

การพัฒนาสินค้าหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวายโดยชุมชน

บงกช สุทัศน์ ณ อยุธยา

คณะสังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

วิทยากรณ อินตเบญจสิริ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

สุชาดา เมฆพัฒน์,

มณีวรรณ ชลีย์

คณะสังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

bongkoch@gmail.com

DOI: 10.14456/tujournal.2018.8

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสินค้าหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวายโดยชุมชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทและเพิ่มพูนองค์ความรู้รวมทั้งพัฒนาสินค้าหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวาย และเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนได้เรียนรู้ในการบริหารจัดการและพัฒนาสินค้าหัตถกรรมได้อย่างยั่งยืนตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ 3. เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพัฒนาสินค้าหัตถกรรมโดยใช้ศิลปะสร้างสรรค์สู่สินค้านวัตกรรมได้ในอนาคต โดยใช้วิธีศึกษาเชิงพัฒนาและปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติ โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการ หรือ ผู้ผลิตสินค้า (กลุ่มไม้แกะสลัก/กลุ่มของเครื่องจักสาน/กลุ่มจักสาน) เพื่อจำหน่ายในหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 คน โดยใช้เทคนิคการประชุมแบบ AIC ได้แก่ การสร้างความรู้ การสร้างแนวทางการพัฒนาและการสร้างแนวทางการปฏิบัติรวมถึงใช้เทคนิคการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อนำแนวทางที่ได้ไปพัฒนาสินค้าหัตถกรรมสร้างสรรค์ต้นแบบ ผลการวิจัยพบว่าสินค้าหัตถกรรมใหม่ทั้ง 10 ชิ้น ซึ่งเกิดจากการสร้างสรรค์ของชาวบ้านซึ่งเป็นผู้ผลิตแท้จริง ไม่ใช่ขายทุน หรือ พ่อค้าคนกลาง จึงนับได้ว่าเป็นการต่อยอดจากสินค้าหัตถกรรมเดิม ซึ่งเกิดจากการได้รับความรู้เชิงวิชาการ การถอดองค์ความรู้เพื่อค้นหาสินค้าหัตถกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ เพื่อสร้างเรื่องเล่าอันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม เสริมคุณค่าทางการตลาด เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าหัตถกรรม จัดว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวาย นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุน ส่งเสริมและหาตลาดรองรับสินค้าหัตถกรรมของชุมชน ให้ความช่วยเหลือในด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์

[วารสารธรรมศาสตร์ ปีที่ 37 ฉบับที่ 1 ปี พ.ศ.2561]

คำสำคัญ: สินค้าหัตถกรรม, อัตลักษณ์, ภูมิปัญญา, การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Development of Handicrafts to Promote Tawai Village Community - Based Tourism

Bongkoch Sudasna Na Ayudhaya

*Faculty of Social Science and Liberal Arts
North-Chiang Mai University*

Phithagorn Thanitbenjasith

*Faculty of Business
North-Chiang Mai University*

Suchada Mekkaphat,

Maneewan Chalai

*Faculty of Social Science and Liberal Arts
North-Chiang Mai University*

bongkoch@gmail.com

DOI: 10.14456/tujournal.2018.8

Abstract

The purposes of this research “Development of Handicrafts to Promote Tawai Village Community - Based Tourism” were to study its context in order to increase body of knowledge and develop Tawai village’s handicrafts and tourism, to support its community to be able to manage and create their handicrafts with sustainability to Thai and foreign customers, and to promote product values to be innovative products by integrating creative art into their products. The method of developing and participatory action research was applied for this research by conducting AIC process (appreciation, influence and control) , and also a focus group discussion for obtaining the ideas of development, practice, policy and managerial implication in creative handicrafts. The sample consisted of 150 participants including entrepreneurs or manufacturers (wood engraving, souvenir, and basketry) in Tawai village, Hang Dong district, Chiang Mai province. The findings revealed that there were 10 new innovative handicrafts created by the local producers, without any investor or middleman’s order. The products were evolved and used technical matters advice and interpretation of handicrafts’ identity into brand storytelling which increased products’ values, marketing support and creative ideas for Tawai village’s handicrafts development and tourism. Meanwhile, supportive marketing, sales and distribution, and public relations broadcasting especially in television and online media from the government were necessary.

[Thammasat Journal, Volume 37 No.1, 2018]

Keyword: Handicraft, Identity, Wisdom, Community-Based Tourism

คำนำ

“หมู่บ้านถวายเป็น”ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์การท่องเที่ยวของโลกที่ซบเซา ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ยอดขายสินค้าของผู้ประกอบการร้านค้าลดลง พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวไม่ได้รับการพัฒนา ขาดการดูแล ไม่มีสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ต่อมากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน) ได้ใช้งบประมาณประจำปี 2557 จำนวน 5.9 ล้านบาท เพื่อขับเคลื่อนโครงการเสริมสร้างและปรับแต่งอัตลักษณ์ เพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวการค้า การลงทุน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยเลือก “ชุมชนบ้านถวายเป็น” อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ (ประชาชาติธุรกิจ, 2557) ทั้งนี้ในอดีตนั้นหมู่บ้านถวายเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป (OTOP) ต้นแบบของประเทศไทย จุดขายของแหล่งท่องเที่ยวมีทั้งศิลปะและวัฒนธรรม งานหัตถกรรม ด้านการแกะสลักไม้ การลงสีที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ แม้ทางผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานทั้งภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น องค์กรภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ได้มีความพยายามในการจัดกิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นและส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวอย่างเป็นระยะ เช่น กิจกรรมการจัดหมู่บ้านถวายเป็นเป็นย่านการค้าพาณิชย์ การจัดกิจกรรมงานศิลปหัตถกรรมไม้แกะสลักบ้านถวายเป็นประจำปีซึ่งตรงกับงานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับจังหวัดเชียงใหม่ ประมาณวันศุกร์-เสาร์-อาทิตย์ สัปดาห์ที่ 2 ของเดือนกุมภาพันธ์ หรือแม้แต่ในปัจจุบันก็มีการจัดกิจกรรมถนนคนเดินบ้านถวายเป็นทุกวันศุกร์มาตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2557 ก็ยังไม่สามารถทำให้แหล่งท่องเที่ยวบ้านถวายเป็นพลิกฟื้นหรือเกิดการกระตุ้นด้านการท่องเที่ยวได้เท่าที่ควรหรือไม่เป็นไปตามความคาดหวังของโครงการดังกล่าว

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ “หมู่บ้านถวายเป็น” (หมู่บ้านท่องเที่ยวต้นแบบของประเทศไทย) อย่างยั่งยืน” (Thanitbenjasith, 2017) พบว่าหมู่บ้านถวายเป็นสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานได้ เนื่องจากหมู่บ้านถวายเป็นหมู่บ้านที่ประกอบไปด้วยทรัพยากรและทุนทางการท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในงานหัตถกรรมไม้แกะสลัก ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนมนุษย์ แต่ยังพบอุปสรรคด้านโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ ไม่ได้มาตรฐาน เช่น ห้องน้ำ ป้ายบอกทาง ศูนย์อาหาร ที่พักนักท่องเที่ยว รวมถึงด้านนักท่องเที่ยวและด้านการตลาดท่องเที่ยวที่ยังขาดจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว การสร้างอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ และตราสินค้าของแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมเชื่อมโยงที่เป็นที่ต้องการ การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าบ้านถวายเป็นขาดระบบกลไกในการบริหารจัดการที่ดี มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่มากพอแก่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้โดดเด่น ให้เป็นที่ดึงดูดใจและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวและผู้พบเห็นหรือแขกผู้มาเยือนได้ ด้วยเหตุนี้คณะผู้ศึกษาจึงได้ช่วยจัดทำแผนยุทธศาสตร์ชุมชนและได้บรรจุเรื่องของการบริหารจัดการและพัฒนาสินค้าหัตถกรรมโดยชุมชนให้อยู่ในแผนพัฒนาขององค์การบริหารส่วนตำบลขุนคอง พ.ศ.2557-2559 ซึ่งเป็นโครงการจากชุมชนที่คิดร่วมกันเพื่อการพัฒนาต่อยอดต่อไปให้เกิดความยั่งยืน และนอกจากนี้ผลการศึกษายังพบอีกว่า หากผู้ผลิตและผู้ประกอบการมีองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมโดยชุมชนบ้านถวายเป็น จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนทั้งตำบลขุนคองซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้ผูกพันกับเศรษฐกิจของหมู่บ้านถวายเป็นโดยตรง

ดังนั้น ทางคณะผู้ศึกษาจึงเห็นพ้องกันว่า ควรรักษาพัฒนาสินค้าหัตถกรรมได้แก่สินค้าไม้แกะสลัก และสินค้าของที่ระลึกที่สร้างรายได้หลักให้แก่ชุมชน ทั้งนี้ก็พบว่ามีสินค้าใหม่ที่เป็นผลิตภัณฑ์ของชาวบ้านหมู่ 5 บ้านขุนคง ซึ่งพัฒนาจากกลุ่มจักสานที่เพิ่มความโดดเด่นด้วยการนำภูมิปัญญาพื้นบ้านอย่างการจักสานหวายมาผสมผสานกับไอเดียเกิดเป็นผลงานสไตล์โมเดิร์นที่ได้รับการตอบรับอย่างดีจากตลาดในประเทศ ทั้งนี้สินค้าหัตถกรรมทั้งสามกลุ่มข้างต้นมีแนวโน้มที่ดีมากในการส่งออกตลาดต่างประเทศและเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวายเป็นควรหุ้รูปแบบการพัฒนาสินค้าด้วยการบริหารจัดการที่เหมาะสมโดยชุมชน ได้แก่ การบริหารกระบวนการผลิตเพิ่มประสิทธิภาพและการจัดการต้นทุน การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า และการพัฒนาศักยภาพด้านการออกแบบ เพื่อการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดของสินค้า การบริการและการท่องเที่ยวบ้านถวายเป็นให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองอันจะนำไปสู่การพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืนในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาบริบทและเพิ่มพูนองค์ความรู้รวมทั้งพัฒนาสินค้าหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวายเป็นให้ชุมชนได้เรียนรู้ในการบริหารจัดการและพัฒนาสินค้าหัตถกรรมได้อย่างยั่งยืนตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ และเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพัฒนาสินค้าหัตถกรรมโดยใช้ศิลปะสร้างสรรค์สู่สินค้านวัตกรรมได้ในอนาคต

อุปกรณ์และวิธีการ

ใช้วิธีศึกษาเชิงพัฒนาและปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (development and participation action) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติ (policy and managerial implications) โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ชาวบ้าน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ หรือ ผู้ผลิตสินค้าที่ไม่จำกัดว่าต้องอาศัยอยู่ในพื้นที่บ้านถวายเป็นเท่านั้น แต่เป็นผู้ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในหมู่บ้านถวายเป็น อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนรวม 150 คนตามรายชื่อทำเนียบผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหางดง แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ๆ ละ จำนวน 30-50 คนคือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มไม้แกะสลัก ได้รับการสนับสนุนซึ่งมีมือ (สล่าล้านนา) จากศูนย์หัตถกรรมวัดถวายเป็น โดยการคัดเลือกจากพระอธิการสรพงษ์ สุธมโม เจ้าอาวาสวัดถวายเป็น กลุ่มที่ 2 กลุ่มของที่ระลึก กลุ่มที่ 3 กลุ่มจักสาน โดยทางคณะวิจัยเสนอแนวทางให้ผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมเข้าร่วมโครงการโดยสมัครใจ แต่กำหนดเงื่อนไขว่า ผู้ได้รับการอบรมต้องเข้าร่วมครบทั้ง 4 กิจกรรมจึงจะได้รับงบประมาณสนับสนุนการออกแบบและจัดทำสินค้าหัตถกรรมต้นแบบทั้ง 10 ผลิตภัณฑ์ ๆ ละ 30 ชิ้น รวมทั้งสิ้น 300 ชิ้น เพื่อเข้าร่วมการประกวดและจัดแสดงโชว์สินค้าหัตถกรรมต้นแบบ เผยแพร่แก่สาธารณชน ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 6 เดือน (พฤษภาคม-ตุลาคม พ.ศ.2558) โดยใช้รูปแบบจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (participation action research) สัมมนาระดมความคิดเห็นโดยใช้เทคนิคการประชุมแบบ AIC (appreciation, influence and control) (ครุฑชิต, 2558) เป็นวิธีการประชุมระดมความคิดเห็นที่เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมระดมความคิดเห็นมีส่วนร่วมอย่างเป็นประชาธิปไตยมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งทำให้เข้าใจถึงสภาพปัญหา ข้อจำกัด ความต้องการ และศักยภาพของผู้ที่ระดมความคิดเห็นทุกคน ได้แก่ การสร้างความรู้ การสร้างแนวทางการพัฒนาและการสร้างแนวทางการปฏิบัติรวมถึงใช้เทคนิคการประชุมกลุ่มย่อย (focus group) เพื่อค้นหาแนวทางที่ได้ไปพัฒนาสินค้าหัตถกรรมสร้างสรรค์ต้นแบบสามารถนำไปสู่สินค้าหัตถกรรมนวัตกรรมได้ในอนาคต ได้แก่

1) ศึกษาบริบทและเพิ่มพูนองค์ความรู้รวมทั้งพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวนานาชาติ โดยใช้การจัดกิจกรรมถอดองค์ความรู้เพื่อค้นหาคำที่ติดการมีที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

2) การจัดกิจกรรมที่ 1 แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม เรื่อง การถอดองค์ความรู้เพื่อค้นหาคำที่ติดการมีที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มไม้แกะสลัก/กลุ่มของจิตรลักษ์/กลุ่มจักสาน โดยใช้แนวคิดและเทคนิค เรื่อง การเล่าเรื่อง (storytelling) และแผนที่ความคิด (mind mapping) กลุ่มที่ 1 กลุ่มไม้แกะสลัก วันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ.2558/กลุ่มที่ 2 กลุ่มของจิตรลักษ์ วันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ.2558/กลุ่มที่ 3 กลุ่มจักสาน วันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ.2558 ณ ห้องพิพิธภัณฑ์ ศูนย์ประชุมนานาชาติ อาคารเฉลิมพระเกียรติฯ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

3) การจัดกิจกรรมที่ 2 เป็นกิจกรรมรวมของทั้ง 3 กลุ่ม เรื่องการประชุมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้วยความร่วมมือของ สถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา โดยใช้แนวคิดและเทคนิค เรื่อง การสร้างแรงบันดาลใจ (inspiring) การคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) แนวทางการผลิตสินค้าแบบสร้างสรรค์ วันที่ 28-30 พฤษภาคม 2558 ณ ห้องพิพิธภัณฑ์ ศูนย์ประชุมนานาชาติ อาคารเฉลิมพระเกียรติฯ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

4) การจัดกิจกรรมที่ 3 เป็นกิจกรรมรวมของทั้ง 3 กลุ่ม เรื่องการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (พฤติกรรมและความต้องการสินค้าที่ติดการมีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การผลิต การตลาด การบริหาร) วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ.2558 ณ ห้องรัฐมนตรี มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

5) การจัดกิจกรรมที่ 4 เป็นกิจกรรมรวมของทั้ง 3 กลุ่ม โดยการจัดกิจกรรมการเปิดตัวประกวดสินค้า และการจัดแสดงสินค้าที่ติดการมีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าที่ติดการมีต้นแบบตลอดจนสินค้าที่ติดการมีดั้งเดิมอื่นๆที่สนับสนุนการท่องเที่ยว วันที่ 28 กันยายน พ.ศ.2558 ณ ลานโปรโมชั่น 1 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่

ผลการศึกษา

การประชุมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการของหมู่บ้านถายีซึ่งมีในนายทุนที่เป็นเจ้าของธุรกิจคือผู้ประกอบการจากกลุ่มไม้แกะสลัก/กลุ่มของจิตรลักษ์/กลุ่มจักสานมีการตั้งเจตนาเพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพให้มีความหลากหลายจึงควรให้ทุกกลุ่มร่วมกันคิด ร่วมกันสร้างสรรค์ โดยนำจุดเด่นของผลงานของตนเองมาร่วมกันพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ งานวิจัยนี้ได้รับความร่วมมือจากสถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา โดยส่งคณะผู้เชี่ยวชาญมาทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงในการคิดสร้างสรรค์ โดยใช้เทคนิคเรื่องการสร้างแรงบันดาลใจ (inspiring) การคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) จนสามารถทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้เพื่อจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต ทั้งนี้มองว่าสินค้าที่ในอนาคต ควรมีขนาดกระทัดรัด สามารถนำกลับไปเป็นของฝากในนามผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านถายี จัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ติดการมี (Handicrafts) ที่ประกอบด้วยข้อมูลเฉพาะ เป็นไปในทิศทางเดียวกับหลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ

(วัชรินทร์, 2548) ซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Products) กล่าวคือผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (Handicrafts) ผู้ออกแบบและผู้ผลิตมักเป็นคนเดียวกัน และได้สัมผัสกับผลิตภัณฑ์นั้นตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จ มักสอดคล้องอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวเข้าไปในผลงานที่ทำด้วยจุดประสงค์ดั้งเดิมทำขึ้นเพื่อความจำเป็นในการดำรงชีวิต เส้นห์ของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ที่ความไม่เหมือนกันในรายละเอียดของผลงานแต่ละชิ้น ไปงานประดิษฐ์ที่ละเอียดอ่อนนี้ที่เครื่องจักรทำได้ยากโดยมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (Handicrafts) ได้แก่
 - 1.1 คุณค่าของธรรมชาติหรืองานหัตถกรรมมีเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น
 - 1.2 วัสดุและกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่น ผลิตได้จริง ใช้สอยยืดเหมาะสมกับวัสดุท้องถิ่น
 - 1.3 ความสวยงามและความน่าสนใจรูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา
 - 1.4 สะดวกต่อการพกพาขณะเดินทาง ขนาดพอเหมาะ บรรจุหีบห่อยากต่อการชำรุดเสียหาย
 - 1.5 ราคาที่ซื้อได้ โดยการตัดสินใจน้อย ราคาไม่แพงมีหลายราคาให้เลือก
2. คุณประโยชน์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่
 - 2.1 ปรับปรุงภาพลักษณ์ขององค์กร ให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง สะดุดตา และง่ายต่อการจดจำ
 - 2.2 สร้างเอกลักษณ์สินค้า ให้เกิดสัมผัสและการรับรู้ที่ต่อองค์กรผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์
 - 2.3 ระบุลักษณะผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 - 2.4 พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม ให้เกิดประโยชน์ใช้สอยที่ดีขึ้นทั้งทางกายภาพและทางจิตใจ
 - 2.5 เพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นเพื่อนำไปสู่การเพิ่มราคาสินค้าได้
 - 2.6 ลดต้นทุน เพิ่มผลกำไร เช่น ออกแบบให้ผลิตง่าย ลดขั้นตอน เลือกใช้วัสดุภายในประเทศ
 - 2.7 ขยายตลาดสินค้า เช่น สร้างผลิตภัณฑ์ที่สนองประโยชน์ใช้สอยใหม่ สร้างความต้องการใหม่ สร้างตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่

3. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ ดี แก่

3.1 ความแปลกใหม่ (Innovative) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำซากมีการนำเสนอความแปลกใหม่ในด้านต่าง ๆ เช่น ประโยชน์ใช้สอยที่ต่างจากเดิมรูปแบบใหม่ วัสดุใหม่ หรืออื่นๆที่เหมาะสมกับสภาพความต้องการของผู้บริโภคในตลาดนั้น

3.2 เรื่องเล่า (Story) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประวัติ มีที่มาหรือเล่าเรื่องได้ไม่ว่าจะเป็นต้นกำเนิดความศรัทธาของการออกแบบให้ผู้บริโภคทราบเรื่องราวเหล่านั้นได้ เช่น นวัตกรรมของประเทศสวีเดนหรือแลนด์ กล่าวถึงต้นกำเนิดมาจากการงานช่างฝีมือในหมู่บ้านที่เก่าแก่หมู่บ้านหนึ่งที่มีการสืบทอดกันต่อๆ จนถึงปัจจุบัน เป็นต้น

3.3 ระยะเวลาเหมาะสม (Timing) การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดนั้นเหมาะสมตามฤดูกาลหรือตามความจำเป็น หรือเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อกันฝนหรือร่ม ก็ควรจะออกสู่ตลาดช่วงฤดูฝน เสื้อผ้าชุดนักเรียนก็ควรออกสู่ตลาดช่วงฤดูกาลก่อนเปิดภาคเรียน เป็นต้น

3.4 ราคาพอสมควร (Price) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาขายเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาดนั้น โดยอาศัยการศึกษาวิจัยกลุ่มผู้บริโภคให้ได้ข้อมูลก่อนทำการออกแบบและผลิต

3.5 มีข้อมูลข่าวสาร (Information) ของตัวผลิตภัณฑ์ควรจะให้ผู้บริโภคได้ทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องในด้านประโยชน์และวิธีการใช้งาน เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรและผลิตภัณฑ์

3.6 เป็นที่ยอมรับ (Regional Acceptance) ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องเป็นที่ยอมรับของสังคมหรือกลุ่มสังคมเป้าหมาย ไม่เป็นสิ่งที่ทำให้เสื่อมเสียหรือขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม หรือ ศาสนา

3.7 มีอายุการใช้งาน (Life Cycle) ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีความแข็งแรง คงทนต่อสภาพของการใช้งาน หรือมีอายุการใช้งานที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์และราคาที่เหมาะสม

นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่ดัดแปลงบ้านถาวร ต้องคำนึงถึง 2 คำคือ อัตลักษณ์ (Identity) มาจาก อัตลักษณ์ อ่านว่า อัต-ตะ-ลัก ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัต-ตะ) ซึ่งหมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณะ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว หมายถึง ลักษณะเฉพาะ คำว่าอัตลักษณ์ หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้งานนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ แต่ละสังคมมีอัตลักษณ์ทางวิถีชีวิต วัฒนธรรมของตนเอง และคำว่า ภูมิปัญญา (Wisdom) หมายถึง องค์ความรู้ ความเชื่อ ความสามารถของคนในท้องถิ่นที่ได้จากการสั่งสมประสบการณ์และการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนานหรือมีการสืบทอดมีลักษณะเป็นองค์รวม และมีความค่าทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกองค์กรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (อรัญ, 2556) พบว่า ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถศิลป์ที่ใช้วัสดุพื้นถิ่นที่มีอัตลักษณ์ของไทยมาออกแบบแนวคิดการบูรณาการร่วมกันกับแนวคิดรูปแบบชีวิตร่วมสมัยของสังคมปัจจุบัน เป็นสิ่งชนิดหนึ่งที่จะช่วยเหลือสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม หรือ CSR (Corporate Social Responsibility) โดยใช้หลักทฤษฎีการออกแบบและการปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงหน้าที่ใช้สอย (Function) ความอรรถประโยชน์

สร้างความคุ้มค่าให้แก่ผู้บริโภคโดยการสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือด้านการตลาด ตลอดจนการรับรองคุณภาพของสินค้าโดยแบรนด์ขององค์กรให้กับชุมชน ซึ่งจะช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าท้องถิ่น สอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นการใช้ทุนทางความคิดสร้างสรรค์เพื่อยกระดับสินค้าในชุมชน อีกทั้งยังเป็นการไปมาระหว่างกันที่ต่อยอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยให้ดำรงอยู่ต่อไป ตลอดจนใช้วัสดุและการผลิตด้วยฝีมือที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดค่าใช้จ่ายในเรื่องวัสดุและกระบวนการผลิต ลดพลังงาน

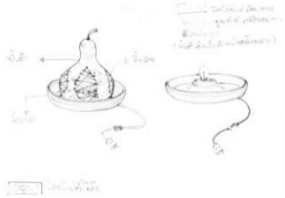
ในระบอบอุตสาหกรรมมีส่วนช่วยส่งเสริมการสร้างงาน สร้างรายได้ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าท้องถิ่น เป็นไปในทิศทางเดียวกับ เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ (Chiang Mai Creative City) ซึ่งได้รับการประกาศให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ.2560 ซึ่งเป็นหนึ่งในเครือข่าย 64 เมืองสร้างสรรค์จากทั่วโลก (อ้างอิงจาก <https://en.unesco.org/news/64-cities-join-unesco-creative-cities-network>) โครงการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ริเริ่มตั้งแต่ ปี พ.ศ.2553 คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ได้รับการจัดตั้งขึ้นโดยผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยสมาชิกจากภาคการศึกษา ภาคธุรกิจ เอกชน และประชาสังคม เพื่อพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ซึ่งหมายถึงเมืองที่ซึ่งวัฒนธรรมและกิจกรรมสร้างสรรค์ผสมผสานเข้าด้วยกันเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น ทำงานในรูปแบบจิตอาสา

ชื่อสินค้าหัตถกรรมลำดับที่ 1: โคมไฟน้ำเต้า

วัสดุ: น้ำเต้าและไม้ขัด

ผู้ประสานงาน: นางจันดี ปัญจะเรือง

ที่อยู่: 1/3 หมู่ 5 ตำบลขุนคอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

Old Product Old Gourd	Sketch Product	New Creative Product Gourd Lamp
	 This picture shows components of the lamp consisting of old gourd and bending wood.	 This product is made of an old gourd and bending wood with modern and colorful decoration.

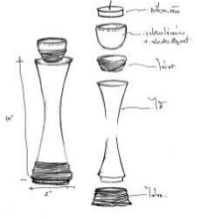
โคมไฟน้ำเต้า นวัตกรรมที่ไร้ค่า มาสร้างราคา ให้แสงสว่างไสวและมีคุณค่าทางความเชื่อ ทั้งความ
มีจิมและสุขภาพสมบูรณ์ เพราะ“น้ำเต้า”(葫芦) หรือ “หูหลู” ในภาษาจีน เรียกว่า “น้ำเต้าดูด
ทรัพย์” คนโบราณนิยมห้อยไว้ในบ้าน ร้านค้า ลักษณะคล้ายคลึงกับเลข 8 ซึ่งเป็เลขมงคล

ชื่อสินค้าหัตถกรรมลำดับที่ 2: เชิงเทียนล้านนา

วัสดุ: เปลือก ไม้กลึง ไม้ขีด

ผู้ประสานงาน: นางจินดา ชัยยา

ที่อยู่: 15 หมู่ 2 ตำบลหนองตอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

Old Product	Sketch Product	New Creative Product
Aromatic Candle		Lanna Candlestick
	 This picture shows components of the lamp consisting of lathed wood and bending bamboo.	 This product is made of rain tree wood carving in unique Lanna style with antique painting.

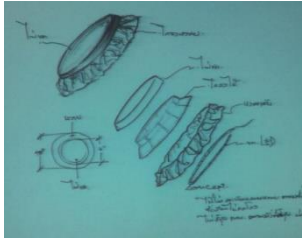
ในอดีตนั้น เทียนไขนอกจากให้แสงสว่างแล้ว ยังมีความสำคัญมากในการประกอบพิธีทางพุทธศาสนา หรือใช้ในการสักการะ บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นสิ่งที่ต้องมีคู่ครัวเรือน จึงมีเชิงเทียนล้านนาประดิษฐ์ขึ้นจากไม้ฉำฉา แกะสลักรูปทรงให้มีความสวยงามแบบอัตลักษณ์ล้านนาฐานเป็นไม้ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย น้ำหนักเบา ไม้การทาสีแบบงานโบราณ ลักษณะของฐานตั้งเทียน ทำด้วยเหล็กตัดเชื่อมเป็นรูปทรงต่าง ๆ เช่น รูปใบไม้ เพื่อรองรับน้ำตาเทียน ใบไม้ นั้นหมายถึงความร่มเย็น

ชื่อสินค้าหัตถกรรมลำดับที่ 3: โคมไฟล้านนา

วัสดุ: หวายและไม้ขด

ผู้ประสานงาน: นางวิมล ดวงดี

ที่อยู่: 101/1 หมู่ 5 ตำบลขุนคอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

Old Product	Sketch Product	New Creative Product
Dyed Rattan String Ball		Lanna Lamp
		
	This picture shows components of the lamp consisting of rattan and bending bamboo.	This product is made of bamboo wood and rattan with colorful decorative weaving craft.

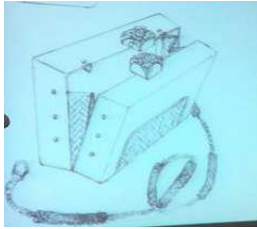
ตามตำราฮวงจุ้ยของชาวจีนกล่าวว่า ต้นไม้เป็นสัญลักษณ์ของความสง่าเห็นธรรมชาติ จะเสริมสิริมงคลให้ผู้อยู่อาศัย ให้เป็นคนมุ่งมั่น ตั้งใจจริงจังมีสติปัญญา ใฝ่หาความรู้ และกตัญญูรู้คุณ คนโบราณเชื่อกันว่า ถ้าปลูกไม้สักจะช่วยให้อสมิขในบ้านประสบความสำเร็จ ร่ำรวยเงินทอง และมีความสุขกันถ้วนหน้า เพราะชื่อของไม้สักไปคล้องกับคำอวยพรที่ว่า "มีงิมศิริสุข" นั่นเอง โคมไฟล้านนา เกิดจากแรงบันดาลใจในงานจักสานไม้ไผ่ภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวล้านนา ด้วยการผสมผสานระหว่างงานไม้ไผ่และงานหวาย เริ่มจากการทำโครงเหล็กตามขนาด พันหวาย โดยใช้วิธีพันหวายเรียกว่า ลายมั่ว ซึ่งลายที่ทำจะทำได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น

ชื่อสินค้าหัตถกรรมลำดับที่ 4: กระเป๋าไม้ขนุน

วัสดุ: ไม้สาน กล่องไม้

ผู้ประสานงาน: นายนันทน์ วิญญูรัตน์

ที่อยู่: 75 หมู่ 2 ตำบลขุนคอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

Old Product Hand-Made Clutch	Sketch Product	New Creative Product Jackfruit Wood Handbag
	 This picture shows external parts of the jackfruit wood handbag.	 This product is made of 2 pieces of jackfruit wood with beautiful, contemporary and unique decoration

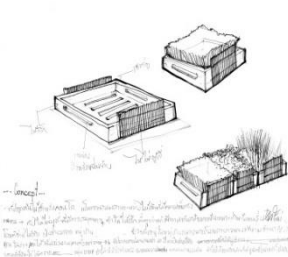
กระเป๋ามาจากไม้ขนุนใบแรกของโลกมีจุดเด่นคือเป็นไม้เนื้อแข็ง เหนียว ไม้มีปัญหาผุกร่อน และถูกปลวกกิน ทำให้มีอายุการใช้งานยาวนาน มีลวดลายและสีสันสวยงาม อีกทั้งไม้ขนุนยังเป็นไม้มงคลตามความเชื่อของคนไทยที่จะส่งเสริมและหนุนนำชีวิต และดวงชะตาให้ดีขึ้นไป โดดจากการผสมผสานกันระหว่างงานไม้และงานจักสาน โดยนำไม้ขนุน มาทำเป็นกล่อง 2 ชั้นขัดผิวให้เรียบ เนียนทั้งด้านนอกด้านในด้วยกระดาษทรายทาแลคเกอร์ลงบนกล่องไม้ขนุนเพื่อเพิ่มความทนทานและสวยงาม โดยฝาบนจะมีการฉลุลวดลายอย่างประณีตเพื่อให้เห็นลายสานไม้ได้ มีการใช้บานพับเป็นตัวยึดกล่องไม้ 2 ชั้น ตกแต่งภายนอกด้วยการติดมุกติดมุด ตกแต่งภายในด้วยกำมะหยี่ติดตัวล็อกเปิด-ปิดและห่วงเพื่อใส่สายสะพาย รูปทรงกะทัดรัด น้ำหนักเบา ดูร่วมสมัยและเป็นมงคล

ชื่อสินค้าหัตถกรรมลำดับที่ 5: กระถางมัทศจรรย์

วัสดุ: ไม้สัก แผ่นไม้ไผ่มูลี่

ผู้ประสานงาน: นายสิงห์แก้ว โปธา

ที่อยู่: 115 หมู่2 ตำบลขุนคอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

Old Product	Sketch Product	New Creative Product
Colorful Wooden Handicraft		Amazing Pot
	 This picture shows each part of the pot with application.	 This product is made of teak wood scrap and bamboo curtain with unique Lanna style decoration.

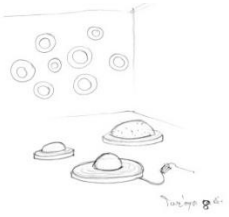
การปลูกต้นไม้เพื่อสร้างบรรยากาศ ความสดชื่นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งกลายเป็นแรงบันดาลใจให้คิดทำกระถางต้นไม้ขึ้นเพื่อแก้ปัญหาภาวะโลกร้อน แต่เพื่อให้ได้ทั้งความสวยงามและเอนกประสงค์ในการใช้สอย ทั้งจัดวางผลไม้ เอกสาร แมกกากีชน จัดเก็บแก้วน้ำ ปลูกไม้ประดับ ปลูกผักสวนครัว สามารถตั้งหรือแขวนได้ จนเป็นที่มาของชื่อ “กระถางมัทศจรรย์” โดยนำเศษไม้สัก วัสดุที่เหลือใช้และมีลวดลายเป็นชิ้นเล็กๆ ทำจากไม้ไผ่มาประกอบเข้าด้วยกัน ด้วยงานเดินเส้นแต่งลายที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านถวาย เพื่อใช้ตกแต่งบริเวณด้านข้างกระถางเพิ่มความงดงามและประณีตบรรจง ทำให้ดูมีคุณค่ามากขึ้น

ชื่อสินค้าหัตถกรรมลำดับที่ 6: โคมไฟกาแลคซี

วัสดุ: ด้ายบอลและไม้ขีด

ผู้ประสานงาน: นางสาวปิยะฉัตร ศักดิ์สูง

ที่อยู่: 12 หมู่ 5 ตำบลขุนคอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

Old Product	Sketch Product	New Creative Product
Colorful Cotton String Ball		Galaxy Lamp
	 This picture shows components of the lamp consisting of rattan and bending bamboo.	 This product is made of rattan weaving into star-shape assembled with bamboo base.

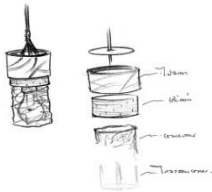
ในเวลากลางคืนที่มืดมิดนั้นจะสามารถมองเห็นดวงดาวได้ชัดเจนเพื่อต้องการให้เกิดความรู้สึกเสมือนว่ากำลังอยู่ในห้วงอวกาศของจักรวาล จึงเป็นไอเดียใหม่ที่มีสร้างสรรค์เป็นโคมไฟกาแลคซี ผลงานของคนรุ่นใหม่ในโลกใช้วัตถุดิบหลักคือ “หวาย” นำมาสานเป็นรูปทรงดวงดาว ประกอบกับไม้ไผ่ที่นำมาใช้เป็นฐานแข็งแรง ด้วยกรรมวิธี “ไม้ขีด” แบ่งเป็น 7 วัน 7 สี คือ ดวงจันทร์ (สีเหลือง) ดาวอังคาร (สีชมพู) ดาวพุธ (สีเขียว) ดาวพฤหัสบดี (สีแสด) ดาวศุกร์ (สีน้ำเงิน) ดาวเสาร์ (สีม่วง) ดวงอาทิตย์ (สีแดง)

ชื่อสินค้าหัตถกรรมลำดับที่ 7: โคมไฟทรงกระบอก (แสงดอกหวาย)

วัสดุ: ไม้กลึง เสื่ออ่อน หวาย

ผู้ประสานงาน: นางฮัตนียา เย็นภูเข่า ที่อยู่: 12 หมู่ 5

ที่อยู่: 12 หมู่ 5 ตำบลขุนคอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

Old Product	Sketch Product	New Creative Product
Colorful Cotton String Ball		Cylinder Table Lamp
		
	This picture shows sketch of product with galaxy theme.	This product is made of lathed rain tree combined with weaving rattan created into beautiful cylinder table lamp.

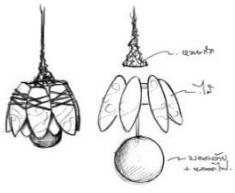
ชาวล้านนามักใช้โคมไฟในฐานะของเครื่องประกอบในพิธีกรรมและเชื่อว่าการจุดโคมไฟนั้นจะนำความเจริญรุ่งเรืองและความสุขมาให้กับตนเองและครอบครัว ต่อมาโคมไฟโบราณที่ขึ้นเพื่อใช้เป็นตะเกียงเพื่อให้แสงสว่างจึงเป็นแรงบันดาลใจให้เลือกที่จะสร้างสรรค์โคมไฟทรงกระบอก เพราะเห็นว่าแสงสว่างมีความจำเป็นอย่างยิ่งในยุคปัจจุบัน โดยเลือกไม้ฉำฉา ที่มีความสูง 8 นิ้ว เข้าเครื่องกลึงให้ได้รูปทรงตามที่ต้องการ แล้วนำไปขัดโรยบ ประกอบเข้ากับโครงเหล็กทรงกระบอกประกอบด้วยเหล็ก 6 เส้น แต่ละเส้นยาว 10 นิ้ว หัว-ท้าย ของเหล็กเส้นจะมึ่มไม้ และใช้หวายพันโครงเหล็ก แล้วสานด้วยหวายเส้น เ็นที่สุรูปดอกไม้บนไม้กลึง นำไปเคลือบเงาด้วยแลคเกอร์ นำมาประกอบเป็น โคมไฟทรงกระบอก (แสงดอกหวาย)

ชื่อสินค้าหัตถกรรมลำดับที่ 8: โคมไฟ Lotus

วัสดุ: ไม้ บอลด้ายและหวาย

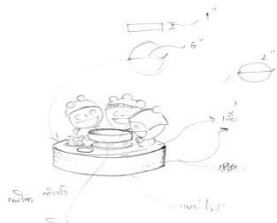
ผู้ประสานงาน: นางสาวชมพูนุท อินทร์สุข

ที่อยู่: ร้านค้าบ้านถวายเป็น 4 ตำบลขุนคอง อำเภอหางดง

จังหวัดเชียงใหม่ Old Product Lanna- Style Tray (Kan-Toke)	Sketch Product	New Creative Product Lotus Lamp
	 This picture shows sketch of product with main parts of the lamp.	 This product is made of the combination of wood carving and cotton ball created into a beautiful lotus lamp.

ศาสนาพุทธ เชื่อว่า ดอกบัวเป็นสัญลักษณ์ของการถือกำเนิด เป็นสัญลักษณ์ของการตรัสรู้ธรรมของพระพุทธเจ้า อันมีความหมายแฝงเหมือนแสงสว่างที่ขจัดความมืดมิดออกไป จากมวงคลามอันเป็นปิตุศนาธรรมของบัว 4 เหล่า จึงนำงานไม้แกะ มาผสมผสานเข้ากับ งานบอลด้าย โดยนำไม้ฉำฉาที่เตรียมไว้มาตัดเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 6 อันนำมาแกะสลักเป็นรูปดอกบัว นำกลีบดอกที่ได้มาขัดด้วยกระดาษทรายหยาบ เมื่อขัดเสร็จแล้วให้นำกลีบดอกบัวมาทำสีและเคลือบสี จากนั้นนำกลีบดอกบัวมาเจาะรูกลีบละ 6 รู นำม้าร้อยเชือกไม้ตอกให้ติดกันระหว่างสองกลีบนั้นแล้วร้อยต่อกันครบ 6 กลีบและนำบอลด้ายมาตัดหัวออกประมาณ ¼ เอาหลอดไฟมาใส่ในบอลด้าย มาประกอบกับดอกบัวที่เตรียมไว้โดยใช้สกรูเป็นตัวยึด ระหว่างหลอดไฟกับบอลด้ายเข้ากับตัวฐานของดอกบัวเป็นอันเสร็จเรียบร้อย โคมไฟ Lotus จึงส่องแสงสว่างแห่งความอ่อนโยนเปี่ยมไปด้วยเมตตาธรรมที่ค้าจนโลก

ชื่อสินค้าหัตถกรรมลำดับที่ 9: ล้านนา Melody
 วัสดุ: ไม้กลึง เสื่ออ่อน ชันโตก
 ผู้ประสานงาน: นายประดิษฐ์ วงศ์สุวรรณ
 ที่อยู่: 99/1 หมู่ 12 ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง

Old Product Doll figure	Sketch Product	New Creative Product Lanna Melody
	 This picture shows sketch of product with its components.	 This product is made of combination doll figure and weaving bamboo craft and music box.

ชาวล้านนา หรือ “คนเมือง” มักใช้ขันโตก หรือ สะโตก เป็นภาชนะสำหรับวางเสิร์ฟอาหาร เพื่อล้อมวงรับประทานอาหารร่วมกัน จึงเป็นของที่ระลึกที่สามารถตั้งโชว์ หมุนได้ตามจังหวะเสียงเพลงบรรเลง ตีตามบัตร์เสียงปาทกา แนวคิดล้านนา Melody เริ่มจากการประดิษฐ์ตุ๊กตารักของตกแต่งจิวที่ทำด้วยไม้กลึง โยนลวดลายด้วยฝีมือแพ้นทีส เช่น น้ำตัน ชันโตก กรอติบข้าว ไปเสียบกับเหล็กที่ติดไว้ตรงฐานไม้ตกแต่งด้วยงานสานไม้ไผ่ นำของแต่ละชิ้นมารวมกันเพื่อตกแต่งบนกล่องดนตรีที่สะท้อนอัตลักษณ์ล้านนาในชื่อ “ล้านนา Melody”

ชื่อสินค้าหัตถกรรมลำดับที่ 10: โคมไฟแจกันดอกไม้ไฟ
 วัสดุ: ไม้ไผ่
 ผู้ประสานงาน: นางชิสรา เกษวิรัตน์กุล
 ที่อยู่: 51 หมู่ 1 ตำบล ป่าบาง อำเภอสารภ จังหวัดเชียงใหม่

Old Product Weaving Bamboo Strip Flower	Sketch Product	New Creative Product Bamboo Flower Vase Lamp
		
	This picture show external part of the lamp.	This product is made of dyed rattan assembled with weaving bamboo strip flower.

คำขวัญ “เสน่ห์หลายสาน สรรสร้างงานไม้ไผ่” เนื่องจากสะท้อนอัตลักษณ์ของบ้านป่าบางหรือ ป่าบางจ้อย โคมไฟแจกันดอกไม้ไฟ เริ่มจากนำไม้ที่เตรียมมาตัดเป็นแผ่นกลมสองแผ่น เพื่อใช้ทำฐานและส่วนด้านบนของโคม นำไผ่หว่ายตัดให้มีขนาดพอดีกับความสูงของโคมมีย้อมสีน้ำตาล เส้นดอกสำหรับทำดอกไม้ย้อมสีน้ำตาลแล้วนำมาสานเป็นดอกกุหลาบ ดอกพิชุล และดอกฝั้น มาประกอบเป็นข้อปักตรงกลางของฝาโคมให้สวยงาม จากนั้นนำไผ่ใหม่มาตัดเป็นส่วนของโคม แล้วนำส่วนหัวและท้ายมาประกอบเข้าด้วยกันทั้งสามชิ้นเป็นรูปทรงโคมไฟ และนำกล่องใส่ถ่านติดไว้ตรงท้ายด้านล่างเพื่อใช้เปิด-ปิดไฟให้แสงสว่างดูอ่อนหวาน

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสินค้าหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวายโดยชุมชน” ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าสินค้าหัตถกรรมใหม่ทั้ง 10 ชิ้น ซึ่งเกิดจากการสร้างสรรค์ของชาวบ้านที่ไม่จำกัดว่าต้องอาศัยอยู่ในพื้นที่บ้านถวายเท่านั้น แต่เป็นผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรม (ผู้ผลิตสินค้า) เพื่อจำหน่ายในหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปท้ายสุดคงเหลือเพียง 10 กลุ่ม ๆ ละ 3-5 คน ที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมจนครบ (ปัญหาที่บางคนไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดโครงการนั้น เนื่องจากต้องผลิตงานให้ทันกำหนดเวลาตามคำสั่งซื้อของนายทุน) สามารถต่อยอดพัฒนาความรู้จนสามารถพัฒนาสินค้าหัตถกรรมได้ 10 ชิ้น โดยเข้าร่วมการประกวดและจัดแสดงโชว์สินค้าหัตถกรรมต้นแบบปัจจุบันได้ว่าเป็นการต่อยอดจากสินค้าหัตถกรรมเดิม ซึ่งเกิดจากการได้รับความรู้เชิงวิชาการ การถอดองค์ความรู้เพื่อค้นหาสินค้าหัตถกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ เพื่อสร้างเรื่องเล่า (Storytelling) เพื่อเป็นสร้างมูลค่าเพิ่ม เสริมคุณค่าทางการตลาด เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าหัตถกรรม นับว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวาย สอดคล้องกับแนวคิดอัตลักษณ์หัตถกรรมไทย (การิด, 2556) แบ่งเป็น 2 องค์ประกอบ คือ 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของการใช้มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Asset) 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของการใช้ข้อมูลความต้องการจากกลุ่มผู้บริโภค (Market Oriented) คนวิจัยเห็นว่าสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย จัดอยู่ใน กลุ่มที่ 1 Cultural Intensive Product (CIP) หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการที่เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของการใช้มรดกทางวัฒนธรรม บัณฑิตแห่งความสำเร็จสำหรับผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ประกอบไปด้วย ความสามารถในการระบุและการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ชัดเจน การบริหารจัดการด้านทรัพยากรทางปัญญา และการจัดการทักษะและฝีมือแรงงาน ผู้ประกอบการงานฝีมือและหัตถกรรมในบ้านเราส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มนี้ แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะบัณฑิตแห่งความสำเร็จด้านการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคแบบ Niche คือจุดอ่อนที่สำคัญของผู้ประกอบการเหล่านี้ และเป็นปัญหาที่แก้ไม่ตกมาจนถึงทุกวันนี้ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การเพิ่มองค์ความรู้ทางวิชาการ เสริมความแกร่งด้านการออกแบบ แนวคิดการตลาดให้กับผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมจึงเป็นแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

ผลการวิจัย พบว่า หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุน ส่งเสริมและหาตลาดรองรับสินค้าหัตถกรรมของชุมชน ให้ความช่วยเหลือในด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ (social media) สอดคล้องกับผลงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจชุมชน กรณีศึกษา หมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่” (บงกช, 2558) สะท้อนปัญหาและอุปสรรคไปในทิศทางเดียวกันว่า คนในชุมชนหมู่บ้านถวาย ยังขาดความรู้ความเข้าใจ เรื่องธุรกิจชุมชน/การขาดแหล่งเงินทุน/ความผันผวนทางเศรษฐกิจ การมีเอจี่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว/ปัญหาความขัดแย้งภายในชุมชน/ปัญหาจากนายทุน โดยเสนอแนะว่า ในการสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชนหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ควรได้รับการสนับสนุนงบประมาณ กองทุน และวัสดุอุปกรณ์จากหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาธุรกิจชุมชน/ควรได้รับความร่วมมือและประสานงานจากเจ้าหน้าที่และนักวิชาการจากหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาธุรกิจชุมชน และควรได้รับข่าวสาร เรื่องธุรกิจชุมชนและข้อมูลด้านการส่งเสริมอาชีพ

จากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมออีกได้รับการสนับสนุนจากผลการศึกษา เรื่อง “แนวทางการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนบ้านแก้วแล่น้อยและบ้านแก้วแลหลวง อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่” (นศรา, 2558) เสนอแนะว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนควรมีแนวทางการจัดการความรู้ที่เพิ่มความเหมาะสมอย่างยั่งยืน ประมวลและกลั่นกรองความรู้ รวบรวมเรียบเรียงสรุป ข้อมูลกระบวนการงาน แกะสลักให้เป็นความรู้ที่ชัดเจนและจัดทำให้อยู่ในรูปแบบของสื่อวีดิทัศน์ นิตยสาร นิตยสาร หรือ เว็บไซต์ เพื่อให้องค์ความรู้ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่กับชุมชนและสังคม พัฒนาธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ สมาชิกในชุมชนให้ความสำคัญสืบทอด อนุรักษ์และพัฒนางานหัตถกรรมไม้แกะสลักให้คงอยู่และเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้

ส่วนปัญหาและอุปสรรค พบว่า แม้ว่ากลุ่มเป้าหมายจะมีความสนใจและยินดีที่จะให้ความร่วมมือในการสร้างสรรค์สินค้าหัตถกรรมแบบใหม่ ๆ ก็ตาม แต่ส่วนใหญ่มีภาระหน้าที่กับงานประจำ และภาระงานในบ้าน เนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่มีกทำงานที่บ้าน ในฐานะผู้ผลิต/ผู้ค้าส่ง โดยมีผู้ประกอบการร้านค้ามารับสินค้าไปจำหน่ายต่อในหมู่บ้านถวาย ดังนั้นเมื่อมีการรวมกลุ่มกันทำงานจากผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมทั้ง 3 กลุ่มคือ กลุ่มแกะสลักไม้ กลุ่มจักสาน และกลุ่มของใช้ทอผ้า ซึ่งหมู่บ้านพักอยู่กับคนละพื้นที่ซึ่งห่างไกลกัน ทำให้เกิดปัญหาด้านการติดต่อสื่อสาร การเดินทาง เช่น กลุ่มแกะสลักไม้บ้านถวาย กลุ่มบอสด้าย กลุ่มบอบลาย บ้านขุนคง ตำบลขุนคง อำเภอหางดง กลุ่มจักสาน บ้านป่าบง อำเภอสารภี กลุ่มไม้กลึง กลุ่มตุ๊กตาประดิษฐ์ บ้านตองกาย อำเภอหางดง เป็นต้น จึงทำให้เกิดความล่าช้า ประกอบกับการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการสำหรับกลุ่มตัวอย่าง มักเป็นการเสริมสร้างความรู้เชิงวิชาการและต้องมีการระดมความคิดเห็น เน้นการมีส่วนร่วม ทำให้ต้องใช้เวลาร่วมวัน หรือหลายวัน ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องหยุดงาน อาจส่งผลให้ผลผลิตสินค้าไม่ทันตามคำสั่งซื้อ จึงทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอด คณะทำงานจึงเสนอให้กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรมีการจัดสรรงบประมาณเป็นค่าชดเชยรายได้ต่อวัน เพื่อไม่ให้กระทบกับรายได้ประจำของกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้เกิดความยั่งยืนสำหรับผู้ประกอบการที่ไม่ได้มีร้านค้าเป็นของตนเอง การดำเนินกิจกรรมในรูปของธุรกิจชุมชนที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากนัก ก็น่าจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการรายเล็กและชาวบ้านอย่างแท้จริง กล่าวคือธุรกิจชุมชนเป็นหนึ่งในกิจกรรมของการพัฒนาชุมชนโดยอาศัยพลังของชุมชนในการบริหารชุมชนของตนเอง ซึ่งเป็นรากฐานหลักของการพัฒนาของประเทศอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นความหวังสำคัญของทางราชการในการฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชน จนถึงกับประกาศเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ของกระทรวงมหาดไทยซึ่งตรงกับความต้องการของนักวิชาการ และองค์กรพัฒนาเอกชนที่ต้องการให้ธุรกิจชุมชนเป็นตัวนำในการทำให้ชุมชนเข้มแข็งด้วยการดึงดูดรายได้จากภาคเมืองเข้าสู่ภาคชนบท โดยอาศัยภูมิปัญญาและทรัพยากรที่มีอยู่มากมาย แต่ในการที่จะพัฒนาชนบทหรือพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้มีความยั่งยืนได้นั้น ควรมีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาภายใต้หลักแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นแก่นแนวคิดในการสร้างเศรษฐกิจชุมชนและความเข้มแข็งของชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาแบบเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางหนึ่งในการกระจายรายได้ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น (สมศิริ, 2546) กล่าวคือ “เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช รัชกาลที่ 9 ทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทย

มาโดยตลอดนานกว่า 25 ปีตั้งแต่อ่อนเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ไปนั้ปรัญญาซึ่่งการดำรงอยู่และ
 ปรกัฏบัตินของประชาชนในทุกะระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการ
 พัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทัน
 ต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และมหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
 ร่วมกันจัดกิจกรรมการเปิดตัว ประกวด และการจัดแสดงสินค้าหัตถกรรม ตามโครงการ “การศึกษา
 และพัฒนานิสัณห์หัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวายเป็นชุมชน” เมื่อวันที่ 28 กันยายน
 พ.ศ.2558 ณ ลานโปรโมชั่น 1 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่ชื่อว่า “งานสัณห์ศิลป์ถิ่น
 หัตถกรรมบ้านถวายเป็น” นับเป็นความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ (ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
 เชียงใหม่ ผู้อำนวยกรสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่ และภาคเอกชน
 (ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่) อีกทั้งได้รับความร่วมมือจากคณะกรรมการ
 ตัดสินการประกวดสินห์หัตถกรรมมีคู้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คนที่ไปนั้กวิชาการเชี่ยวชาญด้านการ
 ออกแบบ มีภูมิรู้ด้านงานศิลปะและเป็นตัวแทนส้อมวลชน มีการมอบ Gold Award (ลำดับที่ 10 โคม
 ไฟแจกันดอกไม้ไผ่) Silver Award (ลำดับที่ 8 โคมไฟ Lotus) ส่วน Bronze Award (สินห์หัตถกรรม
 อีอก 8 ชิ้น) ผลปรากฏว่าสินห์หัตถกรรมภายในงานได้รับความสนใจอย่างมากจากส้อมวลชนและ
 ประชาชนทั่วไป นับเป็นเป้กกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนได้เรียนรู้ในการบริหารจัดการและพัฒนา
 สินห์หัตถกรรมได้อย่างยั่งยืนตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศเพื่อ
 ส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวายเป็นและอาจต่อยอดเป็นสินห์หัตถกรรมที่ใช้ศิลปะสร้างสรรค์นำไปสู่
 สินห์หัตถกรรมได้ในอนาคต

		
President at opening ceremony San Sin Tin Hatthakam - Baan Tawai, Chiangmai”	Qualified Persons Are Committee of Handicraft Contest	Mr. Montree Piyakul (Chaing Mai Provincial Office of Tourism and Sport)

การปรับตัวของชุมชนบ้านถวายเป็น ในปี พ.ศ.2561 สอดคล้องกับประเด็นข้อเสนอแนะ จาก
 ผลการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสินห์หัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวายเป็นชุมชน” เริ่มจาก
 แนวคิดการจัดกิจกรรม “บ้านถวายเป็น จากไม้กลายเป็นทอง” (Amazing Golden Wood) ที่รวมอยู่ใน
 งานเดียวกันนี้คือ งาน “บ้านถวายเป็นหมู่บ้านหัตถกรรมสร้างสรรค์ ครั้งที่ 8” และ “งานหัตถกรรมล้านนา
 สร้างสรรค์ ครั้งที่ 1” ณ ย่านการค้าพาณิขย์บ้านถวายเป็น อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างวันที่

28 ธันวาคม พ.ศ.2560 – วันที่ 2 มกราคม พ.ศ.2561 ตั้งแต่เวลา 09.00–18.00 น. นับเป็นการบูรณาการการทำงานร่วมกันจากทุกภาคส่วนเพื่อเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจบ้านถวายให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง โดยมี สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย เป็นหลักในการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ ทำงานร่วมกับ ภาครัฐ ภาคเอกชน เช่น สำนักงานพัฒนาปิงนคร (องค์การมหาชน) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขตพื้นที่ 1 และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่) คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ สมาคมมัคคุเทศก์เชียงใหม่ “สืบเนื่องจากกระแสการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์มีมากขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง จึงต้องปรับตัวให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยใช้กลยุทธ์ทั้งเชิงพาณิชย์คือ การขาย การส่งออกสินค้า และเชิงท่องเที่ยวโดยชุมชนควบคู่กัน

นพินัฏร โกรฤกษ์ สำนักข่าววิทีนิวส์ เชียงใหม่ (2560) รายงานข่าวว่า นายสันต์ เดชะกัน นายกสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย กล่าวว่า แต่เดิมเมื่อมีการเปิดหมู่บ้านถวาย เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเต็มตัว ระยะเวลา 1-3 ปีแรก ช่วงของการจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก พ.ศ. 2549 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนหมู่บ้านถวายแบบเต็มตัวพำนักวัน นับว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก จากนั้นสถานการณ์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยน จากที่เคยขับรถจากต่างจังหวัดมาพักครอบครัว หันมาเดินทาง โดยใช้สายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) เพราะง่ายและสะดวก แต่การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเริ่มน้อยเพราะไม่มีรถส่วนตัว และต้องมาเช่าจักรยานในการเดินทาง ทำให้นักท่องเที่ยวเริ่มมีจำนวนน้อยลง ทางคณะกรรมการได้ร่วมปรึกษาและปรับแก้ปัญหา โดยมี การขออนุญาตเปิดเส้นทางรถโดยสารไปยังบ้านถวาย ซึ่งก็สามารถตอบโจทย์ได้ดี แก่นักท่องเที่ยว ต่อมาคิดว่าทำอย่างไรจะทำให้นักท่องเที่ยวได้อะไรมากกว่าการไปซื้อของที่นั่น จึงมีการทำการท่องเที่ยวแบบชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ในการฝึกผลิตชิ้นงาน หัตถกรรมเองและสามารถกลับบ้านเป็นของที่ระลึกได้ ซึ่งก็สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมจากการซื้อไปยังมีแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน ยอมรับว่าสินค้าหัตถกรรมมียอดขายลดลงกว่า 10% ซึ่งยอดขายสินค้าของบ้านถวายที่มากกว่า 700 ล้านบาทต่อปี แม้ไม่เหมือนก่อน แต่ทางคณะกรรมการพยายามหาทางเพิ่มมูลค่าสินค้า การออกแบบแพคเกจสินค้า และรู้เท่าทันสถานการณ์ โดยมี การสื่อสารข้อมูลระหว่างกันของสมาคมด้านการท่องเที่ยวต่างๆ โดยร่วมกับเครือข่ายด้านหัตถกรรมในพื้นที่ใกล้เคียง อาทิ ไม่แกะสลักจาก บ้านทา บ้านหลุก บ้านสบเมย เครื่องปั้นดินเผา จากบ้านเหมืองงู เครื่องเงิน จากบ้านวัวลาย เครื่องจักสานบ้านป่าบง หัตถกรรมร่มจากบ้านบ่อสร้าง ผ้าขึ้นต้นจากจากอำเภอแม่แจ่ม และผ้าทอ บ้านดอนหลวง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน นิสินค้าหัตถกรรมมาจัดจำหน่ายและแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ประจำปีของชุมชนหัตถกรรมในภาคเหนือ การแข่งขันงานแกะสลักไม้ การปั้นหม้อดินเผา การวาดลายร่ม การสานกำวย (ตะกร้า) การทำทองประดับกระจก และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการผลิตขั้นตอนของงานหัตถศิลป์ที่นักท่องเที่ยวทำเสร็จแล้วสามารถกลับบ้านไปเป็นของที่ระลึกจากงานฝีมือของตนเองได้ด้วย นอกจากนี้ภายในชุมชนจะมีการนำนักท่องเที่ยวชม หมู่บ้านพิพิธภัณฑ์ไม้แกะสลัก ในลักษณะการท่องเที่ยวแบบชุมชนที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม โดยคนในชุมชนจะพร้อมใจกันใส่ชุดพื้นเมือง (นพินัฏร, 2560) กิจกรรมดังกล่าวนี้ เป็นไปในทิศทางเดียวกับข้อเสนอแนะของงานวิจัยที่ต้องการให้ชุมชนบ้านถวาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการย่านสองฝั่งคลอง (ผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม)

ควรหันกลับมาทบทวนว่าต้องเรียนรู้เรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - Based Tourism) (ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2551) คือการท่องเที่ยววิถีที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน เนื่องจากคณะวิจัยพบว่าชุมชนบ้านถาววยยังไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคเหนือ ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2551 โดยชุมชน 35 ชุมชนใน 7 จังหวัดภาคเหนือ เป็นตัวแทนของชุมชนสมาชิกในด้านการประสานงานจากภาครัฐ และประชาสัมพันธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมาจากการความต้องการของชุมชนสมาชิกอย่างแท้จริง ปัจจุบันเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคเหนือจัดทะเบียนเป็นองค์กรนิติบุคคลในนาม “สมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคเหนือ” และต่อมาได้เพิ่มบทบาทในการขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกภาคทั้งประเทศแล้ว จากข้อมูลเว็บไซต์ของ ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า ชุมชนภาคเหนือ ที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มี 9 แห่ง คือ 1) ชุมชนบ้านเกาเดื่อ หมู่ 3 ตำบลบ้านปาง อำเภอลำดอง จังหวัดลำปาง 2) ชุมชนบ้านถาววย หมู่ 5 ตำบลเชียงดาว อำเภอลำดอง จังหวัดเชียงใหม่ 3) ชุมชนบ้านหัวทุ่ง หมู่ 14 ตำบลเชียงดาว อำเภอลำดอง จังหวัดเชียงใหม่ 4) ชุมชนบ้านแม่กาบอง หมู่ 3 ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ 5) ชุมชนบ้านแม่กลางหลวง หมู่ 17 ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ 6) ชุมชนบ้านผาหมอน หมู่ 8 ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ 7) ชุมชนบ้านดอยปุย หมู่ 11 ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 8) ชุมชนบ้านผาแตก หมู่ 10 ตำบลสบเปิง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ 9) ชุมชนบ้านเวียงแหง หมู่ 4 ตำบลเมืองแหง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

ดังนั้น หากหมู่บ้านถาววย อำเภอลำดอง จังหวัดเชียงใหม่ นิรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) มาปรับใช้อย่างเต็มรูปแบบ จนกลายเป็นวิถีชีวิตของคนในชุมชนอย่างแท้จริง ก็จะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แทนที่จะเป็นงานเฉพาะกิจ แบบปีเว้นปี 2-3 วัน หรือ 5-7 วัน อย่างที่หน่วยงานภาครัฐนิยมจัดแบบสนองนโยบายและเพื่อชิงงบประมาณ จนบางครั้งถูกมองว่า เป็นการดำเนินงานที่ไร้ประโยชน์ คือได้ผลไม่คุ้มค่ากับการลงทุนที่สูงเกินจริง ก็จะเปิดโอกาสให้แนวทางของการพัฒนาบ้านถาววยให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ เนื่องจากกระแสการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปมาก อีกทั้งยังเป็นตัวชี้วัดได้ว่า งานสาธิตศิลปวัฒนธรรมบ้านถาววย จะสามารถส่งเสริมการเป็น เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ (Chiang Mai Creative City) อย่างไป นุสรธรรมได้ มากนัก อยู่เพียงใด

เอกสารอ้างอิง

- การดี เลียวไพโรจน์. (2556). *อัตลักษณ์หัตถกรรมไทย*. สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/484496>
- ครุฑชิต พุทธิโกษา. (2558). *คู่มือการพัฒนาชุมชนแห่งการเรียนรู้ฉบับสมบูรณ์*. สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2560, จาก http://www1.nrct.go.th/downloads/sci_adviser/manual_develop_community.pdf

- นพินวัตร ไกรฤกษ์. (2560). *เตรียมจัดยิ่งใหญ่ !! บ้านถวายเป็นบ้านหัตถกรรมสร้างสรรค์ ครั้งที่ 8 ระหว่าง 28 ธ.ค.-2 ม.ค.ควบคู่งานหัตถกรรมล้านนาสร้างสรรค์*. สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.tnews.co.th/contents/392443>
- นิศรา จันทรเจริญสุข. (2558). แนวทางการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนบ้านก๊วแลน้อยและบ้านก๊วแลหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 3(1), 49-55.
- บงกช สุทัศน์ ณ อยุธยา. (2558). ปัจจัยความสำเร็จของ“ธุรกิจชุมชน”กรณีศึกษาบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. *เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ “พะเยาวิจัย ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2558”*. วันที่ 29-30 มกราคม 2558. อาคารเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2557). *"บ้านถวาย" คลาสสิก...ไม่สิ้นมนต์ รีแบรนด์ดังสู่ท่องเที่ยวหัตถกรรม*. สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2560, จาก http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1413033013
- วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. (2548). *หลักการและแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพมหานคร: แอ๊ปป่าพรพนิต กรุ๊ปจำกัด
- ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2551). *กว่าจะมาเป็น “เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน”* สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://thaicommunitybasedtourismnetwork.wordpress.com/cbtcommunity/northcommunity/>
- สมศรี จินะวงษ์. (2546). การวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้กิจกรรมทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ในชุมชนที่ใช้แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง. *วารสารวิธีวิทยาการวิจัย*, 16(2), 350-357.
- อรรณ วานิชกร. (2556). องค์ความรู้ ภูมิปัญญาไทย: การออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ (สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 15(2), 30.

ภาษาอังกฤษ

- Thanitbenjasith, P., Sudasna Na Ayudhaya, B., Mekapat, S. and Chalai, M. (2017). The Stakeholders Management for the Sustainable Tourism- based Creative Economy Management and Development: The OTOP Tourism Village, Thailand. *International Journal of Economic Research* 4, 23-36.