

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แบบ New
normal ชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย จังหวัดชัยภูมิ"

DEVELOPMENT OF LOCAL WISDOM PRODUCTS TO PROMOTE
TOURISM IN THE NEW NORMAL STYLE OF BAN SIEW NOI
COMMUNITY CHAIYAPHUM PROVINCE



¹ปราชญ์ ผดุงพล

¹Prach Bhadungphol

มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, ประเทศไทย

Chaiyaphum Rajabhat University, Thailand

¹prach@cpru.ac.th

Received: August 26, 2024; **Revised:** November 24, 2024; **Accepted:** December 28, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ 1.วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทความเป็นมาภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมะนิ จังหวัดชัยภูมิ 2.และพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ New Normal ชุมชนบ้านเสี้ยวน้อยเป็นชุมชนเกษตรกรรม เนื่องจากมีแหล่งน้ำธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ใช้สำหรับเพาะเลี้ยงไหมหรือทำเกษตรกรรมในชุมชน นอกจากนี้ชุมชนยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นในหลายๆด้าน เช่น การทำผ้าไหมหมักโคลน การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หัตถกรรมพื้นบ้าน หรือแม้แต่ภูมิปัญญาทางด้านประเพณีและวัฒนธรรม ซึ่งมีความโดดเด่นอย่างมาก คือประเพณีผีเสื้อ(ประเพณีบุญข้าวสากเดือนสิบ) ซึ่งจะมีขึ้นในช่วงปลายเดือนกันยายน จุดมุ่งหมายเพื่อทำบุญอุทิศให้แก่บรรพชนที่ล่วงลับไปแล้ว จากความโดดเด่นในหลายๆด้านจึงดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม ซื้อผลิตภัณฑ์จากชุมชน และยังมีนักเรียน นักศึกษาและหน่วยงานต่างๆ เข้ามาศึกษาเรียนรู้ เพราะในชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่อง

¹อาจารย์ . สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

ภูมิปัญญาในด้านต่างๆ แต่จากสถานการณ์โรคระบาดไวรัส โควิด 2019 ส่งผลกระทบกับชุมชนในหลายๆด้าน ทำให้ชุมชนขาดรายได้ ภาครัฐจึงมีนโยบายผลักดันและกระตุ้นเศรษฐกิจ จึงทำให้เกิดการท่องเที่ยววิถีใหม่หรือการท่องเที่ยวแบบ New Normal เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 2019 จึงมีมาตรการป้องกันโรคของกระทรวงสาธารณสุข รวมถึงผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อรองรับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ชุมชนได้รวมกลุ่มอาสาสมัครกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ประกอบการในชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ New Normal การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นการนำเอาภูมิปัญญาที่มีในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนในช่วงสถานการณ์โรคระบาด จากความร่วมมือของคนในชุมชนให้มีส่วนร่วม ตั้งแต่ระดับ การรับรู้ การแสดงความคิดเห็น การเรียนรู้ การลงมือปฏิบัติ การรับผลประโยชน์ และร่วมรับผิดชอบ ก่อเกิดความช่วยเหลือเกื้อกูล สร้างความเข้มแข็งให้ครอบครัวและชุมชน ส่งเสริมเศรษฐกิจ เสริมสร้างความสัมพันธ์ชุมชนและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ดำรงไว้ ผลจากการร่วมมือจึงผลิตภัณ์ที่ไอศกรีมที่แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นและ อัตลักษณ์ของชุมชนเสียน้อย ช่วยสร้างรายได้ในสถานการณ์การท่องเที่ยวแบบ New Normal และยังยังสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นและประเพณีอันโดดเด่นของ

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, New Normal

Abstract

This research It is qualitative research. 1. Objective: To study the context of local wisdom. Ban Siao Noi Community, Ban Lao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province 2. And develop wisdom products to promote tourism in the New Normal style. Ban Siao Noi community is an agricultural community. Because there is an abundance of natural water sources used for sericulture or agriculture in the community. In addition, the community also has local wisdom in many areas, such as making silk fermented in mud. Agricultural product processing folk crafts or even the wisdom of tradition and culture which is very outstanding It is the Phi Sum tradition (Bun Khao Sak tradition in the tenth lunar month), which takes place at the end of September. The aim is to make merit and dedicate it to the ancestors who have passed away. Due to its outstandingness in many aspects, it attracts tourists to visit. Buy products from the community And there are also students Students and various agencies Come to study and learn. Because the

community is a source of learning about wisdom in various fields. But from the outbreak situation, the coronavirus 2019 has affected the community in many ways. causing the community to lack income The government therefore has a policy to push and stimulate the economy. As a result, it creates a new way of tourism or New Normal tourism. It is tourism that occurred during the outbreak of the coronavirus 2019, so there are disease prevention measures from the Ministry of Public Health. Including operators having to adapt to accommodate changing tourism patterns. The community has gathered together groups of volunteers, senior citizens and entrepreneurs in the community. Develop wisdom products to promote tourism in the New Normal style. Product design development involves taking the wisdom that exists in the community and creating products that can still generate income for the community during the epidemic situation. From the cooperation of people in the community to participate from the level of awareness, expressing opinions, learning, and taking action. Receiving benefits and share responsibility Giving rise to help and support Strengthen families and communities Promote the economy Strengthen community relations and preserve local arts, culture and wisdom. The result of this collaboration is an ice cream product that showcases local wisdom and The identity of the small community Helps generate income in the New Normal tourism situation and can also promote tourism in the form of publicizing the local wisdom and outstanding traditions of the community.

Keywords: Product Development, Local Wisdom, New Normal

บทนำ

ในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย ต้องหยุดชะงัก การจัดการท่องเที่ยวไทยในยุค New Normal จึงต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ซึ่งหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาด คาดการณ์ว่ากลุ่มเป้าหมายหลักในการฟื้นฟูเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวของไทย จะมุ่งเน้นฟื้นฟูการท่องเที่ยวแบบภายในประเทศ (Domestic) เป็นอันดับแรก เพื่อปลุกปั้นการท่องเที่ยวให้กลับมามีชีวิตอีกครั้งหลังจากเผชิญวิกฤตอย่างรุนแรงในปี 2564 โดยเน้นหนักในการลดการพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติและเน้นทำตลาด ศักยภาพหารายได้มากกว่าปริมาณ เพื่อรับมือกับโลกยุคหลังโควิด (Techasriamornrat, 2564)

ชัยภูมิเมืองแห่งประวัติศาสตร์ มีการค้นพบหลักฐานทางโบราณคดี ทั้งโบราณวัตถุและสถาปัตยกรรม เมืองแห่งอารยธรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับชุมชนลาวเวียงสืบเนื่องจากเจ้าเมืองคนแรกคือชาวลาวที่อพยพมา ต่อมาคือพระยาภักดีชุมพล (แล) และได้นำศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรม ประเพณีต่างๆที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งมีหลายๆอย่างแตกต่างไปจากจังหวัดอื่นๆในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

บ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ เป็นหมู่บ้านมีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมครบวงจรมีผลิตภัณฑ์จากหม่อนและไหมควบคู่ไปกับการเรียนรู้ภูมิปัญญาวัฒนธรรมองค์ความรู้แบบดั้งเดิมที่จะให้คนทั่วไปได้มาเรียนรู้ในแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์ซึ่งได้รับรางวัลการันตีมากมาย เช่น รางวัลหมู่บ้านวัฒนธรรม (หมู่บ้านสีล 5) จากกระทรวงวัฒนธรรม รางวัลตรานกยูงพระราชทานตราสัญลักษณ์แสดงถึงการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรับรองโดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม G แสดงถึง green production และอีกมากมาย เป็นต้น

ชุมชนบ้านเสี้ยวน้อยมีศูนย์การเรียนรู้จากปราชญ์ชุมชนเพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าไปศึกษาเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านวิถีชีวิตและสัมผัสการทำผ้าตั้งแต่กระบวนการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมจนถึงขั้นตอนสุดท้าย มีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในชุมชนคือประเพณีแห่ผีเสื้อที่มีขึ้นในช่วงบุญผะเหวด ทำให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่แวะเวียนเข้ามาเที่ยวชมชุมชน และซื้อสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นทั้งของใช้และของฝาก อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์โรคระบาดทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวนั้นลดลงเป็นจำนวนมาก

ด้วยทิศทางการเปลี่ยนแปลงของวิถีการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ผนวกกับข้อจำกัดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย กลายเป็นเหตุผลสำคัญที่จำเป็นต้องมีการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนที่มีอยู่เดิม ด้วยการใช้รูปแบบการท่องเที่ยวแบบ New Normalร่วมกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย รวมถึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยววิถีใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย
2. เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวแบบ New Normal
3. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ New Normal ชุมชนเสี้ยวน้อย จังหวัดชัยภูมิ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Document Analysis) และทำการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field study) เนื่องจาก จะทำให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกและมีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การทำวิจัยที่ตั้งไว้

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยดำเนินการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการขาดรายได้ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 จำนวน 40 คน สัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคลกับผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุข และโรคติดต่อ ปราชญ์ชุมชน ผู้นำชุมชน กลุ่มสตรีแม่บ้านและอาจารย์ระดับมหาวิทยาลัย จำนวน 10 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แนวคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์และแนวคิดที่การวิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชนผลิตภัณฑ์ของชุมชน วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี โดยคำถามสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์ เพื่อสร้างสัมพันธภาพ อันจะช่วยให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างราบรื่น และที่สำคัญคือ จะทำให้ผู้ให้ข้อมูลถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเป็นจริงมากที่สุด แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ขึ้น เริ่มสนทนา ขึ้นเข้าสู่ประเด็นที่จะศึกษา และขึ้นปิดสนทนา ซึ่งข้อมูลในรูปแบบสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละด้าน

ตอนที่ 3 ภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย

ตอนที่ 4 ผลกระทบที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นการวิเคราะห์แบบองค์รวม ในลักษณะของการหาความสัมพันธ์ของผลการศึกษาที่นำไปสู่การสรุปประเด็นที่เป็นตัวแปรสำคัญในการออกแบบและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเสี้ยวน้อย อ.เมือง จ.ชัยภูมิ ภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จะนำไปสู่การวางแผนการดำเนินงาน อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบ New Normal โดยสรุป วิเคราะห์แล้วนำเสนอในเชิงพรรณนาต่อไป

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ New Normal สรุปผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนบ้านเสี้ยวน้อยพบว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ มี 4 ชนิด คือ เกษตรกรรม (การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม) การทอผ้า (การทำผ้าไหมหมักโคลน) การจักสานไม้ไผ่

1.2 ภูมิ ปัญญาด้านศาสนาและประเพณี มี 3 ชนิด คือ บุญเลี้ยงตาปู่บ้าน บุญเบิกบ้าน(ทุกต้นเดือนหก) และแห่ผีสู้่ม

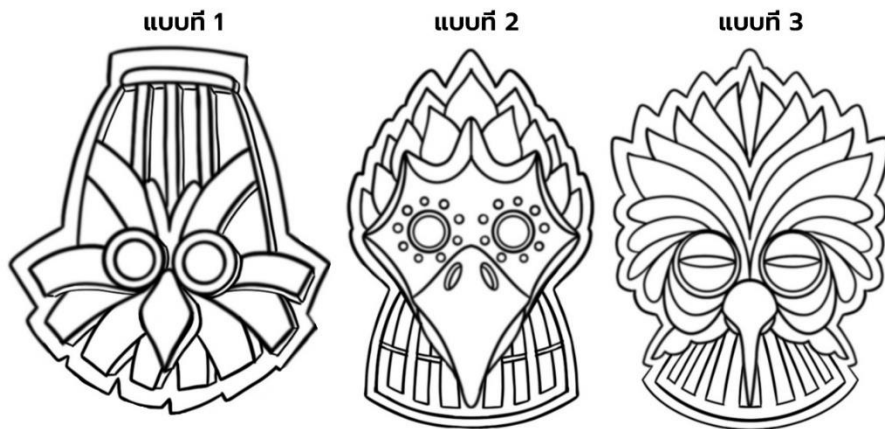
2. ผลการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวแบบ New Normal พบว่า การจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวแบบ New Normal ของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ การท่องเที่ยววิถีใหม่หรือการท่องเที่ยวแบบ New Normal เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องปรับพฤติกรรม การท่องเที่ยว เพื่อป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากโควิด 19 ด้วยการปรับวิถีการดำรงชีวิตใหม่ อาทิ การเว้นระยะห่างทางสังคม การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคของกระทรวงสาธารณสุข ดังนั้น ชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย และผู้ประกอบการในชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ ต้องปรับตัวเพื่อรองรับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยววิถีใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาเที่ยวในชุมชน และช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคดังกล่าวด้วย

อย่างไรก็ดี แม้ปัจจุบันจะมีวัคซีนป้องกันโควิด 19 แต่เชื้อโรคได้มีการพัฒนาและกลายพันธุ์อยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้การรักษามาตรการป้องกันโรคและการเพิ่มความปลอดภัยด้านสุขภาพอนามัยให้กับนักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้น การนำนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆออกมาจำหน่าย เพื่อมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีใหม่จะช่วยให้การท่องเที่ยวภายในชุมชนสามารถดำเนินต่อไปได้ และยังเป็นการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของชุมชนภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด 19 รวมทั้งเป็นการพัฒนานวัตกรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคตต่อไปด้วย

3. ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ New Normal ชุมชนเสี้ยวน้อย จังหวัดชัยภูมิ

การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อยมาใช้ในการออกแบบ เริ่มตั้งแต่การออกแบบรูปทรง การผลิต และด้านการท่องเที่ยว การออกแบบผลิตภัณฑ์เริ่มด้วยการออกแบบด้านรูปทรงที่สามารถสื่อสารถึงชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย

รูปทรงไอศกรีม เป็นการวิเคราะห์รูปทรงจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ที่พัฒนามาจากหน้ากากผีส่มในรูปแบบสร้างสรรค์ โดยการคัดเลือกรูปแบบที่ได้รับความนิยมในการนำมาประดับตกแต่งมากที่สุด 3 แบบ



ภาพที่ 1 รูปทรงไอศกรีม เป็นการวิเคราะห์รูปทรงจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

แบบที่ 1 เป็นรูปแบบใช้ลวดปักกลามาประดับตกแต่งแบบเรียบง่าย มีลักษณะคล้ายไก่

แบบที่ 2 เป็นรูปแบบของหัวส่มที่ลักษณะคล้ายกะโหลกของสัตว์ปีก จำพวกไก่หรืออีกา

แบบที่ 3 เป็นรูปแบบของหัวส่มที่มีการประดับตกแต่งคล้ายนกแสก วัสดุหลักเป็นขนนก

ข้อดี ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมสามารถสื่อถึงชุมชนเสี้ยวน้อยได้อย่างชัดเจน เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จากประเพณีของชุมชนสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน

ข้อเสีย รูปแบบของไอศกรีมมีรายละเอียดค่อนข้างมาก การทำต้นแบบต้องใช้ผู้มีทักษะในการขึ้นรูปและด้วยข้อจำกัดเรื่องจำนวนแม่พิมพ์จึงมีปัญหาในการผลิตครั้งละมากๆ อีกทั้งการจัดเก็บไอศกรีมต้องใช้อุปกรณ์ทำความเย็นหรือสามารถเก็บความเย็นได้

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ New Normal ของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ” มีอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ มี 3 ชนิด คือ เกษตรกรรม (การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม) การทอผ้า (การทำผ้าไหมหมักโคลน) การจักสานไม้ไผ่ ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนัย คำรงหัด และรัฐไท พรเจริญ (2558 : 101-119) ได้วิจัยเรื่อง “ภูมิปัญญาล้านนาใน การพัฒนาหัตถกรรมของแตงบ้านจากเศษใบไม้แห้ง” ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟ ใน งานวิจัยเรื่อง ภูมิปัญญาล้านนาในการพัฒนาหัตถกรรมของแตงบ้านจากเศษใบไม้แห้ง นั้นมีรูปแบบที่ แสดงถึงความเป็นล้านนา มีรูปแบบเฉพาะจดจำง่าย โดดเด่นจากภูมิภาคอื่นๆ และผลิตภัณฑ์นั้นยัง สามารถนำไปใช้ในการตกแต่งบ้านได้ ตอบสนองด้านการใช้งานได้เป็นอย่างดีอีกทั้งยังมีคุณค่าทาง สุนทรียะ เห็นแล้วเกิดความชื่นชมยินดี และพึงพอใจ การใช้ใบไม้แห้งนำมาประกอบเป็นโคมไฟความ สอดคล้องกับภูมิปัญญาล้านนาบวกกับการนำใบตองตึงของชาวล้านนาและนำมาประยุกต์ให้ เหมาะสม และเข้าสมัย เพื่อสามารถเป็น โคมไฟที่ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน และสามารถมองแล้วสื่อถึง เอกลักษณ์ของล้านนาได้

2.2 ภูมิปัญญาด้านศาสนาและประเพณี มี 2 ชนิด คือ บุญเลี้ยงตาปู่บ้าน บุญเบิกบ้าน (ทุกต้นเดือนหก) ประเพณีการสืบทอด เป็นประเพณีที่มีมาตั้งแต่อดีต ที่ชาวบ้านนิยมทำสืบๆ ต่อกัน มาเพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้แก่ บุคคลผู้สืบทอด ในการสืบทอดนั้น ในโขงชะตา ต้องประกอบไปด้วย ต้นกล้วย ต้นอ้อย มะพร้าว เสือ หมอน เครื่องอุปโภค บริโภค จะนิมนต์พระสงฆ์ มาสวดเจริญพระพุทธมนต์ เพื่อเป็นสิริมงคล ต่อบุคคลผู้สืบทอดนั้น ในตำนานความเชื่อของการสืบทอดนั้น พิธีสืบทอดเป็นประเพณีสำคัญอย่างหนึ่งของชาวล้านนาที่เชื่อกันว่าเป็นการต่ออายุ หรือต่อ ชีวิตของบ้านเมืองหรือของคนให้ยืนยาว มีความสุข ความเจริญตลอดจนเป็นการขจัดภัยอันตราย ต่างๆที่จะบังเกิดขึ้นให้แก่ครัวคลาตปลอดภัยซึ่งพิธีสืบทอดแบบอีสาน ได้ยึดถือและปฏิบัติสืบต่อกันมาช้านาน ชาวล้านนาในหมู่บ้าน ต่างยึดมั่นปฏิบัติกันสืบๆ กันมาและแพร่สู่ (ไก่) ประเพณีบุญข้าวสากเดือนสิบ บ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิจัดขึ้นในช่วงปลายเดือนกันยายน จุดมุ่งหมายเพื่อทำบุญอุทิศให้แก่บรรพชนที่ล่วงลับไปแล้วจนเป็นเรื่องราว คือ ถ้าลูกหลานหรือญาติไม่มาและไม่ทำบุญอุทิศให้ผิวยากเอาสู่ (ไก่) ครอบหัวเพราะอายุเขาและอายุผิตนอื่นๆ อีกด้วยผิเกิดความทุกข์น้อยใจและรอเวลานานเป็นปีกว่าจะมีบุญเดือนสิบแต่ไม่มีใครญาติ

หรือลูกหลานทำบุญให้แม้แต่คนเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกวิทย์ ณ ถลาง (2546 : 11-12) อธิบายไว้ว่า ภูมิปัญญา ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจนที่กลุ่มชนได้จากประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ใน การปรับตัว และดำรงชีพในระบบนิเวศ หรือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม ที่ได้มีพัฒนาการสืบสารกันมา ภูมิปัญญาเป็นความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจนที่เป็นผลของการใช้สติปัญญาปรับตัวในภาวะต่างๆ กันในพื้นที่ที่กลุ่มชนนั้นตั้งหลักแหล่งถิ่นฐานอยู่ และได้แลกเปลี่ยนสังสรรค์ทางวัฒนธรรมกลุ่มชนอื่น จากพื้นที่สิ่งแวดล้อมที่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กัน แล้วรับเอาหรือปรับเปลี่ยนนำมาสร้างประโยชน์ หรือแก้ปัญหาได้ในสิ่งแวดล้อมและบริบททางสังคม-วัฒนธรรมของกลุ่มชนนั้น เห็นได้ว่า ภูมิปัญญาด้านศาสนาและประเพณี ของของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยจะมีการปรับใช้หลักธรรมคำสอนทาง ศาสนา ความเชื่อ และประเพณีดั้งเดิมเป็นหลักในการดำเนินการ ให้บังเกิดผลดีต่อบุคคลและ สิ่งแวดล้อม และมักนิยมทำกันในช่วงเทศกาล ประเพณี หรือตามงานบุญทั่วไป ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นการกระทำเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกความกตัญญูรู้คุณบิดา มารดา วงญาติ หรือต่อชีวิตของบ้านเมืองหรือของคนให้ยืนยาว มีความสุข ความเจริญตลอดจน เป็นการขจัดภัยอันตรายต่าง ๆ เพื่อเป็นการขจัดความวิตกกังวลที่เกิดขึ้นในจิตใจนั้นให้หมดสิ้นไป

2. การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวแบบ New Normal การท่องเที่ยววิถีใหม่หรือการท่องเที่ยวแบบ New Normal เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องปรับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากโควิด 19 ด้วยการปรับวิถีการดำรงชีวิตใหม่ อาทิ การเว้นระยะห่างทางสังคม การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคของกระทรวงสาธารณสุข ดังนั้นชุมชนบ้านเสี้ยวน้อยและผู้ประกอบการในชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ ต้องปรับตัวเพื่อรองรับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยววิถีใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาเที่ยวในชุมชน และช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคดังกล่าว การนำนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาจำหน่าย ในช่วงหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เป็นผลิตเพื่อมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีใหม่จะช่วยให้การท่องเที่ยวภายในชุมชนสามารถดำเนินต่อไปได้ และยังเป็น การช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของชุมชนภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด 19 รวมทั้งเป็นการพัฒนานวัตกรรมเพื่อรองรับการ (คณาธิป ไกยชน. 2565)

3. การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ New Normal ชุมชนเสี้ยวน้อย จังหวัดชัยภูมิ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อยมาใช้ในการออกแบบ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน เริ่มตั้งแต่การออกแบบรูปทรง การผลิต และด้านการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ชาญชัย อาจินสมาจาร(2551 : 85) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ที่ดีคือกุญแจสู่ความสำเร็จของตลาดผลิตภัณฑ์เป็นตัวแทนของความคาดหวังของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความพึงพอใจของสังคม ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จประกันถึงความส่งเสริมตัวเอง ถ้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั้นก็คือ ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม กับตลาดผลิตภัณฑ์ที่ดีควรก่อให้เกิดความกระตือรือร้น 10 เพิ่มเติม ซึ่งมีความสำคัญต่อการตลาด มันให้ความอิสระแก่ตลาดในการตัดสินใจ สำหรับนักการตลาด ความหมายของผลิตภัณฑ์ถูกตัดสินโดยความต้องการของผู้บริโภค วารุณี และ ต้นตึงศ์วณิช และ คณะ (2546 : 24) กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ หมายถึง การผสมผสานของสินค้าและบริการที่ กิจกรรมเสนอต่อตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วยความหลากหลายคุณภาพ การออกแบบ รูปแบบ ตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การบริการ จากข้อมูลข้างต้นนำไปสู่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ไอศกรีม ต้นแบบที่พัฒนาตลาดและรูปทรงจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนเสี้ยวน้อย

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย ตำบลบ้านเล่า อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ มี 4 ชนิด คือ เกษตรกรรม (การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม) การทอผ้า (การทำผ้าไหมหมักโคลน) การจักสานไม้ไผ่

2. ภูมิปัญญาด้านศาสนาและประเพณี มี 3 ชนิด คือ บุญเลี้ยงตาปู่บ้าน บุญเบิกบ้าน(ทุกต้นเดือนหก) และแห่ผีสู้่ม การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านเสี้ยวน้อย เป็นการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ หรือจากคนในครอบครัว

การท่องเที่ยววิถีใหม่หรือการท่องเที่ยวแบบ New Normal เป็นการท่องเที่ยวที่จะต้องปรับตัวกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากโควิด 19 ด้วยการปรับวิถีการดำรงชีวิตใหม่ ต้องปรับตัวเพื่อรองรับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ดังนั้น การนำนวัตกรรมใหม่ๆ เช่นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆออกมาจำหน่าย เพื่อมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีใหม่จะช่วยให้การท่องเที่ยวภายในชุมชนสามารถดำเนินต่อไปได้ และยังเป็นการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของชุมชนภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด 19 รวมทั้งเป็นการพัฒนานวัตกรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคตต่อไปด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะเดช เจริญสุธาสินี และคณะ. (2564). *โครงการการถ่ายทอดนวัตกรรมท่องเที่ยวคุณค่าสูงสำหรับ New Normal หลังวิกฤติการณ์ COVID-19*. รายงานวิจัย. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.
- ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสนาม, และ และอรอนงค์ เดชมณ. 2563. *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19*.
- คณาธิป ไกยชน . (2565). *นวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยววิถีใหม่* สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. สำนักวิชาการ.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2551). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน
- ธนากรกรูญไทย. (2563). *แนวโน้มธุรกิจท่องเที่ยวใน ปี 2020*. กรุงเทพฯ: ธนากรกรูญไทย.
- กองบริการอุตสาหกรรม. (2518). *การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กระดาษาบางปะอิน,
- เอชไอ มานชินี. (2562). *เราต่างเป็นนักร้องแบบ*. กรุงเทพฯ: บริษัทภาพพิมพ์ จำกัด. กุมภาพันธ์
- ชลุต นิยมเสมอ. (2531). *องค์ประกอบศิลปะ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ดลย์ รัตนทัศน์. (2528). *ขบวนการออกแบบทางศิลปอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอม. เจ้าคุณทหารลาดกระบัง. 2528
- ต้นตวงศ์วานิช และ คณะ. (2546). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น
- พาศนา ตันหลักชัย. (2526). *หลักการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พิทักษ์อักษร.
- มนตรี ยอดบางเตย. (2538). *ออกแบบผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: โอเดียนบุ๊คส์สตรี.
- ทัศนัย ดำรงหัด และ รัฐไท พรเจริญ (2558). *ภูมิปัญญาล้านนาในการพัฒนาหัตถกรรมของตำบลบ้าน จากเศษใบไม้แห้ง*. วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร, ปีที่ 2: 101-
- วัฒน์ จุฑะวิภาค. (2517). *การออกแบบ*. กรุงเทพฯ: บริษัทสารมวลชนจำกัด.
- วิบูลย์ ลิ้มสุวรรณ. (2527). *ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปณยา.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2527). *การออกแบบ*. กรุงเทพฯ: วิมลอาร์ต.
- รุ่ง แก้วแดง. (2542). *ปฏิบัติการศึกษาไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ. : มติชน
- สาคร คันธโชติ. (2528). *การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสตรี.

อติยา ลีพันธ์. (2554). การพัฒนาการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมไม้ไผ่ของ
องค์การ บริหารส่วนตำบลอ่าวตง อำเภอสว่างวีระชัย จังหวัดตรัง. รายงานวิจัย (รายงาน
การศึกษา อีสระรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัย
การ ปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เอกวิทย์ ณ ถกลาง. (2544). ภาพรวมภูมิปัญญาไทย. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับ ลิชชิ่ง.
สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : [http://www.
ipthailand.org/ipthailand/index.php?option=com_content&task=section&id=
25&Itemid=202](http://www.ipthailand.org/ipthailand/index.php?option=com_content&task=section&id=25&Itemid=202) [12ธันวาคม 2564.]

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย. สืบค้น
22 ตุลาคม 2563, จาก [https://www.mots.go.th/download/Tourism Economic
Report/4-1 TourismEconomicVol4.pdf](https://www.mots.go.th/download/Tourism%20Economic%20Report/4-1%20TourismEconomicVol4.pdf)

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถานการณ์ด้าน
การท่องเที่ยว. ไทย. สืบค้น 23 ตุลาคม 2563, จาก
<https://secretary.mots.go.th/policy/>