



การจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อรักษาคุณค่าสู่การยกระดับ
มูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิกจังหวัดลำปาง
รองศาสตราจารย์ธิตีมา คุณยศยิ่งและคณะ
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้กลุ่มผู้ประกอบการเซรามิก ระดับครัวเรือนได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างรุนแรง จากการระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการเซรามิกและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมเซรามิก รวมถึงคณาจารย์ นักวิชาการ ที่มีองค์ความรู้เกี่ยวข้องกับการจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อุตสาหกรรมเซรามิกและการตลาด เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ.2563 และ 31 ตุลาคม พ.ศ.2563 จนได้ประเด็นปัญหาและกรอบแนวคิดของการวิจัย

แผนงานวิจัยจึงได้ออกแบบแนวการจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อรักษาคุณค่าสู่การยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิก จังหวัดลำปาง และการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการเซรามิกด้วยอัตลักษณ์จังหวัดลำปางให้แก่ผู้ประกอบการระดับครัวเรือน การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการทำการตลาด ผ่านรูปแบบธุรกิจ “การสร้างเศรษฐกิจชุมชนด้วยเซรามิกครัวเรือนผ่านอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม”



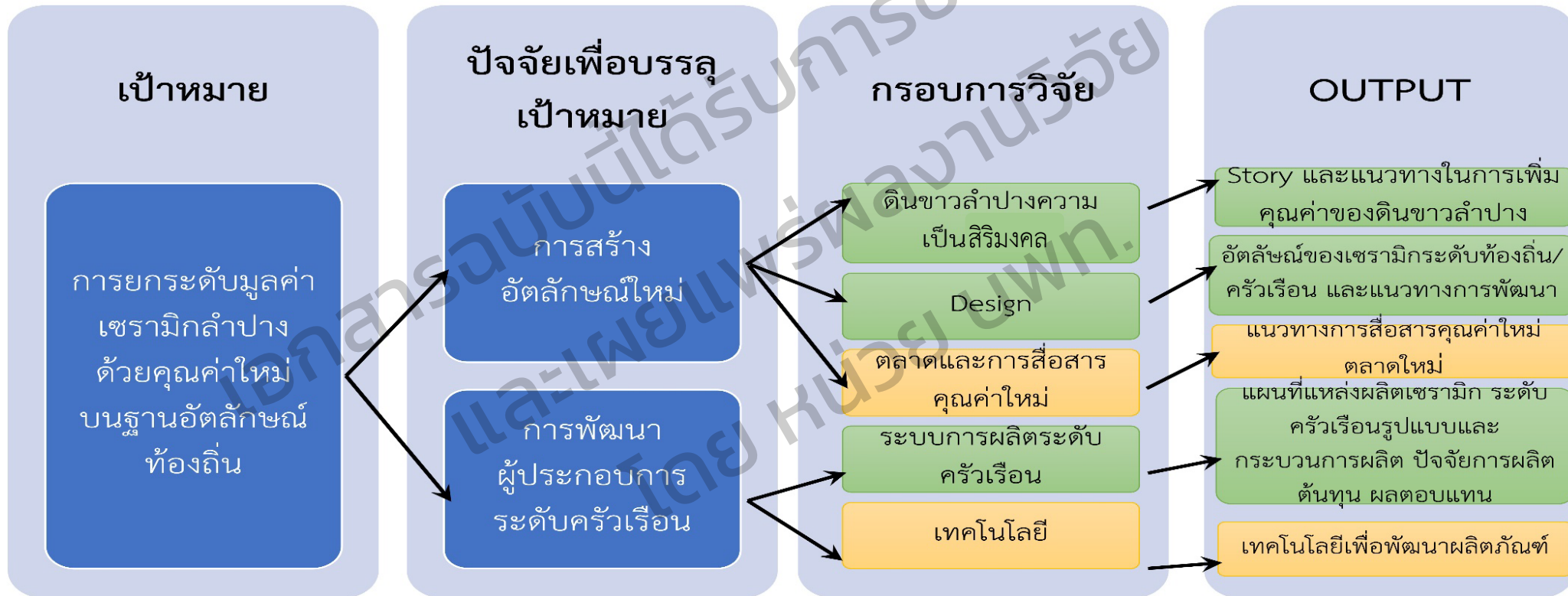
วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อรักษาคุณค่าสู่การยกระดับมูลค่าเซรามิกลำปางด้วยคุณค่าใหม่บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น
2. เพื่อสร้างอัตลักษณ์ใหม่จากทุนทางวัฒนธรรมจังหวัดลำปางยุคล้านนา
3. เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือนด้วยอัตลักษณ์ใหม่จากทุนทางวัฒนธรรม จังหวัดลำปาง
4. เพื่อหาแนวทางในการทำการตลาดสำหรับการยกระดับผลิตภัณฑ์เซรามิกระดับครัวเรือน จังหวัดลำปาง
5. เพื่อสังเคราะห์ผลลัพธ์และถอดบทเรียน การจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิก จังหวัดลำปาง

Framework

- แนวคิด :
- การรักษาคุณค่าและสร้างมูลค่าด้วยเรื่องราว ประวัติศาสตร์ที่ยังหลงเหลือความเชื่อและวัฒนธรรมล้ำนาของลำปาง และนำมาสร้างจุดเด่นของเซรามิก ลำปาง จากมิติของความเป็นมงคลของดินลำปางซึ่งมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์อยู่เดิม เนื่องจากสินค้าที่ผูกกับเรื่องราวของความเชื่อ ความเป็นสิริมงคลและสามารถสร้างมูลค่าสูงได้
 - การเน้นผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือนเป็นจุดเริ่มต้น เนื่องจากสามารถผลิตสินค้าที่ Unique ที่จะมีมูลค่าสูงได้

ชุดโครงการ การจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อรักษาคุณค่าสู่การยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิก จังหวัดลำปาง



ดำเนินการในปีที่ 1

ดำเนินการในปีที่ 2

Output

1. ระบบบริหารจัดการโครงการวิจัย
2. ระบบติดตามความก้าวหน้าของโครงการวิจัยย่อย
3. รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิก จังหวัดลำปาง
4. เครือข่ายจากกระบวนการและกลไกความร่วมมือในพื้นที่เป้าหมาย ภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน
5. ชุดความรู้จากกระบวนการวิจัย 4 ชุดความรู้
6. นวัตกรรมจากกระบวนการวิจัยจำนวน 16 คน จากโรงงานเซรามิกระดับครัวเรือนและสมาชิกในชุมชน
7. แผนที่วัฒนธรรมแหล่งผลิตเซรามิกระดับครัวเรือน 13 แผนที่
8. กลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในชุมชนและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจที่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับเซรามิกระดับครัวเรือนในรูปแบบ Sharing Marketing
9. รายได้ของผู้ประกอบการอาสาสมัคร เพิ่มขึ้นจากกระบวนการวิจัยมากกว่า 30%

Model การจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อรักษาคุณค่าสู่การยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิกจังหวัดลำปาง



ระบบบริหารจัดการโครงการวิจัย การจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อรักษาคุณค่าสู่การยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิกจังหวัดลำปาง



ระบบติดตามความก้าวหน้าของโครงการวิจัยย่อย



กระบวนการ	ผลดำเนินการ	บรรลุเป้าหมาย
1. วางแนวทางระบบบริหารจัดการโครงการวิจัย	ระบบบริหารจัดการโครงการวิจัย	√
2. การวิเคราะห์กระบวนการผลิตเพื่อรักษาคุณค่าสู่การยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิกจังหวัดลำปางโดยกระบวนการ Action Research	<ol style="list-style-type: none"> 1. อัตลักษณ์ของเซรามิกระดับครัวเรือน และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 6 แนวทาง 2. อัตลักษณ์ใหม่จากทุนทางวัฒนธรรมจังหวัดลำปางยุคล้านนา 9 อัตลักษณ์ 3. ชุดความรู้ผลิตภัณฑ์เซรามิก ด้วยอัตลักษณ์ ชุมชน ท้องถิ่น และเมือง จังหวัดลำปาง 4 ชุดความรู้ 4. รูปแบบจากการออกแบบใหม่เพื่อเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์เซรามิก ด้วยความเป็นสิริมงคลของดินลำปาง ด้วยอัตลักษณ์ ชุมชน ท้องถิ่น และเมือง จังหวัดลำปางไม่น้อยกว่า 12 แนวทาง 5. แผนที่วัฒนธรรมแหล่งผลิตเซรามิก ครัวเรือน 13 แผนที่ 	√

กระบวนการ	ผลดำเนินการ	บรรลุเป้าหมาย
<p>2. การวิเคราะห์กระบวนการผลิตเพื่อรักษาคุณค่าสู่สายกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิกจังหวัดลำปางโดยกระบวนการ Action Research</p>	<p>6. แนวทางในการทำการตลาดสำหรับการยกระดับผลิตภัณฑ์เซรามิกระดับครัวเรือนจังหวัดลำปาง 1 แนวทาง</p> <p>7. เกิดกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในชุมชนและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจที่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับเซรามิกครัวเรือน จำนวน 1 กลไก</p> <p>8. เกิดนวัตกรรมจากกระบวนการวิจัยทั้งชุดโครงการ 16 คน</p> <p>9. ผู้ประกอบการเซรามิกครัวเรือนอาสาสมัครมีรายได้เพิ่มขึ้นสุทธิมากกว่าร้อยละ 30 ต่อครัวเรือน</p> <p>10. รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิก จังหวัดลำปาง</p>	√
<p>3. ติดตามความก้าวหน้าของโครงการวิจัยย่อย</p>	<p>ระบบติดตามความก้าวหน้าของโครงการ วิจัยย่อย</p>	√

ห่วงโซ่คุณค่า: การจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อรักษาคุณค่าสู่การยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิก จังหวัดลำปาง



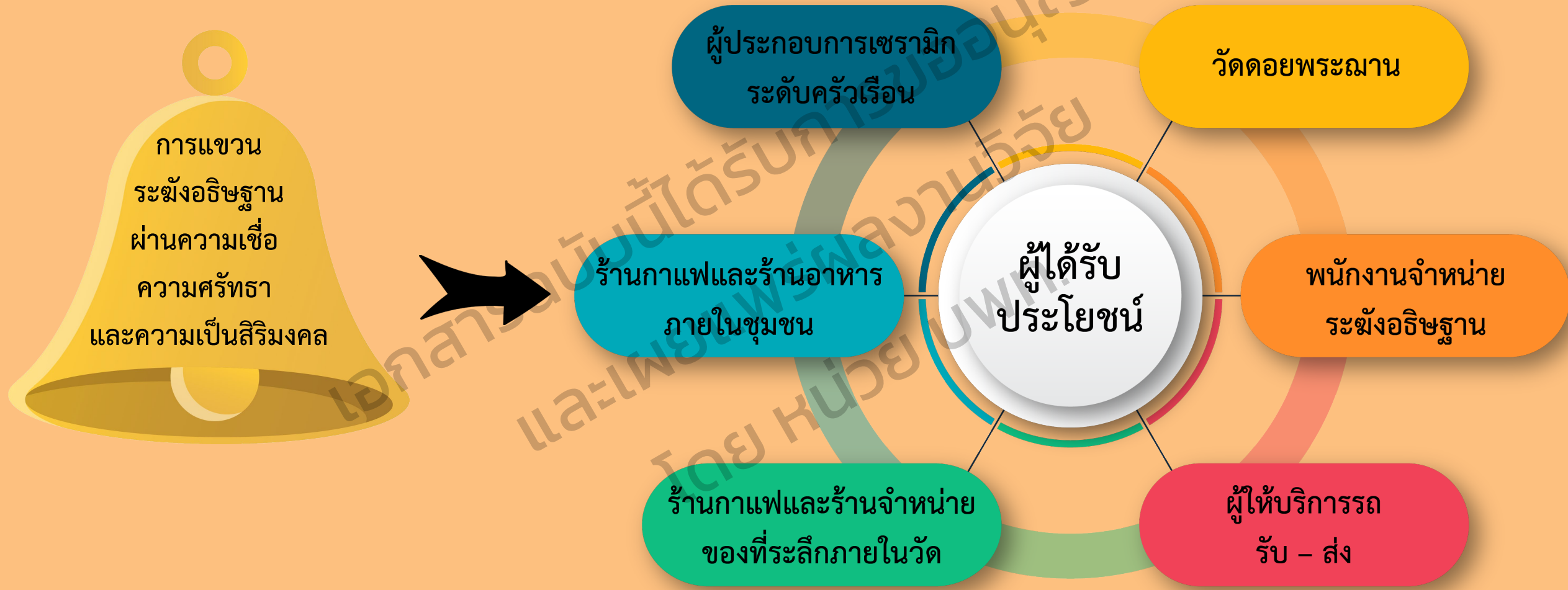
1. การพัฒนาการมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือน
2. ดินขาว เป็นวัตถุดิบหลักที่นำมาใช้เป็นส่วนผสมเนื้อดิน(สโตนแวร์)และน้ำเคลือบ
3. การค้นหาอัตลักษณ์ของผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือน
4. การบริหารจัดการผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือน
5. การบริหารจัดการงานวิจัย
6. การส่งเสริมด้านการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักวิจัย ผู้ประกอบการ และภาคีเครือข่าย

1. การจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือน เพื่อร่วมรักษาคุณค่าสู่การยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจ
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยอัตลักษณ์ใหม่จากทุนทางวัฒนธรรมล้านนาลำปาง
3. ออกแบบและผลิตเซรามิก จากต้นทุนทางวัฒนธรรม และความเป็นสิริมงคลของดินขาว
4. ออกแบบและจัดทำแผนที่เดินดินและแผนที่ทางวัฒนธรรม 12 โรงงานเซรามิกระดับครัวเรือน
5. การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือนในการผลิตสินค้าด้วยอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมล้านนาลำปาง
6. หาแนวทางทางการตลาดสำหรับการรักษาคุณค่าสู่การยกระดับผลิตภัณฑ์เซรามิกระดับครัวเรือน

1. การจัดการทางด้านการตลาด
2. การสื่อสารด้านอัตลักษณ์และทุนทางวัฒนธรรมล้านนา
3. ผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือนผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกจากอัตลักษณ์และทุนทางวัฒนธรรม
4. การเปลี่ยนคุณค่าเป็นมูลค่าด้วยผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ใหม่ทางวัฒนธรรมล้านนาลำปาง

Steak holder: นักวิจัย, นักวิชาการ, ผู้ประกอบการ 12 โรงงาน, สภาอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง, อุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง, พาณิชย์จังหวัดลำปาง, วัฒนธรรมจังหวัดลำปาง, สมาคมเครื่องปั้นดินเผาลำปาง, สมาคมเหมืองแร่เพื่ออุตสาหกรรม, ผู้นำชุมชน, คณะสงฆ์, สมาชิกในชุมชน, ผู้บริโภค, สภาวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง, เทศบาลนครลำปาง, องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปาง, กรมส่งเสริมการเกษตรจังหวัดลำปาง, พัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง

การตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing)



กลไกความร่วมมือเชิงพื้นที่ระดับจังหวัดและการผลักดันเข้าสู่นโยบายระดับจังหวัด

เกิดความร่วมมือด้านศิลปวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง ระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ร่วมกับเทศบาลนครลำปาง องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปางและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง ผลการประชุมได้แนวทางการร่วมมือ โดยเริ่มจากกิจกรรม รวบรวมข้อมูลลำปางศึกษาใน 9 มิติ ตามขอบเขตการวิจัยและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง จะจัดงบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินการเพื่อจัดทำชุดข้อมูลสารานุกรมศิลปวัฒนธรรม จังหวัดลำปาง และถูกบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของแผนแม่บทจังหวัดลำปาง กระบวนการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (พ.ศ.2565-2570)





แผนแม่บทจังหวัดลำปาง
กระบวนการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)
แผนปฏิบัติการประจำปี 2566

05.วิบูลย์ ชูงาม

ประเด็นที่ 2: จุดยุทธศาสตร์ พัฒนาอุตสาหกรรม ทักษะแรงงานเชิงสร้างสรรค์และเรียนรู้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ยกระดับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปและผลิตภัณฑ์บริการ
 อุตสาหกรรมประมงอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสู่ตลาดออนไลน์ และส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

สร้างฐานเชิงเชื้อเพลิงชีวภาพอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป และสร้างภาพพจน์เมืองและภาคบริการที่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว

การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการ:
 พัฒนา CREATIVE EDOSYSTEM เพื่อรองรับการพัฒนาสู่การเป็น Smart City เศรษฐกิจพิเศษภาคเหนือ CREATIVE LANNA

พัฒนาผู้ประกอบการความหลากหลายและศูนย์บริการโลจิสติกส์ในชุมชนเมือง

การพัฒนาศูนย์ที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ

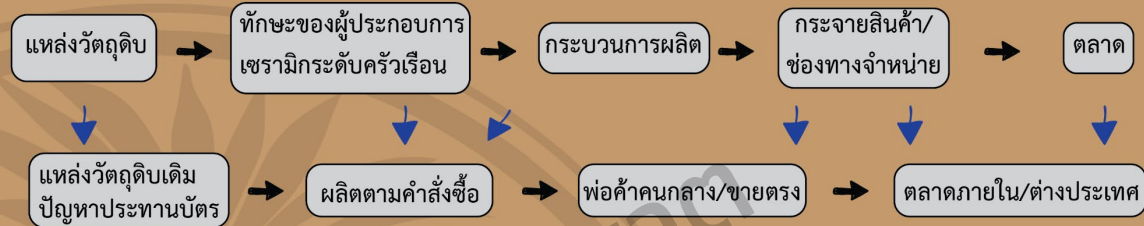
- แผนงาน/โครงการ**
1. โครงการ Ceramic City
 2. โครงการ เมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis)
 3. โครงการ พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่เศรษฐกิจพิเศษภาคเหนือ
 4. โครงการ Craft LAMPANG สอดคล้องกับยุทธศาสตร์พัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนเชิงสร้างสรรค์สู่ตลาดสากล Wisdom Creative Craft Community
 5. โครงการ ยกระดับฐานการผลิตและพัฒนาแบบครบวงจรตามห่วงโซ่มูลค่าผู้ประกอบการหัว่อ
 6. โครงการ ยกระดับสถานประกอบการ SMEs และวิสาหกิจชุมชนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital for SMEs)
 7. โครงการ สนับสนุนผู้ประกอบการแปรรูป ไม้ใช้สอยชุมชน
 8. โครงการ ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันผู้ประกอบการ SMEs ตามกรอบแนวคิด BCG Model
 9. โครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน
 10. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการและยกระดับศักยภาพสินค้าจังหวัด

4. โครงการ Craft LAMPANG
 ต่อยอดภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์สู่ตลาดสากล Wisdom Creative Craft Community



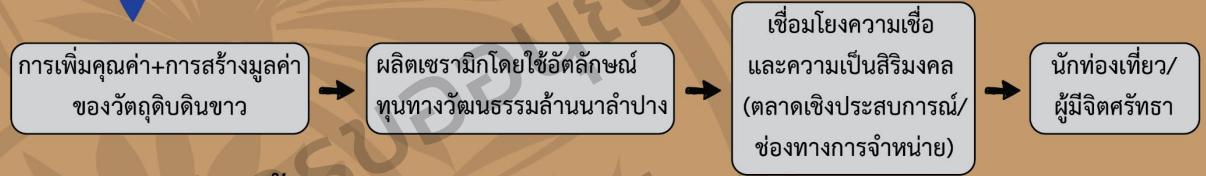
การจัดการทุนทางวัฒนธรรม ท้องถิ่นเพื่อรักษาคุณค่าสู่การ ยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจ ของเซรามิก จังหวัดลำปาง

Supply Chain



NOW

NEW Value Chain



จุดแข็ง/โอกาส

- 1 ลำปางเป็นแหล่งวัตถุดิบดินขาวที่สำคัญของประเทศ
- 2 มีทุนทางวัฒนธรรมล้านนาที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นและสมบูรณ์
- 3 ผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือนมีทักษะในการผลิตสูง
- 1 เซรามิกเป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจังหวัดลำปาง
- 2 จังหวัดมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมเซรามิก/การท่องเที่ยว
- 3 รัฐบาลมีนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทุนชาติ/ทุนทางวัฒนธรรม

ปัญหา

- 1 ผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือนขาดองค์ความรู้ทุนทางวัฒนธรรมล้านนาลำปางในการนำไปใช้พัฒนาและสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก
- 2 ผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือนมีประสบการณ์และทักษะในการวางแผนการบริหารจัดการธุรกิจไม่มากพอส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน
- 3 ผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือนขาดโอกาสในการเข้าถึงหน่วยงานที่หนุนเสริมการยกระดับศักยภาพทางธุรกิจ

ความรู้และผลที่เกิดขึ้น

พื้นที่ศึกษา



การสร้างคุณค่า+มูลค่า

ผลิตโดยอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมล้านนาลำปาง

การตลาดเชิงประสบการณ์/ ช่องทางการจำหน่าย



ผลลัพธ์

- ชุดความรู้แผนที่ทางวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง
- ชุดความรู้พัฒนาการและประวัติศาสตร์เซรามิกลำปาง
- ชุดความรู้มรดกวัฒนธรรม 8 วิถี จังหวัดลำปาง
- ชุดความรู้ องค์ประกอบเนื้อดิน น้ำเคลือบ เทคนิคการตกแต่งผลิตภัณฑ์เซรามิกดั้งเดิมจังหวัดลำปาง
- แผนที่เดินดิน 12 โรงงานเชื่อมโยงการท่องเที่ยว
- ผลิตภัณฑ์เซรามิกจากอัตลักษณ์ใหม่ (อัตลักษณ์โรงงาน+ทุนทางวัฒนธรรมล้านนาลำปาง)
- รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิกของโรงงานเซรามิกระดับครัวเรือน เกินร้อยละ 30 ของยอดขายเดิม
- การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ระหว่างถิ่นฐานจากดินขาวผ่านความเชื่อ ความศรัทธา และความเป็นสิริมงคล
- ผลิตภัณฑ์เซรามิกประกอบอาคารสถาปัตยกรรม

ผลสืบเนื่อง

- เกิดกลุ่มการฟื้นฟูทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์เซรามิกของชุมชน
- ข้อมูลแผนที่ท่องเที่ยว 12 โรงงานเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเป็นแนวทางในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว
- เกิดนวัตกรรมในโรงงานและชุมชนที่สามารถต่อยอดหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง
- 1.ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด
- 2.ผู้ประกอบการและชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น
- 3.เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนจากกระบวนการวิจัย
- 4.เกิดกระบวนการผลิตข้ามฐานทุนทางวัฒนธรรม
- 5.เกิดการฟื้นฟูผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์เซรามิกชุมชน

ภาคี ความร่วมมือ

นักวิจัย, นักวิชาการ, ผู้ประกอบการ 12 โรงงาน, พาณิชย์จังหวัดลำปาง, วัฒนธรรมจังหวัดลำปาง, สภาวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง, กลุ่มหัตถศิลป์ชุมชนเซรามิกสาละหม้อ, วัดปงสนุกเหนือ, วัดดอยพระฌาน, ชุมชนสาละหม้อ, เทศบาลนครลำปาง, องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปาง

“การสร้างเศรษฐกิจชุมชนด้วยเซรามิกครัวเรือนผ่านอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรม”

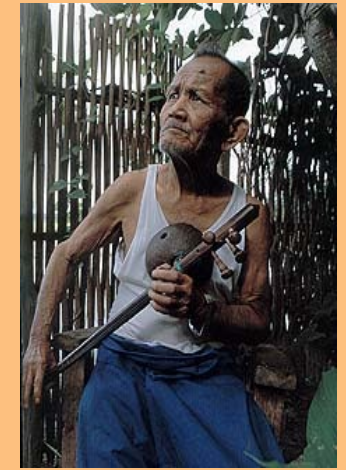
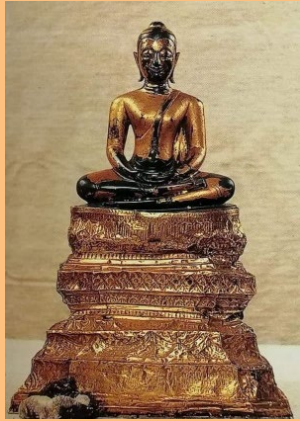
พันธมิตรหลัก	★ กิจกรรมหลัก ★	การส่งมอบคุณค่า	ความสัมพันธ์กับลูกค้า	กลุ่มลูกค้า
<ul style="list-style-type: none"> จังหวัดลำปางและหน่วยงานปฏิบัติการที่เป็นส่วนราชการ สมาคมผู้ประกอบการตลาดชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการเซรามิกจังหวัดลำปางและชุมชนเซรามิก ปราชญ์ชาวบ้าน สภาวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง สมาคมอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง และภาคีเครือข่ายอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง เทศบาลเมืองเขลางค์นคร เทศบาลนครลำปาง องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปาง 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำชุดความรู้ “มรดกทางวัฒนธรรม 8 วิถี จังหวัดลำปาง” สื่อสารและให้ความรู้ด้านทุนทางวัฒนธรรมล้านนา และ อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมลำปาง แก่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง และ นักวิชาการ เวที ประชุมระดมความคิดเห็น การสังเคราะห์อัตลักษณ์เครื่องปั้นดินเผาลำปาง ประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของผู้ประกอบการเซรามิกครัวเรือน กระบวนการให้ความรู้เพื่อสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และการยกระดับผู้ประกอบการ การวิเคราะห์รูปแบบและสูตรดินเคลือบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการเซรามิกครัวเรือน 	<ul style="list-style-type: none"> ทุนทางวัฒนธรรมล้านนาในจังหวัดลำปาง เช่น สถาปัตยกรรม ความเชื่อและประเพณี อัตลักษณ์ลำปาง ที่สื่อความหมายผ่านผลิตภัณฑ์เซรามิกครัวเรือน อัตลักษณ์ของสินค้าของผู้ประกอบการเซรามิกครัวเรือน เช่น ลวดลาย รูปทรง สี สัน และการตกแต่ง ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่สร้างสรรค์ผ่านช่างฝีมือ ผู้มีประสบการณ์ด้านการผลิตเซรามิกครัวเรือน ความเป็นสิริมงคลของดินขาวลำปาง 	<ul style="list-style-type: none"> การพบลูกค้า - กิจกรรมพิเศษการจัดตลาดนัด การรักษาลูกค้า - การส่งมอบคุณค่าผ่านการใช้เรื่องเล่าและการเล่าเรื่อง การขยายฐานลูกค้า - การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในช่องทางต่างๆ เช่น องค์กรธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> ทุกเพศ ทุกวัย เช่น นักท่องเที่ยวในพื้นที่และนอกพื้นที่ กลุ่มที่มีความเชื่อความศรัทธา กลุ่มนักท่องเที่ยวตามกระแสนิยม
<p>โครงสร้างต้นทุน</p>		<p>ทรัพยากรหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> องค์ความรู้และเทคนิควิธีการ การออกแบบและกระบวนการคิดเชิงออกแบบDesign ภูมิปัญญาและการสร้างสรรค์ร่วม ทรัพยากรด้านการจัดการ ชุมชนสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม 	<p>ช่องทางการจัดจำหน่ายและชำระเงิน</p> <ul style="list-style-type: none"> แอปพลิเคชันมือถือ / E-banking การตลาดผ่านอินสตาแกรม การตลาดผ่านเฟสบุ๊ก การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ร้านจัดจำหน่ายของที่ระลึก / คีออส โครงการของรัฐ (คนละครึ่ง) 	
<ul style="list-style-type: none"> ต้นทุนคงที่: การวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยี ต้นทุนผันแปร: ค่าการตลาด ค่าวัตถุดิบ แรงงาน 		<ul style="list-style-type: none"> ★ ช่องทางการสร้างรายได้รายได้ ★ การจัดจำหน่ายระฆังอิฐฐาน การจัดจำหน่ายของที่ระลึก “ระฆังอิฐฐาน” การจัดจำหน่ายเครื่องประกอบสถาปัตยกรรม วัดปงสนุกเหนือ 		

ผลงานสร้างสรรค์อัตลักษณ์ใหม่ 12 แนวทาง

ผลการวิจัยที่สะท้อนอัตลักษณ์ต้นทุนทางวัฒนธรรม มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะ กระบวนการคิดค้นการนำข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาใช้ในพัฒนาผลงาน ทำให้ผู้วิจัยและโรงงานเกิดองค์ความรู้ด้านเทคนิคตกแต่งที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดในผลงานผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่น ๆ โดยการนำสุนทรียะมาใช้ในการทำงานวิจัยเป็นมุมมองใหม่ให้แก่โรงงานที่เข้าร่วมโครงการ ดังตัวอย่างผลงานต่อไปนี้



อัตลักษณ์ใหม่จากทุนทางวัฒนธรรม จังหวัดลำปางยุคล้านนา 9 อัตลักษณ์





โครงการวิจัยการรักษาคูณค่าสู่การยกระดับ
มูลค่าเซรามิกลำปางด้วยคุณค่าใหม่
บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น



พัฒนาการและประวัติศาสตร์ เซรามิกลำปาง

ภายใต้แผนโครงการวิจัยการจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อรักษาคูณค่า
สู่การยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิก จังหวัดลำปาง
แผนงานการสร้างแผนธุรกิจเพื่อสร้างเศรษฐกิจรองรับการเปลี่ยนแปลงวิกฤต
ด้านเศรษฐกิจและแก้ไขปัญหาความยากจน

สนับสนุนโดยหน่วยบริหารและจัดการทุนวิจัยและนวัตกรรมด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.)

แผนที่ทางวัฒนธรรม
จังหวัดลำปาง

โครงการวิจัยการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ จากทุนทางวัฒนธรรมจังหวัดลำปางสู่สินค้า
ภายใต้งานโครงการจัดการทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อรักษาคูณค่า
สู่การยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของเซรามิก จังหวัดลำปาง
ภายใต้แผนโครงการวิจัยการรักษาคูณค่าสู่การยกระดับมูลค่าเซรามิก
ด้วยคุณค่าใหม่บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ข้อมูลพื้นฐานอำเภอเกาะกา

เกาะกาตั้งอยู่ที่ละติจูด 17° 00' 00" เหนือ และลองจิจูด 101° 30' 00" ตะวันออก มีพื้นที่ทั้งหมด 1,100 ไร่ ประกอบด้วยพื้นที่ป่า 600 ไร่ พื้นที่เกษตร 500 ไร่ และพื้นที่ชุมชน 100 ไร่

พื้นที่ชุมชน

- พื้นที่ชุมชน 1 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านเกาะกา
- พื้นที่ชุมชน 2 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านเกาะกา

ข้อมูลประชากร

- จำนวนประชากรทั้งหมด 1,100 คน
- จำนวนประชากรชาย 500 คน
- จำนวนประชากรหญิง 600 คน

ข้อมูลเศรษฐกิจ

- พื้นที่เกษตร 500 ไร่
- พื้นที่ป่า 600 ไร่
- พื้นที่ชุมชน 100 ไร่



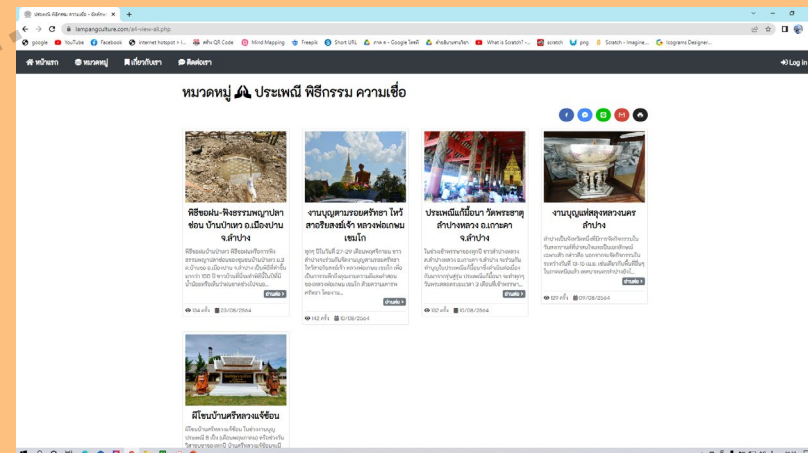
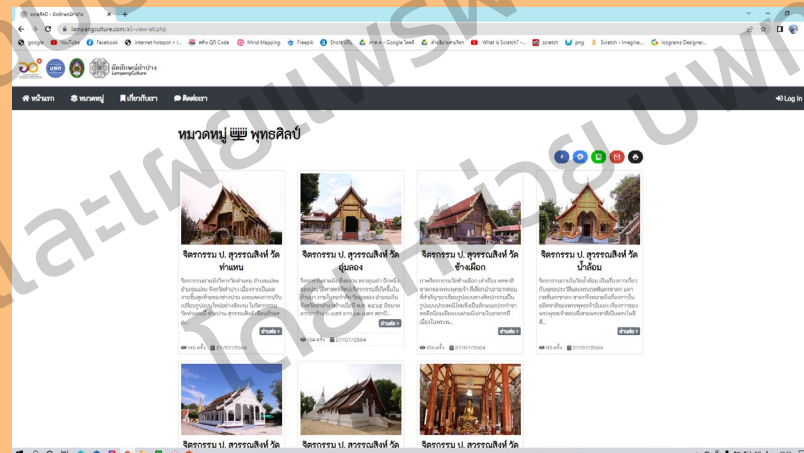
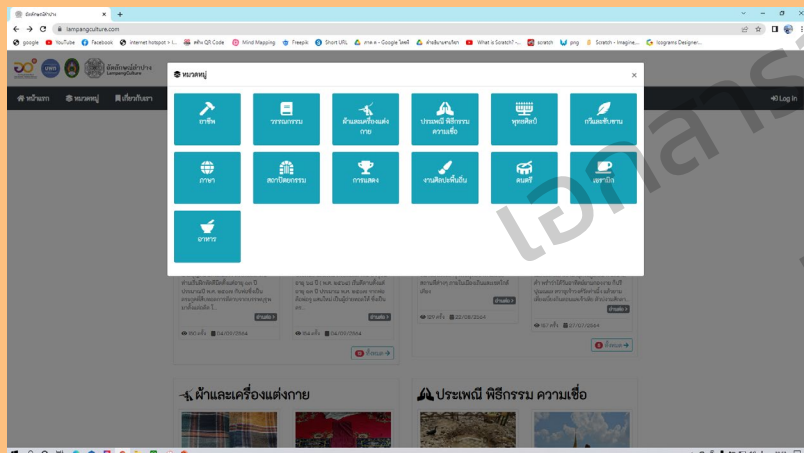
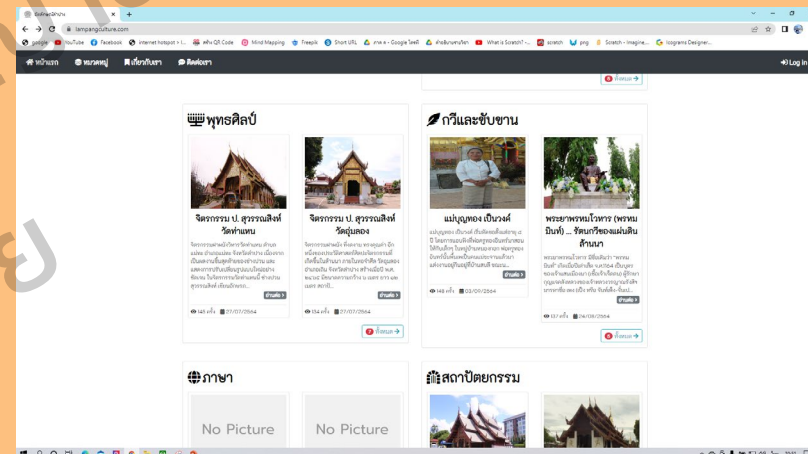
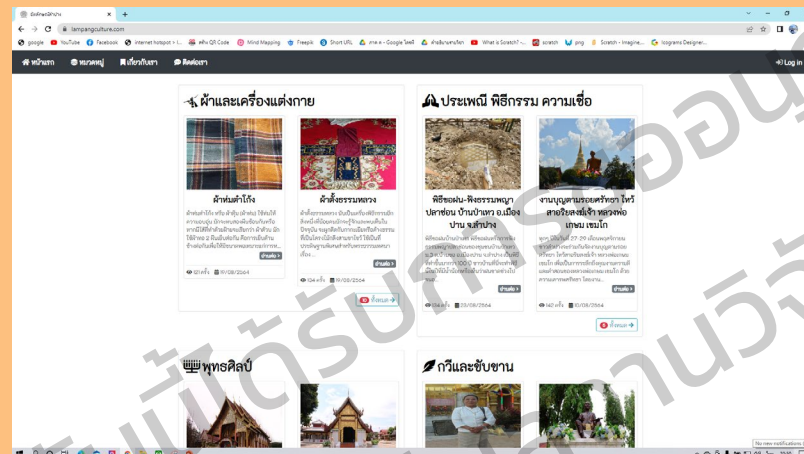
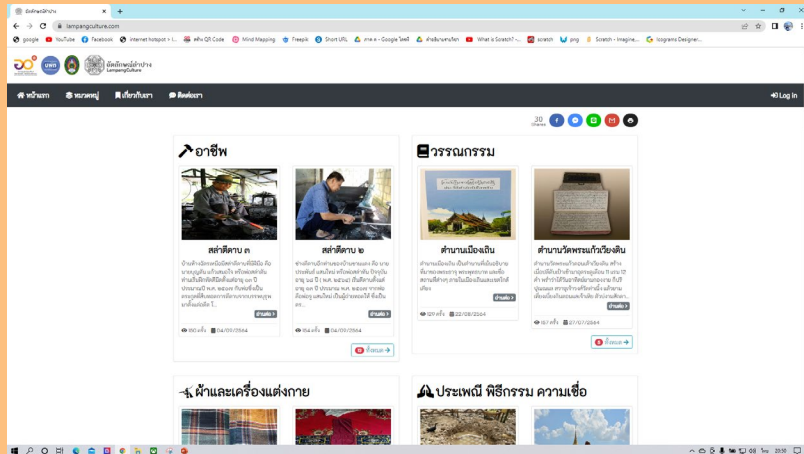
มรดกทางวัฒนธรรม 8 วิถี จังหวัดลำปาง



โครงการวิจัยการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ จากทุนทางวัฒนธรรมจังหวัดลำปางสู่ผลิตภัณฑ์
ภายใต้แผนโครงการวิจัยการรักษาคูณค่าสู่การยกระดับมูลค่าเซรามิกด้วยคุณค่าใหม่บนฐาน
อัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างเศรษฐกิจรองรับการเปลี่ยนแปลงวิกฤตด้านเศรษฐกิจและ
แก้ไขปัญหาความยากจน

สนับสนุนโดยหน่วยบริหารและจัดการทุนวิจัยและนวัตกรรมด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.)

ฐานข้อมูลบนเว็บไซต์ www.lampangculture.com



ตัวอย่างการจัดหมวดหมู่ในระบบฐานข้อมูล



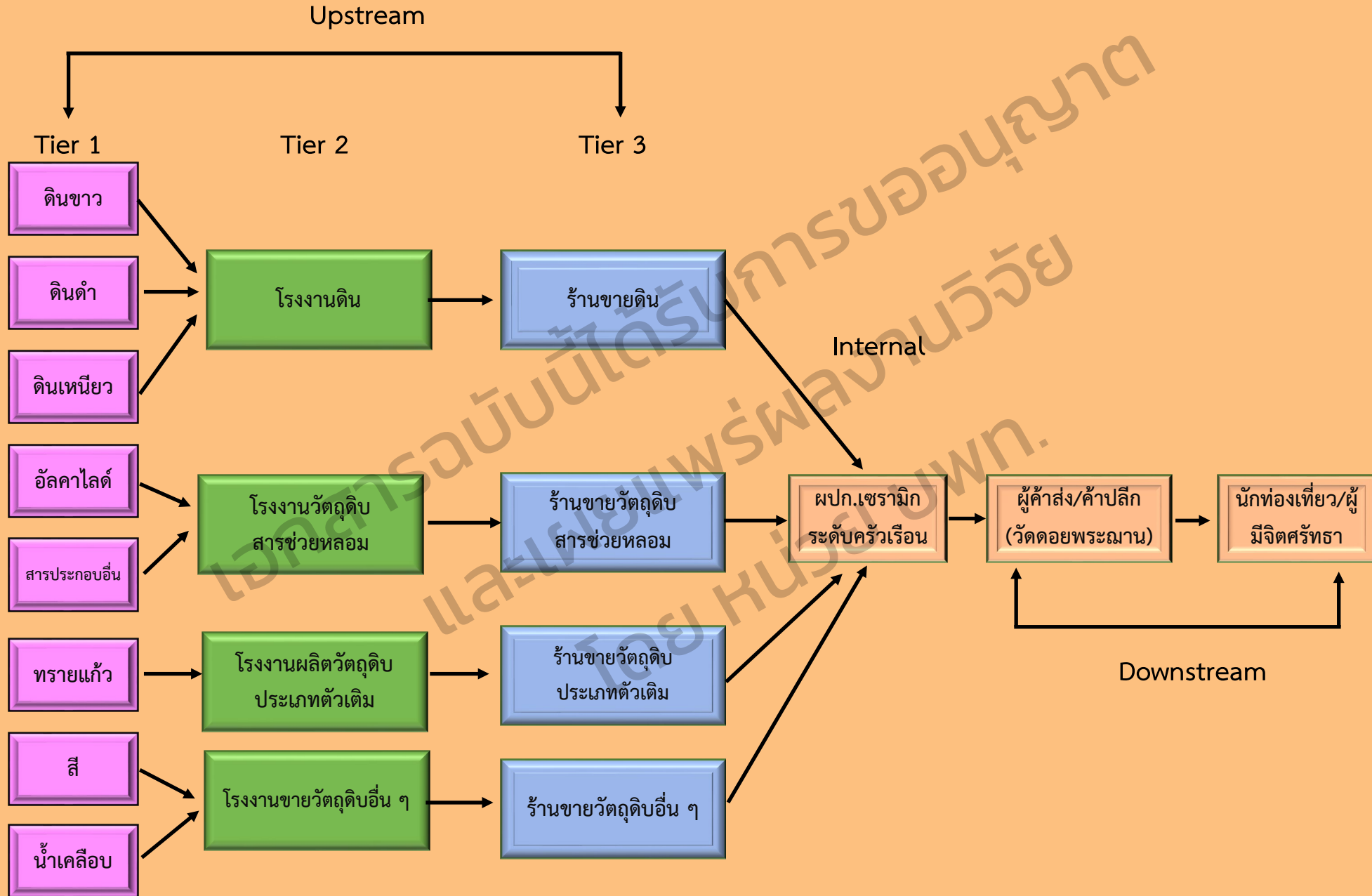
ceramicsoflampang.com

Ceramics new identity of Lamphang
เซรามิกอัตลักษณ์ใหม่ลำปาง

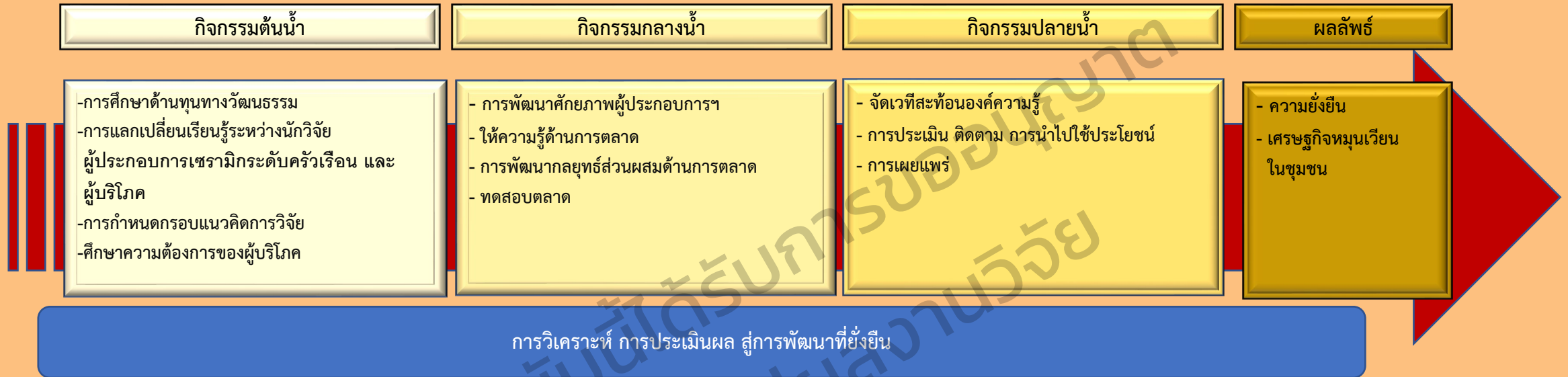
โรงงานผลิตเซรามิก

- โรงงานเดิมเซรามิก
- โรงงานขอนแก่นเซรามิก
- โรงงานนกกเซรามิก
- โรงงานประภาสิทธิ์

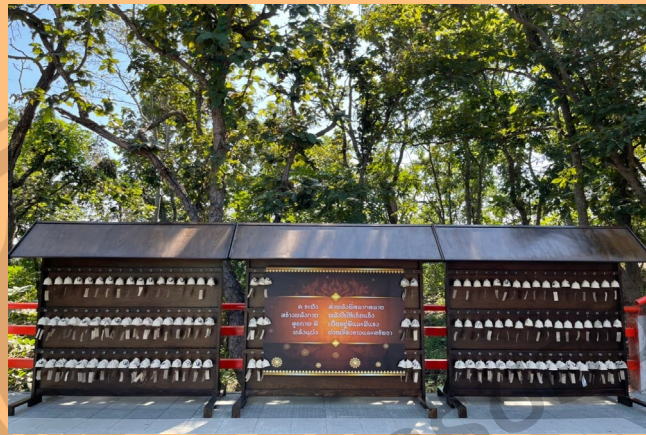
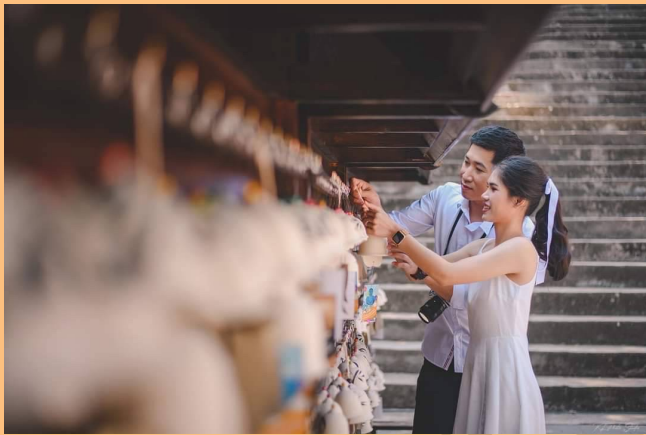
Supply Chain เซรามิกระดับครัวเรือน

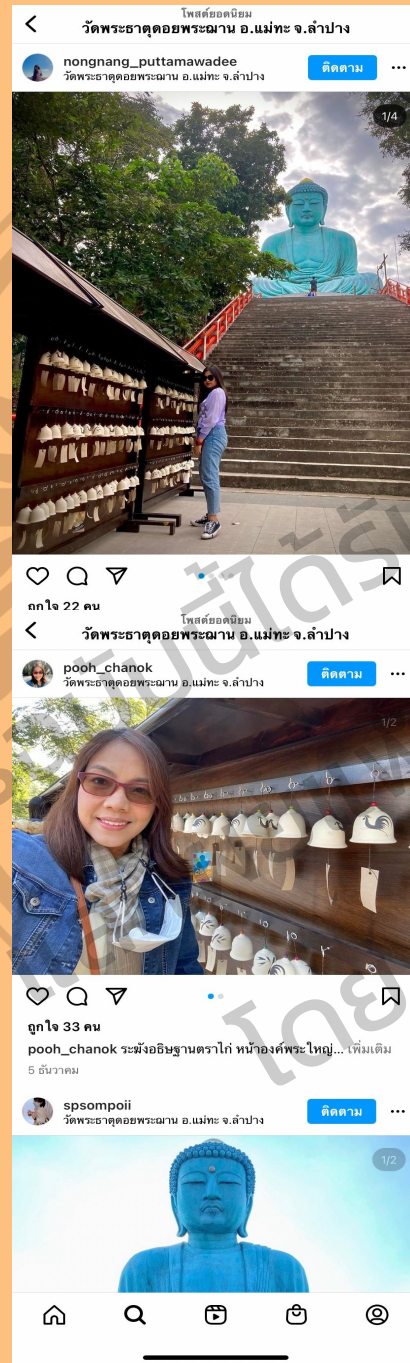


การประเมินห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)



กิจกรรมต้นน้ำ	กิจกรรมกลางน้ำ	กิจกรรมปลายน้ำ
C- การมีทุนทางวัฒนธรรม/ทักษะของผู้ประกอบการฯ	C- การบริหารจัดการงานวิจัย	C- ทราบถึงอัตลักษณ์และกลุ่มเป้าหมาย
I - นักวิจัย/กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย	I - การพัฒนากิจกรรมตามกรอบแนวคิด	I - กิจกรรม / แนวทางทางการตลาด
P- มีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค/อัตลักษณ์ของผู้ประกอบการฯ	P- กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการฯ/ผลิตภัณฑ์เซรามิก	P- การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการฯ/การพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ
P- ผลการสำรวจ/วิจัย/รูปแบบพัฒนา	P- ผลการปรับปรุง/ผลการพัฒนา	P- ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์/ตรงความต้องการของผู้บริโภค
I - มีการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้จริง	I - เกิดกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ/สร้างรายได้/การจ้างงาน	I - เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน
E - เกิดกลไกขับเคลื่อนภายในชุมชน	E - รายได้ที่เพิ่มขึ้น	E - ยอดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น/ลูกค้าเพิ่มขึ้น
S- เกิดการปรับตัวอย่างต่อเนื่องของชุมชน/ผู้ประกอบการฯ	S - เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างผู้ประกอบการฯและชุมชนอย่างต่อเนื่อง	S- เกิดเป็นวิถีชุมชน
T- ชุมชนเป็นต้นแบบในการพัฒนาผู้ประกอบการฯ	T- เป็นต้นแบบในการขยายผลสู่ชุมชนอื่น	T- การรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์





นวัตกรจากกระบวนการวิจัย จำนวน 16 คนและกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนเซรามิกศาลาหม้อ



กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนเซรามิกศาลาหม้อ
หน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์

ติดตาม ส่งข้อความ

ถูกใจ แชร์ บันทึกรูป

กนกพร, อรปริษา, ภูษิต และคนอื่นๆ อีก 162 คนถูกใจที่นี่

หน้าหลัก วิว รูปภาพ โพสต์

ผลการติดตาม ด้านรายได้ของผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือน อาสาสมัคร 2 ราย ว่ามีรายได้เพิ่มขึ้นเท่าใดภายหลังจากการนำแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ ความเชื่อ และความศรัทธา มาออกแบบผลิตภัณฑ์ระฆังอธิษฐานผ่านกิจกรรมทางการตลาด 5 เดือน โดยนำรายได้เฉพาะที่เกิดจากกระบวนการวิจัยมาคำนวณหาการเปลี่ยนแปลงของรายได้ของผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือน พบว่ามีรายได้เพิ่มขึ้นมากกว่า 30 % และเกิดการกระจายรายได้จากกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในชุมชนและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจที่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับเซรามิกครัวเรือน มากกว่า 30 ครัวเรือน

ผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือน รายที่ 1

รายได้ก่อนการวิจัย	รายได้ระหว่างการวิจัย	อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้
15,000 บาทต่อเดือน	39,000 บาทต่อเดือน	160 %

ผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือน รายที่ 2

รายได้ก่อนการวิจัย	รายได้ระหว่างการวิจัย	อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้
15,000 บาทต่อเดือน	30,800 บาทต่อเดือน	105 %

กลไกขับเคลื่อนตัวแบบเชิงธุรกิจในพื้นที่และผลักดันให้เกิดข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อผลักดันตัวแบบเชิงธุรกิจ



การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ด้านนโยบาย โดยเทศบาลนครลำปาง องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปาง สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง จัดงบประมาณในการส่งเสริมกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม

ด้านสังคม โดยสมาชิกชุมชนบ้านศาลาหม้อ ต.ท่าผา อ.เกาะคา จ.ลำปาง, ชุมชนเจ้าของทุนทางวัฒนธรรม 13 อำเภอจังหวัดลำปางมีการรวมกลุ่มของสมาชิกชุมชนในการสืบสาน ต่อยอด ช่างฝีมือผลิตน้ำตั้น หม้อดอกในรูปแบบดั้งเดิมและประยุกต์, การเกิดกิจกรรมอนุรักษ์ สืบสาน ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ทายาทและผู้สนใจในพื้นที่ชุมชนบ้านศาลาหม้อ ต.ท่าผา อ.เกาะคา จ.ลำปาง

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ด้านเศรษฐกิจ โดยโรงงานเสมียนเซรามิก โรงงานพัชิตาเซรามิก วัดดอยพระฉาน วัดปงสนุกเหนือ และธุรกิจเชื่อมโยง มีการผลิตและจำหน่าย “ระฆังอิฐฐาน”, เครื่องประกอบสถาปัตยกรรม

พื้นที่ที่นำไปใช้ประโยชน์ โรงงานเสมียนเซรามิก โรงงานพัชิตาเซรามิก วัดดอยพระฉาน วัดปงสนุกเหนือ

ด้านวิชาการ โดยคณะนักวิจัย นักวิชาการมีการบูรณาการการเรียนการสอน การบริการวิชาการ การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัย การขอทุนวิจัยเพื่อต่อยอดขยายผล องค์ความรู้



ขอขอบคุณ

เอกสารฉบับนี้ได้รับก...
และเพื่อประโยชน์...
โดย หน่วยบพท.