



Development of Textile and Alcohol Packaging Products: A Case Study of Changhai Village, Pak Ou District, Luang Prabang Province

Bouasavanh SENGPHACHANH, Xaiyaphone VONHVILAI², Naunseng PHONESALY³

Organizational Resource Management, Research and Academic Services Office, Souphanouvong University, Lao PDR

1 * Correspondence: Bouasavanh

SENGPHACHANH, Faculty of
Architecture, Souphanouvong
University, Lao PDR, Tel:
+85620 54321303, Email:
Bouaspc@gmail.com

2 Xayaphone VONHVILAI,

Faculty of Architecture,
Souphanouvong University, Lao
PDR, Tel: +85620 22399993, E-
mail: xayaphone@su.edu.la

3 Naunseng PHONESALY,

Faculty of Architecture,
Souphanouvong University, Lao
PDR, Tel: +85620 23507898, E-
mail: Nouan_arch@hotmail.com

Abstract

This study explores the development of fabric and liquor bottle packaging products by integrating local wisdom from the Ban Chang Hai community in Luang Prabang Province. The objective is to create distinctive designs that reflect the community's contemporary lifestyle and cultural identity. Additionally, the research aims to enhance economic value, promote community-based tourism, and support sustainable local economic development. The study's target group includes 20 local residents and tourism-related entrepreneurs, along with a sample of tourists who visited the area between 2023 and 2024. Data collection employed qualitative methods such as in-depth interviews, focus group discussions, and field observations to identify existing challenges and development needs in product design. Findings reveal that current community products lack packaging designs that clearly express local identity in terms of style, patterns, and color schemes. Most production still relies on traditional methods, and marketing channels remain limited. Furthermore, there is a lack of storytelling to effectively convey the community's cultural values and lifestyle to consumers. The study highlights that incorporating local wisdom such as traditional liquor distillation techniques and Saew weaving into product and packaging design can create new market opportunities and significantly increase economic value. Aligning cultural identity with market demands, particularly among tourists, emerges as a key strategy for improving local livelihoods. Moreover, the research identifies that existing tourism models primarily offer short visits with limited engagement, lacking deep knowledge transfer of the community's rich cultural heritage, authentic way of life, and detailed production processes. Therefore, the study recommends new approaches to product design and tourist activities that provide immersive, participatory experiences. These initiatives are expected to foster meaningful learning, increase the perceived value of local products, generate community income, and contribute to the long-term preservation of local wisdom.

Key words: Community, product, local wisdom.

Article Info:

Submitted: June 05, 2025

Revised: June 30, 2025

Accepted: July 10, 2025

1. ພາກສະເໜີ

ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເປັນແຂວງໜຶ່ງທີ່ມີແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ທັງໃຈກາງເມືອງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມແອ້ມ ທີ່ອຸດົມສົມບູນໄປດ້ວຍແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງປະຫວັດສາດ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດ. ຢູ່ໃຈກາງນະຄອນຫຼວງພະບາງ, ມີສະຖານທີ່ທ່ອງ

ທ່ຽວທີ່ສຳຄັນເຊັ່ນ: ບູຮານສະຖານ, ວັດວາອາຮາມ, ພະລາຊະວັງເກົ່າ ແລະ ເຮືອນຊານບ້ານຊ່ອງທີ່ສະທ້ອນເຖິງສະຖາປັດຕະຍະກຳລ້ານຊ້າງທີ່ຍັງຄົງຮັກສາເອກະລັກເດີມໄວ້ເປັນຢ່າງດີ. ບໍລິເວນອ້ອມແອ້ມໃຈກາງເມືອງມີຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດເຊັ່ນ: ແມ່ນ້ຳ, ພູເຂົາ ແລະ ວິຖີການດຳລົງຊີວິດຂອງບັນດາຊົນເຜົ່າທີ່ຍັງຄົງຮັກສາວັດທະນະທຳ, ຮີດຄອງປະເພນີ, ເຄື່ອງແຕ່ງກາຍ, ການສະແດງ

ແລະ ເຄື່ອງຫັດຖະກຳທ້ອງຖິ່ນຢ່າງໜ້າສົນໃຈ. ປັດໃຈດັ່ງກ່າວໄດ້ກາຍເປັນຈຸດດຶງດູດທີ່ສຳຄັນທີ່ດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດເຂົ້າມາທ່ຽວຊົມຫຼວງພະບາງຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ. ດັ່ງນັ້ນ, ໃນປີ 2024 ມີນັກທ່ອງທ່ຽວທັງໝົດ 846,365 ຄົນ, ແບ່ງເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ 645,897 ຄົນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ 200,468 ຄົນ, ເພີ່ມຂຶ້ນ 505,241 ຄົນ ຫຼື 359,20% ຈາກປີຜ່ານມາ ສ້າງລາຍຮັບທັງໝົດ 465 ລ້ານກວ່າໂດລາສະຫະລັດ (ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2024). ດ້ວຍທຳແຮງດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໂດດເດັ່ນ ຫຼວງພະບາງຈຶ່ງໄດ້ຂຶ້ນທະບຽນເປັນມໍລະດົກໂລກແຫ່ງທຳອິດຂອງ ສປປ ລາວ (UNESCO World Heritage Centre 1995) ຕັ້ງແຕ່ປີ 1995 ເປັນຕົ້ນມາ ເຊິ່ງເປັນຈຸດປ່ຽນອັນສຳຄັນທີ່ຊຸກຍູ້ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງຂະແໜງທ່ອງທ່ຽວຢ່າງຈະແຈ້ງ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງການທ່ອງທ່ຽວຢ່າງວ່ອງໄວໄດ້ສົ່ງຜົນກະທົບທັງທາງບວກ ແລະ ທາງລົບໃນຫຼາຍດ້ານ, ລວມທັງເສດຖະກິດ, ສັງຄົມ, ວັດທະນະທຳ, ການປົກຄອງ, ສິ່ງແວດລ້ອມ, ສິລະປະ ແລະ ປະເພນີ. ໃນເຂດຕົວເມືອງ ຫຼວງພະບາງ, ຜົນກະທົບທາງບວກລວມມີການສ້າງລາຍຮັບ ແລະ ໂອກາດໃນການພັດທະນາເສດຖະກິດຊຸມຊົນຍືນຍົງ. Chaivot (2000) ຄຽງຄູ່ກັນນັ້ນ, ຍັງໄດ້ພົບເຫັນບັນຫາສິ່ງແວດລ້ອມ ເຊັ່ນ: ຄວາມແອອັດ, ມົນລະພິດທາງອາກາດ, ສຽງດັງ, ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍທີ່ສູງຂຶ້ນ, ແລະ ອຸບັດຕິເຫດເພີ່ມຂຶ້ນ. ນອກຈາກນີ້, ຍັງມີການຂັດແຍ້ງທາງດ້ານວັດທະນະທຳລະຫວ່າງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປະຊາຄົມເຈົ້າພາບ ເຊັ່ນ: ຜິດກົດກົດຕອນເຊົ້າ ເຊິ່ງຊາວບ້ານຖືວ່າເປັນປະເພນີທີ່ສຳຄັນ ແຕ່ຖືກລົບກວນຈາກຜິດກົດກົດທີ່ບໍ່ເໝາະສົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວບາງກຸ່ມ (UNESCO World Heritage Centre, 2014).

ປະກົດການດັ່ງກ່າວສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນວ່າການທ່ອງທ່ຽວສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ວິຖີຊີວິດຂອງປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນໂດຍກົງ. ຊຸມຊົນທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວມີທັດສະນະທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ບາງກຸ່ມເຊື່ອວ່າການທ່ອງທ່ຽວສ້າງຜົນປະໂຫຍດທາງເສດຖະກິດແລະ ໂອກາດ, ໃນຂະນະທີ່ຄົນອື່ນເຊື່ອວ່າການທ່ອງທ່ຽວເຮັດໃຫ້ເກີດບັນຫາແລະຜົນກະທົບທາງລົບຕໍ່ຊຸມຊົນ (Wang et al., 2021).

ໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້, ນັກຄົ້ນຄວ້າໄດ້ເລືອກເອົາບ້ານວັດທະນະທຳ "ບ້ານ ຊ່າງໄຫ", ເມືອງປາກອູ, ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເປັນເຂດສຶກສາ. ບ້ານຊ່າງໄຫຕັ້ງຢູ່ຫ່າງຈາກເທດສະບານເມືອງຫຼວງພະບາງປະມານ 25 km ໄປຕາມທາງຫຼວງເລກ 13 ເໜືອ ແລ້ວລ້ຽວຊ້າຍເຂົ້າບ້ານອີກ 1,5 km. ມີ 134 ຄອບຄົວ, ມີ 632 ຄົນ, ຍິງ 238 ຄົນ ແລະ ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ 78 ຫົວໜ່ວຍ. (ບ້ານຊ່າງໄຫ ເມືອງປາກອູ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, 2024). ເປັນຊຸມຊົນລາວລຸ່ມທີ່ມີຊື່ສຽງໃນການຜະລິດເຫຼົ້າໄຫຜື້ນເມືອງ, ເປັນຜະລິດຕະພັນທ້ອງຖິ່ນທີ່ມີເອກະລັກສະເພາະ, ລົດຊາດເຂັ້ມຊັນ, ສີສັນຊັດເຈນ ແລະ ບໍ່ມີສິ່ງສົກກະປົກ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຊາວບ້ານຍັງມີເຄື່ອງຫັດຖະກຳອື່ນໆເຊັ່ນ: ເຄື່ອງຕຳຫູບທໍ່ໄໝ, ຍິບປັກທັກແຊວ ແລະ ເຄື່ອງປັ້ນດິນເຜົາ. ຢ່າງໃດກໍຕາມ, ການສຳຫຼວດເບື້ອງຕົ້ນພົບວ່າຊຸມຊົນຍັງຂາດການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມສຳລັບຜະລິດຕະພັນທີ່ຈຳກັດ. ສິນຄ້າບາງຊະນິດບໍ່ສາມາດອອກສູ່ຕະຫຼາດສາກົນໄດ້.

ສະນັ້ນ, ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ຈຶ່ງສຸມໃສ່ ເພື່ອສຶກສາການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນຫຸ້ມຫໍ່ຜ້າແພ ແລະ ເຫຼົ້າໄຫ ໂດຍນຳໃຊ້ຄຸນລັກສະນະພູມປັນຍາທ້ອງຖິ່ນຂອງຊຸມຊົນບ້ານຊ່າງໄຫ; ໃຫ້ມີຄວາມໜ້າສົນໃຈ, ເພີ່ມມູນຄ່າ ແລະ ແທດ ເໝາະກັບຕະຫຼາດ

ທ່ອງທ່ຽວ, ສົ່ງເສີມການອອກແບບຜະລິດຕະພັນທີ່ສາມາດຂາຍໄດ້ໃນຕະຫຼາດສາກົນ ເພື່ອຍົກລະດັບບ້ານຊ່າງໄຫໃຫ້ເປັນຕົວແບບໃນການພັດທະນາຊຸມຊົນທ່ອງທ່ຽວທາງດ້ານວັດທະນະທຳໃນຕໍ່ໜ້າ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ເປັນການຄົ້ນຄວ້າທາງດ້ານຄຸນນະພາບ (Qualitative Research) ເຊິ່ງສຸມໃສ່ການເກັບກຳຂໍ້ມູນແບບເລິກເຊິ່ງ (In-depth Data) ເພື່ອໃຫ້ເຂົ້າໃຈເຖິງສະພາບການ, ວັດທະນະທຳ, ວິຖີຊີວິດ, ຄວາມຕ້ອງການຂອງຊຸມຊົນບ້ານຊ່າງໄຫ, ພ້ອມທັງຄວາມຄາດຫວັງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາຢ້ຽມຢາມ.

2.1 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ກຸ່ມເປົ້າໝາຍໃນການຄົ້ນຄວ້ານີ້ແມ່ນໂດຍການເລືອກຕົວຢ່າງໃຊ້ວິທີ Purposive Sampling ເພື່ອເຂົ້າເຖິງຄວາມຄິດເຫັນ ແລະ ປະສົບການທີ່ຈຳເປັນຕໍ່ການວິເຄາະ SWOT (Nyimbili, 2022).

1) ຊາວບ້ານໃນຊຸມຊົນບ້ານ ຊ່າງໄຫ : ຊາວບ້ານ 20 ຄົນ ໃນຊຸມຊົນບ້ານຊ່າງໄຫ, ລວມທັງຜູ້ຜະລິດເຫຼົ້າ, ຜູ້ປະກອບການຫັດຖະກຳ, ແລະຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການທ່ອງທ່ຽວໃນຊຸມຊົນ.

2) ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາຢ້ຽມຢາມບ້ານ ຊ່າງໄຫ : ຢ່າງໜ້ອຍ 10 ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄດ້ມາຢ້ຽມຢາມບ້ານຊ່າງໄຫ ເຊິ່ງເປັນກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ມີຈຸດປະສົງ, ພິຈາລະນານັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາຢ້ຽມຢາມໃນໄລຍະ 2023-2024.

2.2 ເຄື່ອງມືຄົ້ນຄວ້າວິໄຈ

1) ການສຳພາດແບບເລິກເຊິ່ງ (In-depth Interview Guide) : ເພື່ອສອບຖາມຄວາມຄິດເຫັນ, ທັດສະນະ, ແລະຄວາມຕ້ອງການກ່ຽວກັບການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນແລະກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວວັດທະນະທຳ.

2) ການສົນທະນາກຸ່ມສຸມໃສ່ (Focus Group Discussion Guide) : ເພື່ອລວບລວມຄວາມຄິດເຫັນຂອງຊາວບ້ານ ແລະ ຜູ້ປະກອບການທ້ອງຖິ່ນເພື່ອຊອກຫາຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບເອກະລັກຂອງຊຸມຊົນ, ຊັບພະຍາກອນທີ່ມີຢູ່, ແລະ ຄຳແນະນຳການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ.

3) ການສັງເກດການ (Observation Checklist) : ເພື່ອບັນທຶກຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບວິຖີຊີວິດຂອງຊຸມຊົນ, ກິດຈະກຳການຜະລິດເຫຼົ້າ, ແລະຂະບວນການຜະລິດຫັດຖະກຳ ແລະ ສະພາບແວດລ້ອມພາຍໃນບ້ານ

4) ການເກັບຕົວຢ່າງຜະລິດຕະພັນ (Product Sampling) : ເກັບຕົວຢ່າງການຫຸ້ມຫໍ່ ແລະຜະລິດຕະພັນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນຊຸມຊົນສຳລັບການວິເຄາະແລະການພັດທະນາຄຳແນະນຳໃນການອອກແບບທີ່ເໝາະສົມ.

2.3 ວິທີການເກັບລວບລວມຂໍ້ມູນ

1) ການວິເຄາະເນື້ອຫາ (Content Analysis) : ວິເຄາະຂໍ້ມູນທັງໝົດໃນແງ່ຂອງການວິເຄາະເນື້ອຫາເພື່ອສະຫຼຸບຈຸດສຳຄັນ, ທຳອ່ຽງ, ແລະຄຳແນະນຳສຳລັບການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວວັດທະນະທຳ.

2) ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ : ການວິເຄາະຂໍ້ມູນຈະໃຊ້ວິທີການຖອດຂໍ້ຄວາມການສຳພາດ ແລະ ສົນທະນາກຸ່ມຈຸດສຸມ, ຈາກນັ້ນຈັດປະເພດເນື້ອໃນ (Thematic Analysis) ໂດຍອີງໃສ່ແນວຄວາມຄິດ ແລະ ທັດສະນະກ່ຽວກັບການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນຂອງຊຸມຊົນ, ການທ່ອງທ່ຽວວັດທະນະທຳ ແລະ ການນຳໃຊ້ພູມ

ປັນຍາທ້ອງຖິ່ນເພື່ອສັງລວມຜົນການຄົ້ນພົບ ແລະ ແນວທາງການພັດທະນາທີ່ເໝາະສົມ.

2.4 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້, ຈະໄດ້ດຳເນີນການວິເຄາະຂໍ້ມູນຜ່ານຂະບວນການວິເຄາະຄຸນນະພາບ, ນຳໃຊ້ການວິເຄາະເນື້ອໃນເປັນວິທີການຕົ້ນຕໍ, ຄຽງຄູ່ກັບການວິເຄາະ SWOT ເພື່ອສະຫຼຸບສະພາບການ, ຈຸດແຂງ, ຈຸດອ່ອນ, ໂອກາດ ແລະ ອຸປະສັກຕ່າງໆ ໃນການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວວັດທະນະທຳຂອງຊຸມຊົນບ້ານຊ່າງໄຫ.

2.4.1 ຂັ້ນຕອນການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

1) ການຖອດຂໍ້ຄວາມ (Transcription) : ຖອດຂໍ້ຄວາມການສຳພາດແບບເຈາະເລິກ ແລະ ເນັ້ນການສົນທະນາກຸ່ມເປັນລາຍລັກອັກສອນເຕັມຮູບແບບ.

2) ການສ້າງຄວາມຄຸ້ນເຄີຍກັບຂໍ້ມູນ (Data Familiarization) : ອ່ານຂໍ້ມູນຫຼາຍຄັ້ງເພື່ອໃຫ້ເຂົ້າໃຈເນື້ອໃນ ແລະ ເນື້ອໃນຂອງຂໍ້ມູນເຈາະເລິກ.

3) ການຈັດໝວດໝູ່ເນື້ອຫາ (Thematic Coding) : ຈັດກຸ່ມຂໍ້ມູນເຂົ້າໄປໃນຫົວຂໍ້ຕົ້ນຕໍ, ເຊັ່ນ: ຊັບພະຍາກອນຊຸມຊົນ, ຜະລິດຕະພັນ, ຕະຫຼາດ, ນັກທ່ອງທ່ຽວ, ແລະການຄຸ້ມຄອງ.

4) ການວິເຄາະ SWOT : ຂໍ້ມູນຈາກທຸກເຄື່ອງມື (ການສຳພາດ, ການສົນທະນາກຸ່ມຈຸດສຸມ, ການສັງເກດການພາກສະໜາມ) ຈະຖືກວິເຄາະຕາມຫຼັກການແບບ SWOT (Nitichaowakul, 2023).

ຜົນການວິເຄາະຂໍ້ມູນ SWOT

ດ້ານ	ລາຍລະອຽດ
ຈຸດແຂງ (Strengths)	- ຊຸມຊົນມີພູມປັນຍາທ້ອງຖິ່ນທີ່ໂດດເດັ່ນ. ພິເສດແມ່ນການຜະລິດເຫຼົ້າໄຫພື້ນເມືອງ - ຜະລິດຕະພັນມີລັກສະນະພິເສດຂອງຕົນເອງເຊັ່ນ: ລົດຊາດ, ສີ, ແລະຄວາມບໍລິສຸດຂອງເຫຼົ້າໄຫ - ຊຸມຊົນມີທັກສະທາງດ້ານຫັດຖະກຳເຊັ່ນ: ການຕຳຫູບທໍ່ໄໝ ແລະ ຖັກແສວ - ສະຖານທີ່ຕັ້ງຢູ່ໃກ້ກັບຕົວເມືອງຫຼວງພະບາງ, ສະດວກໃນການເດີນທາງ - ຊາວບ້ານມີທັດສະນະຄະຕິທີ່ດີໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ
ຈຸດອ່ອນ (Weaknesses)	- ການອອກແບບການຫຸ້ມຫໍ່ບໍ່ເປັນທີ່ດຶງດູດ ແລະ ບໍ່ເໝາະສົມກັບຕະຫຼາດນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ - ຂາດການສື່ສານຂອງເລື່ອງ ແລະ ປະຫວັດສາດຂອງຜະລິດຕະພັນ (Storytelling) - ຊ່ອງທາງການຕະຫຼາດຈຳກັດ, ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຂາຍພຽງແຕ່ພາຍໃນຊຸມຊົນ - ຂາດຄວາມຮູ້ໃນການອອກແບບຜະລິດຕະພັນເພື່ອເພີ່ມມູນຄ່າ (Value-added Design)
ໂອກາດ (Opportunities)	- ທ່າອ່ຽງຂອງການທ່ອງທ່ຽວທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ຊຸມຊົນ (ການທ່ອງທ່ຽວແບບຊຸມຊົນ) ພວມໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມ - ຫຼວງພະບາງເປັນເມືອງມໍລະດົກໂລກ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສົນໃຈຮຽນຮູ້ວັດທະນະທຳທ້ອງຖິ່ນ - ມີໂຄງການສະໜັບສະໜູນຈາກລັດຖະບານ ແລະ ອົງການ NGO ເພື່ອສົ່ງເສີມຜະລິດຕະພັນຊຸມຊົນ - ນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມສົນໃຈໃນຜະລິດຕະພັນທີ່ມີເອກະລັກ ແລະເປັນມິດກັບສິ່ງແວດລ້ອມ - ການພັດທະນາຂອງ e-commerce ແລະ ສື່ມວນຊົນສັງຄົມເປັນໂອກາດທີ່ຈະຂະຫຍາຍຊ່ອງທາງການຕະຫຼາດ
ອຸປະສັກ (Threats)	- ການແຂ່ງຂັນສູງຈາກຜະລິດຕະພັນຊຸມຊົນອື່ນໆໃນແຂວງຫຼວງພະບາງ ແລະ ເຂດໃກ້ຄຽງ - ການປ່ຽນແປງຢ່າງໄວວາຂອງຄວາມຕ້ອງການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ - ບັນຫາມາດຕະຖານຄວາມປອດໄພ ແລະ ສຸຂະອະນາໄມໃນຂະບວນການຜະລິດ - ຂໍ້ຈຳກັດທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ກຳລັງຊື້ຂອງບາງກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວ - ຄວາມສ່ຽງຈາກສະພາບເສດຖະກິດໂລກ ແລະ ການປ່ຽນແປງຂອງອຸດສາຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວ

ການນຳໃຊ້ຜົນໄດ້ຮັບ SWOT ໃນການຄົ້ນຄວ້າ

ຜົນຂອງການວິເຄາະ SWOT ຄັ້ງນີ້ ຈະໄດ້ນຳໃຊ້ເປັນຂໍ້ມູນສຳຄັນ ເພື່ອກຳນົດແນວທາງການອອກແບບການຫຸ້ມຫໍ່ຜະລິດຕະພັນ ເພື່ອຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບເປົ້າໝາຍການພັດທະນາເສດຖະກິດຊຸມຊົນແບບຍືນຍົງ.

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

ຈາກຜົນຂອງການວິເຄາະ SWOT ແລະ ການສຶກສາສະພາບການຂອງຊຸມຊົນບ້ານຊ່າງໄຫ, ທິດທາງການພັດທະນາສາມາດກຳນົດໄດ້ດັ່ງນີ້:

3.1 ແນວຄວາມຄິດການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງຊຸມຊົນ

ເປັນການສົ່ງເສີມຜະລິດຕະພັນຂອງຊຸມຊົນໃຫ້ມີຄຸນຄ່າ, ມີຄວາມເປັນເອກະລັກໃຫ້ກັບຜະລິດຕະພັນທີ່ໜ້າສົນໃຈ ສ້າງຄວາມໜ້າສົນໃຈໃນຕົວສິນຄ້າ ແລະ ຈະຊ່ວຍສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງຂອງສິນຄ້າດ້ວຍຮູບແບບຜະລິດຕະພັນທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ສາມາດສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ກັບຜະລິດຕະພັນຂອງຊຸມຊົນໄດ້.

ແນວຄວາມຄິດການອອກແບບໃຫ້ມີເອກະລັກຂອງຊຸມຊົນ ໂດຍນຳເອົາທີ່ມາຂອງການເຮັດເຫຼົ້າຊຶ້ງເຮັດມາຈາກເຂົ້າທຳມະຊາດ

ຈຶ່ງນຳລັກສະນະຮ່ວງເຂົ້າ, ໃບເຂົ້າ ແລະ ສີ່ຂອງເບືອກເຂົ້າ ມາປະຍຸກໃຊ້ໃຫ້ເກີດຄວາມເປັນເອກະລັກຂອງບ້ານຊ່າງໄຫ (ຮູບພາບທີ 01)

ແນວຄວາມຄິດການອອກແບບໃຫ້ມີເອກະລັກຂອງບ້ານໂດຍນຳເອົາລວດລາຍຂອງຜ້າມາເປັນແນວຄວາມຄິດ ໃນການອອກແບບມາໃນຮູບແບບຂອງຄວາມເປັນຜື້ນຖິ່ນທີ່ໃຫ້ຄວາມຮູ້ສຶກເຖິງຄຸນຄ່າອັນເກົ່າແກ່ຂອງງານຫັດຖະກຳຂອງທ້ອງຖິ່ນ ນຳມາເປັນສັນຍາລັກຂອງບັນຈຸຜົນ ໃນການຂາຍເພື່ອເພີ່ມມູນຄ່າ ແລະ ຄວາມເປັນເອກະລັກສະເພາະຕົວຂອງຜະລິດຕະພັນຂອງບ້ານເພື່ອໃຫ້ເກີດພາບຈຳຕໍ່ກັບຜະລິດຕະພັນ (ຮູບພາບທີ 02)

4. ວິພາກຜົນ

ເພື່ອສຶກສາການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນຫຸ້ມຫໍ່ຜ້າແພ ແລະ ເຫຼົ້າໄຫ ພັດທະນາເອກະລັກທີ່ສອດຄ່ອງກັບຊີວິດການເປັນຢູ່ ແລະ ວິຖີຊີວິດຂອງຊຸມຊົນໃນປັດຈຸບັນ. ແນໃສ່ສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ບັນດາຜະລິດຕະພັນ ຊຸກຍູ້ການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຊຸກຍູ້ເສດຖະກິດຊຸມຊົນໃຫ້ຍືນຍົງ ໂດຍນຳໃຊ້ຄຸນລັກສະນະພູມປັນຍາທ້ອງຖິ່ນຂອງຊຸມຊົນບ້ານຊ່າງໄຫ ມາພັດທະນາເພື່ອສ້າງເອກະລັກໃຫ້ແກ່ຜະລິດຕະພັນ, ຈາກການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ ພົບວ່າ ການອະນຸລັກວັດທະນະທຳ ແລະ ພູມປັນຍາທ້ອງຖິ່ນທີ່ມີຄຸນຄ່າ ແລະ ນຳມາສືບສານຕໍ່ຍອດ ໃນດ້ານຄວາມຮູ້ສຶກໃນຊຸມຊົນເອງ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາທ່ຽວຊົມ, ແນວທາງໃນການອອກແບບສີ່ສິ່ງພິມໃຫ້ກັບຜະລິດຕະພັນໃຫ້ເປັນເອກະລັກຂອງທ້ອງຖິ່ນແມ່ນປັບປຸງຜະລິດຕະພັນຂອງຊຸມຊົນໃຫ້ມີເອກະລັກສະເພາະທ້ອງຖິ່ນ ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບແນວຄິດຂອງ Wongyala, (2016) ໄດ້ຄົ້ນພົບວ່າ ການອອກແບບຜະລິດຕະພັນຕົກແຕ່ງບ້ານທີ່ສະທ້ອນເຖິງເອກະລັກຂອງຊົນເຜົ່າມື້ງ ລວມທັງປະເພນີ ແລະ ວັດທະນະທຳ ເພື່ອນຳເອົາເອກະລັກທີ່ສະທ້ອນເຖິງຊົນເຜົ່າມື້ງມາອອກແບບໃຫ້ເກີດຄວາມຮ່ວມສະໄໝເພື່ອເໝາະສົມກັບການຕົບແຕ່ງບ້ານ ເຊິ່ງເປັນເອກະລັກທີ່ກຸ້ມຕົວຢ່າງ ແລະ ກຸ້ມເປົ້າໝາຍສາມາດຮັບຮູ້ໄດ້ຊັດເຈນມາໃຊ້ເປັນແນວຄວາມຄິດໃນການອອກແບບ ຈຶ່ງນຳມາສູ່ແນວຄວາມຄິດໃນການອອກແບບຜະລິດຕະພັນຕົກແຕ່ງບ້ານເພື່ອສ້າງບັນຍາກາດໃຫ້ແກ່ບ້ານ ໂດຍຜະລິດຕະພັນມີຄວາມຮູ້ສຶກອົບອຸ່ນ, ລຽບງ່າຍ ໂດຍຄວາມລຽບງ່າຍນັ້ນແຝງມາດ້ວຍສີສັນທີ່ມີຊີວິດຊີວາຈາກລວດລາຍຂອງຊົນເຜົ່າມື້ງ; ສອດຄ່ອງກັບການບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ Khiatthong, (2010) ໄດ້ຄົ້ນພົບວ່າ ແນວທາງການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນຜ້າປັກມື້ງຄວນພັດທະນາທັງລວດລາຍ ແລະ ການສ້າງສັນຜະລິດຕະພັນໃໝ່ ເພື່ອເພີ່ມມູນຄ່າເຊິ່ງເສດຖະກິດສ້າງສັນ ມີຮູບແບບຜະລິດຕະພັນຫຼາກຫຼາຍ ຕອບສະໜອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ເພີ່ມຊ່ອງທາງໃນການຈຳໜ່າຍຜະລິດຕະພັນຊຸມຊົນ ໂດຍການລວບລວມລາຍຜ້າປັກມື້ງເພື່ອເປັນຕົ້ນແບບ ແລະ ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນໃຫ້ມີຄວາມລຽບງ່າຍ ມີການສຶກສາແນວໂນ້ມຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ, ປ່ຽງແປງໜ້າທີ່ໃຊ້ສ່ວຍດ້ວຍການພັດທະນາໃຫ້ເໝາະສົມກັບຄວາມຕ້ອງການ; ສອດຄ່ອງກັບບົດວິໄຈຂອງ Keophet (2020) ໄດ້ຄົ້ນພົບວ່າ ການຖ່າຍທອດສິນລະປະການຕົບແຕ່ງ ແລະ ການປັກຜ້າຂອງຊົນເຜົ່າມື້ງນັ້ນ ມີການຖ່າຍທອດຈາກຮຸ່ນສູ່

ຮຸ່ນພາຍໃນຄອບຄົວ, ເຄືອຍາດ ແລະ ຊຸມຊົນ ຈາກປະສົບການໂດຍການສອນແບບສາທິດ, ການສັງເກດ, ຮຽງແບບ, ລອງຜິດລອງຖືກ, ສອບຖາມ ແລະ ການດັດແປງ ປັບປຸງຈົນກາຍມາເປັນປະສົບການ ແລະ ພັດທະນາເປັນຄວາມຊຳນານ; ສອດຄ່ອງກັບບົດວິໄຈຂອງ Than Naruebet (2024) ໄດ້ຄົ້ນພົບວ່າ ເອກະລັກທ້ອງຖິ່ນ ໃນການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທ້ອງຖິ່ນແບບຄົບວົງຈອນ ທີ່ຜະລິດດ້ວຍຄວາມຮູ້ທາງດ້ານ ວັດທະນະທຳ, ທ້ອງຖິ່ນ, ຄວາມເຊື່ອ ແລະ ການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງຊຸມຊົນ ເພື່ອເພີ່ມມູນຄ່າທັງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມ; ສອດຄ່ອງກັບບົດວິໄຈຂອງ Ulrich (2016) ໄດ້ຄົ້ນພົບວ່າ ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນເປັນກະບວນການຕໍ່ເນື່ອງ ເລີ່ມຈາກການຄົ້ນຄວ້າຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ ການອອກແບບຜະລິດຕະພັນ ການທົດສອບ ແລະ ການຜະລິດໃນຂັ້ນຕອນຕ່າງໆ ຈົນຫາການຈັດການໂຄງການໃຫ້ສົມບູນແບບ; ສອດຄ່ອງກັບບົດວິໄຈຂອງ Pearson (2018) ໄດ້ຄົ້ນພົບວ່າ ການສຳຫຼວດ ແລະ ປະເມີນຄວາມສຳຄັນຂອງການອອກແບບຕໍ່ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ໂດຍໃຊ້ວິທີການທີ່ເອົາການສະຫຼຸບຜະລິດຕະພັນເກົ່າມາວິເຄາະເພື່ອເຂົ້າໃຈວ່າການອອກແບບມີບົບບາດຫຼາຍເທົ່າໃດໃນການສ້າງຄຸນນະສົມບັດ ແລະ ຄວາມສຳເລັດຂອງຜະລິດຕະພັນ. ເປັນການສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ການອອກແບບບໍ່ແມ່ນພຽງແຕ່ຮູບພາບພາຍນອກຂອງຜະລິດຕະພັນ ແຕ່ມັນມີຄວາມສຳຄັນໃນການກໍ່ຕັ້ງຄວາມສຳເລັດທາງທຸລະກິດ ແລະ ການສ້າງຄ່າໃຫ້ກັບລູກຄ້າ; ສອດຄ່ອງກັບບົດວິໄຈຂອງ Sittiyot (2018) ໄດ້ຄົ້ນພົບວ່າ ບັນຫາ ແລະ ອຸປະສັກກ່ຽວກັບການພັດທະນາບັນຈຸຜົນຂອງຜະລິດຕະພັນວາຍສະຕໍເບີລີ ໃນພາບລວມຄື ຜູ້ປະກອບການຍັງຂາດຄວາມຮູ້ຄວາມເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບການພັດທະນາບັນຈຸຜົນ ມີກາສິນຄ້າເປັນຂອງຕົນເອງແຕ່ຍັງບໍ່ເປັນທີ່ຈິດຈຳຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ຜູ້ບໍລິໂພກ ວັດສະດຸທີ່ໃຊ້ເຮັດບັນຈຸຜົນມີຮູບແບບບໍ່ເໝາະແກ່ການເປັນຝາກ ລາຍລະອຽດໃນສະຫຼາກມີບໍ່ຄົບຕາມມາດຕະຖານຂອງປ້າຍສະຫຼາກສິນຄ້າ ຜູ້ວິໄຈຈຶ່ງໄດ້ເຮັດການພັດທະນາຮູບແບບບັນຈຸຜົນໂດຍເລືອກໃຊ້ວັດສະດຸຂອງບັນຈຸຜົນເປັນກ່ອງເຈ້ຍແຂງ, ໃຊ້ສະຕິກເກີ PVC ຜິວມັນ ມີການສ້າງກາສິນຄ້າ ຊ່ອງທາງການຕິດຕໍ່ທີ່ສະດວກວ່າອ່ຽວໄວ.

5. ສະຫຼຸບ

ການຄົ້ນຄວ້າຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າບ້ານຊ່າງໄຫມີທ່າແຮງທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ທຸລະກິດເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວທາງດ້ານວັດທະນະທຳ, ແຕ່ຍັງຕ້ອງພັດທະນາມາດຕະຖານການຜະລິດ, ການຫຸ້ມຫໍ່, ກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ເຄືອຂ່າຍການຕະຫຼາດເພື່ອບັນລຸຄວາມຍືນຍົງທາງດ້ານເສດຖະກິດ, ສັງຄົມ, ວັດທະນະທຳໂດຍນຳໃຊ້ກອບວິຊາການເຊັ່ນ: SWOT; ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ໂດຍນຳໃຊ້ລັກສະນະສະເພາະທ້ອງຖິ່ນທາງພູມປັນຍາຂອງຊຸມຊົນ ມາພັດທະນາເພື່ອສ້າງເອກະລັກໃຫ້ແກ່ຜະລິດຕະພັນ ແນວທາງການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ຄວນພັດທະນາທັງລວດລາຍ ແລະ ການສ້າງສັນຜະລິດຕະພັນໃໝ່ ເພື່ອເພີ່ມມູນຄ່າທາງດ້ານເສດຖະກິດສ້າງສັນ ມີຮູບແບບຜະລິດຕະພັນຫຼາກຫຼາຍ ຕອບສະໜອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ເພີ່ມຊ່ອງທາງໃນການຈຳໜ່າຍຜະລິດຕະພັນຊຸມຊົນ ໂດຍການລວບລວມລາຍຜ້າລວດລາຍຂອງຜ້າເພື່ອເປັນຕົ້ນແບບ ແລະ

ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນໃຫ້ມີຄວາມລຽບງ່າຍ ມີການສຶກສາແນວ
ໄນ້ມຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ, ປ່ຽງແປງໜ້າທີ່ໃຊ້ສ່ວຍດ້ວຍ
ການພັດທະນາໃຫ້ເໝາະສົມກັບຄວາມຕ້ອງການ

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົນຄວ້າຂໍປະຕິຍານຕົນວ່າ ຂໍ້ມູນທັງ
ໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງທາງ
ຜົນປະໂຫຍດໃດ ແລະ ບໍ່ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນໃດ
ພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ
ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ. (2024). ຂໍ້
ມູນສະຖິຕິນັກທ່ອງທ່ຽວ.

ບ້ານຊ່າງໄຫ ເມືອງປາກອູ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. (2024). ຂໍ້ມູນ
ສະຖິຕິ.

Chaiyot, N. (2000). *The community sustainable
development case study : Mae-Kapeun,
Chiang Mai*. [https://rsuir-
library.rsu.ac.th/handle/123456789/2349](https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/2349)

Keophet, N. (2020). *Development and utilization of
Hmong woven textiles: A case study of Ban
Khun Huai Mae Pao, Ta Saeng Mae Pao,
Phaya Meng District, Chiang Rai Province*
[Master's thesis, Chiang Rai Rajabhat
University]. Chiang Rai Rajabhat University
Library.

Khiatthong, T. (2010). Creative economy design of
Hmong embroidery textile products in
Xiangkhouang Province [Master's thesis,
National University of Laos]. National
University of Laos Library.

Nitichaowakul, T. (2023). *SWOT analysis with
statistics*. Quality of Life and Law Journal,
18(1), 108–120. Retrieved from
[https://so05.tcithaijo.org/index.php/QLLJ/art
icle/view/260534](https://so05.tcithaijo.org/index.php/QLLJ/article/view/260534)

Nyimbili, F. (2022). Types of purposive sampling
techniques with their examples and
application in qualitative research studies.
*British Journal of Multidisciplinary and
Advanced Studies*, 5(1), 90-99.

Pearson, S. (2018). Assessing the importance of
design through product archaeology.

Management Science, 44(3), 352-369.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.44.3.352>

Sittiyot, T. (2018). *The packaging development of
Suan Doi Kaew strawberry wine, Chiang Mai*
(Master's thesis). Graduate School, Maejo
University. Retrieved from
[https://mdc.library.mju.ac.th/thesis/2564/tha
naporn_sittiyot/fulltext.pdf](https://mdc.library.mju.ac.th/thesis/2564/thanaporn_sittiyot/fulltext.pdf)

Than Naruebet, R. (2024). Local Identity: Holistic Local
Product Development for Economic and
Social Value Added in Chonburi Province. 5(2),
1-13.

Ulrich, K. (2016). *Product design and development*
(8th ed.). McGraw-Hill Education.
[https://www.academia.edu/630519/Product_
design_and_development](https://www.academia.edu/630519/Product_design_and_development)

UNESCO World Heritage Centre. (1995). *Town of
Luang Prabang* [World Heritage List].
Retrieved June 30, 2025, from
<https://whc.unesco.org/en/list/479/>

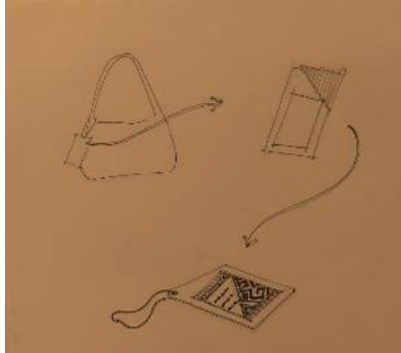
UNESCO World Heritage Centre. (2014). *State of
Conservation: Town of Luang Prabang (Lao
PDR)* [State of Conservation report].
Retrieved June 30, 2025, from
<https://whc.unesco.org/en/soc/4612>

Wang, B., He, S., Min, Q., Cui, F., & Wang, G.
(2021). Influence of Residents' Perception of
Tourism's Impact on Supporting Tourism
Development in a GIAHS Site: The
Mediating Role of Perceived Justice and
Community Identity. *Land*, 10(10), 998.
<https://doi.org/10.3390/land10100998>

Wongyala, K. (2016). *A study of the Hmong tribe
for home decoration product design: A case
study of the Hmong tribe, Doi Pui, Chiang
Mai Province* [Independent study, Silpakorn
University]. Silpakorn University Graduate
School.



ຮູບພາບທີ 01: ສະເໜີແນວຄວາມຄິດເບື້ອງຕົ້ນໂລໂກຜະລິດຕະພັນເຫຼົ້າປະເພດຕ່າງໆຂອງບ້ານຊ່າງໄຫ.

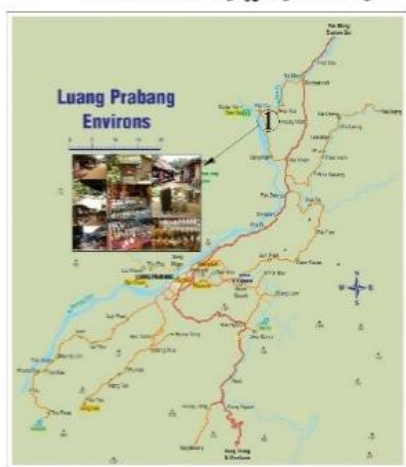


ຮູບພາບທີ 02: ສະເໜີແນວຄວາມຄິດເບື້ອງຕົ້ນຂອງໂລໂກ ແລະ ສິ່ງຫຸ້ມຫໍ່ຜະລິດຕະພັນຜ້າແພ ບ້ານຊ່າງໄຫ



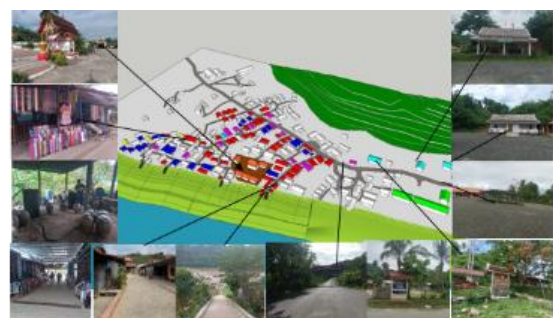
ຮູບພາບທີ 03: ສະເໜີແນວຄວາມຄິດເບື້ອງຕົ້ນຂອງໂລໂກ ແລະ ສິ່ງຫຸ້ມຫໍ່ຜະລິດຕະພັນຜ້າແພ ບ້ານຊ່າງໄຫ.

ແຜນທີ່ແຂວງຫຼວງພະບາງ



ນະຄອນ ຫຼວງພະບາງ

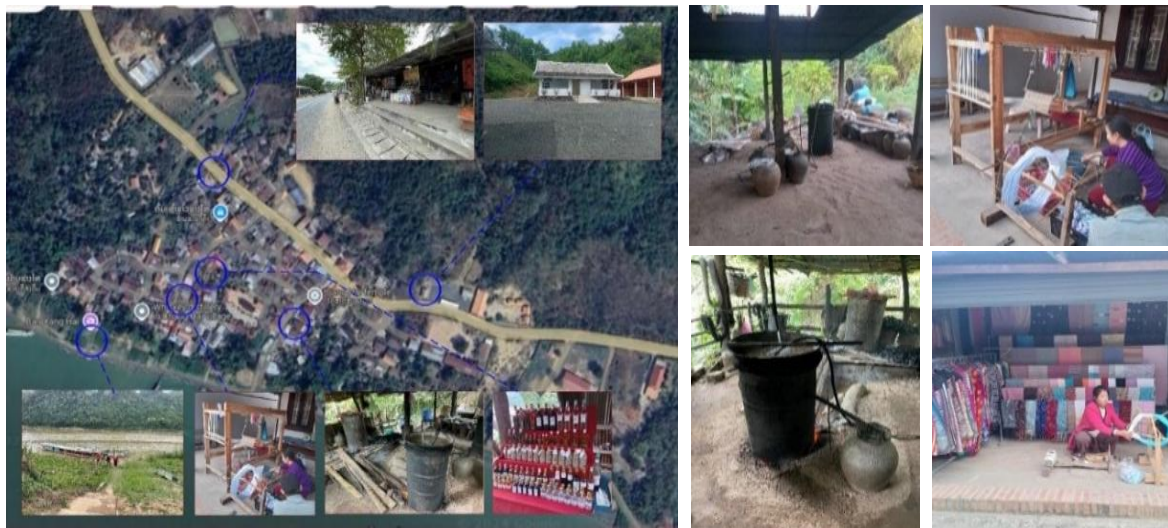
(1) ບ້ານ ຊ່າງໄຫ



ໝາຍເຫດ:

- ຕຳຫຼວດແລະຜ້າແພ
- ເຮືອນຝູອາໄສ
- ໂຮງຮຽນ
- ເສັ້ນທາງບ່າງເດີນຊົມໝູ່ບ້ານ
- ວັດ
- ອຳນາດເຄື່ອງປ່ອຍ
- ຕົ້ມເຫຼົ້າ
- ເສັ້ນທາງຫຼວງ
- ຫ້ອງການບ້ານ ສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ
- ຫ້ອງນໍ້າສາທາລະນະ ແລະ ປ່ອນອາວຸດລົດ

ຮູບພາບທີ 04: ສະແດງທີ່ຕັ້ງ ແລະ ອົງປະກອບຂອງບ້ານຊ່າງໄຫ.



ຮູບຟາບທີ 05: ເອກະລັກ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ມຸມປັນຍາທີ່ໂດດເດັ່ນຂອງຊຸມຊົນ.