

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าม้งและชนเผ่าเย้า เพื่อศึกษาลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าม้งและเย้าในภาคเหนือมาเข้าร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าให้สามารถใช้สอยในชีวิตประจำวันได้ เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้าให้มีรูปแบบร่วมสมัยสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบันส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า จากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาในการวิจัยไว้ดังนี้

- 1.1 ศึกษาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ในเขตภาคเหนือตอนบนในจังหวัดที่มีชาวเขาเผ่าม้ง (ม้ง) ชาวเขาเผ่าเย้า(เมี่ยน) จำนวนมากที่สุด
- 1.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าจะทำการออกแบบทั้ง 2 ชนเผ่า และเลือกผลิตเพียง 1 ชนเผ่า จากการคัดเลือกของนักท่องเที่ยว
- 1.3 เอกลักษณ์ชนเผ่าเลือกเฉพาะลักษณะการแต่งกายชนเผ่าเท่านั้นนำมาใช้พิมพ์ลายผสมผสานลายผ้าปักบนผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภทเสื้อยืดคอกลม เสื้อยืดคอปก กระเป๋าสะพายสายเดี่ยว กระเป๋าสะพายสายคู่ (กึ่งถือกึ่งสะพาย)

2. วิธีการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยมุ่งศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลภาคสนามเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ ในความมุ่งหมายข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าม้งและเผ่าเย้าในภาคเหนือมาเข้าร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ให้สามารถใช้สอยในชีวิตประจำวันได้ ผู้วิจัยจะศึกษาเอกสารสิ่งพิมพ์ร่วมกับการสำรวจภาคสนามเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบการแต่งกายชนเผ่าต่างๆในแต่ละจังหวัด ในความมุ่งหมายข้อที่ 2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเผ่าเย้า ให้มีรูปแบบร่วมสมัยสอดคล้อง

กับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบันส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และการสนทนากลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภค ในความมุ่งหมายข้อที่ 3 เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเผ่าเย้า จากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ผู้วิจัยใช้ภาพร่างผลิตภัณฑ์ แบบทดสอบความพึงพอใจ และการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสมทั้งประโยชน์ใช้สอยและการตลาด

3. ระยะเวลาการวิจัย

ใช้เวลาในการวิจัย 12 เดือน หลังจากอนุมัติเค้าโครงข้อเสนอการวิจัย ประมาณเดือน กันยายน 2555 ถึง เดือนตุลาคม 2556 ตั้งแต่กระบวนการสำรวจภาคสนาม จัดกลุ่มข้อมูล ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชนเผ่า ประชุมเชิงปฏิบัติการ และเขียนรายงานการวิจัยจนสำเร็จเป็นรูปเล่ม

4. พื้นที่ในการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้พิจารณาพื้นที่ในการวิจัยตามเขตพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคเหนือตอนบนที่มีกลุ่มชนเผ่าอาศัยอยู่ คือ เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา แม่ฮ่องสอน และเลือกจังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เนื่องจากมีกลุ่มชนเผ่าทั้ง 6 เผ่า มีชนเผ่าม้งและเผ่าเย้าอาศัยอยู่มากที่สุด และนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้สะดวก

5. ทฤษฎี สมมุติฐาน

การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าจากวัฒนธรรมการแต่งกายชนเผ่าร่วมกับการสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัยสามารถนำมาใช้สอยในชีวิตประจำวันได้ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังจังหวัดต่างๆ ได้จำนวนมาก

6. กรอบแนวคิดการวิจัย

6.1 กรอบแนวคิดเพื่อศึกษาลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าในภาคเหนือมาเข้าร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าให้สามารถใช้สอยในชีวิตประจำวันได้

ผู้วิจัยใช้แนวคิดของอภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546 : 41-45) ในการศึกษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยกำหนดเอกลักษณ์เป็น 2 ด้าน คือเอกลักษณ์บุคคล และเอกลักษณ์ทางสังคม และใช้เอกลักษณ์แสดงออกด้วยสัญลักษณ์ที่ให้สังคมรับรู้ร่วมกันทั้งการสื่อด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ถูกจัดการด้วยองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญา ในการวิจัยนี้จึงใช้สัญลักษณ์ที่เป็นการแต่งกายชนเผ่าในการสื่อสารกับผู้บริโภค

6.2. กรอบแนวคิดเพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าให้มีรูปแบบ

ร่วมสมัยสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบันส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผู้วิจัยใช้แนวคิดของสุวิทย์ วงศ์จิราวาณิช (2549:68) ในการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการและขั้นตอนการออกแบบเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงใจของผู้บริโภคจากการศึกษาผู้ใช้งานโดยตรง เพราะจะทำให้ทราบปัญหาที่แท้จริงและเป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป

ใช้แนวคิดของวิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2538: 90) เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่มีลักษณะเฉพาะจากสิ่ง 3 สิ่ง คือ การเลือกวัสดุ รูปแบบผลิตภัณฑ์ กรรมวิธีการผลิต

ใช้แนวคิดของ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2552:5) เพื่อศึกษากระบวนการของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากหลักองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม งานศิลปะ สื่อต่างๆ และงานสร้างสรรค์ เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าได้อย่างมีคุณค่าสามารถใช้สอยได้ในชีวิตประจำวัน

7.3.กรอบแนวคิดเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม
การแต่งกายของชนเผ่าให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดของวิลักษณ์ ศรีป่าขาง (2547: 9) เพื่อศึกษาลักษณะการแต่งกายที่ถูกต้องของแต่ละเผ่าพันธุ์นำมาสร้างเอกลักษณ์ให้ถูกต้องทั้งรูปทรง ลวดลาย เครื่องประดับที่สวยงามให้สามารถสื่อความเป็นเอกลักษณ์แต่ละชนเผ่าได้

7. วิธีการดำเนินการวิจัย และสถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

7.1 ขั้นตอนการวิจัย

7.1.1. ทบทวนเอกสารเกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลทางเอกลักษณ์วัฒนธรรมการแต่งกายชนเผ่าทั้ง 6 เผ่า ด้านประเพณี ความเชื่อ พิธีกรรม ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่ระลึก และอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา วิจัย และเก็บข้อมูล

7.1.2. ประสานงานไปยังมูลนิธิกระจกเงา ผู้นำชุมชนของแต่ละพื้นที่เพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับชนเผ่าม้งและเย้าในภาคเหนือ

7.1.3.สำรวจวิถีชีวิต การดำเนินชีวิต เอกลักษณ์วัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าทั้ง 2 ชนเผ่า ด้วยแบบสังเกตสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ชนเผ่า ความสนใจในผลิตภัณฑ์ ฯลฯ และสังเกตชุดแต่งกายชาวเขาเผ่าม้งและเย้าเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบสินค้าที่ระลึก

7.1.4.ออกแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความโดดเด่นของการแต่งกายชนเผ่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าด้วยตารางเปรียบเทียบในกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยวโดยใช้สัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

7.1.5. รวบรวมแบบสัมภาษณ์เพื่อแยกข้อมูลด้านการแต่งกาย และ
ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าแบบเดิม

7.1.6. ประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อออกแบบและสร้างผลิตภัณฑ์ที่
ระลึกชนเผ่าจากการแต่งกายชนเผ่าให้เกิดเป็นเอกลักษณ์เชิงวัฒนธรรมชนเผ่าที่เหมาะสมกับการใช้สอย
ในปัจจุบัน

7.1.7 กำหนดแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าจาก
ผลิตภัณฑ์เสื้อยืดคอกลม เสื้อยืดคอปก กระเป๋าสะพายสายเดี่ยว และกระเป๋าสะพายสายคู่ ร่วมกับ
เครื่องแต่งกายชนเผ่า เพื่อให้ได้รูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ชนเผ่าและสวยงามที่สามารถโน้มน้าวใจ
นักท่องเที่ยวที่สุด

7.1.8.ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้าในภาคเหนือ ใน
ลักษณะ 3 มิติที่มีการพิมพ์ลายเครื่องแต่งกายชนเผ่าผสมผสานลายปักทั้ง 2 เผ่า 4 ประเภทละ 5
รูปแบบ (เผ่าละ 20 รูปแบบ) จำนวน 40 รูปแบบ โดยใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์เดียวกันแต่เปลี่ยนลักษณะ
ภาพพิมพ์ตามเผ่าต่างๆทั้ง 2 เผ่า เพื่อให้ได้รูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ชนเผ่าสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภค
ปัจจุบันสามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

7.1.9.นำไปประเมินความพึงพอใจกลุ่มนักท่องเที่ยว 30 คน ในแหล่ง
ท่องเที่ยวแม่ฟ้าหลวง เพื่อคัดเลือกให้เหลือผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภทละ 1 รูปแบบ (เผ่าละ 4 รูปแบบ)
ด้วยแบบประเมินความพึงพอใจ

7.1.10 ออกแบบ 3 มิติผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้าประเภทเสื้อ
ยืด คอกลม เสื้อยืดคอปก กระเป๋าสะพายสายเดี่ยว กระเป๋าสะพายสายคู่ (ภาพเหมือน) จำนวน
ประเภทละ 1 รูปแบบ/กลุ่ม (4 รูปแบบ)

7.1.11 ทดสอบความพึงพอใจด้านรูปแบบจากภาพเหมือนการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า ในกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คนเพื่อคัดเลือก 1 เผ่ามา
เขียนแบบขึ้นผลิตและนำมาผลิตจริง

7.1.12. ผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดคอกลม เสื้อ
ยืดคอปก กระเป๋าสะพายสายเดี่ยว และกระเป๋าสะพายสายคู่ เพียง 1 เผ่า 4 ประเภท

7.1.13. ประชุมเชิงปฏิบัติการ ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ผู้
จำหน่ายสินค้า/นักออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 คน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการออกแบบและ
เข้าใจเกี่ยวกับเอกลักษณ์ชนเผ่าจากการแต่งกาย นำมาสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้สอยได้ใน
ชีวิตประจำวัน และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด โดยผู้นำชุมชนต้อง
สามารถนำไปถ่ายทอดความรู้เพื่อสร้างความเข้าใจในกลุ่มชนเผ่าได้

7.1.14. สรุปผล เสนอแนะ และอภิปรายผล

7.2 การกำหนดสถานที่ในการทดลอง / เก็บข้อมูล

พื้นที่ในการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่การวิจัย คือ จังหวัดเชียงราย ที่อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่จัน และอำเภอเมือง เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีชนเผ่าทั้ง 6 เผ่า ที่สามารถแสดงเอกลักษณ์ความเป็นลักษณะเฉพาะของชาวเขาแต่ละเผ่าได้ดี โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น ลักษณะการแต่งกาย รูปแบบผลิตภัณฑ์ ความนิยมสีสันทนในการตกแต่งเครื่องแต่งกาย ความงามตามแบบเฉพาะที่สื่อเอกลักษณ์ชาวเขาได้ชัดเจน เพื่อสร้างความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้ง่าย และเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวได้ทุกฤดูกาลด้วย

กลุ่มประชากรที่ศึกษา

ในการวิจัยนี้ได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ศึกษาคือ

1. ผู้นำชุมชนชาวเขาทั้ง 2 เผ่า/เจ้าหน้าที่ที่ดูแลเกี่ยวกับชนเผ่าในประเทศไทย
2. ชาวเขาเผ่าแม้ว(ม้ง) ชาวเขาเผ่าเย้า(เมี่ยน)
3. เครื่องแต่งกายชนเผ่าทั้ง 2 เผ่า
4. นักร้องแบบ
5. ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า
6. นักท่องเที่ยว
7. ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกแบบเจาะจง ดังนี้

1. กลุ่มผู้รู้ ได้แก่
 - 1.2. ผู้นำชุมชน และประธานชนเผ่า จำนวน 6 คน
 1. 3. นักร้องแบบ คือ อาจารย์สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จำนวน 2 คน
2. กลุ่มผู้ปฏิบัติ ได้แก่
 - 2.1 ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ในสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่จัน อำเภอเมือง จำนวน 6 ร้าน

3. กลุ่มผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่

3.1 นักท่องเที่ยว ที่อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่จัน อำเภอเมือง เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ชนเผ่า สอดคล้องกับวัฒนธรรมปัจจุบัน และนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบรูปแบบเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้น โดยเลือกแบบเจาะจง จำนวน 30 คน

3.2 ชาวเขาเผ่ามั่ว(ม้ง) ชาวเขาเผ่าเย้า(เมี่ยน) จำนวน 6 คน

3.3 ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า

ตาราง 2 แสดงรายละเอียดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก						
ผู้รู้ / ผู้ปฏิบัติ / ผู้เกี่ยวข้อง						
ความมุ่งหมาย	วิธีคัดเลือก	ภาค รัฐ	เอกชน	จำนวน	รายละเอียดกลุ่ม ตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้
1.เพื่อศึกษาการแต่งกายของชนเผ่าม้งและเย้าสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าให้สามารถใช้สอยในชีวิตประจำวันได้	เจาะจง (ผู้รู้)	- - - -	1 1 1	6 ร้าน	-ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า -ชาวเขาเผ่าม้งและเย้า -ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า	-กล้องถ่ายรูป -ภาพร่างบันทึก รายละเอียดประกอบแบบ
2. เพื่อ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้าให้มีรูปแบบร่วมสมัย สอดคล้องกับ	เจาะจง (ผู้รู้) (ผู้ปฏิบัติ)	- 2 -	6	6 คน 2 คน	-ผู้นำชุมชน -นักออกแบบที่เป็นผู้สอนในมหาวิทยาลัย (มทร.ล้านนา)	-แบบสัมภาษณ์ -แบบสังเกต -แบบทดสอบความพึงพอใจ

รสนิยมผู้บริโภค ปัจจุบันส่งผลต่อ การส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิง เศรษฐกิจ สร้างสรรค์						
3.เพื่อสร้าง ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ ระลึกชนเผ่าม้ง และเ้า จาก เอกลักษณ์ทาง วัฒนธรรมการ แต่งกายของชน เผ่าให้สามารถ ดึงดูด นักท่องเที่ยวได้	เจาะจง (ผู้เกี่ยวข้อง ง)		1	30 คน	-ช่างปักผ้าทั่วไปที่มี ทักษะความชำนาญ -นักท่องเที่ยว	-แบบร่าง ผลิตภัณฑ์ -ภาพถ่าย -แบบทดสอบ ความพึงพอใจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1.1 ขั้นการศึกษาความต้องการด้านรูปแบบ

1.1.1 แบบสังเกต ใช้สังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ความสนใจในผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

1.1.2 แบบสัมภาษณ์ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับนักออกแบบเกี่ยวกับรูปแบบ วัสดุ สี สัน การผสมผสานวัสดุจากการแต่งกายที่สัมพันธ์กัน เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ชนเผ่าได้ชัดเจน

1.1.3 การสนทนากลุ่ม ประกอบด้วยการสนทนากลุ่มผู้จำหน่าย เพื่อศึกษาความต้องการทางด้านการตลาดเกี่ยวกับสินค้าประเภทต่างๆ และสนทนากลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อทราบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ราคาที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ รูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการสร้างอาชีพผลิตภัณฑ์ที่ระลึกในชุมชนต่างๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย โดยมีการเก็บข้อมูลดังนี้

1.การเก็บข้อมูลภาคเอกสาร เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการรวบรวม วิเคราะห์ จัดกลุ่มของเอกสาร เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาด้วยการค้นคว้าเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายชนเผ่ากลุ่มต่างๆ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเดิม การกำหนดผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อยืดคอกลม เสื้อยืดคอปก กระเป๋าสะพายสายเดี่ยวและกระเป๋าสะพายสายคู่ เพื่อสร้างสรรค์ร่วมกับรูปแบบเครื่องแต่งกายชนเผ่า การกำหนดแนวคิดการออกแบบ วัสดุที่ใช้ผลิต และอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

2. การเก็บข้อมูลภาคสนาม เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากพื้นที่ที่ทำการศึกษาวิจัยตามกระบวนการดังนี้

2.1 สัมภาษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า ในพื้นที่ภาคเหนือที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ด้วยการถ่ายภาพจากศูนย์จำหน่ายและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่หมู่บ้านชาวเขา อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่จัน และอำเภอเมือง

2.2 จัดบันทึกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า

2.3 สังเกตรูปแบบและการซื้อขายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า ในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชนเผ่า แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึก

2.4 สัมภาษณ์การซื้อขายของที่ระลึกของนักท่องเที่ยว ในศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลของประเภทผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการด้วยการจัดบันทึก การถ่ายภาพ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า

2.5 กำหนดผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเพื่อสร้างสรรค์ร่วมกับลวดลายเครื่องแต่งกายชนเผ่าม้งและเย้าโดยการคัดเลือกจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการซื้อขายได้ง่ายด้วยการสังเกตและสัมภาษณ์จากผู้ขายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ซื้อขายง่ายคือ เสื้อยืด และกระเป๋าสะพาย

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการจัดกระทำข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้ทั้งที่เป็นเอกสารและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า มาทำการตรวจสอบและจัดกลุ่มข้อมูล ดังนี้

1. นำข้อมูลเอกสาร รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า รูปแบบตารางวิเคราะห์ มาจัดหมวดหมู่
2. นำข้อมูลภาคสนามจากแบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการมาเรียบเรียงให้ได้ข้อความที่สมบูรณ์
3. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนามทุกรูปแบบมาตรวจสอบความถูกต้องด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูล โดยการตรวจสอบแหล่งข้อมูล คือ แหล่งเวลา (เพื่อตรวจสอบข้อมูลจากเวลาที่ต่างกันว่าจะได้คำตอบเหมือนกันหรือไม่) แหล่งบุคคล (เพื่อตรวจสอบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกันว่าจะข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่) แหล่งสถานที่ (เพื่อตรวจสอบข้อมูลจากสถานที่ที่ต่างกันว่าจะข้อมูลจะเหมือนกันหรือไม่) เพื่อหาความเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล(สุรางค์ จันทวานิช. 2551 : 129)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสารและภาคสนามมาวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสาร เป็นการวิเคราะห์โดยใช้หลักการและเหตุผลจากทฤษฎีต่างๆ แบบประเมินงานออกแบบ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า โดยวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ร่วมกับกรอบแนวคิด เพื่อให้เกิดความชัดเจนและครอบคลุมของเนื้อหา โดยแบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้ง,เย้า และเอกลักษณ์วัฒนธรรมด้านการแต่งกาย นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ให้มีรูปแบบที่สื่อความเป็นแบบเฉพาะชนเผ่าต่างๆ เพื่อโน้มน้าวนักท่องเที่ยวได้อีกปัจจัยหนึ่งร่วมกับศักยภาพด้านพื้นที่เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกัน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม เป็นการวิเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม การสังเกต ด้วยการเทียบเคียงกับทฤษฎีต่างๆ ดังนี้
 - 2.1 วิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า
 - 2.2 วิเคราะห์กระบวนการผลิต
 - 2.3 วิเคราะห์การซื้อขายที่แหล่งท่องเที่ยว
 - 2.4 วิเคราะห์รูปแบบเดิมเพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและคนในชุมชน
 - 2.5 วิเคราะห์รูปแบบที่ได้จากการผสมผสานลายพิมพ์รูปเครื่องแต่งกายชนเผ่ากับวัสดุผ้าปัก

2.6 วิเคราะห์ปัญหาทางด้านการตลาดจากสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเพื่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น

2.7 วิเคราะห์เอกลักษณ์วัฒนธรรมชนเผ่าด้านการแต่งกายเกี่ยวกับความงามที่สามารถสร้างความสนใจจากนักท่องเที่ยว

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การนำเสนอเชิงพรรณนา ตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเปรียบเทียบข้อมูลทางวิชาการ เช่น ทฤษฎีต่างๆ ด้านการพัฒนาวัฒนธรรมการแต่งกาย รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก การผสมผสานวัสดุ เพื่อทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ที่สื่อเอกลักษณ์ความเป็นชาติพันธุ์ชาวเขาแต่ละเผ่าและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ และเข้ามาท่องเที่ยวยังพื้นที่เพื่อให้เกิดรายได้ เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ดี ด้วยองค์ประกอบต่างๆ เช่น ตารางแสดงภาพผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าแบบเดิม ประกอบคำอธิบาย ภาพเครื่องแต่งกายชนเผ่าต่างๆ ภาพร่างผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดคอกลม คอปก กระเป๋าสะพายสายเดี่ยวและสายคู่ 2 มิติทั้ง 2 เผ่า ภาพเหมือนผลิตภัณฑ์ชนเผ่าที่ออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า 1 เผ่า