

## บทความวิจัย (Research Article)

อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึกบ้านคลองรี จ.ชัยนาท  
ผลสัมฤทธิ์ของต้นแบบกระบวนการเชิงรุกอัตตะพะวัตต์In-depth Local Identities of Ban Khlong Ri Village, Chai Nat Province:  
Achievement of Dynamic Unique Modelศิริวิมล สายเวช\* เกียรติศักดิ์ เขียวมั่ง และมียอง ซอ  
Sirivimon Saywech\*, Kraingsak Khiaomang and Seo Miyoung

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นด้วยการบูรณาการใช้เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปลายทางคือออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางต้นแบบกระบวนการเชิงรุกอัตตะพะวัตต์ หรือ Dynamic Unique Model (DU Model) เป็นการวิจัยอย่างมีส่วนร่วม มีกลุ่มเป้าหมาย คือ ชุมชนบ้านคลองรี ต.ห้วยกรด อ.สรรคบุรี จ.ชัยนาท ผลวิเคราะห์จากเครื่องมือชิ้นที่หนึ่ง (แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง) ปรากฏอัตลักษณ์ขั้นต้นของบ้านคลองรี ได้แก่ ข้าว ตาล และปลาร้า จึงนำไปวิเคราะห์กับเครื่องมือชิ้นที่สอง (แบบสังเคราะห์ร่วมกับตัวแปร 12 เดือน 3 ฤดูกาล) พบว่า อัตลักษณ์ทั้งสามมีความเคลื่อนไหวสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนอย่างเป็นพลวัต ในช่วงกาลเฉพาะ คือ เดือนกุมภาพันธ์ อัตลักษณ์ทั้งสามจะมีความสมบูรณ์พร้อมกัน ชุมชนจึงนำมาใช้ประโยชน์ในกิจกรรมทำขนมเงินเส้นตาล ที่มีความเฉพาะทั้งรูปแบบ กรรมวิธี มีนัยแฝง สอดคล้องกับรายงานของเครื่องมือสังเคราะห์ให้เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น จากนั้นสรุปคัดเลือก ผลตาล เพื่อนำไปยกระดับด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หนึ่งในวิธีการยกระดับตามแนวทางของต้นแบบอัตตะพะวัตต์ ผลจากการทดลองทดสอบครั้งนี้ บ้านคลองรีได้แนวทางการทำผงเนื้อตาล ขนมเงินเส้นตาลอบแห้ง และชุดสีใหม่จากตาลที่วัดด้วยเครื่อง The Chroma Meter สรุปเป็นสีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึก มีชุดสีหลักและชุดสีรองใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ภาพลักษณ์ใหม่ และบริบทใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อช่วยสนับสนุนกิจกรรมทำขนมเงินเส้นตาลและสร้างทางเลือกให้ผู้มาเยือน สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

คำสำคัญ: อัตตะพะวัตต์ อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึก การยกระดับอัตลักษณ์

## Abstract

This research aims to enhance endemic identity by integrating scientific and technological tools, with the goal of community product design. According to the proactive process model approach, or Dynamic Unique (DU Model), it is participatory research. The target group was the Ban Khlong Ri community, Huai Krot Subdistrict, Sankhaburi District, Chainat Province, Central Thailand. A semi-

structured in-depth interview form revealed the primary identities of Ban Khlong Ri, namely rice, toddy palm and fermented fish, analysed with the second tool. The synthetic model, with 12-month, 3-season variables, found that the three identities dynamically corresponded to the way of life of the community. During a specific period, in February, all three identities were completed at the same time, and the community, therefore, used them for activities associated with Asian Palmyra Fruit Rice Noodle. This is unique in both form, process and connotation, and consistent with the tool's report, thus, synthesized into a local identity. The selection of sugar cane was then summarised for upgrading with scientific and technological processes, one of which was in accordance with the autodynamics model. The results of this experiment revealed that Ban Khlong Ri has a guideline for making palm sugar powder, dried brown vermicelli and a new colour set from Toddy palm, as measured with a Chroma meter. In summary, it is a deep, local identity colour. Primary and secondary colour combinations are available to design a visually new community product, consumption of which will occur in the future to help support the activities in making brown rice noodles and creating alternatives for visitors, in accordance with the objectives of the research.

**Keywords:** Dynamic unique model, Deep local identity, Identity enhancement

## บทนำ

ปี 2560 รัฐบาลมีแนวคิดส่งเสริมและผลักดันเมืองรอง ให้กลายเป็นจุดท่องเที่ยวไม่แพ้เมืองหลัก เพื่อขยายศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวของประเทศให้ก้าวไปอีกระดับ และเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มกระจายสู่เมืองรองมากขึ้น จึงเกิดโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อต้องการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นระดับรากหญ้า และทำให้เมืองรองไม่ใช่เมืองทางผ่านอีกต่อไป กระทั่งผลักดันให้ชุมชนได้มีส่วนร่วม เป็นผู้มีส่วนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทั่วประเทศจำนวน 3,273 ชุมชน และพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีคุณภาพและมาตรฐาน บนพื้นฐานเสน่ห์ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ที่ดัดแปลงให้เกิดมูลค่าเพิ่ม จำนวน 32,730 ผลิตภัณฑ์ งบลงทุนทั้งสิ้น 9,328,118,200 บาท (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2562)

จ.ชัยนาท จังหวัดเมืองรองในภาคกลางของไทย เป็นจังหวัดที่มีรายได้ต่ำกว่าร้อยละ 10 จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ประจำปีงบประมาณ 2560 - 2562 จากข้อมูลของระบบศูนย์ข้อมูลกลางเพื่อบริหารจัดการจัดเก็บและใช้ประโยชน์ กรมพัฒนาชุมชน แสดงให้เห็นว่ารายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ชัยนาท เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดในเขตตรวจราชการมีลำดับรั้งท้าย

**ตาราง 1** ผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ตามปีงบประมาณ 2560 - 2562

ผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ตามปีงบประมาณ				
จังหวัด	ปีงบประมาณ 2560	ปีงบประมาณ 2561	ปีงบประมาณ 2562	ร้อยละ
ลพบุรี	1,586,816,298.00	1,909,335,013.00	2,349,145,011.00	20.00
อ่างทอง	1,167,117,218.00	1,486,703,973.00	1,828,749,237.00	15.00
ชัยนาท	671,192,598.00	793,909,800.00	1,000,865,727.00	8.22
สิงห์บุรี	393,874,250.00	488,866,060.00	601,463,959.00	5.00

ที่มา: กรมพัฒนาชุมชน (2562)

หมู่ 6 บ้านหนองระกำ ต.เนินขาม อ.เนินขาม ได้ถูกคัดเลือกเป็น 1 ใน 50 ชุมชนต้นแบบของโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของ จ.ชัยนาท ซึ่ง อ.เนินขามมีกลุ่มเชื้อสายลาวเวียงที่มีศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตที่น่าสนใจ จากการลงพื้นที่สำรวจ OTOP นวัตวิถีบ้านหนองระกำ พบว่า พื้นที่ภายในจัดเป็นซุ้มร้านไม้ไผ่เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน อันได้แก่ ข้าวสารอัดก้อน จักสานไม้ไผ่ กะลามะพร้าวประดิษฐ์ และซุ้มเครื่องใช้ไม้สอยเพื่อแสดงวิถีชีวิตชาวนา ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ดูแลทราบว่า OTOP จุดนี้ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมเท่าที่ควร ไม่ได้มีการปรับปรุงพื้นที่ หรือ สร้างผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม ผู้ที่เข้ามาใช้บริการศูนย์ OTOP ส่วนใหญ่คือหน่วยงานในพื้นที่ ซึ่งจะแวะเวียนมาเมื่อมีการกิจหรือโครงการที่ต้องทำร่วมกับชุมชน ส่วนของผลิตภัณฑ์ชุมชนนอกจากจำหน่ายใน OTOP จุดนี้ ก็ส่งจำหน่ายที่ OTOP สวนนก



ภาพ 1 ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีบ้านหนองระกำ อ.เนินขาม จ.ชัยนาท

OTOP สวนนก และศูนย์ OTOP ศาลากลางจังหวัด เป็นสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่ามีผลิตภัณฑ์อยู่หลายประเภท อาทิ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าทอมือ อาหาร สิ่งประดิษฐ์ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ซึ่งมีภาพลักษณ์คล้ายกับผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายใน OTOP ของจังหวัดใกล้เคียง และคล้ายกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้สำรวจ เช่น จ.อุบลราชธานี และ จ.อำนาจเจริญ กระทั่งเป็นผลิตภัณฑ์ภาพซำกัที่ถูกลำมาจำหน่ายในงานออกร้านในพื้นที่กรุงเทพมหานคร



ภาพ 2 ผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ ศูนย์จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP สวนนก



ภาพ 3 ผลิตภัณฑ์ ณ ศูนย์จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP บริเวณจุดบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอำนาจเจริญ



ภาพ 4 ผลิตภัณฑ์ ณ ศูนย์จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP บริเวณตรงข้าม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

จากการวิเคราะห์จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า มีการนำทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการ นั้นแสดงถึงศักยภาพของชุมชนในการสรรหาวัตถุดิบ หรือ วิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ โดยที่หน่วยงานภาครัฐก็มักดูแลให้ความช่วยเหลือด้านงบประมาณและบุคลากร แต่มีจุดอ่อน คือ การนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญามาประยุกต์ใช้ด้วยวิธีการเหมือนกัน เลียนแบบกัน ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสินค้ามีความคล้ายคลึงกัน ตลอดจนประเภท รูปแบบการบริโภคที่เหมือนกัน ยกตัวอย่าง ข้าวสารอัดก้อน จากข้อมูลสถิติ จ.ชัยนาท สามารถปลูกข้าวได้ผลผลิตมากเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ นอกจากเก็บไว้บริโภค จำหน่ายโรงสี เพาะเมล็ดพันธุ์ ก็นิยมทำเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวสารอัดก้อน (สุนทร มณฑา, 2560) เพราะมีศักยภาพ สามารถทำตัวเอง (สนใจเกิดเทศ และฉะอ้อน เกิดเทศ, 2560) แต่ไม่ได้มีการแปรรูป หรือพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกอื่น ๆ ที่สร้างความแตกต่าง แปลกใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (ศุภวิษญ์ มาสาซ้าย และศิริวิมล สายเวช, 2560) และอีกเหตุผลคือ เพราะไม่รู้ว่าจะแปรรูปเป็นอะไร จะขายได้หรือไม่ เพราะวัตถุดิบในชุมชนเหมือนกัน (กลุ่มเกษตรกรทุ่งวัดสิงห์, 2560) จากการวิเคราะห์หากกลยุทธ์ใหม่จากสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ปัญหาหลัก ๆ ของชุมชนที่ส่งผลต่อผลิตภัณฑ์ คือ ขาดกระบวนการค้นหาอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่จะสามารถยกระดับใช้เป็นแนวทางสร้างสินค้าและบริการในรูปแบบเฉพาะ จึงส่งผลให้ชุมชนใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาแบบทำซ้ำและซ้ำไหล

จากปัญหาดังกล่าว จึงวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงรุกของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ วิธีการที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ เพิ่มขีดศักยภาพ เพื่อค้นหาอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นจากทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา สร้างแนวทางเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่น และแตกต่างในแต่ละพื้นที่ โดยยังคงความเป็นแก่นแท้เอาไว้ ขณะเดียวกันก็สามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขให้เป็นที่ไปตามพลวัต เพื่อสนองความต้องการของผู้มาเยือนได้

บทความนี้จะนำเสนอการยกระดับอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นด้วยการบูรณาการใช้เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากต้นแบบกระบวนการเชิงรุกอัตตะพลวัต หรือ Dynamic Unique Model (DU Model) (ความเป็นตัวตนในสภาวะที่เปลี่ยนแปลง) Dynamic Unique Model ซึ่งเป็นต้นแบบเครื่องมือใหม่ เกิดจากการทบทวนวรรณกรรม และศึกษาวิเคราะห์สังเคราะห์ในงานวิจัยช่วงแรก เป็นเครื่องมือที่จะช่วยชุมชนในการค้นหาอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น เรียนรู้กิจกรรมวิถีชุมชนตามรอบปฏิทิน 12 เดือน 3 ฤดูกาล ผลักดันเข้าสู่กระบวนการยกระดับเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึก เหมาะสมกับบริบทเมืองรอง หรือเมืองหลักที่ต้องการค้นหาเสน่ห์ และอัตลักษณ์ เพื่อนำมาต่อยอดในทางสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือเก็บเป็นฐานข้อมูลนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

### วัตถุประสงค์

เพื่อยกระดับอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นด้วยการบูรณาการใช้เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึก ด้วยต้นแบบกระบวนการเชิงรุก อัตตะพลวัต (DU Model)

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนบ้านคลองรีนับตั้งแต่การลงพื้นที่ การค้นหาอัตลักษณ์ การเฝ้าสังเกตการณ์เคลื่อนไหวของอัตลักษณ์ขั้นต้น การคัดเลือกและสร้างผลิตภัณฑ์ โดยมีผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์คอยให้ความช่วยเหลือ เสนอแนะ และแสดงความคิดเห็นอยู่เสมอ วิธีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย คือ วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จึงสรุปเลือก บ้านคลองรี หมู่ 4 ต.ห้วยกรด อ.สรรคบุรี จ.ชัยนาท เนื่องจากมีปัญหาตรงกับประเด็นโจทย์วิจัยคือ 1) เป็นชุมชนในจังหวัดเมืองรองที่มีสถิตินักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว ไม่ติด 3 อันดับแรกของภาค จากข้อมูลผลรวมผู้เยี่ยมเยือน ประเภทนักท่องเที่ยวและทัศนจาร ภาคกลางปี 2559 - 2561 2) เป็นชุมชนในจังหวัดเมืองรองของภาคกลาง ที่มีรายได้ต่ำกว่าร้อยละ 10 จากยอดขายผลิตภัณฑ์ OTOP ประจำปีงบประมาณ 2560 - 2562 จากข้อมูลของศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนสระบุรี และ 3) เป็นชุมชนในจังหวัดที่มีดัชนีความก้าวหน้าของคนติด 1 ใน 5 จังหวัดที่ต่ำสุดของประเทศ (Human Achievement Index – HAI) ในรายงานการวิเคราะห์สถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำในประเทศไทย ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเครื่องมือมีดังต่อไปนี้

1. เครื่องมือสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชน ใช้ในการลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อเก็บข้อมูลของผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดชัยนาท และใกล้เคียง มีการจดประเด็นสำคัญ การถ่ายภาพ วิเคราะห์ภาพลักษณ์เพื่อนำมาวิเคราะห์จุดอ่อน-จุดแข็ง SWOT และวิเคราะห์กลยุทธ์ TOWS Matrix เพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ในการแก้ไขประเด็นโจทย์วิจัย
2. ต้นแบบกระบวนการเชิงรุกอัตตะพลวัต Dynamic Unique Model ความเป็นตัวตนในสถานะที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งประกอบด้วย

2.1 เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (ชุดที่ 1) เป็นเครื่องมือเพื่อค้นหาอัตลักษณ์ขั้นต้น ใช้สัมภาษณ์ผู้นำ และปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 9 คน แบบสัมภาษณ์จะมีกรอบคำสำคัญ 6 คำ ที่ครอบคลุมใน 5 มิติ ได้แก่ มิติช่วงเวลา มิติสังคม มิติเศรษฐกิจ มิติสิ่งแวดล้อม และมิติวัฒนธรรม คำตอบที่ได้จะปรากฏข้อมูลขั้นต้น และข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ขั้นขยายความ เช่น สิทธิความเป็นเจ้าของวัฒนธรรม องค์กรความรู้และความเข้มงวดต่อการเปลี่ยนแปลงไปตามพลวัต ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ที่เป็นที่มาของชื่อ จิตวิญญาณและคุณลักษณะเฉพาะของคนใน

ชุมชน เป็นต้น เมื่อนำมาคิดวิเคราะห์จะปรากฏ การก่อรูปของอัตลักษณ์ขึ้นต้น และคิดสังเคราะห์จะปรากฏ คุณลักษณะสำคัญของบ้านคลองรีตรงตามหมวดหมู่และมีมิติได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

**ตาราง 2** กรอบคำสำคัญและวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูลของเครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้างชุดที่ 1

กรอบคำสำคัญ	วัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูล
1. ที่มาของชื่อชุมชน	เพื่อให้ได้ข้อสันนิษฐานที่มาของชื่อ ที่อาจเชื่อมโยงถึงสภาพภูมิศาสตร์ ผู้ก่อตั้ง ประวัติศาสตร์ เรื่องเล่าตำนาน
2. พื้นที่ทางกายภาพ	เพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพพื้นที่ทางกายภาพ จุดยุทธศาสตร์ ปัจจัยและการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ สภาพสังคม เศรษฐกิจ วิถีชีวิต และแนวปฏิบัติเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงพื้นที่
3. พิธีกรรมอาหาร	เพื่อให้ได้ข้อมูลลักษณะเฉพาะของระบบนิเวศทางธรรมชาติและใกล้ธรรมชาติ ระบบนิเวศเกษตร พิธีกรรมท้องถิ่น แหล่งอาหารของชุมชน
4. การทำมาหากิน	เพื่อให้ได้ข้อมูลองค์ความรู้และลักษณะอาชีพที่ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ วิถีชีวิตสัมมาอาชีพ กลุ่มแรงงาน ระบบเศรษฐกิจ อิทธิพล ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอาชีพ
5. เชื้อสายชาติพันธุ์	เพื่อให้ได้ข้อมูลลักษณะเฉพาะของกลุ่มเชื้อสาย กลุ่มลูกผสม วัฒนธรรมหลัก วัฒนธรรมย่อยตามท้องถิ่นและวัฒนธรรมย่อยตามอาชีพ
6. ความภาคภูมิใจในถิ่นฐาน	เพื่อให้ทราบทัศนคติทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อชุมชนของตน ซึ่งข้อมูลอาจเชื่อมโยงไปถึง ความเชื่อและความศรัทธา ผลผลิตจากทุนทางวัฒนธรรม

2.2 เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (ชุดที่ 2) ด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ ใช้สำหรับกลุ่มผู้ผลิตและต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 14 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลรายการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ชุมชนผลิตตั้งแต่อดีต และสถานภาพผลิตภัณฑ์ การคัดเลือกและใช้วัตถุดิบ กระบวนการผลิต กลยุทธ์การทำงาน จุดเด่น ลักษณะพิเศษ จุดอ่อนและจุดด้อยผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.3 เครื่องมือแบบสังเคราะห์ร่วมกับตัวแปร 12 เดือน 3 ฤดูกาล เพื่อนำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้างมาวิเคราะห์ร่วมกับตัวแปรที่กำหนด

ตามแนวทางของต้นแบบกระบวนการเชิงรุกอัตตะพลวัต เมื่อได้ผลวิเคราะห์จากทั้ง 3 เครื่องมือแล้ว ข้อมูลอัตลักษณ์ที่จับต้องได้ (Tangible Aspect) และจับต้องไม่ได้ (Intangible Aspect) จะถูกนำไประบุจำแนกสิ่งที่มองเห็นและที่มองไม่เห็นเสียก่อน แล้วจึงคัดเลือกเข้าสู่กระบวนการยกระดับให้เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึก ด้วยวิธีการ คือ 1) ระบุรายละเอียดของสิ่งนั้น โดยรวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร การถ่ายภาพ การยืนยันจากบุคคล อย่างครบถ้วน 2) การระบุความเฉพาะเชิงลึกจากพหุสัมพันธ์ทั้ง 8 ระดับ และ 3) การนำเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้เพื่อพิสูจน์และระบุค่าความเฉพาะเชิงลึกของสิ่งสิ่งนั้น ซึ่งสามารถทำตามทุกขั้นตอน หรือ เลือกวิธีการใดวิธีการหนึ่งที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่จะนำมาใช้



ภาพ 6 ต้นแบบกระบวนการเชิงรุกอรรถพลวัต (Dynamic Unique Model : DU model)

**ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย**

1. กิจกรรมสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (ชุดที่ 1) สัมภาษณ์ผู้นำ ประชาชนชาวบ้าน จำนวน 9 คน โดยการจัดเวทีประชาคมในชุมชน ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ มีผู้ร่วมสังเกตการณ์ และผู้บันทึกเทปปรายการ ผลการสัมภาษณ์เป็นชุดข้อมูลขั้นต้นและเชิงลึกของชุมชน แบ่งเป็น 6 หมวดหมู่ ครอบคลุมทั้ง 5 มิติ ที่มีความเชื่อมโยงกัน ดังนี้

ตาราง 3 ข้อมูลขั้นต้นและเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ ถูกจัดหมวดหมู่ให้สอดคล้องกับมิติ

กรอบคำสำคัญ	ข้อมูลขั้นต้น	ข้อมูลเชิงลึก	หมวดหมู่	มิติ
1. ที่มาของชื่อชุมชน	ประวัติศาสตร์ ตำนาน เรื่องเล่าขาน บุคคลสำคัญ	ข้อมูลการวิเคราะห์ตีความ ประเมินหลักฐาน และการเชื่อมโยงข้อเท็จจริงของที่มาของชื่อชุมชน	ประวัติศาสตร์ และเรื่องราว	มิติสังคม มิติวัฒนธรรม
2. พื้นที่ทางกายภาพ	สภาพภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน	ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ที่เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	สภาพพื้นที่ และสิ่งสรรค์สร้าง	มิติช่วงเวลา มิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม มิติเศรษฐกิจ
3. พิธีพรณอาหาร	พืชท้องถิ่น พืชเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศและอาหาร	พิธีพรณธัญญาหารตามช่วงกาลเวลาปกติและกาลเฉพาะ องค์ความรู้และวิถีอนุรักษ์ ทรัพยากร	ทรัพยากร ธรรมชาติ อาหาร และสิ่งแวดล้อม	มิติช่วงเวลา มิติสิ่งแวดล้อม มิติเศรษฐกิจ

กรอบคำสำคัญ	ข้อมูลขั้นต้น	ข้อมูลเชิงลึก	หมวดหมู่	มิติ
4. การทำมาหากิน	การสืบทอดจากบรรพบุรุษ ความรู้ และภูมิปัญญา อุปกรณ์เครื่องใช้ไม้สอย องค์ความรู้ดั้งเดิม และการ ประยุกต์ใหม่	สิทธิความเป็นเจ้าของอาชีพ ความสามารถในการผลิตซ้ำ องค์ความรู้ในการประกอบ สัมมาอาชีพ กลยุทธ์และ วิธีการรับมือต่อการ เปลี่ยนแปลง ความเข้มงวด สิ่งที่ยึดถือ	องค์ความรู้ อาชีพและการ งาน	มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม มิติวัฒนธรรม มิติช่วงเวลา มิติสิ่งแวดล้อม
5. เชื้อสายชาติพันธุ์	บรรพบุรุษ การสืบทอด วัฒนธรรมดั้งเดิมและพหุ วัฒนธรรม	สิทธิความเป็นเจ้าของ วัฒนธรรม	เชื้อสาย และ พหุวัฒนธรรม	มิติช่วงเวลา มิติสังคม มิติวัฒนธรรม
6. ความภาคภูมิใจใน ถิ่นฐาน	บรรทัดฐานทางสังคม ทัศนคติที่มีต่อชุมชนความรัก และแรงศรัทธาศูนย์รวมจิตใจ	จิตวิญญาณ คุณลักษณะ เฉพาะของคนในชุมชน	ความรัก และ จิตวิญญาณ	มิติสังคม

2. กิจกรรมการสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (ชุดที่ 2) ด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ สัมภาษณ์ผู้ผลิตและต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 14 คน โดยการจัดเวทีประชาคมในชุมชน มีผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ มีผู้ร่วมสังเกตการณ์ และผู้บันทึกเทปรายการ การสัมภาษณ์ ผลลัพธ์ที่ได้ คือ ชุดข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิต การตั้งราคา การวางจำหน่าย การใช้อัตลักษณ์เพื่อการออกแบบ และความสามารถในการผลิตซ้ำ

3. กิจกรรมนำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้างมาใช้ร่วมกับ เครื่องมือแบบสังเคราะห์ร่วมกับตัวแปร 12 เดือน 3 ฤดูกาล โดยให้ทั้ง 2 กลุ่มวิเคราะห์ร่วมกัน ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์สอดคล้องกับปฏิทิน (กาลปกติ) บ้านคลองรี จะปรากฏข้อมูลอัตลักษณ์ขั้นต้น และเมื่อวิเคราะห์กับรูปแบบวิถีชีวิตและพฤติกรรมในรูปแบบต่าง ๆ อย่างละเอียดในรูปแบบที่ต่างออกไปจากเดิม (กาลเฉพาะ) จะส่งผลให้เห็นการก่อรูปของอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยแสดงแก่นแท้ หรือนัยสำคัญไว้ ซึ่งสามารถระบุค่าความเฉพาะได้อย่างถี่ถ้วนตามที่เครื่องมือกำหนด

4. กิจกรรมการยกระดับอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึก เป็นการใช้อุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาเพื่อพิสูจน์และระบุค่าความเฉพาะเชิงลึกของอัตลักษณ์ ผลลัพธ์ที่ได้เป็นข้อมูลที่มีความถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของอัตลักษณ์เพื่อนำไปใช้ในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์

**การวิเคราะห์ข้อมูล** การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่วิเคราะห์ร่วมกับชุมชน โดยมีผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชน จำนวน 12 คน และผู้ร่วมสังเกตการณ์ 2 คน จัดประชุมวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีส่วนร่วม โดยให้ชุมชนได้เป็นผู้คัดเลือกข้อมูล จัดหมวดหมู่ ผู้วิจัยทำหน้าที่รวบรวมข้อมูล ให้คำแนะนำและเสนอแนะ ใช้วิธีการจัดกลุ่มชุดข้อมูลที่มีความคล้ายคลึง สอดคล้องกัน ยกตัวอย่างเช่น เมื่อถามถึงพื้นที่กายภาพ ก็จะปรากฏคำตอบที่หลากหลาย เช่น ต้นกำเนิดทางธรรมชาติ พืชพรรณอาหาร ระบบนิเวศ สามารถจัดข้อมูลให้อยู่ในหมวดสภาพพื้นที่และสิ่งสรรคสร้าง และหมวดหมู่ทรัพยากรธรรมชาติ อาหาร และ สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้เราสามารถสัมภาษณ์ซักถามประเด็นสำคัญ ขยายความลงลึกไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะแน่ใจในชุดคำตอบ และสามารถค้นหาหลักฐานมายืนยันได้ใน เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้างจะมีการจัดหมวดหมู่อย่างเป็นระบบเพื่อใช้บรรจุข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้ง 5 มิติ ให้ง่ายต่อการนำมาใช้วิเคราะห์และถอดเรียบเรียงเป็นเนื้อหาทางวิชาการอย่างถูกต้องและเข้าใจยิ่งขึ้น

## ผลการวิจัย

ผลการใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้างชุดที่ 1 ชุมชนให้ข้อมูลครบถ้วนทั้ง 5 มิติ เมื่อนำข้อมูลมาเรียบเรียงตามเนื้อหา 6 หมวดหมู่ สามารถวิเคราะห์เห็นการปรากฏรูปของอัตลักษณ์ขั้นต้น ได้แก่ ข้าว ตาล และปลาร้า เรียบเรียงดังนี้

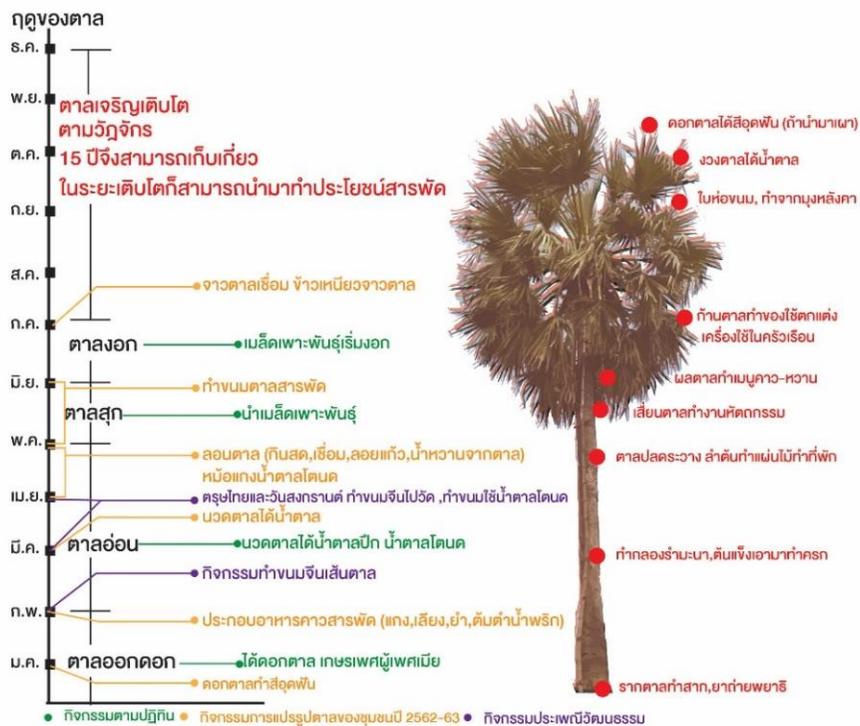
1. ที่มาของชื่อชุมชน บ้านคลองรี มาจากลักษณะทางกายภาพที่เป็นคลองแอ่งกระทะ มีทางน้ำไหลผ่านกลางหมู่บ้าน ช่วงเดือนเมษายน ฤดูฝนน้ำหลาก ชาวบ้านจึงขนานนามกริยาการไหลของน้ำว่า ไหลเร็วรี เมื่อปริมาณน้ำมาก ส่งผลให้ปลาจำนวนมากว่ายเร็วรีลงคลอง (คำว่า รี มาจาก เร็วรี ) จึงกลายเป็นที่มาของชื่อ บ้านคลองรี

2. ปริมาณน้ำมาก ทำให้ทรัพยากรแหล่งอาหารอุดมสมบูรณ์ มีน้ำเพียงพอต่อการทำเกษตร สามารถปลูกข้าว 2 ครั้งต่อปี คือ นาปรังช่วงเดือนพฤษภาคม – กันยายน และนาปี ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม มีพันธุ์ข้าวพื้นเมือง ได้แก่ พันธุ์ข้าวเหลืองอ่อน พันธุ์เหลืองกระบัง พันธุ์ตาแห้ง ชาวบ้านนำข้าวมาบริโภค แปรรูปเป็นอาหารทั้งคาว หวาน และเครื่องดื่ม ข้าวที่เก็บเกี่ยวได้จำหน่ายแก่โรงสี สร้างรายได้และกลายเป็นอาชีพหลัก นอกจากข้าว บ้านคลองรียังมีจำนวนปลาตามธรรมชาติมากชาวบ้านจึงมีกรรมวิธีแปรรูป คือ การทำปลาร้า

3. ปลาร้า ของบ้านคลองรีมีความพิเศษ คือ นิยมใส่อาหารคาวแทบจะทุกเมนู แม้กระทั่งไข่เจียว และคนที่ชื่นชอบ ชื่นชม ปลาร้าของตนเองมาก จนเอ่ยปากว่า “หากยังไม่ได้ชิมปลาร้าบ้านคลองรี อย่าบอกว่าปลาร้าที่อื่นอร่อย” (สุदारวรรณ ไทยอิม, 2563) ปลาที่นิยมนำมาทำปลาร้า คือ ปลามีเกล็ดขนาดเล็ก ไม่นิยมปลาขนาดใหญ่หรือขนาดใหญ่ มาทำ โดยกรรมวิธีที่ต่างจากภาคอีสาน คือการใช้ข้าวสารข้าวเจ้ามาหมัก ซึ่งภาคอีสานนิยมใช้ข้าวเปลือก ซึ่งการหมักด้วยข้าวสารจะทำให้รสชาติกลมกล่อม หากต้องการให้ปลาร้าได้ที่เร็ว ก็ใส่ข้าวสุกหรือการหมักด้วยหัวตาลลงไป

4. บ้านคลองรีอยู่ในพื้นที่ที่มีต้นตาลขึ้นเป็นจำนวนมาก ตาลบ้านคลองรี ขึ้นชื่อเรื่องการนำมาใช้ประโยชน์ได้แทบทุกส่วนตั้งแต่ยอดจนถึงราก สมัยก่อนมีอาชีพขึ้นตาล ซึ่งเป็นอาชีพสร้างรายได้รองจากการขายข้าว ผู้ที่ทำอาชีพนี้ต้องอาศัยทักษะและความชำนาญ บ้านคลองรีนิยมนำตาลมาใช้ประกอบอาหาร คาวหวาน ทำเครื่องใช้ไม้สอย สารพัด อาหารจากตาลสามารถทำขาย ทำเป็นของฝาก และประกอบในพิธีสำคัญ ๆ ของบ้านคลองรีนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นการอนุรักษ์วิถีขึ้นตาล และการนำของดีของชุมชนมาใช้ให้เกิดคุณค่า

ข้อมูลวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (ชุดที่ 2) ด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ บ้านคลองรีสามารถนำวัตถุดิบข้าวสารหอมมะลิมาบรรจุถุงสีสุญญากาศจำหน่ายเป็นข้าวสารอัดก้อน ขนาด 1 กิโลกรัมและ 5 กิโลกรัม ในราคา 35 บาท และ 175 บาท ช่องทางจำหน่าย คือที่โรงเรียนชานา และส่งจำหน่ายในตัวเมือง โดยมีช่วงระยะเวลาในการเตรียมผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ หลังฤดูเก็บเกี่ยว ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนพฤษภาคม และสามารถจำหน่ายได้ตลอดทั้งปี นอกจากนั้นยังมีต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากงบทโครงการวิจัยของหน่วยงานราชการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แป้งกล้วย ผลิตภัณฑ์สมุนไพรสูตรว่านหางจระเข้ ใบเตย และสูตรตาลโดนด พักข้าว ขมิ้นชัน ผลิตภัณฑ์น้ำมันรำข้าวสกัดเย็น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการใช้วัตถุดิบในชุมชน โดยเฉพาะ ข้าว และตาลโดนด ที่ชุมชนนิยมนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ เพราะสามารถแปรรูปเองได้ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร บ้านคลองรีนิยมนำตาลโดนดมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ขนมขุ่ยหนู (ขนมขึ้นหนูเนื้อตาล) ข้าวเหนียวหน้าควายลุย น้ำตาลโดนด เป็นต้น ซึ่งมีช่วงระยะเวลาในการนำแต่ละส่วนจากตาลมาใช้ประโยชน์แปรรูปแตกต่างกันดังภาพ 7



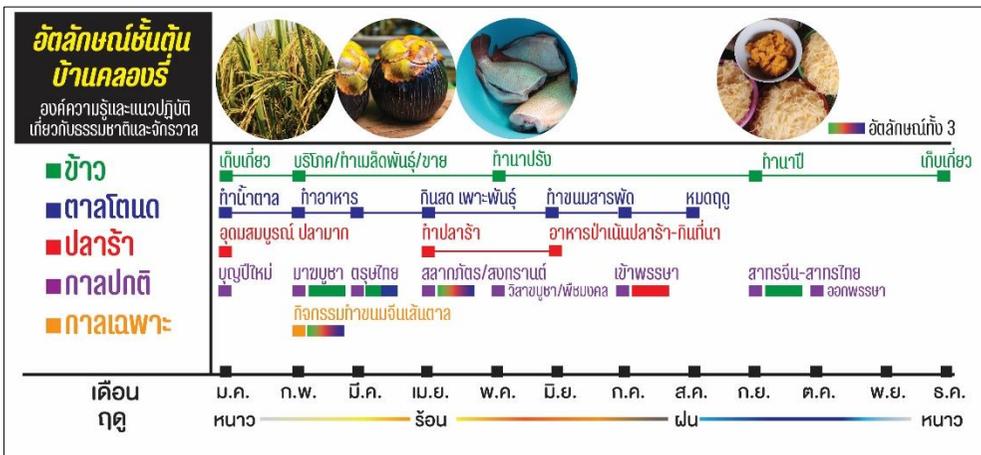
ภาพ 7 วิถีจักรของต้นตาลกับการนำไปใช้ประโยชน์

ผลวิเคราะห์อัตลักษณ์บ้านคลองรีให้สอดคล้องกับนิยามทั้ง 7 สาขาของทุนทางวัฒนธรรมตามนิยามของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม สรุปได้ว่า บ้านคลองรีมีทุนทางวัฒนธรรมในเรื่องความรู้ และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล จะเห็นได้ว่าจากชุมชนมีองค์ความรู้ มีแนวปฏิบัติเพื่อรักษาอัตลักษณ์อันมีค่าให้อยู่ในวิถีชีวิตสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ทางกายภาพ และ องค์ความรู้ของชุมชนนั้นแสดงถึงแนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม ที่ชุมชนเห็นสมควรให้มีการอนุรักษ์/ทำนุบำรุง/แปรรูป/ปรับประยุกต์เพื่อให้ทรัพยากรนั้นคงอยู่ จากเครื่องมือชิ้นที่ 1 นี้ ทำให้บ้านคลองรีได้ชุดข้อมูลอัตลักษณ์ขั้นต้นและทุนทางวัฒนธรรมเป็นของตนเองสำเร็จ

ผลการนำอัตลักษณ์ทั้ง 3 มาวิเคราะห์สังเคราะห์กับเครื่องมือสังเคราะห์ร่วมกับตัวแปร 12 เดือน 3 ฤดูกาล อันเป็นการจำแนกรายละเอียดอัตลักษณ์ขั้นต้นในบริบทเคลื่อนไหวตามรอบปฏิทินทั้งช่วงกาลปกติ ปรากฏว่าอัตลักษณ์มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนเกือบทุกกิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรม เช่น เมื่อให้ระบุกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมประเพณี ทั้งในรูปแบบตามปฏิทินประเพณี หรือที่เป็นกิจกรรมกาลเฉพาะ อัตลักษณ์นั้นยังเป็้องค์ประกอบทั้งในรูปแบบหลัก หรือเป็นส่วนเสริมเติมเต็ม โดยเฉพาะด้านอาหารและโภชนาการ สอดคล้องกับผลวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจ ที่ชุมชนมีอาชีพหลัก คือ เกษตรกรรมร้อยละ 60 รองลงมา ได้แก่ รับจ้าง ค้าขาย ตลอดระยะเวลา 1 ปี ช่วงที่ทำงานจะสลับทำไร่ ซึ่งการปลูกข้าวสามารถปลูกได้ทั้งนาปี และนาปรัง หลังช่วงเก็บเกี่ยวข้าวในเดือนกุมภาพันธ์ ข้าวใหม่จะถูกนำมาบริโภค จำหน่ายโรงสี ร้านค้า แปรรูปเป็นข้าวสารอัดก้อน และเพาะเมล็ดพันธุ์เมื่อถึงยามลงนา วิถีชีวิตคนทำนาจึงคลาคล่ำไปด้วยพืชพรรณอาหาร ปลา ปู แหล่งอาหารตามธรรมชาติ เกิดอาชีพเสริม คือ ขายปลา ขายผัก และการนำมาแปรรูปเป็นปลาร้า เริ่มทำปลาร้าใหม่ตั้งแต่ช่วงต้นเดือนเมษายนเพื่อเก็บไว้บริโภคเป็นหลัก มีจำหน่ายบ้างให้คนในพื้นที่

ผลการนำข้อมูลมาเรียบเรียงครบรอบตามปฏิทินกาลปกติ ทำให้เห็นวัฏจักรของอัตลักษณ์ขั้นต้นเป็นอยู่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนบ้านคลองรืออย่างขาดเสียไม่ได้ ชุมชนมีการวางแผน เตรียมพร้อม มีแนวปฏิบัติกับอัตลักษณ์ขั้นต้น สามารถใช้ภูมิปัญญาจัดการบริหารทรัพยากรให้เกิดคุณค่า สอดคล้องกับวิถีเป็นพลว์ต่ออย่างเป็นธรรมชาติ ตลอดจนเห็นปัจจัยเชื่อมโยง เหตุและผล ให้อัตลักษณ์ขั้นต้นอยู่แวดล้อมกับวิถีชุมชนโดยมีตัวแปรครอบคลุมอยู่

เมื่อนำอัตลักษณ์ขั้นต้นมาพิจารณาวิเคราะห์ตามกาลเฉพาะ ช่วงที่อัตลักษณ์อยู่ในรูปสมบูรณ์ที่สุด ชุมชนจะนำอัตลักษณ์ทั้ง 3 มาใช้ประโยชน์ โดยคัดเลือกกาลเฉพาะ คือ ก่อนวันพระแรกของเดือนกุมภาพันธ์ จะจัดให้มีกิจกรรม ทำขนมเงินเส้นตาล อาหารทางวัฒนธรรมบ้านคลองรือ ซึ่งเป็นเพียงชุมชนเดียวที่นำเนื้อตาลมาเป็นส่วนผสม แป้งเพื่อทำเส้นขนมจีน ก่อนวันกิจกรรมชุมชนจะวางแผนเตรียมวัตถุดิบ ตระเตรียมกำลัง และเครื่องมือมาช่วยกันทำขนมเงินที่โรงเรียนชาวนา เพื่อทำเมนูขนมเงินเส้นตาลน้ำยาปลาร้าไปถวายพระในวันพระแรก กาลเฉพาะของวัตถุดิบนี้เองที่ส่งผลให้เกิดกิจกรรมนอกเหนือกาลปกติ



ภาพ 8 ร่องรอยของอัตลักษณ์ทั้ง 3 สิ่งตามรอบปฏิทิน 12 เดือน 3 ฤดูกาลที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชน

หลังการวิเคราะห์ที่ได้จัดทำฐานข้อมูลบ้านคลองรือ และสังเคราะห์สรุปได้ว่า กิจกรรมทำขนมเงินเส้นตาล เป็นกิจกรรมอาหารทางวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ที่มีรูปแบบเฉพาะเป็นของชุมชน นับตั้งแต่การเลือกจัดกิจกรรมที่ถูกกำหนดให้สอดคล้องกับกาลเฉพาะของอัตลักษณ์ขั้นต้น นอกปฏิทินประเพณีนิยม กลายเป็นช่วงเวลาเฉพาะที่ชุมชนกำหนดเองการคัดเลือกอาหารประเภทขนมจีน ซึ่งนอกจากเป็นการนำวัตถุดิบที่มีมาใช้ประโยชน์แล้ว ยังแฝงนัยบางอย่างที่คนในชุมชนเลือกมาเป็นตัวแทนคุณลักษณะคนบ้านคลองรือ ก็คือ 1) ความสมัครสมานสามัคคี จับมือกันเหนียวแน่นไม่ขายสาย เฉากเช่นความยาวของเส้นขนมจีน 2) เรื่องผู้อาวุโส ที่แฝงอยู่ในขั้นตอนกรรมวิธีการทำ คือ ในขั้นตอนแรก ผู้เฒ่าผู้แก่ ปราชญ์ชุมชน เท่านั้นที่จะเป็นผู้แกว่งช่อใบมะขามในน้ำต้ม จากนั้นจึงตามด้วย ผู้นำชุมชนที่จะเป็นผู้บีบเส้นขนมเงินก่อนใคร และเมื่อเปลี่ยนน้ำต้มก็จะกลับมาเริ่มทำขั้นตอนแรกอีกครั้ง ส่วนผู้อื่นก็จะถูกแบ่งหน้าที่ตามความสามารถ จวบจนเสร็จสิ้นกิจกรรม

จากผลการใช้แบบสังเคราะห์ 12 เดือน 3 ฤดูกาล ที่เห็นร่องรอยของอัตลักษณ์ทั้ง 3 สิ่งตามรอบปฏิทินกาลปกติ นั้น สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนในเรื่องผลิตภัณฑ์อีกประการคือ ชุมชนได้ปฏิทินการทำผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ขั้นต้น สอดคล้องกับวิถีชีวิต สอดคล้องกับฤดูกาล ซึ่งสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความหลากหลาย และชุมชนจะได้วางแผนการทำผลิตภัณฑ์ได้อย่างเป็นระบบ ตลอดจนการวางแผนประชาสัมพันธ์การตระเตรียมความพร้อมเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่จะมาเยือนได้ทุกฤดู

เมื่อสังเคราะห์ข้อมูลจากเครื่องมือเสร็จสิ้น ผู้วิจัยตกลงร่วมกับชุมชนคัดเลือก ผลตาล หนึ่งในอัตลักษณ์เข้าสู่กระบวนการยกระดับให้เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึก เนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่มีช่วงกาลเฉพาะในการเจริญเติบโต เมื่อนอกฤดูกาลเนื้อตาลหาได้ค่อนข้างยาก ด้วยเหตุผลนี้ชุมชนจึงต้องการวิธียืดอายุ หรือวิธีการนำเนื้อตาลมาใช้นอกฤดู และต้องการอัตลักษณ์เชิงลึกเพื่อนำมาใช้ประโยชน์สร้างผลิตภัณฑ์สนับสนุนกิจกรรมทำขนมจีนเส้นตาลและผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ตามแนวทางของต้นแบบเชิงรุกอัตรตะพลวัต การใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์และเครื่องมือเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพวัตถุดิบ และหาวิธีการระบุค่าความเฉพาะเชิงลึกของผลตาล จึงเป็นวิธีที่เหมาะสมกับความต้องการของชุมชน และเพื่อทดลองศึกษาความเป็นไปได้ในการนำมาใช้เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน งานวิจัยจึงใช้เลือกใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ตู้อบลมร้อน/ตู้อบแห้ง เพื่อช่วยเรื่องการอบเนื้อตาลให้มีความแห้ง ทนแรงและย่นระยะเวลาการตากตามธรรมชาติ
2. เครื่องบดละเอียด เพื่อทำการบดวัตถุดิบให้เป็นผงละเอียด
3. เครื่องวัดสี เพื่อวัดค่าสีจากตาลแล้วนำมาเปรียบเทียบกับค่าสีสากล ช่วยในการค้นหาสร้างสีส้มใหม่ที่เป็นสีเฉพาะของวัตถุดิบ

ผลการเพิ่มศักยภาพของวัตถุดิบ คือ การนำเนื้อตาลมาทำเป็นผง โดยนำเนื้อตาลผ่านความร้อนและเกลี่ยลงบนแผ่นพลาสติก เข้าตู้อบลมร้อน หรือตู้อบแห้ง ก่อนนำไปปั่นและบดละเอียดจนกลายเป็นผง วิธีการเก็บรักษาสามารถเก็บใส่ขวดสุญญากาศแช่ตู้เย็น อุณหภูมิ 5 - 7 องศาเซลเซียส การนำไปใช้ ผงเนื้อตาลสามารถนำไปผสมกับแป้งใช้ทำของหวาน หรือผสมน้ำต้มทำน้ำแกงอาหารคาวได้ และเก็บในตู้เย็นได้นานมากกว่า 6 เดือน



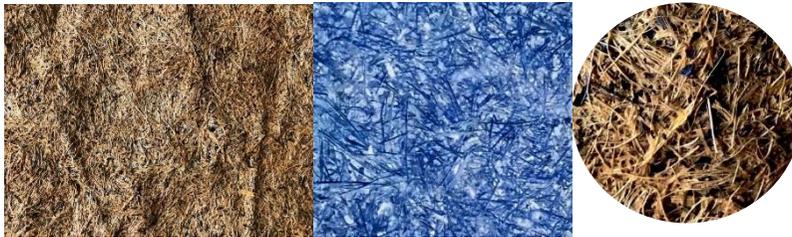
ภาพ 9 กระบวนการทำเนื้อตาลเป็นผงเพื่อยืดอายุไว้ใช้นอกฤดูกาล

การยกระดับขึ้นมาเป็นผลิตภัณฑ์ ผงเนื้อตาลที่ได้ สามารถนำมาผสมแป้งข้าวเจ้าทำเป็นขนมจีนเส้นตาลนำไปอบแห้งแปรรูปเป็นขนมจีนเส้นตาลอบแห้ง และผลิตภัณฑ์ขนมจีนเส้นตาลน้ำยาปลาร้าแบบสำเร็จรูป เป็นผลิตภัณฑ์สนับสนุนกิจกรรมทำขนมจีนเส้นตาล ตรงตามวัตถุประสงค์ของชุมชน ไว้จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาร่วมกิจกรรม และผลักดันเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนจำหน่ายในท้องถิ่นต่อไป



ภาพ 10 ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผงเห็ดตาลเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทำขนมจีนเส้นตาลของบ้านคลองรี

การทดลองขึ้นรูปแผ่นเห็ดตาล แผ่นที่ 1 ใช้หมวกตาล และเปลือกตาลผสมกัน แผ่นที่ 2 ใช้เพียงเนื้อตาลที่ไม่ได้แยกกากออก ปั่นละเอียดแล้วอบเป็นแผ่นด้วยอุณหภูมิไม่เกิน 60 องศาในระยะเวลาไม่เกิน 50 นาที ที่ให้เซตตัวนำมาทดสอบโดยพหุสัมพันธ์



ภาพ 11 แผ่นเห็ดตาลหมวกตาล และเปลือกตาลผสมกัน

ผลการทดสอบแผ่นที่ 1 ลักษณะเป็นแผ่นสามารถฉีกขาดได้ง่าย บอบบาง โปร่งแสง อากาศและน้ำไหลซึมผ่านได้ สีสันโดดเด่น ลวดลายเส้นใยตาลลักษณะ Freeform ทับถมกันไปมามากมาย หากสังเกตดี ๆ จะมีเกร็ดสีม่วงของเปลือกตาลที่ไม่ละเอียดนั้นกระจายอยู่เต็มแผ่น

รสชาติ เมื่อแตะโดนปลายลิ้น มีรสชาติจืดค่อนข้างอ่อน

กลิ่น เปลือกตาลที่มีเนื้อ กลิ่นตาลหอมเย็น แผ่นเปลือกตาลขึ้นรูปกลิ่นอมเปรี้ยว คล้ายกลิ่นมะม่วงกวน

สัมผัส ด้านที่ไม่สัมผัสกับภาชนะที่ใช้อบจะหยาบ ผิวขรุขระ ส่วนด้านที่สัมผัสกับภาชนะ มีความหยาบแต่ให้สัมผัสที่ละเอียดกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอีกด้าน



ภาพ 12 แผ่นเห็ดเนื้อตาลที่ไม่ได้แยกกาก

ผลการทดสอบแผ่นที่ 2 ลักษณะเป็นแผ่นที่สามารถฉีกขาดได้ ทดลองใช้แรงฉีกในบริเวณที่มีเส้นใยหนา ต้องออกแรงฉีกเล็กน้อย แต่โดยรวมบอบบาง โปร่งแสง อากาศและน้ำไหลซึมผ่านได้ สีสันโดดเด่น มีลวดลายเส้นใย

ตาล ลักษณะ Freeform ทับถมกันไปมามากมาย มีบางช่วงที่เส้นใยหนา หลายเส้นสีขาวทึบ บริเวณที่บางจะมีเฉพาะเนื้อตาล และพบเป็นส่วนน้อย การขึ้นรูปต้องอาศัยแรงยึดเหนี่ยวของเส้นใยตาลถึงจะเชื่อมเป็นแผ่นได้

รสชาติ เมื่อแตะโดนปลายลิ้น มีรสชาติหวานปนขมเล็กน้อย

กลิ่น กลิ่นหอมคล้ายขนมอบเมื่ออบใหม่ ๆ แต่เมื่อทิ้งไว้นานจะมีกลิ่นเปรี้ยว

สัมผัส ด้านที่ไม่สัมผัสกับภาชนะที่ใช้ออบจะหยาบ สัมผัสได้ใกล้ชิดกับเส้นใย ผิวขรุขระ ส่วนด้านที่สัมผัสกับภาชนะมีความหยาบแต่ละเอียดกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอีกด้าน

การยกระดับขึ้นมาเป็นผลิตภัณฑ์ สามารถนำมาสร้างเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์จากแผ่นตาลขึ้นรูปได้ต้องผ่านกระบวนการทำวัสดุผสม โดยต้องมีวัสดุอื่นผสมเป็นตัวเสริมแรงด้วยเส้นใย หรือโครงสร้าง เพื่อลดจุดอ่อนของแผ่นตาล เนื่องจากคุณสมบัติทางวัสดุยังมีข้อด้อยอีกมาก ยกเว้นคุณสมบัติการนำความร้อน ที่แผ่นเยื่อตาลสามารถนำความร้อนได้ดี การทดลองย้อมสีผ้าด้วยเนื้อตาล นำเนื้อตาลมาย้อมผ้าฝ้าย แล้วนำไปแช่น้ำที่มีค่าเป็นกรด และเป็นด่าง ผ้าที่ผ่านการย้อมตาลจะมีสีแตกต่างกันขึ้นอยู่กับจำนวนครั้งที่ย้อม และตัวทำละลายในน้ำแช่ ซึ่งแสดงผลในตาราง



ภาพ 13 ผ้าฝ้ายย้อมเนื้อตาลที่แช่ด้วยน้ำที่มีค่าเป็นกรด



ภาพ 14 ผ้าฝ้ายย้อมเนื้อตาลที่แช่ด้วยน้ำที่มีค่าเป็นด่าง

การยกระดับขึ้นมาเป็นผลิตภัณฑ์ สามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายย้อมตาล เช่น ผลิตภัณฑ์ชุดสำเร็จรูป กระเป๋าผ้าฝ้ายย้อมตาลสำหรับสตรี หมวก หรือ ชุดสำเร็จรูปสำหรับเด็ก หรือสร้างผลิตภัณฑ์ทางเลือกสำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการแสดงจุดยืนในเรื่องภาวะโลกร้อน ต้องการการตรวจสอบที่มาของผลิตภัณฑ์ บ้านคล่องร็สามารถใช้ผลิตภัณฑ์ฝ้ายย้อมตาลกับกลยุทธ์การให้ความสำคัญต่อความเสมอภาคและความโปร่งใสในสังคม (Kindness Keeper) ต่อเรื่องภาวะโลกร้อนได้เช่นกัน

การนำแผ่นเนื้อตาลอบ แผ่นเยื่อตาล ผ้าฝ้ายย้อมตาล เข้าสู่การวัดค่าสีด้วยเครื่อง The Chroma meter ระบบสี  $L^*a^*b^*$  color space แล้วแปลงค่าสีเป็นค่า RGB ค่า CMYK และ Color HEX ด้วยโปรแกรม Nix Color Sensor และ Colormine เป็นการทดลองเพื่อหาความเป็นไปได้ในเรื่องของสี เพื่อนำมาใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางที่แตกต่างจากเดิม



ภาพ 15 การวัดค่าสีด้วย The Chroma meter

ผลการใช้เครื่อง The Chroma meter วัดค่าสีกับแผ่นเนื้อตาลอบ แผ่นเยื่อตาล ผ้าฝ้ายย้อมตาล มีดังต่อไปนี้

ตาราง 1 ผลการวัดค่าสีจากแผ่นเนื้อตาลอบ แผ่นเยื่อตาล ผ้าฝ้ายย้อมตาล

ผลการใช้เครื่องมือวัดค่าสี และการใช้โปรแกรมคำนวณจาก Nix Color Sensor		
แผ่นเนื้อตาลที่ผ่านการใช้ความร้อนก่อนอบ		
PANTONE 148 U	HEX (#): FFBE82	CMYK (0% to 100%): 0% 31% 51% 0%
L*	a*	b*
82.59	20.24	40.57
X	Y	Z
6.71	6.14	2.95
R	G	B
255	190	130
แผ่นเนื้อตาลที่ไม่ใช้ความร้อนก่อนอบ		
PANTONE 127 U	HEX (#): FFEA87	CMYK (0% to 100%): 0% 13% 49% 0%
L*	a*	b*
96.57	12.21	56.44
X	Y	Z
9.36	9.14	3.55
R	G	B
255	234	135
แผ่นขึ้นรูปเปลือกและหัวหมวกตาล		
PANTONE 1405 U	HEX (#): 846949	CMYK (0% to 100%): 42% 52% 74% 21%
L*	a*	b*
46.43	6.35	22.00
X	Y	Z
15.89	15.59	8.55
R	G	B
132.51	105.25	73.42

ผลการใช้เครื่องมือวัดค่าสี และการใช้โปรแกรมคำนวณจาก Nix Color Sensor

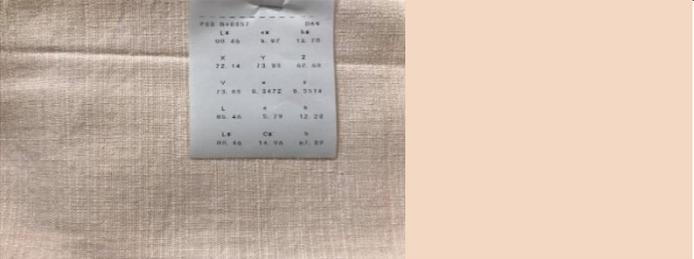
แผ่นขึ้นรูปเนื้อตาล

PANTONE 1395 U HEX (#): A46E41 CMYK (0% to 100%): 30% 57% 83% 14%

L*	a*	b*	
51.19	16.29	33.63	
X	Y	Z	
21.76	19.46	7.56	
R	G	B	
163.53	110.28	64.72	

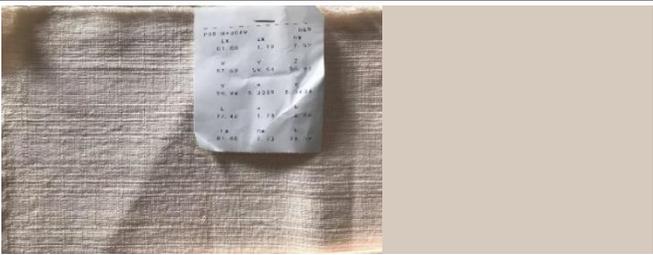
ผ้าย้อมเนื้อตาลแช่น้ำปูนแดง (จำนวนการย้อม 1 ครั้ง) วัดจำนวน 3 จุดบนผ้า

PANTONE 4685 U HEX (#): F4D9C4 CMYK (0% to 100%): 3% 14%21% 0%

L*	a*	b*	
88.46	5.82	13.78	
X	Y	Z	
72.14	73.03	62.63	
R	G	B	
243.78	217.41	196.17	

ผ้าย้อมเนื้อตาลแช่น้ำปูนแดง (จำนวนการย้อม 3 ครั้ง) วัดจำนวน 3 จุดบนผ้า

PANTONE 7528 U HEX (#): D5CABD CMYK (0% to 100%): 17% 18%23% 0%

L*	a*	b*	
81.80	1.78	7.52	
X	Y	Z	
57.69	59.93	56.91	
R	G	B	
213	202	189	

ผ้าย้อมตาลแช่น้ำสารส้ม (จำนวนการย้อม 1 ครั้ง) วัดจำนวน 3 จุดบนผ้า

PANTONE 482 U HEX (#): D8C4AF CMYK (0% to 100%): 0% 93% 19% 15%

L*	a*	b*	
80.39	3.76	13.15	
X	Y	Z	
56.02	57.37	48.78	
R	G	B	
216.51	196.25	175.20	

## ผลการใช้เครื่องมือวัดค่าสี และการใช้โปรแกรมคำนวณจาก Nix Color Sensor

ผ้าย้อมตาลเข้มน้ำสารส้ม (จำนวนการย้อม 3 ครั้ง) วัดจำนวน 3 จุดบนผ้า

PANTONE 726 U HEX (#): F0CFB4

CMYK (0% to 100%): 5% 19% 28% 0%

L*	a*	b*	
85.11	7.53	17.46	
X	Y	Z	
66.26	66.22	52.53	
R	G	B	
240	207	180	

สรุปผลการวัดค่าสีและแปลงค่าสีด้วยเครื่อง The Chroma meter มีปัจจัยเรื่องแสงในห้องทดลองเป็นปัจจัยควบคุม คือ ต้องอยู่ในห้องทดลองที่มีแสงสว่างเพียงพอ มีค่าแสงสม่ำเสมอ และต้องวัดค่าสี 3 ครั้งเพื่อนำตัวเลขมาหาค่าเฉลี่ยจึงจะได้ผลลัพธ์ตัวเลขเฉลี่ย จากนั้นนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรม Nix Color Sensor และทำซ้ำด้วยโปรแกรม Colomine ได้ชุดสีใหม่เกิดขึ้นจำนวน 8 สี โดยได้ค่า Color HEX Code หรือรหัสสีเลขฐานสิบหก สามารถยกระดับเป็นสี อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึกของชุมชน สีชุดใหม่นี้กลายเป็นกลุ่มสีหลัก จากผลตาลบ้านคลองรีเพื่อนำไปต่อยอดใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์สนับสนุนกิจกรรมทำขนมเงินเส้นตาล และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ การออกแบบจำเป็นต้องการชุดสีรองไว้เพื่อใช้งาน จึงมีการจำแนกชุดสีเพิ่มเติม

# KLONGRI

## Main *Color* Theme



ภาพ 16 ชุดสีหลักจากตาลคลองรีจำนวน 8 สี

ผลการนำสีชุดหลักไปจำแนกเพิ่มเติมด้วยทฤษฎีวงล้อสีเพื่อหาสีตรงกันข้าม Complementary สีสมดุค Triadic และ สีตัดกัน Rectangular Tetradic ได้ชุดสีใหม่จำนวน 32 สี เป็นชุดสีรองสำหรับใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความหลากหลาย ไม่จำเจ ดังนี้



ภาพ 17 ชุดสีรองจากतालคลองรีจำนวน 32 สี

เมื่อได้ชุดสีหลัก และสีรองเรียบร้อย จึงนำไปจัดกลุ่มสีให้สอดคล้องกับฤดูกาลของไทย ที่ส่งผลต่ออารมณ์ และความรู้สึก ได้กลุ่มสีฤดูร้อน ฤดูฝน ฤดูหนาว เพื่อใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนกิจกรรมทำขนมเงินเส้นตาล ซึ่งเลือกใช้กลุ่มสีฤดูร้อนเพราะกิจกรรมอยู่ในเดือนกุมภาพันธ์ตรงกับปลายฤดูหนาวเข้าสู่ฤดูร้อน เพราะฉะนั้นสีที่เลือกใช้จะต้องมีความสัมพันธ์กับฤดู และกาลเฉพาะของกิจกรรม เพื่อส่งเสริมกันและกันยิ่งขึ้น



ภาพ 18 ผลิตภัณฑ์สนับสนุนกิจกรรมทำขนมเงินเส้นตาลจากกลุ่มสีฤดูร้อน



ภาพ 19 ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้กลุ่มสีฤดูหนาวและกลุ่มสีฤดูฝน

### สรุปผลและอภิปรายผล

ผลสัมฤทธิ์ของการใช้ต้นแบบกระบวนการเชิงรุกอัตตะพลวัต Dynamic Unique Model (DU Model) กับชุมชนกรณีศึกษา ปรากฏรูปอัตลักษณ์ขั้นต้น คือ ข้าว ตาล ปลา รำ และอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น กิจกรรมทำขนมเงินเส้น ตาล ชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรมเรื่องความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล เป็นฐานข้อมูลสำคัญให้กับบ้านคลองรี และหน่วยงานภาคจังหวัดได้นำไปใช้ประโยชน์ รวมถึงสร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้ชุมชนได้เกิดองค์ความรู้ในการค้นหาอัตลักษณ์ที่แฝงอยู่ในวิถีชีวิต และองค์ความรู้ในการนำไปต่อยอดสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน นอกจากนี้การยกระดับเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึกตามแนวทางอัตตะพลวัต จะสร้างประโยชน์ให้ชุมชน คือ 1) นำอัตลักษณ์ไปใช้ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น การยืดอายุตาลเพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ผงเนื้อตาล ใช้เป็นวัตถุดิบประกอบอาหารไว้สำหรับทานนอกฤดู ขนมนเงินเส้นตาลอบแห้ง ผลิตภัณฑ์ขนมนเงินเส้นตาลน้ำยาปลารำสำเร็จรูป หรือสีอัตลักษณ์เพื่อใช้สำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนในฤดูกาลต่าง ๆ เป็นต้น ชุมชนได้ผลิตภัณฑ์ภาพลักษณ์ใหม่ และผลิตภัณฑ์บริโภคใหม่ไว้จำหน่ายสร้างรายได้ 2) ชุมชนจะเกิดความระมัดระวังต่อการใช้อัตลักษณ์อันถือเป็นสินทรัพย์ของแบรนด์ เพราะตระหนักไว้ในคุณค่าในสิ่งที่ตนมี 3) ชุมชนได้องค์ความรู้ในการนำไปต่อยอดกับอัตลักษณ์ที่เหลือเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ หรือ ไว้เป็นฐานข้อมูลยืนยันอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของตนได้ถูกต้อง

นัยสำคัญประการหนึ่ง คือ ชุมชนได้ประโยชน์จากเครื่องมือในการสร้างปฏิทินการผลิต เพื่อจัดสรรวัตถุดิบ การเตรียมบุคลากร การผลิตสินค้าและการบริการให้สอดคล้องกับกาลเฉพาะของอัตลักษณ์ สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ไว้รอเปิดต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล ต้นแบบกระบวนการเชิงรุกอัตตะพลวัต มีแนวคิดและหลักการ สอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2560) เรื่องกระบวนการทำงานวัฒนธรรมเชิงรุก เนื่องจากสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลง การจะธำรงรักษาทุนทางวัฒนธรรมจึงต้องใช้การบริหารจัดการที่มีการวางแผนที่มีความเข้าใจในเรื่องธรรมชาติของทุนทางวัฒนธรรม โดยตระหนักถึงคุณค่าและคุณูปการที่มีต่อบุคคล กลุ่ม ชุมชน และสังคม ซึ่งการศึกษาวัฒนธรรมชุมชนต้องมีความลึกซึ้ง ถึงองค์ประกอบทั้งหมด ทั้งที่อยู่ภายนอกอันจับต้องได้ รวมไปถึงงานนึกภาพเนื้อหา นิยามความหมาย ความสำคัญ หัวใจหลัก สิ่งที่อยู่ภายในของการเกิดวัฒนธรรมด้วยการได้มาซึ่งอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นบ้านคลองรีจึงไม่ใช่ การเห็นชุมชนแบบผิวเผิน แต่ยังเป็นการเรียนรู้คุณค่าของอัตลักษณ์ และสกัดเอาแก่นไขมาอธิบายรวบรวมเป็นเนื้อหา ที่มาของการคัดเลือกอัตลักษณ์ และกิจกรรมของชุมชนเพื่อให้รู้สิ่งที่ซ่อนอยู่อันเป็นแก่นแท้ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งต้องทำงานอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน สอดคล้องกับจุฑาทิพย์ ภัทราวาท (2565) การมีส่วนร่วมกับชุมชนมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กรพันธกิจและชุมชนในการส่งเสริมให้พลเมืองในท้องถิ่นมีพลังความสามารถในการดูแลตนเองได้ และ สอดคล้องกับแนวคิดของ Sanoff (2000) อ้างใน ประพัทธ์พงษ์ อุปลา และสมลักษณ์ บุญณรงค์ (2560) ที่อธิบายว่า การมีส่วนร่วมที่สำคัญ คือ ชุมชนต้องเห็นความสำคัญในลักษณะเฉพาะของพื้นที่ของตนเอง นักออกแบบจะเป็นผู้ใช้ ความรู้ในศาสตร์ที่เชี่ยวชาญมาร่วมเสนอแนะ และประยุกต์ใช้เครื่องมือที่เหมาะสมอธิบายให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยตลอดกิจกรรมการมีส่วนร่วมก่อให้เกิดการคิดร่วมกัน

การนำอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นมายกระดับเป็นอัตลักษณ์เชิงลึกด้วยเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หนึ่งในวิธีการยกระดับเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึกตามแนวทางของต้นแบบอัตตะพลวัต มีส่วนสำคัญในการระบุดำเนินความเฉพาะเพื่อเป็นฐานข้อมูลให้กรณีศึกษา และนำไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน สอดคล้องกับ กระทรวงพลังงาน (2555) กล่าวว่า การระบุดำเนินความเฉพาะด้วยการใช้เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นการระบุดำเนินความเฉพาะจากตัวเลขของผลการวัด การทดลอง หรือ ทดสอบ ซึ่งจะแสดงผลลัพธ์ที่ถูกต้องแม่นยำ ต่างจากการระบุดำเนินความเฉพาะโดยการใช้ความรู้สึกของมนุษย์ ตัวเลขสามารถแสดงค่าผลต่าง และผลที่แท้จริง ซึ่งสามารถเกิดความคลาดเคลื่อนได้ เพราะฉะนั้นต้องศึกษาวิธีการ การตรวจสอบ และสภาพแวดล้อม ปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งทั้งหมดมีส่วนร่วมในการแสดงผลลัพธ์ ซึ่งนับเป็นการบูรณาการความรู้ข้ามศาสตร์ ที่จักเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและงานวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนแนวใหม่ สอดคล้องกับทรงวุฒิ เอกวุฒิจวงศา (2562) ที่ว่า การวิวัฒนาการ (Evolution) จะแสดงถึงความเจริญ เกิดเป็นความรุดหน้า การคิดเชิงอนาคตจำเป็นต้องอาศัยการคิดวิเคราะห์ การคิดประยุกต์ การคิดเชิงบูรณาการ การออกแบบนั้นถือเป็นการนำเอาข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคจากอดีตและปัจจุบัน มาผสมผสานกับเทคโนโลยีและทรัพยากรเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

ผลิตภัณฑ์ชุมชนภาพลักษณ์ใหม่ และผลิตภัณฑ์ชุมชนบริโภคใหม่ จากอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึกของบ้านคลองรี ไม่ว่าจะเป็น ผงเนื้อตาลสำเร็จรูป ขนมเงินเส้นตาลอบแห้ง ขนมเงินเส้นตาลน้ำยาสำเร็จรูป และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น จะช่วยสนับสนุน กิจกรรมทำขนมเงินเส้นตาล ที่จัดขึ้นในช่วงกาลเฉพาะของอัตลักษณ์ ทั้งสามสมบูรณพร้อมกันเป็นช่วงเวลาสำคัญของชุมชน เพื่อช่วยสร้างรายได้และเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงกิจกรรม เมื่อมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายครอบคลุมทุกความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าแต่ละกลุ่ม จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงจุด ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญที่จะช่วยเพิ่มปริมาณการซื้อ เนื่องจากได้ของที่ต้องการ และสร้างความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวชุมชนมากขึ้น สอดคล้องกับทัศนีย์ ประธาน และคณะ (2561) ที่ว่า การตอบโจทย์ลูกค้าในปัจจุบัน ผู้ประกอบการจะต้องเพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มมากขึ้น นอกจากนั้นเมื่อผู้บริโภคทราบเรื่องราว

ที่มาที่ไปของกิจกรรม ความเฉพาะของรูปแบบ กรรมวิธี จวบจนเป็นผลิตภัณฑ์ ก็จะสามารถจดจำ บ้านคลองรี และแบรนด์สินค้าได้ง่ายขึ้น ยิ่งสร้างความต้องการผลิตภัณฑ์และต้องการประสบการณ์การเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมทำขนมจีนเส้นตาล สอดคล้องกับวีรรัตน์ เตชะนิรติศัย (2563) ที่ว่า การสร้างแบรนด์ด้วยการใช้เรื่องราว เพื่อทำให้เกิดแบรนด์ ต้องรู้ก่อนว่าจุดเด่นคืออะไร แล้วนำมาสร้างเรื่องราวให้แบรนด์ หากสำเร็จจะมีการบอกปากต่อปากทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางโดยไม่ต้องเสียงบประมาณ ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึกบ้านคลองรีผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นได้จากการดำเนินการด้วยเครื่องมือต้นแบบกระบวนการเชิงรุกอัตตะพลวัต Dynamic Unique Model (DU Model) ที่สะท้อนให้เห็นคุณภาพของเครื่องมือ และความสามารถของชุมชนเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ต่อผู้ที่สนใจ และต่อการศึกษาการออกแบบในอนาคต

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะต่อการนำผลวิจัยไปใช้

การนำสื่ออัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึกไปใช้ในเชิงพาณิชย์ ถือเป็น การนำสินทรัพย์ของแบรนด์อันมีมูลค่าไปใช้งานเพื่อการค้า ต้องใช้ด้วยความระมัดระวัง เพราะส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค และถือเป็นทรัพย์สินของแบรนด์ที่ต้องขออนุญาตชุมชนก่อนการนำไปใช้งาน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การยกระดับอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเชิงลึกควรมีการศึกษาวิจัยแบบบูรณาการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้นักวิจัยได้มีผลงานด้านนวัตกรรมอันเป็นประโยชน์ให้กับชาติบ้านเมือง

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ต้นแบบเชิงรุกเพื่อยกระดับการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น สู่ออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านคลองรี จังหวัดชัยนาท ได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรมจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

## เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2562). *Guide Bookโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี แอ่งเล็ก เช็คอิน 3,273 ชุมชน*. สืบค้น 21 กันยายน 2562, จาก <https://shorturl.asia/8SL9G>
- กรมพัฒนาชุมชน. (2562). *ระบบศูนย์ข้อมูลกลางเพื่อบริหารจัดการเก็บและใช้ประโยชน์*. สืบค้น 21 กันยายน 2562, จาก <https://bit.ly/3NVZWxd>
- กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2555). *คู่มือการวิเคราะห์การอนุรักษ์พลังงาน สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. สืบค้น 21 กันยายน 2562, จาก <https://shorturl.asia/odcSm>
- กาญจนา แก้วเทพ. (2560). *เครื่องมือทำงานวัฒนธรรมชุมชนและสื่อพิธีกรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- จุฑาทิพย์ ภัทธราวาท. (2565). *การมีส่วนร่วมในชุมชนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน*. สืบค้น 8 กรกฎาคม 2565, จาก [https://www.cai.ku.ac.th/article/T1\\_Community\\_Engagement.pdf](https://www.cai.ku.ac.th/article/T1_Community_Engagement.pdf)
- ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา. (2562). *การคิดเชิงอนาคตเพื่อการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: มินเซอร์วิซซ์พลาถาย.
- ทัศนีย์ ประธาน, คณินฉัตร หนูซึก, พรทิพย์ เสี่ยมหาญ, และสุวัณิ เพชรรัตน์. (2561). การจัดการสินค้าและบริการในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 5(2), 131-153.

ประพัทธ์พงษ์ อุปลา, และสมลักษณ์ บุญณรงค์. (2560). การสร้างกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางเท้าและระบบป้ายสัญลักษณ์งานจราจร กรณีศึกษาโรงเรียนอนุบาลระยอง. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 9(1), 52-69.

วิรัตน์ เตชะนิรติศัย. (2563). *กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรองรับมาตรฐาน ไทยแลนด์ 4.0*. สืบค้น 6 พฤศจิกายน 2565, จาก [http://www.thonburi-u.ac.th/journal/Document/12-29/Journal12\\_29\\_4.pdf](http://www.thonburi-u.ac.th/journal/Document/12-29/Journal12_29_4.pdf)

ศุภาวิษฐ์ มาสาซ้าย, และศิริวิมล สายเวช. (2560). *การออกแบบภาพลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ข้าว จ. ชัยนาท*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.