

Participatory Process for Enhancing Community Products to Support Tourism by Rail

Piyarat Wongjummali

Faculty of Humanities and Social Sciences
Lampang Rajabhat University, Thailand

Wilailuk Promsen

Faculty of Humanities and Social Sciences
Lampang Rajabhat University, Thailand

Bunsikan Tangpakorn

Faculty of Education
Lampang Rajabhat University, Thailand

Abstract

This paper presents a participatory community product upgrading process to support tourism by the Northern Railway in Chiang Mai, Lamphun, and Lampang provinces. Qualitative research methodology was used to study the phenomenon of community for being a guideline to develop and enhance the product. The purposive samples were the leaders and members of community products for 20 people from 9 areas, for a total of 180 participants. Data collection was made by surveys of community latency, community products, and participatory meetings. The content was analyzed and utilized the results for designing the activities with communities. The study decoded the “Lannaness” through lifestyles, architecture, residences, archaeological sites, antiques, traditions, and cultures. The process of enhancing community products was divided into three stages. Firstly, upstream. The communities reviewed their latency, context of product capital, and existing resources. Secondly, middle stream. The community analyzed the outstanding products for planning and designing unique styles, then selected the existing products to add value again. Thirdly, downstream. The community received the benefits from the enhanced products and maintained the community identities. The products were classified into cloth and clothing, souvenirs, food, and herbs for 12 lists. In addition, the community has participated in the evaluation to develop products to reach standards that can support travel by train in the long term.

Keywords

community product enhancements, participation, train travel

CORRESPONDING AUTHOR

Piyarat Wongchummali, Faculty of Humanities and Social Sciences, Lampang Rajabhat University, 119 Moo 9, Soi Na Guam 9, Chomphu, Mueang Lampang District, Lampang 52100, Thailand.

Email: artjar2012@outlook.com

© College of Local Administration, Khon Kaen University. All rights reserved.

กระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยรถไฟ

ปิยรัตน์ วงศ์จุมมะลิ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

วิไลลักษณ์ พรหมเสน

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

บัณฑิตกาญจ ดั่งภากรณ์

คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

บทคัดย่อ

บทความนี้ต้องการนำเสนอกระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยรถไฟสายเหนือในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาปรากฏการณ์ของชุมชนเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ เจาะจงกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้นำและสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนละ 20 คน จำนวน 9 แห่ง รวมทั้งสิ้น 180 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจศักยภาพชุมชน การสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชน การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อหาและนำผลมาออกแบบกิจกรรมเชิงปฏิบัติการร่วมกับชุมชน การศึกษาได้ถอดรหัสความเป็นล้านนาผ่านรูปแบบวิถีชีวิต สถาปัตยกรรม อาคารบ้านเรือน โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี และวัฒนธรรม แบ่งกระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ระยะคือ ต้นน้ำ ชุมชนได้ร่วมทบทวนศักยภาพ บริบทของผลิตภัณฑ์ทุนและทรัพยากรที่มีอยู่ กลางน้ำ ชุมชนได้ร่วมวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นเพื่อนำมาวางแผนออกแบบให้คงความเป็นลักษณะเฉพาะ รวมถึงได้ร่วมคัดเลือกผลิตภัณฑ์เดิมเพื่อนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มใหม่ ส่วนปลายน้ำ ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการยกระดับและคงไว้ซึ่งความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน จำแนกตามประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายของที่ระลึก อาหาร และสมุนไพร จำนวน 12 รายการ นอกจากนี้ชุมชนได้ร่วมประเมินผลเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้าสู่มาตรฐานสามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยรถไฟได้ในระยะยาว

คำสำคัญ

การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน การมีส่วนร่วม การท่องเที่ยวโดยรถไฟ

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2464 ได้มีการเริ่มเดินรถไฟสายเหนือโดยมีสถานีปลายทางอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ การคมนาคมทางรถไฟได้เชื่อมต่อเส้นทางระหว่างเมืองทำให้เกิดความสะดวกสบายและส่งผลต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การปกครอง การค้า การพัฒนาเมือง โดยเฉพาะชุมชนตามเส้นทาง

รถไฟสายเหนือได้เกิดเป็นย่านชุมชนการค้าบริเวณสถานีรถไฟ เช่น ชุมชนย่านสถานีรถไฟนครลำปาง ชุมชนย่านถนนอินทวยยศ จังหวัดลำพูน หรือชุมชนย่านวัดเกต จังหวัดเชียงใหม่ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้เชื่อมโยงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มคนหลายชาติพันธุ์ที่เข้ามาทำการค้า เช่น กลุ่มพ่อค้าชาวจีน อิสลาม พม่า ฝรั่งเศส อังกฤษ และลูกจ้างแรงงานที่ได้เข้ามาสร้างทางรถไฟ เช่น ชาวอินเดีย พม่า และไทใหญ่ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวได้นำไปสู่การสร้างบริบทใหม่ของคนในพื้นที่ภาคเหนือ ถ่ายทอดผ่านรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับทุนของชุมชนที่มีลักษณะโดดเด่นและคงความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ ทั้งสถาปัตยกรรมอาคารบ้านเรือนในแบบล้านนา พม่า จีน และฝรั่งเศส หรือแม้แต่ความโดดเด่นทางด้านศิลปะสถาปัตยกรรมร่วมสมัย โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรม ประเพณี อาหาร ของใช้ ของประดับตกแต่งต่าง ๆ (Pradipasen, 2005)

การท่องเที่ยวโดยรถไฟ ถือว่าการเดินทางที่ได้รับความนิยมอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของการท่องเที่ยวที่ไร้การรีบเร่ง (slow tourism) ซึ่งผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยรถไฟทั้งในและต่างประเทศได้ชี้ให้เห็นว่ารถไฟเป็นเครื่องมือหนุนเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของ rail-to-trail เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาได้พัฒนา Trail and Rails Program จำนวน 18 เส้นทางเพื่อสร้างโอกาสการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้โดยสารรถไฟ (Camargo et al., 2014) ขณะที่ประเทศไทย รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรถไฟเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดยเน้นให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมบริหารจัดการตามแนวคิดการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) ที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิสังคม และวัฒนธรรมของความเป็นพื้นถิ่นนิยม (Chiangmainews, 2016) อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรถไฟในประเทศไทยพบข้อจำกัดด้านเส้นทางการเดินทางซึ่งรถไฟไม่สามารถหยุดพักหรือจอดได้ทั่วไปเหมือนกับการท่องเที่ยวโดยรถยนต์หรือการโดยสารในรูปแบบอื่น ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีเวลามากพอที่จะหยุดพักผ่อนเพื่อชื่นชมหรือศึกษาเรียนรู้บรรยากาศที่ใกล้ชิดกับชุมชนสองข้างทางได้อย่างลึกซึ้ง

โครงการวิจัยเรื่อง การยกระดับศักยภาพของชุมชนเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์เชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรถไฟบนเส้นทางยุคสมัยแห่งล้านนา ได้รับการอุดหนุนทุนจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อ (1) ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อการสื่อสารเชิงอัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรถไฟบนเส้นทางยุคสมัยแห่งล้านนา (2) พัฒนากลไกการขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมของชุมชนพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรถไฟบนเส้นทางยุคสมัยแห่งล้านนา และ (3) พัฒนาศิลปะจัดวาง (Installation Art) เพื่อการสื่อสารเชิงอัตลักษณ์บนเส้นทางยุคสมัยแห่งล้านนา โดยภาพรวมของการวิจัยได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยรถไฟสายเหนือที่มุ่งนำอัตลักษณ์ของชุมชนบนเส้นทางรถไฟ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวแสดงถึงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างรถไฟและชุมชนได้เกิดการยกระดับคุณค่า การสร้างมูลค่า และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของชุมชนตามเส้นทางท่องเที่ยวรถไฟสายเหนือจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง ให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น โดยโครงการวิจัยออกแบบการศึกษาให้สอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางพระราชบัญญัติโมเดล “ประเทศไทย 4.0” และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อการยกระดับรายได้และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ด้วยวิจัย

และนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Promsen et al., 2021) และบทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อการสื่อสารเชิงอัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรถไฟบนเส้นทางยุคนสมัยแห่งล้านนา โดยจะนำเสนอกระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมของชุมชนรถไฟจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ที่สอดคล้องกับบริบทและอัตลักษณ์โดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรม อาคารบ้านเรือน วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ วิถีชีวิต วัฒนธรรมด้านอาหาร สิ่งทอ และสิ่งประดิษฐ์ของชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อนำเสนอกระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้สามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยรถไฟจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง

แนวคิดและทฤษฎี

กระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยรถไฟมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนบนเส้นทางรถไฟสายเหนือจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ได้นำแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและแนวคิดการมีส่วนร่วมมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

Faculty of National Economic and Social Development (2018) ให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างทุนทางสังคมมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 โดยพัฒนาคนและสังคมไทยสู่สังคมคุณภาพ เกื้อกูล และเอื้ออาทร มีระบบการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงด้านอาหารและพลังงานบนพื้นฐานทางเศรษฐกิจพึ่งตนเองโดยการสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีอาชีพ มีความเป็นอยู่ที่ดี มีงานทำ มีรายได้ นำทรัพยากรชุมชนมาสร้างมูลค่าผลิตเป็นสินค้าชุมชนเพื่อจำหน่าย ทั้งยังสานต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ชุมชนได้มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนช่วยเหลือซึ่งกันและกันด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดจำหน่าย ตลอดจนให้ความสำคัญกับสินค้าชุมชนเพราะถือว่าเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองให้เกิดช่องทางสร้างความเท่าเทียมที่จะนำไปสู่ฐานรากทางเศรษฐกิจที่มั่นคง ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เป็นคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สูงขึ้น ไม่ว่าจะได้รับการสัมผัสทางกายภาพหรือความรู้สึกอย่างเป็นกระบวนการเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าต่อผู้บริโภค ตามหลักการเพิ่มคุณค่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ การพิจารณาวัตถุดิบที่สร้างเรื่องราวและคุณค่าเพิ่ม กระบวนการผลิต คุณค่าของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภครับรู้ตั้งแต่สัมผัสแรก การสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ และการเสริมสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์และบริการ ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการยอมรับในตลาดของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ (1) ประเภทอาหาร (2) ประเภทเครื่องดื่ม (3) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย (4) ประเภทศิลปะและของที่ระลึก และ (5) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร (Saokham, 2018)

แนวคิดการมีส่วนร่วม

แนวคิดการมีส่วนร่วมเป็นความพยายามให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมการพัฒนาตามความพยายาม ความคิด ความรู้ ความสามารถ ทักษะ แรงงาน ทุนทรัพย์ และวัสดุที่นำมาใช้ประกอบกิจกรรมการพัฒนา (Vesarat, 2005) ตามรูปแบบของการมีส่วนร่วม ได้แก่ (1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) ประกอบด้วย ขั้นตอนริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจลงมือปฏิบัติการ (2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การเข้าร่วมในการบริหารและการประสานขอความร่วมมือ (3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (benefits) ประกอบด้วย ผลประโยชน์ทางด้านวัสดุ ผลประโยชน์ทางสังคม และผลประโยชน์ส่วนบุคคล และ (4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เกี่ยวกับการควบคุมและการตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด (Cohen & Uphoff, 1977) นอกจากนี้ การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนมักดำเนินงานผ่านขั้นตอนของ (1) การวางแผนคือ รับรู้ เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (2) การดำเนินการหรือการปฏิบัติคือ เข้าร่วมดำเนินการ และตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ (3) การจัดสรรประโยชน์ คือ การจัดสรรผลประโยชน์ และการรับผลประโยชน์ร่วมกันตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรม หรือผลของการตัดสินใจร่วมกัน และ (4) การติดตามประเมินผลดำเนินการหรือปฏิบัติ คือ เป็นการคิดเกณฑ์ในการประเมินผลความสำเร็จร่วมกันเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงงาน ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย (1) ลักษณะของโครงการที่ประชาชนต้องการ (2) ลักษณะของประชาชน (3) ลักษณะการสนับสนุนของหน่วยงานราชการ และ (4) ส่วนประกอบต่าง ๆ ที่นำมาใช้เป็นทรัพยากรในการดำเนินงาน (Saihu, 1986)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษานี้ได้นำแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและแนวคิดการมีส่วนร่วมเพื่อศึกษากระบวนการคิด การแก้ไขปัญหา และการกำหนดทางเลือกในการแก้ไขปัญหาของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างสร้างสรรค์ ดังภาพประกอบที่ 1

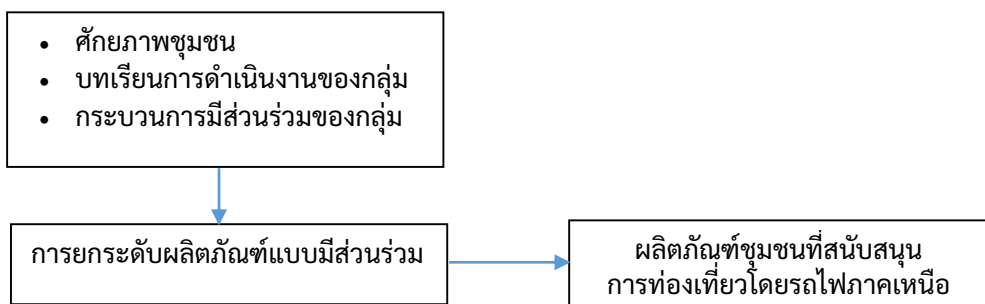


Figure 1. Conceptual Framework

ระเบียบวิธีวิจัย

กระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยรถไฟใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ของชุมชนบนเส้นทางรถไฟสายเหนือที่นำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดคือเชียงใหม่

ลำพูน และลำปาง รวมทั้งสิ้น 9 ชุมชน จำแนกเป็น จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 3 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ ชุมชนวัดเกต ชุมชนเมืองสารท จังหวัดลำพูนจำนวน 2 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนไชยมงคล ชุมชนท่าขาม – บ้านฮ่อม และจังหวัดลำปางจำนวน 4 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนแม่ตานน้อย ชุมชนเก๊าจาว ชุมชนกาดกองต้า และชุมชนท่ามะโอ พื้นที่ดังกล่าวคัดเลือกจากชุมชนที่อยู่บนเส้นทางรถไฟทั้งชุมชนย่านการค้า และชุมชนย่านสถานีรถไฟ โดยมุ่งให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้ามาร่วมในกระบวนการคิดเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหา และกำหนดทางเลือกในการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ ผสมผสานกับองค์ความรู้ และทักษะของบุคคล เพื่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และรับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม

ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่รถไฟจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง โดยคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนชุมชนละ 20 คน จำแนกเป็นผู้นำจำนวน 5 คน และสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 15 คน จาก 9 ชุมชน รวมจำนวนกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น 180 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

1) แบบสำรวจศักยภาพชุมชนเพื่อทราบข้อมูลพื้นฐานของชุมชนและขีดความสามารถในการพัฒนาของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จะนำไปสู่การยกระดับผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วม โดยแบบสำรวจศักยภาพชุมชน 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานชุมชน ได้แก่ ชื่อชุมชน ชื่อ – สกุลของผู้นำชุมชน จำนวนสมาชิกในชุมชน อาชีพของสมาชิกในชุมชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และส่วนที่ 2 สำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ ระดับการศึกษาของสมาชิกกลุ่ม ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มสมาชิกกลุ่ม เงินทุนหมุนเวียนต่อปี แหล่งทุน มาตรฐานหรือรางวัลของกลุ่มที่เคยได้รับ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ คุณลักษณะผลิตภัณฑ์

2) การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชนและถอดบทเรียนการทำงานด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมกับผู้นำและสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลการดำเนินงานของกลุ่ม เช่น ด้านกระบวนการผลิต ด้านการตลาด การขึ้นทะเบียนระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การสื่อสาร/ช่องทางการสื่อสาร ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงาน รวมถึง การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยเทคนิค SWOT Analysis

3) การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพ ภูมิทัศน์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมตามลักษณะเฉพาะหรืออัตลักษณ์ของชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะคือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary) ได้ทบทวนบทความวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง หนังสือ ภาพถ่าย และสื่อสาธารณะจากเว็บไซต์ เพื่อทราบข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน ทุนวัฒนธรรม และวิถีชีวิต ส่วนข้อมูลปฐมภูมิ (Primary) ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนามโดยวิธีการสำรวจ การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม

ร่วม เพื่อทราบลักษณะทางกายภาพและภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชุมชนที่มีความเป็นลักษณะเฉพาะหรือเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน และจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary) ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และใช้เทคนิคการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation Method) ด้านข้อมูลเพื่อความถูกต้อง ความพอเพียง และความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยจำแนกเนื้อหาจากการสำรวจและจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำมาออกแบบกิจกรรมยกระดับการมีส่วนร่วมให้สอดคล้องตามกรอบแนวคิดงานวิจัย และนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ก่อนหน้าที่รถไฟจะขึ้นมาถึงหัวเมืองในภาคเหนือ บริบทของพื้นที่บนเส้นทางรถไฟนั้นเป็นกลุ่มวัฒนธรรมล้านนาซึ่งมีพัฒนาการทางสังคมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสืบเนื่องมายาวนาน โดยประชากรส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาวไทยวน หรือที่เรียกตนเองว่า คนเมือง มีขอบเขตพื้นที่การปกครองเป็นของตนเองพัฒนาจากเมืองขนาดเล็กสู่แคว้นแคว้นและอาณาจักร ซึ่งเรียกว่า อาณาจักรล้านนา การสร้างทางรถไฟสายเหนือมาถึงจังหวัดลำปางในปี พ.ศ. 2459 และถึงปลายทางที่เชียงใหม่พ.ศ. 2464 ระหว่างการก่อสร้างทางรถไฟจำเป็นต้องว่าจ้างแรงงานมาช่วยงานเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นแรงงานคนในบังคับของอังกฤษ เช่น ชาวอินเดีย ชาวพม่า ชาวไทใหญ่ และชาวจีนอีกเป็นจำนวนมาก ภายหลังจากรถไฟเข้ามาสู่พื้นที่ภาคเหนือได้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของหัวเมืองภาคเหนืออย่างรวดเร็วทั้งด้านการปกครอง การค้า การพัฒนาเมือง ตลอดจนเส้นทางคมนาคมที่สร้างความสะดวกสบายในการเดินทางระหว่างเมืองและชุมชนรอบนอก การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อบริบทวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยมสมัยใหม่ มีความทันสมัย และดำรงอยู่ท่ามกลางพหุวัฒนธรรมที่หลากหลายจนกลายเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนดังหลักฐานที่ปรากฏตามสถาปัตยกรรม อาคาร บ้านเรือน วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ วิถีวัฒนธรรมด้านอาหาร สิ่งทอ สิ่งประดิษฐ์ ตลอดจนความเชื่อ ขนบประเพณีต่าง ๆ

ผลการสำรวจศักยภาพชุมชน พบว่า จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย (1) ชุมชนเมืองสารท มี ความโดดเด่นด้านภูมิปัญญาและหัตถกรรมสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมล้านนาด้านการทำไหม ตุ๊ก และข้าวตอก (2) ชุมชนบ้านฮ่อ มีความโดดเด่นด้านการค้าเป็นตลาดมุสลิมที่เก่าแก่ยังคงอนุรักษ์การใช้ภาษาจีนยูนนาน วัฒนธรรมด้านอาหารและการแต่งกาย (3) ชุมชนวัดเกต โดดเด่นด้วยสถาปัตยกรรมที่ปรากฏตามอาคารบ้านเรือนและมีวัดซึ่งเป็นสถานที่ตั้งเจดีย์พระเกศแก้วจุฬามณีจำลอง จังหวัดลำพูน ประกอบด้วย (1) ชุมชนท่าขาม – บ้านฮ่อม และ (2) ชุมชนไชยมงคล ทั้ง 2 ชุมชนเป็นชุมชนในย่านเมืองเก่าหรือชุมชนที่ยังคงหลงเหลือวัฒนธรรมการค้าขายของจีน และมรดกทางวัฒนธรรม งานด้านหัตถศิลป์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นคือผ้าทอ กี่ ผ้าไหม และผ้าฝ้ายยกดอก และจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย (1) ชุมชนแม่ต๋านน้อย ยังคงวิถีชีวิตที่พึ่งพิงความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ มีการรวมกลุ่มอาชีพที่เข้มแข็ง (2) ชุมชนเก้าจาวหรือชุมชนรถไฟนครลำปางเป็นศูนย์กลางและเป็นแหล่งขนถ่ายสินค้าในเขตภาคเหนือ (3) ชุมชนกาดกองต้า เป็นชุมชนย่านการค้าตลาดจีนที่มีความหลากหลายเชื้อชาติและ

วัฒนธรรม อาคารบ้านเรือนในแบบล้านนา พม่า จีน และฝรั่งเศส (4) ชุมชนท่ามะโอเป็นชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรม มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ รายละเอียดดังตารางที่ 1

Table 1. Characteristics and Types of Community Products

จังหวัด	ชุมชน	ลักษณะเด่นของชุมชน	ประเภทผลิตภัณฑ์
เชียงใหม่	เมืองสาทร	1. มีชื่อเสียงด้านสินค้าทางวัฒนธรรม 2. จัดการความรู้โดยใช้สื่อและมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร	ของใช้: โคม ตุ้ง
	บ้านฮ่อ	1. เป็นย่านการค้าสินค้าอุปโภคบริโภค 2. ทุนทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างและหลากหลาย	อาหาร: ผักดอง เนื้อน้ำค่าง ขนมจีนยูนาน ข้าวพิน
	วัดเกต	1. เป็นย่านค้าขายแห่งแรกของชาวจีนและชาวตะวันตกในจังหวัดเชียงใหม่ 2. อาคารบ้านเรือนสถาปัตยกรรมมีความโดดเด่น 3. ขนมและของว่างรสชาติอร่อยและขึ้นชื่อ 4. มีสถานที่สำคัญ เช่น วัดเกตการาม สะพานจันทร์สมอนุสรณ์ วัดซิกข์	อาหาร: ขนมของว่าง ข้าว เกรียบปากหม้อ สาคุไส้หมู ขนมตาล
ลำพูน	ท่าขาม- บ้านฮ่อม ไชยมงคล	1. ตั้งอยู่ในเขตเมืองเก่าลำพูนบริเวณชุมชนเป็นที่ตั้งของวัดพระธาตุหริภุญชัย คุ่มเจ้า และมีอาคารเก่าแก่ 2. โบราณสถาน โบราณวัตถุและสถาปัตยกรรมมีความโดดเด่น 3. มีการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้ายดอก การทำเทียนและกรวยดอกไม้บูชา	ของใช้: ผ้าไหมยกดอกลำพูน เทียนบูชาและกรวยดอกไม้
ลำปาง	แม่ตานน้อย	1. วิถีชีวิตชุมชนยังคงพึ่งพิงธรรมชาติ 2. ทรัพยากรธรรมชาติมีความสมบูรณ์มีอ่างเก็บน้ำและเป็นพื้นที่ป่าต้นน้ำ 3. ครั้วเรือนแปรรูปอาหารที่หาได้จากป่า 4. เป็นแหล่งผลิตอาหารช้างให้แก่ศูนย์อนุรักษ์ช้าง 5. เป็นที่ตั้งของสถานีรถไฟแม่ตานน้อย 6. ผู้นำมีความรู้ความสามารถด้านการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ	อาหาร: น้ำพริกลาบ น้ำพริก แกงอ่อม น้ำพริกน้ำเงี้ยว ของใช้: กระเป๋าผ้า
	เก้าจาว	1. ประวัติศาสตร์ชุมชนเกี่ยวข้องกับการรถไฟลำปาง เช่น สะพานดำ 2. เป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีภูมิปัญญาอย่างหลากหลายมีพิพิธภัณฑ์และค่ายมวยลูกเก้าจาว 3. มีอาหารที่ขึ้นชื่อ และมีปราชญ์ด้านอาหารที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการผลิตอาหารจำหน่ายภายในตลาดเก้าจาว	อาหาร: หมี่กรอบ หมี่กะทิ โบราณ กะหรี่ปั๊บ กาแฟโบราณ
	กาดกองต้า	1. เป็นย่านการค้าตลาดจีน 2. อาคารบ้านเรือนเก่าแก่และสถาปัตยกรรมร่วมสมัยทั้งล้านนา อังกฤษ พม่า จีน และฝรั่งเศส เช่น เรือนขนมปังขิง อาคารฟองหลิ บ้านหม่องโง่ชิน 3. เป็นที่ตั้งของถนนคนเดินกาดกองต้า	อาหาร: บะหมี่เกี๊ยวสูตร โบราณ ขนมถ้วย ข้าวปั้น
	ท่ามะโอ	1. มีธรรมเนียมชุมชนเป็นหลักปฏิบัติของคนในชุมชน 2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น บ้านหุลย์ วัดประตูป่อง วัดท่ามะโอ กำแพงเมืองโบราณ กุ๋ย่าสุตา และอาคารบ้านเรือนเก่าแก่ 3. เป็นชุมชนพหุวัฒนธรรม	อาหาร: แกงฮังเล แกงสี่เป็ด ขนมวงสมุนไพร ยานวด ยาหม่อง

กระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจศักยภาพชุมชนทำให้พบลักษณะเด่นของชุมชนและประเภทของผลิตภัณฑ์ที่นำไปสู่การยกระดับ และผลการสังเคราะห์การระดมความคิดเห็นจากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมทำให้ทราบบทเรียนการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และพบว่า ขั้นตอนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย (1) การทบทวนศักยภาพชุมชน (2) การวางแผนเพื่อหาแนวทางพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ (3) การคัดเลือกและออกแบบผลิตภัณฑ์ (4) การลงมือปฏิบัติการยกระดับผลิตภัณฑ์ และ (5) การประเมินผลผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยขั้นตอนดังกล่าวได้แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ระยะคือ

ต้นน้ำ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มีส่วนร่วมคิดในการทบทวนศักยภาพชุมชน บริบทของผลิตภัณฑ์ ทุนและทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชน ขั้นตอนนี้ทำให้ทราบข้อมูล เช่น ความเป็นมาของชุมชน ทุนชุมชน อาชีพ รายได้ และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญ

กลางน้ำ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ทุนคน ความรู้ ทรัพยากร และความพร้อม อันจะนำไปสู่การวางแผนออกแบบยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่คงความเป็นลักษณะเฉพาะหรือเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน ขั้นตอนนี้ทำให้ทราบถึงความพร้อมที่จะทำการยกระดับผลิตภัณฑ์ภายใต้ทุนที่ตนเองมีอยู่ ไม่เพียงแค่นั้นสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนยังได้มีส่วนร่วมในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จะยกระดับโดยขั้นตอนนี้ทำให้ได้มิติของประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาพัฒนาหรือยกระดับเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

ปลายน้ำ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ร่วมลงมือปฏิบัติการยกระดับผลิตภัณฑ์ที่มาจากการคัดเลือกและตัดสินใจร่วมกันเพื่อให้ได้ผลผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ในขั้นตอนนี้สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์จะได้ร่วมออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนตนเอง เช่น ชุมชนเมืองสารท จังหวัดเชียงใหม่ ได้ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจากโคมแขวนล้านนาเป็นโคมไฟตั้งโต๊ะและโคมไฟตั้งพื้นโดยเน้นประโยชน์เพื่อการใช้งานในชีวิตประจำวันหรือนำไปใช้เพื่อตกแต่งอาคารบ้านเรือน ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับเกิดคุณค่า บ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ผลิตภัณฑ์ได้สร้างมูลค่าเพิ่ม และมีความทันสมัย ผลจากการลงมือปฏิบัติทำให้สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนจะได้รับผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการยกระดับร่วมกัน จำแนกตามประเภท ได้แก่ ผ้าและเครื่องแต่งกาย ของที่ระลึก อาหาร และสมุนไพร รวมจำนวน 12 รายการ นอกจากนี้ยังได้มีส่วนร่วมประเมินผลผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการยกระดับเพื่อพัฒนาให้เข้าสู่มาตรฐานสามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยรถไฟได้ในระยะยาว ดังภาพที่ 2

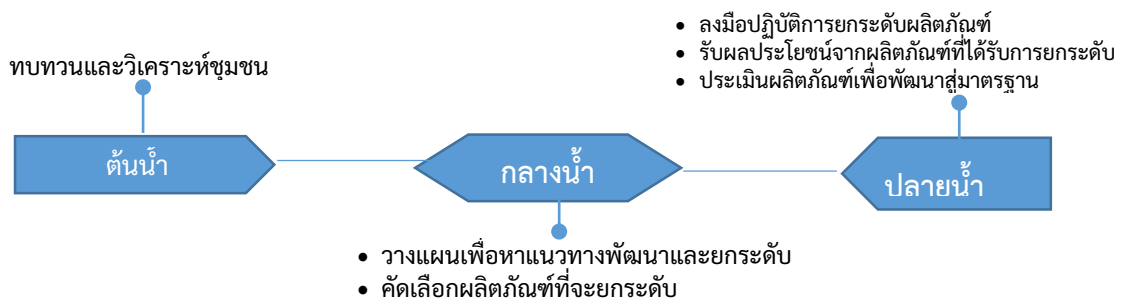


Figure 2. Participatory Process for Enhancing Community Products



Figure 3. Participatory Workshops for Community Products

จากกระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่รถไฟจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง จำนวน 9 ชุมชน มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการยกระดับจำนวน 12 รายการ ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์โคมไฟเมืองสาทร จากชุมชนเมืองสาทร จังหวัดเชียงใหม่ เดิมเป็นชุมชนทำโคมแขวนล้านนาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของความเป็นล้านนา การยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การออกแบบโดยนำรูปแบบหรือลักษณะเดิมของโคมแขวนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าให้เป็นโคมไฟตั้งพื้นและโคมไฟตั้งโต๊ะเหมาะสำหรับใช้งานในชีวิตประจำวันและประดับตกแต่งสถานที่ภายในอาคารบ้านเรือน

2) ผลิตภัณฑ์เนคไทผ้าฝ้ายยกดอก จากชุมชนท่าขามบ้านฮ่อมและไชยมงคล จังหวัดลำพูน มีการทอผ้าฝ้ายยกดอกลายพิรุณส่วนใหญ่จะทอเพื่อจำหน่ายเป็นผืนเพื่อนำไปแปรรูปเป็นเครื่องแต่งกาย เช่น เสื้อชายและหญิง ผ้าถุง โดยแนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายยกดอกลายพิรุณคือ ต้องการแปรรูปผ้าทอให้สามารถนำไปใช้งานได้หลากหลาย คงความโดดเด่นของลวดลายบนผืนผ้าโดยการพัฒนารูปแบบให้เป็นเครื่องแต่งกาย คือ เนคไทที่มีการตัดเย็บด้วยฝีมือที่ประณีตและสวยงาม

3) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ตาลน้อย จากชุมชนแม่ตาลน้อย จังหวัดลำปาง มีแนวคิดการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกแม่ตาลน้อย เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม มีระยะเวลาเก็บรักษาได้นาน และสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภค โดยคงรักษาตราสัญลักษณ์ของกลุ่มผสมกับการใช้แรงบันดาลใจจากลักษณะเด่นของชุมชน เช่น ภูมิศาสตร์ของชุมชน อ่างเก็บน้ำ วัดและสถานีรถไฟแม่ตาลน้อย

4) ผลิตภัณฑ์กระเป๋าแม่ตาลน้อย จากชุมชนแม่ตาลน้อย จังหวัดลำปาง มีแนวคิดการยกระดับทักษะการปักและเย็บ กระเป๋าผ้า โดยแนวคิดการออกแบบของกลุ่มคือ สร้างสรรค์ลวดลายการปักกระเป๋าผ้าตามลักษณะเด่นของชุมชน เช่น สถานีรถไฟแม่ตาลน้อย สัญลักษณ์รูปช้างซึ่งมาจากอาชีพคนในชุมชนปลูกหญ้าเพื่อขายให้กับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ของชุมชน

5) ผลิตภัณฑ์กระถางเซรามิก จากชุมชนเก้าจาว จังหวัดลำปาง โดยมีแนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์จากลวดลายขนมปังขิงที่ปรากฏในอาคารของสถานีรถไฟลำปาง มีความโดดเด่นและได้รับคัดเลือกจากคณะกรรมการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมแห่งสมาคมสถาปนิกสยามฯ ให้เป็นอาคารอนุรักษ์ดีเด่น ประเภทอาคารสถาบันและสาธารณะเมื่อปี พ.ศ. 2536 สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนได้นำมา

ออกแบบเป็นกระถางเซรามิกเพื่อใช้ปลูกต้นไม้ โดยมีแรงบันดาลใจจากรถไฟ และลวดลายขนมปังขิง ในสถานีรถไฟมาใช้ในการยกระดับผลิตภัณฑ์

6) ผลิตภัณฑ์หม้อกรอบเกี๊ยว จากชุมชนเกี๊ยวหรือชุมชนรถไฟนครลำปาง จังหวัดลำปาง เป็นสินค้าประเภทอาหารหรือของขบเคี้ยวที่เป็นสูตรดั้งเดิมได้รับการถ่ายทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น การยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของหม้อกรอบโดยออกแบบและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ที่น่าอัศจรรย์ดั้งเดิมของจังหวัดลำปางมาใช้ในการจัดวางองค์ประกอบ เช่น รูปร่างของต้นขะจาว รูปร่างของรถม้า รูปร่างของรถไฟ และรูปร่างของสะพานด้ามใช้ในการจัดวางสลับจังหวะของการออกแบบให้เกิดความน่าสนใจทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มขึ้น

7) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกลาบเกี๊ยว จากชุมชนเกี๊ยว จังหวัดลำปาง เป็นสูตรดั้งเดิมของชุมชน แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนคือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่า จากลักษณะของชุมชนรถไฟและกาดเกี๊ยว อาทิ ต้นขะจาว รถไฟ รถม้า ไข่ขาว และลวดลายขนมปังขิง ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ทันสมัย ใช้งานง่าย ยืดอายุการจัดเก็บได้นาน และง่ายต่อการเก็บรักษา

8) ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเซรามิก จากชุมชนกาดกองต้า จังหวัดลำปาง แนวคิดการยกระดับคือ นำต้นทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางมาประยุกต์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่คือ เครื่องประดับเซรามิก เช่น จี้ห้อยคอ ต่างหู และสร้อยข้อมือ มีที่มาจากลวดลายขนมปังขิงของอาคารหม่องโงยขึ้น ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์งานไม้ฉลุล้านนาลำปาง

9) ผลิตภัณฑ์ยาสีฟันใบช้อย จากชุมชนท่ามะโอ จังหวัดลำปาง ที่มีสูตรเฉพาะได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ และเพิ่มมูลค่า จากการนำอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น วัดประตูป้อง บ้านหลุยส์ เลี้ยวโนเวนส์ ตลอดจนบรรยากาศภายในชุมชน มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

10) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ จากชุมชนท่ามะโอ จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย ยาสมุนไพรจำนวน 4 ชนิดคือ 1) น้ำมันเขียวใบย่านาง 2) น้ำมันเหลืองโพลและขมิ้นชัน 3) สเปรย์สมุนไพรกระดูกไก่ดำ และ 4) สเปรย์สมุนไพรกันยุง ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพเป็นภูมิปัญญาด้านการใช้สมุนไพรที่ได้จากชุมชน แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การออกแบบและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์โดยนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้เป็นองค์ประกอบในการกำหนดลักษณะลวดลาย เช่น วัดประตูป้อง ชุมวัดประตู บ้านหลุยส์ เลี้ยวโนเวนส์ และรถม้า ส่วนบรรจุภัณฑ์ภายนอกใช้สีน้ำเงินและทองในการออกแบบให้เกิดความน่าสนใจ และตอบโจทย์ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวโดยรถไฟ

11) ผลิตภัณฑ์ผงฮังเลพ่อนาน จากชุมชนท่ามะโอ จังหวัดลำปาง เป็นผงประกอบอาหารเฉพาะถิ่นที่ขึ้นชื่อของชุมชน เป็นสูตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ แนวคิดในการยกระดับคือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผงฮังเลตาหรับพม่าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสะดวกในการเก็บรักษา โดยการออกแบบใช้อัตลักษณ์ของชุมชน เช่น วัดท่ามะโอ และสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ซึ่งลักษณะของบรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกใสและติดฉลากสีขาวน้ำตาล แสดงถึงกลิ่นอายของความเป็นธรรมชาติ ดูเรียบง่าย และร่วมสมัย

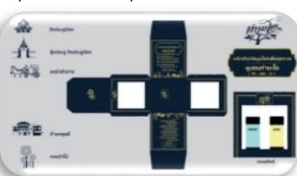
12) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาฉ่องและน้ำพริกลาบสูตรไทใหญ่ จากชุมชนท่ามะโอ จังหวัดลำปาง แนวคิดในการยกระดับคือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์น้ำพริกปลาฉ่องและน้ำพริกลาบ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และง่ายต่อการเก็บรักษา ซึ่งการออกแบบมุ่งนำอัตลักษณ์ของชุมชนท่า

มะโอ เช่น วัดประตูป่อง ลวดลายตุ้งไส้หมุภายในวัดประตูป่อง และสัญลักษณ์ควิปักในวัดท่ามะโอ มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 2

Table 2. Concepts to Enhance the Target Community Products

ที่	ชื่อผลิตภัณฑ์	แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์
จังหวัดเชียงใหม่		
1	โคมไฟเมืองสารต 	แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การออกแบบโดยนำรูปแบบหรือลักษณะเดิมของโคมแขวนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าให้เป็นโคมไฟตั้งพื้นและโคมไฟตั้งโต๊ะเหมาะสำหรับใช้งานในชีวิตประจำวันและประดับตกแต่งสถานที่ภายในอาคารบ้านเรือน
จังหวัดลำพูน		
2	เนคไทผ้าฝ้ายยกดอก 	แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายยกดอกลายพิกุลคือ ต้องการแปรรูปผ้าทอให้สามารถนำไปใช้งานได้หลากหลาย คงความโดดเด่นของลวดลายบนพื้นผ้าโดยการพัฒนารูปแบบให้เป็นเครื่องแต่งกายคือ เนคไทที่มีการตัดเย็บด้วยฝีมือที่ประณีตและสวยงาม
จังหวัดลำปาง		
3	น้ำพริกแม่ตาลน้อย 	แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ สร้างมูลค่าเพิ่ม มีระยะเวลาเก็บรักษาได้นาน โดยคงรักษาตราสัญลักษณ์ของกลุ่มผานกับการใช้แรงบันดาลใจจากลักษณะเด่นของชุมชน เช่น ภูมิศาสตร์ของชุมชน อ่างเก็บน้ำ วัด และสถานีรถไฟแม่ตาลน้อย
4	กระเป๋แม่ตาลน้อย 	แนวคิดการออกแบบของกลุ่มคือ สร้างสรรค์ลวดลายการปักกระเป๋ผ้าตามลักษณะเด่นของชุมชน เช่น สถานีรถไฟแม่ตาลน้อย สัญลักษณ์รูปช้างซึ่งมาจากอาชีพคนในชุมชนปลูกหญ้าเพื่อขายให้กับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ของชุมชน
5	กระถางเซรามิก 	แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การนำลวดลายขนมปังขิงที่ปรากฏในอาคารของสถานีรถไฟลำปาง มาออกแบบเป็นกระถางเซรามิกเพื่อใช้ปลูกต้นไม้ และเป็นของที่ระลึกของจังหวัดลำปาง
6	หมี่กรอบเก้าจาว 	แนวคิดในการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของหมี่กรอบโดยออกแบบและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ที่นำอัตลักษณ์ดั้งเดิมของจังหวัดลำปางมาใช้ในการจัดวางองค์ประกอบ เช่น รูปร่างของต้นชะจาว รูปร่างของร่มม้า รูปร่างของรถไฟ และรูปร่างของสะพานดำมาใช้ในการจัดวางสลับจังหวะของการออกแบบให้เกิดความน่าสนใจทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มขึ้น

Table 2. Concepts to Enhance the Target Community Products (Cont.)

ที่	ชื่อผลิตภัณฑ์	แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์
7	น้ำพริกปลาเก๋จาว 	แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่า จากลักษณะของชุมชนรถไฟและภาคเก้าจาว อาทิ ต้นชะจาว รถไฟ รถม้า ไก่ขาว และลวดลายขนมปังขิง เป็นบรรจุผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ทันสมัย ใช้งานง่าย ยืดอายุการจัดเก็บได้นาน และง่ายต่อการเก็บรักษา
8	เครื่องประดับเซรามิก 	แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานเป็นเครื่องประดับเซรามิก ได้แก่ จี้ห้อยคอ ต่างหู และสร้อยข้อมือ จากลวดลายขนมปังขิงและเซรามิกซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง
9	ยาสีฟันใบช่อย 	แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจและเพิ่มมูลค่า จากการนำอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น วัดประตูป้อง บ้านหลุยส์ เลี้ยวโนเวนส์ ตลอดจนบรรยากาศภายในชุมชน มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์
10	สมุนไพรเพื่อสุขภาพ 	แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การออกแบบและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์โดยนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้อเป็นองค์ประกอบในการกำหนดลักษณะลวดลาย เช่น วัดประตูป้อง ชุมวัดประตู บ้านหลุยส์ และรถม้า ส่วนบรรจุภัณฑ์ภายนอกใช้สีน้ำเงินและทองในการออกแบบให้เกิดความน่าสนใจ
11	ผงฮังเลพ่อนาน 	แนวคิดในการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผงฮังเลสำหรับพม่าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสะดวกในการเก็บรักษา โดยการออกแบบใช้อัตลักษณ์ของชุมชน เช่น วัดท่ามะโอ และสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ซึ่งลักษณะของบรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกใสและติดฉลากสีขาวน้ำตาล แสดงถึงกลิ่นอายของความเป็นธรรมชาติและเรียบง่าย
12	น้ำพริกปลาฉ่องและน้ำพริกปลาสูตรไทใหญ่ 	แนวคิดในการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์น้ำพริกปลาฉ่องและน้ำพริกปลา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และง่ายต่อการเก็บรักษา ซึ่งการออกแบบมุ่งนำอัตลักษณ์ของชุมชนท่ามะโอ เช่น วัดประตูป้อง ลวดลายตุ่งไล่หมุภายในวัดประตูป้อง และสัญลักษณ์ควิปักในวัดท่ามะโอ มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

หมายเหตุ: ภาพประกอบ โดยผู้แต่ง

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผล

การยกระดับผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ชุมชนเป้าหมาย 9 แห่งบนเส้นทางรถไฟจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าสำหรับสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยรถไฟ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจศักยภาพชุมชน การสังเคราะห์ผลการระดมความคิดเห็น บทเรียนจากการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการศึกษาลักษณะทางกายภาพ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนเป้าหมาย และนำผลที่ได้มาออกแบบกิจกรรมเพื่อปฏิบัติการยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชนแบบมีส่วนร่วม

การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมมีการดำเนินงาน 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การทบทวนศักยภาพชุมชน (2) การวางแผนเพื่อหาแนวทางพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ (3) การคัดเลือกและออกแบบผลิตภัณฑ์ (4) การลงมือปฏิบัติการยกระดับผลิตภัณฑ์ และ (5) การประเมินผลผลิตภัณฑ์ชุมชน แบ่งดำเนินงานออกเป็น 3 ระยะคือ ต้นน้ำ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มีส่วนร่วมคิดในการทบทวนศักยภาพ บริบทของผลิตภัณฑ์ ทุนและทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อให้ทราบถึง ประวัติความเป็นมาของชุมชน ทุนชุมชน อาชีพ รายได้ และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญ กลางน้ำ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ทุนคน ความรู้ ทรัพยากร และความพร้อม อันจะนำไปสู่การวางแผนออกแบบยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่คงความเป็นลักษณะเฉพาะหรืออัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน รวมทั้ง ได้มีส่วนร่วมในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่เดิมเพื่อนำมาออกแบบใหม่ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และปลายน้ำ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ร่วมลงมือปฏิบัติการยกระดับผลิตภัณฑ์ที่มาจากการคัดเลือกและตัดสินใจร่วมกัน เพื่อให้ผลผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนจะได้รับผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการยกระดับร่วมกัน โดยจำแนกตามประเภทคือ ผ้าและเครื่องแต่งกาย ของที่ระลึก อาหาร และสมุนไพร รวมจำนวน 12 รายการ อีกทั้งยังได้มีส่วนร่วมประเมินผลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านการยกระดับ เพื่อพัฒนาให้เข้าสู่มาตรฐานสามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยรถไฟได้ในระยะยาว โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการยกระดับ ได้แก่ (1) โคมไฟเมืองสาทร (2) เนคไทผ้าฝ้ายยกดอก (3) น้ำพริกแม่ตาลน้อย (4) กระเป๋แม่ตาลน้อย (5) กระถางเซรามิก (6) หมี่กรอบเก้าจาว (7) น้ำพริกลาบเก้าจาว (8) เครื่องประดับเซรามิก (9) ยาสีฟันใบข่อย (10) สมุนไพรเพื่อสุขภาพ (11) ผงฮังเลพ่อนาน และ (12) น้ำพริกปลาฉ่องและน้ำพริกลาบสูตรไทใหญ่

อภิปรายผล

ผลการศึกษาข้างต้นสนับสนุนประเด็นของการพัฒนาสินค้าที่ระลึก และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ Channamchoo and Laophuangsak (2017) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา (1) เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และ (3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยมีเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ การ

เรียนรู้ ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ส่วนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว และการพัฒนาสินค้าที่ระลึก 4 ด้าน คือ ขนาดผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ โดยแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรมีอัตลักษณ์ชุมชน มีมาตรฐานการผลิต และมีพัฒนาเครือข่ายทางการตลาด จากผลการศึกษากระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยรถไฟ พบว่าศักยภาพชุมชนได้แสดงถึงขีดความสามารถของชุมชนในการนำทุนที่มีอยู่ภายในชุมชนทั้งคน องค์ความรู้ และทรัพยากรที่มีความโดดเด่นหรือเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง มาใช้เป็นฐานในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าให้เป็นไปตามเป้าหมายของแต่ละชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาฉ่องและน้ำพริกปลาสูตรไทใหญ่ ของชุมชนท่ามะโอ จังหวัดลำปางมีแนวคิดในการยกระดับผลิตภัณฑ์คือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์น้ำพริกปลาฉ่องและน้ำพริกปลา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ง่ายต่อการเก็บรักษา โดยนำอัตลักษณ์ของชุมชนท่ามะโอ เช่น วัดประตูป่อง ลวดลายตุ่งไส้หมูภายในวัดประตูป่อง และสัญลักษณ์ควิปักในวัดท่ามะโอมาใช้ในการออกแบบลวดลายบรรจุภัณฑ์ ผลการศึกษาดังกล่าวได้สนับสนุนการศึกษาของของนพพร จันทร์นำชู และพรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ ในประเด็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกต้องประกอบด้วย ขนาดผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ โดยแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรมีอัตลักษณ์ชุมชนและมีมาตรฐานการผลิต ทั้งนี้หากต้องการบรรลุการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามอัตลักษณ์ของชุมชน ควรนำกระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมไปประยุกต์ใช้เพื่อออกแบบการยกระดับหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างเหมาะสมทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1) ควรนำขั้นตอนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ การทบทวนศักยภาพชุมชน การวางแผนเพื่อหาแนวทางพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ การคัดเลือกและออกแบบผลิตภัณฑ์ การลงมือปฏิบัติการยกระดับผลิตภัณฑ์ และการประเมินผลผลิตภัณฑ์ชุมชน ไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่กำลังพัฒนาหรือต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนควรนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เพื่อออกแบบกิจกรรมพัฒนาหรือยกระดับผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมอย่างเป็นกระบวนการทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการมีส่วนร่วมในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวโดยรถไฟ หรือการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น
- 2) ควรศึกษากระบวนการการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยรถไฟในภูมิภาคอื่น ๆ

References (เอกสารอ้างอิง)

- Camargo, B.A. et al. (2014). *Railway tourism: An opportunity to diversify tourism in Mexico*. Railway Heritage and Tourism Global Perspectives. Channel View Publication.
- Cohen, J. & N. T. Uphoff. (1977). *Rural development participation*. Cornell University.
- Channamchoo, N. & Laophuangsak, P. (2017). Development of tourism products for elderly group by local operators in the western region for enhanced quality tourism. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal, Humanities and Social Sciences*, 37(1), 52-64. (in Thai)
- Chiangmainews. (2016). *Upper north region group 1 support railway tourism*. Retrieved from <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/541461>. (in Thai)
- Faculty of National Economic and Social Development. (2018). *The 20-year national strategy (2018-2037)*. Retrieved from <http://www.moac.go.th/>. (in Thai)
- Pradipasen, J. (2005). *Khun Chuang lianglukiatt: 100-Year-Old Zheng Hei Caravan to Chiang Mai*. Thanabankapim. (in Thai)
- Promsen, W., et al. (2021). Elevating community potential for communicating creative identity of Creative travel by train on the route of the Lanna era (*Research Report*). Lampang: Lampang Rajabhat University. (in Thai)
- Saihu, P. (1986). *The mechanism of society*. Chulalongkorn University Printing House. (in Thai)
- Saokham, P. (2018). Development of local product for hotel marketing business in Chiang Rai Province. *Dusit Thani College Journal*, 12(1), 165-182. (in Thai)
- Vesarat, P. (2005). *Public participation in rural development activities*. Thaikadi Research Institute Thammasat University. (in Thai)
- Wijit, I. (2016). *Communications of identities to promote the tourism of Buriram Province*. Thesis for Master of Art Program in Mass Communication, Thammasat University. (in Thai)