

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
บ้านเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์
The Product and Activity Development to Promote the Cultural
Tourism of Khek Noy Village, Phetchabun Province

สุรพงษ์ เพิ่มพล¹ ศรีัญญา ศรีทอง²
Surapong Permpol, Saranya Srithong

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยนี้วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่ และอัตลักษณ์ท้องถิ่น 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมท้องถิ่นชุมชนบ้านเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนำร่อง รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ใช้การประชมกลุ่มย่อย การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม แบบสอบถาม และการอภิปรายแสดงความคิดเห็น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมั่งเข็กน้อย และกลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัคร ผลการวิจัยพบว่าชุมชนบ้านเข็กน้อยมีอัตลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่นและยังสามารถนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมั่งเข็กน้อยเป็นผู้มีบทบาทหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมมัดย้อมและหน้ากากอนามัยผ้าเขียนเทียนและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งหมด 7 กิจกรรม โดยผลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัคร พบว่า นักท่องเที่ยวอาสาสมัครมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไหมมัดย้อมและหน้ากากอนามัยผ้าเขียนเทียนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.332), ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.654) ตามลำดับ และในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการ

Received: 2023-05-13 Revised: 2023-06-30 Accepted: 2023-07-04

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Master of Arts Program in Integrated Tourism Management, Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University Corresponding Author e-mail: Surapong.permpol@gs.swu.ac.th

² อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University

ท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัครมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.431)

คำสำคัญ (Keywords): ผลิตภัณฑ์; กิจกรรมการท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; ของที่ระลึก; บ้านเข็กน้อย

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the local area and identity 2) to develop product and activity of Khek Noi village, Phetchabun Province and 3) to measure pilot tourism's satisfaction This research was Qualitative Research and Quantitative Research using Focus Group, Participatory Action Research: PAR, Questionnaire, and group discussion. The results showed that Khek Noi village has a distinctive community identity and can be further developed into products and activities to promote tourism to the community to create awareness among tourists and Hmong Khek Noi Cultural Tourism play as a major role in the development of products and activities. The result of questionnaires of volunteer tourists found that volunteer tourists were satisfied with Hmong lamp product and Hmong Batik mask at the highest level of satisfaction ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.332), ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.654) and satisfaction of activities to Promote the Cultural Tourism of Khek Noy Village, Phetchabun Province. It was found that volunteer tourists were the most satisfied ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.431).

Keywords: Product; Tourism Activity; Cultural tourism; Souvenir; Khek Noy Village

บทนำ (Introduction)

การลดความเหลื่อมล้ำและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เป็นนโยบายหนึ่งที่สำคัญของรัฐบาลมาหลายสมัยอย่างต่อเนื่อง ดังแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่มีวิสัยทัศน์สร้างความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ดังกล่าวรัฐบาลของ ประยุทธ์ จันทร์โอชา มีนโยบายในการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งเน้นสร้างรายได้และความเจริญ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการกับภาครัฐ สอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยการผลิตหรือจัดการ

ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมีจุดเด่นเป็นของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอทับปุด, 2562)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่สำคัญและมีรายละเอียดที่ต้องเป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นมาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นได้อย่างชัดเจน มีเรื่องราวที่น่าสนใจสอดคล้องกับบริบทและวัฒนธรรมของพื้นที่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากฐานความรู้เดิมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น และต้องมีการต่อยอดและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องความสนใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้แค่วางจำหน่าย แต่ต้องเป็นสิ่งที่นำไปสู่กิจกรรมและการเรียนรู้ทั้งในด้านของคุณค่า แหล่งที่มา และขั้นตอนการผลิต ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว หรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เคลื่อนย้ายกระบวนการเรียนรู้ไปได้ทุกหนแห่ง (วรพงศ์ ผู้ภู่, 2563)

ชุมชนบ้านเข็กน้อย ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เกิดขึ้นจากกลุ่มชาติพันธุ์ม้งได้อพยพจากจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทย มาอาศัยอยู่ในเขตรอยต่อของ 3 จังหวัดคือ เพชรบูรณ์ พิษณุโลก และเลย บ้านเข็กน้อยได้รับการขนานนามว่าเป็นหมู่บ้านม้งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เนื่องจากมีประชากรชาวม้งประมาณ 20,000 คน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตร พืชที่ปลูก เช่น ข้าวโพดเพื่อเลี้ยงสัตว์ มันเทศ กะหล่ำปลี แครอท กระชายดำ กระชายขาว และขิง กลุ่มชาติพันธุ์ม้งมีประเพณีและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ เช่น ประเพณีขึ้นปีใหม่ม้ง การโยนลูกช่วง ประเพณีบทธวดคำสอนบุตรหลาน Hai Txiv Xaiv (ฮาย จี สาย) ประเพณีเป่าแคนม้ง Qeej Hmoob (เกร็ง) ประเพณีกินข้าวใหม่ และมีภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ผ้าปักม้ง ผ้าลายเขียนเทียน และมีภาษาเป็นของตัวเอง (องค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย, 2561) ซึ่งสามารถนำภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเหล่านี้มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และกิจกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ลึกซึ้งให้แก่นักท่องเที่ยวได้

จากการลงพื้นที่เบื้องต้นผู้วิจัยได้ข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมม้งเข็กน้อย พบว่า บ้านเข็กน้อยมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ในทางกลับกันด้านการท่องเที่ยวยังไม่มีการส่งเสริมหรือให้ความรู้ในเรื่องของการจัดการท่องเที่ยวเท่าที่ควร ส่งผลให้การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเข็กน้อยไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับ “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์” โดยสร้างจิตสำนึกให้ชุมชนรู้คุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ด้วยตนเองอย่างเป็นระบบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่ และอัตลักษณ์ท้องถิ่นชุมชนบ้านเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมท้องถิ่นชุมชนบ้านเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยมุ่งเน้นกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรทั้งหมด จำนวน 47 ราย ได้แก่ ตัวแทนผู้นำชุมชน 1 ราย ประชาชนชาวบ้าน 2 ราย สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปนวัตกรรม 1 ราย และสมาชิกวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมม้งเข็กน้อย 10 ราย นักท่องเที่ยวอาสาสมัครชาวไทย จำนวน 28 ราย นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 2 ราย และบุคลากรจากกรมพัฒนาการเกษตรพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 3 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการตรวจสอบข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 เก็บข้อมูลบริบทพื้นที่และอัตลักษณ์ชุมชนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเข็กน้อย โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2565 ณ เขตพัฒนาราชภูบนพื้นที่สูงเข็กน้อย ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยทำการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มในแต่ละข้อคำถาม และมีการตรวจสอบข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation)

ขั้นตอนที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมโดยการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ร่วม (Participatory Action Research : PAR) ในวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ณ เขตพัฒนาราชภูบนพื้นที่สูงเข็กน้อย ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) และมีการตรวจสอบข้อมูลโดยการยืนยันความถูกต้องจากผู้ให้ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 เก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่อง ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

โดยมีประเด็นคำถามตามแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ วรพงศ์ วรชาติอุดมพงษ์ (2538) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ ตามแนวคิดการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (จุฑามาศ วิศาลสิงห์, 2561) และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสอบถาม และขอความอนุเคราะห์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน พิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยวิธีหาความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค (IOC, Index of Item Objective Congruence) (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชานิประศาสน์, 2547) โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีค่า IOC เท่ากับ 0.94 ซึ่งถือว่าเป็นที่ยอมรับในการวิจัย

1. นำแบบสอบถามที่ได้ ไปเก็บข้อมูล (Try-Out) กับนักท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ของครอนบาค (Cronbach) (Nunnally and Bernstein, 1994) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ เท่ากับ 0.97 ซึ่งถือว่าเป็นที่ยอมรับในการวิจัย

ผลการวิจัย (Research Results)

การศึกษาริบทพื้นที่ และอัตลักษณ์ท้องถิ่นชุมชนบ้านเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถแบ่งตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 7 องค์ประกอบ ดังนี้

1. **ความเป็นมาของชุมชนบ้านเข็กน้อย** เริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ. 2500 เกิดขึ้นจากการอพยพของชาวม้งจากประเทศจีน ได้มาตั้งถิ่นฐานอยู่บนแนวเขาแถบพื้นที่ภูมโล ภูหินร่องกล้า จังหวัดเพชรบูรณ์และตามแนวเขาทางภาคเหนือของประเทศไทย กระทั่งเมื่อปี พ.ศ. 2511 เกิดการแตกแยกระหว่างพรรคคอมมิวนิสต์และรัฐบาลไทย ทำให้ชาวม้งเลือกไปอยู่ข้างพรรคคอมมิวนิสต์เป็นส่วนใหญ่ โดยเข้าไปอาศัยอยู่ในป่า และบางส่วนก็เลือกอยู่กับพรรครัฐบาลไทย ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2513 กองทัพภาคที่ 3 มาตั้งกองร้อยอยู่ที่ตำบลเข็กน้อยเพื่อให้ชาวม้งที่กระจายตัวอยู่บนเขาและจังหวัดใกล้เคียงมารวมอยู่อาศัยที่ตำบลเข็กน้อย อีกทั้งทางกองทัพได้จัดสรรพื้นที่ทำมาหากินให้แก่ชาวม้ง รวมถึงมอบสัญชาติไทยให้แก่ชาวม้งที่อาศัยอยู่ในชุมชน และผู้หลบหนีอยู่ตามป่า เขา และได้ตั้งชื่อชุมชนอย่างเป็นทางการว่า ชุมชนเข็กน้อย

2. **ความเชื่อและศาสนาของชาวม้งในชุมชนบ้านเข็กน้อย** เดิมที่ชาวม้งไม่นับถือศาสนาใด แต่ชาวม้งมีความเชื่อและเคารพในเรื่องของบรรพบุรุษ โดยมีความเชื่อที่ว่า บรรพบุรุษที่เสียชีวิต

ไปแล้วจะเป็นผู้ปกป้องรักษาครอบครัวให้ผ่านพ้นจากสิ่งที่ไม่ดี ซึ่งภายใน 1 ปี ชาวเมืองทำการไหว้บรรพบุรุษ 2 ครั้งในช่วงเทศกาลปีใหม่ และเทศกาลเก็บเกี่ยวข้าวใหม่ของชาวม้ง อีกทั้งชาวม้งยังมีพิธีกรรมตามความเชื่อที่เป็นเอกลักษณ์และเกี่ยวข้องกับความเชื่อ ได้แก่ พิธีเรียกขวัญ พิธีสู้ขวัญ พิธีตัดบาป พิธีแต่งงาน พิธีงานศพ เป็นต้น ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2499 ได้มีการเข้ามาเผยแพร่ศาสนาคริสต์นิกายคาทอลิกของกลุ่มมิชชันนารี ทำให้ชาวม้งบางส่วนได้หันไปนับถือศาสนาคริสต์ หลังจากนั้นไม่นานก็ได้มีการเผยแพร่ของศาสนาพุทธ ทำให้ในปัจจุบันชาวม้งเข็กน้อยมีการนับถือทั้งศาสนาคริสต์และศาสนาพุทธ แต่ถึงอย่างไรชาวม้งก็ยังถือปฏิบัติตามความเชื่อและเคารพในบรรพบุรุษที่ถูกส่งต่อมาจากรุ่นสู่รุ่น

3. วิธีการดำเนินชีวิตและภาษาที่ใช้ในปัจจุบันของชาวม้งเข็กน้อย ในปัจจุบันชาวม้งเข็กน้อยมีวิธีการดำเนินชีวิตที่เหมือนแต่ก่อนโดยที่ฝ่ายชายส่วนมากประกอบอาชีพเกษตรกรรมปลูกพืชผลทางการเกษตร ได้แก่ การปลูกข้าว ปลูกขิง เลี้ยงสัตว์การเกษตร และจำหน่ายให้พ่อค้าคนกลาง และฝ่ายหญิงจะทำงานอยู่ที่บ้าน โดยมีการทำผ้าเขียนเทียน เย็บ ปัก ถักชุดเพื่อใส่ในวันปีใหม่ทั้งของตัวเองและคนในครอบครัว อีกทั้งฝ่ายหญิงยังต้องเลี้ยงดูลูกหากสามีออกไปทำการเกษตร แต่บางครั้งครอบครัวมีการออกไปช่วยสามีในการไปทำการเกษตร อีกทั้งชาวม้งได้รับอิทธิพลจากคนเมืองส่งผลให้วิธีการดำเนินชีวิตปรับเปลี่ยนตามอิทธิพลที่ได้รับ เช่น เด็กม้งรุ่นใหม่นิยมออกไปทำงานในเมือง ย้ายไปอยู่ต่างถิ่น ปฏิเสธการทำงานเกษตร ไม่ชอบทำงานฝีมือ เป็นต้น ส่วนภาษาที่ใช้ในหมู่บ้านประกอบด้วย 2 ภาษา คือ ภาษาไทย ซึ่งเป็นภาษาราชการ และมีภาษาม้งเพื่อใช้สำหรับการพูดคุยกันในชุมชน โดยภาษาม้งมีการแบ่งตามกลุ่มชาติพันธุ์คือ ม้งขาว และม้งดำ ซึ่งรูปแบบภาษาจะต่างกันเพียงเล็กน้อย ภาษาม้งใช้อักษรละตินในการเขียน โดยในชุมชนมีการจัดการเรียน การสอนภาษาม้ง สำหรับผู้ที่สนใจที่คริสตจักรภายในหมู่บ้าน และปัจจุบันมีการเทียบอักษรละตินมาเป็นอักษรภาษาไทย เพื่อให้ง่ายต่อการเรียนรู้ของผู้ที่สนใจในการเรียน

4. ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน การละเล่น และเทศกาลต่าง ๆ ของชุมชนบ้านเข็กน้อย ประเพณีที่สำคัญของชาวม้งบ้านเข็กน้อย ได้แก่ ประเพณีกินข้าวใหม่ เทศกาลปีใหม่ ม้ง การแต่งงาน การจัดพิธีงานศพ และมีการละเล่นที่เป็นอัตลักษณ์ ได้แก่ การตีธนูหน้าไม้ การเล่นเกมช่วง การตีลูกช่วง การเดินขาหยั่ง การเป่าแคนในเทศกาลต่าง ๆ และรถเคลื่อนล้อไม้ เนื่องจากเป็นวัสดุที่สามารถหาได้ง่ายในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง

5. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของประชาชนในชุมชนบ้านเข็กน้อยในปัจจุบัน เนื่องจากปัจจุบันชาวม้งบ้านเข็กน้อยได้รับอิทธิพลการแต่งกายจากคนเมืองมากขึ้นทำให้การแต่งกายของชาวม้งเปลี่ยนไปตามคนเมือง ตามกระแสของแฟชั่นสังคม ลดการใส่ชุดพื้นเมือง ต่างจากอดีตที่

ชาวม้งจะสนใจใส่ชุดประจำชาติพื้นธัมม้ง โดยสามารถแบ่งการแต่งกายของม้งชายและม้งดำได้ กล่าวคือ ชายม้งขาวจะสวมเสื้อกำมะหยี่แขนยาว มีความยาวเหนือเอว สวมกางเกงขา กว้างแบบเป่า ตีน ไม่ค่อยมีลวดลาย ในส่วนผู้หญิงม้งขาวจะสวมเสื้อกำมะหยี่แขนยาวสีดำ มีลวดลายที่เด่นชัดและสวยงาม จุดเด่นของชุดผู้หญิงม้งขาวคือจะมีปกเสื้อแผ่นใหญ่ที่ด้านหลัง ตกแต่งด้วยผ้าปักหลากสี ส่วนชายม้งดำแต่งกายด้วยเสื้อแขนยาวสีเข้ม ความยาวถึงเอว กางเกงขา กว้างเป่ายาว มีการคาดเข็มขัดทับกางเกง ผู้หญิงจะสวมใส่กระโปรงผ้าเขียนเทียนอัดจีบ ความยาวเหนือเข่ามีลายปักและลายเขียนเทียนที่สวยงาม พร้อมกับมีผ้าสีเหลืองปิดทับข้างหน้ายาวถึงน่อง แม้ปัจจุบันการแต่งกายด้วยชุดของชาวม้งได้ยากในวันธรรมดาทั่วไป แต่ชาวม้งบ้านเข็กน้อยจะพร้อมใจกันใส่ชุดประจำชาติพื้นธัมม้ง ในเทศกาลประจำปี และเป็นสีสันของเทศกาลนั้น ๆ แล้วการที่ชาวม้งได้รับอิทธิพลจากคนเมืองมากขึ้น ทำให้ผู้หญิงชาวม้งไม่เห็นความสำคัญของการปักชุด เนื่องจากมีการจำหน่ายชุดพื้นเมืองสำเร็จรูปตามร้านค้า ส่งผลให้คนม้งมีความสามารถในการปักผ้าและเขียนเทียนน้อยลงเป็นอย่างมาก

6. วิจิตรศิลป์ของชุมชนบ้านเข็กน้อย เนื่องจากชาวม้งมีการตัดเย็บชุดประจำชาติพื้นธัมม้ง ใส่เองนั้น ส่งผลให้มีการตัดเย็บ รวมถึงการปักผ้า และการเขียนเทียนบนผ้า เป็นการนำลวดลาย มาบรรจงใส่ในชุดที่ฝ่ายหญิงในแต่ละครอบครัวได้ทำเพื่อให้สามี ลูก และตนเองได้ใส่ในช่วงเทศกาล ปีใหม่ของทุกปี โดยลวดลายเป็นลวดลายที่เลียนแบบจากธรรมชาติ บางก็เป็นลวดลายที่ได้ถูกส่งต่อ จากรุ่นสู่รุ่น โดยแต่ละลายอาจมีความหมาย หรือไม่มีมีความหมายก็ได้ เป็นเพื่อการนำลวดลายต่าง ๆ มาประกอบรวมกันให้เกิดลายที่สวยงามบนชุดที่ได้ทำ ซึ่งลายที่ชาวม้งนิยมทำได้แก่ ลายเมล็ด ตีฟักทอง ลายสามเหลี่ยม ลายพันหนู กลายเป็นชุดที่ไม่มีใครเหมือน เสมือนมีชุดเดียวบนโลก เกิดเป็น ความภาคภูมิใจของครอบครัวนั้น ๆ ที่ได้มีชุดที่สวยงามใส่เมื่อถึงเทศกาลปีใหม่

7. อาหารประจำถิ่นชุมชนบ้านเข็กน้อย เดิมทีชาวม้งอาศัยอยู่ตามแนวเขาและได้มีการอพยพไปยังสถานที่ต่าง ๆ ทำให้อาหารและการประกอบอาหารเป็นสิ่งที่เรียบง่าย ท่าง่าย เก็บรักษา ได้นาน และใช้วัตถุดิบที่หาได้จากรอบตัว ส่วนใหญ่เป็นสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย อาหารบาง ชนิดเป็นอาหารที่ได้กินแค่ปีละหนึ่งครั้งหรือตามเทศกาลต่าง ๆ หรือเป็นอาหารสำหรับไว้รองรับแขก บ้าน แขกเมือง โดยอาหารประจำถิ่นของชุมชนบ้านเข็กน้อย ตัวอย่างเช่น ไก่ดำต้มสมุนไพร ใส่อ้วมม้ง น้ำพริกม้ง ข้าวปุก หยั่วเจापว และผักกาดต้มกระดูกหมู เป็นต้น

จากการลงพื้นที่ในขั้นตอนที่ 2 เพื่อระดมความคิดร่วมกับชุมชนในการคิดผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย ผลจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วมที่ชุมชนได้มีการร่วมพิจารณาตัดสินใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์โคมไฟม้ง และหน้ากากอนามัยผ้าเขียนเทียน และ กิจกรรมท่องเที่ยว

จำนวน 7 กิจกรรม ได้แก่ 1) กิจกรรมสู่ขวัญนักท่องเที่ยว 2) กิจกรรมทำพิซซามัง 3) กิจกรรมผ้าเขียนเทียน 4) กิจกรรมผ้าปักม้ง 5) กิจกรรมทำอาหารพื้นถิ่น 6) กิจกรรมทำลูกช่วง DIY และ 7) กิจกรรมการละเล่นแบบชาวม้ง

เมื่อได้ข้อสรุปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย ผู้วิจัยจึงเริ่มทำการฝึกปฏิบัติและร่วมทดลองผลิตภัณฑ์และกิจกรรมร่วมกับชุมชนตั้งแต่วันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2566 และได้จัดทดลองท่องเที่ยวโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อยในรูปแบบ 1 วัน ในวันที่ 2 เมษายน พ.ศ.2566 ณ เขตพัฒนารัฐกรบนพื้นที่สูงเข็กน้อย ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

สำหรับขั้นตอนที่ 3 และขั้นตอนที่ 4 เป็นการวัดผลและสะท้อนผลที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อยร่วมกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอาสาสมัคร จำนวน 30 ราย ในวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2566 โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัครส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 25 – 31 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคเหนือ ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา / นิสิต มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์โคมไฟม้ง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์โคมไฟม้ง (n=30)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์โคมไฟม้ง	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่น	4.58	.343	พึงพอใจมากที่สุด
ด้านความสวยงาม	4.52	.435	พึงพอใจมากที่สุด
ด้านประโยชน์ใช้สอย	4.46	.436	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.52	.332	พึงพอใจมากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์โคมไฟม้ง พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัครมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.332) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ความพึงพอใจด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

โดยที่ ($\bar{X} = 4.58, S.D. = 0.343$) รองลงมาคือ ความพึงพอใจด้านความสวยงาม ($\bar{X} = 4.52, S.D. = 0.435$) และความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย ($\bar{X} = 4.46, S.D. = 0.436$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์หน้ากากอนามัยผ้าเขียนเทียน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์หน้ากากอนามัยผ้าเขียนเทียน (n=30)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์หน้ากากอนามัยผ้าเขียนเทียน	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่น	4.46	.561	พึงพอใจมากที่สุด
ด้านความสวยงาม	4.21	.759	พึงพอใจมากที่สุด
ด้านประโยชน์ใช้สอย	4.30	.813	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.33	.654	พึงพอใจมากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์หน้ากากอนามัยผ้าเขียนเทียน พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัครมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.654$) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อยพบว่า ความพึงพอใจด้านอัตลักษณ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X} = 4.46, S.D. = 0.561$) รองลงมาความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย ($\bar{X} = 4.30, S.D. = 0.813$) และความพึงพอใจด้านความสวยงาม ($\bar{X} = 4.21, S.D. = 0.759$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย

กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
กิจกรรมสู่ขวัญนักท่องเที่ยว	4.41	.546	พึงพอใจมากที่สุด
กิจกรรมทำพิซซามัง	4.38	.537	พึงพอใจมากที่สุด

กิจกรรมผ้าเชียนเทียน	4.40	.609	พึงพอใจมากที่สุด
กิจกรรมผ้าปักม้ง	4.63	.472	พึงพอใจมากที่สุด
กิจกรรมทำอาหารพื้นถิ่น	4.29	.495	พึงพอใจมากที่สุด
กิจกรรมทำลูกช่วง DIY	4.48	.424	พึงพอใจมากที่สุด
กิจกรรมการละเล่นแบบชาวม้ง	4.59	.428	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.45	.431	พึงพอใจมากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัครมีความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.431) เมื่อพิจารณารายกิจกรรม พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัครมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดในทุกกิจกรรม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับกับพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

จากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจต่อกิจกรรมในทุกกิจกรรมเนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ทำให้ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชาวม้ง และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเรื่องสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ เนื่องจากเดิมมีจำนวนไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้งาน และอยู่ในสภาพไม่พร้อมใช้งาน ชำรุดทรุดโทรม

ตอนที่ 3.2 การถอดบทเรียนในการจัดโปรแกรมกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลองและชุมชน

ผลการถอดบทเรียนระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัครและชุมชน พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัครมีข้อเสนอแนะให้ชุมชนพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย ดังนี้ ผลิตภัณฑ์มีการสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นสิ่งแปลกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว 1) ควรพัฒนาให้มีรูปแบบของโคมไฟให้มีหลายรูปแบบ และพัฒนาให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความใช้งานที่หลากหลาย 2) ควรพัฒนาในการเล่าเรื่องที่มาจากวัสดุเพื่อเป็นการสื่อความหมายของลวดลายต่าง ๆ ที่อยู่บนผลิตภัณฑ์ และเพิ่มคุณค่าให้แก่อัตลักษณ์บ้านเข็กน้อย และ 3) ควรตระหนักถึงความปลอดภัยจากการใช้งานผลิตภัณฑ์ สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชน สำหรับข้อเสนอแนะให้ชุมชนพัฒนาด้านกิจกรรม ดังนี้ 1) ด้านเรื่องราวของกิจกรรม ควรพัฒนาให้ผู้นำกิจกรรมมีความสามารถใน

การถ่ายทอดเรื่องราวในกิจกรรมนั้น ๆ 2) ด้านอรรถรสในการดำเนินกิจกรรม ควรพัฒนาให้ผู้นำกิจกรรมมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวในระหว่างร่วมทำกิจกรรมให้มากขึ้น และควรจัดเตรียมสถานที่ให้พร้อมรับกับกิจกรรมที่ได้จัดขึ้น และ 3) ด้านลีลาในการดำเนินกิจกรรม ชุมชนควรแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจนและดำเนินการให้เป็นระบบมากขึ้น เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการทำกิจกรรม หรือขณะการเปลี่ยนฐานกิจกรรม และควรเตรียมกิจกรรมสำรองหากกิจกรรมหลักเกิดปัญหา เพื่อความต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรม อีกทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวอาสาสมัครได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมถึงกิจกรรมว่า ทุกกิจกรรมสามารถแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้เป็นอย่างดี สามารถดึงดูดเด่นของชุมชนมาสร้างกิจกรรมที่สร้างสรรค์ ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมของชาวม้ง และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทุกกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของชุมชนที่มีความคิดเห็นว่าการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อยทั้ง 7 กิจกรรม เป็นสิ่งที่จะช่วยให้ชุมชนได้เผยแพร่อัตลักษณ์ของชุมชน ทั้งทางด้านวัฒนธรรม การดำเนินชีวิต พิธีกรรม อาหาร รวมถึงการละเล่นแบบชาวม้ง เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน สร้างอาชีพเสริมให้แก่คนในชุมชน และเกิดความภาคภูมิใจในสิ่งที่ตนเองมีโดยสามารถนำมาสร้างเป็นกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อย ทั้งนี้ชุมชนจะนำสิ่งที่สะท้อนจากการจัดกิจกรรมมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้กิจกรรมมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

สรุปผลการวิจัยด้านพื้นที่และอัตลักษณ์ชุมชนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตามหลักเกณฑ์ของ ปันฉัตร หมอยาคี วารุณี ไอสถารมย์ และ นิตากร บุตรงามดี (2556) พบว่าชุมชนบ้านเข็กน้อยเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของชาวม้งที่ได้อพยพมาจากทางตอนใต้ของประเทศจีน ผ่านมาทางแนวเขาและแม่น้ำ มาตั้งถิ่นฐานอาศัยอยู่ที่แนวเขาระแหงภูมโล ภูหินร่องกล้า เขาคือ จังหวัดเพชรบูรณ์ ภายหลังทางกองทัพภาคที่ 3 ได้มาตั้งกองร้อยอยู่บริเวณหมู่บ้านเข็กน้อย และเชิญชวนให้ชาวม้งที่อาศัยอยู่ตามแนวเขา ลงมาอยู่ที่หมู่บ้านเข็กน้อย และได้จัดสรรที่ทำกินให้แก่ชาวม้ง โดยชาวม้งบ้านเข็กน้อยยังคงสืบถอดและยึดถือปฏิบัติตามวัฒนธรรมของชาวม้งที่ได้รับการส่งผ่านจากบรรพบุรุษ ประกอบด้วยการดำเนินชีวิต ความเชื่อ ประเพณี การแต่งกาย อาหาร และการละเล่น ซึ่งสอดคล้องกับ จิง จิง (Jing Jing, 2022) ที่ศึกษาวิถีชีวิตของชาวม้งที่บ้านแม่สาใหม่ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ชาวม้งบ้านแม่สายังใช้ชีวิตตามวิถีดั้งเดิมที่ได้ถูกถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ

สรุปผลการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามหลักเกณฑ์ของ วรพงศ์ วรชาติอุดมพงษ์ (2538) พบว่าในด้านผลิตภัณฑ์พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งผลิตภัณฑ์โคมไฟมิ่งและหน้ากากอนามัยผ้าเขียนเทียนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด ในเรื่องของผลิตภัณฑ์มีการสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านเข็กน้อย เนื่องจากวัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นวัสดุที่สามารถหาได้ง่ายในชุมชนท้องถิ่นและยังเป็นการประยุกต์จากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังคงอัตลักษณ์ท้องถิ่นไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ ภาวิณี ศิริโรจน์ (2564) พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แสดงคุณค่าดั้งเดิมที่พัฒนารูปแบบใหม่ ๆ เพื่อใช้ตกแต่งบ้านเรือน และผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและภูมิปัญญาของนครศรีธรรมราชที่ปรากฏในตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ประทับใจ สุวรรณธาดา (2561) พบว่า การนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นและภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ สามารถดำเนินการได้ในทุกผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์ สืบสานต้นทุนในท้องถิ่นให้คงอยู่คู่ชุมชน เช่นเดียวกับแนวคิดของ วรพงศ์ วรชาติอุดมพงษ์ (2538) ที่กล่าวถึงเกณฑ์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีความงาม มีประโยชน์ใช้สอย และมีต้นทุนต่ำแต่คุณภาพสูงมาผสมกันในสัดส่วนที่เหมาะสมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ใช้งาน

ในส่วนกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเข็กน้อยเกิดจากการระดมความคิดร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและชุมชน โดยนำหลักเกณฑ์ของ จุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2561) พบว่าชุมชนมีความประสงค์ในการสร้างกิจกรรมที่สามารถให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติในทุกกิจกรรม และเป็นกิจกรรมที่ถ่ายทอดวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และการละเล่นของชาววังผ่านการลงมือปฏิบัติของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรับรู้และยอมรับในความแตกต่างของวัฒนธรรม ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่ เรมอน (Raymond, 2007) และ ริชาร์ด (Richards, 2011) ได้นิยามการท่องเที่ยวแนวใหม่นี้ว่า Creative tourism (การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์) ที่หมายถึง การท่องเที่ยวที่มอบโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ นาฬิกอติภัค แสงสนิท (2558) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ เอลคาสราวี (Elkasrawy, 2020)

ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้อันนำมาซึ่งความสามารถในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชนมากขึ้นและทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจพิเศษอันน่าจดจำครั้งหนึ่งในชีวิต

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ภาครัฐควรเข้ามาช่วยส่งเสริมและสนับสนุนในเรื่องงบประมาณด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและสาธารณูปโภค อาทิ การพัฒนาการสร้างสรรค์ประสบการณ์และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ระบบน้ำประปาและห้องน้ำ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่พร้อมใช้งานสามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.2 ภาครัฐควรมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านเชิงน้อยให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง และควรใช้สื่อออนไลน์เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหมู่บ้านเชิงน้อย

1.3 ชุมชนควรพัฒนาให้มีตลาดขายผ้าปักหรือลายการเขียนเทียนเฉพาะถิ่น เพื่อสร้างจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยวและควรนำเสนอเรื่องราวของตลาดต่าง ๆ ให้ชัดเจน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเชิงน้อย โดยเฉพาะในด้านการเล่าเรื่อง ถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมให้กิจกรรมมีความน่าสนใจและลุ่มลึก

2.2 ควรศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ที่อยู่ใกล้เคียงหมู่บ้านเชิงน้อย เพื่อเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้แก่พื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ และสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงให้แต่ละชุมชน

เอกสารอ้างอิง (References)

- จุฑามาศ วิศาลสิงห์. (2561). *คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตส์ พับลิชชิง.
- นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท. (2558, 4 พฤษภาคม). กรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน [บทสัมภาษณ์]
- ประทับใจ สุวรรณธาดา. (2561). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา : ในเขตพื้นที่ภาคอีสานตอนบน. *วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*. 9(2), 137-155.
- พิทักษ์ โสถถยาคม. (2561). สุนทรียแสวงหา : วิธีใหม่ในการเสริมพลังชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ. *วารสารวิจัยราชภัฏธนบุรี รัชชัฒม์*. 4(1), 128-140
- ภาวิณี ศิริโรจน์. (2564). การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งบ้าน. *วารสารศิลปกรรมบูรพา*. 24(2), 11-23
- วรพงศ์ ผูกภู. (2563). ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://www.randdcreation.com/content/4738>.

- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์, และ อัจฉลา ชำนิประศาสน์. (2547). *ระเบียบวิธีการวิจัย (Research methodology)*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์
- วรพงศ์ วรชาติอุดมพงษ์. (2538). *บทความรู้ในการออกแบบพาณิชย์ศิลป์ออกแบบกราฟฟิก*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์น.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอทับปุด. (2562). ประวัติความเป็นมา OTOP. สืบค้นจาก <https://citly.me/PvxXj>
- องค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย. (2561). แผนพัฒนาการท่องเที่ยว 5 ปี (พ.ศ. 2561 - 2565) สืบค้นจาก <http://www.kheknoi.go.th/pdfs/web/viewer.html>
- Elkasrawy, S. (2020). Creative cultural tourism in Egypt: Case study of papyrus and pottery. *Journal of Heritage Tourism and Hospitality*, 14(1), 215-225. <https://doi.org/10.21608/IJHTH.2020.128036>
- Gosset, W. S. (1908, March). The Probable Error of a Meann. *Biometrika*, 6(1), 1-25.
- JingJing, G. (2022). วิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง: กรณีศึกษาบ้านแม่สาใหม่ ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. *ศิลปะศาสตร์ปริทัศน์*. 16(1), 27-44.
- Nunnally, J.C., and Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Raymond, C. (2007). "Creative Tourism New Zealand: The practical challenges of developing creative tourism." In Greg Richards and Julie Wilson (Eds.). *Tourism, Creativity and Development*. New York : Routledge.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of Tourism Research*. 38: 1225-1253.