

รูปแบบสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม

Forms of Cultural Souvenirs Sold at Tourist Attractions in Maha sarakham Province

สทธิชัย แจ็กมา¹, อัจฉรี จันทมูล², กิรติวัฒน์ ธนภัทรธวานันท์³, บุญชู ศรีเวียงยา⁴, ภาณุ พรหมเทศ⁵
Sathit Jekma¹, Atcharee Chantamool², Kiratiwat Thanaphatthuwana³, Boonchoo Sriwiangya⁴,
Phanu Promtate⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม และเพื่อศึกษาความหมายของสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากมุมมองของผู้ผลิตและชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม เลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ วนอุทยานโกสัมพี แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา อำเภอโกสัมพีสัย และวัดพระมงคล (พระยืน) อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 20 คน วิธีการวิจัยประกอบด้วย การสำรวจ การสังเกต และการสัมภาษณ์ ตรวจสอบข้อมูลโดยใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า และนำเสนอผลการวิจัยโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมที่จำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม มี 2 รูปแบบหลัก ๆ ได้แก่ 1) สินค้าของที่ระลึกที่ทำหน้าที่เป็นทั้งวัตถุมงคลและของที่ระลึกประจำอำเภอ 2) สินค้าของที่ระลึกซึ่งเป็นของใช้ของประดับตกแต่งที่ทำจากวัตถุซึ่งมีอยู่ในแต่ละท้องถิ่น และความหมายของสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากมุมมองของผู้ผลิตและชุมชน สรุปได้ 2 ประเด็นคือ 1) ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีมุมมองต่อสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมว่า เป็นการนำเอาวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นมาทำให้เป็นรูปธรรม สัมผัสได้ มีทั้งคุณค่าทางวัฒนธรรมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชนมั่นคงยิ่งขึ้น 2) ชุมชนมีมุมมองต่อสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมว่า เป็นช่องทางหรือสื่อทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่สื่อสารกับผู้คนในชุมชนอื่น ๆ เพื่อให้ได้ทราบวิถีหรือวัฒนธรรมอันโดดเด่นงดงามของแต่ละชุมชน แม้จะไม่สามารถสื่อสารได้ทุกอย่าง อนาคตขององค์กรรวมแห่งวัฒนธรรมก็ตาม

สรุปได้ว่า รูปแบบสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม เกิดจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ความหมายที่แฝงอยู่ในคำขวัญประจำอำเภอของแต่ละอำเภอ โดยการเลือกสรรเฉพาะจุดเด่นทางวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแต่ละอำเภอ มาเป็นแนวคิดในการออกแบบสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรม เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้สูงสุด

คำสำคัญ: ของที่ระลึก, วัฒนธรรม, ท่องเที่ยว

Abstract

This research was aimed at investigating forms of cultural souvenirs sold at tourist attractions in Maha Sarakham Province and meaning of them from the viewpoints of producers and communities in Maha Sarakham Province. A population and sample of 20 people were selected by means of a purposive sampling. The samples were selected from

¹ นักวิชาการช่างศิลป์ชำนาญการ, สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, เบอร์โทรศัพท์ 043-721686

² นักวิจัยชำนาญการ, สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, เบอร์โทรศัพท์ 043-721686

³ นักวิชาการศึกษานโยบาย, สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, เบอร์โทรศัพท์ 043-721686

⁴ นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการ, สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, เบอร์โทรศัพท์ 043-721686

⁵ นักเอกสารสนเทศชำนาญการพิเศษ, สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, เบอร์โทรศัพท์ 043-721686

^{1,2,3,4,5} The Research Institute of Northeastern Art and Culture, Maha Sarakham University, Tel.043-721686

the natural tourist attractions such as a religious place in Kosumphisai District and wat Phra Mongkhon (Wat PhraYuen) in Kantharawichai District, Maha Sarakham Province. Research methods consisted of a survey an observation and an interview Research data were analyzed by means of a triangulation technique and research results were presented by means of a descriptive analysis.

The research results revealed that forms of cultural souvenir sold at tourist attractions in Maha Sarakham Province are classified into 2 main types : 1) the cultural souvenir which play a role as both a religious article and a souvenir of the district, 2) the cultural souvenir which plays arole as decorative object made from local materials. As for the meanings of cultural souvenirs which are defined by the veiwpoints of producers and communities, they are viewed into 2 points : 1) producers or distributors view them as the outputs of concrete transformation of each local culture which can be touched, have their cultural and economic value, and enhance the stability of family and community economy, 2) communities view them as a cultural channel or a cultural medium which communicates with people living in other communities in order to present the outstanding way of life or culture of each community even though it cannot present all parts of culture.

In conclusion, forms of cultural souvenirs sold at tourist attractions in Maha Sarakham Province were originated from an analysis and a synthesis of the meaning hidden in the motto of each district. The outstanding cultural point or the cultural identity of each district was selected as a design concept of cultural souvenirs in order to respond to maximum requirements of tourists.

Keywords : Souvenirs, Culture, Tourist

บทนำ

ภาคอีสานของประเทศไทย เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติและภูมิโนเวศมีที่ราบลุ่ม ที่ราบสูง ภูเขาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และประเพณี มีกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เช่น กูย เขมร บรู ชาวบน ไทดำ ผู้ไท พวน ลาว จึงมีความหลากหลายทางธรรมชาติ มีทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม สะท้อนให้เห็นถึงรากเหง้าความสัมพันธ์ในบริบททางสังคมของผู้คนสืบเนื่องจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ปัจจุบันคนอีสานอยู่ในกระแส “โลกาภิวัตน์” มีความต้องการสิ่งต่างๆ เพื่อใช้ประโยชน์ในการดำรงชีพแสวงหา “วัตถุหรือสินค้า” บริโภคโดยใช้สิ่งแลกเปลี่ยนเพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกาย และจิตใจ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต ประเพณี ค่านิยม ตัวตน อัตลักษณ์ดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงผ่านสู่การยอมรับวัฒนธรรมที่มีนัยสำคัญแสดงถึงความสัมพันธ์ทางสังคมกับการบริโภคสินค้าและการผลิตทางวัฒนธรรม กระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลให้วัฒนธรรมมีหลายลักษณะ เช่น การกลายเป็นเนื้อเดียวกัน การแยกตัว และการผสมผสาน ในส่วนของการผสมผสานเป็นผลมาจากการแลกเปลี่ยน หybridมองค์ประกอบทางวัฒนธรรมจากแหล่งวัฒนธรรมต่าง ๆ ในโลก

ศิลปวัฒนธรรมเป็นหลักฐานทางวัฒนธรรมของชาติ และวัฒนธรรมพื้นบ้านเป็นวิถีชีวิตที่แท้จริงของประชาชน เพราะแสดงให้เห็นถึงเรื่องราวชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนสังคม วัฒนธรรมของชาวชนบท ของประชาชนที่ล้าหลัง หรือของชนชั้นชาวนา ชาวไร่ ตลอดจนกลุ่มชนที่ยังมีสังคมและวัฒนธรรมแบบโบราณ หรือแบบอนุรักษ์นิยม มีรูปแบบการดำเนินชีวิต จารีตประเพณี ความเชื่อ ตลอดจนความรู้ความสนใจแบบธรรมดาสมาัญทั่วไป หรือที่เรียกกันว่า เป็นแบบ “ชาวบ้าน” นั่นเอง ดังนั้นงานศิลปะที่เกิดจากการสร้างสรรค์ที่ดีของสังคม จากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีการพัฒนาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงลักษณะรูปแบบของงานศิลปหัตถกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลาหลายชั่วอายุคน จนกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า ควรค่าแก่การศึกษา รวบรวมเพื่อธำรงรักษา สืบหา พัฒนา ปรับปรุง ประยุกต์ให้เหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน และอนาคต (วัฒนะ จุฑะวิภาต, 2545 : 7) ดังนั้นวัฒนธรรมกับวิถีชีวิตของคนจึงเป็นเรื่องที่แยกกันไม่ออก หากแต่มีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกันโดยตลอด งานศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นของไทยมีความหลากหลายแตกต่างกันออกไปตามสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ประเพณี ความเชื่อ ความศรัทธา เชื้อชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาในท้องถิ่นนั้น ภาพรวมของประเทศไทยจึงเป็นดินแดนที่อุดมไปด้วยงานศิลปหัตถกรรมที่สะท้อนชีวิตความเป็นอยู่และจิตใจของประชาชนเหล่านั้น อีก



ทั้งแสดงให้เห็นมรดกทางภูมิปัญญาของคนไทยเป็นอย่างดี (อังคาร, 2545 : 1) ภูมิปัญญาของคนไทยจึงเป็นการสืบทอดกันมาแต่อดีต ซึ่งเรานิยมเรียกกันว่า เป็น “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” งานวิจัยของคณิศร จันทบุตร และคณะ (2542 : 1) กล่าวไว้ว่า ระบบภูมิปัญญาชาวบ้าน และระบบวัฒนธรรมเป็นระบบที่ซับซ้อนต่อเนื่องกัน มีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างแยกไม่ออก ภูมิปัญญานำมาสู่การดำรงที่เป็นแบบแผนของชีวิต และสืบทอดต่อกันมายาวนานจนเกิดเป็นวัฒนธรรม และในระบบวัฒนธรรมก็มีระบบคุณค่าทางปัญญาที่แสดงวิธีการคิด การดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น

การพัฒนาประเทศที่ผ่านมามุ่งเน้นให้เป็นเมืองสมัยใหม่ ถ้ามองในด้านของความคิดและความรู้แล้วรัฐบาลไม่ค่อยให้ความสำคัญใน ภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือความรู้ดั้งเดิมของสังคมไทย เป็นการนำเอาความรู้จากต่างประเทศเข้ามาเป็นสูตรสำเร็จในการพัฒนาประเทศโดยไม่คำนึงถึงสภาพความเป็นจริงของท้องถิ่นในสังคมไทย หรือจะพูดอีกลักษณะหนึ่งคือไม่ได้คำนึงถึงภูมิปัญญาของชาวบ้านที่เรียกว่า Local Wisdom กล่าวได้ว่าเป็นการทอดทิ้งภูมิปัญญาชาวบ้านไปเลย ซึ่งในสังคมหรือชุมชนใดก็ตาม เมื่อเกิดขึ้นและดำรงอยู่มาจน จักต้องมีภูมิปัญญาของท้องถิ่น ไม่เช่นนั้นก็อยู่ไม่ได้ ภูมิปัญญานี้มีลักษณะเป็นกระบวนการที่สะสมเป็นระยะเวลายาวนานว่าทำอย่างไรประชาชนจึงมีชีวิตอยู่ได้โดยสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาตินั้น แต่ละท้องถิ่น แต่ละประเทศที่ไม่เหมือนกัน ประสบการณ์และความรู้ด้านต่างๆ จะเชื่อมโยงกันไปหมดไม่ได้ แยกออกเป็นวิชาๆ ตามที่ร่ำเรียนกัน ซึ่งความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจ อาชีพ ความเป็นอยู่ การใช้จ่าย การศึกษา และวัฒนธรรมมันผสมผสานกลมกลืนและเชื่อมโยงกัน ดังนั้นการรื้อฟื้น ภูมิปัญญาชาวบ้านขึ้นมาสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาสังคม และสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น จึงน่าจะเป็นแนวทางการพัฒนาอย่างหนึ่ง (พิทยา ว่องกุล, 2553 : 76)

การนำภูมิปัญญาพื้นบ้านมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จะช่วยลดความเสี่ยงต่อการล่มสลายของครอบครัวชุมชนโดยส่วนรวมในที่สุด และยังช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ เอกวิทย์ ณ ถลาง (2540 : 200) กล่าวว่า การประดิษฐ์ของใช้จากวัตถุดิบที่หาได้จากธรรมชาติแวดล้อม หัตถกรรมพื้นบ้านของภาคใต้หลายชนิดที่สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาดังกล่าวไม่น้อยไปกว่าที่ได้พบเห็นในภาคอื่นๆ และรวมไปถึงอารยธรรมอื่นๆ ในโลก หัตถกรรมพื้นบ้านเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของสังคมเกษตรกรรมที่ได้มีการสั่งสมสืบสานความรู้ความสามารถและความชำนาญไว้มากมาย สิ่งใดประดิษฐ์ขึ้นใช้แล้วไม่ได้ผลหรือมีสิ่งที่ดีกว่าเข้ามาทดแทนสิ่งนั้นก็ย่อมสลายไป สิ่ง

ใดใช้ได้ดีและเกิดความสะดวกทั้งในการผลิตและการใช้สิ่งนั้นก็ย่อมคงอยู่ อย่างไรก็ตามมนุษย์ผู้มีความเป็นของตนเองย่อมไม่หยุดอยู่เพียงประโยชน์ใช้สอยของหัตถกรรมนั้นๆ แต่จะสอดใส่คุณค่าทางศิลปะโดยจินตนาการลงในหัตถกรรมนั้นๆ ด้วยเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจและแสดงออกถึงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เมื่อเป็นดังนี้ งานหัตถกรรมพื้นบ้านที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นด้วยจิตใจที่ประณีตย่อมมีคุณค่าของหัตถกรรมนั้นเองขึ้นเป็นงานหัตถศิลป์อันบ่งชี้ภูมิปัญญาในการปรับตัวพร้อมกับความมีศิลป์ของกลุ่มชนนั้นๆ ควบคู่กันไป

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในปัจจุบัน จากพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” หมายความว่าอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรโดยมีค่าตอบแทน และหมายความรวมถึง

- (1) ธุรกิจนำเที่ยว
- (2) ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว
- (3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- (4) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- (5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
- (6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใดโดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว (พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2522: 18-19)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายใต้ระบบทุนนิยม นักท่องเที่ยวล้วนแสวงหาสิ่งตอบสนองความต้องการ รสนิยมและแนวคิดบริโภคความหมายสินค้าที่มีนัยทางวัฒนธรรม เช่น พื้นที่แปลกใหม่ มีความสะดวกสบาย เพิ่มพูนประสบการณ์ จากการได้รับรู้ สัมผัส และครอบครองสินค้าที่ระลึกซึ่งพิจารณาว่ามีคุณค่า ได้แก่ สินค้าทำขึ้นด้วยมือ เป็นของเก่าแท้จริง

ปัจจุบันทรัพยากรท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีนัยทางวัฒนธรรมในจังหวัดมหาสารคามมีความหลากหลายผสมผสานปะปนกัน อันมีสาเหตุจากการหิวย่อม ติดต่อก แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ส่งผลให้ผู้เกี่ยวข้องเกิดการปรับปรุงสินค้าและบริการไปตามกระแสผู้ผลิตและผู้บริโภค ดังนั้นการมองปรากฏการณ์ทางสังคมผ่านสินค้าทางวัฒนธรรม พิจารณาจากรูปแบบของสินค้า ความหมายของสินค้าการท่องเที่ยว จะทำให้สามารถอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม เข้าใจศักยภาพของชุมชนในฐานะผู้ผลิตสินค้า และผู้บริโภคสินค้า ซึ่งจะนำไปสู่การตอบคำถามที่สินค้ามีกระบวนการผลิตอย่างไร ใครเป็นผู้

สร้าง ถูกสร้างขึ้นเพื่ออะไร และสร้างขึ้นเพื่อใคร รูปแบบเป็นอย่างไร ผู้ผลิตและชุมชนให้ความหมายอย่างไร

สินค้าทางวัฒนธรรม แสดงถึงกระบวนการทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามว่ามีศักยภาพในการผลิตสินค้าวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ในการผลิตและการจัดการผลประโยชน์จากสินค้าวัฒนธรรมเหมือนหรือแตกต่างกัน กล่าวคือการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมปัจจุบันมนุษย์มีความต้องการสิ่งต่างๆ เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพ แสวงหาความสะดวกสบายผ่าน “วัตถุหรือสินค้า” เพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกาย และจิตใจ ผู้คนในสังคมเลือกบริโภคสินค้าตอบสนองความต้องการแตกต่างกัน จะเลือกบริโภคสินค้าแบบใดล้วนเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของสังคมวัฒนธรรมนั้น สินค้ามีวิธีการสร้างและมีรูปแบบเฉพาะผ่านการแสดงออกทางวัฒนธรรมของมนุษย์ ดังนั้นสินค้าจึงสัมพันธ์กับผู้ใช้

จากสภาพดังกล่าวสามารถตั้งคำถามถึง รูปแบบสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม มีกระบวนการผลิตอย่างไร มีรูปแบบอย่างไร อะไรคือปัจจัยกำหนดความหมายของสินค้าจากมุมมองของผู้ผลิต จากมุมมองของชุมชน มีงานวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับสินค้าการท่องเที่ยว และโครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แต่ยังมีประเด็นที่ถูกละเลยหรือสนใจน้อยมาก และยิ่งขาดการศึกษาอย่างจริงจัง คือ รูปแบบสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม และความหมายของสินค้าการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ผลิต และมุมมองของชุมชน จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษารูปแบบสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาความหมายของสินค้าการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ผลิตและชุมชน

วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคม กำหนดเอาพื้นที่จังหวัดมหาสารคามเป็นกรณีศึกษามีการเก็บรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบสินค้าท่องเที่ยวแนวความคิดและความเป็นมาของการผลิตสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมและความหมายของสินค้าของ

ที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากมุมมองของผู้ผลิตและชุมชนโดยใช้การสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ผู้วิจัยออกแบบการวิจัย (Research Design) ดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูล

1.1 แหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคล ได้แก่ ชาวบ้าน ผู้นำองค์กรชุมชน สมาชิกองค์กรชุมชน ผู้นำชุมชนที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ นักการเมือง นักธุรกิจ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว

1.2 แหล่งข้อมูลเอกสาร เช่น หนังสือ ตำรา งานวิจัย สื่ออิเล็กทรอนิกส์ แผ่นพับ แผนที่ ภาพประกอบ วิดีทัศน์ เป็นต้น

1.3 แหล่งข้อมูลที่เป็นสภาพแวดล้อม เช่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนผู้เกี่ยวข้องกับแนวคิดและที่มาของการผลิตสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งตามประเภทแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

2.1 ผู้วิจัยสำรวจพื้นที่เพื่อคัดเลือกแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวสำหรับการวิจัยและการเก็บข้อมูลหลายวิธี คือ วิธีแรกโดยการศึกษาสำรวจ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามจากแผ่นพับ เอกสารงานวิจัย ฐานข้อมูลและสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้เห็นองค์ความรู้ของแนวคิดและที่มาของการออกแบบและผลิตสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จากมิติทางด้านประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมของชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นดำรงอยู่และพัฒนาการอย่างไร นับตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบันวิธีที่สองเป็นการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภาคอีสาน วิธีที่สามการสอบถามและตรวจสอบข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นจึงได้เลือกพื้นที่วิจัยตามเงื่อนไขข้างต้นได้ 3 แหล่ง คือ แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอกอสุ่มพิสัย แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอกันทรวิชัย และแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนาดูน แล้วจึงนำไปสู่การตั้งคำถามวิจัยหลายแง่มุมเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดกรอบแนวคิด การเขียนเค้าโครงการวิจัย ติดต่อประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องเพื่อขอความอนุเคราะห์และอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติงานรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

2.2 วิธีการเก็บข้อมูลสนาม ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลในพื้นที่โดยการสังเกตการณ์ และสัมภาษณ์ ดังนี้

2.2.1 การสังเกต ใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม



1) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ใช้ในการที่ผู้วิจัยเข้าร่วมกิจกรรม กระบวนการผลิตสินค้าและบริการตามกาลเทศะ จะทำให้เห็นรูปแบบทางกายภาพ ลักษณะทางนามธรรมและความหมายที่คนในวัฒนธรรมนั้นสร้างขึ้นจากบริบท และมุมมองของคนในสังคมวัฒนธรรมนั้น

2) การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ใช้ในกรณีที่ผู้วิจัยสังเกตสภาพแวดล้อมทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน กิจกรรมของบุคคล การผลิต ความสัมพันธ์ทางการผลิต จะทำให้เห็นพฤติกรรมกรรมการรวมกลุ่มของบุคคลอย่างไม่เป็นทางการปรากฏอยู่ในกิจกรรมการผลิตสินค้าและบริการ

2.2.2 การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ ดังนี้

1) การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ

- 1.1) กลุ่มผู้ผลิตสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว
- 1.2) กลุ่มผู้บริหารสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว
- 1.3) กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐผู้มีบทบาทสำคัญใน

หน่วยงานของรัฐ หรือผู้นำ

2) การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการจากบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว

3) การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการจากบุคคลทั่วไปที่มาสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวหรือมีประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประเด็นสัมภาษณ์เกี่ยวข้องกับคำถามการวิจัย

อนึ่ง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการจดบันทึกข้อมูลสนาม การบันทึกเสียง การบันทึกภาพนิ่ง การบันทึกภาพเคลื่อนไหว เกี่ยวกับแนวความคิดและความเป็นมาของการผลิตสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรม ซึ่งมีจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม

รูปแบบสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมบันทึกภาพสินค้าและบริการ เก็บรวบรวมตัวอย่างชนิดสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรม จัดระเบียบข้อมูล จำแนกข้อมูลเป็นหมวดหมู่ และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์

2.2.3 การศึกษาจากเอกสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย เช่น ข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แผ่นพับ แผนที่ ข้อมูลจากเว็บไซต์ (Web Site) เป็นต้น

2.3 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลภาคสนามปีพ.ศ.

2556

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้มุมมองจากบุคคล สินค้า และเอกสารโดยการพรรณนาอธิบายตีความหมาย หน่วยในการวิเคราะห์ ได้แก่ ผู้ผลิต และชุมชน ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับแนวคิดและความเป็นมาของการผลิตสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรม รูปแบบสินค้าและความหมายของสินค้าของที่ระลึกที่มีนัยทางวัฒนธรรม ได้แก่ สินค้าจากแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยววิทยาศาสตร์และโบราณคดี แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ดังนั้นจึงใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม เป็นหลักในการตีความเพื่อสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) จากสิ่งที่ได้จากการสังเกตการณ์ และจากการสัมภาษณ์

ผลการศึกษา

จากศึกษารูปแบบสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามมีผลการศึกษา ดังนี้

1. รูปแบบของสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม สรุปได้ดังนี้

รูปแบบของสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรม ซึ่งมีจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม มี 2 รูปแบบหลัก ๆ ได้แก่

1.1 สินค้าของที่ระลึกที่ทำหน้าที่เป็นทั้งวัตถุมงคลและของที่ระลึกประจำอำเภอ

1.2 สินค้าของที่ระลึกซึ่งเป็นของใช้ของประดับตกแต่งที่ทำจากวัตถุซึ่งมีอยู่ในแต่ละท้องถิ่น

2. ความหมายของสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากมุมมองของผู้ผลิตและชุมชน สรุปได้ดังนี้

2.1 ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีมุมมองต่อสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมว่าเป็นการนำเอาวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นมาทำให้เป็นรูปธรรม สัมผัสได้ มีทั้งคุณค่าทางวัฒนธรรมและมูลค่าทางเศรษฐกิจทำให้เศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชนมั่นคงยิ่งขึ้น

2.2 ชุมชนมีมุมมองต่อสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมว่า เป็นช่องทางหรือสื่อทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งซึ่งทำหน้าที่สื่อสารกับผู้คนในชุมชนอื่นๆ เพื่อให้ได้ทราบวิถีหรือวัฒนธรรมอันโดดเด่นงดงามของแต่ละชุมชน แม้จะไม่สามารถสื่อสารได้ทุกแง่มุมขององค์รวมแห่งวัฒนธรรมก็ตาม



ภาพที่ 1 รูปแบบของที่ระลึกซึ่งเป็นรูปหล่อหรือประติมากรรม
ลอยตัวของพระมิ่งเมือง อำเภอโกสุมพิสัย



ภาพที่ 2 รูปแบบของที่ระลึกรูปหล่อลอยตัว
พระกัณฑ์วิชัย อำเภอกันทรวิชัย



ภาพที่ 3 แสดงรูปแบบพระธาตุนาตุนย่อส่วนที่
จัดทำไว้เป็นของที่ระลึก อำเภอนาตุน



ภาพที่ 4 แสดงรูปแบบของที่ระลึก
ที่เป็นกำไลเครื่องประดับจัดทำไว้เป็นของที่ระลึก
อำเภอกันทรวิชัย



ภาพที่ 5 แสดงรูปแบบของที่ระลึกที่เป็นจี้เครื่องประดับ
จัดทำไว้เป็นของที่ระลึก อำเภอนาตุน



อภิปรายผล

รูปแบบของสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบหลักๆ เช่นนี้ก็เพราะผู้ผลิตและผู้จำหน่ายมีแนวคิดในการออกแบบและการผลิต มาจากคำขวัญประจำอำเภอเป็นแนวทางเช่นกัน หากพิจารณาจากคำขวัญของแต่ละอำเภอจะพบความหมายโดยนัยว่าสังคมของชาวมหาสารคามเป็นสังคมพุทธศาสนา และวิถีการดำรงชีวิตของผู้คนผูกพันอยู่กับภาคการเกษตร นิเวศวิทยาทางวัฒนธรรมจึงมีสัมพันธ์กับทั้งพุทธศาสนาและเกษตร ยกตัวอย่างเช่น คำขวัญประจำอำเภอกันทรวิชัยที่ว่า “กันทรวิชัย เมืองพระ สระบัวคู่บ้าน การเกษตรฟูเฟื่อง พลเมืองอยู่เป็นสุข” เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดม บัวศรี และคณะ (2532) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : การศึกษาศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง 15 แห่งได้แก่ พระธาตุพนม อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ปราสาทหินพิมาย อุทยานแห่งชาติภูกระดึง อุทยานแห่งชาติเขาพนมรุ้ง บ้านเชียง ประเพณีแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี ผาแต้ม ประเพณีบุญบั้งไฟโสธร งานช้างจังหวัดสุรินทร์ เชื้อนจุฬารักษ์ เชื้อนอุบลรัตน์ แก่งสะพือ และด่านเวียง โดยมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น สร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่ พื้นฟูงานประเพณี รัฐควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนต่อเนื่อง สนับสนุนเอกชนเพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวและสถานบริการ ศูนย์จำหน่ายของที่ระลึก ให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

ส่วนความหมายของสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากมุมมองของผู้ผลิตและชุมชน ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีมุมมองต่อสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรม โดยให้ความหมายว่าสินค้าของที่ระลึกเป็นเสมือนการนำเอาวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นมาทำให้เป็นรูปธรรม สัมผัสได้ มีทั้งคุณค่าทางวัฒนธรรมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจของครัวเรือนและชุมชนมั่นคงยิ่งขึ้น ชุมชนมีมุมมองต่อสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรม โดยให้ความหมายว่า เป็นช่องทางหรือสื่อทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งซึ่งกำหนดหน้าที่สื่อสารกับผู้คนในชุมชนอื่น ๆ เพื่อให้ได้ทราบวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมอันโดดเด่นงดงามของแต่ละชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดาวรรณ เตชะวิบูลย์วงศ์ (2543) เรื่อง กระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์มวลชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ในโครงการ Amazing Thailand ผลการวิจัยพบว่า สัญลักษณ์ที่พบในเนื้อหาสาระโฆษณาการท่องเที่ยวทั้งหมดมี 12 ประเภท ได้แก่ ทัศนกรรม อาหาร วัตถุ

สิ่งของ สิ่งก่อสร้าง สถานที่ ธรรมชาติ กิจกรรม พาหนะ การแสดง สัตว์และพืช สัญลักษณ์ใช้สื่อความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัยไปพร้อมๆ กัน การสื่อความหมายโดยนัยประกอบด้วยเรื่องวัฒนธรรมไทย ธรรมชาติและและการพาณิชย์ กระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ขณะที่ภัทรพงศ์ คงวิจิตร (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พื้นที่และความหมายการท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบาง ผลการศึกษาพบว่า การบริโภคภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีการให้ความหมายและการจัดการพื้นที่ให้เป็นวัตถุประสงค์เพื่อการสัมผัส โดยมีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ อุดมการณ์ความคิด วัฒนธรรม ความหมายของพื้นที่ ผู้ให้ความหมายมีชุดความหมายหลายชุด และมีสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อนสอดคล้องกับผลประโยชน์ของตน เมืองหลวงพระบางในความหมาย “ศูนย์กลางวัฒนธรรม” ของลาวถูกคณะกรรมการมรดกโลกอธิบายว่า “เป็นมรดกของมวลมนุษยชาติ” รัฐบาลลาวได้ใช้ความหมายทั้งสองชุดเป็นเครื่องมือรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ขณะที่ภาครัฐก็ยกเอกชนเป็นผู้รับผลประโยชน์ส่วนใหญ่จากการท่องเที่ยว และต่อรองอำนาจรัฐสื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดภาพหลักของเมือง ชาวเมืองหลวงพระบางเองให้ความหมายว่าเป็นพื้นที่และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมและประเพณี ส่วนนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยผลักดันปัจเจกและกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์
 - 1.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรนำเอาผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้วางแผนส่งเสริมให้ภาคเอกชนผลิตสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในลักษณะที่หลากหลายยิ่งขึ้น
 - 1.2 ควรนำเอาผลการวิจัยครั้งนี้ไปเผยแพร่ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และชาวชุมชน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น
 - 1.3 ภาครัฐควรใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้เพื่อวางแผนร่วมกับภาคเอกชน
2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละภาคเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมโดยเน้นที่การผลิตภายในท้องถิ่น การพึ่งพาวัสดุท้องถิ่นและแรงงาน



กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่สนับสนุนงบประมาณในการวิจัย ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วย

เหลื่อด้านข้อมูลและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจศึกษาค้นคว้าเพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ไปต่อยอดต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- คณิศร นิตย จันทบุตร และคณะ. (2542). *ภูมิปัญญาชาวบ้านจังหวัดอุบลราชธานี : กรณีเทคโนโลยีพื้นบ้าน*. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- พิทยา ว่องกุล. (2542). *รับวิกฤติโลกปี 2000 เศรษฐกิจที่ยั่งยืน*. กรุงเทพฯ : โครงการวิถีทรรศน์.
- ภัทรพงศ์ คงวิจิตร. (2548). *พื้นที่และความหมายทางการท่องเที่ยวหลวงพระบาง*. วิทยานิพนธ์ สค.ม. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิณะ จุฑะวิภาต. (2545). *ศิลปะพื้นบ้าน*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ลิปี่ประภา.
- สุดาวรรณ เตชะวิบูลย์วงศ์. (2543). *กระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านสื่อมวลชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ในโครงการ Amazing Thailand*. วิทยานิพนธ์ ส.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อังคาร. (2545). 18 ชุมชนหัตถกรรม ภูมิปัญญาโบราณกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ.
- อุดม บัวศรี และคณะ. (2532). *การศึกษาพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. ขอนแก่น : สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เอกวิทย์ ณ ถกลาง. (2540). *ภูมิปัญญาชาวบ้านสี่ภูมิภาค : วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.