

ภูมิานบ้านก้างปลา: แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลาด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านก้างปลา อำเภอมือง จังหวัดเลย

รองศาสตราจารย์ไทยโรจน์ พวงมณี^{1*} ดร.วีระนุช แยมยิม² ปิยะนุช เหลืองงาม³ และพีรภัทร ฉัตรพิบูลย์ภูเวียง หัวเข็ม⁴

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อีเมล thai-roj@hotmail.com

² คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อีเมล Smilesmile_46@hotmail.com

³ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อีเมล koo_nuch@hotmail.ac.th

⁴ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อีเมล pheeraphat_h@cmu.ac.th

Toponym of Ban Kang Pla : Guidelines for Designing and Developing Community Products from Kang Pla Tree Through Participation Process to Promote Grassroot Economy of Ban Kang Pla Community, Mueang District, Loei Province

Assoc. Prof. Thairoj Phoungmanee^{1*}, Weeranuch Yamyim, Ph.D.² Piyanuch Luerngam³ and Pheeraphat Chatphibunphuwang Hoaherm⁴

¹ Faculty of Humanities and Social Science, Loei Rajabhat University, Email thai-roj@hotmail.com

² Faculty of Education, Loei Rajabhat University, Email Smilesmile_46@hotmail.com

³ Faculty of Education, Loei Rajabhat University, Email koo_nuch@hotmail.ac.th

⁴ Faculty of Education, Loei Rajabhat University, Email pheeraphat_h@cmu.ac.th

Article Info

Article Type: Academic Article

Article History:

Received: March 11, 2024

Revised: June 26, 2024

Accepted: June 28, 2024

คำสำคัญ

ภูมิานหมู่บ้าน, บ้านก้างปลา, การออกแบบและพัฒนา, ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลา, การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

Keywords:

Toponym of the village, Ban Kang Pla, Design and Development, Community Products from Kang Pla Trees, grassroot economy promotion

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภูมิานและบริบทบ้านก้างปลา และ 2) ศึกษาแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลาด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากบ้านก้างปลา อำเภอมือง จังหวัดเลย โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ประเด็นการสนทนากลุ่ม การประชุมและแบบประเมินผลการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ภูมิานบ้านก้างปลานั้น นำชื่อมาจากต้นก้างปลาที่ขึ้นมากตามแม่น้ำเลย ชาวบ้านจึงนำมาตั้งชื่อหมู่บ้านที่แสดงเอกลักษณ์พื้นที่ ต้นก้างปลาเป็นไม้พุ่มขนาดเล็ก ขึ้นในพื้นที่ชุ่มน้ำ ส่วนแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลาด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม มี 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ขั้นตอนกำหนดแรงบันดาลใจและแนวคิดผลิตภัณฑ์ 2) ขั้นตอนการค้นหาลักษณะชุมชน 3) ขั้นตอนแสวงหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ 4) ขั้นตอนการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ 5) ขั้นตอนการทดลองผลิตผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลา 6) ขั้นตอนการวิจารณ์และการประเมิน และ 7) ขั้นตอนการตลาด

Abstract

This academic article aimed to 1) study the toponym and context of Ban Kang Pla and 2) study the guidelines for designing and developing the community products from Kang Pla trees through participation process for promoting the grassroot economy of Ban Kang Pla community, Mueang District, Loei Province. An interview, focus group conversation, meeting, and an evaluation form were used as research tools for evaluating the design and development of the community products. The obtained data was analyzed using content analysis. The results showed that the toponym of Ban Kang Pla was originated from Kang Pla trees growing and covering the area along the Loei River. Then, the villagers named the village after the name of Kang Pla tree to show the identity of the area. Kang Pla is a small shrub normally growing in wet areas. The guidelines for designing and developing the community products from Kang Pla trees through participation process were divided into 7 stages as follows: 1) making inspiration and concepts of products, 2) searching for community's identity, 3) searching for

product information, 4) designing and drafting products, 5) trying using Kang Pla Tree products, 6) criticizing and evaluating products, and 7) marketing and promoting the products

* Corresponding author: Assoc. Prof. Thairoj Phoungmanee

E-mail address: thai-roj@hotmail.com

1. บทนำ

บ้านก้างปลา ตำบลชัยพฤกษ์ อำเภอเมือง จังหวัดเลย เป็นหมู่บ้านเก่าที่ตั้งหมู่บ้านมากกว่า 475 ปี โดยพื้นที่เชื่อมโยงกับวัดศรีสัตตนาครี ที่ตั้งขึ้นมาพร้อมกับหมู่บ้าน โดยวัดมีบทบาทเป็นศูนย์กลางความเชื่อความศรัทธาและเป็นพื้นที่ใช้ในกิจกรรมทางสังคมของหมู่บ้าน วัดศรีสัตตนาครีตั้งอยู่ริมแม่น้ำเลย ชาวบ้านใช้พื้นที่ของวัดเป็นเส้นทางเดินผ่านลงไปใช้น้ำในแม่น้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค ส่วนบริเวณริมแม่น้ำเลยนั้นมีต้นก้างปลาขึ้นเองตามธรรมชาติอยู่ตลอดแนวตลิ่งเป็นจำนวนมาก สำหรับบ้านก้างปลานั้นเป็นหมู่บ้านที่นำภูมิปัญญาผ้าทอพื้นบ้านมาพัฒนาให้สวยงามเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนและของที่ระลึกของจังหวัดเลย มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 โดยมีการขับเคลื่อนและพัฒนาจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2561 บ้านก้างปลาได้ถูกกำหนดให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เนื่องจากมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า โดยมีการพัฒนาศักยภาพพื้นที่การท่องเที่ยวและศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP หรือ One Tambon One Product ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านก้างปลา ที่มีจุดเด่นจากการปลูกฝ้ายเพื่อนำมาเป็นวัสดุในการทอผ้าด้วย จากการลงพื้นที่สำรวจพบว่า ชุมชนต้องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีอัตลักษณ์และสามารถแสดงตัวตนบ้านก้างปลาได้ ด้วยการใช้ต้นก้างปลาที่ขึ้นตามริมตลิ่งของแม่น้ำเลย โดยการคิดและการออกแบบและพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่นั้นจะต้องเชื่อมโยงภูมินามของบ้านก้างปลา ที่เป็นชื่อของหมู่บ้านด้วย สำหรับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่ มีจุดมุ่งหมายเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูพืชท้องถิ่นในพื้นที่ให้คงอยู่ต่อไป โอพาร รัตนภักดี (2565, น. 83-96) รังสรรค์ จันตะ (2557, น. 97-114) กล่าวว่า ชื่อหมู่บ้านที่นำพืชท้องถิ่นมาตั้งเป็นชื่อบ้านย่อมแสดงเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ เช่นเดียวกับบ้านก้างปลาที่ผู้คนเข้ามาอาศัยอยู่ในพื้นที่เห็นคุณค่าความสำคัญของต้นก้างปลา จึงแสดงออกถึงความผูกพันระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติออกมาผ่านชื่อดังกล่าว การมีแนวคิดนำต้นก้างปลาไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จึงต้องการนำเสนอถึงภูมินามนั้นเป็นเรื่องของระบบการคิดและวิถีวัฒนธรรมชาวบ้านที่มีความหมายและสัมพันธ์กับถิ่นฐานพื้นที่ตั้ง ภูมิศาสตร์กายภาพ ประวัติศาสตร์และวรรณกรรมท้องถิ่น ดังนั้นชื่อหมู่บ้านจึงสามารถสะท้อนถึงระบบอำนาจ อัตลักษณ์ และศักดิ์ศรีความเป็นชุมชนได้อย่างสมบูรณ์ผ่านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่นั้นมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องเริ่มจากการพัฒนาด้านศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีขั้นตอนตั้งแต่การคิดวางแผน การดำเนินการผลิต การประเมินและการวางจำหน่าย โดยอาจได้รับการสนับสนุนงบประมาณหรือวิทยากรจากภาครัฐหรือกลุ่มดำเนินการพัฒนาขึ้นมาเอง สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่บ้านก้างปลานั้นยังไม่มีเคยมีประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเป็นระบบและมีขั้นตอนมาก่อน ดังนั้นจึงต้องสร้างความรู้ความเข้าใจถึงวิธีการดำเนินการที่ชัดเจน ซึ่ง ชลวิทย์ เจียรจิตต์ และคณะ (2565, น. 67-78) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในฐานะผู้ออกแบบและพัฒนาต้องเข้าใจถึงสภาพและปัญหา เพื่อให้เข้าใจเหตุผลที่ต้องออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ ผู้ออกแบบจะต้องเข้าใจถึงการพัฒนาให้สอดคล้องกับตามความต้องการของผู้บริโภค เป้าหมายที่ต้องการมีประสบการณ์ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น และกระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจและทันสมัย ส่วนกระบวนการพัฒนานั้นควรใช้แนวทางการมีส่วนร่วมเข้ามาขับเคลื่อนและพัฒนา โดยมีภาครัฐหนุนเสริมงบประมาณผลิตต้นแบบและพัฒนาในระดับสูงต่อไป สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้วัสดุจากต้นก้างปลาที่ผ่านมานั้น ยังไม่มีนักวิจัยหรือนักพัฒนาดำเนินการพัฒนามาก่อน เนื่องจากคุณลักษณะเฉพาะของต้นก้างปลาที่มีหนาม ลำต้นอ่อนไม่แข็งแรง ชาวบ้านมองว่าเป็นวัชพืช โดยชาวบ้านขาดทักษะการคิดและการแก้ปัญหาเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนั้นจึงเป็นประเด็นท้าทายที่จะทดลองใช้ต้นก้างปลาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบขึ้นมา

จากที่กล่าวมาเกี่ยวกับหมู่บ้านก้างปลาและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการใช้ทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางปัญญามาสู่การคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์จากต้นก้างปลา ในฐานะที่เป็นพืชท้องถิ่นที่ถูกเชื่อมโยงกับการตั้งหมู่บ้านด้วยการใช้ภูมินามว่า “บ้านก้างปลา” ดังนั้นการใช้ต้นก้างปลาเป็นแนวคิดและวัสดุในการ

ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีลักษณะเฉพาะ จึงต้องศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเพื่อกำหนดแนวทางและรูปแบบการดำเนินการพัฒนาและออกแบบที่เหมาะสม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มสมาชิกและภาคีเครือข่ายเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนถูกผลิตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สำหรับการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านก้างปลา อำเภอเมือง จังหวัดเลย

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาภูมินามและบริบทบ้านก้างปลา อำเภอเมือง จังหวัดเลย
- 2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลาด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านก้างปลา อำเภอเมือง จังหวัดเลย

3. การทบทวนวรรณกรรม/ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วม

กระบวนการคิดเพื่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ต้องอาศัยคนหลายกลุ่มอายุเข้ามาร่วมคิดและค้นหาแนวทางสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน การมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นต้องเริ่มจากสร้างแนวคิดการดำเนินการดังนี้ 1) การเข้าถึงปัญหา (Debriefed) ด้วยการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาเพื่อนำไปสู่การค้นหานโยบายการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีคุณค่า มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2) การออกแบบ (Designed) และการคัดเลือกปัญหาการออกแบบที่ต้องแก้ไขและพัฒนาโดยเร่งด่วน 3) การพัฒนา (Development) ด้วยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อนำทุนของชุมชน เช่น ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคมมาสร้างความแข็งแกร่ง และสร้างการพึ่งพาตนเองในระดับสูงได้ (ชลวิทย์ เจียรจิตต์ และคณะ, 2565, น. 67-78) แนวคิดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ต้องใช้หลักการของสี (Color) พื้นผิว (Texture) และวัสดุ (Material) มาสร้างรูปแบบความสวยงามและสร้างประสบการณ์ในการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ส่วนการออกแบบต้องใช้แนวทางการผสมผสาน การตกแต่งให้องค์ประกอบกลมกลืน การใช้ข้อมูลการตลาดและผู้บริโภคร่วมออกแบบ โดยมุ่งหมายให้เกิดนวัตกรรมและประโยชน์ใช้สอยอย่างสูงสุด (Samar et al., 2024, pp. 259-272) นักออกแบบและนักพัฒนาจะต้อง 1) ค้นคว้าข้อมูลจากสารสนเทศเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการออกแบบ 2) การสร้างแนวคิดการออกแบบ เช่น ความดั้งเดิม ความเป็นสมัยใหม่เพื่อเชื่อมโยงไปสู่สิ่งใหม่ 3) การสกัดความคิดและสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ 4) การประเมินผลการออกแบบจากคุณลักษณะและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และ 5) การเผยแพร่เพื่อสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ในวงกว้าง (Hsiao & Chou, 2004, pp. 421-433) ซึ่งนักออกแบบต้องกำหนดกลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์และโดดเด่นจากรูปแบบ วัสดุ การผลิต และคุณค่าที่เกิดขึ้น มีการใช้ศักยภาพด้านการคิดสร้างสรรค์ และด้านทักษะภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีรูปแบบเฉพาะ (ณัญญาณี บุญทองคำ และจุฬพต อ่อนทรวง, 2566, น. 257-276) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจะต้องสอดคล้องความต้องการของผู้บริโภค วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสานกับองค์ความรู้สมัยใหม่ เพื่อช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนและสร้างเครือข่ายสังคมให้เข้มแข็ง (ชลวิทย์ เจียรจิตต์ และคณะ, 2565, น. 67-78) อย่างไรก็ตามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นมีแนวคิดสำคัญคือการใช้วัสดุภายในชุมชน ศักยภาพการออกแบบและการคิดของสมาชิกกลุ่ม และการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาให้เป็นระบบ ส่วนกรอบความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีปัจจัยดังนี้ 1) ด้านการตลาด เช่น การกำหนดราคา คุณภาพและประสิทธิภาพ 2) ด้านองค์กร เช่น การบูรณาการข้ามศาสตร์ และวัฒนธรรมการออกแบบ 3) ปัจจัยด้านการออกแบบ เช่น คุณลักษณะ ประโยชน์ใช้สอยการทำงาน และเครื่องหมายการค้า 4) ปัจจัยด้านอิทธิพลของนักออกแบบ เช่น ประสบการณ์ ความรู้การตลาด ความคิดสร้างสรรค์ และแรงจูงใจ 5) ปัจจัยด้านคุณค่าการออกแบบ เช่น เหตุผล คุณภาพ ประสิทธิภาพสุนทรียศาสตร์ ความแปลกใหม่ บุคลิกภาพ ความต่อเนื่อง รูปแบบผลิตภัณฑ์ ความสัมพันธ์ตามหลักการการยศาสตร์ (Ergonomics) และ 6) ปัจจัยด้านการตีความ เช่น รสนิยมและความชอบส่วนบุคคล และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง (Noble & Kumar, 2021, pp. 640-657)

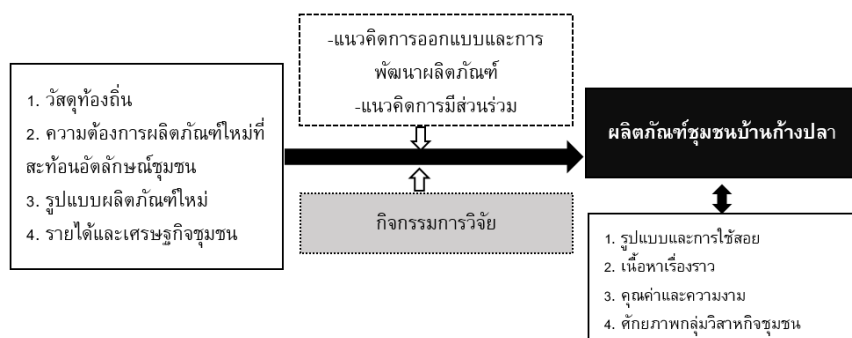
3.2 แนวคิดวิสาหกิจชุมชนและการมีส่วนร่วม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นองค์กรทางธุรกิจของชุมชนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีลักษณะเฉพาะในความเป็นท้องถิ่นและพื้นที่ ทั้งจากรูปแบบ วัสดุที่ใช้ในการทำ กระบวนการสร้างงาน รวมถึงวิธีการสร้างสรรค์งานด้วย ส่วนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นจะเน้นแนวคิดที่ว่า แปรรูปขึ้นเพื่อการใช้สอยในครัวเรือน เมื่อมีจำนวนมากก็นำออกไปแลกเปลี่ยน หรือจำหน่ายเพื่อการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่มและชุมชน (ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ, 2565, น. 12-45) วิสาหกิจชุมชนเป็นระบบเศรษฐกิจที่เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน มีลักษณะการบริหารกิจการของชุมชนที่แปรรูปหรือผลิตผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีการให้บริการโดยคณะบุคคลที่มีวิถีชีวิตเข้ามาร่วมกันประกอบกิจการเพื่อสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเอง การจัดกิจกรรมสาธารณะอย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการกลุ่ม มีเครือข่ายเสริมสร้างการเป็นผู้นำและผู้สืบทอดการเปลี่ยนแปลงของชุมชน โดยเน้นการดำเนินกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม มีกระบวนการสื่อสารระบบเปิด หรือการสื่อสารระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลและชุมชนเพื่อให้การดำเนินกิจกรรมเป็นไปอย่างมีศักยภาพ โดยเน้นกิจกรรมหลักคือ การร่วมสะท้อนความคิด ร่วมพัฒนา ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการและร่วมรับผลประโยชน์ โดยมุ่งหวังให้บรรลุจุดมุ่งหมายปลายทางร่วมกัน ได้แก่ ความสามัคคี และความรู้สึกร่วมรับผิดชอบด้วยกัน (สมบัติ นามบุรี, 2562, น. 183-197) กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนจึงช่วยพัฒนาและขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนให้คงอยู่อย่างยั่งยืน และสามารถเปลี่ยนแปลงตามบริบททางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่องในมิติการบริหารจัดการ งบประมาณ และผลิตภัณฑ์การตลาด โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการค้นหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพตนเอง และสร้างกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกกลุ่ม โดยมีเป้าหมายหลักคือ สมาชิกกลุ่มได้คิดวิเคราะห์สังเคราะห์ และหามุมมองเกี่ยวกับเทคนิควิธีการสร้างสรรค์ รูปแบบและรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิม สอดคล้องกับแนวคิดของ Hsiao & Chou (2004, pp. 421-433) ที่กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นมีขั้นตอนต้อง 1) มีการคิดและสร้างความแตกต่างด้วยการวิเคราะห์สภาพและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทุกมิติ 2) นำข้อมูลมาสังเคราะห์แล้วเปลี่ยนรูปแบบใหม่ทั้งคุณลักษณะและการใช้สอย 3) การผสมผสานและสร้างรูปแบบที่หลากหลายสำหรับนำมาทดสอบและประเมินผลการออกแบบ ซึ่งการพัฒนาศักยภาพการออกแบบและการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีมาตรฐาน สวยงาม และจำหน่ายได้ เมื่อจำหน่ายได้ก็จะส่งผลต่อการอยู่ดีมีสุข ช่วยแก้ปัญหาความยากจนของชาวบ้าน และเป็นแนวทางสร้างเศรษฐกิจของชุมชนบนฐานคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมให้ชุมชนใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น และการตระหนักรู้ถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นจนเกิดการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน (ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ, 2565, น. 12-45)

จากที่กล่าวมาเกี่ยวกับการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ต้องร่วมมือร่วมใจกันระดมความคิดเห็นด้วยการสะท้อนสภาพ ปัญหาและเหตุผลการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นบนฐานของการมีส่วนร่วมและมีการสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนเข้ามาช่วยหนุนเสริมคุณภาพและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพทั้งประโยชน์ใช้สอยและรูปลักษณ์แห่งความงามร่วมกับการผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ที่ถูกนำไปเป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้กับชุมชนและสามารถเป็นตัวแทนของชุมชนได้ (แผนภาพที่ 1)

แผนภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



4. ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการ เก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีรายละเอียดดังนี้

4.1 พื้นที่การศึกษา บ้านก้างปลาตั้งอยู่บนทางหลวงชนบทหมายเลข 7069 ตำบลชัยพฤกษ์ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย ระยะทางห่างจากตัวเมืองจังหวัดเลย ประมาณ 5 กิโลเมตร โดยเป็นหมู่บ้านที่มีประวัติศาสตร์ชัดเจนคือมีการระบุว่าตั้งมานานประมาณ 475 ปี ปัจจุบันอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลชัยพฤกษ์ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

4.2 กลุ่มเป้าหมาย คณะผู้วิจัยเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รู้ มีจำนวน 5 คน ได้แก่ ปราชญ์ท้องถิ่น นักวิชาการวัฒนธรรม นักวิชาการพัฒนาชุมชน ส่วนผู้ปฏิบัติ มีจำนวน 9 คน คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้มาโดยวิธีการเจาะจง โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ 1) เป็นผู้ที่อาศัยอยู่และปฏิบัติงานในบ้านก้างปลา โดยมีความรู้ความเข้าใจถึงความเป็นมาของพื้นที่และต้นก้างปลา และ 2) เป็นผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับผู้หนุนเสริม จำนวน 5 คน ได้แก่ อาจารย์โรงเรียนบ้านก้างปลา ตัวแทนองค์กรบริหารส่วนตำบลชัยพฤกษ์ และนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ได้มาโดยวิธีการเจาะจง มีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ 1) มีบทบาทขับเคลื่อนและพัฒนาพื้นที่บ้านก้างปลา และ 2) มีความรู้ความเข้าใจในพื้นที่และการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

4.3 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้ 1) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง แบ่งเป็น 2 ตอนคือสภาพภาพของผู้ให้สัมภาษณ์ และประเด็นการสัมภาษณ์ ได้แก่ ความเป็นมา บริบทของพื้นที่ อัตลักษณ์บ้านก้างปลา และ 2) การสนทนากลุ่ม มีประเด็นดังนี้ แนวทางการใช้ต้นก้างปลาเป็นวัสดุออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน บทบาทหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาและหนุนเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) การประชุม มีประเด็นดังนี้ การคืนข้อมูล ภูมินามบ้านก้างปลาและบริบทพื้นที่ การวิเคราะห์ SWOT analysis และ TOWS Matrix การกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ 4) แบบประเมินผลการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลา เครื่องมือเชิงคุณภาพตรวจสอบความเที่ยงของประเด็นคำถาม โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน จากนั้นได้ปรับปรุงแบบการใช้ภาษาให้กระชับและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ส่วนเครื่องมือเชิงปริมาณ ตรวจสอบหาความเชื่อมั่น โดยประธานผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านประเมิน ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ พบว่า มีค่า IOC = 0.67

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง มีรายละเอียดดังนี้ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารจากสำนักวิทยบริการและในฐานข้อมูลออนไลน์ และ 2) การลงพื้นที่ภาคสนาม เก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 7 ครั้ง ดังนี้ ครั้งที่ 1 การสัมภาษณ์ใช้แบบสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 14 คน โดยใช้พื้นที่บ้านของผู้รับการสัมภาษณ์ ครั้งที่ 2 การสนทนากลุ่ม โดยใช้ประเด็นการสนทนากลุ่มเก็บข้อมูล มีผู้เข้าร่วมจำนวน 9 คน ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อาจารย์ ปราชญ์ท้องถิ่น ตัวแทนองค์กรบริหารส่วนตำบลชัยพฤกษ์ นักวิชาการ โดยใช้ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลชัยพฤกษ์เก็บข้อมูล ครั้งที่ 3 การประชุม ใช้ประเด็นการประชุมในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำการวิเคราะห์ SWOT analysis และ TOWS Matrix การกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ครั้งที่ 4 การประชุมตรวจสอบกลยุทธ์และกิจกรรมการพัฒนา มีผู้เข้าร่วมจำนวน 5 คน ได้แก่ ตัวแทนชุมชน จำนวน 3 คน นักวิชาการ 1 คนและตัวแทนองค์กรบริหารส่วนตำบลชัยพฤกษ์ 1 คน ครั้งที่ 5 ลงพื้นที่ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนใช้แบบบันทึกข้อมูลในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีผู้เข้าร่วม จำนวน 5 คน คือนักวิชาการ จำนวน 1 คน และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4 คน ครั้งที่ 6 ลงพื้นที่ติดตามและวิพากษ์วิจารณ์งาน ใช้แบบบันทึกข้อมูลในการเก็บข้อมูล มีผู้เข้าร่วม จำนวน 5 คน คือนักวิชาการ จำนวน 1 คนและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 4 คน และ ครั้งที่ 7 การประชุมเพื่อประเมินผลการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางและกลยุทธ์ โดยใช้แบบบันทึกและแบบประเมินผลการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการเก็บข้อมูล มีผู้เข้าร่วมจำนวน 15 คน ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อาจารย์ ปราชญ์ท้องถิ่น ตัวแทนองค์กรบริหารส่วนตำบลชัยพฤกษ์ นักวิชาการ ใช้ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลชัยพฤกษ์ดำเนินการจัดกิจกรรม

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล 2 ส่วนดังนี้ ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป วิเคราะห์หาค่าสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

5. ผลการศึกษา

5.1 บริบทบ้านก้างปลาหมู่บ้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว

5.1.1 ภูมินามบ้านก้างปลา

คำว่า “ภูมินาม” เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความเป็นมาและสภาพของพื้นที่ทั้งด้านกายภาพ สังคมและวัฒนธรรม แสดงถึงความสัมพันธ์ของผู้อยู่ในบริเวณที่ตั้งหลักแหล่งกับพื้นที่ หรือแหล่งที่เป็นฐานทรัพยากรทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมถึงค่านิยมในการตั้งถิ่นฐาน ซึ่งผู้ที่ตั้งภูมินามส่วนมากมักเป็นผู้คนที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในสถานที่นั้น ๆ และด้วยเหตุที่การตั้งชื่อเรียก สถานที่หรือภูมินามเกี่ยวข้องและมีความผูกพันกับผู้คน ทำให้ภูมินามมีนัยเชิงความหมายใหม่ที่บ่งบอกถึงวิถีคิด วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในสถานที่นั้นได้ โดยบ้านก้างปลาได้ชื่อมาจากต้นก้างปลาที่ขึ้นอยู่มากตามริมแม่น้ำเลยหรือพื้นที่ชุ่มน้ำจึงนำชื่อต้นก้างปลาดังกล่าวมาตั้งชื่อหมู่บ้านเพื่อให้จดจำและสร้างการรับรู้กับคนอื่น ๆ ได้ง่าย ดังคำกล่าวที่ว่า “ชื่อบ้านก้างปลานั้นนำมาจากต้นก้างปลาที่ขึ้นอยู่บริเวณหมู่บ้านในแม่น้ำเลย ซึ่งชาวบ้านที่ลงไปใช้แม่น้ำเลยบริเวณท่าน้ำวัดศรีสัตตนาคนิทัศน์ได้เห็นต้นก้างปลาขึ้นอยู่โดยทั่วไป โดยมีลักษณะใบมีขนาดเล็ก เรียงต่อเนื่องกันไปตลอดกิ่ง มีผลสีดำเมื่อร่วงลงน้ำจะมีปลามากกิน” (สมฤทธิ์ สุภามา, การสื่อสารส่วนบุคคล, สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2566)

5.1.2 ความรู้พฤกษศาสตร์ต้นก้างปลา

ต้นก้างปลาในเขตพื้นที่บ้านก้างปลา ตำบลชัยพฤกษ์ อำเภอเมือง จังหวัดเลยมีขึ้นอยู่มากตามแม่น้ำเลย และบริเวณที่ชุ่มน้ำ ในอดีตนั้นชาวบ้านได้ทำการขุดรากมาทำเป็นยาต้มแก้ไข้ ปัจจุบันไม่ได้นำมาใช้เนื่องจากความก้าวหน้าทางการแพทย์และมีสมุนไพรชนิดอื่นที่มีสรรพคุณทางยาดีกว่า อย่างไรก็ตามก็ยังมีโรงเรียนและหน่วยงานภาครัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลชัยพฤกษ์ โรงเรียนบ้านก้างปลาได้นำต้นก้างปลามาปลูกในพื้นที่เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของหมู่บ้านและการอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไป จากการระดมความคิดเห็นพบว่า ชาวบ้านมองว่าต้นก้างปลาไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์แล้ว เมื่อตัดทิ้งจะแตกกิ่งก้านใบอย่างรวดเร็ว จากการศึกษาพบว่า ต้นก้างปลาเป็นพรรณไม้ที่มีอายุยืนยาว พบได้ตามภาคอีสานโดยเฉพาะแถบจังหวัดเลย อยู่ในวงศ์ EUPHORBIACEAE มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Phyllanthus Reticulatus* Poir. อยู่ในวงศ์มะขามป้อม (PHYLLANTHACEAE) ส่วนชื่อท้องถิ่นเรียกแตกต่างกัน เช่น จังหวัดเชียงใหม่ และอ่างทอง เรียกว่า “ก้างปลาขาว” จังหวัดสุราษฎร์ธานี เรียกว่า “ก้างปลาแดง” คนทั่วไปเรียกว่า “ขี้เสียด” หรือ “ก้างปลาเครือ” สำหรับยอดอ่อนของต้นก้างปลานั้น สามารถนำไปประกอบอาหารประเภทแกง เช่น แกงแค และแกงคั่ว (Amprohealth, 2565)

อัตลักษณ์ของต้นก้างปลา คือ การมีลักษณะเป็นไม้พุ่มขนาดเล็ก ต้นตรงมีความสูงราว 2-3 เมตร มีหนาม กิ่งมีขนเล็กน้อยและกิ่งมีขนาดเล็ก กิ่งก้านมีมาก ใบมีลักษณะเป็นใบเดี่ยว ใบออกเรียงสลับกัน รูปทรงรี มีสีเขียวเข้ม ยาว 5-6 ซม. กว้าง 2 ซม. โคนใบสอบเข้าหากัน ผิวใบเรียบ ขอบใบมีสารแทนนิน (Tannin) สำหรับดอกออกเป็นช่อสั้นตามง่ามใบช่อละ 1-3 ดอก โดยจะออกตามใบ ห้อยลงใต้ใบ มีลักษณะเล็กเป็นทรงกลมวงรี ดอกเป็นแบบแยกเพศอยู่ในต้นเดียวกัน เพศผู้มีกลีบเลี้ยง 5 กลีบ สีเขียวอมแดง ไม่มีกลีบดอก มีเกสรเพศผู้ 5 อัน ก้านเกสรเพศผู้แยกหรือติดกัน ฐานฐานดอกมี 5-6 พู ดอกเพศเมียจะคล้ายกับดอกเพศผู้แต่มีรังไข่ 8-10 ช่อง ก้านเกสรเพศเมียมีขนาดสั้นมาก ส่วนมากจะแยกออกเป็น 2 แฉก ผลเป็นผลเดี่ยว ทรงกลมเท่าหัวแม่มือ รวมกลุ่มเป็นกระจุก มีผลต่อกระจุกประมาณ 9-10 ผล ผลอ่อนสีเขียว เมื่อผลสุกมีสีดำ หรือที่เรียกว่า “ลูกหมึก” เบื่อนมมือล้างออกยาก เมื่อผลแห้งและแตก ภายในผลมีเมล็ดประมาณ 8-16 เมล็ด หน้าตัดของเมล็ดเป็นรูป 3 เหลี่ยมด้านไม่เท่า ขยายพันธุ์ด้วยการเพาะเมล็ด หรือการตอน หรือกิ่งปักชำ เป็นพืชที่ขึ้นได้ทุกพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีความชื้น และมีแสงแดดเต็มวัน ต้นมีสรรพคุณเป็นยา ตัน เปลือก รสฝาดและเฝื่อน ใบต้มดื่มขับปัสสาวะ แก้บิด แก้ท้องเสีย รากแก้โรครากสาด แก้หอบหืด แก้วร้อนใน งูสวัดและขยุ้มตีนหมา ตันและเปลือกใช้แก้หน้าเหลืองเสีย ใช้สมานแผล ฟอกโลหิต ผลแก้กักเสบ ฯลฯ (สวีสอง, 2555)

5.1.3 บ้านก้างปลากับการเป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมและหมู่บ้านการท่องเที่ยว

บ้านก้างปลานั้นเป็นหมู่บ้านที่ตั้งขึ้นมามากกว่า 475 ปี โดยชื่อหมู่บ้านถูกเชื่อมโยงกับพืชในท้องถิ่นจึงตั้งชื่อตามลักษณะของพืชพันธุ์ที่มีความอุดมสมบูรณ์ สำหรับแนวคิดการตั้งชื่อหมู่บ้าน พื้นที่บ้านก้างปลา มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย 2 พื้นที่ ดังนี้ 1) พื้นที่วัดศรีสัตตนาคนิทัศน์ ที่สร้างถาวรวัตถุขึ้นสำหรับการเป็นส่วนของการปฏิบัติธรรมของพระสงฆ์และการเข้าไปทำบุญและทำกิจกรรมทางศาสนาของญาติโยม ได้แก่ ศาลาการเปรียญ อุโบสถ พระใหญ่ และงานจิตรกรรม

ผ้าผืนที่เล่าเรื่องราวพุทธประวัติ และพระเวสสันดรชาดก อย่างไรก็ดีพื้นที่วัดศรีสัตตนาถูกเชื่อมโยงเข้ากับเรื่องเล่าและตำนาน ได้แก่ พระใหญ่ที่ถูกสร้างขึ้นหันหน้าไปทางทิศทวนกระแสไหลของแม่น้ำเลย เป็นทองคำหนัก 1,000 กิโลกรัม คนในชุมชนเชื่อว่า “มีความศักดิ์สิทธิ์” ชาวบ้านจะขอพรหลวงพ่อบูใหญ่ให้คุ้มครอง เมื่อต้องเดินทางไกล 2) พื้นที่บ้านปราชญ์ท้องถิ่นด้านการทอผ้าที่นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม โดยภาครัฐสนับสนุนให้จดทะเบียนชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มทอผ้าไทเลย” ได้อธิบายภูมิปัญญา “ผ้าขิดมุก” ที่ได้สูญหายไป ปัจจุบันได้พัฒนาผ้าทอลายก้างปลา ด้วยการนำแนวคิดมาจากชื่อหมู่บ้านและพืชท้องถิ่นเพื่อสร้างจุดขายโดยเชื่อมโยงเข้ากับเรื่องราวของหมู่บ้านเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเรียนรู้และซื้อผลิตภัณฑ์

ชาวบ้านพื้นที่บ้านก้างปลามีความเชื่อความศรัทธาในพุทธศาสนา ภายในหมู่บ้านจึงมีวัดตั้งอยู่ 2 วัดคือ วัดศรีสัตตนา และวัดศีลธรรมาราม จึงเป็นพื้นที่ที่ชาวบ้านร่วมทำบุญในวันสำคัญทางศาสนาและใส่บาตรตอนเช้าทุกวันจนเป็นวิถี รายปี พ.ศ. 2530 บ้านก้างปลาได้กลายเป็นหมู่บ้านแผ่นดินธรรมแผ่นดินทองของจังหวัดเลย เนื่องจากมีองค์ประกอบตามเกณฑ์การพิจารณาจากการเป็นหมู่บ้านที่มีคุณธรรม มีศีลธรรม รู้รักสามัคคี อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและอนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่มีความเฉพาะ ปัจจุบันชาวบ้านก้างปลาได้มีกิจกรรมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และความเชื่อแบบดั้งเดิมเอาไว้เป็นอย่างดี ได้แก่ 1) ทุกวันพระ ชาวบ้านจะงดการทำสวน ทำไร่ ละเว้นการทำบาป และไปทำบุญที่วัด เชื่อว่าถ้าใครฝ่าฝืน สิ่งศักดิ์สิทธิ์ของหมู่บ้านจะลงโทษ ทำให้ครอบครัวเดือดร้อน ถือเป็นกุศโลบายของบรรพบุรุษในการพัฒนาจิตใจและไม่ให้คนทำบาป 2) ครีวเรือนในหมู่บ้านไม่ยุ่งเกี่ยวกับอบายมุข และ 3) หมู่บ้านมีกิจกรรมส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม ชนบทประเพณีประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นสม่ำเสมอ ได้แก่ งานประเพณีบุญเดือน 6 งานบุญพระเวสสันดร ประเพณีแห่เทียนต้นปราสาทผึ้ง วันเข้าพรรษา และออกพรรษา งานประเพณีแข่งเรือวันสงกรานต์ สำหรับภูมิปัญญาที่ร่วมอนุรักษ์ ได้แก่ การทอผ้าพื้นเมือง การจักสานจากวัสดุไม้ไผ่ หมอพรหมณ์พื้นบ้าน ซึ่งภาครัฐได้เห็นคุณค่าและความสำคัญของพื้นที่บ้านก้างปลา จึงได้ส่งเสริมให้เป็นหมู่บ้านโอท็อปบนวิถีชีวิตด้วยและเป็นหมู่บ้านแผ่นดินธรรมแผ่นดินทอง ทำให้ชาวบ้านมีวิถีชีวิตแบบพึ่งพาตนเอง เช่น การปลูกพืชผักสวนครัวไว้บริโภค การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างรายได้ และการร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป ปัจจุบัน องค์การบริหารส่วนตำบลชัยพฤกษ์ โรงเรียนบ้านก้างปลาได้เห็นคุณค่าของภูมินามบ้านก้างปลาและการเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยว จึงร่วมกันสร้างพื้นที่หมู่บ้านให้เป็นจุดขายด้วยการปลูกต้นก้างปลา สำหรับเป็นพื้นที่เรียนรู้และการอนุรักษ์พืชประจำถิ่นด้วย

5.1.4 การวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า 1) **จุดแข็ง (Strengths)** มีดังนี้ (1) มีประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรมที่ชัดเจนและยังคงรักษาไว้อย่างเหนียวแน่น (2) ผู้นำชุมชนเข้มแข็งมีศักยภาพพัฒนาและขับเคลื่อนพื้นที่ (3) มีผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ (4) มีพื้นที่การเรียนรู้และการท่องเที่ยวที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชน (5) มีพื้นที่ตั้งหมู่บ้านใกล้กับตัวจังหวัดเลย (6) คนในชุมชนมีวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับศาสนา เช่น การทำบุญ การใส่บาตร และการเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาและสังคม (7) เป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมและหมู่บ้านการท่องเที่ยว และ (8) ชื่อหมู่บ้านมีอัตลักษณ์เฉพาะ 2) **จุดอ่อน (Weakness)** มีดังนี้ (1) มีประชากรแฝงอยู่อาศัยจากการเช่าที่พัก (2) ชาวบ้านมีปฏิสัมพันธ์กันน้อยลง (3) มีปัญหาสังคมทั้งจากปัญหาเด็ก และปัญหาจากสุรา และ (4) มีผลิตภัณฑ์ชุมชนขาดอัตลักษณ์ 3) **โอกาส (Opportunities)** มีดังนี้ (1) มีภาครัฐเข้ามาจัดกิจกรรมตามปีงบประมาณ และ (2) สถาบันการศึกษาเข้ามาจัดกิจกรรมหนุนเสริมความรู้และพัฒนาทักษะอาชีพอย่างต่อเนื่อง ส่วน 4) **อุปสรรค (Threats)** คือ มีพื้นที่ตั้งใกล้เมืองจึงส่งผลต่อวิธีการคิดสร้างสรรค์ของชาวบ้าน เช่น การรับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายอื่นมีคุณภาพและมีรูปแบบสวยงามมากกว่า และการมีบทบาทหน้าที่ทางสังคมหลายตำแหน่งจึงไม่มีเวลาจัดรูปแบบของงานใหม่ ๆ

5.1.5 การวิเคราะห์ TOWS Matrix พบว่า 1) **กลยุทธ์เชิงรุก (SO strategy)** ได้แก่ ชุมชนมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ชัดเจน (S1) มีผู้นำเข้มแข็ง (S2) มีผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (S3) มีพื้นที่ตั้งใกล้เมือง (S4) เป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว (S5) และชื่อหมู่บ้านมีอัตลักษณ์ (S6) สำหรับโอกาสที่จะเกิดขึ้นกับบ้านก้างปลา คือ มีภาครัฐเข้ามาจัดกิจกรรมการพัฒนา (O1) และมีสถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยหนุนเสริมความรู้ (O2) จึงเลือกใช้กลยุทธ์การจัดการความรู้ 2) **กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST strategy)** ได้แก่ ชุมชนมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชัดเจน (S1) มีผู้นำเข้มแข็ง (S2) มีผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (S3) มีพื้นที่ตั้งใกล้เมือง (S4) การเป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว (S5) และชื่อหมู่บ้านมีอัตลักษณ์ (S6) พื้นที่ตั้งของกลุ่ม

ใกล้เคียง (T1) จึงเลือกใช้กลยุทธ์การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ **3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO strategy)** ได้แก่ มีประชากรแฝงเข้ามาอยู่อาศัยจากการที่เช่าที่พัก (W1) ชาวบ้านในชุมชนมีปฏิสัมพันธ์กันน้อยลง (W2) มีปัญหาสังคมทั้งจากปัญหาเด็กและปัญหาจากสุรา (W3) และผลิตภัณฑ์ชุมชนขาดอัตลักษณ์ชุมชน (W4) จึงเลือกใช้กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางทักษะและความรู้ และ **4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT strategy)** ได้แก่ การมีประชากรแฝงเข้ามาอยู่อาศัยจากหอพัก (W1) ชาวบ้านในชุมชนมีปฏิสัมพันธ์กันน้อยลง (W2) มีปัญหาสังคมทั้งจากปัญหาเด็ก และปัญหาจากสุรา (W3) และมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ชุมชนน้อย (W4) โดยมีพื้นที่ตั้งของกลุ่มใกล้เคียง (T1) จึงเลือกใช้กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

5.1.6 แนวคิดการสร้างการมีส่วนร่วมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลา แบ่งตามบทบาทหน้าที่ของบุคคลที่เกี่ยวข้องดังนี้

1) ด้านสมาชิกกลุ่มและบุคลากรชุมชน พบว่า ต้องมีส่วนร่วมดังนี้ (1) ร่วมเรียนรู้บริบทพื้นที่ บริบทต้นก้างปลา การเก็บรักษา การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย (2) ร่วมคิด ร่วมพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายรูปแบบ (3) ร่วมดำเนินการทำผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลา (4) ร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ วิชาการวิจารณ์ และประเมินผลิตภัณฑ์ และ (5) ร่วมแสวงหาแหล่งต้นก้างปลาสำหรับเป็นวัตถุดิบ

2) ด้านนักวิจัย นักวิชาการ นักออกแบบและนักสร้างสรรค์ พบว่า ต้องมีส่วนร่วมดังนี้ (1) ร่วมจัดกระบวนการเรียนรู้ แสวงหาความรู้ การสร้างเรื่องราวและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ และการค้นหาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน (2) จัดหาและเตรียมวัสดุที่จำเป็นให้กับกลุ่มผู้ผลิตเพื่ออำนวยความสะดวก และทำงานได้เร็วขึ้น (3) การแสวงหาตลาดและเครือข่ายความร่วมมือรับผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลาไปจำหน่าย (4) ประสานงานนักออกแบบให้ร่วมคิด ร่วมดำเนินการและให้ข้อเสนอแนะเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ (5) จัดกิจกรรมค้นหารูปแบบการบริหารจัดการ และการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตให้มีทักษะที่ดี และ (6) เป็นที่ปรึกษาให้กับผู้ผลิต จนกว่าจะดำเนินการผลิตเองได้

3) ด้านภาครัฐในพื้นที่ พบว่า ต้องมีส่วนร่วมดังนี้ (1) การกำหนดนโยบายขับเคลื่อนอาชีพและผลิตภัณฑ์ชุมชน (2) การสนับสนุนองค์ความรู้และงบประมาณพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (3) การจัดพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ (4) การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและพื้นที่การท่องเที่ยว และ 5) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

4) ด้านภาครัฐนอกพื้นที่ พบว่า ต้องมีส่วนร่วมดังนี้ (1) จัดกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญมาให้ความคิด (2) จัดสรรงบประมาณส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมีมาตรฐาน และ (3) จัดกิจกรรมและโครงการศึกษาดูงานสถานประกอบในพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จ

5.2 แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลาด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านก้างปลา อำเภอเมือง จังหวัดเลย

5.2.1 กลยุทธ์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลา

ผลการวิเคราะห์ SWOT analysis และ TOWS Matrix ทำให้ได้กลยุทธ์การมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์อย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์ย่อยมีดังนี้ 1) กลยุทธ์การจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชน มีกิจกรรมประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ มีกิจกรรมการเรียนรู้ต้นก้างปลาเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ 3) กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางทักษะและความรู้ มีกิจกรรมการออกแบบสร้างสรรค์และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลา และ 4) กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย มีกิจกรรมการวิจารณ์และการประเมินต้นแบบไปสู่การตลาดตลาดสร้างรายได้ที่ยั่งยืน โดยเป็นกลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ (Operational Strategy) ประกอบด้วย หลักการ วัตถุประสงค์ โครงการกิจกรรมวิธีประเมินผล ผลการประเมินกลยุทธ์ พบว่า มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.16; S.D.= 0.74) และมีความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.09; S.D.= 0.64) เมื่อนำไปเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดพบว่ามี ค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.51 จึงถือว่ากลยุทธ์สามารถนำไปใช้ปฏิบัติและดำเนินการพัฒนาได้จริง

5.2.2 แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลาที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน

แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลาตามกลยุทธ์การมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์อย่างยั่งยืน มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดแรงบันดาลใจและแนวคิดผลิตภัณฑ์เป็นจุดเริ่มต้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน มีแรงบันดาลใจจากบ้านก้างปลาที่มีต้นก้างปลาขึ้นอยู่มากตามชายตลิ่งแม่น้ำเลยและบริเวณหัวไร่ปลายนา ชาวบ้านมองว่าเป็นพืชที่ไม่ มีประโยชน์ จะต้องตัดทิ้งเพื่อไม่ให้ก้างกันแตกคลุมพื้นที่และส่งผลต่อการตัดยากในภายหลัง แต่เมื่อพิจารณาร่วมกันพบว่า ลักษณะลำต้นที่ยาวและอ่อน สามารถนำมาออกแบบและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนได้

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กลุ่มเลือกตั้งก้างปลาที่เป็นพืช ประจำถิ่นขึ้นริมแม่น้ำเลยที่มีอยู่จำนวนมาก โดยต้นก้างปลานั้นมีลักษณะเป็นพุ่มใหญ่ กิ่งก้านอ่อน ยาวและมีหนาม การมีลักษณะ เป็นพุ่มหรือโพรงชายน้ำทำให้มีปลาท้องถิ่นเข้ามาอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก จึงเป็นพื้นที่พึ่งพาอาศัยกันของธรรมชาติ ซึ่งอัตลักษณ์ จากต้นก้างปลา คือ “การคุ้มครองป้องกันและความเอื้ออาทร” รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏจึงมีลักษณะเส้นและจังหวะของกิ่ง ก้านเชื่อมโยงกันด้วยการจัดวางตำแหน่งเส้น รูปทรงและพื้นที่ว่างเพื่อใช้ประโยชน์ได้

ขั้นตอนที่ 3 การแสวงหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แหล่งข้อมูล ความรู้และผลงานผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงมีแพร่หลายอยู่บนโลกออนไลน์ (Online) ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านช่องทาง YOUTUBE, FACEBOOK, LINE และตามท้องตลาดทั่วไป โดยเฉพาะข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 การออกแบบร่างด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยการร่างแบบนั้นเป็นการนำความรู้ความคิดที่มี ลักษณะนามธรรมออกมาเป็นรูปร่าง รูปทรงที่รับรู้ได้ เพื่อนำไปพัฒนาแบบร่างและนำแบบร่างไปผลิตเป็นต้นแบบได้ โดยการ ออกแบบร่างจะต้องแสดงถึงคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ คุณค่าเชิงความรู้สึกที่สามารถตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้ผ่านการคิดใหม่ (Rethinking) การจินตนาการใหม่ (Reimagine) กระบวนการใหม่ (New Process) การประดิษฐ์ใหม่ (Reinventing) และการ ตอบสนองประโยชน์แบบใหม่ (New Function)

ขั้นตอนที่ 5 การทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลา มีขั้นตอนย่อย 5 ขั้นตอนดังนี้ (1) การเตรียมแบบ ร่าง โดยผู้ทำต้นแบบต้องตรวจสอบพิจารณาแบบร่างอย่างละเอียด เพื่อการกำหนดเครื่องมือ อุปกรณ์ และวางแผนแปรรูป ผลิตภัณฑ์ต้นแบบขึ้นมา โดยแบบร่างอาจมีลักษณะง่าย หรือการเขียนแบบที่เป็นมาตรฐานการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยทั่วไป เพื่อให้สามารถมองเห็นว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนมีลักษณะอย่างไร จะผลิตออกมาอย่างไร โดยมีการระบุขนาด สัดส่วน ความสูงและ ความกว้างเพื่อให้ง่ายต่อการสร้างต้นแบบ (2) การเตรียมวัสดุและเครื่องมือ พบว่า วัสดุที่นำมาทำผลิตภัณฑ์ชุมชนมีดังนี้ (2.1) ต้น ก้างปลาที่มีลำต้นขนาดใหญ่และแก่ สำหรับทำโครงสร้างและรูปทรงผลิตภัณฑ์ มีการตัด การลิดกิ่งที่มีหนามออกให้เหลือแต่ โครงสร้างหลักของไม้ จากนั้นนำไปตากแดดให้แห้ง เมื่อแห้งแล้วจึงนำมาเลาะและขัดให้เรียบ พร้อมนำไปประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ ตามที่ได้ออกแบบไว้ (2.2) ตะปูขนาดเล็กสำหรับการตอก การยึดมุมและด้านให้คงอยู่และทนทาน (2.3) แลคเกอร์แบบทาใช้เคลือบ ผลิตภัณฑ์ให้เงางาม คงทนแข็งแรง (2.4) กระดาษทรายแบบหยาบและแบบละเอียด ใช้ขัดไม้ก้างปลาให้เรียบ ลื่น ไม่มีเสี้ยนเมื่อทา แลคเกอร์ (2.5) ตลับเมตร ใช้วัดความยาวของไม้ ความกว้างและสูงของผลิตภัณฑ์ (2.6) ปากกาหรือดินสอ ใช้กำหนดจุดเลื่อยให้ ได้ความยาวตามต้องการ และ (2.7) เลื่อยมือหรือเลื่อยไฟฟ้า ใช้ตัดไม้ให้เรียบ (3) การดำเนินการผลิตและสร้างสรรค์ผลงาน พบว่า มีกระบวนการดังนี้ (3.1) การตรวจสอบแบบร่าง เครื่องมือ อุปกรณ์ให้พร้อมใช้ (3.2) ดำเนินการผลิตตามรูปแบบและขั้นตอนที่ วางแผนไว้ ส่วนการผลิตเน้นการมีอัตลักษณ์เฉพาะ มีกระบวนการสร้างสรรค์ดังนี้ การค้นหาแนวคิด การวิเคราะห์แนวคิด การ ตีความหมาย การออกแบบร่าง การพัฒนาแบบร่าง การสร้างสรรค์ผลงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการประเมินผลิตภัณฑ์ ส่วน ระหว่างการแปรรูปผลิตภัณฑ์นั้นจะใช้วิธีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกเพื่อพัฒนางานให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น (4) การ ประเมินผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลการผลิตจากผู้เชี่ยวชาญและผู้เกี่ยวข้อง พบว่า มีองค์ประกอบดังนี้ (4.1) รูปแบบผลิตภัณฑ์ (4.2) วิธีการผลิต (4.3) ความละเอียดและความประณีตของผลงาน (4.4) ประโยชน์ใช้สอย (4.5) ความคิดสร้างสรรค์ ความแปลกใหม่ และ (4.6) คุณค่าและความสวยงาม โดยการตรวจสอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาจมีลักษณะเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพตามแต่ ผู้ดำเนินการพัฒนาต้องการนำเสนอ (5) การปรับปรุงแก้ไข พบว่า มีกระบวนการดังนี้ (5.1) การนำผลการประเมินไปพิจารณาถึง ความเป็นไปได้เพื่อการแก้ไข และ (5.2) การดำเนินการแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนที่ 6 การสร้างเครือข่ายร่วมวิจาร์ณและประเมินผลผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการทดลองตลาด พบว่า มี เครือข่ายภาครัฐและเอกชนเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและประเมิน มีการกำหนดเกณฑ์การประเมินผลิตภัณฑ์ร่วมกัน มี

รายละเอียดดังนี้ (1) ด้านวัสดุ (Materials) พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ต้นก้างปลาเป็นวัสดุหลัก เมื่อนำมาประกอบกันเป็นผลิตภัณฑ์จึงมีความแข็งแรง และทนทาน จึงต้องออกแบบร่วมกับการเลือกวัสดุอื่น ๆ มาประกอบเช่น ไม้สัก หวาย หนิง ผ้าจากเส้นใยสังเคราะห์ หรือผ้าฝ้ายเพื่อให้ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่และร่วมสมัย ส่วนวัสดุเคลือบใช้แล็กเกอร์แบบเงาหรือแบบด้านทำให้สวยงามและแข็งแรง เน้นความสอดคล้องกับพื้นที่ที่ผลิตภัณฑ์จะนำไปจัดวาง หรือตามรสนิยมของกลุ่มผู้ซื้อ (2) ด้านกระบวนการผลิต (Process) พบว่า กระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน มีขั้นตอนไม่มาก สามารถผลิตได้อย่างรวดเร็ว พื้นที่การผลิตเหมาะสม (3) ด้านการออกแบบ (Design) พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่หลากหลาย เป็นรูปทรงที่มีตามตลาดทั่วไป ส่วนการออกแบบนั้นเน้นการใช้สอย เช่น ตะกร้าผลไม้ กระเช้าผลไม้ กระถางใส่ต้นไม้ ดังกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและนักวิจัยควรร่วมออกแบบให้มีรูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากที่มีอยู่บนโลกออนไลน์ (Online) และ (4) ด้านคุณค่าและประโยชน์ใช้สอย (Function) พบว่า ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าความรู้สึกถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนการออกแบบที่เน้นผลิตภัณฑ์ใช้ประโยชน์ เช่น กระเช้าผลไม้ และตะกร้า มีรูปแบบการผลิตเหมาะสมกับวัสดุและการนำมาใช้งาน

ขั้นตอนที่ 7 การทดลองตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ได้กำหนดการตลาดและช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลาย โดยมีเครือข่ายให้ความร่วมมือและช่วยเหลือ ได้แก่ การฝากจำหน่าย การเปิดหน้าร้านจำหน่าย และการจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Online)

ภาพที่ 1

ภาพการทดลองผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลาเพื่อเรียนรู้คุณสมบัติความแข็งแรง ความทนทานและความสวยงาม(ภาพกลางและภาพซ้าย) ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ทดลองผลิตครั้งแรก (ภาพขวา)



ภาพที่ 2

ภาพผลการทดลองสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลา ประกอบด้วย ตะกร้า โคมไฟ กระถางใส่ต้นไม้ และพาข้าว



5.2.3 ผลการทดลองการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลาด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมสำหรับการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากบ้านก้างปลา อำเภอเมือง จังหวัดเลย

จากการทดลองพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลาตามกลยุทธ์การมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์อย่างยั่งยืน (ภาพที่ 1-2) และนำมาประเมินความพึงพอใจจากตัวแทนกลุ่มและผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ภาพรวมของการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.53; S.D. = .51) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านคุณค่าและประโยชน์ใช้สอย (Mean = 4.64; S.D. = .50) รองลงมาคือ ด้านวัสดุ (Mean = 4.59; S.D. = .48) และด้านกระบวนการผลิต (Mean = 4.49; S.D. = .51) เมื่อพิจารณาการประเมินความพึงพอใจเป็นรายด้านพบว่า

1) ด้านวัสดุ (Material) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.59; S.D. = .48) โดยวัสดุบอกเรื่องเล่าและที่มาของชุมชนได้ และวัสดุมีความแข็งแรงและทนทานอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.86; S.D. = .38) รองลงมาคือ วัสดุหาได้ง่าย วัสดุสร้างมูลค่าและคุณค่าได้ และผสมผสานวัสดุสมัยใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.57; S.D. = .53) ส่วนวัสดุสวยงาม อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.43; S.D. = .53) และการจัดการวัสดุประณีต อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.29; S.D. = .49) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า การพัฒนาและการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนใช้ต้นก้างปลาเป็นวัสดุผลิต มีลักษณะเด่น คือ เป็นท่อนยาวมีผิวสัมผัส แตกยากเมื่อนำมาดอกหรือยึด แต่ควรผสมผสานร่วมกับวัสดุอื่นเพื่อให้น่าสนใจ และเด่น เช่น ผ้าฝ้ายทอมือ หนังสือหรือหาวยมาใช้ร่วมกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีคุณค่าทางความคิดสร้างสรรค์มีมากขึ้น

2) ด้านกระบวนการผลิต (Process) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.49; S.D. = .51) โดยประเด็นการเตรียมวัสดุและอุปกรณ์ที่หาได้ง่ายไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.71; S.D. = .49) รองลงมาคือ มีขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.57; S.D. = .53) กระบวนการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และกระบวนการผลิตปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.43; S.D. = .53) การใช้เวลาการผลิตน้อย อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.29; S.D. = .49) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า ขั้นตอนและกระบวนการผลิตไม่ยุ่งยาก สามารถทำคนเดียวได้ แต่การผลิตต้องเน้นการเก็บรายละเอียดให้เกิดความประณีตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางภูมิปัญญามากขึ้น

3) ด้านการออกแบบ (Design) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.38; S.D. = .55) โดยประเด็นการออกแบบเรียบง่ายเน้นการแสดงตัวตนของวัสดุอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.57; S.D. = .53) รองลงมาคือ การจัดโครงสร้างขององค์ประกอบเหมาะสม และการแสดงจุดเด่นของวัสดุและเทคนิค อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.43; S.D. = .79) รูปแบบแปลกใหม่ และโดดเด่น และปรับเปลี่ยนการใช้งานได้หลากหลาย และใช้วัสดุอื่น ๆ เข้ามาร่วมออกแบบ อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.29; S.D. = .29) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยต้นก้างปลานั้นต้องร่วมกันคิดและปรับให้เหมาะสมกับวัสดุและเครื่องมือที่มีอยู่ โดยรูปแบบเน้นความเรียบง่ายเน้นเทคนิคการผลิตและวัสดุที่เลือกนำมาใช้ออกแบบ ราคาไม่สูง และสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนได้

4) ด้านคุณค่าและประโยชน์ใช้สอย (Value and Function) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.64; S.D. = .48) โดยประเด็นรูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถใช้สอยได้และมีคุณค่า อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.86; S.D. = .38) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีเรื่องราวเชื่อมโยงกับภูมินามหมู่บ้านก้างปลา ผลิตภัณฑ์นำไปปรับใช้ได้หลากหลาย ผลิตภัณฑ์ช่วยแก้ปัญหาและลดต้นทุนการผลิต อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.71; S.D. = .49) ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม และผลิตภัณฑ์สะท้อนอัตลักษณ์ อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.43; S.D. = .53) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เป็นต้นแบบมีคุณค่าทางความรู้สึกรักพอใจในความสวยงามเชิงรูปแบบและรูปทรงที่สามารถใช้ประโยชน์ได้เป็นอย่างดี

6. อภิปรายผล

6.1 บ้านก้างปลานั้นถูกตั้งชื่อตามภูมินามท้องถิ่นที่มีระบบการคิด ความหมายและความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมภายในหมู่บ้าน ชื่อหมู่บ้านได้ทำให้คนในหมู่บ้านมีตัวตน เกิดภาพลักษณ์ตามมุมมองของคนนอกชุมชน และสร้างความเข้าใจตรงกันถึงทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มากในพื้นที่ ดังนั้นต้นก้างปลาจึงได้ถูกหยิบยืมชื่อมาใช้สื่อสารนัยยะแฝง และเพื่อแสดงถึงตัวตนคนบ้านก้างปลาชัดเจนขึ้น สอดคล้องกับ ศันสนีย์ สายดีบ และคณะ (2559, น. 43-51) ที่กล่าวว่า การที่ชุมชนได้ตั้งชื่อหมู่บ้านตามพืชพันธุ์

ไม่ต้องถิ่นที่มีอยู่มากในพื้นที่นั้น เนื่องจากเห็นว่ามีความสัมพันธ์กับความเป็นพื้นที่แวดล้อมของชุมชน จึงนำสิ่งที่อยู่มากและเห็นได้ง่าย หรือมีความสำคัญมาร่วมกันคัดเลือกและค้นหาสิ่งที่แฝงอยู่ในสิ่งนั้นออกมา เช่น อัตลักษณ์ ความหมาย การสะท้อนตัวตน ดังคำกล่าวที่ว่า “เป็นคนบ้านไหน” ซึ่งคำตอบก็จะทำให้คนที่ตั้งคำถามได้เห็นภาพลักษณ์ของพื้นที่ ลักษณะของคนและรากเหง้าของกลุ่มได้ชัดเจน รังสรรค์ จันตะ (2557, น. 97-114) กล่าวว่า การตั้งชื่อหมู่บ้านล้วนเป็นชุดความคิดที่หลากหลาย โดยที่คนในชุมชนร่วมคิดเพื่อสื่อสารความเป็นตัวตน ส่วน โอพาร รัตนภักดี (2565, น. 83-96) กล่าวว่า การศึกษาภาษาพื้นบ้านที่เกี่ยวข้องกับการตั้งชื่อแบบพื้นบ้าน (Folk Naming) นั้นมีกระบวนการ เช่น การวิเคราะห์ การตีความหมายเชิงนัยของชื่อบ้าน ทั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจความหมายเชิงลึกที่ชัดเจน สำหรับบ้านก้างปลาบ้านได้น่าต้นก้างปลาที่ขึ้นตามแม่น้ำเลยมาตั้งชื่อ ดังนั้นการตั้งชื่อจึงสะท้อนความจริงของพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์และชาวบ้านได้พึ่งพาอาศัยธรรมชาติในการดำเนินชีวิต การตั้งชื่อหมู่บ้านจากหลากหลายของพืชพันธุ์ได้สะท้อนถึงความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติและพืชพันธุ์ไม่ในท้องถิ่น อย่างไรก็ตามผลจากการเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว จึงได้สืบค้นองค์ความรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อนำมาเป็นเรื่องเล่าการท่องเที่ยว โดยเฉพาะภูมินามบ้านก้างปลาที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างเช่น ผ้าทอลายก้างปลาที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากต้นก้างปลา โดยช่างทอออกแบบการทอให้มีรูปแบบอย่างก้างปลาและใบก้างปลา ด้วยการใช้นิยมนิยที่ปลูกเองตามหัวไร่ปลายนา ย้อมสีธรรมชาติจากพืชในท้องถิ่น เช่น ใบมะม่วง ฝาง ใบสัก และดอกดาวเรืองเพื่อสร้างจุดขาย (ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ, 2565, น. 89-98)

6.2 แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลาด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากบ้านก้างปลา อำเภอเมือง จังหวัดเลย พบว่า กลยุทธ์การมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์อย่างยั่งยืน มีผลการประเมินกลยุทธ์ประเด็นมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (S.D.= 0.74) และความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D.= 0.64) ซึ่งสามารถนำกลยุทธ์ดังกล่าวมาดำเนินการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและพัฒนาผลิตภัณฑ์บ้านก้างปลา ด้วยกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพบุคลากร 5 กิจกรรมเพื่อให้มีความทักษะ ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนทุกมิติ สอดคล้องกับ ชลวิทย์ เจริญจิตต์ และคณะ (2565, น. 67-78) ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ (2565, น. 89-98) กล่าวว่า กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ประสบความสำเร็จมีแนวคิดดังนี้ 1) ใช้วัสดุในชุมชน 2) สมาชิกกลุ่มพร้อมยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และ 3) การสร้างเครือข่ายกับสถาบันการศึกษา หรือภาครัฐร่วมกำหนดยุทธศาสตร์และกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมโดยกำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงานทุกปี เพื่อขับเคลื่อนต่อไปได้อย่างยั่งยืน ส่วนปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน มีดังนี้ 1) ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การพัฒนาท้องถิ่นของภาครัฐ 2) ปัจจัยด้านทัศนคติและบทบาทการขับเคลื่อนของผู้นำชุมชน 3) ปัจจัยด้านความเข้มแข็งและศักยภาพกลุ่มอาชีพ 4) ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย และ 5) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและหน่วยงานภาครัฐ ส่วนองค์ประกอบที่จะทำให้การพัฒนาประสบความสำเร็จมีดังนี้ องค์ความรู้หลัก ความร่วมมือ ศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชน แหล่งทุนสนับสนุน และนโยบายสาธารณะที่ส่งเสริมชุมชนให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน ส่วน ณีญาณี บุญทองคำ และจุมพต อ่อนทรวง (2566, น. 257-276) กล่าวว่า การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจากการเอื้อประโยชน์ต่อการใช้งาน มีเรื่องราว มีความแข็งแรง มีคุณภาพ มีความทนทาน มีราคาขายเหมาะสม มีความสวยงาม การดูแลรักษาง่ายไม่มีกลิ่นไก้ชื้นชื้น มีความปลอดภัยจากการใช้งาน ขนส่งได้อย่างรวดเร็ว และมีรูปแบบแปลกใหม่ แตกต่างไปจากสิ่งที่มีอยู่แล้ว สอดคล้องกับ Hsiao & Chou (2004, pp. 421-433) ที่กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ควรสัมพันธ์กับการใช้งานของมนุษย์ การมีนวัตกรรมใหม่ที่ทำให้มนุษย์ใช้งานง่าย มีรูปแบบเฉพาะและมีความงามโดยภาพรวมของผลงาน ดังนั้นการค้นหาข้อมูลทั้งการออกแบบและพฤติกรรมของผู้บริโภคจะสามารถแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนในตลาดทั่วไปได้ โดยเฉพาะการพัฒนาศักยภาพด้านความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลาที่พัฒนาขึ้น ซึ่งข้อมูลการออกแบบจะช่วยตัดสินใจสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ในพื้นที่หรือต่างพื้นที่ ดังนั้นข้อมูลการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงต้องพิจารณาจากหลายประเด็น ได้แก่ 1) ด้านความได้เปรียบเรื่องต้นทุน ได้แก่ การเพิ่มองค์ความรู้ ทักษะการทำงานด้วยการอบรมและการประชุม 2) ด้านคุณภาพวัสดุและกระบวนการผลิต ได้แก่ ความแข็งแรง ทนทาน และความประณีต 3) ด้านนวัตกรรม ได้แก่ การแสวงหาวิธีการผลิตที่มีคุณภาพ และ 4) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ได้แก่ การส่งมอบผลิตภัณฑ์รวดเร็วและปลอดภัย

ส่วนผลการทดลองสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลา พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.53; S.D. = .51) โดยประเมินความพึงพอใจด้านคุณค่าและประโยชน์ใช้สอย ด้านวัสดุ ด้านกระบวนการผลิต และด้านการออกแบบ ทั้งนี้เกิดขึ้นจากปัจจัยและเงื่อนไขของบริบทชุมชน รวมถึงบุคลากรที่ต้องการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดความยั่งยืนได้ สอดคล้องกับชลวิทย์ เจริญจิตต์ และคณะ (2565, น. 67-78) ที่กล่าวว่า ปัจจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ยั่งยืน มีดังนี้ (1) ปัจจัยด้านการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิก (2) ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ระดับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (3) ปัจจัยด้านการเสียสละและจิตสำนึกร่วมของสมาชิกกลุ่ม และ (4) ปัจจัยด้านการสรุปบทเรียนจากการขับเคลื่อนพัฒนา ส่วนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เข้าเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนตามระบบการประเมินผลิตภัณฑ์ OTOP (One Tambon One Product) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ก้าวหน้าไปได้เร็วขึ้น ซึ่ง ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ (2565, น. 89-98) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรศึกษาตามแนวทางของกรมพัฒนาชุมชน 4 ด้านดังนี้ 1) ด้านภูมิปัญญาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) ด้านนวัตกรรมและการพัฒนาต่อยอด 3) ด้านความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ และ 4) ด้านการส่งเสริมช่องทางการตลาด นอกจากนี้ ยังต้องเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมการพัฒนาและการติดตามผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของภาคีเครือข่ายด้วย ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอาจใช้การดำเนินการเป็นระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระยะที่ 2 การสร้างความรู้และความคิด ระยะที่ 3 การสร้างต้นแบบ และระยะที่ 4 การสะท้อนความสำเร็จ ส่วนปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประสบความสำเร็จคือ ความไว้วางใจกัน การมีส่วนร่วมสะท้อนความคิด และการให้คำปรึกษาจากผู้เกี่ยวข้องเป็นระยะอย่างมีระบบ ซึ่ง ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ (2566, น.121-145) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรดำเนินการเป็นระยะดังนี้ 1) ระยะการระดมความคิดเห็น 2) ระยะการค้นคว้าหาข้อมูลด้านความคิด รูปแบบ และกระบวนการผลิต 3) ระยะการร่วมตัดสินใจเลือกรูปแบบ 4) ระยะการร่วมสร้างต้นแบบ และ 5) ระยะการร่วมวิจารณ์ผลงาน โดยทุกระยะนั้นต้องนำความรู้หลายมิติ เช่น หลักการและทฤษฎีการสร้างสรรคมาบูรณาการสู่การสร้างสรรคใหม่ได้ ส่วนการวิจารณ์จะช่วยตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะนำไปวางจำหน่าย โดยมีประเด็นสำคัญคือ รูปแบบ เทคนิคการผลิต ทักษะ ความประณีต การผสมผสานวัสดุ การเก็บรายละเอียด และต้องคำนึงถึงแนวโน้มจากนักออกแบบที่นำแนวคิดการออกแบบ เช่น Sareh (2024, pp. 1310–1320) ที่ใช้แนวทางการออกแบบและพัฒนาอย่างยั่งยืนของ Louis H. Sullivan ที่ว่า 'Form Follows Function' ด้วยหลักสุนทรียศาสตร์ หลักการการออกแบบที่ต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์กันระหว่างรูปทรงกับประโยชน์ใช้สอยอย่างเหมาะสม

อย่างไรก็ดี ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ต้องพัฒนาคือด้านการออกแบบ ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ด้านการผลิตด้วยการนำอัตลักษณ์ของพื้นที่บ้านก้างปลามาใช้สร้างจุดเด่นหลัก ดังนั้นภาครัฐในพื้นที่จึงต้องหนุนเสริมด้านความรู้และด้านงบประมาณและการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ดังที่ ญญาณี บุญทองคำ และจุมพต อ่อนทรวง (2566, น. 257-276) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นภาครัฐและเอกชนที่มีงบประมาณต้องสนับสนุนการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายเพิ่มขึ้นเพื่อนำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นไปเป็นสื่อประชาสัมพันธ์และจำหน่าย รวมทั้งหาวิธีการจัดการความรู้และหนุนเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านก้างปลานั้นมีศักยภาพในการดำเนินการที่เน้นการผลิตแบบมีส่วนร่วม จากรายละเอียดสำคัญดังนี้ 1) ตั้งคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มที่มีบทบาทหน้าที่เป็นประธาน รองประธาน กรรมการสมาชิกกลุ่มและเลขานุการ 2) หาวิธีการบริหารจัดการกลุ่ม ได้แก่ การบริหารงาน การบริการบุคลากร การบริหารงบประมาณ การบริหารเครื่องมือและอุปกรณ์ 3) หาวิธีการดำเนินการ ได้แก่ พื้นที่ตั้งกลุ่ม เครื่องมืออุปกรณ์ การตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการจำหน่าย และ 4) แสวงหาช่องทางการตลาด ได้แก่ การสร้างเครือข่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP (One Tambon One Product) การออกพื้นที่จำหน่ายตามการจัดกิจกรรมของภาครัฐ

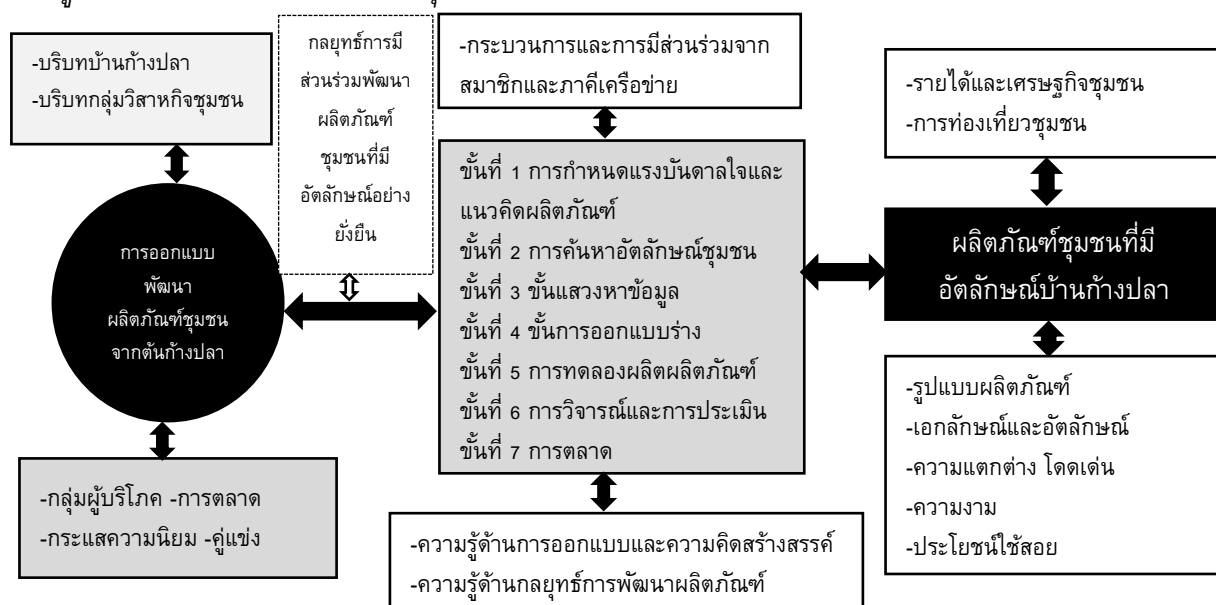
7. สรุป

การพัฒนาและการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ความเป็นชุมชนในฐานะที่มีทุนทางปัญญาและทุนทางวัฒนธรรมที่จะต้องขับเคลื่อนร่วมกับภาครัฐ ซึ่งภาครัฐมีงบประมาณ และบุคลากรที่มีศักยภาพในการช่วยจัดกิจกรรมการพัฒนาภูมิวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง สำหรับบ้านก้างปลา อำเภอเมือง จังหวัดเลยนั้น ได้มีการประชุมระดมความคิดเห็นจากบุคลากรแกนนำ ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจ และปราชญ์ท้องถิ่นที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มาจากต้นก้างปลา

ซึ่งเป็นพืชประจำถิ่นและเป็นพืชที่ถูกเลือกนำมาเป็นชื่อหมู่บ้าน ทั้งนี้เพื่อการมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่และคน โดยเห็นว่าต้นก้างปลาสามารถใช้ประโยชน์ในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลานั้นจะเริ่มต้นจากขั้นตอนดังนี้ 1) การประชุมระดมความคิดเห็นสภาพทั่วไปของหมู่บ้าน การวิเคราะห์ SWOT analysis สะท้อนบริบท สภาพปัญหาของต้นก้างปลา และการค้นหาแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลาที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม 2) กำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคลในพื้นที่ ภาครัฐและสถาบันการศึกษา 3) จัดประชุมและลงพื้นที่สำรวจแหล่งของต้นก้างปลา ลักษณะกายวิภาคของพืช คุณสมบัติและความคงทนของวัสดุ 4) จัดประชุมสะท้อนความคิดเห็นเกี่ยวกับต้นก้างปลาและความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ 5) หาแนวทางการทดลองและพัฒนา และ 6) ติดตามและประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นก้างปลาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามข้อจำกัดของสมาชิกกลุ่มที่ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ จึงมีปัญหาการคิดออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แม้ว่าจะใช้กระบวนการมีส่วนร่วมก็ตาม ดังนั้นจึงต้องทำการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สมาชิกกลุ่มได้เข้าใจถึงปัจจัยการออกแบบและพัฒนา อันได้แก่ อัตลักษณ์ชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น พฤติกรรมผู้บริโภค และความคิดสร้างสรรค์สำหรับใช้เป็นข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เหมาะสมต่อไป

แผนภาพที่ 2

สรุปองค์ความรู้การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นก้างปลา



8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ภาครัฐหรือสถาบันการศึกษาที่มีบทบาทหน้าที่พัฒนาชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ OTOP (One Tambon One Product) สามารถนำผลการศึกษาไปจัดกิจกรรมการวิเคราะห์ และสังเคราะห์องค์ความรู้ออกมา จากนั้นจึงถอดคุณลักษณะเด่นออกมาเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน สำหรับอัตลักษณ์ที่มาจากภูมินามบ้านเมือง ศิลปะและวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือความเชื่อที่เป็นนามธรรมนั้นสามารถถอดองค์ความรู้ออกมาเป็นรูปลักษณะของรูปทรง (Form) สี (Color) หรือรูปแบบ (Pattern) ที่มีความหมายเชื่อมโยงกับพื้นที่ ด้วยการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มและเครือข่ายภาครัฐหรือเอกชนในการคิดออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นมา ให้มีรูปแบบที่หลากหลายตามกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มีเรื่องเล่าเพื่อที่จะนำไปใช้ในการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคเป้าหมายได้มีประสบการณ์ใหม่จากความแตกต่าง และมีลักษณะที่โดดเด่นกว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่งในพื้นที่และนอกพื้นที่

8.2 นักวิจัยและนักพัฒนาควรทำการศึกษาวิจัยและพัฒนาวัสดุที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เอกสารอ้างอิง

- ชลวิทย์ เจียรจิตต์, ชัยวัชร พรหมจิตติพงศ์, ธันนิกันต์ สุญสินัย, สายชล ปัญญชิต และภูเบศ วณิชชานนท์. (2565). นวัตกรรมทางสังคมกับแนวทางการพัฒนาเครือข่ายสมาคมวิชาชีพชุมชนอย่างยั่งยืน. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 11(2), 67-78. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/255373>
- ณัฏยาณี บุญทองคำ และจุมพต อ่อนทรวง. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 6(3), 257-276. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jra/article/view/259482>
- ไทยโรจน์ พวงมณี, คชสิทธิ์ เจริญสุข และพชรมณ ใจงามดี. (2566). การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานของการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอและสานกกบ้านห้วยตาด ตำบลนาดอกคำ อำเภอนาดัว จังหวัดเลย. *วารสารวิชาการ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 2(2), 121-45. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/decorativeartsJournal/article/view/1806>
- ไทยโรจน์ พวงมณี, จารุวัลย์ รัชมณี, มาริษา ภิรมย์แทน เดอ เบลส์ และสมิง ศรีกา. (2565). แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านก้างปลา ตำบลชัยพฤกษ์ อำเภอเมือง จังหวัดเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 17(61), 89-98. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/258185>
- รังสรรค์ จันต๊ะ. (2557). ภูมินามพื้นบ้าน: ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นกับวรรณกรรมพื้นบ้านในเขตภาคเหนือตอนบน. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 2(2), 97-114. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalartsjournal/article/view/95713/74740>
- คันสนีย์ สายดีบ, โกชัย สาริกบุตร และรังสรรค์ จันต๊ะ. (2559). ภูมินามท้องถิ่น: ที่มา ความหมาย และอัตลักษณ์ของชื่อหมู่บ้านในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. *พินเนศวร์สาร*, 12(2), 43-51. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan/article/view/98995>
- สมบัติ นามบุรี. (2562). ทฤษฎีการมีส่วนร่วมในงานรัฐประศาสนศาสตร์. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 2(1), 183-197. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jra/article/view/179213>
- สวีสอง. (2555, 19 ธันวาคม). *ก้างปลาทั้งต้นเป็นยา*. คอมชัดลือกออนไลน์. <https://www.komchadluek.net/news/147509>
- สัมฤทธิ์ สุภามา. (2566, สิงหาคม 10). *ปราชญ์ท้องถิ่น*. สัมภาษณ์.
- โอพาร รัตนภักดี. (2565). คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่าน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 42(2), 83-96. https://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/422/6.82_96.pdf
- Amprohealth. (2565, 25 ตุลาคม). *ก้างปลาเครือ ยาแก้ไข้ช่วยสมานแผล ลดระดับน้ำตาลในเลือดได้*. นิตยสารเพื่อสุขภาพ. <https://amprohealth.com/magazine/phyllanthus-reticulatus-poir/>
- Hsiao, S., & Chou, J. (2004). A Creativity-Based Design Process for Innovative Product Design. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 34(5), 421-433. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0169814104000873?via%3Dihub>
- Noble, C., & Kumar, M. (2021). Exploring the Appeal of Product Design: A Grounded, Value-Based Model of Key Design Elements and Relationships. *Journal of Product Innovation Management*, 27(5), 640-657. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-5885.2010.00742.x>
- Samar, H., Marwa S., Gehad, E., Nagham S., Mohammed, A., & Ahmed, G. (2024). The Impact of CMF Design On Product Design. *Journal of Textiles, Coloration and Polymer Science*, 21(2), 259-272. https://jtcs.journals.ekb.eg/article_340163.html
- Sareh, P. (2024). The Aesthetics of Sustainable Industrial Design: Form and Function in the Circular Design Process. *Sustainable Development*, 32(1), 1310–1320. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/sd.2731>