



การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกัญชง: ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้ง
อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

HEMP PRODUCTS DEVELOPMENT: CULTURAL LANDSCAPE OF THE HMONG
ETHNIC GROUP, PHOP PHRA DISTRICT, TAK PROVINCE

ธนากร ทังเรือง^{1*} และ ดร.วลัยลักษณ์ พันธุ์²

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น¹

อาจารย์ประจำหลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น²

ผู้รับผิดชอบบทความ* : thanakorn@northern.ac.th

Thanakorn Thangruang^{1*}, Dr.Walailak Panturee²

Lecturer-Faculty of Business Administration, Department of Tourism Industry,
Northern College¹

Lecturer-Master of Business Administration Program, Faculty of Business Administration,
Northern College²

Corresponding author*: thanakorn@northern.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์กัญชงภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้ง อำเภอพบพระ จังหวัดตาก และ 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกัญชงภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้ง อำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยใช้การดำเนินการวิจัยและพัฒนา จากการศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และลงพื้นที่สำรวจ พร้อมทั้งทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 50 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม จากวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง คือ 1) กลุ่มภาครัฐ 2) กลุ่มผู้นำชุมชน 3) กลุ่มผู้ประกอบการ และ 4) กลุ่มสมาชิกชุมชน โดยจัดเวทีประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยการระดมความคิดอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกัญชง

ผลการศึกษาพบว่า 1) กัญชงคือจุดเริ่มต้นของภูมิทัศน์วัฒนธรรมเป็นพื้นที่ที่โดดเด่นของทุนวัฒนธรรม โดยชาติพันธุ์ม้งทำการปลูกกัญชงและสั่งสมภูมิปัญญาในการใช้ประโยชน์จากกัญชง

Received: 29 February 2024

Revised: 8 May 2024

Accepted: 10 May 2024

Online publication date: 29 June 2024



มายาวนานด้วยวิถีวัฒนธรรมเกษตรกรรมที่ผสมผสานอยู่ในรากเหง้าที่มีการสืบต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น พื้นที่ปลูกกัญชงจึงเปรียบเสมือนต้นกำเนิดพื้นที่วัฒนธรรมที่นำไปสู่การเกิดผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการใช้ประโยชน์และการสะท้อนถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ทั้งความโดดเด่นและภาพจำที่มีต่อชาติพันธุ์ม้ง และ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกัญชงได้ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาการใช้ประโยชน์จากกัญชงจากรากสู่ยอด ได้แก่ ผ้ากัญชงผืน ผ้าคาดเอวกัญชง ชุดเสื้อผ้ากัญชง กระเป๋าสตางค์ผ้าใยกัญชง กระเป๋าสะพายผ้าใยกัญชง กัญชงงานถักมกมล สบู่กัญชง เซรั่มกัญชง มาส์คหน้ากัญชง มัทฉะกัญชง น้ำยาสระผมกัญชง และยาหม่องกัญชง โดยถ่ายทอดเรื่องราว วิถีชีวิต ความหมาย ความเชื่อ ความศรัทธา บ่งบอกจิตวิญญาณความสร้างสรรค์อย่างร่วมสมัย ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ทางการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์ การขับเคลื่อนนโยบาย การวางแผน ที่มุ่งเน้นภูมิทัศน์วัฒนธรรมอันนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้เป็นสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์จากกัญชง/ ภูมิทัศน์วัฒนธรรม/ ชาติพันธุ์ม้ง

Abstract

This research article aims to: Analyze the cultural landscape of the Hmong ethnic group in Phop Phra District, Tak Province. Develop hemp products from the cultural landscape of the Hmong ethnic group in Phop Phra District, Tak Province, utilizing research and development methodologies such as documentary analysis, surveys, and in-depth semi-structured interviews totaling 50 participants. Four main informant groups were selected using purposive sampling: 1) Government representatives, 2) Community leaders, 3) Entrepreneurs, and 4) Community members. A meeting was organized to facilitate knowledge exchange through participatory brainstorming to develop hemp products.

The results revealed: 1) Hemp serves as the cornerstone of the cultural landscape, representing a significant reservoir of cultural capital. The Hmong ethnic group has cultivated hemp for generations, harnessing extensive wisdom in its utilization within an agricultural context deeply ingrained in their cultural heritage. Hemp cultivation areas thus serve as the nexus of cultural production,



yielding artifacts that reflect and embody the unique cultural values and identity of the Hmong ethnic group. and 2) The development of hemp-based products exemplifies the culmination of ancestral wisdom, encompassing a diverse array of items including clothing, accessories, handicrafts, and consumables such as soap, serum, face masks, and culinary products like Matcha. Each product conveys narratives, lifestyles, meanings, beliefs, and traditions, symbolizing the innovative spirit of contemporary expression. These findings hold significance for various sectors, particularly in spatial development administration, by informing strategies for policy formulation and planning that prioritize the cultural landscape's role in generating value-added cultural products and services. Such initiatives aim to align with the evolving dynamics of the modern global economy and society.

Keywords: Hemp products/ Cultural Landscape/ Hmong Ethnic Group

บทนำ

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลความมั่นคงโดยรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายเชิงนิเวศและวัฒนธรรมตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ ด้วยการต่อยอดอดีตโดยมองกลับไปที่เราเคยทำทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายของพื้นที่ รวมทั้งความได้เปรียบของประเทศในด้านอื่น ๆ ที่นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่บนฐานภูมิทัศน์วัฒนธรรม สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 กล่าวในหมวดหมู่ที่ 2 เรื่องกลยุทธ์การพัฒนาที่สนับสนุนให้มีการรวบรวมองค์ความรู้และข้อมูลความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ ชีวภาพ และวัฒนธรรม รวมถึงวิธีการดำเนินชีวิตในแต่ละท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เพื่อนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ซึ่ง Blij และ Murphy (1977) ได้กล่าวว่าภูมิทัศน์วัฒนธรรมเป็นร่องรอยหลักฐานการเปลี่ยนแปลงผืนแผ่นดิน พื้นที่ภูมิประเทศและสภาพแวดล้อมโดยมนุษย์ จากกิจกรรมตามวิถีชีวิตของชุมชนหรือชาติพันธุ์ ซึ่งแสดงออกในลักษณะรูปธรรมและนามธรรม อันได้เรียนรู้และถ่ายทอดสั่งสมกันมาอย่างยาวนาน เป็นพัฒนาการตั้งแต่บรรพบุรุษสู่รุ่นลูกหลาน อาทิ สิ่งที่ต้องได้ คือ การสร้างบ้านเรือนพักอาศัย สิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม ถนนหนทาง พื้นที่เกษตรกรรม และชุมชน ส่วนสิ่งที่



จับต้องไม่ได้ คือ บรรยากาศที่รับรู้ได้เป็นจินตภาพเฉพาะของชุมชนแห่งนั้น โดยอาจจะเรียกว่าเป็นบุคลิกของพื้นที่นั้น หรือ “เอกลักษณ์” อันรับรู้ได้จากภาพที่เห็น เสียงที่ได้ยิน กลิ่นที่ได้รับ และวิถีชีวิตของผู้คนที่อยู่แห่งนั้น ทั้งนี้สามารถอธิบายถึงการตั้งถิ่นฐาน การใช้ที่ดิน และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทางวัฒนธรรมในช่วงระยะเวลาต่างๆ ของประวัติศาสตร์ สรุปผลด้วยการพรรณนา การกระทำ ความคิด ความเชื่อของมนุษย์ที่มีต่อธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ถูกเปลี่ยนแปลงโดยกิจกรรมของมนุษย์และวัฒนธรรม (Whitehand, 1981) ทำให้ผลลัพธ์ที่แสดงออกมาสะท้อนให้เห็นถึงภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม โดยมีวัฒนธรรมเป็นผู้กระทำและธรรมชาติเป็นสื่อกลาง ดังนั้นภูมิทัศน์วัฒนธรรมก็คือผลการกระทำดังกล่าวที่มุ่งเน้นการแปลความหมายและคุณค่าเป็นหลัก (อนุวัฒน์ การถัก และทรงยศ วีระทวีมาศ, 2558)

ชาติพันธุ์ม้งสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนานโดยเชื่อว่าเทพเจ้าประทานกัญชงมากับเผ่าม้งและประทานฝ้ายมากับเผ่าไทย โดยคุณหม่อ แซ่หว่าง ประธานกลุ่มผ้าทอโยกัญชงเล่าว่า “ตั้งแต่ตอนที่ชาติพันธุ์ม้งได้ทำการอพยพไปสู่ดินแดนต่างๆ บรรพบุรุษได้ให้ชาติพันธุ์ม้งทุกคนกำเมล็ดกัญชงติดตัวไว้เพื่อการใช้ประโยชน์ในการทำมาหากิน” ดังนั้นชาติพันธุ์ม้งจึงมีวิถีชีวิตผูกพันกับกัญชงตั้งแต่เกิดจนวาระสุดท้ายของชีวิต (บทสัมภาษณ์คุณหม่อ แซ่หว่าง ประธานกลุ่มผ้าทอโยกัญชง, 2566) ชาติพันธุ์ม้งได้ทำการปลูกกัญชงและส่งสมภูมิปัญญาในการใช้ประโยชน์จากกัญชงมายาวนานด้วยวิถีวัฒนธรรมเกษตรกรรมที่ผสมผสานอยู่ในรากเหง้าที่มีการสืบทอดกันจากรุ่นสู่รุ่น กัญชงจึงนำไปสู่การเกิดผลผลิตทางวัฒนธรรมในการใช้ประโยชน์โดยเริ่มจาก เมล็ด ราก ลำต้น ใบ และใบ สามารถแปรรูปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากทุนทางวัฒนธรรมเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ควบคู่กับการอนุรักษ์สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้งที่ทรงคุณค่าอย่างยั่งยืน

ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มาจากภูมิปัญญาได้รับความสนใจจากผู้บริโภคทำให้ผู้ประกอบการอย่างชุมชนเข้ามามีบทบาทและแข่งขันการพัฒนาผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นการยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชนด้วยการประยุกต์ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนด้วยองค์ความรู้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่แสดงถึงความเจริญงอกงามของทุนทางวัฒนธรรมภาคบริการที่ได้จากการต่อยอดสร้างสรรค์สู่ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ สามารถถ่ายทอดเรื่องราว ความเป็นมา วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ความศรัทธา บ่งบอกถึงจิตวิญญาณในการสร้างความหมายและคุณค่าของชุมชน โดย Fuller (1994) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีวัตถุประสงค์มากมายและมีลักษณะครอบคลุมกว้างขวางแต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ ต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการสร้างผลกำไรเพื่อความอยู่รอดโดยใช้กระบวนการผลิตที่มีอยู่ การสร้างแนวคิดใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ ผลิตภัณฑ์



ใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงสูตรที่มีอยู่แล้ว ผลิตภัณฑ์ใหม่ในบรรจุภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมและผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์

ดังนั้นการศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยงา: ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้ง อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จึงเป็นการกำหนดอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้งผ่านผลิตภัณฑ์จากกล้วยงาที่สามารถบ่งบอกถึงจิตวิญญาณในการสร้างความหมายและคุณค่าของชุมชนอย่างร่วมสมัยโดยผ่านอิทธิพลวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจ ตอกย้ำการกระจายรายได้ของคนและกลุ่มคนในชุมชนอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง สามารถแก้ไขปัญหาการกระจุกตัวของรายได้ในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์กล้วยงาภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้ง อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยงาภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้ง อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยการศึกษาเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นผลิตภัณฑ์จากกล้วยงา ภูมิทัศน์วัฒนธรรม ชาติพันธุ์ม้ง อำเภอพบพระ จังหวัดตาก และลงพื้นที่สำรวจ (Survey) พร้อมทั้งทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structures Interview) เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 50 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม จากวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง คือ 1) กลุ่มภาครัฐ 7 คน ได้แก่ ตัวแทนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพบพระ องค์การบริหารส่วนตำบลคีรีราษฎร์ และโรงเรียนป่าไม้อุทิศ 4 2) กลุ่มผู้นำชุมชน 16 คน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล และผู้นำกลุ่มท่องเที่ยว 3) กลุ่มผู้ประกอบการ 12 คน และ 4) กลุ่มสมาชิกชุมชน 15 คน ได้แก่ คนรุ่นใหม่ คนคืนถิ่น และศิลปินพื้นบ้าน

โดยจัดเวทีประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยการระดมความคิดอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยงาโดยใช้กระบวนการทางวัฒนธรรมของ สุตสันต์ สุทธิพิศาล (2564) คือ 1) ค้นหา เริ่มจากการค้นหาทุนทางชุมชนที่มีอยู่โดยเน้นผู้ที่มีองค์ความรู้ทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม หรือที่เรียกว่า ปราชญ์ชุมชน นำไปสู่การถ่ายทอดจากเรื่องเล่าความเป็นมา วัฒนธรรม ความเชื่อ พิธีกรรม จากนั้นทำการจัดกลุ่ม แยกประเภทของทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยการแบ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Capital) และทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้



(Intangible Cultural Capital) 2) ต่อยอด ทุนวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับการเติบโตระหว่างอุตสาหกรรมกับภาคบริการโดยมีสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Products) แสดงถึงความเจริญเติบโตของทุนวัฒนธรรม ดังนั้นการค้นหาทุนทางวัฒนธรรมจึงนำมาต่อยอดสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถจัดการได้ในเชิงประจักษ์ 3) เพิ่มค่า การเพิ่มมูลค่าทุนทางวัฒนธรรมให้เป็นพลังสำคัญในการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามให้กับชุมชนและสังคม ในการเพิ่มคุณค่าประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวและคุณค่าประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ชุมชนสามารถจัดการและทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและเสริมสร้างให้ชุมชนเข้มแข็งจากการจัดการความรู้ด้านต่างๆ โดยบูรณาการความรู้จากภาควิชาการและผู้เชี่ยวชาญ 4) หาจุดต่าง ด้วยการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นเครื่องแสดงถึงลักษณะเฉพาะของทางชุมชนและวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการสร้างความหมายและการรับรู้ร่วมกันของคนในชุมชนและคนนอกชุมชน ทั้งความโดดเด่นและภาพจำที่มีต่อชุมชน 5) สร้างสรรค์ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากองค์ความรู้ใหม่เพิ่มความทันสมัย ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายของการใช้งาน และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน และ 6) แบ่งปัน แนวทางการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความรู้ที่สะท้อนถึงคุณค่าของภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์มั่งที่เกิดจากภูมิปัญญาการใช้ประโยชน์จากกัญชงจากรากสู่ยอดให้กับกลุ่มเป้าหมาย จัดเวทีฝึกอบรมปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกัญชง พร้อมทั้งถ่ายทอดความรู้ด้านการสร้างตราสินค้าและการตลาดเพื่อสืบสาน สร้างสรรค์ และสืบทอด จากนั้นนำข้อมูลมาสังเคราะห์อภิปรายเพื่อสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์กัญชงภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์มั่ง อำเภอบรบพระ จังหวัดตาก

“ชาติพันธุ์มั่ง” หรือเป็นที่รู้จักในชื่อ “แม้ว” “เหมียว” และ “เมี้ยว” มีข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดซึ่งเป็นถิ่นฐานเดิมของชาวมั่งว่าอาจอยู่บริเวณที่ราบสูงอิเบตและไซบีเรียในเขตดินแดนรอยต่อระหว่างจีนกับยุโรปก่อนอพยพเข้ามาอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำเหลือง ยูนนาน สิบสาน และกวางสี ต่อมาได้เคลื่อนย้ายมาทางใต้เข้าสู่ประเทศลาว เวียดนาม และไทย ซึ่งการเข้าสู่ดินแดนประเทศไทยนั้นเกิดขึ้นเมื่อใดไม่มีหลักฐานปรากฏแน่ชัด แต่คาดว่าเข้ามาเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2387-2417 โดยเดินทางผ่านเข้ามาทางตอนเหนือของประเทศไทย 3 จุด ได้แก่ ห้วยทราย เชียงของ ในเขตจังหวัดเชียงราย ไชยบุรี ปัว และทุ่งช้าง จังหวัดน่าน และภูคาย นาแห้ว และด่านซ้าย จังหวัดเลย แล้วกระจายแยกย้ายกันไปตั้งถิ่นฐานตามจังหวัดต่างๆ ทางภาคเหนือและภาคตะวันตก เช่น จังหวัดตาก เพชรบูรณ์ และแม่ฮ่องสอน โดยอาศัยอยู่บริเวณเทือกเขาสูงหรือที่ราบเชิงเขาที่มีอากาศหนาวเย็น (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2566) สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์



คุณชะลอ ท้าวสันติชูชัย ชาวม้งในหมู่บ้านป่าคาใหม่ ตำบลศิรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เล่าให้ฟังว่า ตนเองเป็นชาวม้งรุ่นที่ 11 มีบรรพบุรุษรุ่นที่ 1 อาศัยอยู่ที่มอญโกเลีย ต่อมาได้อพยพมาอยู่ทางตอนใต้ของประเทศไทยและอพยพเข้าสู่ประเทศไทยเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2400 โดยเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ตามภูเขาสูงหรือที่ราบเชิงเขาบริเวณขุนสถาน จังหวัดน่าน และมีการย้ายถิ่นฐานไปเรื่อยๆ จนมาถึงที่อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ซึ่งเป็นพื้นที่เหมาะกับการทำอาชีพเกษตรกรรมที่มีลักษณะเป็นการปลูกพืชเศรษฐกิจโดยเฉพาะกัญชง (บทสัมภาษณ์คุณชะลอ ท้าวสันติชูชัย, 2566) จากนั้นคุณหมอ แช่ว่าง ประธานกลุ่มผ้าทอโยกัญชง เล่าต่อไปว่า “ตั้งแต่ตอนที่ชาติพันธุ์ม้งได้ทำการอพยพไปสู่ดินแดนต่างๆ บรรพบุรุษได้ให้ชาติพันธุ์ม้งทุกคนกำเมล็ดกัญชงติดตัวไว้เพื่อการใช้ประโยชน์ในการทำมหากิน” ดังนั้นชาติพันธุ์ม้งจึงมีวิถีชีวิตผูกพันกับกัญชงตั้งแต่เกิดจนวาระสุดท้ายของชีวิต (บทสัมภาษณ์คุณหมอ แช่ว่าง ประธานกลุ่มผ้าทอโยกัญชง, 2566)

“กัญชง” จึงเป็นจุดเริ่มต้นของภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscape) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่โดดเด่นของทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) ควรค่ากับสมญานามคำว่าพิภพหัตถกรรมที่อยู่คู่กับวิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ม้งตั้งแต่อดีตกาล โดยชาติพันธุ์ม้งเชื่อว่าเทพเจ้าหรือเยอโชะประทานกัญชงมาคู่กับเผ่าม้ง ซึ่งทำการปลูกกัญชงและสั่งสมภูมิปัญญาในการใช้ประโยชน์จากกัญชงมายาวนานด้วยวิถีวัฒนธรรมเกษตรกรรมที่ผสมผสานอยู่ในรากเหง้าที่มีการสืบทอดกันจากรุ่นสู่รุ่น พื้นที่ปลูกกัญชงจึงเปรียบเสมือนต้นกำเนิดพื้นที่วัฒนธรรม (Cultural Space) ที่นำไปสู่การเกิดผลผลิตทางวัฒนธรรมเพื่อการใช้ประโยชน์ตามวาระและวิถีชีวิต ซึ่งการใช้ประโยชน์จากกัญชงนั้นจะเริ่มจากเมล็ด ราก ลำต้น ใบ และใบ ซึ่งชาวม้งปลูกกัญชงจนลำต้นสูงได้ที่ประมาณ 2 เมตร จึงตัดต้นริดกิ่งและยอดออก แล้วนำไปตากแห้งไว้ในร่ม 1 สัปดาห์ พอแห้งจึงใช้ภูมิปัญญาในการลอกเปลือกออกแล้วต่อกันให้เป็นเส้นยาว และนำไปต้มในน้ำเดือดที่ผสมขี้เถ้า เพื่อฟอกเส้นใยกัญชงให้นุ่มและเหนียว ก่อนย้อมด้วยสีธรรมชาติ โดยผู้เฒ่าผู้แก่ในหมู่บ้านจะช่วยกันม้วนเส้นใยกัญชงเป็นก้อนเป็นใจ เช่นเดียวกับไหมพรม เส้นใยกัญชงเป็นเส้นใยที่เรียงตัวเป็นแนวตั้งอย่างสม่ำเสมอ สวยงามมีความเหนียวทนทาน ดูดซับความชื้นได้เป็นอย่างดี สามารถนำไปใช้เป็นสายสัญญาณใช้ในพิธีกรรมต่างๆ เช่น ผูกข้อมือให้กับเด็กที่เกิดใหม่ ใช้ในพิธีอ้วเน้งหรือพิธีเข้าทรง ถักทอเป็นเสื้อผ้าใส่ในงานมงคลและวันปีใหม่ และวาระสุดท้ายของชีวิต ซึ่งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายรวมถึงรองเท้าของชาวม้งที่เสียชีวิตล้วนทำจากเส้นใยกัญชงทั้งสิ้น เพราะด้วยความเชื่อที่ว่าจะสามารถเดินทางไปสู่สวรรค์และสื่อสารกับวิญญาณบรรพชนได้ เส้นใยกัญชง จึงเป็นวัตถุดิบแรกเริ่มที่สามารถนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ อย่างสร้างสรรค์ สามารถนำไปต่อยอดการผลิตและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากทุนทางวัฒนธรรมเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ ควบคู่กับการอนุรักษ์สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้งที่ทรงคุณค่าและยั่งยืนสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยของภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้ง อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

จากการศึกษาได้ผลิตภัณฑจากกัญชงที่สะท้อนถึงคุณค่าของภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้งที่เกิดจากภูมิปัญญาการใช้ประโยชน์จากกัญชงจากรากสู่ยอด ได้แก่ ผ้ากัญชงผืน ผ้าคาดเอวกัญชง ชุดเสื้อผ้ากัญชง กระเป๋าสตางค์ผ้าใยกัญชง กระเป๋าสะพายผ้าใยกัญชง กัญชงงานถักมงคล สนุกกัญชง เซรามิกกัญชง มาส์คหน้ากัญชง มัทฉะกัญชง น้ำยาสระผมกัญชง และยาหม่องกัญชง โดยถ่ายทอดเรื่องราว วิถีชีวิต ความหมาย ความเชื่อ ความศรัทธา บ่งบอกจิตวิญญาณอย่างร่วมสมัย ดังนี้



ภาพประกอบที่ 1 ผลกระทบจากภัยพิบัติทางธรรมชาติที่รุนแรงของชาติพันธุ์ม้ง อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
ที่มา: ชนากร ทั้งเรื่อง และ วลัยลักษณ์ พันธุ์ (2566)

2.1 ผ้ากัญชงผืน เป็นผ้าที่ถูกถักทอมาจากเส้นใยกัญชงที่เกิดจากการสังสมภูมิปัญญาของชาติพันธุ์ม้งด้วยวิถีชีวิตและความผูกพันกับกัญชง อีกทั้งยังแสดงถึงคุณค่าของความเป็นผู้หญิงชาติพันธุ์ม้งผ่านกระบวนการถักทอ โดยสะท้อนให้เห็นว่าผ้ากัญชงถือเป็นคลังความรู้ของผู้หญิงและเป็นบทบาทหน้าที่เฉพาะผู้หญิงผ่านการเชื่อมโยงความเชื่อ ความศรัทธา จารีตประเพณี ภูมิปัญญา ที่ประกอบไปด้วยความรู้ความสามารถ รวมกับค่านิยม ความเชื่อระหว่างคนกับธรรมชาติ ทำให้ผ้ากัญชงผืนมีลวดลายต่างๆ ทั้งงดงามและมีความหมายด้วยการสะท้อนผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้ง กล่าวได้ว่าจากวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural) กลายมาเป็นผ้ากัญชงผืนส่ววัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural)

2.2 ผ้าคาดเอวก็อูซง แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย โดยมีลักษณะการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งผ้าคาดเอวก็อูซงถือเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่จะทำให้ชุดมีสมบูรณ์แบบและทรงคุณค่า ผ่านการกลั่นกรองความรู้ทางวิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา สภาพแวดล้อม สังคม และความเป็นสมัยนิยม ออกมาถักทอเป็นลวดลายด้วยด้ายสีต่างๆ ถือเป็นงานหัตถกรรมที่สามารถ



ถ่ายทอดเรื่องราว วิถีชีวิต ความหมาย ความเชื่อ ความศรัทธา บ่งบอกจิตวิญญาณในการให้ความหมายในตัวผ้าอย่างประณีตสวยงาม สีสันหลากหลายตามจินตนาการ ความนิยมและวัฒนธรรมร่วมสมัย (Cultural Contemporary)

2.3 ชุดเสื้อผ้ากัญชง ชาติพันธุ์มั่งอ้ายและดำรงชีพอยู่บนที่สูงมีรูปแบบการใช้ชีวิตตามภูเขาส่งปรากฏการณ์ดังกล่าวได้ส่งผลต่อวัฒนธรรมการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งวัตถุดิบ กระบวนการผลิตกระบวนการแปรรูป ที่นำเสนอความเป็นวัฒนธรรมการผลิตแบบหมุนเวียน (Cultural Circuit) สามารถต่อยอดนวัตกรรมผ่านฝีมือการทอผ้าที่ถือเป็นงานหัตถกรรม โดยสามารถถ่ายทอดเรื่องราว วิถีชีวิต ความหมาย ความเชื่อ ความศรัทธา ผ่านกระบวนการพัฒนาทางวัฒนธรรม (Cultural Reinvention) โดยการนำองค์ความรู้สู่การออกแบบการถักทอสู่ลวดลายในตัวผ้าอย่างน่าอัศจรรย์ โดยยังคงรักษาคุณค่าและความหมายที่บ่งบอกถึงจิตวิญญาณของพื้นที่ (Spirit of Place) ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อพื้นที่ (Sense of Place) และการแสดงสถานภาพทางสังคม (Social Status)

2.4 กระเป๋าตังค์ผ้าใยกัญชง เป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Product) ที่ผ่านการต่อยอดมาจากผ้าใยกัญชงที่มีลวดลายต่างๆ อย่างสวยงาม โดยบูรณาการความรู้จากนวัตกรรมทางวัฒนธรรมกับสถาบันอุดมศึกษาร่วมพัฒนาเพิ่มมูลค่า สะท้อนคุณค่าและความหมายด้วยการใส่ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) จากองค์ความรู้ใหม่เพิ่มความทันสมัยในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย โดยเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีวัฒนธรรมของชาตินพันธุ์มั่ง อันแสดงถึงลักษณะเฉพาะของชุมชนพื้นที่และวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการสร้างความหมายและการรับรู้ร่วมกันของทุกคนในและคนนอกชุมชน ทั้งความโดดเด่นและภาพจำ เสริมสร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนในชุมชน โดยเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมร่วมสมัยสามารถพูดต่อกันได้ว่า “ใยกัญชงเหนียวทรัพย์”

2.5 กระเป๋าสะพายผ้าใยกัญชง เกิดจากแนวคิดวัฒนธรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Cultural Green Concept) ซึ่งกระเป๋าทุกใบผ่านกระบวนการผลิตที่เน้นการสูญเสียทรัพยากรให้น้อยที่สุด โดยนวัตกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Innovator) ได้ออกแบบการตัดเย็บจากเศษผ้ากัญชงที่เหลือจากการทำเครื่องนุ่งห่ม นำมาต่อยอดสร้างมูลค่า (Add Value) สู่ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาตินพันธุ์มั่งไว้ในฐานะทุนทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าด้วยการสืบทอดลวดลายลงสู่ผลิตภัณฑ์ สามารถจำหน่ายและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและความมั่งคั่งของเศรษฐกิจฐานราก

2.6 กัญชงงานถักมกคล เกิดจากเส้นใยจากกัญชงที่ถูกนำมารังสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์



ความเชื่อทางวัฒนธรรม (Spiritual Cultural Product) ได้แก่ สร้อยข้อมือ สร้อยคล้องคอ พวงกุญแจ และของมงคลแขวนหน้ารถ สัญลักษณ์จากกัญชงแห่งโชคกลาง แสดงถึงความมั่งมีศรีสุข และความเป็นสิริมงคล ผ่านงานหัตถกรรมมือจากนวัตกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Innovator) โรงเรียนป่าไม้อุทิศ 4 สร้างสรรค์สิ่งมงคลผ่านภูมิปัญญาที่ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ออกมาเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์ที่งดงามผสมกับความเชื่อที่เป็นสิริมงคล สามารถนำไปเป็นของขวัญ ของฝาก และเครื่องประดับที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งมีติดตัวไว้แล้วทำให้มีแต่ความเป็นสิริมงคล

2.7 สบู่กัญชง เกิดจากวัฒนธรรมวิถีเกษตรกรรม (Agricultural Culture) ที่ผสมผสานอยู่ในรากเหง้าวัฒนธรรม มีการสืบทอดกันมาจากรุ่นบรรพบุรุษนั้นคือ กัญชง จึงเปรียบเสมือนทุนวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Service) โดยผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม (Cultural Entrepreneur) ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่นำมาต่อยอดเพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์เป็นทั้งสบู่ก้อนและสบู่เหลวสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งสบู่กัญชงใช้สารสกัด CBD จากใบและก้านของกัญชงที่มีทั้งวิตามิน A,D,E และกรดไขมันที่จะช่วยทำให้ผิวดูสุขภาพดี การทำงานหลักๆ คือ จะไปให้ความชุ่มชื้นโดยไม่อุดตันรูขุมขนช่วยปรับสภาพผิวให้เรียบเนียนกระชับกระจ่างใส ซึ่งเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่สร้างอัตลักษณ์ (Uniqueness) แสดงถึงวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการสร้างความหมายและการรับรู้ร่วมกันของคนในชุมชนและคนนอกชุมชน

2.8 เชรั่มกัญชง เกิดจากวัฒนธรรมวิถีเกษตรกรรม (Agricultural Culture) โดยวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชาวม้งที่มีความผูกพันกับกัญชง ที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตระหว่างอุตสาหกรรมกับภาคบริการโดยมีสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Product) ที่เรียกว่า เชรั่มกัญชง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว สกัดจากน้ำมันเมล็ดกัญชง ซึ่งมีส่วนผสมของสาร CBD (Cannabidiol) ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมถึงปัญหาผิวหน้าอย่างปัญหาสิวและผิวแห้ง สรรพคุณที่ดีเหล่านี้จึงนำมาพัฒนาต่อยอดจนเกิดเป็นเชรั่มกัญชง ที่แสดงถึงความเจริญเติบโตของทุนวัฒนธรรมที่นำมาเพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์สู่การเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์

2.9 มาส์คหน้ากัญชง เป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตระหว่างอุตสาหกรรมกับภาคบริการโดยมีสินค้าวัฒนธรรมที่แสดงถึงความเจริญเติบโตของทุนวัฒนธรรมที่นำมาต่อยอดเพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์สู่การเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ สามารถจัดการได้ในเชิงประจักษ์ ซึ่งมาส์คหน้ากัญชงทำมาจากส่วนใบของกัญชงนำมาอบแห้งและบดละเอียด ผสมทานาคา และกรูเซมา ใช้พอกหน้ารักษาสิว ฝ้า ลดการอักเสบของสิวลดริ้วรอย ทำให้น้ำตึง กระจ่างใสและดูเยาว์ลง ตอกย้ำการเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่สร้างอัต



ลักษณะแสดงถึงลักษณะเฉพาะของทางชุมชนและวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการสร้างความหมายและการรับรู้ร่วมกัน (Perceptions) ของคนในชุมชนและคนนอกชุมชน

2.10 มีหะกัญชง ทำจากใบของกัญชงนำมาอบแห้งและบดละเอียดจนเกิดกลิ่นหอมสามารถนำไปชงหรือทำขนมเค้กเพื่อความดึงดูดใจ จากวัฒนธรรมวิถีเกษตรกรรมที่ผสมผสานอยู่ในรากเหง้าวัฒนธรรมที่มีการสืบทอดกันมาจากรุ่นบรรพบุรุษนำมาแปรรูปผ่านภูมิปัญญาเป็นสินค้าวัฒนธรรมร่วมสมัย (Contemporary Cultural Product) แสดงถึงความเจริญเติบโตของทุนวัฒนธรรมที่นำมาต่อยอดเพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์สู่การเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์สู่สายตาของคนทั่วโลก

2.11 น้ำยาสระผมกัญชง ผลผลิตทางวัฒนธรรมวิถีเกษตรกรรมของชาติพันธุ์ม้ง อารยธรรมที่สวยงามบวกกับคุณสมบัติของกัญชงผ่านการสกัดสารจากใบของกัญชง ได้แก่ Moisture โดยมีสรรพคุณช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับหนังศีรษะและเส้นผมให้แข็งแรงงามดูสุขภาพดี นับว่าเป็นสิ่งที่มีความสร้างสรรค์สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก โดยใช้ทรัพยากรที่เกิดจากวิถีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทรงคุณค่าบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่

2.12 ยาหม่องกัญชง ทำจากน้ำมันสกัดจากเมล็ดกัญชงซึ่งมีสาร Anti-Inflammatory คุณสมบัติลดการอักเสบ ลดอาการเกร็งของกล้ามเนื้อ และบรรเทาอาการปวด โดยกรรมวิธีจากวัฒนธรรมเกษตรกรรมที่ตกผลึกผสมผสานอยู่ในรากเหง้าวัฒนธรรมที่มีการสืบทอดกันมาจากรุ่นบรรพบุรุษ โดยวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชาวม้งที่มีความผูกพันกับกัญชง กัญชงเปรียบเสมือนทุนวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตระหว่างอุตสาหกรรมกับภาคบริการโดยผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม (Cultural Entrepreneur) ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเป็นสินค้าวัฒนธรรม ที่แสดงถึงความเจริญเติบโตของทุนวัฒนธรรม สามารถเพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์สู่การเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และจัดการได้ในเชิงประจักษ์

ผลิตภัณฑ์จากกัญชง (Hemp Products) แสดงถึงภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้งที่มีความเจริญเติบโตของทุนวัฒนธรรมโดยนำมาต่อยอดเพิ่มมูลค่าอย่างสร้างสรรค์ผ่านความคิดร่วมสมัยแต่ยังคงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า สามารถสืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาติพันธุ์ม้งสู่คนในท้องถิ่น คนรุ่นใหม่ คนคืนถิ่น และนวัตกรรมทางวัฒนธรรมโดยมุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนเชิงพื้นที่ในมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



อภิปรายผล

"กัญชง" จุดเริ่มต้นของภูมิทัศน์วัฒนธรรมเป็นพื้นที่ที่โดดเด่นของทุนวัฒนธรรม โดยชาติพันธุ์มั่งทำการปลูกกัญชงและสั่งสมภูมิปัญญาในการใช้ประโยชน์จากกัญชงมายาวนานด้วยวิถีวัฒนธรรมเกษตรกรรมที่ผสมผสานอยู่ในรากเหง้าที่มีการสืบต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น พื้นที่ปลูกกัญชงจึงเปรียบเสมือนต้นกำเนิดในพื้นที่วัฒนธรรมที่นำไปสู่การเกิดผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการใช้ประโยชน์และการสะท้อนถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ทั้งความโดดเด่นและภาพจำที่มีต่อชาติพันธุ์มั่ง สอดคล้องกับ ภูมิรัฐศาสตร์ สัมพันธ์พานิช และกาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์ (2562) ที่ทำการศึกษารื่อง เหมพ์...รากเหง้าแห่งวิถีชีวิตวัฒนธรรมชาวมั่ง ผลการศึกษาพบว่า ภาคการเกษตรเป็นส่วนสำคัญในการดำรงชีพของประชากรส่วนใหญ่ โดยก่อให้เกิดวิถีชีวิต ประเพณี รวมถึงค่านิยมและความเชื่อต่างๆ ที่สืบต่อกันมาหลายรุ่นอายุคนจนเป็นรากเหง้าทางวัฒนธรรม ซึ่งชาติพันธุ์มั่งกับการปลูกกัญชงจัดว่าเป็นตัวอย่างกรณีศึกษาที่ชัดเจนในเรื่องการศึกษาวรรณกรรมเกษตรกรรมที่ผสมผสานอยู่ในรากเหง้าวัฒนธรรมที่มีการสืบต่อกันมาจากรุ่นบรรพบุรุษ และยังคงมีการดำเนินอยู่ในปัจจุบัน โดยเชื่อว่าเมล็ดกัญชงที่ปลูกนั้นเป็นเมล็ดที่ได้รับการประทานมาจากพระเจ้าและยังเป็นที่พระเจ้าประทานความอุดมสมบูรณ์มาให้มนุษย์ ดังนั้นวิถีชีวิตที่เชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจึงสะท้อนถึงความเชื่อ ความศรัทธา จารีต ประเพณี จนกลายเป็นภูมิปัญญา ตลอดจนกระบวนการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สอดคล้องกับ สุรศักดิ์ บุญเทียน (2564) ที่ทำการศึกษารื่อง การพัฒนาคนบนฐานอัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรมมั่ง กรณีศึกษา บ้านเจดีย์โคะ ตำบลมหาวัน อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรมมั่งเป็นองค์ประกอบการคิดสรรค์ทางประวัติศาสตร์มีการจัดความสัมพันธ์บนพื้นฐานระบบอาวุโส มีความเชื่อในเรื่องของวิญญาณบรรพบุรุษ รักษาไว้ซึ่งประเพณีการแต่งกายและการเล่นซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ทั้งหมดมาจากฐานความเชื่อแบบดั้งเดิมที่ยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมาเปรียบเสมือน "จารีต" หรือ "กฎหมาย" ของกลุ่มชาติพันธุ์มั่ง ซึ่งปรากฏออกมาในรูปของความเชื่อมโยงกับระบบผลิตระบบความสัมพันธ์และระบบคุณค่าอย่างเป็นองค์รวม ได้แก่ 1) ระบบผลิต โดยสะท้อนความอุดมสมบูรณ์สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับความเชื่อ 2) ระบบความสัมพันธ์ เริ่มต้นตั้งแต่ประเพณีการเกิด การแต่งงาน การตาย และประเพณีการทำผี ประกอบพิธีตามความเชื่อแบบดั้งเดิม เชื่อมโยงจิตวิญญาณให้เกิดความผูกพันเป็นพี่น้อง กลุ่มเครือญาติขนาดใหญ่ สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับวิญญาณบรรพบุรุษ และ 3) ระบบคุณค่า สะท้อนการให้ความหมายของการแสดงออกทางพฤติกรรมสังคมผ่านการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อแบบดั้งเดิม ทั้งหมดจึงเป็นภาพสะท้อนของกลุ่มชาติพันธุ์มั่งในการสร้างตัวตนบนฐานของ "อัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรม" ให้อยู่อย่างปกติสุข มีเกียรติและมี



ศักดิ์ศรี และยังสอดคล้องกับ สุทิน เรื่องปานกัน และคณะ (2565) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาในการผลิตเส้นใยกัญชงเชิงอุตสาหกรรมสิ่งทอชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ชชาติพันธุ์ม้งมีภูมิปัญญาและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากกัญชงผ่านพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องในการปลูกกัญชงบนฐานภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน สืบทอดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สู่รุ่นต่อรุ่น เช่น กระบวนการปลูกยังมีการเริ่มต้นด้วยการทำพิธีตามโบราณที่สืบทอดกันมาเป็นกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิต การทำมาหากินและพิธีกรรมต่างๆ กลุ่มชาติพันธุ์ม้งที่อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีการปลูกเฮมพ์ ลอกเส้นใยจากลำต้น และนำมาทอผ้า ดังนั้นภูมิปัญญาที่มีการสืบทอดต่อเนื่องมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันโดยเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตให้อยู่ดีมีความอุดมสมบูรณ์พูนสุข

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกัญชงได้ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาการใช้ประโยชน์จากกัญชงจากรากส่วยอด ได้แก่ ผ้ากัญชงผืน ผ้าคาดเอวกัญชง ชุดเสื้อผ้ากัญชง กระเป๋าสตางค์ผ้าใยกัญชง กระเป๋าสะพายผ้าใยกัญชง กัญชงงานถักมดกล สบู่กัญชง เซรามิกกัญชง มาสค่อน้ำกัญชง มีดกัญชง น้ำยาสระผมกัญชง และยาหม่องกัญชง โดยถ่ายทอดเรื่องราว วิถีชีวิต ความหมาย ความเชื่อ ความศรัทธา บ่งบอกจิตวิญญาณความว้าวุ่นสร้อยอย่างร่วมสมัย สอดคล้องกับทองเจือ เขียดทอง (2558) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้ง การออกแบบเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่า แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควรมีการรวบรวมทุนทางวัฒนธรรมเพื่อไว้เป็นต้นแบบและต่อยอดพัฒนาเพื่อให้คนรุ่นใหม่สามารถสืบทอดได้ง่ายขึ้น และจะผลิตได้ทันต่อความต้องการของตลาด ด้วยการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่าและให้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย แต่ยังคงไว้ถึงภูมิปัญญาและอัตลักษณ์อย่างมีคุณค่าบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องกับสุระเกียรติ รัตนอำนวยศิริ (2565) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ม้งสู่ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มชาติพันธุ์ม้งที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมประเพณีจากบรรพบุรุษ ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคม ส่งผลต่อวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งเปลี่ยนแปลงไป กลุ่มชาติพันธุ์ม้งใช้ทุนทางวัฒนธรรมต่อยอดด้วยการสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่นร่วมสมัย เพื่อเป็นการสร้างอาชีพและสร้างรายได้โดยแนวทางการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากทุนทางวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ม้งอย่างร่วมสมัยเพื่อการพาณิชย์ มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง 2) ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย 3) นวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นกับทุนทางวัฒนธรรม และ 4) แนวโน้มกระแสนิยม โดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นจาก



ทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ยังคงความงามทางสุนทรียะของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งยึดถือแนวทางที่สอดคล้องกับแนวคิดของการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ และความเชื่อที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ อาทิ ที่มาและความหมายของลวดลาย แนวทางการสร้างสรรค์ลวดลายจากการลอกเลียนธรรมชาติ จากตำนานความเชื่อ และจากอักขระโบราณ การสร้างสรรค์ลวดลายด้วยรูปร่างเรขาคณิต เทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์ลวดลายหรือเรียกว่า “การเขียนเทียน กระบวนการย้อมสีธรรมชาติ และการเลือกวัสดุที่มาจากธรรมชาติ เป็นต้น และยังสอดคล้องกับ ภูมิรัฐศ สัมพันธพานิช (2562) ที่ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการปลูกหมัเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแม่ตาว อำเภอแม่สวด จังหวัดตาก ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมให้มีการปลูกหมัเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สามารถช่วยให้ชุมชนเกิดการสร้างงานให้เกิดขึ้นจนทำให้เกิดรายได้และความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ การส่งเสริมความสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยจะต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยการต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมที่ชุมชนมีอยู่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์จากกล้วยของชาติพันธุ์ม้งมีเอกลักษณ์วัฒนธรรมที่โดดเด่น ควรนำไปต่อยอดเป็นสินค้าที่ระลึกของชุมชนเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคนักท่องเที่ยวได้ โดยผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์ เพื่อต่อยอดถึงการเผยแพร่ภูมิทัศน์วัฒนธรรมและการนำมาซึ่งรายได้สู่คนในชุมชนโดยยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ อีกทั้งภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางการขับเคลื่อนอิทธิพลวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจ (Soft Power) โดยเป็นกลไกหนุนเสริม สร้างการรับรู้สู่คนภายนอก สร้างความเข้าใจและความภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้แก่ประชาชน กระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเผยแพร่รักษา และพัฒนาต่อยอดที่มุ่งเน้นภูมิทัศน์วัฒนธรรมอันนำไปสู่การสร้างคุณค่าและมูลค่าสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาด้านการพัฒนาเครือข่ายและการขยายพื้นที่วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้งในการค้นหาองค์ความรู้เก่าและสร้างองค์ความรู้ใหม่ การจัดการพื้นที่ทางวัฒนธรรมโดยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ขึ้นมาใช้ร่วมกัน เพื่อเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับทุนทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ม้งโดยสามารถต่อยอดคุณค่าวัฒนธรรมเพื่อสืบทอดโดยรุ่นสู่รุ่น



บรรณานุกรม

- ทองเจือ เขียดทอง. (2558). “ผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้ง: การออกแบบเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์”. *Journal Art klongHok*. ปีที่ 2 ฉบับที่ 1. หน้า 55-79.
- ภูมิรัฐศาสตร์สัมพันธ์พณิช. (2562). **แนวทางการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการปลูกเหมาเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแม่ตาว อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภูมิรัฐศาสตร์สัมพันธ์พณิช และกาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์. (2562). “เหมา...รากเหง้าแห่งวิถีชีวิตวัฒนธรรมชาวม้ง”. *วารสารสิ่งแวดล้อม*. ปีที่ 23 ฉบับที่ 3. หน้า 1-8.
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (2566). **มังกรีราษฎร์**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://wikicomunity.sac.or.th/community/50#chck4>. เข้าถึงเมื่อ 10 ตุลาคม 2566.
- สุทิน เรื่องปานกัน, ทรงคุณ จันทจร และระพีพันธ์ ศิริสัมพันธ์. (2565). “การศึกษาภูมิปัญญาในการผลิตเส้นใยกล้วยเชิงอุตสาหกรรมสิ่งทอชุมชน”. *วารสารวิจัยธรรมศึกษา*. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565). หน้า 17-27.
- สุรศักดิ์ บุญเทียน. (2564). “การพัฒนาคนบนฐานอัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรมม้ง กรณีศึกษาบ้านเจดีย์โคะ ตำบลมหวัน อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก”. *วารสาร มจร การพัฒนาสังคม*. ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2564). หน้า 1-13.
- สุดสันต์ สุทธิพิศาล. (2564). “มรดกทางวัฒนธรรม”. **เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาประเด็นและแนวโน้มการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว**. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570**. สำนักนายกรัฐมนตรี.
- อนุวัฒน์ การถัก และ ทรงยศ วีระทวีมาศ. (2558). “ภูมิทัศน์วัฒนธรรม: ความหมาย พัฒนาการทางแนวคิดและทิศทางการศึกษาวิจัย”. *วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. ปีที่ 14 ฉบับที่ 2. หน้า 1-12.
- Blij H. D., & Murphy A. B. (1977). *Human Geography: Culture, Society, and Space*. New York [u.a.]: Wiley.
- Fuller, G.W. (2011). *New Food Product Development: From Concept to Marketplace*. (3rd Ed.). CRC Press.