

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ต้องการศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงรายในกลุ่มผลิตภัณฑ์ 4 ชนิดคือ หัตถกรรมไม้แกะสลัก ของเล่นเด็ก เครื่องปั้นดินเผาเวียงกาหลง และผ้าทออำเภอเชียงแสน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมให้เป็นที่ต้องการของตลาดบนพื้นฐานอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้โดยให้ความหมายของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมคือการต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเน้นทักษะและหลักความรู้ทางศิลปกรรม โดยเน้นอัตลักษณ์ของชุมชน ทั้งนี้ประกอบกับการจัดการที่ดีและความเป็นมืออาชีพในการทำงาน

การศึกษาจากการสอบถามเรื่องผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงรายจากคนในจังหวัดเชียงรายเป็นส่วนใหญ่ พบว่าจุดเด่นของจังหวัดเชียงรายคือ พระธาตุดอยตุง พระตำหนักดอยตุง เมืองเก่าเชียงแสน อาหารพื้นเมือง ชนเผ่า สืบประวัติ ตามลำดับ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าจุดเด่นที่สำคัญของจังหวัดเชียงรายคือ ตุง จึงได้นำ ตุงไปเกิด มาเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม

การสอบถามผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 กลุ่มในเรื่องความต้องการในการฝึกอบรมกล่าวโดยสรุปคือ ต้องการทักษะวิทยาการออกแบบ ระบบโรงงานขนาดเล็ก การจัดการวัตถุดิบ ศิลปวัฒนธรรมล้านนา และยังแยกย่อยตามต้องการไปในแต่ละกลุ่มอีก โดยหัตถกรรมไม้แกะสลักต้องการอบรมเรื่องเครื่องมือหัตถกรรมเช่น เครื่องคว้าน เรื่องน้ำมันรักษาเนื้อไม้ กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาต้องการความรู้เรื่องเตาเผา เรื่องคุณภาพน้ำเคลือบ กลุ่มของเล่นเด็กต้องการทักษะการผสมผสานระหว่างตุ๊กตาผ้ากับไม้ไผ่ กลุ่มผ้าทอต้องการฝึกอบรมการทอผ้าที่ละเอียดและเรื่องสีของผ้าตลอดจนการทอผ้าที่ผสมเส้นใยอื่น ๆ

ปัจจัยหลักในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม คือ ความรู้ความเข้าใจเรื่องราวที่นำเสนอ การเข้าใจวัตถุประสงค์ของชุมชน ต้องเรียนรู้ข้อจำกัดและข้อได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ โดยมีปัจจัยของความสำเร็จผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมคือ ปัจจัยด้านการเรียนรู้ ปัจจัยด้านทักษะฝีมือ ปัจจัยด้านรสนิยมผู้ผลิต ปัจจัยด้านภูมิปัญญา ปัจจัยด้านระบบการจัดการความรู้ ปัจจัยเครือข่ายผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านวิถีชีวิตผู้ผลิต เหล่านี้คือหลักการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมประสบความสำเร็จ

## Abstract

This research aims to study and to develop the pattern of cultural products in Chaing Rai in response to the market desire with based upon Chaing Rai's identity. 4 categories of products namely carved - wooden handicraft , toy, pottery in Vieng Kaloung and Ciang San weaving cloth are subjects of this research. The meaning of cultural product developing of the research is to develop the products that existing in communities as well as emphasizing on the aspect of the artistic knowledge and skill . Chaing Rai's identity and being good and professional entrepreneur are mainly focused of the study.

The research study found that , according to the people who are living in Chaing Rai , in term of the important and outstanding products , the Phra That Doitung , Doi Tung Royal Villa, the ancient city of Chiang San, local foods, hill tribes, and pineapple are named respectively. It is found that the "tung" is significant as being a strength point in product designing. That why tung of the birth- year is the main driven in the cultural product development.

In term of the skill training needed by the entrepreneurs of the above 4 groups of the products, the designing skill, small business management, raw material management, Lanna arts and culture are identified. Further detail in the group of carved -wooden entrepreneurs, the training about tools are needed such as reamer and oil treated to preserve wood texture. For the group of pottery , the knowledge of brickkiln , glaze quality are needed. The group of toy products , the knowledge related to the integration of cloth doll and bamboo wood is needed. The last group, cloth weaving ones , training on the weaving method to produce delicate and fine texture cloth , the color matter as well as the mixture of other kinds of fibers in weaving are needed.

The important factors affecting cultural product design are the knowledge and understanding of the presentation , understanding the community purposes, the constraints and the competitive advantages of the product. The key success factors of cultural product are learning and experiences , skills, consumer taste, wisdom, knowledge management system, product network and the way of living of that entrepreneur.

---