

บทความวิจัย

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า จากการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภทของ
ที่ระลึก : กรณีศึกษาแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี

PRODUCT DEVELOPMENT FOR VALUE ADDED SYSTEM FROM LOCAL WISDOM :
SOUVENIRS PRODUCT FROM BAN CHIANG WORLD HERITAGE IN NONG HAN
DISTRICT, UDONTANI

ไวพจน์ ดวงจันทร์, จุฑามาส ทองบัวรุ่ง และภูมิพัฒน์ ชมภูวิเศษ¹

Waipot Duongjun, Juthamat Thongbuaruang and Pumiphat Chompuwises

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านเชียงเพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยแบ่งการศึกษาเป็น ระยะที่ 1 ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภทของที่ระลึกและศึกษารูปแบบของที่ระลึกแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth interview) ระยะที่ 2 พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เชิงบูรณาการกับการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภทของที่ระลึกมรดกโลกบ้านเชียง สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมรดกโลกบ้านเชียง ประกอบด้วย (1) การฝึกอบรมให้ความรู้ (2) การประชุมเชิงปฏิบัติการ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 55 คน ได้แก่ กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองไทพวน กลุ่มเครื่องจักสาน กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มผลิตภัณฑ์โฮมสเตย์ และผู้บริหารเทศบาลตำบลบ้านเชียง/ผู้นำชุมชนตำบลบ้านเชียง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วย ผ้าทอพื้นเมือง เป็นผ้ามัดหมี่ ลายไหบ้านเชียง ทอด้วยมือ กระติบข้าวและงานเครื่องจักสาน เก็บความร้อนได้ดีและ เครื่องปั้นดินเผาเขียนลายบ้านเชียง การเลียนแบบไหบ้านเชียงโบราณทั้งรูปแบบ ลวดลายและสีสันทน เป็นการคงไว้ซึ่งรูปแบบของเครื่องปั้น โดยผู้ใหญ่ที่มีประสบการณ์มากกว่าจะเป็นผู้สอนให้กับลูกหลาน จากรุ่นต่อรุ่น การเขียนลายไหบ้านเชียงและปั้นหม้อมีการหัตถ์เขียนมาตั้งแต่เด็ก โดยมีการเปิดเป็นการเรียนการสอนในโรงเรียนบ้านเชียง มีการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายขึ้น 2) แนวทางการพัฒนาการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ พบว่าสินค้าในรูปแบบที่มีความแตกต่างไปจากเดิมจะทำให้ลูกค้ามีความสนใจขึ้น และขายได้เร็ว มีการประยุกต์ให้แปลกใหม่ดูน่าสนใจ นำมาแปรรูปแบบที่ทันสมัยเข้ากับกระแสนิยมในปัจจุบันขึ้นเพื่อให้เข้ากับกลุ่มลูกค้า การสร้างตราสินค้า และการขอรับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อรับรองคุณภาพสินค้า เพิ่มบรรจุภัณฑ์เพื่อความสมบูรณ์

¹ อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยสันตพล

“แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า จากการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภทของที่ระลึก

: กรณีศึกษาแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี”

ของสินค้าและการออกแบบรูปแบบสินค้าในรูปแบบใหม่ๆ ออกแบบให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน โดยการนำเอาความเป็นบ้านเชียงมาประยุกต์ให้เป็นเอกลักษณ์รักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, ผลิตภัณฑ์บ้านเชียง, การเพิ่มมูลค่าสินค้า, ของที่ระลึก

ABSTRACT

This research aims: 1) Studying souvenirs product of Ban Chiang World Heritage Nong Han district of Udon Thani province. 2) Analyzing souvenirs product to be guideline in design and souvenirs product development for value. The research in this episode is seeking the system to develop souvenirs products by divided in 2 phases. Phase 1 is study of Local sorts of memorabilia and model studies of the world heritage site of Ban Chiang. The method that used in research is interview form by using in-depth interview. Phase 2 is developments of integrated learning activities bringing local knowledge sorts of Ban Chiang world heritage. The product souvenirs design of Ban Chiang world heritage including (1) Training Awareness. (2) Workshops. The sample size is 55 people, including the local weaving Tai Puan, The Wicker Pottery group home stays products, district administrators and scale/community leaders from Ban Chiang.

The research found that : 1) souvenirs from Ban Chiang world heritage site, Nong Han district of Udon Thani province including woven fabric that is the Mudmee fabric from Ban Chiang, Lai Hai, Hand-woven, Rice Kratib and wickerwork retain heat well and Ban Chiang pottery painting Ban Chiang ancient jars mimic both the format. Textures and colors is remaining the original form of the ancient pottery that teaching from generation to generation. The painted of jars and Ban Chiang pottery with writing since childhood. The opening is taught in schools, Ban Chiang. Develop products to a wider range. 2) the development of design guidelines and building value added products found that the differentia style of product are attracting the customer and sell faster. The product will adjust in to the new style to make interesting. And improve to modern pattern to be fashionable for customer. Brand build and assurance the standard from government and private sector for guarantee the quality of product. Additional of packaging design and new style of pattern of product in up to date to make product is compliable.

So the designer must bring the scale application to preserve the unique wisdom handed down since ancient times.

Keywords: The development of products, Local knowledge, Product scale, Value-added, Souvenir

บทนำ

ความสำคัญของแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงหลายสิ่งหลายอย่างแก่ชุมชนใน

ปัจจุบัน บ้านเชียงได้กลายเป็นหมู่บ้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในฐานะ แหล่งมรดกโลก ด้านวิชาการ ข้อมูล และโบราณวัตถุจำนวนมาก ปัจจุบันชุมชนบ้านเชียง ได้มีการขยายตัวและพัฒนาอย่างรวดเร็ว เช่น

การสร้างบ้านเรือน ที่อยู่อาศัย และด้านเศรษฐกิจการ
ท่องเที่ยวต่างๆ (กระทรวงวัฒนธรรม, มปป.)ผลิตภัณฑ์ได้มี
การเกิดขึ้นในชุมชนและได้รับการสนับสนุนจากท้องถิ่น
อย่างต่อเนื่อง มีการทำสินค้าเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากและ
ยังคงรูปแบบเดิมที่มีการผลิตออกจำหน่ายให้กับ
นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ตำบล
บ้านเชียง อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี

จากการออกแบบบริการวิชาการ เมื่อปีการศึกษา
2555 แก่ชุมชนบ้านเชียง ของสาขาวิชาเทคโนโลยี
มัลติมีเดียและแอนิเมชัน จากข้อเสนอแนะของชุมชนทาง
ชุมชนมีความต้องการให้เข้ามาช่วยพัฒนาการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับของที่ระลึก เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้
มากขึ้นเนื่องจากชุมชนบ้านเชียงนับเป็นแหล่งท่องเที่ยว
ทางด้านมรดกโลก เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าที่มี
จำหน่ายอยู่ในชุมชน

แนวทางในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า
ชุมชนบ้านเชียงที่จำหน่ายอยู่ ชุมชนบ้านเชียงนับว่าเป็น
ชุมชนที่มีความเข้มแข็งทางด้านการจัดการการท่องเที่ยว
การจัดกิจกรรมของชุมชนที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรม
และอารยธรรมมรดกโลก การสร้างศูนย์การเรียนรู้ภายใต้
การคุ้มครองและดูแล ให้คำปรึกษาของเทศบาลตำบลบ้านเชียง
อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ให้ความ
รู้เรื่องวิถีชีวิตของชาวบ้าน ซึ่งเป็นชาวไทพวนแต่นาน
มา ถ่ายทอดการสร้างงานหัตถกรรมเครื่องจักสาน
งานเครื่องปั้นดินเผา การปั้นไหบ้านเชียง เป็นการถ่ายทอด
องค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น เพื่อเป็นการรักษาไว้ให้สืบทอด
ต่อไป เทศบาลตำบลบ้านเชียงได้มีการส่งเสริม สนับสนุน
ให้ชุมชนบ้านเชียง เป็นแหล่งผลิตผ้าทอพื้นเมืองชาวไทย
พวน เพื่อเป็นสินค้าจำหน่ายสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นของ
ที่ระลึก เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ลายไหบ้านเชียง ผ้าไหมมัดหมี่
ลายประยุกต์ ผ้าย้อมคราม เป็นต้น งานหัตถกรรมเหล่านี้
มีการแปรรูปเป็นสินค้าต่างๆเพื่อจำหน่ายในชุมชนบ้าน
เชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี
(ธำรงชาติ วงศ์อารีย์และคณะ, 2555)

การดำรงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของบ้านเชียง
นั้นได้ถ่ายทอดผ่านผลงานสินค้าที่ทางเทศบาลตำบล

บ้านเชียง อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี ได้สนับสนุน
ชุมชนให้ผลิตขึ้นเพื่อเป็นการจำหน่ายสินค้าสำหรับ
นักท่องเที่ยว ดังนั้นด้วยขนาดของชุมชนที่มีการขยายมาก
ยิ่งขึ้น กำลังผลิตสินค้าที่มีมากยิ่งขึ้นทำให้สินค้าของที่ระลึก
มีจำนวนมากในท้องตลาดของชุมชน เพื่อเป็นการต่อยอด
ในภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านเชียงและ เป็นการสร้าง
ทางเลือกใหม่ของชุมชน โดยการพัฒนาการออกแบบและ
สร้างสรรค์ผลงานเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า จากการต่อยอดภูมิ
ปัญญาท้องถิ่น ประเภทของที่ระลึกแหล่งมรดกโลกบ้าน
เชียง ให้รักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นและความเป็น
เอกลักษณ์ของความเป็นบ้านเชียง

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแหล่งมรดกโลก
บ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอนองหาน จังหวัด
อุดรธานี

เพื่อวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านเชียง
เพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ
ที่ระลึกเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อหาแนวทาง
ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านเชียง โดยแบ่ง
การศึกษาเป็น 2 ระยะ 1 ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภท
ของที่ระลึกและศึกษารูปแบบของที่ระลึกแหล่งมรดกโลก
บ้านเชียง โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล
(In-depth interview) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบ
เจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่ม
ตัวอย่างโดยพิจารณาจากสมาชิกในกลุ่มประชากร
โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มี 2 กลุ่มคือ
กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 1 จำนวน 40 คน ได้แก่ กลุ่มทอผ้า
พื้นเมืองไทพวน จำนวน 10 คน กลุ่มเครื่องจักสาน จำนวน
10 คน กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 10 คน และ
กลุ่มผลิตภัณฑ์โฮมสเตย์ จำนวน 10 คน กลุ่มตัวอย่าง
กลุ่มที่ 2 ตามโครงสร้างการบริหารจัดการและกลุ่ม
ผู้บริหารเทศบาลตำบลบ้านเชียง/ผู้นำชุมชนตำบล

“แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า จากการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภทของที่ระลึก

: กรณีศึกษาแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี”

บ้านเชียง จำนวน 15 คน ได้แก่ คณะผู้บริหารเทศบาล
ตำบลบ้านเชียง 5 คน และผู้นำชุมชน/ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน
10 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 55 คน

ผู้วิจัยได้ทำการเตรียมความพร้อมก่อนดำเนินการวิจัย โดยการศึกษาค้นคว้าและรวบรวม ข้อมูลจาก
แหล่งข้อมูลทางด้านวิชาการต่าง ๆ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ
เช่น เอกสารทางวิชาการ บทความต่าง ๆ วารสาร ข้อมูล
จากอินเทอร์เน็ต และบทพจนานุกรมวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
จากนั้นสร้างแบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth
Interview) และ การสนทนากลุ่ม (Focus Group
Discussion) ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองโดยศึกษาแนวคิดทฤษฎี
และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์
และกรอบแนวคิดของการวิจัยแล้วนำไปปรึกษาสำนักวิจัย
เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสม ก่อนนำไป
เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
ครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึก
(In-depth Interview) เพื่อสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกถึง
รูปแบบการออกแบบและการผลิตของที่ระลึกแหล่งมรดก
โลกบ้านเชียง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยศึกษาแนวคิดทฤษฎี
และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์
และกรอบแนวคิดของการวิจัยโดยเป็นแบบสัมภาษณ์
ปลายเปิด ประเด็นในการสัมภาษณ์ คือ กลุ่มสมาชิก
มีการออกแบบและการผลิตของที่ระลึกแหล่งมรดกโลก
บ้านเชียง อย่างไรหรือมีการถ่ายทอดเป็นภูมิปัญญาจาก
กลุ่มคนรุ่นอดีตอย่างไร รูปแบบของที่ระลึกมีลักษณะ
อย่างไร อุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลในขณะที่สัมภาษณ์
กล้องวิดีโอและเครื่องบันทึกเสียงที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้
ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ครบถ้วน การจดบันทึก
จดบันทึกขณะและหลังการสัมภาษณ์โดยผู้วิจัยเอง ผู้วิจัย
จดบันทึกย่อข้อมูลสำคัญ ๆ ในขณะฟัง เกี่ยวกับการแสดง
สีหน้า ท่าทาง แล้วนำมาบันทึกรายละเอียดเมื่อสิ้นสุด
การสัมภาษณ์

ผู้วิจัยจัดทำหนังสือขออนุญาตแนะนำตัวและ
ขออนุญาตเก็บข้อมูลจากวิทยาลัย เพื่อขออนุญาต
ดำเนินการวิจัย และทำการจัดอบรมให้ความรู้ให้กับกลุ่ม

ชาวบ้านและมีการสัมภาษณ์ หลังจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัย
ดำเนินการถอดข้อความจากเครื่องบันทึกเสียงแบบคำตอบ
คำออกเป็นบทสนทนาที่เป็นตัวอักษรด้วยตนเอง
จัดข้อความที่ได้ให้เป็นหมวดหมู่ตรวจสอบความถูกต้องของ
ข้อมูลความน่าเชื่อถือของข้อมูลความน่าเชื่อถือของ
งานวิจัย เป็นการตรวจสอบความสอดคล้องเกี่ยวกับ
ความเป็นจริงและการตีความของผู้วิจัย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้
ผู้วิจัยได้ดำเนินการขั้นตอนการวิจัยที่แสดงถึงความน่าเชื่อถือ
ของการวิจัย ดังนี้ ผู้วิจัยมีการให้ ผู้ที่ให้ข้อมูล ตรวจสอบ
ขั้นตอนของการวิจัย โดยการสอบถามกลับไปยังผู้ให้ข้อมูล
ในแต่ละประเด็นว่าความคิดเห็นมีความถูกต้องกับข้อมูล
เบื้องต้นหรือไม่ ภายหลังการสิ้นสุดการสัมภาษณ์ผู้วิจัย
นำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้กลับไปตรวจสอบกับผู้ให้ข้อมูล
อีกครั้ง จำนวน 5 ราย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของ
ข้อมูล และพบว่าผู้ให้ข้อมูล ทั้ง 5 ราย เห็นด้วยกับความ
ต้องการที่ได้จากการศึกษา และมีการใช้ระเบียบวิธีการวิจัย
(Research Method) ในการทำการวิจัยอย่างมีขั้นตอน
ประกอบกับการนำเสนอข้อมูลที่ละเอียด ครบถ้วนและ
ครอบคลุม มีการตรวจสอบโดยสำนักวิจัย พร้อมทั้งมีการ
ยืนยันผลการวิจัย (Confirm Ability) เป็นการยืนยันผล
ที่ได้จากข้อมูล ประกอบด้วย การบันทึกเทปขณะสัมภาษณ์
การจดบันทึกรายละเอียดข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลแต่ละ
รายการถอดเทปแบบคำต่อคำ และอ้างคำพูดของผู้ให้
ข้อมูลในการเสนอผลงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการนำข้อมูลที่ได้จากการ
สัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มจากการถอดเทป และ
ตรวจสอบความถูกต้องจากการถอดเทปและข้อมูลที่ได้จาก
การบันทึก การสังเคราะห์รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูล
โดยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ดังนี้

1. หลังการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัย
จดบันทึกข้อมูลไว้เป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำ
เทปการบันทึกเสียงมาถอดเทปแบบคำต่อคำ จากนั้นอ่าน
บทสนทนาแล้วนำมาจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่ได้นำข้อมูลที่
มีความหมายเหมือนกันหรือคล้ายกันมาไว้กลุ่มเดียวกัน

2. ผู้วิจัยจัดประเด็นย่อย มารวบรวมเป็นเรื่อง
หรือกลุ่มเรื่องเดียวกัน ซึ่งเรียกว่า การสรุปประเด็นหลัก

(Theme) เขียนอธิบายประเด็นให้เป็นความเรียง ให้มีความต่อเนื่องและกลมกลืนกัน

3. ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและความน่าเชื่อถือของข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลจำนวน 3 ราย

4. เขียนสรุปรายงานวิจัย อธิบาย เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่ได้กับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research)

ระยะที่ 2 พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เชิงบูรณาการกับการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภทของที่ระลึกมรดกโลกบ้านเชียงสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมรดกโลกบ้านเชียง ประกอบด้วย (1) การฝึกอบรมให้ความรู้ (2) การประชุมเชิงปฏิบัติการ

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า จากการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภทของที่ระลึก : กรณีศึกษาแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยได้เสนอ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามประเด็นหลัก ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภทของที่ระลึกมรดกโลกบ้านเชียง

ประเด็น 1.1 ลักษณะเด่นและ

ความสำคัญผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแต่ละประเภท พบว่า ผ้าทอพื้นเมือง ลักษณะเด่นคือเป็นผ้ามัดหมี่ เน้นลวดลายที่เป็นลายรูปไหบ้านเชียง ทอด้วยมือ ตามภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมา กระติบข้าวและเครื่องจักสาน ลักษณะเด่น มีการสานที่แน่น ไม่มีรูรั่วให้อากาศผ่าน ทำให้เก็บความร้อนได้ดีเวลาใส่ข้าวเหนียว ไม่ผุที่ใช้ในการสานเป็นไม้ไผ่ปล้องยาวบนภูเขาเท่านั้น เครื่องปั้นดินเผาเขียนลายบ้านเชียง ลักษณะเด่นคือ การเลียนแบบไหบ้านเชียงโบราณทั้งรูปแบบ ลวดลายและสีสันทน การเลียนแบบความเก่าของไห

บ้านเชียง และเป็นการคงไว้ซึ่งรูปแบบของเครื่องปั้น ไม่มีการเคลือบเหมือนเซรามิก ซึ่งสอดคล้องกับ เอกวิทย์ ณ ถลาง (2540) ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างสรรค์ผลงานเกิดขึ้นจากความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และความสามารถที่กลุ่มชนได้จากประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ รวมถึงวัฒนธรรมที่ได้มีพัฒนาการสืบสานกันมา และได้ปรับเปลี่ยนนำมาสร้างประโยชน์หรือแก้ปัญหาทางสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มชนนั้น ภูมิปัญญาจึงมีทั้งภูมิปัญญาอันเกิดจากประสบการณ์ในพื้นที่

ประเด็นที่ 2 รูปแบบของที่ระลึกแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี

ประเด็นที่ 2.1 แนวคิดในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า ผ้ามัดหมี่ แนวคิดเรื่องลวดลายเป็นการนำลายทอโบราณที่มีการสืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่นมาประยุกต์โดยนำลายมารวมกันและนำรูปแบบของไหบ้านเชียงมาดัดเป็นลายผ้า งานจักสานมีการออกแบบลวดลาย สามารถสานเป็นช้อนบุคคล สีเส้นและลวดลายมีเฉดสีที่มีการย้อมเส้นตอกก่อนนำมาสานทำให้ลูกค้าสามารถเลือกเฉดสีได้หลากหลาย ไหบ้านเชียงด้วยเป็นแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ไหบ้านเชียงจึงเป็นของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อกลับไปเพื่อเป็นของที่ระลึก ซึ่งสอดคล้องกับ วิบูลย์ ลีสุวรรณ (2538) สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นด้วยฝีมือและภูมิปัญญา เพื่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอย ล้วนใช้ฝีมือและความคิดสร้างสรรค์ ได้สมบูรณ์ที่สุดเท่าที่ทำได้ ซึ่งบางชนิดต้องใช้เวลาในการพัฒนาสืบทอดกันนานหลายชั่วชีวิต อาจเป็นเวลาหลายร้อยปีหรือหลายพัน

ประเด็นที่ 2.2 กระบวนการในการถ่ายทอดและส่งต่อด้านการออกแบบของที่ระลึก พบว่า คนเฒ่าคนแก่ในบ้านจะเป็นผู้สอนลูกหลาน รุ่นต่อรุ่นที่มีการถ่ายทอดงานด้านการออกแบบจะเป็นกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่วัยผู้ใหญ่จนถึงวัยผู้สูงอายุ การเขียนลายไหบ้านเชียงและปั้นหม้อมีการหัตถ์เขียนมาตั้งแต่เด็ก โดยมีการเปิดเป็นการเรียนการสอนในโรงเรียนบ้านเชียง ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเลิศ มรกตและกฤตกร กล่อมจิต (2544) การศึกษาหัตถกรรมจักสานครุฑน้อย บ้านสะอาง ต.ห้วยเหนือ

“แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า จากการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเภทของที่ระลึก

: กรณีศึกษาแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี”

อ.ชัชชัย จ.ศรีสะเกษ การสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมที่กำลังจะสูญหายให้คงอยู่กับเยาวชนรุ่นหลัง พบว่า หลังจากที่นายบุญทิศ ดวงจันทร์ เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงสาครุให้เล็กลง ปัจจุบันโรงเรียนบ้านสะอาง (ประชาสามัคคี) ได้จัดทำหลักสูตรท้องถิ่นเรื่อง การจักสานครุน้อย สอนเด็กนักเรียนชั้นประถมปีที่ 5-6 เพื่อให้เยาวชนเห็นคุณค่าทางภูมิปัญญาของปู่ย่าตายายที่เป็นมรดกตกทอดมาถึงปัจจุบัน และอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านนี้ไว้สืบไป นอกจากนั้นยังเปิดทำการฝึกอบรมอาชีพการจักสานครุน้อยที่ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนอำเภอ ชุขันธ์ วิทยาลัยเทคนิคศรีสะเกษ และชุมชนบ้านตะแบก คุณเอ็นดู ศรีแก้ว ผู้นำกลุ่มหัตถกรรมจักสานครุน้อย รับเป็นวิทยากรพิเศษฝึกอบรมอาชีพการสานครุน้อยให้แก่เยาวชนผู้สนใจอีกด้วย

ประเด็นที่ 2.3 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากเดิมเป็นรูปแบบใหม่ พบว่า มีการออกแบบลวดลายมัดหมี่ให้มีความทันสมัยขึ้นนอกจากการทำตามลูกค้าสั่งแล้วมีการนำลายต่างๆ มาประยุกต์เข้ากันเพื่อให้เกิดลายใหม่ ลายโหนดบ้านเชียงมีการจำลองลวดลายจากแบบเดิมที่เป็นโหนดเครื่องจักสาน มีการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายขึ้น โดยกระติบข้าวขนาดเล็กก็มีการนำไม้กลึงมาใส่เป็นฐานด้านล่างและเป็นฝาจับด้านบนเพื่อสร้างจุดเด่นให้กับงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ **ประชิด ทิณบุตร (2550)** ในการออกแบบของที่ระลึกของขวัญ ของกำนัล ของใช้เฉพาะทางนั้น ปัจจุบันนักออกแบบได้อาศัยการตั้งแนวคิด วิชิตคิด หรือจะเรียกว่าเป็นหลักคิด (Main Idea or Main Concept) เพื่อเป็นหลักยึด หรือเป็นแนวทางการแตกแขนงทางความคิดออกไปหลากหลายทิศทาง โดยนำแนวคิดหลักไปสู่การสร้างผลงานออกมาอย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะนั่นเอง

ประเด็นที่ 2.4 กระบวนการในการผลิตของที่ระลึก พบว่า ผ้ามัดหมี่มีการทำเส้นเครือด้วยมือที่สร้างขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นก่อนจะนำมามัดป็นลายตามที่ได้ออกแบบไว้แล้วย้อมคราม กระติบข้าวจักสาน ไม้ไผ่ทำเป็นเส้นตอกตามขนาดของกระติบข้าว โดยขนาดความสูงนั้น

จะขึ้นอยู่กับความยาวของปล้องไม้ไผ่ จากนั้นนำไปสานขึ้นเป็นรูปทรงที่ต้องการ เครื่องปั้น โหนดบ้านเชียง นำดินเหนียวในทุ่งนามานวดโดยใช้มือ ตามภูมิปัญญา ให้ดินมันเข้ากันเป็นเนื้อเดียว ก่อนนำมาปั้นขึ้นรูป ซึ่งสอดคล้องกับ **ปูน คงเกียรติเจริญ (2533 : 10-11)** กล่าวว่า หัตถกรรมเป็นสินค้าที่ทำขึ้น ด้วยมือ และมักจะเป็นสิ่งที่ใช้ในชีวิตประจำวัน หัตถกรรมเหล่านี้มักจะทำสวดแทรกวัฒนธรรม ประเพณีของภูมิภาคที่ผลิตเป็นสินค้าที่ทำด้วยมือ อาจใช้หรือไม่ใช้เครื่องมือแบบง่าย ๆ ในการผลิตก็ได้ แต่ต้องใช้ฝีมือของคนในการผลิต

ประเด็นที่ 3 แนวทางการพัฒนาการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ประเด็นที่ 3.1 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ พบว่า สินค้าในรูปแบบที่มีความแตกต่างไปจากเดิม ทำให้ลูกค้ามีความสนใจขึ้น และขายได้เร็ว มีการประยุกต์ให้แปลกใหม่ดูน่าสนใจ นำมาแปรูปแบบที่ทันสมัยเข้ากับกระแสนิยมในปัจจุบันขึ้นเพื่อให้เข้ากับกลุ่มลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ประเสริฐ ศิลรัตน์ (2531) กล่าวว่า ของที่ระลึก อาจหมายถึง สิ่งที่น่าสนใจ เป็นแรงจูงใจ กระตุ้นให้เกิดความคิดถึง นึกถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้อง และของที่ระลึก อาจหมายถึง สื่อที่ใช้หวังผลทางด้านความทรงจำ ในสิ่งที่ผ่านมาในอดีต กลับมากระจำชัดในปัจจุบัน

ประเด็นที่ 3.2 ลักษณะแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า การสร้างตราสินค้า และการขอ 5 ดาว เพื่อรับรองคุณภาพสินค้าเพิ่มบรรจุกฎเพื่อความสะดวกของสินค้าและการออกแบบรูปแบบสินค้าในรูปแบบใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ **ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2537)** กล่าวว่า ลักษณะสำคัญของสินค้าของที่ระลึก คือ การที่คนจะเลือกสินค้าสิ่งใด สิ่งใดนั้นจะต้องเป็นที่ถูกใจและมีความน่าสนใจ ชวนให้อยากซื้อ

ประเด็นที่ 3.3 แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและผู้บริหารคนใจ พบว่า ออกแบบให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน

โดยการนำเอาความเป็นบ้านเชียงมาประยุกต์ให้เป็นเอกลักษณ์รักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ โดยลูกค้า นักท่องเที่ยวสามารถบอกได้ว่าเป็นสินค้าที่มาจากชุมชนบ้านเชียง ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ จันทร์หงษ์ (2542 : 76) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง มวลความรู้ ประสบการณ์ของชาวบ้าน ที่ได้รับการสั่งสม สืบทอดกันมาตามวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมและนำองค์ความรู้ขึ้นมาแก้ปัญหา หรือประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกาลสมัย เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างสงบ

ประเด็นที่ 3.4 ความแตกต่างจากท้องตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ระลึก พบว่า มีการใส่ลวดลายให้บ้านเชียงใส่รูปแบบให้บ้านเชียงผสมผสานเข้ากับงานทำให้งานมีเสน่ห์ งานจักสานที่มีความคงทนอายุการใช้งานยาวนาน และที่สำคัญด้วยความเป็นมรดกโลกบ้านเชียงทำให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ อารี สุทธิพันธ์ (2527 : 8) ให้ความหมายของการออกแบบไว้ว่า การออกแบบหมายถึงการรู้จักวางแผน เพื่อที่จะได้ลงมือกระทำตามที่ต้องการและการรู้จักเลือกวัสดุ วิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบ และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ สำหรับการออกแบบอีกความหมายหนึ่งที่ได้ให้ไว้ หมายถึง การปรับปรุงรูปแบบผลงานที่มีอยู่แล้ว หรือสิ่งต่างที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสม ให้มีความแปลกความใหม่เพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ 3.5 จุดแข็งและจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า จุดแข็ง ด้วยความเป็นแหล่งมรดกขึ้นชื่อทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น และการนำเอารูปแบบ ลวดลายให้บ้านเชียงมาประยุกต์ ผสมผสานเข้ากับงานสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน งานเครื่องจักสาน กระติบข้าว การคิดสรรไม้อ่อนที่มาจากภูเขาไม้ไผ่จึงมีความเหนียว คุณสมบัติการเก็บความร้อนจะดีจุดอ่อน กลุ่มอาชีพขาดความรู้และความเข้าใจในเรื่อง วิชาการ เรื่องโทสนี การต่อยอดสินค้าให้ถูกตามผู้บริโภค ไม่สามารถผลิตในปริมาณ

มากๆ ต้องใช้เวลาในการผลิตเนื่องจากเป็นสินค้าทำมือไม่มีเครื่องจักรช่วยในการผลิต ขาดผู้สืบทอดจากเยาวชนรุ่นหลัง ในเรื่องของภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ จันทร์หงษ์ (2542 : 76) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง มวลความรู้ ประสบการณ์ของชาวบ้าน ที่ได้รับการสั่งสมสืบทอดกันมาตามวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมและนำองค์ความรู้ขึ้นมาแก้ปัญหา หรือประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกาลสมัย

เอกสารอ้างอิง

- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2537). การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: ภาควิชา มนุษยศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ มรกต และกฤตกร กล่อมจิต. (2544). การศึกษาหัตถกรรมจักสานครุฑน้อย บ้านสะอาง ต.ห้วยเหนือ อ.ซุนธุ์ จ.ศรีสะเกษ. ศรีสะเกษ : มปท.
- ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2531). ของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ จันทร์หงษ์. (2542). การพัฒนาหลักสูตรเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่องงานจักสานชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ศึกษากรณีโรงเรียนยกกระบัตร (ขุบราชภูร์นุสรณ์) จังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. (2538). ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์, พิมพ์ครั้งที่ 3.
- อารี สุทธิพันธ์. (2527). การออกแบบ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์, พิมพ์ครั้งที่ 3.
- เอกวิทย์ ณ ถลาง และคณะ. (2546). ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์, พิมพ์ครั้งที่ 1.