

<b>ชื่อโครงการ (ภาษาไทย)</b>	การค้นหาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตงจังหวัดเชียงใหม่
<b>(ภาษาอังกฤษ)</b>	The Investigation of Community Product Identity Based on Creative Economy in Mae Tang District, Chiang Mai Province
<b>ชื่อผู้วิจัย</b>	อาจารย์ เกษม กุณาศิริ ผศ. ชนิตา พันธุ์มณี ผศ.ดร. สมบัติ สิงฆราช
<b>ระยะเวลาที่ทำวิจัย</b>	ตุลาคม 2557 – มกราคม 2559
<b>ผู้สนับสนุนการวิจัย</b>	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

### บทคัดย่อ

ในการศึกษาการค้นหาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตงจังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เกิดจากความร่วมมือกันของคนในชุมชน เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาได้ทำการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างสำหรับผู้ผลิตสินค้าชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 415 ราย รวมถึงข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารที่ได้เก็บรวบรวมไว้แล้ว จากนั้นได้ทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ภายในอำเภอแม่แตงมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายประเภท โดยสามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่มน ผ้าหรือเครื่องแต่งกาย เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ประเภทศิลปะประติมากรรมและของที่ระลึก และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

ในการคัดเลือกอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ได้เน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ของคนในชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในค้นหาอัตลักษณ์ท้องถิ่น และประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process) มาใช้ในการเลือกอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการคัดเลือกอัตลักษณ์ชุมชนพบว่า อัตลักษณ์ที่ถูกให้ความสำคัญเป็นลำดับที่หนึ่ง คือ ปาง

ช้างแม่ตะมาน (การท่องเที่ยว) รองลงมาคือ วัดบ้านเด่นสะหรีศรีเมืองแก่น (โบราณสถาน) การผลิตข้าวกล้องแบบธรรมชาติ (การเกษตร) ผ้าปักทำด้วยมือ (องค์ความรู้/ภูมิปัญญา) และพิธีสงฆ์น้ำพระพุทธรศตวรรษมณี (ด้านประเพณี/วัฒนธรรม)

จากนั้นได้ทำการคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจฯ และผลิตภัณฑ์ชุมชนนำร่อง โดยการดำเนินการจัดประชุมแบบมีส่วนร่วม ซึ่งพบว่า กลุ่มที่ได้รับการคัดเลือกคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวแต่น้ำแดงโม และกลุ่มประดิษฐ์ของชำร่วยบ้านห้วยชมพู่ และได้วิเคราะห์ถึงทัศนคติเกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและความเชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนส่วนใหญ่มีความยินดีที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนมากขึ้น หากรูปแบบของผลิตภัณฑ์แสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และให้ความสำคัญกับการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ในผลิตภัณฑ์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับทัศนคติในด้านอื่นๆ และในส่วนของ การวิเคราะห์ความเชื่อมโยง คนในชุมชนให้ความสำคัญสูงสุดในด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากภายในอำเภอแม่แตงนั้นส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทำการเกษตร รวมถึงมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์

นอกจากนี้ ได้มีวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยผลการศึกษาพบว่า ในด้านการตลาดสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าได้โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวแต่น้ำแดงโมอาจมุ่งเน้นไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้เกษียณอายุ และกลุ่มประดิษฐ์ของชำร่วยบ้านห้วยชมพู่ อาจมุ่งเน้นไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเด็ก เยาวชน หรือวัยทำงาน และผู้สูงอายุ ในด้านเทคนิคทั้งสองกลุ่มสามารถสร้างเทคนิคการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองซึ่งทำให้เกิดความแตกต่างและเกิดแนวคิดที่สร้างสรรค์ ในด้านการจัดการทั้งสองกลุ่มมีความสามารถในการบริหารจัดการที่มีคุณภาพทั้งในเรื่องการผลิตและการตลาด และในด้านการเงินทั้งสองกลุ่มมีความสามารถในการสร้างกำไรให้กับตนเอง และมีความสามารถในการลงทุนหรือขยายกิจการได้ในอนาคต

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งผลที่ได้รับคือ 1) สามารถนำผลิตภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นทำการเผยแพร่เพื่อทำให้เป็นที่รู้จักทั้งในระดับชุมชน ระดับจังหวัด และระดับประเทศ 2) สามารถผลักดันให้คนในชุมชนเกิดความร่วมมือในการที่จะช่วยกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) สามารถแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จที่เกิดขึ้นจริงและการก่อให้เกิดรายได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ 4) ทำการส่งเสริมในเรื่องของการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ ภายในอำเภอแม่แตง เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากแนวคิดที่สร้างสรรค์ภายในชุมชน ซึ่งจะก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชน