

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าม้งและเย้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผลการวิจัย
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าม้งและเผ่าเย้าในภาคเหนือมาเข้าร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพายให้สามารถใช้สอยในชีวิตประจำวันได้
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพายให้มีรูปแบบร่วมสมัยสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบันส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์
3. เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย จากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าม้งและเย้า สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าม้งและเผ่าเย้าในภาคเหนือที่นำมาเข้าร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย ให้สามารถใช้สอยในชีวิตประจำวันได้มีทั้งแบบปะติดลายผ้า แบบพิมพ์ลาย และการผสมผสานรูปร่างชนเผ่า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกได้ตามความชอบที่แตกต่างกัน

1.1 ลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าเย้า ผู้วิจัยได้นำอัตลักษณ์ด้านการ

แต่งกายในลักษณะการสวมใส่ชุดเสื้อแขนยาวสีดำ ผ้าหม้ออก มีไหมพรมสีแดงอยู่รอบคอโค้งตามสาปเสื้อด้านหน้าจนถึงเอวมีพู่ห้อยตรงตำแหน่งของผ้าคาดเอว และมีผ้าโพกศีรษะเป็นลวดลายปักสวยงามนุ่งกางเกงขา กว้างสีดำด้านหน้ากางเกง เป็นลายปักที่ละเอียด และงดงามซึ่งลวดลายปักจะโชว์ที่กางเกง ดังนั้นผู้หญิงเข้าจึงนุ่งผ้าแบบผูกชายเสื้อด้านหน้าขึ้นเพื่อให้เห็นลวดลายที่ขากางเกง รูปแบบลวดลายผ้าและลายผู้หญิงเข้าดังกล่าว ถูกลำมาถ่ายทอดเป็นเอกลักษณ์ด้านการแต่งกายได้โดยการวาดหรือพิมพ์ลงบนผลิตภัณฑ์ที่ระลึกกระเป๋ และเสื้อยืด ร่วมกับการปักด้วยการคิดสร้างสรรค์จัดวางตามหลักองค์ประกอบศิลปะ เพื่อให้เกิดความงามเชิงสุนทรียศาสตร์ เกิดเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกแบบใหม่ที่ผสมผสานการพิมพ์และการปักร่วมกัน

1.2 ลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าม้งมักจะตกแต่งด้วยสีเส้นสดใส มี

ลวดลายปักสวยงาม โดยผ้าที่นำมาตัดชุดในอดีตจะเป็นผ้าไหมดิบหรือใยจากผ้ากัญชง หรือฝ้ายที่ทอและปั่นเองมาเขียนเป็นลวดลายต่างๆด้วยวิธีการเขียนเขียนคล้ายการทำผ้าบาติก เพื่อที่จะทำเป็นชุดประจำเผ่าและใส่ในครอบครัว แต่ลวดลายจะไม่สวยเหมือนในปัจจุบัน เนื่องจากผ้าจากใยกัญชงจะมีปมของเส้นด้ายทำให้ผิวไม่เรียบ จึงทำให้เขียนลวดลายได้ค่อนข้างยาก แต่ในปัจจุบันมีความต้องการทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น ผู้หญิงชาวเขาเผ่าม้งจึงหาซื้อผ้าฝ้ายที่มีขายในตลาดทั่วไปและนำมาปักหรือเขียนเขียนแทนการปั่นฝ้ายด้วยมือแบบดั้งเดิม งานปักแบบโบราณจึงยิ่งเพิ่มมูลค่ามากขึ้น ในขณะที่เดียวกันคุณภาพของงานปักรุ่นใหม่ก็คุณภาพด้อยลงด้วยเพราะฝีมือในการปักลายหายากขึ้นไม่ละเอียดปราณีตเหมือนของเก่า จึงทำให้งานปักเก่าที่ปักลงบนใยผ้ากัญชงมีราคาค่อนข้างแพงและหาได้ยากขึ้น ดังนั้นการนำมาสร้างอัตลักษณ์ชนเผ่าม้งจึงต้องมีการผสมผสานรูปแบบที่เป็นลายเก่าดั้งเดิมมาปะปนด้วย เพื่อให้มีการผสมผสานกับแบบลายใหม่ๆที่มีสีสันสดใสจะทำให้รูปแบบของที่ระลึกชนเผ่าม้งดูมีคุณค่าและมีความร่วมสมัยมากขึ้นด้วยการถ่ายทอดอัตลักษณ์ด้านการแต่งกายที่มีทั้งการวาดหรือพิมพ์ลายลงบนผลิตภัณฑ์ที่ระลึกกระเป๋ เสื้อยืด ร่วมกับการผสมผสานลายปักจริงเพื่อให้รูปแบบลวดลายมีคุณค่ามากขึ้นจากการคิดสร้างสรรค์จัดวางตามหลักองค์ประกอบทางศิลปะ เพื่อให้เกิดความงามในรูปแบบของการผสมผสานรูปแบบการพิมพ์และการปักร่วมกัน

2. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเข้า ผู้วิจัยได้ออกแบบ

จากการสำรวจรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าที่มีในท้องตลาดในภาคเหนือ ด้วยการสังเกตการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า โดยพบว่าผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวซื้อมากที่สุดคือ เสื้อยืด กระเป๋ และผ้าพันคอ ผู้วิจัยจึงได้เลือกมาออกแบบเพียง 2 ประเภท จากการที่สามารถใช้สอยได้ทุกโอกาส เพื่อนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเอกลักษณ์ชนเผ่าจากการแต่งกาย โดยพิจารณาจากประเด็นต่างๆ ดังนี้

ด้านรูปแบบและลวดลาย ในการออกแบบเสื้อยืดและกระเป๋ ได้ออกแบบด้วยรูปแบบตามสมัยนิยมและมีการผสมผสานความเป็นชนเผ่าจากลวดลายของแต่ละเผ่าเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของตัวเอง ร่วมกับการคำนึงถึงวัสดุที่ใช้ในการผลิต สีเส้น การทำหน้าที่ใช้ในการใช้สอยให้มากที่สุด นำมาเป็นข้อมูล

ในการออกแบบร่วมกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักออกแบบทั้ง 2 คน ที่ให้ความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถใช้สอยได้จริง สื่อภาพชนเผ่าได้ชัดเจน และสามารถสวมใส่ได้อย่างมั่นใจ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน เกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ในการทำหน้าที่เป็นสื่อเอกลักษณ์ชนเผ่าม้งและเย้า ได้ผลสรุปคือ ต้องการลดทลายเป็นส่วนประกอบ เนื่องจากมีความประณีต สวยงาม ถึงแม้รูปแบบการแต่งกายจะสามารถแสดงความชัดเจนของชนเผ่าได้แต่ก็ไม่ควรนำภาพการแต่งกายชนเผ่ามาแสดงบนผลิตภัณฑ์ เพราะดูไม่เข้ากัน เนื่องจากลดทลายสวยงามอยู่แล้ว

ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มกับผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนเผ่าเกี่ยวกับลักษณะภาพที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของชนเผ่าภาคเหนือ ได้ผลสรุปคือ ชุดที่สวมใส่สามารถแสดงเอกลักษณ์ได้ชัดเจนและการแสดงวิถีประเพณีต่างๆสามารถโน้มน้าวให้คนมาดูท่องเที่ยว มากที่สุด

ข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ใช้สังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ได้ผลสรุปคือ ผู้บริโภคให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภทเสื้อยืด ที่มีลดทลายชนเผ่าเป็นส่วนประกอบ ส่วนกระเป๋าสะพายผู้บริโภคให้ความสนใจรูปแบบที่มีลดทลายประกอบ

ด้านวัสดุในการผลิต

ใช้ผลการศึกษาจากรูปแบบเดิมของวัสดุที่นำมาผลิตร่วมกับการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้า ในตลาดไนท์บาร์ซาร์ เชียงราย และดอยปุย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกวัสดุผ้า และแบบผสมผสานวัสดุร่วมกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำมาใช้ในการออกแบบกระเป๋าจากผ้าร่วมกับหนังแท้ และมีลดทลายปักผ้าประกอบร่วมกัน

ด้านรูปแบบและสีสันท

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ มาใช้ร่วมกันกับทฤษฎีต่างๆ ประกอบด้วย

การพิจารณาด้านความสวยงามของรูปแบบกระเป๋า ผู้วิจัยได้ออกแบบจากการผสมผสานของวัสดุต่างๆ คือ วัสดุผ้า และหนังแท้ร่วมกันซึ่งให้ความรู้สึกที่ขัดแย้งแต่เป็นความขัดแย้งที่ทำให้เกิดความโดดเด่น น่าสนใจทั้งจากลายชนเผ่า การผสมผสานลดทลายเป็นการเพิ่มคุณค่าด้านความงามของรูปแบบและการผสมผสานวัสดุเป็นการเพิ่มความแข็งแรง คงทน จึงมีการใช้หนังในการเสริมส่วนที่รับน้ำหนักตามจุดต่างๆเพื่อให้เกิดความแข็งแรงยิ่งขึ้น ส่วนการพิจารณาด้านความสวยงามของรูปแบบเสื้อยืดได้ใช้ลดทลายสกรีนการแต่งกายชนเผ่าผสมผสานลายปักเพื่อให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น

ด้านความสัมพันธ์ของวัสดุ ผู้วิจัยได้ออกแบบจากวัสดุเดิมที่มีอยู่แล้วเพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์¹ คือ วัสดุผ้าเพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่น ในประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้มีผ้าประกอบในตัวผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ดังนั้นในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก จึงมีทั้งผ้า และหนังเป็นโครงสร้างประกอบร่วมกัน

ด้านความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงรูปแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ชนเผ่าจากองค์ประกอบของการแต่งกาย ประกอบด้วยรูปแบบลักษณะของชุด ลวดลาย สี สัน การนำหลักองค์ประกอบทั้งเส้น รูปทรง สี ความสมดุล พื้นผิว มาออกแบบร่วมกันเพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพได้

ด้านการทำหน้าที่ด้านการใช้สอย

ในการออกแบบกระเป๋าสะพาย ผู้วิจัยได้คำนึงถึงหน้าที่หลักคือ การใช้เก็บสัมภาระส่วนตัวต่างๆ ซึ่งมีความจำเป็นและมีความสำคัญกับคนทุกกลุ่มโดยเฉพาะวัยรุ่นกระเป๋าจะมีความสำคัญโดยจัดเป็นส่วนหนึ่งของการแต่งตัวด้วยเพื่อเสริมสร้างบุคลิก ดังนั้นรูปแบบกระเป๋าจึงต้องอิงตามกระแสแฟชั่นในปัจจุบันและแนวโน้มอนาคตด้วย นอกจากนี้ประโยชน์ของกระเป๋ายังทำหน้าที่เสริมได้หลายประการ เช่น ใช้เสริมความมั่นใจได้ โดยบางคนเมื่อจะออกจากบ้านหากขาดกระเป๋าจะรู้สึกไม่มั่นใจจึงต้องสะพายกระเป๋าไว้ตลอดเวลา หรืออาจใช้บังแดดได้ในยามฉุกเฉิน สารพัด ส่วนรูปแบบกระเป๋าในปัจจุบันมักพบในรูปแบบกระเป๋าสะพายไหล่หรือสะพายแฉ่ง ขนาดกะทัดรัดมีสายกระเป๋ายาวพอประมาณ โดยจะนิยมในกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น ส่วนเสื้อยืดทั้งแบบคอกลมและคอปก มีหน้าที่ที่สำคัญและโดดเด่นจากการทำหน้าที่ปกป้อง ห่อหุ้มร่างกายจากสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง หรือภัยจากแมลง สัตว์ต่างๆ ความสุภาพ ในสถานที่นั้นๆ การดึงดูดความสนใจจากรูปแบบของเสื้อผารวมทั้งยังแสดงถึงรสนิยมของแต่ละบุคคลได้ด้วย

ด้านการทำหน้าที่ในการสื่ออัตลักษณ์ชนเผ่า ผู้วิจัยได้ออกแบบตามความต้องการของผู้บริโภคโดยจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคจำนวน 30 คน มีผู้ให้ความเห็นว่าเครื่องแต่งกายชนเผ่าสามารถสื่อเอกลักษณ์พื้นถิ่นได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้ลวดลายจากเครื่องแต่งกายชนเผ่ามาใช้ร่วมในการออกแบบกระเป๋า เพื่อให้เห็นเอกลักษณ์ชัดเจน โดยพิจารณาจากโครงสร้างผ้าแคนวาส หนังแท้ และผ้าปักลวดลายชนเผ่าเป็นหลัก ซึ่งเมื่อนำมาประกอบกันเป็นรูปทรงร่วมกับการผสมผสานหนังแท้ ทำให้เกิดความงามที่สามารถแสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ว่าเป็นกระเป๋า และนำการแต่งกายชนเผ่ามาใช้ในการออกแบบลายเสื้อยืดโดยใช้ผ้าคอตตอนเป็นวัสดุหลัก ซึ่งเป็นผลโดยรวมจากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงหน้าที่ที่แสดงเอกลักษณ์ชนเผ่าจากประเพณีวัฒนธรรม การแต่งกาย เนื่องจากมีความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง

¹ สวเรศ เกตุสุวรรณ, **นิตินัยการออกแบบผลิตภัณฑ์**, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. 1.

ที่มีความโดดเด่น สวยงาม เป็นที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น โดยผู้บริโภคทั่วไปสามารถมองเห็นเด่นชัดและสัมผัสได้จากสายตา ในขณะเดียวกันด้วยประเภทยุติกรรมเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้สอยได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย เช่น เด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน ซึ่งจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานซื้อของประเภทใช้สอยมากที่สุด ดังนั้นโอกาสที่กลุ่มคนดังกล่าวจะใช้สอยผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภทจึงมีมากขึ้น เนื่องจากมีกิจกรรมในชีวิตประจำวันอยู่ตลอดเวลา ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจึงถูกทำหน้าที่ในการสื่อเอกลักษณ์ชนเผ่าได้โดยตลอดจากการดำเนินชีวิตที่ต้องเกิดขึ้นจากภาระหน้าที่ทางสังคม

จากประเด็นหลักดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้ถ่ายทอดรูปแบบเสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย ให้สามารถแสดงความร่วมมือสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบันส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ ในลักษณะภาพวาดหรือภาพสร้างสรรค์การ์ตูน เนื่องจากผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ซื้อในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าไม่ต้องการภาพที่เป็นชนเผ่าจริงๆมาพิมพ์ลงบนผลิตภัณฑ์ แต่ต้องการในลักษณะที่เป็นภาพวาดหรือเป็นภาพเด็กชาวเขาที่น่ารัก น่าสวมใส่ เช่น ภาพวาดในอุดมคติที่เป็นภาพวาดผู้หญิงสวยงามหรือแบบตัวการ์ตูน ภาพเด็กชนเผ่าทะเลเคล้ากันไป ฯลฯ และยังพบว่ากลุ่มที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงวัยทำงาน มีศักยภาพในการซื้อและเป็นกลุ่มที่ชอบซื้อของฝากเสมอ ดังนั้นการออกแบบให้เป็นภาพเขียนการ์ตูน จึงทำเป็นภาพเล็กๆ มีสีสันของลายชนเผ่าประกอบด้วย เพื่อความสวยงามและสื่อเอกลักษณ์ชนเผ่าได้ดี

ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า

จากประเด็นดังกล่าวเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ผู้วิจัยนำมาพิจารณาในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภท กระเป๋าสะพายสายเดี่ยว 10 รูปแบบ กระเป๋าสะพายสายคู่ 10 รูปแบบ และออกแบบเสื้อยืดคอกลมหรือคอวี 10 รูปแบบ คอปก 10 รูปแบบ จำนวนทั้งหมด 40 รูปแบบ โดยแต่ละแบบแสดงอัตลักษณ์ชนเผ่าจากรูปทรง ลวดลาย วัสดุ ของผลิตภัณฑ์ร่วมกัน

ขั้นตอนที่ 1 ออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ที่ระลึกกระเป๋า 20 รูปแบบ ประกอบด้วยกระเป๋าสะพายสายเดี่ยว 10 รูปแบบ (มั่ง 5 แบบ เย้า 5 แบบ) กระเป๋าสะพายสายคู่ 10 รูปแบบ (มั่ง 5 แบบ เย้า 5 แบบ) และเสื้อยืด 20 รูปแบบ ประกอบด้วยเสื้อยืดคอกลมหรือคอวี 10 รูปแบบ (มั่ง 5 แบบ เย้า 5 แบบ) คอปก 10 รูปแบบ (มั่ง 5 แบบ เย้า 5 แบบ) ในลักษณะที่แสดงลายผ้าชนเผ่ามั่งและเย้าที่ใช้ประกอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวคัดเลือกรูปแบบของผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 2 ทดสอบความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว 30 คน (ทดสอบครั้งที่ 1) เพื่อคัดเลือกให้เหลือประเภทละ 1 แบบ นำมาเขียนสีเหมือนจริงพร้อมลวดลาย (Rendering) ประกอบด้วย กระเป๋าสะพายสายเดี่ยว 1 รูปแบบ กระเป๋าสะพายสายคู่ 1 รูปแบบ และออกแบบเสื้อยืดคอกลม 1 รูปแบบ คอปก 1 รูปแบบ ทั้ง 2 ชนเผ่า

ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว 30 คน (ทดสอบครั้งที่ 2) เพื่อเลือก 1 เผ่านำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า (กระเป๋าสะพายสายเดี่ยว 1 รูปแบบ กระเป๋าสะพายสายคู่ 1 รูปแบบ และออกแบบเสื้อยืดคอกกลมหรือคอวี 1 รูปแบบ คอปก 1 รูปแบบ)

ขั้นตอนที่ 4 เขียนแบบรายละเอียด

ขั้นตอนที่ 5 ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า (กระเป๋าสะพายสายเดี่ยว 1 รูปแบบ กระเป๋าสะพายสายคู่ 1 รูปแบบ เสื้อยืดคอกกลมหรือคอวี 1 รูปแบบ คอปก 1 รูปแบบ)

3. การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพายจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

ผู้วิจัยได้เลือกผลิตผลิตภัณฑ์ชนเผ่าเข้าจากการเลือกของผู้บริโภคที่ให้ความเห็นว่าเป็นลวดลายที่มีความปราณีต สีสันสวยงาม เป็นสีกลางๆสามารถใช้สอยได้ทุกโอกาส และยังไม่ให้เห็นในแหล่งขายอื่นๆมากนัก ในขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์ชนเผ่ามั้งมีให้เห็นทั่วไป สีสันสดใส ใช้สอยได้ในบางโอกาสเท่านั้น เนื่องจากการเย็บผ้าสีปะติดค่อนข้างเยอะทำให้ดูลายเคลื่อนไปทั้งรูปแบบ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่นำมาผลิตจึงควรจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการนำเสนอในมุมมองใหม่ๆที่สามารถตามแนวโน้มตลาดปัจจุบันได้อย่างแนบเนียน ผู้วิจัยจึงใช้ประเด็นด้านความสวยงามของรูปแบบ ความสัมพันธ์ของวัสดุ ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ การสื่ออัตลักษณ์ เพื่อออกแบบให้ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเข้าสามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ได้ด้วย

ประเด็นด้านความสวยงามของรูปแบบ พบว่า รูปแบบต้องมีความสวยงาม ทันสมัย เหมาะกับผู้หญิงที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเป็นส่วนใหญ่ และแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือกลุ่มวัยรุ่นกับกลุ่มวัยทำงาน โดยกลุ่มวัยรุ่นจะชอบรูปแบบเรียบง่าย แปลกตา ส่วนวัยทำงานจะชอบรูปแบบที่มีความประณีต ลวดลายละเอียด

ประเด็นด้านความสัมพันธ์ของวัสดุ พบว่า วัสดุที่ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจะต้องมีความสัมพันธ์กันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่มีการผสมผสานวัสดุอื่นๆร่วมกันจะทำให้เกิดรูปแบบที่หลากหลายจึงต้องพิจารณาเป็นพิเศษ เพื่อให้เกิดรูปแบบมีความเป็นเอกภาพ

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ พบว่า เมื่อองค์ประกอบทั้งหมดสัมพันธ์กัน จะทำให้รูปแบบมีความสวยงามมากขึ้น เช่น การพิมพ์ลาย การจัดวางผ้าปะติดลวดลาย เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพ

การสื่ออัตลักษณ์ พบว่า อัตลักษณ์ด้านเครื่องแต่งกายสามารถแสดงความชัดเจนของชนเผ่าได้ดีที่สุด และจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อสินค้าที่ระลึกส่วนใหญ่ต้องการสินค้าที่แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆในรูปแบบที่มีความร่วมสมัย มีการผสมผสานวัสดุหลายๆอย่างเพื่อให้น่าสนใจ

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังคำนึงถึงการสื่อสารของตัวผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคด้วย โดยการสร้างความสนใจหรือกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกของผู้บริโภค โดยเฉพาะการสื่อสารทางจิตใจและความรู้สึกที่เกิดกับผู้

ที่พบเห็นในสิ่งต่างๆ แล้วทำให้เกิดความประทับใจได้นั้นต้องมีสิ่งที่ดึงดูดเสมอ² ซึ่งการสื่อสารด้านผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าที่ออกแบบในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจากสิ่งที่ถูกออกแบบด้วยการนำสีเส้นจากการพิมพ์ลาย ลวดลายเส้นด้ายปักเข้ามาผสมผสาน เพื่อสื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความพิเศษของสิ่งนั้นๆ

เมื่อสรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเข้าแล้ว จึงนำมาผลิตในลักษณะคละลายร่วมกับการผสมผสานวัสดุผ้าแคนวาสและหนังแท้สีธรรมชาติ เพื่อให้ความรู้สึกที่เป็นพื้นถิ่นแต่รูปแบบกระเป๋าคือเป็นแบบที่นิยมตามแนวโน้มของตลาดทั่วไปเพื่อให้อยู่ในตลาดสมัยใหม่ได้ (ยุคอาเซียน) ซึ่งจะเป็นตลาดที่มีกลุ่มคนหลากหลายประเทศเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก

อภิปรายผล

1. ด้านการศึกษาลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าม้งและเผ่าเย้าในภาคเหนือมาใช้ร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพายให้สามารถใช้สอยในชีวิตประจำวันได้ ผลการวิจัยพบว่า ควรนำอัตลักษณ์ชนเผ่าม้งและเย้าจากการแต่งกายมาสร้างสรรค์ในผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่มีการผสมผสานรูปแบบที่เป็นลายเก่าดั้งเดิมมาปะปนกับแบบลายใหม่ๆ ที่มีสีสันสดใสจะทำให้รูปแบบของที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้าดูมีคุณค่าและมีความร่วมสมัยมากขึ้น ด้วยการถ่ายทอดอัตลักษณ์ด้านการแต่งกายที่มีทั้งการวาดหรือพิมพ์ลายลงบนผลิตภัณฑ์ที่ระลึกกระเป๋า เสื้อยืด ร่วมกับการผสมผสานลายปักจริงเพื่อให้รูปแบบลวดลายมีคุณค่ามากขึ้น ซึ่งถือเป็นการจัดการองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาให้เกิดความยั่งยืนได้โดยกระบวนการสร้างองค์ความรู้ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนบนพื้นฐานความสัมพันธ์กับชาวบ้าน เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมที่สามารถสร้างการเรียนรู้ร่วมกันได้และยังถือเป็นจุดเริ่มของการสร้างความยั่งยืนของภูมิปัญญา ด้วยสอดคล้องกับงานวิจัยของรัศมี ชูทรงเดช และคณะ³ ส่วนการคิดสร้างสรรค์จึงต้องจัดวางตามหลักองค์ประกอบทางศิลปะเพื่อให้เกิดความงามในรูปแบบของการผสมผสานรูปแบบการพิมพ์และการปักร่วมกัน เป็นแนวคิดที่นำภูมิปัญญามาสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการออกแบบซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของอาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร⁴ ที่นำเสนอว่า การขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

² ภาวนา อรัญญิก, **Marketing Focus**, (กรุงเทพมหานคร : มติชน, 2551) , น. 161.

³ รัศมี ชูทรงเดช และคณะ, **การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในอำเภอปาย บางปะผ้า ขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน** : (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย , 2553),น. 1-42.

⁴ อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร, **เศรษฐกิจสร้างสรรค์** (Online), 20 มิถุนายน 2552.
www.nidambe11.net

(Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ โดยสร้างสรรค์ตาม 4 กลุ่มหลัก คือ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage of Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) และงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) โดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากอัตลักษณ์การแต่งกายเป็นการสร้างสรรค์จากกลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมด้วยการนำความรู้ด้านการออกแบบมาเป็นศาสตร์ในการขับเคลื่อนภูมิปัญญาให้เกิดเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบของ ชะลูด นิ่มเสมอ⁵ คือ ศาสตร์แห่งการแก้ปัญหาที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นโดยอาศัยความรู้ และหลักการของศิลปะนำมาใช้ให้เกิดความสวยงามและมีประโยชน์ใช้สอย ความสวยงามจะเน้นด้านจิตใจเป็นหลัก เป็นสิ่งแรกที่เรารู้สึกก่อนโดยต้องอาศัยส่วนประกอบในการออกแบบจากหลักการพื้นฐานขององค์ประกอบศิลป์ คือ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี และพื้นผิว นำมาจัดวางเพื่อให้เกิดความสวยงามความกลมกลืนในการออกแบบ เป็นความกลมกลืนของส่วนประกอบในการออกแบบซึ่งมีทั้งความกลมกลืนของเส้น ทิศทาง รูปร่าง รูปทรง ขนาด สัดส่วน สี น้ำหนัก ลักษณะผิว รวมทั้งความกลมกลืนของความคิดและจุดมุ่งหมายของสิ่งนั้นๆ และยังสอดคล้องกับแนวคิดด้านการออกแบบของ วชิรินทร์ จรุงจิตสุนทร⁶ ที่กล่าวว่า งานออกแบบ คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกนำเอาองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดเป็นรูปทรงใหม่ที่สามารถสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้าง และสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้น เพื่อสนองความต้องการทางร่างกายและจิตใจที่ไม่สิ้นสุด โดยมีผลมาจากวิธีการดำรงชีวิตและวิทยาการทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่มีการนำอัตลักษณ์ชนเผ่าม้งและเข้าจากการแต่งกายมาสร้างสรรค์เป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถอยู่ในแนวโน้มของวัฒนธรรมปัจจุบันจึงต้องมีการผสมผสานรูปแบบจากวัสดุหลากหลายในสัดส่วนที่เหมาะสมโดยอาศัยการจัดวางตามหลักองค์ประกอบทางศิลปะเพื่อให้เกิดความงามร่วมกันอย่างมีเอกภาพ

2. ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภเสื้อีดยึดและกระเป๋าสะพายให้มีรูปแบบร่วมสมัยสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบันส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกต่างๆรูปแบบต้องออกแบบในลักษณะคล้าย มีสีค่ากลาง ร่วมกับการผสมผสานวัสดุผ้า และหนังแท้สีธรรมชาติ เพื่อให้ความรู้สึกที่เป็นพื้นถิ่นแต่รูปแบบกระเป๋าเป็นแบบที่นิยมตามแนวโน้มของตลาดทั่วไปเพื่อให้อยู่ในตลาดสมัยใหม่ยุคอาเซียนได้ ซึ่ง

⁵ ชะลูด นิ่มเสมอ, *งานวาดเส้นร่วมสมัย*, (กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์ พรินต์ติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง, 2546), น. 139.

⁶ วชิรินทร์ จรุงจิตสุนทร, *หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์*, (กรุงเทพมหานคร : แอปป์ พรินต์ติ้งกรุ๊ป จำกัด , 2548), น. 189.

จะเป็นตลาดที่มีกลุ่มคนหลากหลายประเทศเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ คมสันต์ สุริยะ⁷ ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกล้านนา เพื่อ ศึกษาลาด นักท่องเที่ยวนานาชาติสำหรับ SMEs ในภาคเหนือตอนบน พบว่าสินค้าของที่ระลึกที่มีจำหน่ายตาม แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นคนไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมี รสนิยม ความชอบ ความพึงพอใจในสินค้าแตกต่างกัน โดยส่วนหนึ่งเกิดจากพื้นฐานทาง ครอบครัวยุค สังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ และค่านิยม ที่ไม่เหมือนกัน จึงส่งผลให้สินค้าที่ต้องการซื้อ มีความแตกต่างกัน ดังนั้นการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกให้ตรงกับความต้องการ ของนักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม จึงเป็นประเด็นสำคัญในการทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อมากขึ้น ใน ขณะเดียวกันการออกแบบทุกประเภทสิ่งที่ควรคำนึง คือ หลักการทางสุนทรียศาสตร์ ที่มุ่งให้คนสามารถ แยกแยะความงามได้ โดยหลักการดังกล่าว นิคม มูลิกะคามะ⁸ ได้ให้คำนิยาม สุนทรียศาสตร์ หมายถึง วิชาความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีแห่งความงาม โดยเป็นการสอน การปลูกฝังให้คนมีความคิดเกี่ยวกับความ งามที่มนุษย์ทุกเผ่าพันธุ์ที่ต้องการแสวงหาและใช้เป็นเครื่องมือในการยกฐานะและรสนิยมให้เกิดความ สุขกายสบายใจ ในขณะเดียวกันสถาบันศิลปะต่างๆ พยายามจัดหลักสูตรในการถ่ายทอดแนวคิดเชิง สุนทรียศาสตร์เพื่อพัฒนาคนให้มีคุณภาพ ทฤษฎีดังกล่าวมุ่งเน้นให้คนเกิดความจรรโลงใจเมื่อได้สัมผัส กับสิ่งที่ตัวเองมองว่าเป็นสิ่งงาม และเกิดความพอใจ ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจึงต้อง สร้างสรรค์จากสิ่งที่ทุกคนมองแล้วเชื่อในความงามที่สร้างสรรค์ขึ้นทั้งจากสี สัน วัสดุ ลวดลาย ผสมผสานกัน นอกจากประเด็นดังกล่าวแล้ว สัดส่วนทางด้านกายวิภาค (Anatomy) ของมนุษย์ ยัง เป็นปัจจัยสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้วย โดยสอดคล้องกับแนวคิดด้านการออกแบบตาม สัดส่วนร่างกายมนุษย์ของ อุดมศักดิ์ สาริบุตร⁹ ซึ่งหากสามารถจัดกระบวนการอำนวยความสะดวก สบายที่ตีความเหมาะสมกับการใช้สอยจะทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ ดังนั้นการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภทกระเป๋าจึงมีส่วนสำคัญมากที่จะต้องพิจารณาในประเด็นความสัมพันธ์กับ สัดส่วนมนุษย์ เนื่องจากการใช้งานที่ต้องสะพายและจับถือตลอดเวลา การออกแบบสายสะพายจึงต้อง เป็นหนังที่มีความอ่อนเพื่อให้อ่อนโค้งตามสรีระของขาในการสะพาย และสายกระเป๋าแบบสั้นจะต้องมี ความแข็งแรงกว่าแบบสายสะพายเพื่อความถนัดในการถือหรือหิ้ว

⁷ คมสันต์ สุริยะ, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกล้านนา : (ทุนอุดหนุนการวิจัยสำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550) น.1.

⁸ นิคม มูลิกะคามะ, วัฒนธรรมบทบาทใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์. (กรุงเทพมหานคร : รุ่ง ศิลป์การพิมพ์, 2545), น. 107.

⁹ อุดมศักดิ์ สาริบุตร, เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, (กรุงเทพมหานคร : โอเอส พริน ตัง เฮาส์, 2549), น. 73.

3. ด้านการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภเสื้อยืดและกระเป๋า

สะพานจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ผลการวิจัยพบว่า ในการผลิตควรพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ คือ ด้านความสวยงามของรูปแบบ ด้านความสัมพันธ์ของวัสดุ ด้านความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ด้านการสื่ออัตลักษณ์ เพื่อให้สามารถอยู่ในแนวโน้มของตลาดและวัฒนธรรมปัจจุบันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูใจ กิบุญ¹⁰ ที่ได้พัฒนาลายผ้าปักม้ง ในลักษณะการออกแบบลายปักโดยนำลายปักแบบดั้งเดิมของชาวม้ง มาประยุกต์ลายเข้าด้วยกัน และจัดองค์ประกอบใหม่ แล้วปักลายลงบนผ้าเกิดเป็นลวดลายใหม่ที่สามารถนำลายผ้าปักนั้นมาตกแต่งในเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ให้มีรูปทรงสวยงามเหมาะสมกับผู้สวมใส่ในยุคปัจจุบันได้หลากหลาย และยังสอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ¹¹ ที่กล่าวว่า วัฒนธรรมเป็นจิตสำนึกร่วม วัฒนธรรมมีลักษณะเฉพาะบริบท วัฒนธรรมต้องมีลักษณะพลวัต วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องถ่ายทอด และวัฒนธรรมเป็นเครือข่าย ดังนั้นการออกแบบที่นำวัฒนธรรมการแต่งกายมาใช้ร่วมในการออกแบบ จึงต้องพิจารณาจากบริบทที่สามารถสร้างความเข้าใจร่วมกันและมีการถ่ายทอดเป็นเครือข่ายได้ง่าย ซึ่งการแต่งกายมีความชัดเจนในการสื่อสารให้เข้าใจถึงอัตลักษณ์ของชนเผ่าต่างๆ ได้ดีกว่าวัฒนธรรมด้านอื่นๆ เนื่องจากสามารถพบเห็นได้ง่ายจากการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน มีการถ่ายทอดด้านการผลิตและการปักผ้ามาอย่างต่อเนื่องในฐานะเป็นสมาชิกของสังคมแบบครอบครัวสู่สังคมภายนอก เกิดการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมขึ้น และมีการสืบทอดต่อไป โดยในปัจจุบันการทอผ้าและการปักผ้า ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องพยายามคิดค้นหาวัสดุและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้เกิดการผลิตได้มากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ สวเรศ เกตุสุวรรณ¹² ที่ได้ศึกษาวัสดุผลิตภัณฑ์กับงานออกแบบ (Design and Material) และสรุปว่าสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการออกแบบ ได้แก่ การค้นคว้าวัสดุใหม่ๆ ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการผสมผสานวัสดุจึงเป็นแนวทางการออกแบบใหม่ที่พิจารณาบทบาทของวัสดุเข้ามาเป็นองค์ประกอบของความงามและความหมายในอัตลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ด้วย โดยอัตลักษณ์ดังกล่าวอาจสื่อได้ด้วยการสร้างสัญลักษณ์ที่เป็นภาพทางการออกแบบเพื่อให้เกิดความสวยงาม ซึ่ง

¹⁰ ชูใจ กิบุญ, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองชาวเขาเผ่าม้ง บ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ : (มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, 2550), น. 1.

¹¹ กาญจนา แก้วเทพ, ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา, (กรุงเทพมหานคร : เอดิชั่นเพรสโปรดักส์, 2544), น. 6.

¹² สวเรศ เกตุสุวรรณ, นิเวศการออกแบบผลิตภัณฑ์, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. 150.

สอดคล้องกับทฤษฎีสัญญาวิทยาของ กนกศักดิ์ แก้วเทพ และปัทมวรรณ เนตรพุกกณะ¹³ ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ส่วนหนึ่งเกิดจากการถูกกระตุ้นด้วยสัญลักษณ์ อันเป็นสิ่งที่เข้ามาแทนที่ ความหมายที่แท้จริงของวัตถุหรือสินค้านั้นๆ ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกรู้ผ่านเผ่าจึงเป็นการเน้น ที่รูปแบบเพื่อให้มองจากรูปลักษณ์ภายนอก เพื่อสร้างสิ่งเร้าให้เกิดขึ้นในตัวผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งมาที่การ บริโภคเป็นหลัก ในขณะที่เดียวกันแนวคิดนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ อัมเบอร์โต อีโค¹⁴ ที่กล่าวว่า แนวคิดนี้ มีการเน้นสไตล์หรือรูปแบบมากกว่าเนื้อหา หรือเรียกว่า “อุดมการณ์แบบนักออกแบบ” (Designer Ideology) คือ ทุกอย่างต้องมีการออกแบบและอุดมการณ์ดังกล่าวจะทำให้ภาพลักษณ์ สำคัญกว่าการเล่าเรื่อง ซึ่งการบริโภคก็จะเป็นการบริโภคสัญลักษณ์หรือภาพลักษณ์มากกว่าคุณประโยชน์ ในการใช้งานและมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่จะต้องมองที่รูปลักษณ์ภายนอกของสินค้าหรือ ผลิตภัณฑ์มากกว่า ดังนั้นแนวคิดของกลุ่มนี้จึงไม่สนใจเนื้อหาสาระภายในแต่จะสนใจในเรื่องของการ มองสิ่งที่ห่อหุ้มอยู่ภายนอกเป็นสำคัญ ดังนั้นการออกแบบจึงมีส่วนช่วยในการที่ทำให้ผู้บริโภคเห็นส่วนที่ อยู่ภายนอกก่อนที่จะพิจารณาความหมายที่แอบแฝงภายในต่อไป ทฤษฎีดังกล่าวสรุปได้ว่าเมื่อนำมาใช้ ในด้านการออกแบบต่างๆ จึงหมายถึงการสร้างสัญลักษณ์เพื่อให้เข้าใจร่วมกันระหว่างผู้บริโภคกับตัว สินค้า โดยผู้บริโภคต้องสามารถตีความในสินค้านั้นๆ ได้ ซึ่งสิ่งที่จะทำให้ตีความได้ง่ายขึ้น คือ สัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในขณะนั้น เช่น รูปแบบ สี สัน ข้อความต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน เป็นต้น และการสร้างความเข้าใจร่วมกันได้ง่ายที่สุดคือการใช้ข้อความต่างๆ ร่วมในกิจกรรมการจัด จำหน่าย เป็นต้น

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยเชื่อว่าหากนำแนวคิดเชิงสัญญะมาใช้กับสินค้าที่เน้นอัตลักษณ์ โดยให้ผู้บริโภครับรู้ได้จากรูปลักษณ์ภายนอกจะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายเชิงสัญญะด้าน อัตลักษณ์ที่แฝงอยู่ในสินค้านั้นได้ง่ายขึ้น คือ ขั้นแรกเป็นการกระตุ้นจากรูปลักษณ์ภายนอกของสินค้า และขั้นที่สองกระตุ้นด้วยความหมายจากอัตลักษณ์ เมื่อผู้บริโภคเข้าใจแล้วจะเกิดการยอมรับและพอใจ นำมาสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

¹³ กนกศักดิ์ แก้วเทพ และปัทมวรรณ เนตรพุกกณะ, “การโฆษณาที่อยู่อาศัย : บท วิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง” วิทยาสถิตยสารยุคจักรวรรดินิยมวัฒนธรรม. (กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์บุ๊คเนเตอร์, 2541), น. 239.

¹⁴ กาญจนา แก้วเทพ, ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา, (กรุงเทพมหานคร : เอ็ดดิสัน เพรสโปรดักส์, 2544), น. 35.

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 การประกอบอาชีพสินค้าที่ระลึกชนเผ่าเป็นงานที่ต้องให้ความสำคัญกับนักออกแบบและช่างฝีมือปักผ้าค่อนข้างสูงเนื่องจากเป็นงานที่ต้องใช้ทักษะและความชำนาญในการผลิต และยังเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับมาจากบรรพบุรุษ ดังนั้นควรมีการส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจสำหรับช่างผู้ผลิตให้เกิดความรักและหวงแหนในอาชีพ เพื่อจะได้ไม่หันไปประกอบอาชีพอื่น ซึ่งองค์กรเอกชนด้านสินค้าชนเผ่าที่ทำในระบบอุตสาหกรรมและธุรกิจชุมชน ควรให้ความสนใจและนำข้อมูลไปพิจารณาใช้กับบุคลากรในองค์กรได้

1.2 ธุรกิจสินค้าที่ระลึกชนเผ่า เป็นธุรกิจที่ต้องเน้นความสวยงามเป็นพิเศษโดยเฉพาะภาพลักษณ์ของแหล่งจำหน่าย ควรมีการสร้างบรรยากาศให้เป็นที่สนใจ มีความเกี่ยวข้องกับสาระของสินค้า มีการจัดกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ ด้วย เช่น เทศกาล ปีใหม่ วันแห่งความรัก หรือวันแม่ เป็นต้น เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้บริโภคเกิดความอยากซื้อ เนื่องจากเทศกาลต่างๆ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมีอารมณ์ร่วมในกิจกรรมต่างๆ อยู่แล้วหากมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วงนี้จะสามารถโน้มน้าวให้ผู้บริโภคซื้อมากขึ้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมด้านการตลาดคือ กระทรวงพาณิชย์ ควรให้คำแนะนำด้วยการให้คำปรึกษาผ่านกิจกรรมต่างๆ จะได้ทราบแนวทางและนำไปประยุกต์ใช้ได้

1.3 ช่างปักผ้าบางร้านขาดทักษะและความชำนาญในการผลิตโดยไม่สามารถทำตามรูปแบบที่ลูกค้าสั่งผลิตได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการฝึกทักษะให้กับช่างโดยการส่งช่างไปฝึกอบรมตามหน่วยงานต่างๆ ที่มีศักยภาพซึ่งอาจปรึกษาหรือติดต่อไปยังกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมพัฒนาชุมชน หรือมูลนิธิชาวเขา เป็นต้น

โดยผลการวิจัยนี้หน่วยงานที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรง คือ ธุรกิจเอกชนด้านผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ในองค์กรได้ทุกด้าน และยังสามารถนำแนวทางการสร้างงานภูมิปัญญาสู่ธุรกิจและรู้จักการสร้างงานออกแบบจากภูมิปัญญาไทยได้อย่างเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นจากด้านอื่นๆ เพื่อสร้างอัตลักษณ์และสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์นำมาสู่การกระจายรายได้ต่อชุมชนได้อย่างทั่วถึง

2.2 ควรมีการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอัตลักษณ์การแต่งกาย เพื่อพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์สำหรับใช้สอยหลายๆประเภท