางเรือ รวมถึงถวายพระบรมวงศานุวงศ์ในอดีต

การสืบทอดผ้าไหมในรุ่นที่ 2 มีผู้สืบทอดคือคุณแม่ ในยุคนี้เป็นยุคทองและยุครุ่งเรืองของครอบครัว เนื่องจากได้รับการสนับสนุน ผลักดันและส่งเสริมผ้าไหมทอมือของสมาชิกในชุมชน ด้วยการรับซื้อผ้าไหมและผูกขาดทางการค้า เพื่อส่งขายภายในประเทศและต่างประเทศ บริหารโดยบริษัทอุตสาหกรรมไหมไทยของจิมี ทอมป์สัน จึงเปลี่ยนเครื่องทอจากกี่กระทบเป็นกี่กระทบ เพื่อผลิตและทอผ้าไหมได้เร็วขึ้นและส่งขายปริมาณมาก และเปลี่ยนสีที่ใช้ย้อมเส้นไหมจากสีธรรมชาติเป็นสีเคมี จึงมีสีที่ใช้ทอผ้าแบบสม่ำเสมอ รวมถึงทอถวายพระบรมวงศานุวงศ์

การสืบทอดผ้าไหมในรุ่นที่ 3 ในปัจจุบัน สืบทอดโดยคุณนิพนธ์ มนูญ์ศน์ ยังคงใช้กี่กระทบในการทอผ้าไหมโดยแรงงานช่างทอฝีมือคุณภาพตั้งแต่รุ่นคุณแม่ และใช้สีเคมีในการย้อมเส้นไหมเพื่อให้สีคงทน การทอผ้าในยุคนี้จึงเป็นการทอผ้าไหมเพื่อจำหน่ายภายใต้การเติบโตของเมืองและระบบอุตสาหกรรมมากขึ้น รวมถึงทอถวายและเข้าเฝ้าพระบรมวงศานุวงศ์ในปัจจุบัน

จากที่กล่าวมาในช่วงต้น สะท้อนให้เห็นถึงการรักษาและสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมของบรรพบุรุษครอบครัวมณฑุ์ศน์สู่รุ่นลูกหลาน ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมที่อาศัยความประณีต ละเอียดอ่อน ใช้ศาสตร์และศิลป์ในการผลิตผ้าไหมแต่ละผืนจากประสบการณ์ การเรียนรู้และอาศัยการใช้ปัจจัยสำหรับการดำเนินชีวิตมนุษย์เรื่องเครื่องนุ่งห่ม สร้างเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ ตามที่ (Phongphit, 2005) ให้นิยามว่าภูมิปัญญาเป็นศาสตร์และศิลป์ที่ผู้คนสั่งสมสืบทอดยาวนานจากบรรพบุรุษ เป็นความรู้เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตการทำมาหากิน อยู่ร่วมกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและสังคม เป็นความรู้ที่มีคุณค่าไม่ได้คิดค้นจากสมองเท่านั้น แต่เกิดขึ้นจากความรู้สึก ทักษะและจิตวิญญาณในตัวบุคคล สะท้อนให้เห็นว่า บรรพบุรุษในชุมชนและต้นตระกูลของครอบครัวมณฑุ์ศน์ได้สร้าง คิดค้นและออกแบบขึ้นจากจิตวิญญาณในบุคคล ผ่านผ้าทอแต่ละผืนซึ่งเป็นสิ่งใกล้ตัวและมีองค์ความรู้ด้านการสืบทอด ถ่ายทอดและสานต่อภูมิปัญญาติดตัวมาตั้งแต่อาศัยอยู่ในประเทศกัมพูชา จึงมีความจำเพาะของท้องถิ่นและมีประสบการณ์การสืบทอดภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่อง จึงมีผู้สืบทอดและขับเคลื่อนภูมิปัญญาที่เข้มแข็ง

ส่วนที่ 2 วิธีการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือบ้านครัวของครอบครัวมณฑุ์ศน์ พบว่า คุณนิพนธ์ มณฑุ์ศน์ ผู้สืบทอดรุ่นที่ 3 ของครอบครัวในปัจจุบัน สามารถประยุกต์ ผลักดันและพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาของครอบครัว ซึ่งจำแนกการพัฒนาได้ 4 ด้าน ดังนี้

1) ด้านทรัพยากรสำหรับการผลิตและการทอผ้าไหม ซึ่งมีการคัดเลือกเพื่อซื้อและใช้รังไหมในระบบอุตสาหกรรมในการผลิตและทอผ้าไหมมากขึ้น ใช้สีเคมี เพื่อคงคุณภาพและความสม่ำเสมอของสีที่ใช้ในการทอ

- 2) ด้านการประยุกต์และแปรรูปสินค้าวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปและเกิดแนวคิดในการกระจายรายได้สู่สมาชิกในชุมชนและเครือข่ายผู้ประกอบการ พบว่า มีการพัฒนาและประยุกต์ผ้าทอจากผ้าฝืนเป็นสินค้าสำเร็จรูปและแปรรูปเป็นสินค้าประเภทของใช้ เครื่องแต่งกาย รวมถึงของที่ระลึก อีกทั้งมีการประสานส่งต่อไปยังเครือข่ายแปรรูปจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายโอท็อป รวมถึงผู้ประกอบการบุคคลและกลุ่มชุมชนเนื่องจากสินค้าบางประเภทอาศัยความชำนาญ เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
- 3) ด้านการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างและยกระดับคุณภาพสินค้าภายใต้หน่วยงานเครือข่ายผ่านกระบวนการรับรอง จึงได้รับการรับรองมาตรฐาน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า
- 4) ด้านการพัฒนาและขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า รวมถึงการขยายฐานลูกค้า พบว่า มีการขยายช่องทางการขายจากขายที่บ้าน ขยายสู่ช่องทางออนไลน์ รวมถึงเข้าร่วมออกบูธและงานจัดแสดงสินค้าที่ภาครัฐและเอกชนจัดขึ้น จึงเกิดกลุ่มลูกค้าหลากหลายช่วงวัย มีทั้งลูกค้าประจำและลูกค้าใหม่ ลูกค้าคนไทยและคนต่างชาติ ลูกค้าในรูปแบบส่วนบุคคลและลูกค้าในนามองค์กร รวมถึงลูกค้าภายในประเทศและส่งออกสินค้าไปยังลูกค้าที่อาศัยอยู่ต่างประเทศ

การพัฒนารายด้านที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เห็นว่าสมาชิกครอบครัวและช่างทอในกิจการซึ่งเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เป็นมีทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพและพึ่งพาตนเองได้เป็นอย่างดี สังเกตได้จากความใส่ใจในทุกกระบวนการ ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ การผลิตและทอผ้าไหม การแปรรูปสินค้าเป็นสินค้าสำเร็จรูปจากภูมิปัญญาผ้าไหม รวมถึงมีการบูรณาการความร่วมมือโดยสร้างเครือข่ายหลายด้านอย่างองค์รวม ภายใต้กระบวนการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม ทำให้การดำเนินกิจการของครอบครัวมณฑุทัศน์ เกิดความยั่งยืนในการผลิตและรักษาคุณภาพผ้าทอในแต่ละฝืน จึงเกิดการสร้างมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยการกำหนดราคาของผ้าไหมและสินค้าสำเร็จรูปที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับต้นทุนการผลิต ลวดลาย สีและจำนวนเส้นไหม รวมถึงค่าแรงงานช่างทอ กลายเป็นสินค้าคุณภาพดี มีมาตรฐาน และมีศักยภาพในการส่งออกและจำหน่ายสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงเกิดความภูมิใจในการรักษา สืบสานและต่อยอดภูมิปัญญา

จากที่กล่าวมาในข้างต้น สอดคล้องกับมุมมองของ (Nathalang, 1997) ในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นจากการใช้สติปัญญา มาปรับตัวและแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมร่วมกับกลุ่มชนอื่นในสิ่งแวดล้อมอื่น ในที่นี้หมายถึงกิจการผ้าไหมของครอบครัวมณฑุทัศน์ สามารถติดต่อสัมพันธ์และรับเอาหรือปรับเปลี่ยนองค์ความรู้จากหลากหลายเครือข่าย เกิดการสะสมประสบการณ์ทั้งในและนอกพื้นที่เพื่อผลิตซ้ำขึ้นใหม่ (Chuaybamroong, 2011) จึงสามารถพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืนและสานต่อถึงรุ่นปัจจุบัน สอดคล้องกับการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมตามแนวคิดมาร์กซ (Kongpikul, 2012) ซึ่งบุคคลสามารถแปรสภาพภูมิปัญญาเป็นสินค้าในระบบและกระบวนการผลิต โดยมีแรงงานมนุษย์ เครื่องจักร วัตถุดิบ เงิน และการจัดการ/ความรู้ เป็นปัจจัยหลักในการแปรสภาพเป็นสินค้า ขณะที่ทุนทางเศรษฐกิจต้องขยายตัวด้วยกลวิธีต่าง ๆ ดังนั้นความมั่นคงของเจ้าของทุนไม่ได้เกิดจากการขายเท่านั้น แต่รวมมูลค่าส่วนเกินที่ได้จากการที่คนงานใส่แรงงานเข้าไปใน

ขั้นตอนการผลิต ประยุกต์ร่วมกับความหมายเศรษฐศาสตร์ของ (Thanapornpan, 2003) ในการนำวัฒนธรรมมาผลิตเป็นสินค้าและบริการ

นอกจากนี้ พื้นที่บ้านของครอบครัวมนุษย์แบ่งสัดส่วนพื้นที่เพื่อการดำเนินกิจการผ้าไหม ซึ่งเปิดโอกาสให้นักเรียน นิสิตนักศึกษา สถาบันการศึกษา องค์กรภาครัฐและเอกชน ตลอดจนนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป เดินทางเข้ามาศึกษาองค์ความรู้จากภูมิปัญญาของครอบครัว สะท้อนให้เห็นว่า นอกจากสินค้าหัตถกรรมผ้าไหมบ้านครัวซึ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่น มีฝีมือคุณภาพ ได้รับการตอบรับในการบริโภคสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมจากลูกค้า รวมถึงได้เสนอเรื่องราวจากประสบการณ์สืบทอดและเรียนรู้ภูมิปัญญาของครอบครัวมนุษย์ (storytelling) ถ่ายทอดเป็นเรื่องราวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ จึงเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการได้ (Janjampa, 2015)

ในบริบทการค้า ภูมิปัญญากลายเป็นสินค้าภายใต้ระบบทุนนิยมโดยมีขั้นตอนการผลิต การแลกเปลี่ยน และการจัดการสินค้า ตลอดจนการกำหนดมาตรฐานสินค้าให้เกิดสื่อนิยมแปลกใหม่สอดคล้องกับประสบการณ์และความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับมูมมอ (Cohen, 1988) ทำให้กิจการของครอบครัวมนุษย์สามารถออกแบบ ผลิตและพัฒนาสินค้าตามรายละเอียดการสั่งทำสินค้าได้เป็นอย่างดี เมื่อภูมิปัญญาท้องถิ่นกลายเป็นวัฒนธรรมที่สามารถประยุกต์และผลิตซ้ำขึ้นใหม่ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในสังคม การใช้เทคโนโลยี กระแสตลาดโลก และบทบาทของภาครัฐ (Lertsukprasert, 2005) ให้เกิดความต่อเนื่อง จึงต้องพิจารณาถึงหัวใจของระบบคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง และสร้างแนวทางเพื่อให้เกิดการจัดการสินค้าทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งถัดไป

1. ควรศึกษาเครือข่ายด้านวัตถุดิบ เครื่องมือ กระบวนการผลิต การผลักดัน สนับสนุนและพัฒนาสินค้าเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดองค์ความรู้แบบองค์รวม
2. ควรประเมินการรับรู้และความภาคภูมิใจของสมาชิกในชุมชนที่มีต่อการสืบสานและรักษาภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไว้ได้โดยครอบครัวมนุษย์

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรส่งเสริมและสนับสนุนด้านการจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ด้านการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ รวมถึงสร้างการรับรู้ให้สมาชิกในชุมชนและประชาชนทั่วไปในรูปแบบการอบรมหรือกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อแสดงศักยภาพการเป็นต้นแบบภูมิปัญญาที่เข้มแข็ง
2. ควรตรวจสอบและควบคุมวัตถุดิบการผลิตจากทุกเครือข่าย เพื่อรักษาคุณภาพสินค้าที่ครอบคลุมทุกวงจรการผลิต
3. ควรกำหนดมาตรการ การกระตุ้นและแรงจูงใจหรือสร้างนโยบายให้ประชาชน อุดหนุนสินค้าท้องถิ่น เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในประเทศ ผลักดันสู่ตลาดนานาชาติ

References

- Chuaybamroong, T. (2011). *Local Wisdom for Creative Community Development*. Bangkok: King Prajadhipok's Institute (In Thai).
- Cohen, E. (1988). Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371-386.
- Janjumba, P. (2015). *Cultural Capital Management for Urban Development, Songkhla Municipality, Thailand*. Bangkok: Thammasart University (In Thai).
- Komchadluek Online. (2020). *Jim Thompson disappeared with no return*. Retrieved from <https://www.komchadluek.net/news/today-in-history/424375> (In Thai)
- Kongpikul, D. (2012). *The Cultural Capital Reproduction: A Case Study of Praharuthai Convent School*. Bangkok: National Institute of Development Administration (In Thai).
- Lertsukprasert, P. (2005). *Commoditization of funeral services*. Bangkok: Chulalongkorn University (In Thai).
- Moohamad, R. (2013). *Islam and Sustainable Development: A Case Study of Masjid Kamalulislam Community, Khlong Saen Saep, Bangkok*. Bangkok: National Institute of Development Administration (In Thai).
- Mungmachon, R., & Vangpaisal, T. (2013). The Integration of Local Knowledge and Wisdom of Ratchathani Asok Community, Ubon Ratchathani: A Proposal of a New Model for a Community of Learning. *Journal of the Association of Researchers*, 18(3), 45-55 (In Thai).
- Nathalang, E. (1997). *Four Regional Local Wisdom: Lifestyle and Learning Process of Thai Villagers*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University (In Thai).
- Noraratphutthi, K. (2019). *Culture, Values toward Worth*. Retrieved from <http://article.culture.go.th/index.php/template-features/137-2019-07-02-06-14-35> (In Thai)
- Phongphit, S. (2005). *Thinking based SMCEs Small and Micro Community Enterprise*. Bangkok: Palang Panya publisher (In Thai).
- Puangpanya, B., Kenaphoom, S., & Yupas, Y. (2016). Management Approach for Enhancing the Cultural commodity. *Bailan Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 1(1), 80-101 (In Thai).

Thanapornpan, R. (2003). *Cultural Capital: Culture in World Capitalism Volume1*. Bangkok: Matichon publisher (In Thai).

Vanichwatanavorachai, S., & Homfung, C. (2018). The Creative Integration of Local Wisdom into Teaching and Learning in the 21st Century. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(3), 2551-2563 (In Thai).

Wangyen, J. (2011). Post Modern Issue: Intellectual World Revisit. *Institute of Culture and Arts Journal*, 13(1), 20-23 (In Thai).