ทุนทางวัฒนธรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่

Cultural Capital and Souvenir Product Development for Tourism Promotion in Long District, Phrae Province

ชนัญชิดา ยุกติรัตน์*
Chananchida Yuktirat
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
Faculty of Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Krungthep
รัตนา ปานเรียนแสน
Rattana Panriansaen
วิทยาลัยสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
College of Allied Health Science, Suan Sunandha Rajabhat University
ช่วงโชติ พันธุเวช
Chuangchot Phanthuwet
สภามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
Yala Rajabhat University Council
*chananchida.y@mail.rmutk.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) ศึกษาข้อมูลเชิงพื้นที่และรวบรวมทุนทางวัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรม วัตถุดิบ ครูช่างและช่างฝีมือในอำเภอลอง จังหวัดแพร่ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ และประเมินความเหมาะสมของแนวคิด หลักการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก 3) ประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ดำเนินงานตามแผนงาน 3 ระยะ ดังนี้ระยะที่ 1 กระบวนการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่ อำเภอลอง จังหวัดแพร่ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 16 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง และแบบการเลือกแบบบอกต่อ และชุดข้อมูลทุติยภูมิ ระยะที่ 2 กระบวนการพัฒนา ออกแบบ สร้างต้นแบบ และประเมินความเหมาะสมของต้นแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 5 คน และระยะที่ 3 ประเมินความพึงพอใจของต้นแบบ โดยกลุ่มตัวอย่าง จากตารางการสุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เมื่อความคลาดเคลื่อน (E) ±10% เท่ากับ 100 คน

Received : May 16, 2023 **Revised :** July 18, 2023 **Accepted :** August 8, 2023

ด้วยเทคนิคการสุ่มอย่างง่าย โดยกลุ่มตัวอย่างชาย–หญิง อายุตั้งแต่ 22 ปีขึ้นไป ในเขตพื้นที่อำเภอลอง จังหวัดแพร่ ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อต้นแบบ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.97, S.D. = 0.04) ในประเด็นดังนี้ ด้านจิตวิทยาและความงาม ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านการจัดการสถานที่ร้านค้าและบริการจำหน่าย ด้านความคิดเห็นต่อรายการการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่

คำสำคัญ : ทุนทางวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก การท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่

Abstract

This research aimed to 1) study spatial data and collect data on cultural capital, arts and culture, and raw materials, as well as the craftsmen and craftsmanship in Long District, Phrae Province; 2) develop souvenir products for tourism promotion in Long District, Phrae Province, and assess the suitability of the concept and principle of souvenir product prototype development; and 3) assess the satisfaction with souvenir product prototypes for tourism promotion in Long District, Phrae Province. The three phases of the action plan were as follows. Phase 1 consisted of spatial data collection in Long District, Phrae Province by 16 key informants using nonprobability sampling, purposive sampling, snowball sampling, and secondary data sets. Phase 2 involved development, design, prototyping, and prototype evaluation by five experts in design. Finally, Phase 3 incorporated a prototype satisfaction appraisal by using a sample size from Yamane's (1973) random sampling table, which was equal to 100 people ±10% error (E) when using a simple random sampling technique with a sample of males and females aged 22 years and over in Long District, Phrae Province. The research findings indicated that the sample was satisfied with the prototype overall, rating it as "very good" ($\overline{x}$ = 4.97, S.D. = 0.04) in the following areas: psychology and aesthetics, arts and culture, usability, shop location and distribution service management, and opinions on the development of souvenir products for tourism promotion in Long District, Phrae Province.

Keywords : cultural capital, souvenir products, tourism, Long District, Phrae Province

บทนำ

การท่องเที่ยวในประเทศไทยจำแนกได้ 3 รูปแบบดังนี้ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่ง 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ทั้งนี้การท่องเที่ยวของอำเภอลอง จังหวัดแพร่ สามารถจัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม โดยการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน และยุโรป ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ (Rattanasuwongchai, 2011; Pinkaew, 2013) เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรมและสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและแอฟริกา รวมถึงซื้อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ทั้งนี้ การวิจัยทุนทางวัฒนธรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอลอง จังหวัดแพร่ มีเป้าหมายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน ด้วยอำเภอลอง ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัดแพร่ ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 42 กิโลเมตร เป็นอำเภอขนาดเล็ก ล้อมรอบด้วยภูเขา มีแหล่งป่าไม้สมบูรณ์ ธรรมชาติเรียบง่าย สวยงาม เป็นพื้นที่อุดมด้วยแหล่งอารยธรรม มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีวิถีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม ประกอบไปด้วยหลายกลุ่มชาติพันธุ์ มีอาคารสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์ มีจิตรกรรมฝาผนังแห่งวัดต้าม่อนที่ทรงคุณค่า มีศิลปะการแต่งกายที่โดดเด่น แสดงถึงอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ รวมถึงอาหารพื้นเมือง มากด้วยต้นทุนด้านแร่ธาตุ วัตถุดิบ และงานประณีตศิลป์

จากการดำเนินการสามารถสรุปข้อมูลเชิงพื้นที่ในประเด็นอาหาร ของที่ระลึก / ผลิตภัณฑ์ชุมชน และต้นทุนทางวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม สัญลักษณ์ พบว่าจุดเด่นเชิงพื้นที่อำเภอลอง จังหวัดแพร่ ในด้านต้นทุนทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ผ้าทอตีนจก ผ้าทอกะเหรี่ยง ประติมากรรมงานไม้ นอกจากนี้ยังพบงานศิลปะภาพวาดนางสีเวย ภาพเขียนบนฝาผนังเกี่ยวกับพุทธประวัติและพุทธชาดก ณ วัดต้าม่อน สถาปัตยกรรมอาคาร และวัดที่มีรูปแบบประสมประสานในงานศิลปะหลากหลายวัฒนธรรม และสัญลักษณ์เชิงชาติพันธุ์ ด้วยอำเภอลอง จังหวัดแพร่ เป็นพื้นที่การไหลรวมของกลุ่มชาติพันธุ์ 9 ชนเผ่า จึงทำให้มีรูปแบบประเพณีวัฒนธรรม ทั้งอาหาร เครื่องแต่งกาย ความเชื่อ รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งแสดงออกสัญญะเชิงพื้นที่ที่สร้างความแตกต่างของอำเภอลองกับพื้นที่ใกล้เคียงอื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบวัตถุดิบจากพื้นที่ใกล้เคียง อำเภอสูงเม่น มีวัตถุดิบไม้สัก / เศษไม้สักที่เหลือจากอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่ / เศษไม้ไผ่ที่เหลือจากอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

สรุปข้อมูลเชิงพื้นที่อำเภอลอง จังหวัดแพร่ เป็นรายข้อได้ดังนี้

1. ความเชื่อและความศรัทธาที่ยังปรากฏในประเพณีประจำถิ่นและอาหารพื้นเมือง เป็นการสืบสานวัฒนธรรมอาหารให้อยู่ร่วมสมัยอย่างลงตัว

2. ความสมบูรณ์ด้านทรัพยากรป่าไม้ในพื้นที่ทำให้ยังคงสภาพแวดล้อมที่สวยงาม เมื่อประสานกับเรื่องเล่า หรือตำนานในอดีต จึงทำให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีเสน่ห์ มีจุดเด่น จุดขาย น่าสนใจกับผู้มาเยี่ยมเยือนหรือนักท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

3. ทรัพยากรแร่ธาตุ ตำนานบ่อเหล็กลอง และร่องรอยอารยธรรมที่ยังปรากฏเด่นชัด ผสานกับภัณฑารักษ์ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยจิตวิญญาณ ความรัก หวงแหน และความรู้อย่างลึกซึ้งต่อเรื่องราวของตำนานบ่อเหล็กลอง สร้างความตื่นตา ตื่นใจ และความประทับใจต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

4. อาหารที่เป็นเอกลักษณ์ อาทิ น้ำพริกน้ำย้อย อาหารเมือง เมี่ยงใบชา ข้าวแคบ ข้าวพัน เป็นตัวแทนของชาวอำเภอลอง สร้างความประทับใจให้กับนักเดินทาง

5. ดนตรีพื้นเมือง สะล้อ–ซอ–ซึง เป็นองค์ประกอบสำคัญของทุกกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และเป็นการสร้างความประทับใจ ดึงดูดให้เข้าถึงวัฒนธรรม และกิจกรรมอื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี

คณะผู้วิจัยวางแผนในการสร้างต้นแบบทุนทางวัฒนธรรม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก โดยใช้พื้นที่ ทรัพยากร และช่างฝีมือประณีตศิลป์ เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวชุมชนวัตวิถีเชิงสร้างสรรค์สร้างภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์ สร้างมูลค่าเพิ่มจากคุณค่าของต้นทุนทางวัฒนธรรม ทรัพยากรวัตถุดิบในชุมชนให้เกิดรายได้และสร้างความภาคภูมิใจให้กับชาวอำเภอลอง ผ่านแนวคิด ทฤษฎี หลักปฏิบัติการทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย โดยนำกระบวนการคิดเชิงออกแบบและการคิดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินการวิจัยและพัฒนา

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. ศึกษาข้อมูลเชิงพื้นที่และรวบรวมทุนทางวัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรม วัตถุดิบ ครูช่างและช่างฝีมือในอำเภอลอง จังหวัดแพร่
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ และประเมินความเหมาะสมของแนวคิด หลักการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก
3. ประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยดำเนินการทบทวนวรรณกรรมและได้พิจารณาแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนด้วยการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยนำวัฒนธรรมเชิงพื้นที่เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ เรียนรู้ในอัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ในประเด็นดังนี้ วัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Resources) ไปสู่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Cultural Resources) ให้ความสนใจกับภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ วิถีชีวิตชุมชน บรรยากาศ การเล่าเรื่อง และการสร้างสรรค์ ด้วยการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้วัฒนธรรมและศิลปะเชิงพื้นที่ มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องเคารพ เรียนรู้ เข้าใจวัฒนธรรมของกันและกันเพื่อให้เกิดมิตรภาพ สันติภาพระหว่างชุมชนได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า จุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ การต้องการเรียนรู้ความดั้งเดิม (Indigenousness) หรือความเป็นของแท้ (Authenticity) ของชุมชนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ผ่านกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางสังคม ประกอบด้วยดัชนีชี้วัดคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม 7 ข้อ (Klinmuenwai, 2018) ที่ได้นำมาเป็นข้อพิจารณาในการออกแบบ ได้แก่ 1) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ 2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี 3) ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม 4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง 5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้ 6) ความผูกพันต่อท้องถิ่น และ 7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ โดยได้คำนึงถึงภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นกระบวนการทางความคิด ความคิดเห็น ความรู้สึก ความเชื่อและความประทับใจที่เกิดจากการรวมความรู้และประสบการณ์เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการรับรู้ และมีสิ่งที่ปรากฏขึ้นในใจ สิ่งนั้นจะเชื่อมโยงอยู่ภายในใจ สร้างการจดจำและความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลที่ลบเลือนไปได้ยาก (Sonda, 2014; Saeho, 2016)

ทุนทางวัฒนธรรมคือ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติซึ่งกรมส่งเสริมวัฒนธรรมของกระทรวงวัฒนธรรมกำหนดไว้มี 7 สาขา คือ 1) ภาษา 2) วรรณกรรมพื้นบ้าน 3) ศิลปะการแสดง 4) แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล 5) งานช่างฝีมือดั้งเดิม 6) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล 7) กีฬาภูมิปัญญาไทย (Nannak, n.d.) ทั้งนี้การบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน (Janpetch & Siriwong, 2017) จะเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการจัดการเมื่อมีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยที่ชุมชนมีความแข็งแรงจะตอบรับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ พร้อมเกิดการเรียนรู้ นำไปสู่ความร่วมมืออย่างมีเอกภาพ เกิดองค์ความรู้ หวงแหน ตื่นตัวต่อผลประโยชน์ส่วนรวม และเห็นคุณค่าของทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นตน

การดำเนินการศึกษาเชิงลึกในพื้นที่อำเภอลอง ได้สร้างแรงบันดาลใจที่นำมาสู่ความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ จากทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เป็นสิ่งล้ำค่าที่สั่งสมและอยู่คู่กับท้องถิ่น เพื่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ด้วยวัฒนธรรม จากกรณีศึกษาของสหรัฐอเมริกาขายวัฒนธรรมอเมริกันผ่านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูด แฟชั่นสินค้าแบรนด์เนมจากยุโรปขายเทรนด์ Spring, Summer, Autumn, Winter ในขณะที่ญี่ปุ่นสร้างตัวตนทำให้โลกยอมรับในด้านความมีระเบียบวินัย ความประณีต และการใช้ทุนวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจให้การเติบโตอย่างเข้มแข็งของเกาหลีผ่านรายการบันเทิง เวชการด้านความงามที่สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อค่านิยมเรื่องผลิตภัณฑ์ จนถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงถึงธุรกิจโรงแรมที่พักอาศัย อาหาร สินค้าของที่ระลึก งานบริการและระบบโลจิสติกส์ ตัวอย่างดังกล่าวเป็นการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจด้วยทุนวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้กระบวนการการเชิดชู “คุณค่าเดิม” (หรือการนำทุนวัฒนธรรมมาใช้) เป็นการดึงเสน่ห์วัฒนธรรมผ่านกระบวนการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ มีความเข้าใจ และเข้าถึงพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภค จึงทำให้นวัตกรรมไม่ใช่เพียงผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิต คุณค่าใหม่ที่เกิดขึ้นผ่านการทำงานร่วมกันของการออกแบบและทุนวัฒนธรรม เพื่อส่งมอบคุณค่าให้เกิดการยอมรับอย่างเข้าใจ ชื่นชม เชิดชูในคุณค่าเดิม ได้ถูกนิยามว่าเป็น “นวัตศิลป์” (DIP, 2016)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย แบ่งได้เป็น 3 ระยะตามวัตถุประสงค์ มีรายละเอียดดังนี้

1. การดำเนินงานวิจัยในระยะที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่ ถอดบทเรียนจากสัมภาษณ์ศึกษา สำรวจ และสังเคราะห์ข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่และการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างใน 8 ประเด็นคำถามหลัก ประกอบด้วย 1) การนำทุนทางวัฒนธรรม ประเพณี ชาติพันธุ์ ศิลปหัตถกรรม มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ 2) ความเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคม มุมมองและความคิดของคนรุ่นใหม่มีอิทธิพลต่อผลิตภัณฑ์และบริการอย่างไร และมีแนวทางในการต่อยอดอย่างไร 3) การแลกเปลี่ยนแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการกับชุมชนอื่น 4) สินค้าที่ขายดีและแนวโน้มในการพัฒนา 5) ลักษณะของกลุ่มลูกค้า และความคิดเห็นของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ 6) ความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ 7) จุดเด่น จุดด้อย อุปสรรค และโอกาสของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของท่าน และ 8) ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ

พื้นที่ศึกษา ประกอบด้วยตำบลห้วยอ้อ ตำบลบ้านปิน ตำบลเวียงต้า ตำบลบ่อเหล็กลอง เนื่องจากมีจำนวนหมู่บ้าน จำนวนประชากรหนาแน่น มีทรัพยากร แหล่งผลิต และข้อมูลเชิงวัฒนธรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยว (พื้นที่ตำบลต้าผาหมอก ตำบลปากกาง ตำบลหัวทุ่ง ตำบลทุ่งแล้ง ตำบลแม่ปาน มีลักษณะเชิงพื้นที่และสังคมในทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตร คณะวิจัยมีความเห็นในการศึกษา ณ พื้นที่ดังกล่าวในภาพรวมของอำเภอลอง)

ประชากร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินงานระยะที่ 1

1) ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้รู้ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพชุมชน / สินค้าชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนทั้งภาครัฐ และเอกชนในพื้นที่อำเภอลอง จังหวัดแพร่ (ไม่ระบุจำนวน หน่วยเป็นคน)

2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 16 คน ได้โดยใช้วิธีการเลือกแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง และแบบการเลือกแบบบอกต่อ โดยใช้วิธีการนัดเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้รู้ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพชุมชน / สินค้าชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่อำเภอลอง จังหวัดแพร่ จนได้ข้อมูลครบถ้วน (ชุดข้อมูลใช้ในการดำเนินการวิจัยในระยะที่ 1)

เครื่องมือ แบบสังเกตและแบบสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำผลจากการเก็บข้อมูล มาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินความเป็นไปได้ทางการออกแบบ เพื่อเตรียมเข้าสู่กระบวนการออกแบบและพัฒนาต้นแบบในระยะถัดไป

2. การดำเนินงานวิจัยในระยะที่ 2 กระบวนการพัฒนา ออกแบบ และสร้างต้นแบบ มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยและรายละเอียด ดังนี้

1) ขั้นตอนการวางแผนการออกแบบ ด้วยการทำแนวทางในการพัฒนาและแรงบันดาลใจในการออกแบบ (Developing an Inspirational of Design Brief)

2) ขั้นตอนการออกแบบ แล้วนำมาวิเคราะห์รายละเอียดเฉพาะในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ (The Product Design Specification: PDS) โดย Milton & Rodgers (2013) ผู้วิจัยแบ่งประเด็นการวิเคราะห์เป็น 3 ประเด็นหลักคือ ประเด็นด้านองค์ประกอบในรายละเอียดงานออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวและด้านศิลปวัฒนธรรม มีรายละเอียดดังนี้

- **ประเด็นด้านองค์ประกอบในรายละเอียดงานออกแบบผลิตภัณฑ์** ประกอบด้วยประสิทธิภาพการยศาสตร์ สภาพแวดล้อม คุณภาพ การบำรุงรักษา อายุการใช้งาน ต้นทุน กระบวนการผลิต วัสดุและเทคนิค ความปลอดภัย ข้อจำกัดในการใช้งาน ความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้ ขนาด น้ำหนัก ความสวยงาม การใช้งาน ความละเอียดลออ (ประยุกต์จากหลักการ PDS)
- **ประเด็นด้านการท่องเที่ยว** ประกอบด้วยแนวคิดวัฒนธรรมที่จับต้องได้ นามธรรม ภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ วิถีชีวิตชุมชน (Kaewsanga & Chamnongsri, 2012)
- **ประเด็นด้านศิลปวัฒนธรรม** ประกอบด้วย 1) การแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ 2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี 3) ความงดงาม ประณีตทางศิลปวัฒนธรรม 4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง 5) ความเป็นมา

ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้ 6) การแสดงออกถึงความผูกพันต่อท้องถิ่น 7) ความคุ้มค่าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 8) ความเหมาะสมในการใช้วัสดุ กระบวนการผลิต เทคโนโลยี และต้นทุนการผลิต 9) ระดับนวัตกรรม

3) ขั้นตอนประเมินความเหมาะสมของแนวคิด หลักการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 5 คน

เครื่องมือ แบบประเมินความเหมาะสมของแนวคิด หลักการพัฒนา และได้ดำเนินการตรวจคุณภาพเครื่องมือ ด้วยการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านการวิจัยการพัฒนาด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จำนวน 3 ท่าน ทั้งนี้ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในทุกข้อทุกประเด็น

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติ การวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วใช้การวิเคราะห์และการสังเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

3. การดำเนินงานวิจัยในระยะที่ 3 ขั้นตอนประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่

การดำเนินงานวิจัยในระยะที่ 3

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้รู้ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพชุมชน / สินค้าชุมชน ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนทั้งภาครัฐ เอกชนในพื้นที่อำเภอลอง จังหวัดแพร่ และประชาชนทั่วไป (ไม่ระบุจำนวน หน่วยเป็นคน)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากตารางการสุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เมื่อความคลาดเคลื่อน (E) เป็น ±10% เท่ากับ 100 คน (Worakitkasemsakul, 2011) ด้วยเทคนิคการสุ่มอย่างง่าย เพศชายและหญิง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้รู้ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพชุมชน / สินค้าชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนทั้งภาครัฐ เอกชนในพื้นที่อำเภอลอง จังหวัดแพร่ และประชาชนทั่วไป อายุตั้งแต่ 22 ปีขึ้นไป ในเขตพื้นที่อำเภอลอง จังหวัดแพร่

เครื่องมือ ความพึงพอใจต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ และได้ดำเนินการตรวจคุณภาพเครื่องมือด้วยการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านการวิจัยการพัฒนาด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จำนวน 3 ท่าน ทั้งนี้ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในทุกข้อทุกประเด็น

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติ การวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วใช้การวิเคราะห์และการสังเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

อภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยทุนทางวัฒนธรรม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่ ศึกษา และพิจารณาในประเด็นศึกษา 8 ด้าน 1) การนำทุนทางวัฒนธรรม ประเพณี ชาติพันธุ์ ศิลปหัตถกรรม มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ 2) ความเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคม มุมมอง ความคิดของคนรุ่นใหม่ มีอิทธิพลต่อผลิตภัณฑ์และบริการ

อย่างไร และมีแนวทางในการต่อยอดอย่างไร 3) การแลกเปลี่ยนแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการกับชุมชนอื่น 4) สินค้าที่ขายดี และแนวโน้มในการพัฒนา 5) ลักษณ์ของกลุ่มลูกค้า และความคิดเห็นของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ 6) ความรู้ ทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ 7) จุดเด่น จุดด้อย อุปสรรค และโอกาส ของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของท่าน และ 8) ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ นอกจากนี้จากการศึกษาข้อมูลในประเด็นการท่องเที่ยวในประเทศไทย สามารถจำแนกได้ 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่ง 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ

การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่การท่องเที่ยวของอำเภอลอง จังหวัดแพร่ พบว่า การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ดังนั้นการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงจำเป็นที่จะต้องพิจารณาแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยนำวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ตนเองเข้าไปเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ เรียนรู้ในอัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ในประเด็นดังนี้ วัฒนธรรมที่จับต้องได้ไปสู่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม ให้ความสนใจกับภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ วิถีชีวิตชุมชน บรรยากาศ การเล่าเรื่องการสร้างสรรค์ อีกทั้งยังนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้วัฒนธรรมและศิลปะเชิงพื้นที่ มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องเคารพ เรียนรู้ และเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกันเพื่อให้เกิดมิตรภาพและสันติภาพระหว่างชุมชนอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า จุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ การต้องการเรียนรู้ความดั้งเดิมหรือความเป็นของแท้ของชุมชนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านกิจกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rattanaphan & Rattanaphan (2017) เรื่องการออกแบบของที่ระลึก การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เชื่อมโยงศาสตร์ความรู้ผนวกกับการประยุกต์วัสดุพื้นถิ่น เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมูลค่าเพิ่มจากศาสตร์ความรู้เทคโนโลยี และวัฒนธรรมที่อยู่ใกล้ตัว โดยนำเสนอกระบวนการออกแบบของที่ระลึกผ่าน 9 แนวความคิดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้ที่มีเอกลักษณ์เด่นชัด ได้แก่ สิบสองเมืองนักษัตร หัตถกรรมแกะหนังตะลุง หัตถกรรมลูกปัดมโนราห์ หัตถกรรมผ้ามัดย้อม หัตถกรรมผ้าบาติกหัตถกรรมหางอวน หัตถกรรมจักสานกระจูด หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา และศิลปะมลายู ดังนั้นการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ผลิตรายเก่าและรายใหม่ในชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ที่มีศักยภาพได้มีความรู้ ความเข้าใจในการประยุกต์วัสดุพื้นถิ่นมาออกแบบ และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มตรงตามความต้องการของตลาด และผู้บริโภค

ในประเด็นการดัชนีชี้วัดคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม 7 ข้อ (Klinmuenwai, 2018) ที่ได้นำมาเป็นข้อพิจารณาในการออกแบบได้แก่ 1) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ 2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี 3) ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม 4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง 5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีที่สืบค้นได้ 6) ความผูกพันต่อท้องถิ่น และ 7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ โดยได้คำนึงถึงภาพลักษณ์เป็นกระบวนการทางความคิด ความคิดเห็น ความรู้สึก ความเชื่อและความประทับใจที่เกิดจากการรวมความรู้และประสบการณ์เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการรับรู้และมีสิ่งที่ปรากฏขึ้นในใจ สิ่งนั้นจะเชื่อมโยงอยู่ภายในใจ สร้างการจดจำ และความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลที่ลบเลือนไปได้ยาก ยังสอดคล้องกับ

งานวิจัยเรื่องแนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการวิสาหกิจขนาดย่อม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง (Wingwon et al., 2014) ที่มีเป้าหมายเพื่อศึกษาบริบทการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดย่อม และแนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าวิสาหกิจขนาดย่อม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์พบว่า เน้นการเรียนรู้จากธุรกิจอื่นที่ประสบความสำเร็จผ่านการน่าความเชื่อ ศาสนา วัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินชีวิตและพิธีกรรมต่าง ๆ ด้วยการออกแบบรูปลักษณ์ใหม่ ๆ บนผลิตภัณฑ์ หรือตำนาน และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์เน้นการสร้างความแตกต่างบนบรรจุภัณฑ์หรือตราสินค้าเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลงานการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกและแนวคิดในการออกแบบ

จากข้อมูลข้างต้น ทีมวิจัยประชุมหารือ ระบุประเด็นที่ได้จากการศึกษาเชิงพื้นที่และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อวางแผนกรอบการดำเนินงานให้ตรงตามเป้าหมายการวิจัย สรุปได้ดังนี้

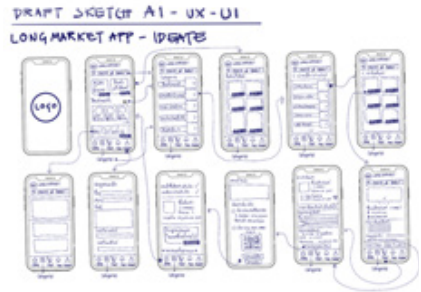
1) กำหนดกรอบพื้นที่การจัดทำต้นแบบการจัดการสถานที่ ร้านค้าและบริการจำหน่ายของฝากพื้นที่อาคารเอนกประสงค์ วัดต้าม่อน ตำบลเวียงต้า จังหวัดแพร่

2) กำหนดกรอบรายละเอียดในการออกแบบ มีดังนี้

- สถานที่ในการจัดทำต้นแบบร้านค้าและสถานที่ทำกิจกรรมเวิร์คช้อป ต้นแบบร้านค้าป้ายไดเรคทอรี แผนที่วัด และต้นแบบร่าง UX แอปพลิเคชันการจัดจำหน่ายสินค้า ตราสัญลักษณ์ของอำเภอลอง
- รายการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ตำบลห้วยอ้อ อำเภอลอง: ย่ามจากผ้าทอตีนจกชุดตุ๊กตาชนเผ่า
- รายการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ตำบลบ้านปิน อำเภอลอง: ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสถานีรถไฟบ้านปิน
- รายการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ตำบลเวียงต้า อำเภอลอง: น้ำมันพิมเสนหอมแสนภิรมย์แบบสกรีนนางสีเวย (เสื้อ กระเป๋า และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ)
- รายการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ตำบลแม่ปาน อำเภอลอง: พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ต่อเงินต่อทอง
- รายการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ตำบลนาตุ้ม อำเภอลอง: พัฒนาตราสัญลักษณ์ตับเหล็ก พัฒนาฉลากจมูกข้าวกล้อง สูตะบุตร

คุณสมบัติและแนวทางในการพัฒนาและแรงบันดาลใจในการออกแบบที่ต้องพิจารณามีดังนี้ วัตถุประสงค์และเป้าหมาย งบประมาณและกำหนดการ กลุ่มเป้าหมาย ขอบเขตของโครงการ วัสดุที่ใช้ในการผลิต และข้อพึงระวัง สามารถสรุปผลงานการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกและแนวคิดในการออกแบบได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ และแนวความคิดในการออกแบบ (บางส่วนจากผลงานทั้งหมด)

รายการ	ผลการออกแบบ	แนวความคิดในการออกแบบ
กลุ่มการพัฒนาด้านร้านค้า องค์ประกอบการท่องเที่ยว UX_UI สำหรับแอปพลิเคชัน	 ร่างต้นแบบร้านค้า (ผู้ออกแบบ ชนัญชิดา ยุกติรัตน์)	• ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมและจำแนกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ของฝาก ของที่ระลึกในภาพรวมของอำเภอลอง ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ผ้าชิ่นตีนจก ผลิตภัณฑ์จากผ้าและอาหาร (น้ำพริกน้ำย้อย) เครื่องประดับและตับเหล็กจากตำบลบ่อเหล็กลอง ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ผ้าชิ่นตีนจกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่มีคุณค่าและมีมูลค่าสูง จัดเป็นกลุ่มสินค้าพรีเมียมและขึ้นชื่อของ อำเภอลอง จึงสามารถจัดกลุ่มสินค้าร่วมกับผลิตภัณฑ์จากผ้า รวมถึงเครื่องประดับ ภายในพื้นที่ 2.80 x 4.00 เมตร ซึ่งเป็นพื้นที่ขนาดเล็ก จึงได้จัดสัดส่วนในการใช้งานพื้นที่โดยแบ่งเป็นพื้นที่ Display ที่สามารถจัดเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้ตามช่วงเวลาฤดูกาลหรือเทศกาล
กลุ่มการพัฒนาด้านร้านค้า องค์ประกอบการท่องเที่ยว UX_UI สำหรับแอปพลิเคชัน	สติ๊กเกอร์ เคลือบด้าน ขนาด 120 x 80 cm  ป้ายไดเรคทอรี แผนที่วัด (ผู้ออกแบบ ชนัญชิดา ยุกติรัตน์)	• แผนผังวัดต้าม่อน เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในรูปแบบของ Directory Signage ให้เป็นป้ายหลักที่ใช้ในการนำทาง ทำหน้าที่บอกรายละเอียดของแต่ละพื้นที่ในอาคาร รวมถึงการนำไปปรับใช้งานในเอกสารประกอบการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ของอำเภอเวียงต้า โดยจะติดตั้งในตำแหน่งด้านหน้าวิหารหอคำ เนื่องจากเป็นพื้นที่ประธานของวัด เลือกใช้สีที่สดใส ทำให้วัดมีชีวิตชีวิต และเหมาะกับไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยวของคนรุ่นใหม่ และสร้างการจดจำผ่านลายเส้น Free Hand และภาพประกอบที่วาดจากภาพสถานที่จริงของวัดต้าม่อน
กลุ่มการพัฒนาด้านร้านค้า องค์ประกอบการท่องเที่ยว UX_UI สำหรับแอปพลิเคชัน	 ต้นแบบร่าง UX แอปพลิเคชัน การจัดจำหน่ายสินค้า (ผู้ออกแบบ ชนัญชิดา ยุกติรัตน์)	• ผู้วิจัยวางแผนในการดำเนินการออกแบบระบบจัดการร้านค้าออนไลน์ในรูปแบบแอปพลิเคชัน LongMarket โดยได้ดำเนินการในการรวบรวมข้อมูลสินค้า จำแนกจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ รวมถึงรายการของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ พิจารณาแนวทางในการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน โดยพิจารณาการจัดระบบผ่านการออกแบบ UX–UI เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจ การตัดสินใจซื้อ และซื้อซ้ำ รวมถึงการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายโดยตรงโดยผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้าในอำเภอลอง จังหวัดแพร่

ตารางที่ 1 ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ และแนวความคิดในการออกแบบ (บางส่วนจากผลงานทั้งหมด) (ต่อ)

รายการ	ผลการออกแบบ	แนวความคิดในการออกแบบ
กลุ่มการพัฒนาด้านร้านค้า องค์ประกอบการท่องเที่ยว UX_UI สำหรับแอปพลิเคชัน	 ตราสัญลักษณ์ของอำเภอลอง (ผู้ออกแบบ ชนัญชิดา ยุกติรัตน์)	• ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบโลโก้เมืองลองในชุดที่ 1–4 ทำการเขียนลายเส้นภาพประกอบจากต้นแบบคุ้มเจ้าหลวง และชุดที่ 5–8 เป็นการจัดองค์ประกอบของตัวอักษรภาษาไทย (อักษรเมือง) และภาษาอังกฤษ โดยมีพื้นหลังหลายสีจากแนวคิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ในชุมชน
กลุ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์และต้นแบบ	 ย่ามจากผ้าตีนจก (ผู้ออกแบบ ชนัญชิดา ยุกติรัตน์)	• ผู้วิจัยวางแผนในการดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าซิ่นตีนจก จากข้อเสนอแนะโดยผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าในชุมชน จากพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้า และสินค้าที่มียอดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง สามารถสรุปเป็นผลิตภัณฑ์ “ย่ามจากผ้าทอมือ” ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบย่าม มุ่งเน้นประโยชน์ใช้งานที่มีความหลากหลาย มีรูปแบบเรียบง่าย ร่วมสมัย และยังคงอัตลักษณ์ของการใช้วัตถุดิบจากผ้าซิ่นตีนจกทอมือ ซึ่งเป็นศิลปหัตถกรรมที่ทรงคุณค่าของชาวอำเภอลอง จังหวัดแพร่ • จากภาพร่างต้นแบบ มีการผสมผสานวัตถุดิบของผ้าซิ่นตีนจกที่มีลวดลายสวยงาม มีสีสันสดใส ร่วมกับผ้าฝ้ายทอมือ คำนึงถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการต่อกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย มุ่งเน้นสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงาน ที่เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและตัดสินใจง่ายในการซื้อสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ และมีประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลาย

ตารางที่ 1 ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ และแนวความคิดในการออกแบบ (บางส่วนจากผลงานทั้งหมด) (ต่อ)

รายการ	ผลการออกแบบ	แนวความคิดในการออกแบบ
กลุ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์และต้นแบบ	 ชุดตุ๊กตาชนเผ่า (ผู้ออกแบบ ชนัญชิดา ยุกติรัตน์)	• ผู้วิจัยดำเนินการลงพื้นที่ รวบรวมข้อมูลชาติพันธุ์ที่ค้นพบในพื้นที่จังหวัดแพร่ สรุปรายละเอียดได้ 9 ชาติพันธุ์ ดังนี้ ไทลื้อ ไทพวน ไทใหญ่ ไทยวน กะเหรี่ยง ม้ง อาข่า อีมปี้ มลาบรี จึงดำเนินการสร้างรูปแบบภาพประกอบ เพื่อเป็นสินค้าของฝากของที่ระลึกในรูปแบบสมุดภาพกระดาษที่ให้ความรู้ในเรื่องผ้า และเครื่องแต่งกายประจำถิ่น • ลักษณะของตัวละคร มีสัดส่วนใกล้เคียงกับคนจริง ในท่ายืน เพื่อให้เห็นรายละเอียดของลวดลายบนผืนผ้า และลักษณะของชุดประจำชนเผ่าได้ชัดเจน โดยสร้างใบหน้าตามภาพประกอบหรือจิตรกรรมของทางภาคเหนือ และชุดประจำชาติพันธุ์ของชายและหญิง • แนวคิดในการจัดพิมพ์: จัดพิมพ์เป็นสมุดภาพบนกระดาษ ความหนาไม่ต่ำกว่า 210 แกรม เคลือบ UV ด้าน เพื่อลดกันสะท้อนแสง
กลุ่มการออกแบบตราสัญลักษณ์	 แบบตราสัญลักษณ์แสนภิรมย์ (ผู้ออกแบบ ชนัญชิดา ยุกติรัตน์)	• ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาตราสัญลักษณ์ “แสนภิรมย์” ซึ่งมีต้นแบบมาจากภาพจิตรกรรมฝาผนังจากวัดต้าม่อน แล้วทำการปรับเพิ่มรายละเอียดเพียงเล็กน้อยเพื่อนำมาใช้กับฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของสมุนไพรต่าง ๆ ของชุมชน

ตารางที่ 1 ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ และแนวความคิดในการออกแบบ (บางส่วนจากผลงานทั้งหมด) (ต่อ)

รายการ	ผลการออกแบบ	แนวความคิดในการออกแบบ
กลุ่มการออกแบบตราสัญลักษณ์	 แบบสกรีนนางสีเวย: เสื้อ กระเป๋า และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (ผู้ออกแบบ ชนัญชิดา ยุกติรัตน์)	• ผู้วิจัยดำเนินคัดลอกรูปนางสีเวยจากจิตรกรรมฝาผนัง ภายในวัดต้าม่อน ตำบลเวียงต้า อำเภอลอง จังหวัดแพร่ เป็นภาพประกอบลายเส้น เพื่อเป็นภาพสกรีนในขนาดต่าง ๆ เพื่อพิมพ์บนวัสดุของฝากของที่ระลึกของวัดต้าม่อน

2. ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวคิด หลักการพัฒนาต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน มีความเห็นต่อความเหมาะสมของแนวคิด หลักการพัฒนาต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.92, S.D. = 0.04) สามารถแยกเป็นประเด็นรายด้านได้ดังนี้ ด้านแนวคิด และหลักการการพัฒนา มีความคิดเห็นในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 5.00, S.D. = 0.00) ด้านการนำหลักการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานต้นแบบฯ ในรายข้อ มีความคิดเห็นในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.92, S.D. = 0.18) ด้านความคิดเห็นต่อต้นแบบการจัดการสถานที่ ร้านค้าและบริการจำหน่ายของฝากของที่ระลึกสินค้าชุมชน มีความคิดเห็นในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.86, S.D. = 0.11) ด้านการจัดการสถานที่ร้านค้าและบริการจำหน่าย มีความคิดเห็นในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.90, S.D. = 0.22) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สินค้าชุมชน มีความคิดเห็นในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.90, S.D. = 0.14)

3. ผลประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน เป็นเพศชาย 49 คน (ร้อยละ 49) เพศหญิง 51 คน (ร้อยละ 51) ส่วนใหญ่อายุ 28–33 ปี (ร้อยละ 43) และ 22–27 ปี, 34–39 ปี, 40 ปีขึ้นไป และ 36–45 ปี ตามลำดับ ทั้งนี้ มีสถานภาพโสด 71 คน (ร้อยละ 71) นับถือศาสนาพุทธ 90 คน (ร้อยละ 90) จบปริญญาตรี 84 คน (ร้อยละ 84) และส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 10,000–30,000 บาท จำนวน 78 คน (ร้อยละ 78) พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.97, S.D. = 0.04) สามารถแยกเป็นประเด็นรายด้านได้ดังนี้ ด้านจิตวิทยาและความงาม มีความคิดเห็นในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.99, S.D. = 0.02) ด้านศิลปวัฒนธรรม มีความคิดเห็นในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.97, S.D. = 0.08) ด้านประโยชน์ใช้สอย มีความคิดเห็นในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.98, S.D. = 0.11) ด้านการจัดการสถานที่ร้านค้าและบริการจำหน่าย มีความคิดเห็นในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.90, S.D. = 0.22) ด้านความคิดเห็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สินค้าชุมชน และผลิตภัณฑ์ OTOPs มีความคิดเห็นในระดับดีมาก ($\overline{x}$ = 4.96, S.D. = 0.09)

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ พิจารณาจากต้นทุนทางวัฒนธรรม ทรัพยากร วัตถุดิบภายในท้องถิ่น หรือพื้นที่นั้น ๆ สำหรับงานวิจัยนี้เป็นกรณีศึกษาในการใช้พื้นที่อำเภอลอง จังหวัดแพร่ พบว่า อำเภอลองเป็นพื้นที่อุดมไปด้วยทรัพยากรป่าไม้และแร่ธาตุ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และศิลปะอันงดงาม มีการอยู่ร่วมกันหลายชาติพันธุ์ เป็นพื้นที่รวมศิลปินและช่างฝีมือ

การพิจารณาถึงการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าและรักษาสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ด้วยการใช้เศษวัสดุหรือการประยุกต์ใช้ ประสานรวม การตัดทอน เพื่อเพิ่มมูลค่าและเหมาะสมกับแนวทางการออกแบบร่วมสมัยที่ไม่ทิ้งแนวทางวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ แต่สร้างรูปแบบและมูลค่าด้วยงานออกแบบให้เป็นที่ต้องการจากกลุ่มเป้าหมาย

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยทุนทางวัฒนธรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอลอง จังหวัดแพร่ เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยย่อยที่ 2.3 ต้นแบบการจัดการสถานที่ ร้านค้าและบริการจำหน่ายของฝาก ของที่ระลึกสินค้าชุมชน และผลิตภัณฑ์ OTOPs ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2565 โดยสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ งานวิจัยนี้ลุล่วงได้ คณะนักวิจัยขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำแนะนำ และกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่ได้ประเมินแบบสอบถามต่าง ๆ ตลอดจนคณะที่ปรึกษา ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกท่านของอำเภอลอง จังหวัดแพร่ ที่อนุเคราะห์และให้ความร่วมมือ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล จนงานวิจัยแล้วเสร็จ

References

Department of Industrial Promotion (DIP). (2016). **"Cultural Capital" Creates Innovation.** https://e–journal.dip.go.th/dip/images/ejournal/fd2eaa1aedd740f4b4e32346220a000d.pdf

Janpetch, K. & Siriwong, P. (2017). The Integration of Cultural Capital into a Creative Tourist Attraction through Participatory Process: A Case Study of Ban Chak Ngaew Community, Banglamung District in Chonburi Province. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 10(1), 111–121.

Kaewsanga, P. & Chamnongsri, N. (2012). Creative Tourism: A New Choice of Thai Tourism. *Suranaree Journal of Social Science*, 6(1), 91–109.

Klinmuenwai, K. (2018). Guidelines for Support Cultural Tourism Destination at Tha Ma–O Community Mueng District, Lampang Province. *Journal of Liberal Arts, Maejo University*, 6(1), 131–148.

Milton, A. & Rodgers, P. (2013). **Research Methods for Product Design.** Laurence King Publishing.

Nannak, S. (n.d.). **Adding Value to Cultural Capital.** https://shorturl.at/blCX8

Pinkaew, K. (2013). **Cultural Attractions.** http://tourism–dan1.blogspot.com

Rattanaphan, T. & Rattanaphan, C. (2017). Souvenir Design: Apply Local Wisdom to Local Products. *Narkbhutparitat Journal*, 9(1), 1–14.

Rattanasuwongchai, N. (2011). Cultural Tourism Development Strategies. *Manutsayasat Wichakan*, 18(1), 31–50.

Saeho, K. (2016). **Tourism Image, Service Quality Image, and Tourism Values Affecting Sustainable Tourism Attitudes: A Case Study of Natural Based Tourism of Thai Working–Age Tourists in Bangkok.** Bangkok University.

Sonda, J. (2014). **Tourism Image and Perception of Marketing Public Relations Affecting Thai Tourists Revisiting Chanthaburi Province.** Bangkok University.

Wingwon, B., Wanmakok, A. & Meksuwan, A. (2014). Approach in Creating Local Wisdom with Creative Product Innovation of Small Enterprises in Hang Chat District, Lampang Province. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 9(1), 102–119.

Worakitkasemsakul, S. (2011). **Methods of Research in Behavioral and Social Sciences.** https://shorturl.asia/KtahI

Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.** Harper and Row.