



การยกระดับศักยภาพร่วมกันของกลุ่มคนสามวัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน เมืองโบราณเวียงลอ อำเภोजุน จังหวัดพะเยา
Increasing the Potential of Three Generations Through the Development of
Tourism Products based on the Local Identity of the Ancient town of
Wiang Lor in Chun District, Phayao Province

กษิรา ภิววงศ์กูร*

Kasira Phiwongkun

ธวัชชัย ดวงไทย**

Thawatchai Dounghai

ณัฐธิดา จุมปา**

Natthida Chumpa

กฤติณา นิวัฒน์***

Krittina Niwarat

Received : July 13, 2023

Revised : November 9, 2023

Accepted : November 27, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่า 2) เพื่อยกระดับศักยภาพร่วมกันของกลุ่มคนสามวัยและภาคีเครือข่ายเพื่อความยั่งยืน 3) เพื่อประเมินรายได้ และอาชีพเสริม ก่อนและหลังของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย โดยมีประชากรใช้งานวิจัยเป็นกลุ่มคนสามวัยคือ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มคนวัยแรงงาน และกลุ่มเยาวชนที่ อาศัยอยู่ในตำบลลอ และตำบลหงส์หิน อำเภोजุน จังหวัดพะเยา และมีกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มธุรกิจชุมชน จำนวน 5 กลุ่ม, แกนนำชุมชน และ สมาชิกชุมชน รวมทั้งสิ้น จำนวน 50 คน มีวิธีดำเนินการวิจัยที่ผสมผสานการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) กับการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) รวมทั้งเทคนิควิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เข้าด้วยกัน การวิเคราะห์ข้อมูลจะเริ่มต้นตั้งแต่เริ่มการวิจัยและดำเนินไปเรื่อยๆ จนสิ้นสุดการวิจัย

*อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Digital Technology Faculty, Chiangrai Rajabhat University(Corresponding Author)

e-mail: kasira.phu@365.crru.ac.th

**อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Lecturers of Management Science Faculty, Chiangrai Rajabhat University

***พนักงานมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

University Officer of Chiangrai Rajabhat University

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการสร้างองค์ความรู้ทางภูมิปัญญา และยกระดับ ศักยภาพร่วมกันของกลุ่มคน สามวัย ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนได้อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จำแนกออกเป็น 1) ทูนาทางธรรมชาติที่ 2) แหล่ง โบราณสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่ 3) วิธีการดำรงชีพและทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง เช่น ปลาแม่น้ำอิง 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่น การจักสาน นวัตกรรมที่ได้จัดอบรม พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ จากแบรนด์ Vassana (วาสนา) ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึก เอกลักษณ์ที่ได้มาถูกขัด เกลาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกอันเป็นมงคลที่เสริมสิริมงคลและขวัญกำลังใจ โดยยังคงรักษา เอกลักษณ์ของเมืองโบราณเวียงลอ โดยร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จาก แบรินด์วาสนา ได้ของที่ระลึกอันเป็นมงคลทำจากไม้ไผ่ซึ่งเป็นทรัพยากรในท้องถิ่น นอกจากนี้ทักษะการจักสาน ยังเป็นหัตถกรรมที่แสดงถึงความรู้และภูมิปัญญาที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษอันทรงคุณค่า สรุปรตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 ได้ว่า การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้องให้ความสำคัญกับประเด็นหลัก คือ 1) การพัฒนาด้านภูมิปัญญา 2) ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพิ่มมูลค่าของฝาก 3) การพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วัดอุประสงค์ ข้อที่ 2 การยกระดับศักยภาพร่วมกันของกลุ่มคนสามวัยและภาคีเครือข่ายเพื่อความยั่งยืน ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่ม ธุรกิจชุมชน เวียงลอคราฟท์ (Wiang Lor Craft) มีสมาชิกเริ่มแรกจำนวน 20 คน มีโครงสร้างองค์กรของกลุ่ม และมีการมอบหมายบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสมโดย 1) ผู้สูงอายุ มีบทบาทคือ การเป็นผู้นำในการถ่ายทอดองค์ ความรู้ 2) กลุ่มคนวัยทำงาน มีบทบาทที่สำคัญคือ การสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย และ การบริหารจัดการกลุ่ม 3) กลุ่มเยาวชน มีบทบาทคือ สื่อสารการตลาดกับลูกค้า เพื่องานประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ เฟสบุ๊ค ผ่านกิจกรรมของสมาชิกกลุ่ม สัปดาห์ละ 1 ครั้ง วัดอุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า จำนวนสมาชิกกลุ่มอาชีพ เพิ่มขึ้นร้อยละ 72.73 สมาชิกชุมชนมีอาชีพเสริม เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.36 สมาชิกชุมชน มีรายได้จากการทำอาชีพ เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.36 สมาชิกชุมชน มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.09

คำสำคัญ : การยกระดับศักยภาพ / กลุ่มคนสามวัย / ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว / อัตลักษณ์ชุมชน

ABSTRACT

The purpose of this research were: 1) to improve the quality of tourism products based on community characteristics 2) to enhance the potential between three generations and network partners in the interests of sustainability and 3) to assess the income and second job before and after of the research project participants. The population used in the research was members of three generations: elderly people, working-age people, and youths living in Lo Sub-district and Hong Hin Sub-district, Chun District, Phayao Province. The sample group consisted of 5 community business groups, community leaders, and community members, totaling 50 people. Research methods combine Participatory Research with Action Research including Qualitative Research) together. The methods for analyzing qualitative research data began from the outset until the end of the study. Data analysis was a process of creating intellectual knowledge and enhancing the potential of people over three generations in terms

of business operations in Wiang Lo Ancient Town. The result of the study found that the community had a community product identity, classified into 1) natural capital, 2) significant ancient sites, 3) lifestyle and related resources, namely fish in the Ing River, and 4) local wisdom, namely basketwork, using the identity of the training to develop products together with product design experts from the Vassana brand and got prototype souvenir products. The acquired identity was honed in order to create prototype products of auspicious souvenirs that boosted good fortune and morale, while retaining the character of Wiang Lo Ancient Town, in collaboration with specialists or product design scholars from the Vassana Brand. The auspicious souvenirs were made from bamboo strips, a local resource. In addition, basketwork skills were a handicraft that represented knowledge and wisdom inherited from valued ancestors. In relation to objective number 1, product quality development must focus on the following main issues: 1) The local wisdom development, 2) Product quality development, and 3) Developing Creative Tourism Activity in relation to objective number 2, raising the joint potential of three generations and network partners for sustainability to promote the establishment of a community business group with an organizational structure, namely “Wiang Lor Craft” with 20 original members. There is an organizational structure of the group and assigned appropriate roles according to the following details: 1) Elderly people had the role of being the leaders in passing on the knowledge and wisdom of basketwork, 2) Working-age people had a crucial role in the creation of diverse products and group management, and 3) Youths had the role in customer marketing communication for public relations through the Facebook Page once a week. In relation to objective number 3, the number of community business group members increased by 72.73 percent; the number of community members with additional careers increased by 36.36 percent; community members’ income from work increased by 36.36 percent; and the number of community members selling products via online channels increased by 9.09 percent.

Keywords : Improving Potential / Three Generations /

Development of Tourism Products / Community Characteristics

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศภายใต้กรอบแนวคิดเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมที่ผ่านมาทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วแต่นำมาซึ่งผลกระทบต่อคนและสังคมอย่างกว้างขวาง โดยก่อให้เกิดปัญหาคุณภาพชีวิต ปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย ปัญหาสังคม และความเสื่อมถอยของสถาบันครอบครัวและชุมชน สถาบันการเงิน ประกอบกับมีการระบาดของโรค

โควิด-19 ขึ้น เมื่อปลายปี 2019 เกิดวิกฤตการณ์ ที่ไม่ใช่แค่วิกฤตการณ์ด้านสาธารณสุขของโลกเท่านั้น แต่ยังนำไปสู่วิกฤตทางเศรษฐกิจและสังคมครั้งรุนแรง ส่งผลกระทบอย่างชัดเจนต่อตลาดแรงงานไทยตั้งแต่การเริ่มใช้มาตรการ ‘ล็อกดาวน์’ หรือการปิดเมืองอย่างจริงจังและมีการห้ามเดินทางเข้าประเทศตั้งแต่ช่วงปลายเดือน มี.ค. 2563 เป็นต้นมา ซึ่งได้ส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ ต้องปิดตัวลง โดยเฉพาะธุรกิจบริการและท่องเที่ยว แรงงานวันหนึ่งมีสาวจำนวนมาก ถูกเลิกจ้างงาน หลายคนจึงหันกลับมาใช้ชีวิตที่บ้านเกิด ตนเองและเริ่มใช้ชีวิตใหม่ในชุมชนบ้านเกิดตนเอง ซึ่งสังคมชนบทในประเทศไทย เป็นภาคการเกษตรจึงเป็นทางออกที่ดีซึ่งเป็นที่มาของแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง กลายเป็นนโยบายสำคัญเพื่อสร้างความมั่นคงให้คนในชาติ ภายใต้แนวคิดการผลิตแบบผสมผสานแล้ว การรวมกลุ่มธุรกิจชุมชน ซึ่งเป็นธุรกิจของคนในชุมชนร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันเป็นเจ้าของ และร่วมกันรับผิดชอบ จึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้มีความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน (National Operating Systems Development Agency, 1998) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (15) ประเด็น พลังทางสังคม (พ.ศ.2561-2580) (Master Plan under National Strategy, 2017) การเสริมสร้างพลังทางสังคมจะเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญให้เกิดการพัฒนาคนในทุกช่วงวัยให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถดำรงชีวิตในสังคมด้วยตนเองได้อย่างมีคุณค่า และสร้างกลไกที่เอื้อต่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเอง และการจัดการตนเอง การต่อยอดจากรากฐานของสังคมวัฒนธรรมชุมชนมีทุนเดิม ที่ตกทอดมาอย่างยาวนาน เพื่อให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพที่เป็นพลังในการพัฒนาครอบครัว ชุมชน สังคม ให้นานที่สุด รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเป็นพลังสังคม ด้วยการถ่ายทอดประสบการณ์ และภูมิปัญญาให้กับประชากรรุ่นอื่นๆ

เมืองโบราณเวียงลอ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดพะเยา เป็นชุมชนที่มีแหล่งโบราณสถานที่เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน และทรัพยากรทางวัฒนธรรมถือเป็นทุนชุมชนที่มีคุณค่า การท่องเที่ยวเชิงชุมชนเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสภาพแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรม จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนมีบทบาทหน้าที่ในการบริหารจัดการ นอกจากนี้ แหล่งโบราณสถานที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนา และสร้างโอกาสในการเรียนรู้พัฒนา และการมีรายได้ให้กับองค์กรในชุมชน ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว หรือการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว การเข้ามาพักอาศัยในชุมชน รวมถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ มีความสามัคคีและมีความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ผลิตภัณฑ์หรือบริการทางวัฒนธรรม จากปรากฏการณ์ในชุมชนที่เป็นอยู่ปัจจุบันพบว่า ขาดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ผลิตภัณฑ์ขาดความเป็นอัตลักษณ์ มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่คล้ายคลึงกันและสามารถหาซื้อได้จากตลาดทั่วไป ขาดการวางแผนหรือกำหนดเป้าหมายการผลิต และช่องทางการจัดจำหน่ายแคบคือจำหน่ายในชุมชน โดยมีกลุ่มลูกค้าคือคนในท้องถิ่น ที่ผ่านมาชุมชนยังไม่มีโอกาสในการทบทวนศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขและต่อยอดในการพัฒนา ให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนมีจุดเด่นทันสมัยและมีศักยภาพในการแข่งขัน โดยดึงผู้คนสามวัย ได้แก่ ผู้สูงอายุ กลุ่มคนวัยแรงงาน และกลุ่มเยาวชน ได้มีส่วนร่วมในการนำศักยภาพที่ตนมีร่วมกันผลักดันให้เกิดการนำทุนทางวัฒนธรรมก่อเกิดความเอื้ออาทรช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นแหล่งการสร้าง

นวัตกรรมทางสังคมและเกิดผลทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยธุรกิจชุมชนเป็นฐานในการหล่อหลอมผู้คนทุกวัยให้นำคุณค่าและศักยภาพของตนมาร่วมกันผลักดันการทำธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ ก่อเกิดรายได้ แก้ไขปัญหาการว่างงาน การอพยพเคลื่อนย้ายแรงงาน นำมาซึ่งผู้สูงอายุและเด็กถูกทอดทิ้ง ก่อเกิดปัญหาสังคม และเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้คนในชุมชนอันเป็นการปูพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่า
2. เพื่อยกระดับศักยภาพร่วมกันของกลุ่มคนสามวัยและภาคีเครือข่ายเพื่อความยั่งยืน
3. เพื่อประเมินอาชีพเสริม รายได้ ก่อนและหลังผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ที่ประชากรใช้ในงานวิจัยเป็นกลุ่มคนสามวัยคือ กลุ่มผู้สูงอายุอายุในชุมชนที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป กลุ่มคนวัยแรงงานอายุระหว่าง 25-59 ปี และกลุ่มเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 12-24 ปี ที่อาศัยอยู่ในตำบลลอ และในตำบลหงส์หิน

2. กลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มอาชีพและธุรกิจชุมชนเวียงโบราณเวียงลอ จำนวน 5 กลุ่ม/สถานประกอบการ
- แกนนำกลุ่มอาชีพ 5 กลุ่มๆ ละ 3 คน จำนวน 15 คน
- สมาชิกกลุ่มอาชีพ 5 กลุ่มๆ ละ 3 คน จำนวน 15 คน
- แกนนำและสมาชิกชุมชน จำนวน 20 คน

รวมทั้งสิ้นจำนวน 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ สร้างขึ้น เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) สร้างขึ้น จากวัตถุประสงค์และแนวคิดที่การวิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของ ชุมชนเวียงโบราณเวียงลอ โดยคำถามสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์

2. แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม (Focus group interview) การจัดสนทนากับสมาชิกกลุ่มอาชีพและสมาชิกชุมชนเพื่อหาแนวทางในการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ เพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มและจัดตั้งกลุ่มอาชีพ โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างอาชีพและรายได้เพิ่มให้กับสมาชิกกลุ่มอาชีพและสมาชิกชุมชนคนสามวัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการดำเนินการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคำว่าทฤษฎี เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้รู้จุดแข็งและโอกาสของผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งจะช่วยให้ชุมชนเข้าใจถึงสิ่งที่ชุมชนมีและสามารถสร้างโอกาสให้กับธุรกิจได้ และทบทวนถึงจุดอ่อนและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์

ชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจในยุคสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจะช่วยให้เข้าใจสภาพแวดล้อมของธุรกิจและนำไปสู่การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบันพิบูล (Thipapal, et al., 2016)

แนวคิดกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา (Vanishakon, 2016) การสร้างองค์ความรู้ทางภูมิปัญญาเพื่องานออกแบบ ในการแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น จะมุ่งหาอัตลักษณ์โดยการจัดการและสร้างสรรค์ผลงานออกแบบให้มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นการนำเสนอของวัฒนธรรมชุมชนที่โดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ในตัวเองเข้ามาสอดแทรกในตัวผลิตภัณฑ์ โดยการจำแนกอัตลักษณ์ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์ หรืออัตลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนนั้นๆ เช่น เรื่องราวคุณค่าของการสืบทอดภูมิปัญญาจากอดีต ด้านแรงงานฝีมือ การแก้ปัญหาเรื่องวัสดุในท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม ความสามัคคีในชุมชน

แนวคิดการจัดทำแผนธุรกิจชุมชน (Thongsuk, 2022) สำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนเมืองโบราณเวียงลอ เพื่อช่วยทำความเข้าใจภาพรวมของธุรกิจและนำไปสู่การกำหนดทิศทางและกลยุทธ์การประกอบธุรกิจในอนาคตได้อย่างแม่นยำ สำหรับการทำธุรกิจชุมชนต้องอาศัยหลักการแนวคิด การเป็นผู้ประกอบการ เพื่อช่วยให้เข้าใจบทบาทของผู้ประกอบการและทราบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม เพื่อช่วยในการขับเคลื่อนกลุ่มอาชีพ (Dokboonnak & Thongkamuch, 2013) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือองค์กรในชุมชน ให้สามารถดำเนินธุรกิจด้วยความความอยู่รอด เติบโต และยั่งยืน นำมาซึ่งอาชีพเสริม รายได้ การอยู่ร่วมกันของคนสามวัยให้มีคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมเกิดการช่วยเหลือเอื้ออาทรต่อกันด้วยบทบาท คุณค่า และศักยภาพของคนสามวัยในชุมชน

วิธีการและดำเนินการวิจัย

1. เก็บรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชนเมืองโบราณเวียงลอที่โดดเด่น
2. คณะวิจัยทำการจัดประชุมสนทนากลุ่มร่วมกับชุมชนและเทศบาลตำบล เพื่อคัดเลือกกลุ่มอาชีพโดยใช้หลักเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้ (1) เป็นกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม และ (2) กลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์รองรับการท่องเที่ยว หรือสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวได้
3. ประชุมร่วมกันกับสมาชิกกลุ่มอาชีพและสมาชิกชุมชนเพื่อหาแนวทางในการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ เพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มและจัดตั้งกลุ่มอาชีพ โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างอาชีพและรายได้เพิ่มให้กับสมาชิกกลุ่มและสมาชิกชุมชนคนสามวัย
4. ร่วมกันค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนที่สอดคล้องกับองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การกำหนดการอบรมเพื่อเพิ่มทักษะที่จำเป็นบนพื้นฐานองค์ความรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ทักษะของสมาชิกกลุ่มและสมาชิกชุมชน และความต้องการในการพัฒนา

5. ลงพื้นที่ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อดำเนินการฝึกอบรมให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก โดยพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการ
6. จัดทำโครงสร้างองค์กรของกลุ่มและมอบหมายบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสมกับความสามารถและศักยภาพกับแกนนำ
3. กำหนดกิจกรรมที่จะทำร่วมกันของสมาชิกกลุ่ม และกำหนดผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มจะทำการผลิตเพื่อเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
4. ประชุมสรุปผลการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค และแนวทางในการทำงานร่วมกัน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ข้อดังนี้

1. เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวบนฐานลักษณะชุมชน ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่า ชุมชนได้ใช้ทุนทางวัฒนธรรมมาส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็งจากอัตลักษณ์สู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน จำแนกออกเป็น
 - 1) ทุนทางธรรมชาติที่ชุมชนมี ได้แก่ ภูเขา ป่า แม่น้ำ ต้นไม้ และในตำบลลอ และตำบลหงส์หิน เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของนกยูงที่เป็นสัตว์อนุรักษ์ดูแลโดยเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเวียงลอ
 - 2) แหล่งโบราณสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีวัดและเจดีย์เก่าจำนวนกว่า 50 แห่ง
 - 3) วิธีการดำรงชีพและทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง เช่น ปลา แม่น้ำอิง ไธนา นกยูง เป็นสัตว์ที่อาศัยอยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเวียงลอ
 - 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การจักสาน งานผ้า งานปั้น การตีมีด และการถนอมอาหารรูปแบบต่างๆ

จากการลงพื้นที่วิจัยนั้นพบว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนา ทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ดั้งเดิมอยู่แล้ว และผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน ที่สามารถนำมาสร้างสรรค์ และต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ได้แก่ผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่ งานหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่เป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาเป็นเวลานาน โดยการนำวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นมาผ่านกระบวนการแปรรูป เพื่อผลิตเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันอยู่ด้วยเทคนิควิธีแบบเรียบง่าย ผสมผสานศิลปะ ขนบประเพณี วัฒนธรรม สะสมเป็นภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นการจักสานไม้ไผ่เป็นองค์ความรู้ชุมชน ที่ช่างฝีมือส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัยในชุมชนใช้ประกอบอาชีพเสริม คณะวิจัยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน กลุ่มคนวัยทำงานและเยาวชน ภายใต้จัดการองค์ความรู้ ผลิตภัณฑ์ชุมชนเมืองโบราณเวียงลอรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณเวียงลอ โดยการนำอัตลักษณ์ที่ได้จัดเวทีประชุม นำมาเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบ โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ อบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในวันที่ 16-18 ธันวาคม 2565 กลุ่มเป้าหมายในการจัดอบรมในครั้งนี้ เป็นเยาวชน และ คนวัยทำงาน และผู้สูงวัย จำนวน 35 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนเผ่าคนแก่ในชุมชน ที่เป็นช่างฝีมือที่ถนัดงานจักสานไม้ไผ่ เพราะได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันกับ

ผู้เชี่ยวชาญ หรือนักวิชาการด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากแบรนด์ Vassana (วาสนา) ซึ่งเป็นแบรนด์ที่มีเพื่อวัตถุประสงค์ให้ชุมชนในภาคเหนือตอนบนที่มีวัสดุไม้ไผ่ได้มีการพัฒนารูปแบบงานจักสานดั้งเดิม พร้อมกับสร้างอาชีพเสริม ให้มีรายได้ให้กับช่างฝีมือในชุมชน โดยมีกลุ่มเยาวชน และ คนวัยทำงาน ร่วมกิจกรรมพัฒนาในครั้งนี้ด้วย



ภาพที่ 1 อบรมเชิงปฏิบัติการ วันที่ 16-18 ธันวาคม 2565

จัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบของกลุ่ม อัตลักษณ์ของชุมชนที่เป็นวิถีการดำรงชีพของคนในชุมชน ชาวเวียงลอผูกพันกับปลา แม่น้ำอิง ภูเขาและทุ่งนา จึงเป็นที่มาของผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่ ของที่ระลึกแห่งความเป็นสิริมงคลเสริมดวงชะตาและเสริมสร้างกำลังใจที่มีเอกลักษณ์ของเมืองโบราณเวียงลอ ทำจากตอกไม้ไผ่ที่เป็นทรัพยากรในชุมชนประกอบกับทักษะงานจักสานก็เป็นงานฝีมือที่เป็นองค์ความรู้ภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษที่ทรงคุณค่า



โมบายปลา

โมบายนกยูง

เข็มกลัด

ปิ่นปักผม

ชอมดอก

ตุ้ง

ดอกส้อม

ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์งานฝีมือด้านการจักสานของที่ระลึกของกลุ่ม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน มีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายใต้ฐานภูมิปัญญาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน ทำให้เกิดการพัฒนาด้าน 3 ด้าน คือ 1) การพัฒนาด้านภูมิปัญญา 2) ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ 3) การพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1) การพัฒนาด้านภูมิปัญญา การนำภูมิปัญญาของคนในชุมชนมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น หากพิจารณาในบริบททั่วไปนั้นภายในชุมชน มีการใช้ภูมิปัญญา และเทคนิควิธีการที่ได้จากการลองผิดลองถูกมาเป็นเวลาหลายปี จึงมีความพร้อมในการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่บุคคลภายนอก อีกทั้งปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ที่มีภูมิปัญญาด้านการจักสานไม้ไผ่มีอยู่หลายท่าน ทั้งนี้แกนนำกลุ่มได้เกิดแนวคิดในการฟื้นฟู อาชีพจักสานไม้ไผ่ของคนในชุมชน ในการสร้างเข้มแข็งให้กับชุมชน ที่เป็นการใช้ภูมิปัญญา ชาวบ้าน ด้วยการจัดให้มีการสาธิตวิธีการจักสานไม้ไผ่ให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว และนำผลผลิตจากการสาธิตมาใช้ในการจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังจัดให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำผลิตภัณฑ์อีกด้วย สมาชิกกลุ่มยังสามารถเชื่อมโยงกลับไปได้ถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น การออกแบบปิ่นปักผมที่ประกอบขึ้นจากดอกสารภี สมาชิกสามารถสร้างเรื่องราวเชื่อมโยง “ดอกสารภี” กับ “ต้นสารภีซึ่งเป็นเอกลักษณ์จังหวัดพะเยา พบว่ามีปลูกไว้บริเวณใกล้วิหารโบราณ ณ วัดศรีปิงเมือง” จะเห็นว่าเป็นความชาญฉลาดในการ “สร้างเรื่องเล่า” โดยสมาชิกสูงวัยของกลุ่มเวียงลอคราพท์ที่ถักกันระหว่างเวทีสนทนากลุ่มย่อยถึงเรื่องการค้นห้อัตลักษณ์ชุมชน จนในที่สุดจึงเกิดผลิตภัณฑ์ทำปิ่นปักผมดอกสารภีขึ้นใน

2) ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมีรากฐานมาจากภูมิปัญญา วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน หลังจากการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ทางสมาชิกกลุ่มมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น วิจัยได้นำผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ของสมาชิกกลุ่มที่สามารถผลิตได้ให้ผู้เชี่ยวชาญและวิทยากรทำการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยการสังเกตซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการปรับปรุงพัฒนาเพิ่มขึ้นจากเดิมเป็นอย่างมาก ในส่วนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้นั้นมีความเรียบร้อยสวยงาม มีประโยชน์ใช้สอยเพิ่มขึ้น มีคุณค่าทางด้านจิตใจเพราะชุมชนได้เรื่องราวด้านความเชื่อความศรัทธาความเป็นสิริมงคลลงในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น และมีคุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ดี มีการวางแผนควบคุมปริมาณและคุณภาพการผลิตจาก แกนนำกลุ่มพบว่ามีการวางแผนด้านการผลิตให้เหมาะสมกับเวลาและปริมาณการจำหน่ายตามที่ลูกค้า หรือผู้รับซื้อได้แก่ผู้ประกอบการแบรนด์ Vassana ที่ได้สั่งผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง หลังการจัดอบรม ส่วนการควบคุมคุณภาพจะเน้นการดูแลอย่างของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และทำให้เหมือนต้นแบบให้มากที่สุด หากชิ้นไหนไม่ได้มาตรฐานก็จะมีการคัดออก

3) การพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เมื่อสามารถพัฒนาทั้งด้านภูมิปัญญา และผลิตภัณฑ์มีมูลค่า และคุณค่าเพิ่มมากขึ้นนั้น สามารถนำมาสร้างสรรค์ต่อยอดเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว โดยเน้นกิจกรรมที่หนุนเสริมการเล่าเรื่องราวของเมืองโบราณเวียงลอ มีฐานกิจกรรมสร้างสรรค์ที่กลุ่มคณะทัวร์ทั้งกลุ่มที่มาเป็นครอบครัว มากับกลุ่มเพื่อน หรือมาเป็นกลุ่มองค์กรทำงานสามารถเรียนรู้ได้ ในส่วนของกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่คณะผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกิจกรรมหนุนเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่จัดเรียนรู้ชุมชนด้านการจักสานไม้ไผ่ เป็นการต่อยอดกิจกรรมสร้างสรรค์และสานต่อกลุ่มคนรุ่นใหม่และรุ่นเก่าที่มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์รองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่



ภาพที่ 3 กิจกรรมหนุนเสริมการท่องเที่ยว จุดเรียนรู้ชุมชนด้านการจักสาน

2. เพื่อยกระดับศักยภาพร่วมกันของกลุ่มคนสามวัย และภาคีเครือข่ายเพื่อความยั่งยืน

2.1 ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มอาชีพในชุมชน คณะผู้วิจัยจึงประชุมร่วมกับสมาชิกกลุ่มอาชีพและสมาชิกชุมชนเพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการรวมกลุ่มและจัดตั้งกลุ่มอาชีพขึ้นในวันที่ 14 มกราคม 2566 ณ วัดศรีปิงเมือง โดยเป็นการรวมกลุ่มสมาชิกที่สนใจทำงานฝีมือประเภทต่างๆ ที่มีในชุมชน จึงเกิดกลุ่มอาชีพขึ้นภายใต้ชื่อ เวียงลอคราฟท์ (WiangLor Craft) มีสมาชิกเริ่มแรกจำนวน 20 คน เป็นผู้สูงอายุ จำนวน 8 คน กลุ่มคนวัยแรงงาน จำนวน 10 คน และกลุ่มเยาวชน จำนวน 2 คน

2.2 โครงสร้างองค์กรของกลุ่มและมอบหมายบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสม โครงสร้างองค์กรของกลุ่มประกอบด้วยสมาชิกคนสามวัยเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่ม โดยมีการแบ่งบทบาทหน้าที่เป็นไปตามศักยภาพของกลุ่มคนในวัยต่างๆ โดย

1) ผู้สูงอายุ มีบทบาทคือ การเป็นผู้นำในการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาด้านการจักสาน การเตรียมวัตถุดิบและวัสดุในการทำผลิตภัณฑ์ การขยายกลุ่มสมาชิก และการแกะสลักและการออกแบบผลิตภัณฑ์

2) กลุ่มคนวัยทำงานมีบทบาทที่สำคัญคือ การสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและทันสมัย การคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ การจัดซื้อวัตถุดิบ การค้นหาและขยายลูกค้าเป้าหมาย งานการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การขยายกลุ่มสมาชิก และการบริหารจัดการกลุ่ม

3) กลุ่มเยาวชน มีบทบาทคือ การเป็นผู้แต่งตัวและเตรียมผลิตภัณฑ์ก่อนสื่อสารการตลาดกับลูกค้า เช่น การสร้างสรรค์เนื้อหาทางด้านภาพ การถ่ายรูปผลิตภัณฑ์ให้สวยงามและโดดเด่น การเขียนเนื้อหาและสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์ และการทำคลิปวิดีโอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่องานประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก ตลอดจนงานขยายกลุ่มสมาชิกที่เป็นกลุ่มคนวัยเดียวกันหรือวัยอื่นๆ ที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม

2.3 การถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญา ทักษะ และเทคโนโลยี ระหว่างกลุ่มคนสามวัย

จากการขยายผลการอบรมเสริมสร้างทักษะให้สมาชิกกลุ่มอาชีพในชุมชน ทำให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะ และวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยวิธีการสอนงานในระดับต่างๆ ในหลากหลายมิติทั้งจากเพื่อนบ้านสู่เพื่อนบ้านใกล้เคียง จากผู้สูงอายุสู่เยาวชน และจากกลุ่มคนวัยทำงานสู่ผู้สูงอายุ จากพ่อสู่ลูก และจากสามีสู่ภรรยา โดยการถ่ายทอด ผ่านกิจกรรมการเสริมสร้างคุณค่าและศักยภาพของคนสามวัยในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (การทำกิจกรรมของสมาชิกกลุ่มเวียงลอคราฟท์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง และ

การทำกิจกรรมตามอัธยาศัยที่บ้านของสมาชิกกลุ่มซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันอย่างไม่เป็นทางการ) โดยมีการสอนงาน การช่วยกันแกะสลัดลายผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์ เกิดแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้นและทุกชิ้นงานจะอยู่ภายใต้แนวคิดเอกลักษณ์ของชุมชน

กล่าวโดยสรุปคือสมาชิกกลุ่มเวียงลอคราฟท์ได้พัฒนาศักยภาพตนเองเพื่อหนุนเสริมการบริหารจัดการกลุ่มและทุน การเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นในการศักยภาพให้กับกลุ่มคนสามวัยในการดำเนินธุรกิจชุมชนฯ การถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะและเทคโนโลยีระหว่างกลุ่มคนสามวัย รวมถึงรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสมาชิกกลุ่มหลังเข้าร่วมโครงการวิจัยฯ

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าหลังเข้าร่วมแผนงานวิจัยฯ สมาชิกกลุ่ม รวมถึงสมาชิกชุมชนคนอื่นๆ ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มแต่มีพื้นฐานการจักสาน มีความสนใจเข้ามาเรียนรู้และทำเป็นอาชีพเสริม สืบเนื่องจากการที่แม่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มเวียงลอคราฟท์ แต่ถ้ามีความสามารถในการจักสาน ก็สามารถผลิตดอกสารภีมาส่งให้กลุ่มฯ เพื่อส่งต่อไปยังแบรนด์ Vassana ได้แสดงให้เห็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกันของคนในชุมชน ไม่หวงวิชาความรู้หรืออาชีพ ถือเป็นความเอื้ออาทรที่เกิดขึ้นในชุมชน ในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้อย่างมั่นคง นอกจากคนในชุมชนจะมีจิตสำนึกรักนักรักความ เป็นชุมชนแล้ว ยังต้องรักษารากเหง้าที่ดั้งเดิมของตัวเองเอาไว้ และพยายามสืบสานคงความเป็นอัตลักษณ์ ที่ดั้งเดิมของชุมชนไว้เพื่อลูกหลาน โดยชุมชนจะเป็นชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนได้นั้น หน่วยงานทุกภาคส่วนจะต้องเข้า มามีบทบาทการช่วยเหลือเกื้อหนุนกัน คณะวิจัยพบว่า ภาคีเครือข่ายที่สำคัญในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ 1. ภาครัฐ องค์การปกครองท้องถิ่นทั้งสองแห่ง สถานศึกษาและพัฒนาชุมชนระดับอำเภอจน ล้วนมีแผนงานเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุทั้งด้านสุขภาพและรายได้ ซึ่งก็หนุนเสริมกันเป็นอย่างดีกับการทำงานของชุมชนและคณะวิจัย 2. ภาคเอกชน ผู้ประกอบการเจ้าของผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ แบรนด์ Vassana โดย รองศาสตราจารย์วสุนา สายมา สนับสนุนวิทยากรสร้างอาชีพในชุมชน เพื่อสร้างองค์ความรู้และยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้โอกาสทางการตลาด โดยมีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม 3. สถาบันการศึกษา/นักวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ทำวิจัยร่วมกับชุมชนโดยชุมชน เป็นหลักในถอดรหัสความรู้ที่อยู่ในตัวภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นความรู้ที่เปิดเผย รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลและที่ปรึกษาของชุมชน สร้างศักยภาพชุมชนให้สามารถ จัดการความรู้ในชุมชนได้ด้วยตัวเอง

3. เพื่อประเมินอาชีพเสริม รายได้ ก่อนและหลังผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

จากการดำเนินโครงการผู้วิจัยได้จำแนกการมีอาชีพเสริม รายได้และช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสมาชิกกลุ่ม/สมาชิกชุมชนของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย จำนวน 22 คน ก่อนและหลัง ดำเนินโครงการวิจัยในพื้นที่ พบว่ามีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 เปลี่ยนเทียบก่อน-หลังดำเนินโครงการวิจัย

ที่	ประเด็น	ก่อน		หลัง	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	การเป็นสมาชิกกลุ่มอาชีพ	6	27.27	22	100
2	การมีอาชีพเสริมก่อนดำเนินโครงการวิจัย	13	59.09	21	95.45
3	การมีรายได้จากอาชีพเสริม	13	59.09	21	95.45
4	รายได้ต่อปี 5,000 บาทขึ้นไป	8	36.36	ยังไม่ครบ 1 ปี	
5	จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์	2	9.09	4	18.18

จากตาราง การวิเคราะห์อาชีพเสริม รายได้ และช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสมาชิกกลุ่ม/สมาชิกชุมชนของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยก่อน-หลังดำเนินโครงการวิจัยพบว่า

1. สมาชิกกลุ่ม/สมาชิกชุมชนของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย มีสถานะเป็นสมาชิกกลุ่มอาชีพก่อนจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 หลัง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 100
2. สมาชิกกลุ่ม/สมาชิกชุมชนของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย มีอาชีพเสริม ก่อน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 59.09 หลัง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 95.45
3. สมาชิกกลุ่ม/สมาชิกชุมชนของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย มีรายได้จากการทำอาชีพเสริม ก่อนจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 59.09 หลัง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 95.45
4. สมาชิกกลุ่ม/สมาชิกชุมชนของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย มีรายได้ต่อปี 5,000 บาทขึ้นไป หลังจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 หลัง ยังไม่สามารถนำมาคำนวณได้ เนื่องจากกลุ่มยังดำเนินกิจกรรมไม่ครบรอบ 1 ปี
5. สมาชิกกลุ่ม/สมาชิกชุมชนของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ก่อน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 หลัง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18

การส่งเสริมการรวมกลุ่มและจัดตั้งกลุ่มอาชีพภายใต้ชื่อ “เวียงลอคราฟท์” ในเวลาต่อมาโดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างอาชีพและรายได้เพิ่มให้กับสมาชิกกลุ่มที่ประกอบด้วยคนสามวัย ร่วมกันต่อยอดผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่ ไม้บายนาโชคนกยูงเสริมลวดลาย ไม้บายปลาก่อมงคลทรัพย์ ตุงมงคล “ตำเหลว” ไม้ไผ่ นอกจากจะผลิตชอมดอก (ดอกสารภี-ชื่อเรียกตามชื่อชุมชนเห็นร่วมกัน) ขนาดต่างๆ ตามที่แบรนด์ VASSANA กำหนดจำนวนและราคาจับคู่ร่วมกับผลิตเป็นของที่ระลึกจนเกิดการสร้างอาชีพเสริมและรายได้ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ สมาชิกกลุ่มเวียงลอคราฟท์และสมาชิกชุมชน (คนอื่นๆ ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่ม) มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวม 31,717 บาท นอกจากนี้ยังมีลูกค้าที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ดอกสารภีจากกลุ่มเพิ่มเติมอีก จำนวน 45,000 ดอก ในราคาดอกละ 1.50 บาท ประธานกลุ่มดำเนินการมอบหมายให้สมาชิกรับผิดชอบผลิตตามกำลังและศักยภาพของสมาชิกแต่ละคน ซึ่งหากสามารถส่งผลิตภัณฑ์ได้ครบจำนวนจะทำให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้รวม 67,500 บาท

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยพบว่า

1. การค้นหาอัตลักษณ์ชุมชน (Twichasri, 2017, pp.63-74) อัตลักษณ์ของชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเมืองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนควรจะช่วยกันรักษาวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของท้องถิ่นด้วยได้ การรักษาวัฒนธรรมชุมชน หรืออัตลักษณ์ชุมชน สมาชิกในชุมชน ควรมีทิศทางและแนวคิดจะรักษาอัตลักษณ์ชุมชนเป็นหนึ่งเดียวกันอันจะส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนมี ความยั่งยืน ผู้วิจัยได้จัดเวทีประชุม กลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน กลุ่มคนวัยทำงาน และเยาวชน ในชุมชน รวมปราชญ์ชาวบ้าน มาค้นหาอัตลักษณ์ในหลากหลายมิติอาทิ บริบทสังคม วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีองค์ความรู้และภูมิปัญญา โดยให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้ สักดประเด็น จากการบอกเล่าเรื่องราว ภาพการเขียนและการวาดภาพ ในประเด็นที่ ตรงกันและไม่ตรงกัน วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบมี ส่วนร่วม และผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์ หรืออัตลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนนั้นๆ สามารถบ่งชี้ลักษณะบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้นๆ ได้ 1) ทูทางธรรมชาติที่ชุมชน 2) แหล่งโบราณสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีวัดและเจดีย์เก่า 3) วิถีการดำรงชีพและทรัพยากรที่ 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งแนวทางในพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยอัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณเวียงลอ แล้ว ชุมชนต้องกันมีการยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ทำให้ชุมชนเมืองโบราณเวียงลอสามารถคงอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนสืบต่อไป (Pongwirithon, et al., 2015, pp.44-58) เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพเชิงเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีอัตลักษณ์ของชุมชน ผู้สูงอายุต้องนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

จะเห็นว่าทูทางวัฒนธรรมบางประเภทของชุมชนที่โดดเด่น จำเป็นต้องมีการฟื้นฟู การผลิตซ้ำหรือการสร้างใหม่ ทั้งในแง่ของการสร้างความหมาย คุณค่าและกำหนดบทบาทหน้าที่ใหม่ให้กับทุนเหล่านั้น เช่น เครื่องมือประมงพื้นบ้านจำพวกเครื่องจักสาน ที่เดิมอาจถูกนำไปใช้งานจริงในการทำประมง แต่เมื่อปัจจุบันมีเทคโนโลยีสมัยเข้ามาแทนที่ เครื่องมือเหล่านั้นอาจจะไม่ได้ทำหน้าที่ดั้งเดิมอย่างที่เคยเป็น หากแต่สามารถนำเอาทุนเหล่านั้นมาปรับปรุง เปลี่ยนแปลงขนาด เพื่อสืบสานและพัฒนาไปสู่การใช้ประโยชน์ในรูปการผลิตเป็นของที่ระลึก หรือการนำอัตลักษณ์อันโดดเด่นของเมืองโบราณเวียงลอ ไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ สำหรับการจำหน่ายเป็นของที่ระลึกบริการแก่นักท่องเที่ยว ต่อไป

2. การเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มอาชีพในการประกอบธุรกิจชุมชน พบว่า ควรมุ่งเน้นจุดแข็งที่เป็นโอกาสของกลุ่มและมุ่งแก้ไขจุดอ่อนที่เป็นอุปสรรค ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับคน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ รวมถึงการเพิ่มทักษะต่างๆที่จำเป็นแก่สมาชิกกลุ่ม (Thongkern, 2021, pp.52-54) การพัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจชุมชนและการพึ่งพาอาศัยอย่างยั่งยืน โดยกลุ่มอาชีพมีจุดแข็งด้านภาวะผู้นำ และความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า มีจุดอ่อนคือขาดแคลนแรงงาน ขาดตราสินค้าและขาดการประชาสัมพันธ์ มีโอกาสคือได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและกระแสความนิยมรักสุขภาพ และอุปสรรคจาก

ปัญหาด้านเศรษฐกิจและวัตถุดิบที่ต้องพึ่งธรรมชาติเท่านั้น ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ควรทำการ (1) สร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ (2) ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (3) ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าดึงดูดและเหมาะสมเป็นของฝาก (4) สร้างกลุ่มอาชีพเพื่อเป็นเครือข่ายชุมชน (5) ส่งเสริมความเข้มแข็งในการบริหารงานกลุ่ม และ (6) พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน

3. ด้านแนวทางในการเสริมสร้างรายได้ให้กลุ่มอาชีพหรือผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในงานวิจัยมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่มีความเหมาะสมเป็นของฝากของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเวียงโบราณเวียงลอ โดยการเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มคนสามวัยในการดำเนินธุรกิจชุมชน มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ บริหารจัดการแบบบูรณาการองค์ความรู้และทักษะอย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนสามวัยเพื่อก่อให้เกิดอาชีพเสริม รายได้ และการช่วยเหลือเอื้ออาทรกันในชุมชน (Sukasukont, et al., 2022, pp.78-80) ที่ได้ให้แนวทางการสร้างรายได้แก่ผู้สมาชิกกลุ่มสูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชน ว่าต้องกำหนดกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุ พัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบในชุมชน ภายใต้องค์ความรู้และภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน ใช้เทคโนโลยีเป็นตัวช่วยในการขยายกลุ่มลูกค้าหรือตลาดเป้าหมาย เสริมสร้างทักษะของผู้สูงอายุในการใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์

4. การได้รับการสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย (Sawunyavisuth & Sathatip, 2008) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า แนวทางการพัฒนาที่สมาชิกเลือกใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ทั้งภาครัฐ และเอกชน เช่น การศึกษาดูงาน และการเชิญวิทยากรมาอบรมความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงผู้ประกอบการท้องถิ่น เข้ากับเครือข่ายการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งจากที่ทางทีมวิจัยได้ สนับสนุนวิทยากรสร้างอาชีพในชุมชน นำมาสู่การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เกิดโอกาสทางการตลาด ซึ่งหากทางกลุ่ม “เวียงลอคราฟท์” สามารถรักษาคุณภาพการผลิตได้อย่างดีก็จะสามารถสร้างความมั่นคงให้กับทางกลุ่มอาชีพ และสามารถขยายเครือข่ายการผลิตได้สูงขึ้น (Jongwutiwes, et al., 2553, pp.103 -111) การสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชน โดยการสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชนกับธุรกิจชุมชนประเภทเดียวกันและ เชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชนประเภทต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในด้านการค้าและการลงทุน ด้าน การผลิต การตลาด เทคโนโลยีตลอดทั้งแรงงานร่วมกันรวมถึง การสร้างอำนาจในการเจรจาต่อรองทางการค้าร่วมกัน ซึ่งจะ เป็นผลดีต่อการสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การมีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อการสื่อสารทางการตลาด และการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ฯลฯ ซึ่งสมาชิกกลุ่มเวียงลอคราฟท์ มีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เปิดโลกทัศน์อย่างกว้างขวางในการสร้างอาชีพเสริมและหารายได้เพิ่ม

2. การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในงานวิจัยนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการค้นหาทุนทางวัฒนธรรมอื่น เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานทางด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในมิติทางวัฒนธรรมอื่นๆ ลวดลายและอื่นๆ ที่ได้จากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดได้หลากหลาย ในการนำไปประยุกต์ใช้ควรคำนึงถึงความเหมาะสมกับวัฒนธรรมความเชื่อ และการยอมรับซึ่งกันและกัน

3. การจะสร้างความยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการชุมชน ควรมีการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ภาควิชาการ เพื่อสนับสนุนการจัดการองค์ความรู้ให้กับธุรกิจชุมชน เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของธุรกิจชุมชน เช่น การจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อเป็นเครื่องมือใช้เป็น แนวทางการส่งเสริมและพัฒนา อันจะไปสู่ศักยภาพในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จนำไปสู่ความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชน รวมทั้งเป็นการได้รับโอกาสในการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เทศบาลตำบลเวียงลอ เทศบาลตำบลหงส์หิน และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอจุน จังหวัดพะเยา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรนำผลการวิจัยไปต่อยอดและสนับสนุนในเชิงพาณิชย์ เช่น เป็นผู้เชื่อมโยงประสานด้านการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของเวียงโบราณเวียงลอกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อให้สมาชิกกลุ่มและสมาชิกชุมชนมีรายได้อย่างต่อเนื่อง

2. ชุมชนควรมีการเผยแพร่องค์ความรู้ข้อมูล ประสบการณ์ให้แก่คนอื่นๆ ทั้งในและนอกชุมชนเพื่อนำแนวทางที่ได้ทำงานร่วมกับคณะวิจัยไปเสนอแนะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และปรับปรุงการจัดกระบวนการบริหารกลุ่มที่เกิดขึ้น ให้มีความเข้มแข็ง และเป็นมืออาชีพมากขึ้น

References

- Dokboonnak, N. & Thongkamuch, T. (2013). **Participation of Communities in Tourism Management : Case Study in the Hundred Years Sam Chuk district of Suphan Buri**. Suphan Buri : Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi. [In Thai]
- Jongwutiwes, N., Singhalert, R. & Passago, S. (2010). Factors Affecting the Success of Community Business Management in Mueang District, Roi-et Province. **Rajabhat Mahasarakham University Journal (RMU.J.)**, 4(2), 103-111. [In Thai]
- Master Plan under National Strategy (15). (2017). **Issues, Power, Challenges (2018-2037)**. [Online]. Available : <http://plan.rru.ac> [2021, July 29]. [In Thai]
- National Operating Systems Development Agency. (1998). **Issues, Impact of The Economic Crisis**. [Online]. Available : <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom6/03-02.html> [2021, July 29]. [In Thai]

- Sawunyavisuth, B. & Sathatip, P. (2008). **Localproduct development for community based tourism potential Bueng KhongLong Nong Khai Khon Kaen**. Khon Kaen : Khon Kaen University. [in Thai]
- Sukasukont, P., Saktewin, S. & Sridokmai, T. (2022). The method of elderly income generation using community products in Samut Prakan. **Journal of Management Science Review**, 23(2), 78-80. [In Thai]
- Thipapal, P. & Thipapal, T. (2016). **Strategic Management**. Bangkok : Amon Printing. [In Thai]
- Thongkern, T. (2021). Development of Community Business Potential and Sustainable Dependency on Bung Boraphet. **Academic Database of Graduate Studies Network of Northern Rajabhat University**, 11(2), 52-54. [In Thai]
- Thongsuk, W. (2022). **What is a Business Model Canvas? How important is it to business organizations?**. [Online]. Available : <https://talkatalka.com/blog/author/wachira/> [2023, February 11]. [In Thai]
- Twichasri, V. (2017). Identity of Community: Concept and Management for Sustainable Tourism by Buddhist Peaceful Means of Chiangkhan Municipality, Lei Province. **Journal of Arts Management**, 1(2), 63-74. [In Thai]
- Vanishakon, A. (2016). **OTOP design**. Bangkok : Chulalongkorn Publishing. [In Thai]