

กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการยกระดับของที่ระลึกจากงานประเพณีผิชนน้ำ
สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษา ตำบลนาซาว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
The Community Participation Process in Upgrading Souvenir Products from
the Phi Khon Nam Festival toward a Creative Economy:
A Case Study of Na Sao Subdistrict, Chiang Khan District, Loei Province, Thailand

อริศราวรรณ นิยมรัตน์จรูญ^{1*}

Arisaravan Niyomratjaroon^{1*}

สาขาวิชาการพัฒนาชุมชนและสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย¹

Community and Social Development Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Loei Rajabhat University¹

*Corresponding author, e-mail: Ari.niyomrat@gmail.com

วันที่รับบทความ: 10 เมษายน 2569; วันที่แก้ไขบทความ: 7 กรกฎาคม 2569; วันที่ตอบรับบทความ: 16 กรกฎาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการยกระดับของที่ระลึกจากงานประเพณีผิชนน้ำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษา ตำบลนาซาว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาบริบททุนชุมชน และสภาพปัญหาของของที่ระลึกจากงานประเพณีผิชนน้ำ และ 2. ศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการยกระดับของที่ระลึกสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง จำนวน 30 คน ประกอบด้วย แกนนำชุมชน หน่วยงานภาครัฐและภาควิชาการ นักปราชญ์ท้องถิ่นและผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม และการศึกษาเอกสาร วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและการตีความเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า ตำบลนาซาวมีทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมที่เข้มแข็ง โดยเฉพาะอัตลักษณ์ของงานประเพณีผิชนน้ำ ภูมิปัญญาด้านการประดิษฐ์หน้ากากและเครื่องแต่งกาย รวมทั้งความร่วมมือของคนในชุมชน อย่างไรก็ตาม ของที่ระลึกเดิมยังมีข้อจำกัดด้านรูปแบบ ความหลากหลาย การสื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรม และการเชื่อมโยงกับตลาดสมัยใหม่ กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนประกอบด้วย การร่วมวิเคราะห์ปัญหา การระดมความคิดเห็น การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดลองผลิต และการประเมินผลร่วมกัน ส่งผลให้เกิดของที่ระลึกรูปแบบใหม่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของประเพณีผิชนน้ำ สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังเสริมสร้างการเรียนรู้ ความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น และความเข้มแข็งของชุมชน และการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับของที่ระลึกบนฐานทุนทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ควบคู่กับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน, ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก, ประเพณีผีขนน้ำ, เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Abstract

This study, entitled Community Participation in Upgrading Souvenirs from the Phi Khon Nam Festival toward the Creative Economy: A Case Study of Na Sao Subdistrict, Chiang Khan District, Loei Province, aimed to 1. examine the local context, community capital, and existing challenges associated with souvenirs derived from the Phi Khon Nam Festival, and 2. investigate the community participation process in upgrading these souvenirs within the framework of the creative economy. A qualitative research approach was employed. Thirty key informants were purposively selected, comprising community leaders, representatives from government agencies and academic institutions, local wisdom holders and entrepreneurs, and community residents. Data were collected through semi-structured interviews, participant observation, focus group discussions, and documentary research. The data were analyzed using content analysis and interpretive descriptive analysis.

The findings revealed that Na Sao Subdistrict possesses substantial cultural and social capital, particularly reflected in the distinctive identity of the Phi Khon Nam Festival, indigenous knowledge of mask-making and traditional costume craftsmanship, and the strong collaborative spirit among community members. Nevertheless, the existing souvenirs were constrained by limited product design, insufficient diversity, inadequate communication of cultural narratives, and weak integration with contemporary markets. The community participation process encompassed collaborative problem identification, collective brainstorming, co-design and product development, prototype testing, and participatory evaluation. These processes resulted in the development of new souvenir products that effectively embody the unique identity of the Phi Khon Nam Festival while enhancing both their economic value and cultural significance. Furthermore, the participatory process strengthened community learning, fostered local pride in cultural identity, and reinforced community cohesion. The study concludes that community participation constitutes a fundamental mechanism for upgrading cultural souvenirs by integrating cultural capital with creativity. Such an approach not only adds value to local products but also contributes to the preservation of cultural heritage and the sustainable development of the community-based creative economy.

Keywords: Community Participation, Souvenir Products, Phi Khon Nam Festival, Creative Economy

บทนำ

ประเทศไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญ สามารถต่อยอดสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2559) ในช่วงปี พ.ศ. 2564–2568 ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง ผ่านการขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจ BCG Economy Model และนโยบายการส่งเสริม Soft Power ที่มุ่งยกระดับทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา

ท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าสูง ควบคู่กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ แนวโน้มการศึกษาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในช่วงเวลาดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนวัฒนธรรมผ่านการออกแบบ การเล่าเรื่อง (Storytelling) การสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชนและสร้างความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น

ประเพณีผีชนน้ำ ตำบลนาข้าว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนความเชื่อเกี่ยวกับความอุดมสมบูรณ์ ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ และวิถีชีวิตของชุมชน อีกทั้งยังเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดอัตลักษณ์และเสริมสร้างความสามัคคีของคนในท้องถิ่น (จุฑารัตน์ ธรรมรัตน์, 2562) ปัจจุบันประเพณีดังกล่าวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ของที่ระลึกกลายเป็นสื่อกลางสำคัญในการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมและสร้างรายได้แก่ชุมชน อย่างไรก็ตาม ของที่ระลึกส่วนใหญ่ยังประสบข้อจำกัดด้านการออกแบบ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ การสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการเชื่อมโยงกับช่องทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะตลาดดิจิทัล ทำให้ยังไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างเต็มศักยภาพ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565) แม้งานวิจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในช่วงปี พ.ศ. 2564–2568 จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ การสร้างแบรนด์ และการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมอย่างแพร่หลาย แต่ยังคงพบข้อจำกัดด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับ กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการยกระดับของที่ระลึกจากประเพณีท้องถิ่น โดยเฉพาะประเพณีผีชนน้ำ ซึ่งมีอัตลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเลย การศึกษาที่เชื่อมโยงกระบวนการมีส่วนร่วมตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การออกแบบร่วม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังมีจำนวนจำกัด จึงเกิดช่องว่างขององค์ความรู้ที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ความสำคัญกับการผสมผสานทุนทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการออกแบบ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และสามารถแข่งขันได้ในตลาดทั้งระดับประเทศและนานาชาติ (UNCTAD, 2010) ขณะเดียวกัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน เพื่อสร้างความรู้สึกรักเป็นเจ้าของ พัฒนาศักยภาพของคนในพื้นที่ และเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับแนวคิดสร้างสรรค์ร่วมสมัย (Pretty, 1995)

ดังนั้น การวิจัยเรื่อง "กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการยกระดับของที่ระลึกจากงานประเพณีผีชนน้ำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษาตำบลนาข้าว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย" จึงมุ่งศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาของที่ระลึกบนฐานทุนทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น และการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก อันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนและการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบท ทุนชุมชนเดิม และสภาพปัญหาของที่ระลึกงานประเพณีผีชนน้ำ ต.นาข้าว อ.เชียงคาน จ.เลย
2. เพื่อพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกงานประเพณีผีชนน้ำ ต.นาข้าว อ.เชียงคาน จ.เลย โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

การทบทวนวรรณกรรม

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) เป็นแนวคิดพื้นฐานของการพัฒนาชุมชนที่มุ่งให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในทุกขั้นตอนของการพัฒนา ตั้งแต่การร่วมวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินงาน การติดตามประเมินผล และการได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน (Cohen & Uphoff, 1980; ปาริชาติ วลัยเสถียร, 2543) แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) ที่มองว่าประชาชนควรมีสื่อธิในการกำหนดทิศทางการพัฒนาของตนเองมากกว่าการเป็นเพียงผู้รับนโยบายจากภาครัฐ (Pretty, 1995)

ในช่วงหลัง แนวคิดการมีส่วนร่วมได้พัฒนาไปสู่การสร้างนวัตกรรมร่วม (Co-creation) ซึ่งเน้นการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชน ภาครัฐ ภาควิชาการ และภาคเอกชน เพื่อร่วมกันออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Prahalad & Ramaswamy, 2004) การมีส่วนร่วมจึงไม่ได้หมายถึงเพียงการเข้าร่วมกิจกรรม แต่เป็นกระบวนการสร้างการเรียนรู้ร่วม (Collaborative Learning) การสร้างความเป็นเจ้าของ (Ownership) และการพัฒนาศักยภาพของชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

จากการสังเคราะห์แนวคิดดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย 5 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ (1) การร่วมวิเคราะห์ปัญหา (2) การร่วมวางแผนและออกแบบ (3) การร่วมดำเนินงาน (4) การร่วมติดตามและประเมินผล และ (5) การร่วมรับผลประโยชน์ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก

2.แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การยกระดับผลิตภัณฑ์ (Product Upgrading) หมายถึง กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มีมูลค่า และความแตกต่าง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Porter, 1990) โดยอาศัยการสร้างนวัตกรรม (Schumpeter, 1934) การออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการพัฒนาวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Kotler & Keller, 2016)

ภายใต้บริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) การสร้างมูลค่าไม่ได้เกิดจากวัตถุดิบเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการผสมผสานทุนทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การออกแบบ และนวัตกรรม เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และสามารถแข่งขันในตลาดได้ (UNCTAD, 2010) ในช่วงปี พ.ศ. 2564–2568 ประเทศไทยได้ผลักดันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านนโยบาย BCG Economy Model และ Soft Power โดยมุ่งใช้ทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน การยกระดับผลิตภัณฑ์จึงครอบคลุมทั้งการพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ การสร้างเรื่องเล่า (Storytelling) การสร้างแบรนด์ และการเชื่อมโยงกับตลาดดิจิทัล ตลอดจนการสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่ผู้บริโภค (Kaplinsky & Morris, 2001) กล่าวได้ว่า การยกระดับผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันเป็นกระบวนการบูรณาการ "ทุนทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการตลาด" เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืนให้แก่ชุมชน

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาที่เกี่ยวข้องในช่วงที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นสำคัญ พาขวัญ ทองรักษ์ และคณะ (2560) พบว่า การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการกำหนดมาตรฐานการผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์และสร้างรายได้อย่างเป็นรูปธรรม

นุชจรี ทิยะบุญ (2564) รายงานว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของตลาดมากขึ้น ทั้งด้านสูตรผลิตภัณฑ์ ขนาด บรรจุภัณฑ์ และการสร้างภาพลักษณ์ จนสามารถต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์ OTOP ได้

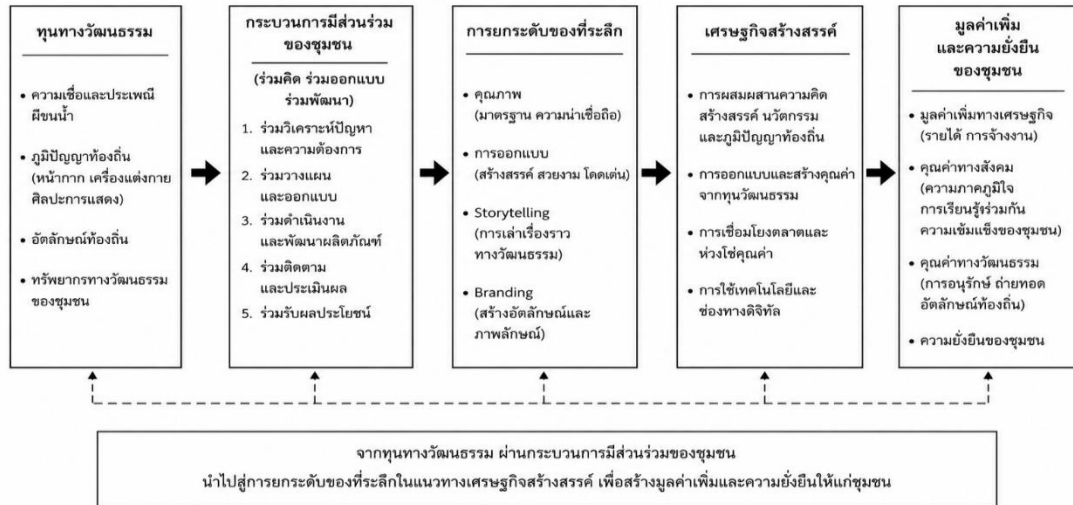
นอกจากนี้ งานวิจัย Kotler et al. (2017) ยังชี้ให้เห็นว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควรให้ความสำคัญกับการใช้ทุนทางวัฒนธรรม การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ การเล่าเรื่องอัตลักษณ์ (Storytelling) และการสร้างแบรนด์ควบคู่กับการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในระยะยาว จากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน เนื่องจากช่วยให้เกิดการบูรณาการองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมเข้าด้วยกัน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเพิ่มทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อันเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากงานประเพณีผิวน้ำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตารางที่ 1 การสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ประเด็น	แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน	แนวคิดการยกระดับผลิตภัณฑ์
เป้าหมาย	สร้างการมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของของชุมชน	เพิ่มคุณค่าและขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์
แนวคิดหลัก	Participation, Empowerment, Co-creation	Product Upgrading, Value Creation, Creative Economy
กระบวนการ	วิเคราะห์ปัญหา → วางแผน → ดำเนินงาน → ประเมินผล → รับผลประโยชน์	ออกแบบ → พัฒนาผลิตภัณฑ์ → สร้างแบรนด์ → การตลาด → เพิ่มมูลค่า
ทุนสำคัญ	คน เครือข่าย ภูมิปัญญา	วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม
ผลลัพธ์	ชุมชนเข้มแข็ง เรียนรู้ร่วมกัน	ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ สร้างรายได้และแข่งขันได้
จตุรรม	ใช้ทุนทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นฐานในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืน	

ที่มา: อริศราวรรณ นิยมรัตน์จรูญ (2569)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการยกระดับของที่ระลึกจากงานประเพณีผิชนน้ำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษา ตำบลนาข้าว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทและสภาพปัญหาของของที่ระลึกจากงานประเพณีผิชนน้ำ และศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการยกระดับของที่ระลึกสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

พื้นที่ดำเนินการวิจัย

พื้นที่วิจัย คือ ตำบลนาข้าว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ซึ่งเป็นพื้นที่จัดงานประเพณีผิชนน้ำและมีการผลิตของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 คน ประกอบด้วย 1) แกนนำชุมชน จำนวน 8 คน 2) ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและภาควิชาการ จำนวน 4 คน 3) ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการผลิตของที่ระลึก จำนวน 10 คน และ 4) ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 8 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม และการศึกษาเอกสาร โดยแบบสัมภาษณ์ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลภาคสนาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์	เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล/นำเสนอข้อมูล
1. เพื่อศึกษาบริบท ชุมชนเดิม และสภาพปัญหาของ	1. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง 2. การจัดสนทนากลุ่ม	1. นำข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสัมภาษณ์ คนในชุมชน การจัดสนทนากลุ่ม มาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

วัตถุประสงค์	เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล/นำเสนอข้อมูล
ที่ระลึกงานประเพณีผิชนน้ำ ต.นาข้าว อ.เชียงคาน จ.เลย		เพื่อนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบริบท ชุมชนคน เดิม และสภาพปัญหาของที่ระลึกงาน ประเพณีผิชนน้ำในปัจจุบัน 2. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มี ส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าของที่ระลึก งานประเพณีผิชนน้ำในปัจจุบัน ที่ได้มาจาก โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการสุ่ม ตัวอย่างแบบ สโนว์บอล (Snow Ball) มาทำ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อนำเสนอปัญหา อุปสรรคหรือ ข้อจำกัดในห่วงโซ่อุปทาน
2. เพื่อพัฒนาและยกระดับ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกงาน ประเพณีผิชนน้ำ ต.นาข้าว อ.เชียงคาน จ.เลย โดย กระบวนการมีส่วนร่วม ของชุมชน	1. การจัดประชุม 2. อบรมให้ความรู้ 3. กระบวนการมีส่วนร่วมของ ชุมชน ผู้แปรรูป และผู้เกี่ยวข้อง เพื่อหารูปแบบธุรกิจ (ร่วมค้นหา ปัญหา ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วม ดำเนินการ และร่วมประเมินผล)	1. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาตาม วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 นำไปสะท้อนให้กับ ชุมชน โดยการจัดประชุมกลุ่มย่อย ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการประชุมได้รับทราบ สถานการณ์ของที่ระลึกในพื้นที่ ร่วมกันคิด เพื่อค้นหาสาเหตุของการเกิดปัญหาดังกล่าว และร่วมวางแผนเพื่อการกำหนดแนว ทางการพัฒนาและยกระดับของที่ระลึก ในพื้นที่เป็นรูปธรรมต่อไป 2. นำผลการศึกษา มาวิเคราะห์ควบคู่กับ การจัดอบรมให้ความรู้และร่วมการจัดทำ รูปแบบการพัฒนาสินค้าต้นแบบ โดยการจัด เวทีหารือร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อหากลยุทธ์การพัฒนาที่เหมาะสมสำหรับ ชุมชน (ต้นแบบ)

ที่มา: อริศราวรรณ นิยมรัตน์จรูญ (2569)

ผลการวิจัย

ประเด็นที่ 1 บริบทและสภาพปัญหาของที่ระลึกงานประเพณีผิชนน้ำ

ผลการศึกษาพบว่า ตำบลนาข้าว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เป็นชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรมเข้มแข็ง โดยเฉพาะประเพณีผิชนน้ำซึ่งเป็นอัตลักษณ์สำคัญของชุมชน ประกอบกับทุนทางสังคม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเครือข่ายความร่วมมือของคนในพื้นที่ ซึ่งเอื้อต่อการพัฒนาของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม จากการสนทนากลุ่มพบว่าของที่ระลึกยังประสบปัญหาในหลายด้าน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปสภาพปัญหาของที่ระลึกงานประเพณีผีขนน้ำ

ประเด็น	สภาพปัญหา	ผลกระทบต่อการพัฒนา
1. การตลาด	จำหน่ายเฉพาะช่วงงานประเพณี ขาดตลาดออนไลน์	รายได้ไม่ต่อเนื่อง
2. การมีส่วนร่วม	ชุมชนมีส่วนร่วมเฉพาะบางกลุ่ม	ขาดแนวคิดใหม่
3. ระยะเวลาการผลิต	ผลิตเฉพาะก่อนงาน	ผลิตไม่ทันความต้องการ
4. คุณภาพผลิตภัณฑ์	มาตรฐานไม่สม่ำเสมอ	แข่งขันในตลาดยาก
5. ความปลอดภัย	เครื่องมือและวัสดุยังไม่มีมาตรฐาน	เสี่ยงต่อผู้ผลิต
6. เงินทุน	งบประมาณจำกัด	พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้จำกัด
7. ผู้สืบทอด	เยาวชนสนใจน้อย	ภูมิปัญญาเสี่ยงสูญหาย
8. วัสดุอุปกรณ์	วัสดุบางชนิดหายากและราคาแพง	ต้นทุนสูง
9. การประชาสัมพันธ์	ประชาสัมพันธ์เฉพาะช่วงเทศกาล	การรับรู้ต่ำ
10. จุดขายผลิตภัณฑ์	ไม่มี Storytelling และ Brand Identity	เพิ่มมูลค่าไม่ได้

ที่มา: อริศราวรรณ นิยมรัตน์จรูญ (2569)

เมื่อวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่าปัญหาสำคัญไม่ได้อยู่ที่ตัวผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการยังไม่สามารถแปลงทุนทางวัฒนธรรมของประเพณีผีขนน้ำให้เป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจผ่านการออกแบบ การสร้างแบรนด์ และการเล่าเรื่องของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

ประเด็นที่ 2 การพัฒนาและยกระดับของที่ระลึกโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาของที่ระลึกใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของประเพณี การระดมความคิดเห็น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การทดลองผลิต และการประเมินผลร่วมกัน ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สะท้อนอัตลักษณ์ของประเพณีผีขนน้ำได้ชัดเจน

2.1 การวิเคราะห์อัตลักษณ์ประเพณีผีขนน้ำ

ชุมชนร่วมกันวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของประเพณีผีขนน้ำก่อนนำไปออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

ตารางที่ 3 ผลการการวิเคราะห์อัตลักษณ์ประเพณีผีขนน้ำ

อัตลักษณ์	แนวทางนำไปออกแบบ
หน้ากากผีขนน้ำ	ใช้เป็นลวดลายหลักของผลิตภัณฑ์
สีแดง เหลือง เขียว ดำ	ใช้เป็นโทนสีหลัก
ลายเส้นหน้ากาก	นำมาพัฒนาเป็น Graphic Pattern
ความเชื่อเรื่องการปกปักรักษา	ถ่ายทอดผ่าน Storytelling
วัฒนธรรมชาติ	ประยุกต์ใช้ในงานหัตถกรรมร่วมสมัย

ที่มา: อริศราวรรณ นิยมรัตน์จรูญ (2569)

ผลการศึกษาพบว่า การนำอัตลักษณ์ดังกล่าวมาสู่การออกแบบ ช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงความเป็น "ผีขนน้ำ" ได้อย่างชัดเจน โดยไม่จำเป็นต้องลอกเลียนรูปหน้ากากทั้งหมด แต่ใช้การลดทอนลวดลาย (Stylization) ให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

2.2 ผลลัพธ์ก่อนและหลังการพัฒนา

ผลการวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์ได้รับการปรับปรุงในหลายด้าน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลลัพธ์ก่อนและหลังการพัฒนา

ก่อนพัฒนา	หลังพัฒนา
รูปแบบเรียบง่าย	เพิ่มลวดลายสีชนน้ำ
ไม่มีเรื่องราว	เพิ่ม Storytelling
บรรจุภัณฑ์ธรรมดา	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่
ไม่มีแบรนด์	สร้าง Brand Identity
ขายเฉพาะช่วงงาน	ขยายสู่ตลาดออนไลน์

ที่มา: อริศราวรรณ นิยมรัตน์จรูญ (2569)

2.3 กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่าการผลิตของที่ระลึกใช้กระบวนการ 6 ขั้นตอน ได้แก่

1. วิเคราะห์อัตลักษณ์สีชนน้ำ

2. ออกแบบลวดลายร่วมกับชุมชน

3. คัดเลือกวัสดุ

4. ผลิตต้นแบบ

5. ทดลองใช้และรับข้อเสนอแนะ

6. ปรับปรุงและผลิตจริง

การผลิตยังคงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน แต่ประยุกต์ร่วมกับเทคนิคการออกแบบร่วมสมัย ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม ใช้งานได้จริง และสามารถผลิตได้ในต้นทุนที่เหมาะสม

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยให้ผลิตภัณฑ์เกิดการพัฒนาทั้งด้านคุณภาพ อัตลักษณ์ และมูลค่าทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันยังส่งเสริมการเรียนรู้ร่วม การถ่ายทอดภูมิปัญญา และการสร้างความภาคภูมิใจของคนในชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ประเด็นที่ 1 บริบท ชุมชนเดิม และสภาพปัญหาของที่ระลึกงานประเพณีสีชนน้ำ ตำบลนาข้าว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ตำบลนาข้าว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีชุมชนที่สำคัญ โดยเฉพาะทุนทางวัฒนธรรมจากประเพณีสีชนน้ำซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสานกับทุนมนุษย์และทุนสังคมที่เอื้อต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (FGD) พบข้อจำกัดเชิงโครงสร้างในหลายมิติ ได้แก่ ด้านการตลาดที่ยังจำกัดเฉพาะช่วงเทศกาล ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิตที่ไม่สม่ำเสมอ ด้านความปลอดภัยและกระบวนการผลิตที่ยังขาดการควบคุม ด้านวัสดุอุปกรณ์และงบประมาณที่มีข้อจำกัด รวมถึงการประชาสัมพันธ์และการสร้างจุดขายที่ยังไม่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์เชิงสร้างสรรค์ได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในเชิงอภิปราย ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงช่องว่างระหว่าง “ทุนวัฒนธรรม” กับ “การสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ” อันเนื่องมาจากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ยังไม่ครอบคลุมในระดับการร่วมคิดและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พาขวัญ ทองรักษ์ และคณะ (2560) และ นุชจรี ทิยะบุญ (2564) ที่ยืนยันว่า การมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถยกระดับสู่เชิงพาณิชย์และเพิ่มมูลค่าได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากประเพณีสีชนน้ำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องบูรณาการทุน

วัฒนธรรมเข้ากับนวัตกรรมการออกแบบ การพัฒนามาตรฐานการผลิต และกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างเป็นระบบและมีพลวัต เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าอย่างยั่งยืนในระดับพื้นที่

ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นถึงสภาพปัญหาของที่ระลึกงานประเพณีผีขนน้ำ ตำบลนาข้าว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ที่ยังเผชิญข้อจำกัดหลายประการ ซึ่งสามารถอธิบายและเชื่อมโยงกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ โดยแนวคิดดังกล่าวเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

ประเด็นที่ 2 การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกงานประเพณีผีขนน้ำ ต.นาข้าว อ.เชียงคาน จ.เลย โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลนาข้าว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เป็นกลไกสำคัญในการยกระดับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากงานประเพณีผีขนน้ำ โดยมีลักษณะเป็นกระบวนการเชิงวงจรที่ครอบคลุมตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมออกแบบ ร่วมผลิต และร่วมสื่อสารคุณค่า โดยชุมชนมีบทบาทในการกำหนดแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานภูมิปัญญา ความเชื่อ และอัตลักษณ์ของประเพณีผีขนน้ำ การออกแบบผลิตภัณฑ์เน้นการดึงองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ของประเพณีมาประยุกต์ใช้ ขณะที่กระบวนการผลิตมีการผสมผสานเทคนิคดั้งเดิมกับองค์ความรู้สมัยใหม่ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์และคุณภาพ นอกจากนี้ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านการเล่าเรื่อง (storytelling) โดยชุมชนยังช่วยเพิ่มมูลค่าเชิงวัฒนธรรมและสร้างการรับรู้ต่อผู้บริโภค อันนำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความภาคภูมิใจ และความเข้มแข็งของชุมชนในระยะยาว



ภาพที่ 3: กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาของที่ระลึกงานประเพณีผีขนน้ำ

ที่มา: อริศราวรรณ นิยมรัตน์จรูญ (2568)



ภาพที่ 4: การสนทนากลุ่มร่วมกับผู้ประกอบการในชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ที่มา: คณะวิทยาการจากสาขาวิชาการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2568)



ภาพที่ 5: การออกแบบสัญลักษณ์ เพื่อการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ที่มา: อริศราวรรณ นิยมรัตน์จรรยา (2568)

ในเชิงอภิปราย ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอนสอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมที่เน้น “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ และร่วมรับผลประโยชน์” ซึ่งเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Cohen & Uphoff, 1980; ปาริชาติ วลัยเสถียร, 2543) และเอื้อต่อการเกิดพลังอำนาจของชุมชน (empowerment) ในการกำหนดทิศทางการพัฒนา นอกจากนี้ กระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ยังสะท้อนแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการบูรณาการ “นวัตกรรม คุณภาพ และอัตลักษณ์” (Porter, 1990; Kotler & Keller, 2016) ซึ่งสอดคล้องกับงานของพาขวัญ ทองรักษ์ และคณะ(2560) และ นุชจรี ทิยะบุญ (2564) ที่พบว่าการเปิดพื้นที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถยกระดับสู่เชิงพาณิชย์และเพิ่มมูลค่าได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากประเพณีผิชนน้ำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงควรยึดโยงกับกระบวนการมีส่วนร่วมเชิงลึก ควบคู่กับการพัฒนานวัตกรรม การออกแบบ การสร้างแบรนด์ และการสื่อสารคุณค่าเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งในมิติทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน



ภาพที่ 6: การยกระดับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกฯ เข้มกลัด, แก้วน้ำดื่ม และเสื้อโปโล
ที่มา: อริศราวรรณ นิยมรัตน์จรูญ (2569)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์

1. ควรนำกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มและอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน
2. หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของชุมชนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด และการสร้างแบรนด์ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้สามารถแข่งขันในตลาดได้
3. ควรส่งเสริมการบูรณาการองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ประเพณีผีขนน้ำ เข้ากับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างคุณค่าเชิงวัฒนธรรมควบคู่กับมูลค่าทางเศรษฐกิจ
4. ชุมชนควรพัฒนาระบบการจัดการผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ เช่น การควบคุมคุณภาพ มาตรฐานสินค้า และการบริหารจัดการกลุ่ม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค
5. ควรส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อขยายตลาดและเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพื่อประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากงานประเพณีผีขนน้ำอย่างเป็นรูปธรรม
2. ควรศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการสร้างแบรนด์และการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจน
3. ควรขยายพื้นที่ศึกษาไปยังชุมชนอื่นที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบกระบวนการมีส่วนร่วมและค้นหารูปแบบที่เหมาะสมในบริบทที่หลากหลาย
4. ควรศึกษาบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมการตลาดและการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ชุมชน

5. ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาและติดตามผลการยกระดับผลิตภัณฑ์ในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2559). ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา พิมพ์ครั้งที่ 3. ภาพพิมพ์.
- จุฑารัตน์ ธรรมรัตน์. (2562). *ประเพณีผีขนน้ำ: ความเชื่อและอัตลักษณ์ท้องถิ่น*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2564). การพัฒนาศักยภาพของแหล่งน้ำพุร้อนบ้านหนองเจริญ จังหวัดกาญจนบุรี สำหรับรองรับการท่องเที่ยวมูลค่าสูง. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 26(1), 146 - 167.
- นุชจรี ทิยะบุญ. (2564). รูปแบบการประกอบการสินค้าแปรรูปเกษตรกลุ่มสมุนไพร ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจยาหม่องสมุนไพรปลอดพิษพอน ตำบลยางเนิ้ง ตำบลหนองผึ่ง ตำบลสารภีอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 7(Special), 84 - 97.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร. (2543). *กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยพาขวัญ ทองรักษ์, วรภา วงศ์แสงธรรม, วรภา วงศ์แสงธรรม, สุภาพร พาเจริญ, จันทร์เพ็ญ บุตรใส และ รุ่งทิพย์ ไทยสม (2560). การพัฒนากระบวนการผลิตข้าวเกรียบมันเทศสู่การผลิตเชิงพาณิชย์โดยชุมชนมีส่วนร่วม. *Area Based Development Research Journal*, 9(4), 242 - 256.
- เมธา ทริมเทพาธิป. (2561). การมีส่วนร่วมในมุมมองหลังนวยุค. *มนุษยสังคมสาร (มสส.) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 16(3), 63 - 78.
- ยุวดี สิทธิพาที (2527). *ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ศึกษาเฉพาะกรณี กลุ่มผู้ใช้น้ำเพื่อการเกษตรกรรมโครงการปฏิรูปที่ดินสาธารณะประโยชน์ ดงเทพรัตน์ ต. ดงคอน อ. สรรคบุรี จ. ชัยนาท..* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2565*. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation's Place in Rural Development: Seeking Clarity Through Specificity. *World Development*, 8(3), 213 - 235.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). *A Handbook for Value Chain Research*. Institute of Development Studies.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Prahalad C, Ramaswamy V (2004), "Co-creating Unique Value with Customers". *Strategy & Leadership*, 32(3), 4 - 9. <https://doi.org/10.1108/10878570410699249>.
- Arts and Culture Journal of the Lower Moon River Vol. 15 No. 2 (May – August 2026)

- Pretty, J. N. (1995). Participatory Learning for Sustainable Agriculture. *World Development*, 23(8), 1247 - 1263. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(95\)00046-F](https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00046-F).
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.
- UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010: Creative Economy: A Feasible Development Option*. United Nations.
- UNESCO. (2013). *Creative Economy Report 2013 Special Edition: Widening Local Development Pathways*. United Nations Development Programme.
- World Health Organization, & UNICEF. (1978). *Primary Health Care: Report of the International Conference on Primary Health Care, Alma-Ata, USSR*. World Health Organization.