

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของที่ระลึกด้วยศิลปะทวารวดี

นิชกานต์ ไชยจักร^{1*} และอดิเทพ แจ่มนาลาว²¹คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น²คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*Corresponding author: nichakan@tni.ac.th

บทคัดย่อ

จังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดนครปฐม เป็น 2 จังหวัดที่เป็นที่ตั้งของกลุ่มศิลปะสมัยทวารวดี และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับ จึงมีการจัดจำหน่ายของที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ แต่จากการสำรวจ ผู้วิจัยพบว่า สินค้าของที่ระลึกยังขาดเอกลักษณ์ที่น่าสนใจและการสอดแทรกข้อมูลศิลปะประวัติศาสตร์สมัยทวารวดีลงไป ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึก ที่สามารถเชื่อมโยงเรื่องราวหรือข้อมูลทางประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี พร้อมทั้งเป็นสินค้าที่เกิดจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับชุมชน โดยดำเนินการ 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ขั้นตอนการสรุปข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์และเอกลักษณ์ศิลปะสมัยทวารวดี 2) ศึกษาข้อมูลธุรกิจชุมชนประเภทของที่ระลึก 3) คัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสม และ 4) พัฒนาสินค้าของที่ระลึกตามแนวคิดของการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบผลงานที่ได้คือ ชุดนาฬิกาทวารวดีจากกลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านยางลาว และผลงานชุดพวงกุญแจทวารวดีจากวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมพื้นบ้านจังหวัดนครปฐม ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่าของที่ระลึกทั้ง 2 กลุ่ม มีความน่าสนใจ และมีแนวโน้มในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน เพราะผลงานมีความร่วมสมัย รูปทรงโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงทวารวดีและสามารถนำเสนอข้อมูลทางประวัติศาสตร์ได้ดี วัสดุมีความเหมาะสม และใช้งานง่าย สามารถสร้างมูลค่าให้กับชุมชนได้ จุดแข็งของสินค้าคือ มีความแตกต่าง แปลกใหม่ สร้างสรรค์และใช้วัตถุดิบที่มาจากชุมชนอย่างแท้จริง

คำสำคัญ : 1. วิสาหกิจชุมชน 2. ผลิตภัณฑ์ชุมชน 3. ของที่ระลึก 4. ศิลปะทวารวดี

The development of community souvenir products by using Dvaravati Art

Nichakan Chaiyajak^{1*} and Atitthep Chaetnalao²

¹*Faculty of Information Technology, Thai-Nichi Institute of Technology,
Bangkok 10250, Thailand*

²*Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, Bangkok 10200, Thailand*

**Corresponding author: nichakan@tni.ac.th*

Abstract

Both Suphanburi and Nakhon Pathom are major cities in which the Dvaravati art is located, and are also popular tourist attractions with sales of various souvenirs. However, according to the survey, the researcher found that local souvenirs still lacked uniqueness and insertion of the historical information about the Dvaravati art. In this regard, the objective of this research was to design prototypes of products that could reflect the Dvaravati art and were also produced by the community enterprise groups in order to create values for the community. The implementation of the conceptual framework was divided into four steps as follows: 1) summarise historical information and identity of the Dvaravati art; 2) study information about community business in relation to souvenirs; 3) select the appropriate community enterprise groups; and 4) develop souvenirs according to the concept of the product designs. The chosen products were the Dvaravati clock sets from the Ban Yang Lao weaving community enterprise, and the Dvaravati keychain sets from the local handicraft community enterprise in Nakhon Pathom. The research results showed that both two groups of souvenirs were interesting and likely to generate income to the communities because their works were contemporary, stylistic, and unique, and could also exhibit the Dvaravati historical information. The materials used were appropriate, easy to use, and could create values for the communities. The product's strengths included its distinction, originality, creativity, and genuine local resources.

Keywords: 1. Community enterprise 2. Community products 3. Souvenirs 4. Dvaravati Art

บทนำ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือชุมชนที่ผลิตสินค้า มีบทบาทอันเป็นรากฐานการพัฒนาประเทศ ดังแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564 ประเด็นการพัฒนาหลักที่สำคัญอีก 1 ประเด็น คือ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม ขนาดเล็กและขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มต่างๆ ในสังคม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาและส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพและพัฒนาผู้ประกอบการในชุมชนให้สามารถผลิตและขายสินค้าได้ เพื่อสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในชุมชน (Office of the National Economic and Social Development Council, 2017) ซึ่งอาชีพที่ชุมชนสามารถทำได้นั้น คือ การผลิตสินค้า เช่น อาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึก โดยเฉพาะในชุมชนที่อยู่ในเขตแหล่งท่องเที่ยว เช่น จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดนครปฐม โดย 2 จังหวัดนี้มีความคล้ายคลึงกันในด้านเป็นเขตแหล่งท่องเที่ยว และอยู่ภายใต้วัฒนธรรมทวารวดีภาคกลางของประเทศ มีบทบาททางเศรษฐกิจที่สำคัญต่อประเทศโดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในระดับภูมิภาค (GRP) ค่อนข้างสูง (Dvaravati Group, Lower Central Region 1, 2015: 14) ชุมชนหรือชาวบ้านเหล่านี้มีต้นทุนทางด้านศิลปและวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์โดดเด่นและคุณค่าอย่างสูง แต่สำหรับคนในท้องถิ่นนั้นอาจยังไม่มีค่าเท่าไรที่เพียงพอ จึงไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญและคุณค่ามากนัก (Wongruchirawanich, 2011) อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าสินค้าของที่ระลึกในปัจจุบันจะเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวและมีความสวยงาม ราคาไม่แพง แต่สิ่งสำคัญที่คณะผู้วิจัยเล็งเห็น คือ ของที่ระลึกเหล่านั้นเป็นเพียงสิ่งที่แทนความรู้สึกเป็นของฝากที่สวยงาม แต่ไม่สามารถสื่อสารถึงเรื่องราวข้อมูลทางประวัติศาสตร์ อันเป็นเอกลักษณ์และคุณค่าของพื้นที่นั้น ๆ ได้ รวมถึงเป็นสินค้าที่ถูกผลิตวางขายในรูปแบบเดิม ๆ ซ้ำ ๆ จากกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าเพียงไม่กี่ราย ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาศิลปวัตถุ โบราณวัตถุ และโบราณสถานในสมัยทวารวดี ภายใต้จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดนครปฐม เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกที่สามารถเชื่อมโยงถึงเรื่องราว หรือข้อมูลทางประวัติศาสตร์ พร้อมทั้งเป็นสินค้าที่เกิดจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภายใต้ 2 จังหวัดนี้เพื่อสร้างมูลค่า และคุณค่าให้กับกลุ่มสินค้าวิสาหกิจชุมชน และสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแนวทางการดำเนินงานในส่วนของการศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี ข้อมูลผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน เพื่อคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสมในการพัฒนาร่วมกับโครงการวิจัย อันเป็นเครื่องมือในการประเมินถึงความพึงพอใจต่าง ๆ และวิเคราะห์ในประเด็นการช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยสรุปวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึก ที่สามารถเชื่อมโยงถึงเรื่องราว หรือข้อมูลทางประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี ที่สร้างการรับรู้ การจดจำ และสร้างความประทับใจได้
2. เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าธุรกิจชุมชนประเภทของที่ระลึก และช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิดการวิจัย

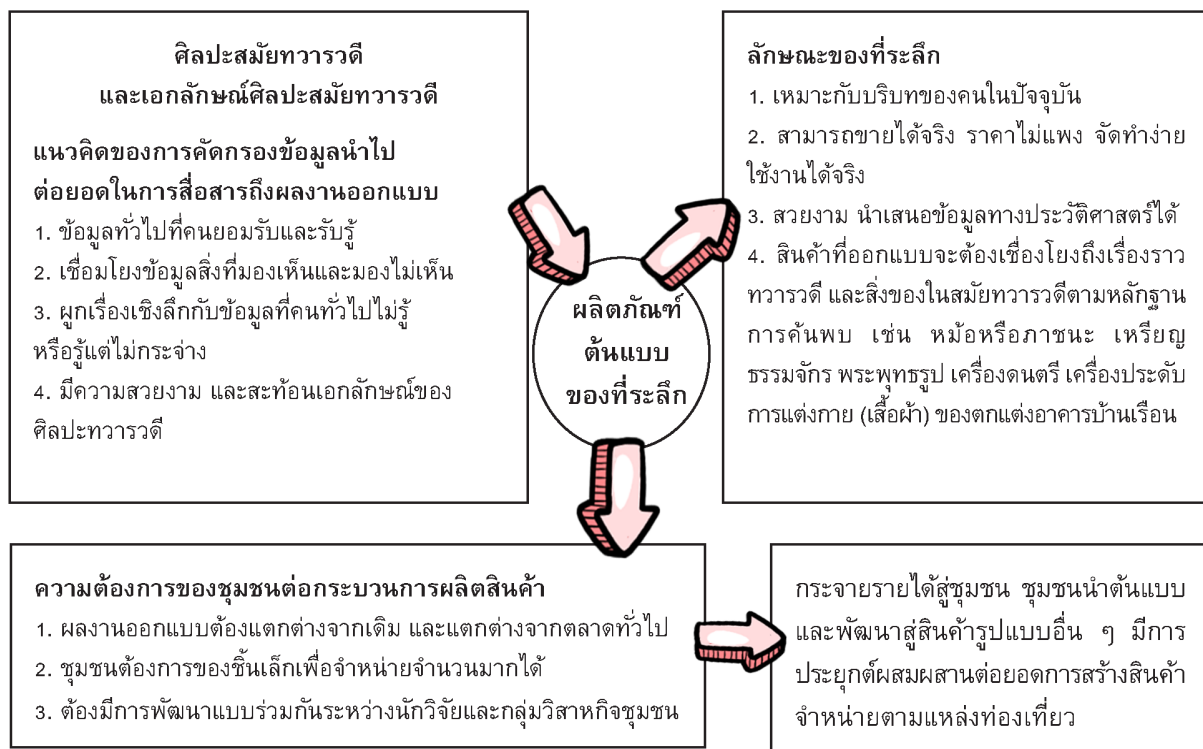
หลักการที่สำคัญสำหรับผู้บริหารก็คือ การกระตุ้นให้ชาวบ้านระดับท้องถิ่นเข้าใจและเข้าถึงความหมายของคำว่า “สร้างสรรค์” เพื่อให้เขาเหล่านั้นสามารถนำต้นทุนที่เป็นอัตลักษณ์อันโดดเด่นในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่ม ต่อยอดธุรกิจให้สามารถเติบโตได้อย่างสร้างสรรค์ หลักหนึ่งการสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดิม ๆ แต่จะต้องเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์และนำเสนอานบริการที่สามารถเพิ่มคุณค่าทางด้านความรู้สึกลงไปด้วย (Wongruchirawanich, 2011) วัฒนธรรมกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง เรื่องราวที่เกี่ยวข้องทางวัฒนธรรมที่มีส่วนในการนำมาสร้างสรรค์ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เกิดรูปแบบที่มีทั้งความสวยงาม และประโยชน์ใช้สอย มีเอกลักษณ์ที่สื่อถึงสิ่งนั้น ๆ ตามวัตถุประสงค์ของผู้สร้างสรรค์ ซึ่งหากต้องการให้ผลิตภัณฑ์นั้นสื่อถึงเรื่องราวทางวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน จะต้องทำความเข้าใจในวัฒนธรรมที่เป็นแก่นแท้ของรากเหง้าให้ถูกต้อง ก่อนที่จะนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานต่าง ๆ ร่วมกัน เพื่อให้ผลงานนั้นสื่อเรื่องราวทางวัฒนธรรมได้อย่างถูกต้อง มีคุณค่า และเหมาะสม ในขณะเดียวกัน เมื่อนำมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม จะต้องเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อและสร้างจิตสำนึกร่วมของคนในสังคม ทั้งด้านความเชื่อ ศิลปะ ศีลธรรม ประเพณี และพฤติกรรมอื่น ๆ ที่เป็นการแสดงออกของมนุษย์ในประเด็นดังกล่าวหากสามารถทำให้ปรากฏพบเห็นได้ในผลิตภัณฑ์ทั่วไป จะทำให้วัฒนธรรมมีการสืบทอดผ่านโครงสร้างของกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกับการผลิตสินค้า คือ มีวัตถุดิบ มีผู้ผลิต มีวัสดุ

อุปกรณ์ มีความรู้ มีสถานที่ มีกาลเวลา มีการแพร่กระจาย มีกระบวนการใช้การบริโภคผลผลิต และกลุ่มผู้ใช้ผลผลิตของวัฒนธรรมนั้น ๆ (Inkong, 2017: 39)

สิ่งสำคัญอีกประเด็นหนึ่ง คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเชิงปัญญา ซึ่งหมายถึงการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าและธุรกิจให้เป็นแบรนด์ เพราะนวัตกรรมการสร้างแบรนด์จะช่วยให้ลูกค้าสามารถระลึกถึง จดจำลักษณะ และมีความประทับใจในสินค้ามากกว่าสินค้าของคู่แข่งหรือสินค้าประเภทเดียวกัน (Keeley, Walters, Pikkell, & Quinn, 2015: 50) และการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้มีประสิทธิภาพ สามารถใช้งานได้อย่างจริงและควรดูแลการเก็บรักษาควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเผยแพร่ บอกเล่าเรื่องราวภูมิหลังให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจแหล่งท่องเที่ยว แสดงให้เห็นถึงคุณค่าและภาพลักษณ์อันดีในแหล่งท่องเที่ยว มีการออกแบบที่ดูทันสมัย น่าสนใจ และมีประโยชน์ใช้สอยได้จริงในชีวิตประจำวัน ทั้งยังต้องเหมาะสมกับบริบท และวิถีชีวิตในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวด้วย การจัดทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้นไม่เพียงแต่จะต้องให้ความใส่ใจด้านรูปแบบและดีไซน์เท่านั้น หากยังต้องให้ความสำคัญกับ

ความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายด้วย (Xin, 2016: 133-148)

ทั้งนี้ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม สิ่งที่ต้องนำมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม คือ การนำหลักพื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่ประกอบด้วย หลักการ 10 ข้อ (Jarungjitsunthorn, 2005: 25) เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมให้มีรูปแบบที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งมีแนวทางการวิเคราะห์ประกอบด้วย 1) ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ 2) ความปลอดภัยในการใช้งาน 3) ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ 4) ความสะดวกสบายหรือความถูกต้องตามหลักสรีรศาสตร์ 5) ความงามของผลิตภัณฑ์ 6) ราคาหรือต้นทุนในการผลิตกับการจำหน่าย 7) การดูแลและบำรุงรักษาง่าย 8) วัสดุ 9) กรรมวิธีการผลิต 10) การขนส่ง หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ 10 ข้อ ดังกล่าว ถือเป็นหัวใจของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ต้องนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบวัฒนธรรม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (Inkong, 2017: 18-19) ซึ่งทั้งหมดได้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย (ที่มา : Nichakan Chaiyajak & Atitthep Chaetnalao)

ระเบียบวิธีวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (experimental research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ 1) กลุ่มธุรกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดนครปฐม จำนวน 10 กลุ่ม 2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านประวัติศาสตร์เพื่อประเมินผลงาน จำนวน 2 คน 3) กลุ่มบุคคลทั่วไปหรือนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ ได้แก่ พระใหญ่ จังหวัดสุพรรณบุรี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี และองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม โดยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามคือ 141 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสอบถามเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบและด้านประวัติศาสตร์ประเมินความเหมาะสมในการออกแบบที่สามารถพัฒนาสู่ผลงานออกแบบของที่ระลึกได้ 2) ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สร้างขึ้นร่วมกับกลุ่มชุมชนเพื่อประเมินผลเพื่อทดสอบความสามารถในการเชื่อมโยงถึงเรื่องราว หรือข้อมูลทางประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี ที่สร้างการรับรู้ การจดจำ และสร้างความประทับใจ 3) แบบสอบถามเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนทั่วไปและนักท่องเที่ยว ประเมินถึงการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าธุรกิจชุมชนประเภทของที่ระลึก และช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนศึกษา

1.1 ศึกษาข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ของศิลปสมัยทวารวดี ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดนครปฐม

1.2 ศึกษาเอกลักษณ์ศิลปสมัยทวารวดีจังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดนครปฐม

1.3 ศึกษาข้อมูลธุรกิจชุมชนที่เป็นสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดนครปฐม จำนวนจังหวัดละ 5 ชุมชน

2. วิเคราะห์ข้อมูลศิลปสมัยทวารวดี

2.1 สรุปข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์และเอกลักษณ์ศิลปสมัยทวารวดี

2.2 วิเคราะห์แนวทางการนำข้อมูลทางศิลปวัตถุ โบราณวัตถุ และโบราณสถานในสมัยทวารวดีร่วมกับสินค้าชุมชนเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกที่สามารถเชื่อมถึงเรื่องราว หรือข้อมูลทางประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี

3. วิเคราะห์ธุรกิจชุมชนในเขตพื้นที่ เพื่อคัดเลือกกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เหมาะสมต่องานวิจัยให้เหลือ 2 ชุมชน โดยมีหลักการคัดเลือก 5 ข้อ ดังนี้

3.1 มีคุณค่าด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภาษา ความเชื่อ การดำรงชีวิต งานศิลปหัตถกรรม ด้านใดด้านหนึ่งตามที่กล่าวมา

3.2 มีลักษณะเด่นที่ชัดเจนทั้งรูปธรรมและนามธรรม

3.3 มีความเชื่อมโยงและสำคัญต่อชุมชนและเศรษฐกิจ

3.4 สามารถต่อยอดเป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ได้

3.5 สามารถนำเสนอเรื่องราว หรือข้อมูลทางประวัติศาสตร์สมัยทวารวดีได้

4. ลงพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกชุมชนร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 2 จังหวัด จังหวัดละ 1 กลุ่ม เพื่อเสนอผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านประวัติศาสตร์

5. สร้างเครื่องมือวิจัยด้วยแบบสอบถามเพื่อประเมินผลงานการออกแบบด้านการตลาดและความพึงพอใจ 2 ประเด็น ดังนี้

5.1 ด้านการรับรู้ข้อมูล การจดจำ และสร้างความประทับใจ

5.2 ด้านการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าธุรกิจชุมชน และแนวโน้มในการเพิ่มรายได้

6. นำเสนอผลงานต้นแบบต่อคนทั่วไปและนักท่องเที่ยว เพื่อประเมินความพึงพอใจใน 2 ประเด็นข้างต้น

7. วิเคราะห์ผลประเมินความพึงพอใจ

8. สรุปผลการวิจัย และจัดทำรูปเล่มงานวิจัย

ผลการศึกษาวิจัย

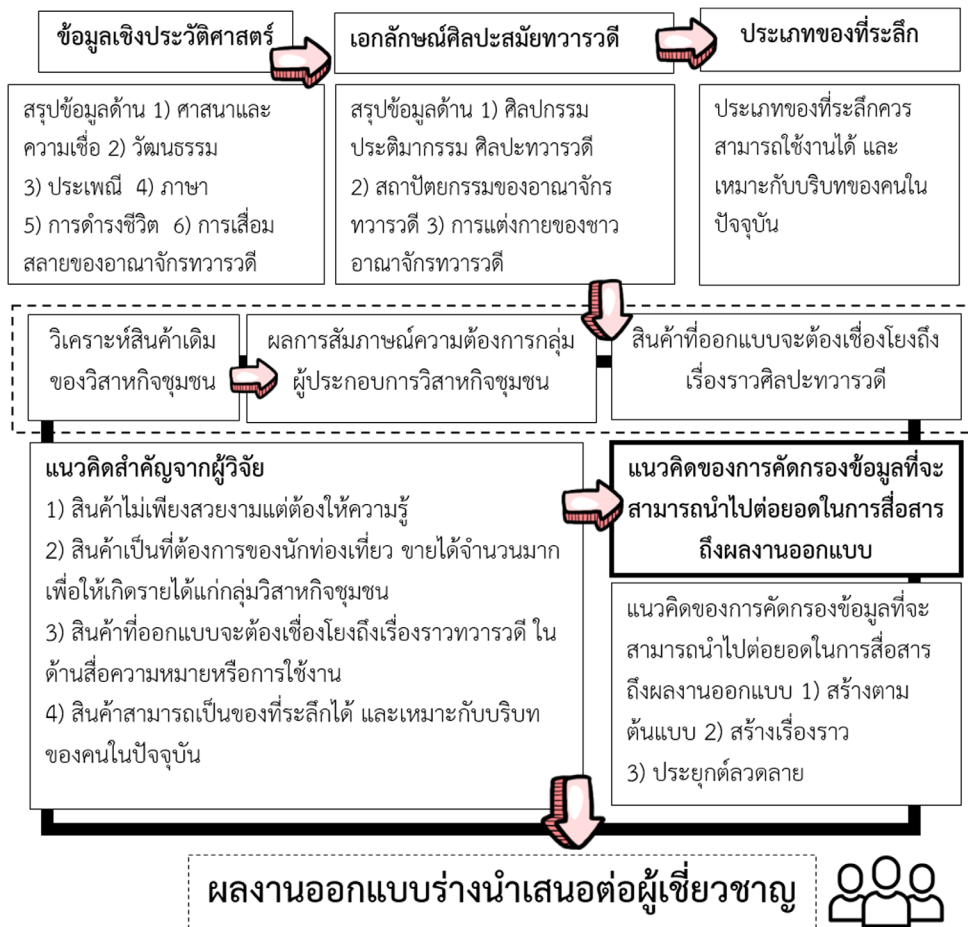
ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกที่สามารถเชื่อมโยงถึงเรื่องราว หรือข้อมูลทางประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี ที่สร้างการรับรู้ การจดจำ และสร้างความประทับใจได้

การดำเนินงานวิจัยได้เริ่มจากศึกษาข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์ศิลปสมัยทวารวดี และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยระหว่างการศึกษาเก็บข้อมูล ณ พื้นที่การวิจัยจังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดนครปฐม พบว่าสินค้าที่ขายดี และจำหน่ายได้ทุกเทศกาล ส่วนใหญ่เป็นสินค้าขนาดเล็กและกลาง ระดับราคาสินค้าที่ขายได้ง่าย อยู่ในช่วง 59 - 250 บาท จากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนเพื่อเข้าสู่กระบวนการวิจัยจาก 10 กลุ่ม คัดเลือกเหลือ 2 กลุ่ม โดยใช้หลักการคัดเลือก 5 ข้อ ได้แก่ 1) มีคุณค่าด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภาษา ความเชื่อ

การดำรงชีวิต งานศิลปหัตถกรรม ด้านใดด้านหนึ่งตามที่กล่าวมา 2) มีลักษณะเด่นที่ชัดเจนทั้งรูปธรรมและนามธรรม 3) มีความเชื่อมโยงและสำคัญต่อชุมชนและเศรษฐกิจ 4) สามารถต่อยอดเป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ได้ 5) สามารถนำเสนอเรื่องราว หรือข้อมูลทางประวัติศาสตร์สมัยทวารวดีได้ ผลการวิเคราะห์คัดเลือกชุมชนที่เข้าร่วมพัฒนาสินค้า ได้แก่ กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านยางลาว จังหวัดสุพรรณบุรี และวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมพื้นบ้านจังหวัดนครปฐม

ขั้นตอนต่อมา คือ กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยผู้วิจัยได้วางแผนการออกแบบ จากการวิเคราะห์การลงพื้นที่สำรวจกลุ่มสินค้าชุมชน การศึกษาข้อมูล และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแนวคิดนี้ผู้วิจัยเชื่อว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบของที่ระลึกในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอื่นที่มีคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ทวารวดีได้ โดยแนวทางการออกแบบ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแผนภาพดังภาพที่ 2

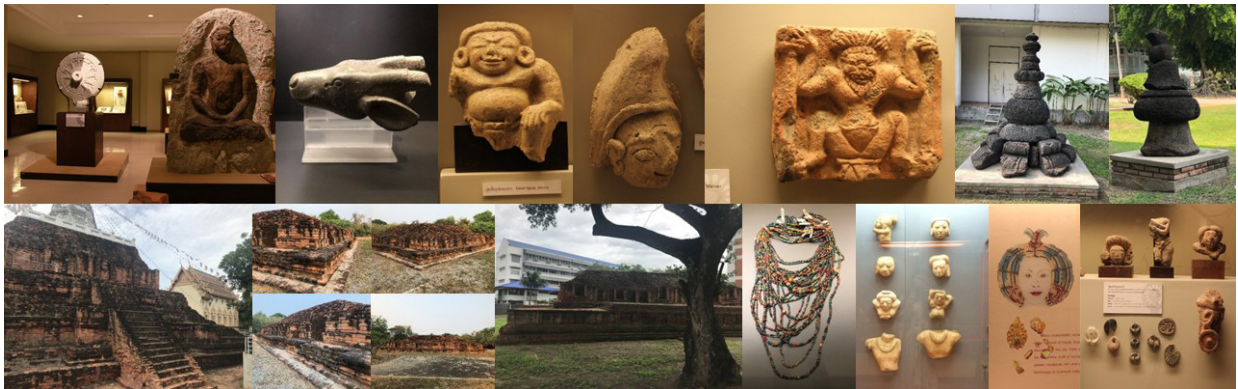


ภาพที่ 2 แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึก (ที่มา : Nichakan Chaiyajak & Atitthep Chaetnalao)

จากภาพข้างต้น เมื่อผู้วิจัยดำเนินการศึกษา เก็บข้อมูล และวิเคราะห์ตามแนวทางการออกแบบ จนถึงลำดับการออกแบบผลงานแบบร่างเพื่อนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญนั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความเหมาะสมของประเภทสินค้าจากประเภทของที่ระลึกที่สามารถใช้งานได้ เช่น แก้วน้ำ กระเป๋าสตางค์ โทรศัพท์มือถือ เคสแท็บเล็ต เคสโน้ตบุ๊ก กล้องดินสอ ดินสอ ปากกา อุปกรณ์สำหรับเก็บข้อมูลดิจิทัล (flash drive) ที่รองแก้ว แก้วเก็บความเย็น ถังใส่แก้วเก็บความเย็น โคมไฟ

พวงกุญแจ ที่ทับกระดาษ กล่องเก็บของสำคัญ ของตั้งโชว์ นาฬิกาตั้งโต๊ะ ที่ใส่นามบัตร กล่องกระดาษชำระ เป็นต้น จากนั้นพิจารณาประเภทสินค้าเดิมของวิสาหกิจชุมชน หัตถกรรมพื้นบ้าน จังหวัดนครปฐม พบว่าชุมชนมีความชำนาญในการทำกระเป๋าสตางค์ ตะกร้า และชะลอม ส่วนของสินค้าเดิมของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านยางลาวมีความชำนาญในการทำกระเป๋าสตางค์ ผ้าทอ ที่คาดเอวหรือเข็มขัด พวงกุญแจ ผ้าชิ้น

แนวทางที่จะสามารถสร้างรูปแบบ รูปทรงสินค้าแบบใหม่
ที่สามารถนำเอกลักษณ์ศิลปะสมัยทวารวดีในด้านต่าง ๆ
ได้แก่ 1) ศิลปกรรมประติมากรรมศิลปะทวารวดี พบจุดเด่น
เอกลักษณ์ที่ชัดเจน คือ มีวิวัฒนาการการออกแบบของ
พระพุทธรูป มีการสร้างประติมากรรมด้านศาสนาจำนวนมาก
พบธรรมจักรจำนวนมาก มีปูนปั้นรูปทรงต่าง ๆ เช่น กวางหมอบ
หน้าคน สิงห์ เป็นต้น 2) สถาปัตยกรรมของอาณาจักร
ทวารวดี พบจุดเด่นเอกลักษณ์ที่ชัดเจน คือ ปัจจุบันเป็น
ซากโบราณสถานที่ไม่สมบูรณ์ แต่ยังสามารถแสดงถึงหลักฐาน
การก่อสร้างและรูปทรงต่าง ๆ อิฐทวารวดีมีลักษณะพิเศษ
มีร่องรอยของเมล็ดเปลือกข้าว และมีสัญลักษณ์ที่สวยงาม
3) การแต่งกายของชาวอาณาจักรทวารวดี พบจุดเด่น
เอกลักษณ์ที่ชัดเจนคือ คนสมัยทวารวดีนิยมใส่ต่างหู สร้อยคอ
ลูกปัด ทรงผมไว้ยาวรวบมัดด้านบนและประบ่า มัดจุดด้านบน
ดังตัวอย่างภาพที่ 3



หัตถกรรมพื้นบ้าน จังหวัดนครปฐม มี 3 แบบ ได้แก่ 1) กลอง
ใส่ของอเนกประสงค์ 2) โคมไฟพระปฐมเจดีย์ 3) พวงกุญแจ
ทวารวดี ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าที่กระตุกบ้าน
ยางลาว จังหวัดสุพรรณบุรี มี 3 แบบ ได้แก่ 1) กระเป๋านัตบึก
2) ชั้นวางของแขวนผนัง 3) นาฬิกาติดผนัง

ขั้นตอนต่อมา ผู้วิจัยเริ่มจากการร่างแบบในรูปแบบ
สเก็ตซ์ภาพ จากนั้นขึ้นรูปแบบให้เป็นรูปทรง 3 มิติด้วย
โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ ผลงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

แนะนำว่า ควรนำแนวคิดพวงกุญแจไปพัฒนาต่อยอด เพราะจะสามารถนำเสนอเรื่องราวของทวารวดีได้ชัดเจนที่สุด และในส่วนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี แนะนำว่าควรนำแนวคิดนาฬิกาไปพัฒนาต่อยอด เพราะจะสามารถนำเสนอเรื่องราวของทวารวดีได้ชัดเจนที่สุดเช่นกัน เพราะรูปทรงสินค้ามีความน่าสนใจ โดยจากข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ มีความ

สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่ส่วนใหญ่ได้เลือกซื้อสินค้าขนาดเล็กและกลาง เช่น พวงกุญแจ ในส่วนของนาฬิกาแขวนผนัง สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านการเป็นสินค้าที่แปลกใหม่ และนำเสนอเรื่องราวของทวารวดีได้ชัดเจน รวมถึงเป็นสินค้าขนาดกลาง โดยผลงานการออกแบบร่างและขึ้นรูป 3 มิติ แสดงดังภาพที่ 4 และภาพที่ 5



ภาพที่ 4 แบบร่างและรูปทรง 3 มิติ พวงกุญแจทวารวดี (ที่มา : Nichakan Chaiyajak & Atitthep Chaetnalao)



ภาพที่ 5 แบบร่างและรูปทรง 3 มิติ นาฬิกาติดผนัง (ที่มา : Nichakan Chaiyajak & Atitthep Chaetnalao)

จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อสรุปและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิมาพัฒนาต่อยอดผลงานออกแบบร่วมกับชุมชนทั้ง 2 ชุมชน โดยผลงานมีแนวคิดและรูปแบบ ดังนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมพื้นบ้าน จังหวัดนครปฐม : พวงกุญแจทวารวดี

แนวคิดคือ รูปแบบพวงกุญแจนั้นได้สร้างตามหลักการประยุกต์ลดทอน เนื้อหาเชิงประวัติศาสตร์ที่นำเสนอคือ พวงกุญแจ ซึ่งเปรียบดังศูนย์รวมเรื่องราวของทวารวดี แสดงถึงการรวบรวมศิลปวัตถุ โบราณสถานในสมัยทวารวดีไว้ใน

พวงกุญแจ เปรียบเทียบในเชิงอุปมาอุปไมยคือ กุญแจเปรียบเสมือนของสำคัญที่ใช้ไขสิ่งต่าง ๆ ดังนั้นการมีเรื่องราวเกี่ยวกับทวารวดีติดพวงกุญแจ จึงเป็นการนำมาซึ่งการไขหรือการเปิด และนัยอีกประเด็นคือ การเปิดรับศาสนาพุทธเข้ามาในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดในการนำเสนอข้อมูลที่คนทั่วไปยอมรับและรับรู้ คือ ศิลปกรรม ประติมากรรม และศิลปะทวารวดี มีการสร้างประติมากรรมด้านศาสนาจำนวนมาก รวมถึงประติมากรรมปูนปั้น เช่น กวางหมอบ หน้าคนสิงห์ เป็นต้น ในส่วนของสถาปัตยกรรมทวารวดีนั้น ปัจจุบัน

เป็นซากโบราณสถานที่ไม่สมบูรณ์ แต่ยังสามารถพบหลักฐานการก่อสร้าง รูปทรง และสถาปัตยกรรมต่างๆ ซึ่งคนทั่วไปทราบว่า ผู้คนสมัยทวารวดีนั้นส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เชื่อว่าเมื่อธรรมจักรปรากฏที่แห่งใด นั้นหมายถึงพุทธศาสนาได้เดินทางไปถึงดินแดนแห่งนั้น นอกจากนี้ ยังมีการนำแรงบันดาลใจเรื่องของการเดินทางเข้ามาค้าขายจากต่างชาติ เรื่องการแต่งกาย การบูรณะโบราณสถานองค์พระปฐมเจดีย์ ที่เกิดขึ้นทั้งหมด

3 สมัย ซึ่งรูปแบบการใช้งานพวงกุญแจทวารวดี สามารถใช้ห้อยกับกระเป๋า หรือพวงกุญแจ หรืออื่น ๆ ตามความต้องการ ทั้งนี้องค์ประกอบของเนื้อหาตามที่กล่าวมา ผู้ซื้อสามารถเลือกมาประกอบเองได้ หรือเลือกชิ้นที่ชอบได้ เพราะผลงานมีหลากหลายแบบ ซึ่งผลงานพวงกุญแจได้ออกแบบรูปทรงที่แตกต่างจากสินค้าเดิมของชุมชน และตลาดทั่วไปที่เป็นสินค้าผักตบชวา พร้อมทั้งตรงตามความต้องการของชุมชนที่ต้องการของชิ้นเล็กเพื่อขายจำนวนมากได้ ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ผลงานผลิตสินค้าต้นแบบพวงกุญแจ (ที่มา : Nichakan Chaiyajak & Atitthep Chaetnalao)

ผลงานผลิตสินค้าต้นแบบพวงกุญแจ การผลิตผลงานจริงจะแตกต่างจากผลงานต้นแบบเพียงเล็กน้อย ผู้วิจัยได้ปรับสินค้าบางชิ้นให้มีขนาดเล็กลงเพื่อให้สามารถจำหน่ายในราคาที่ต่ำลงได้ ในกรณีที่ผู้ซื้ออาจต้องซื้อในจำนวนที่ค่อนข้างมากเพื่อใช้สำหรับเป็นของขวัญ ของที่ระลึกตามโอกาสต่าง ๆ และกรณีที่ใช้แขวนกระเป๋าใบเล็กหรือแขวนมือถือ ทั้งนี้ ขั้นตอนการผลิตอาจต้องใช้เวลาด้วย เพราะผู้วิจัยพัฒนาให้ผลงานสามารถใช้งานได้ทั้ง 2 ด้าน ทุกด้านจึงมีรูปทรงเดียวกัน และมีการนำลูกเล่นที่เป็นเศษผักตบชวามาตกแต่งเป็นรูปให้น่ารักเพิ่มเติม

ผลงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านยางลาว จังหวัดสุพรรณบุรี : นาฬิกาทวารวดี

แนวคิดในการออกแบบนาฬิกาทวารวดีเป็นรูปแบบนาฬิกาที่ดัดแปลงได้สร้างตามหลักการประยุกต์ลดทอน คือ สร้างลดทอนหรือประยุกต์ลดทอนจากโบราณสถาน หรือโบราณวัตถุลงบนวัสดุท้องถิ่น เนื้อหาเชิงประวัติศาสตร์คือการนำเสนอข้อมูลที่คนทั่วไปยอมรับและรับรู้ในด้าน

ศิลปกรรม ประติมากรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรูปปั้นรูปทรงต่าง ๆ เช่น กวางหมอบ หน้าคน สิงห์ เป็นต้น ซึ่งบางส่วนจะนำเหรียญมารวมออกแบบ และเน้นถึงสถาปัตยกรรมของอาณาจักรทวารวดี ซึ่งปัจจุบันเป็นเพียงซากโบราณสถานที่ไม่สมบูรณ์ แต่ยังสามารถแสดงถึงหลักฐานการก่อสร้างและรูปทรงต่าง ๆ สิ่งสำคัญคือ สินค้าที่ออกแบบเชื่อมโยงถึงเรื่องราวทวารวดีในด้านการใช้งานเป็นสิ่งของที่ระดับบ้านเรือน คล้ายกับโบราณสถานที่มีระดับประดาด้วยปูนปั้นรูปทรงต่าง ๆ เช่น รูปหน้าคน สิงห์ เป็นต้น รูปแบบการใช้งานนาฬิกาทวารวดี นอกจากจะสามารถใช้ได้เวลาได้แล้ว ยังถือว่าเป็นสินค้าตกแต่งบ้านเรือน ซึ่งผู้ที่สนใจในสินค้า หรือผู้ซื้อสามารถเลือกเนื้อหาองค์ประกอบที่เปรียบได้กับโบราณวัตถุ มาตกแต่งนาฬิกาตามใจชอบ ถือได้ว่าเป็นการจำลองนำเอาปูนปั้นมาติดผนังบ้านเรือนของตนเอง ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 ผลงานผลิตสินค้าต้นแบบนาฬิกาทวารวดี (ที่มา : Nichakan Chaiyajak & Atitthep Chaetnalao)

ผลงานผลิตสินค้าต้นแบบนาฬิกาทวารวดี จะมีการปรับเปลี่ยนไปตามความยากง่ายของรูปแบบในแต่ละชิ้นบ้างเล็กน้อย บางชิ้นจะใช้วัสดุอื่นร่วม เพื่อให้เกิดมิติความหลากหลายและน่าสนใจ เช่น เหรียญเงิน จะใช้ลูกปัดที่มีความคล้ายคลึงกับลูกปัดสมัยทวารวดีร้อยลงบนตัวผ้าแทนการปักเย็บ และใช้ของตกแต่งชุดรำไทยแทนใบโพธิ์ การเย็บอาจมีการควบคุมทิศทางของฝีจักรค่อนข้างยาก ดังนั้นรูปทรงที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยและกลุ่มชุมชนที่พัฒนาแบบร่วมกันบางส่วน ได้มีการลดทอนรายละเอียดลงบ้างเล็กน้อย แต่ยังคงเน้นการสื่อสารถึงรูปทรงของโบราณวัตถุ และโบราณสถาน ซึ่งผู้วิจัยเลือกผ้าที่อยู่ในโทนสีอาร์ตโนโว คือ โทนสีที่ย้อนสู่ธรรมชาติ (Back-to-Nature) เป็นโทนสีที่ให้ความรู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติ อบอุ่น ปลอดภัย ความเป็นอดีต ศิลปะ และหัตถกรรม (Srisuthep, 2006: 106)

จากนั้นผู้วิจัยได้นำเสนอผลงานทั้ง 2 กลุ่ม ต่อกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น พระใหญ่ จังหวัดสุพรรณบุรี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี องค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม จำนวน 141 คน เพื่อประเมินผลงานออกแบบ ในด้านการรับรู้การจดจำ และสร้างความประทับใจ โดยพิจารณาผลค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) ซึ่งผลการประเมินพวงกุญแจทวารวดี พบว่า 1) รูปทรง และลวดลายสินค้ามีความร่วมสมัย และโดดเด่น ค่าเฉลี่ย 4.20 ผลอยู่ในระดับที่ดี 2) รูปทรงสินค้าเป็นเอกลักษณ์ และสร้างการจดจำสินค้าได้ ค่าเฉลี่ย 4.24 ผลอยู่ในระดับที่ดี 3) รูปทรง

สินค้ามีสัดส่วนที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.12 ผลอยู่ในระดับที่ดี 4) รูปทรง และลวดลายสินค้าสื่อถึงทวารวดีได้ ค่าเฉลี่ย 4.23 ผลอยู่ในระดับที่ดี 5) สามารถนำเสนอข้อมูลความรู้ทางประวัติศาสตร์ ได้ค่าเฉลี่ย 4.13 ผลอยู่ในระดับที่ดี

ผลการประเมินนาฬิกาทวารวดี เป็นดังนี้ 1) รูปทรง และลวดลายสินค้ามีความร่วมสมัย และโดดเด่น ค่าเฉลี่ย 4.30 ผลอยู่ในระดับที่ดี 2) รูปทรงสินค้าเป็นเอกลักษณ์ และสร้างการจดจำสินค้าได้ ค่าเฉลี่ย 4.40 ผลอยู่ในระดับที่ดี 3) รูปทรงสินค้ามีสัดส่วนที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.22 ผลอยู่ในระดับที่ดี 4) รูปทรง และลวดลายสินค้าสื่อถึงทวารวดีได้ ค่าเฉลี่ย 4.37 ผลอยู่ในระดับที่ดี 5) สามารถนำเสนอข้อมูลความรู้ทางประวัติศาสตร์ได้ ค่าเฉลี่ย 4.30 ผลอยู่ในระดับที่ดี

จากนั้นผู้วิจัยได้ประเมินผลงานการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าธุรกิจชุมชนประเภทของที่ระลึก และช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามข้อสรุปในส่วนที่ 2 ดังนี้

ส่วนที่ 2 สรุปผลการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าธุรกิจชุมชนประเภทของที่ระลึก และช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผู้วิจัยได้สรุปผลการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าธุรกิจชุมชนประเภทของที่ระลึก และช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการนำผลงานการออกแบบที่ได้นำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังแสดงในภาพที่ 8



ภาพที่ 8 การลงพื้นที่เสนอผลงานออกแบบต่อกลุ่มเป้าหมาย (ที่มา : Nichakan Chaiyajak & Atitthep Chaetnalao)

รายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยการคำนวณหาร้อยละ หรือ Percentage (%) และผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์จากคำแนะนำของกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 141 คน ซึ่งผลสรุปด้านการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าธุรกิจชุมชนประเภทของที่ระลึก และช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ผลสรุปคำตอบของผลงานชุดนาฬิกาหัตถกรรม คำตอบที่ได้ส่วนใหญ่คือ ดีมาก และรองลงมาคือ ดี แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลงานอย่างมาก แต่ทั้งนี้ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) ด้านการรับรู้ การจดจำ และสร้างความประทับใจอยู่ในระดับดีทั้ง 5 ข้อ ส่วนด้านแนวโน้มในการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) อยู่ในระดับดีมาก 3 ประเด็น คือ 1) สามารถใช้งานของที่ระลึกได้จริง 2) สามารถส่งเสริมคุณค่า และสร้างมูลค่าให้กับชุมชนได้ และ 3) การนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาช่วยในการผลิตสินค้า ช่วยให้สินค้าของที่ระลึกน่าสนใจมากขึ้น สรุปได้ว่าผลงานสามารถเพิ่มมูลค่าให้สินค้าธุรกิจชุมชนประเภทของที่ระลึกได้จริง

2. ผลสรุปคำตอบของผลงานชุดพวงกุญแจหัตถกรรม คำตอบที่ได้ส่วนใหญ่คือ ดี และรองลงมาคือ ดีมาก แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลงานในระดับที่ดี และมีค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) ที่อยู่ในระดับดีทุกข้อนั้น หมายความว่าภาพรวมผลงานถือว่าอยู่ระดับดี

3. ผลงานพวงกุญแจมีค่าเฉลี่ยคำตอบอันดับ 1 คือ ดีมาก ในประเด็นใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน สะดวกต่อการใช้งาน และการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาช่วยในผลงาน ช่วยให้สินค้าน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าตรงกับคำตอบด้านจุดแข็งของสินค้า ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่าจุดแข็งของสินค้าคือ คุณค่าและมูลค่าด้านความเป็นสินค้าชุมชน ร้อยละ 49.6

4. กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นต่อผลงานชุดนาฬิกาหัตถกรรม คำตอบที่ได้ส่วนใหญ่คือ ดีมาก และรองลงมาคือ ดี แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบในสินค้าของที่ระลึกเป็นอย่างมาก และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่าจุดแข็งของสินค้าคือ แนวความคิดที่แปลกใหม่ สินค้าแปลกตา หรือสะดุดตา ถึงร้อยละ 61

5. ผลงานชุดนาฬิกาหัตถกรรมมีค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) อยู่ในระดับดีมาก ใน 3 หัวข้อ ได้แก่ 1) สามารถใช้งานของที่ระลึกได้จริง 2) สินค้าส่งเสริมคุณค่า และสร้างมูลค่าให้กับชุมชนได้ 3) การนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาช่วยในการผลิตสินค้า

ช่วยให้สนใจสินค้ามากขึ้น ดังนั้นแสดงว่าถ้าผลงานออกแบบได้ผลิตเพื่อจำหน่ายจริง คาดว่าจะมีกลุ่มที่สนใจซื้อสินค้าอย่างแน่นอน นอกจากนี้ ขณะที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจความคิดเห็น ปรากฏว่ากลุ่มเป้าหมายหลายคนให้ความสนใจสอบถามซื้อสินค้าในระหว่างทำแบบสอบถาม

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

1. ผลการออกแบบ

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกที่สามารถเชื่อมโยงถึงเรื่องราวหรือข้อมูลทางประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี ที่สร้างการรับรู้ การจดจำ และสร้างความประทับใจ ซึ่งได้ข้อสรุปว่า ผลงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครปฐม คือ ชุดผลงานพวงกุญแจหัตถกรรม ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี คือ ผลงานชุดนาฬิกาหัตถกรรม ซึ่งเป็นนาฬิกาแขวนผนัง ผลที่ได้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือ สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึก ที่สามารถเชื่อมโยงถึงเรื่องราว หรือข้อมูลทางประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี ที่สร้างการรับรู้ การจดจำ และสร้างความประทับใจได้ เนื่องจากผู้ทรงคุณวุฒิสามารถเลือกผลงานที่เหมาะสม และเสนอแนะว่า แนวคิดพวงกุญแจมีแนวโน้มที่ชุมชนจะผลิตได้จริงในจำนวนมากได้ สามารถนำเสนอเรื่องราวของทวารวดีได้ชัดเจนที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจแหล่งจำหน่ายของที่ระลึกชุมชน ที่พบว่าพวงกุญแจเป็นสินค้าที่ขายดี และขายได้ในจำนวนมาก ส่วนนาฬิกาแขวนผนังมีความแปลกใหม่ ทั้งแนวคิดและรูปทรงที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับ Sun Ying Xin ในประเด็นที่ว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีประสิทธิภาพ สามารถใช้งานได้จริงและควรค่าแก่การเก็บรักษา ควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบที่ดูทันสมัย น่าสนใจ และมีประโยชน์ใช้สอยได้จริงในชีวิตประจำวัน ทั้งยังต้องเหมาะสมกับบริบท และวิถีชีวิตในปัจจุบัน (Xin, 2016: 146) และสอดคล้องกับ ปณิตามนุรักษ์ ฐาภิรัฐ ไพรเจริญ และ ภาคภูมิ บุญธรรมช่วย (Manuratsada, Phoncharoen, & Boonthamchuy, 2012: 67) ในประเด็นการสรุปข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ต้องการซื้อสินค้าที่มีหน้าที่การใช้งาน (function) เหมาะสมกับบริบทวิถีชีวิตสมัยใหม่ มากกว่าสินค้าที่มีแต่ความงามเพื่อตั้งโชว์เพียงอย่างเดียว จากนั้นผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เสนอแนวคิดและแนวทางการออกแบบเพื่อร่วมพัฒนาผลงานกับ

ชุมชนทั้ง 2 ชุมชน ซึ่งชุมชนต่างเห็นด้วยและให้ความร่วมมือในการผลิตผลงาน ซึ่งผลปรากฏเช่นนี้ เนื่องจากผลงานสามารถสร้างการรับรู้ข้อมูล การจดจำ และสร้างความประทับใจ โดยผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการวิจัยของ ปานนิตท์ อินทร์คง (Inkong, 2017: 39) ที่กล่าวว่าหากต้องการให้ผลิตภัณฑ์นั้นสื่อถึงเรื่องราวทางวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน จึงต้องทำความเข้าใจในวัฒนธรรมที่เป็นแก่นแท้ของรากเหง้าให้ถูกต้องก่อนที่จะนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานต่าง ๆ ร่วมกันเพื่อให้ผลงานนั้น ๆ สื่อเรื่องราวทางวัฒนธรรมได้อย่างถูกต้องมีคุณค่า ดังนั้นสามารถอธิบายได้ว่าผลงานที่ออกแบบเป็นไปตามหลักการและทฤษฎีที่กล่าวมา จึงส่งผลให้ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นสมควรว่า ผลงานมีความเหมาะสมและเชื่อมโยงถึงเรื่องราวหรือข้อมูลทางประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี

2. ผลการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าธุรกิจชุมชนประเภทของที่ระลึก

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 การเพิ่มมูลค่าให้สินค้าธุรกิจชุมชนประเภทของที่ระลึก และช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ผลจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มคนทั่วไปและนักท่องเที่ยว ผลประเมินสามารถสรุปได้ว่า ผลงานชุดพวงกุญแจทวารวดีของวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมพื้นบ้าน จังหวัดนครปฐม และผลงานชุดนาฬิกาทวารวดีของกลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านยางลาว จังหวัดสุพรรณบุรี ถือว่ามีความน่าสนใจ และมีแนวโน้มในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน เพราะกลุ่มคนทั่วไปและนักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจที่ติดกับสินค้า เนื่องด้วยเหตุผลดังนี้

1. ผลสรุปคำตอบของผลงานชุดนาฬิกาทวารวดีคำตอบที่ได้ส่วนใหญ่คือ ดีมาก และรองลงมาคือ ดี แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลงานอย่างมาก ส่วนด้านแนวโน้มในการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก 3 ประเด็น ได้แก่ 1) สามารถใช้งานของที่ระลึกได้จริง 2) สามารถส่งเสริมคุณค่า และสร้างมูลค่าให้กับชุมชนได้ และ 3) การนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาร่วมในการผลิตสินค้าช่วยให้สินค้าของที่ระลึกน่าสนใจมากขึ้น จุดแข็งของสินค้าคือ แนวความคิดที่แปลกใหม่ สินค้าแปลกตา หรือสะดุดตา ดังนั้นชัดเจนว่าผลงานสามารถเพิ่มมูลค่าให้สินค้าธุรกิจชุมชนประเภทของที่ระลึกได้จริง

2. นักท่องเที่ยวให้ความเห็นเห็นว่าผลงานพวงกุญแจใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน สะดวกต่อการใช้งาน และการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาร่วมในผลงาน ช่วยให้สินค้าน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าตรงกับคำตอบด้านจุดแข็งของสินค้า

ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า จุดแข็งของสินค้าคือ คุณค่าและมูลค่าด้านความเป็นสินค้าชุมชน

ดังนั้นแสดงว่าถ้าผลงานจัดจำหน่ายจริง คาดว่าจะมีกลุ่มที่สนใจซื้อสินค้าอย่างแน่นอน จากผลสรุปการวิจัยสอดคล้องกับหลักการของอัญชลี โสมดี ในเรื่องรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ดึงดูดใจหรือผลิตภัณฑ์ที่น่าดึงดูดใจ มีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) ความน่าสนใจ 2) มีลักษณะเป็นที่พึงปรารถนา และ 3) ความน่าสนใจ นำปรารถนา โดยองค์ประกอบการสร้างสรรค์งานผลิตภัณฑ์ให้ดึงดูดใจมีหลักสำคัญ 4 ประการ คือ 1) การดึงดูดด้วยคุณภาพ 2) ดึงดูดด้วยประโยชน์ใช้สอย 3) การดึงดูดด้วยรูปลักษณ์ที่มีคุณค่า 4) การดึงดูดด้วยรูปทรง (Somdee, 2009) และสอดคล้องกับหลักการของดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์ ในเรื่องความแตกต่างที่ตัวสินค้า ถ้าสามารถสร้างความแตกต่างที่ตัวสินค้าได้ อาจจะเป็นการทำให้แตกต่างเล็ก ๆ น้อย ๆ หรือเป็นสินค้าแบบงานประดิษฐ์ งานฝีมือที่มีการออกแบบที่ไม่ซ้ำใคร ก็เรียกว่าเป็นการสร้างความแตกต่างได้ หรือการนำสินค้าทั่ว ๆ ไป มาตกแต่งเพิ่มเติมให้มีดีไซน์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ก็ถือว่าเป็นการสร้างความแตกต่างที่ตัวสินค้าเหมือนกัน (Nachaisin, 2015) และยังสอดคล้องกับหลักการของ พรวิไล คาร์ร หากของที่ระลึกหรือของฝากที่เรามองหา คือสิ่งที่สามารถระบุที่มาได้ว่าเป็นของเฉพาะถิ่น ย่อมสร้างคุณค่าเมื่อซื้อติดมือกลับบ้าน ในแง่ของที่ระลึกก็บ่งบอกว่ามีความเฉพาะที่แตกต่างจากแหล่งอื่น ๆ หรือหาที่อื่นไม่ได้ ต้องไปที่นั้นอย่างเดียวนั่น (Carr, 2015)

ข้อเสนอแนะ

1. จากการลงพื้นที่สอบถามกลุ่มคนทั่วไปหรือนักท่องเที่ยวด้านที่ควรพัฒนาหรือปรับปรุง คือ ความสวยงามของรูปทรงและความประณีต ซึ่งถ้าชุมชนหรือผู้ผลิตได้ทำสินค้าต่อไปเรื่อย ๆ จนเกิดความชำนาญ จะสามารถพัฒนาให้รูปทรงที่ดีขึ้น และประณีตขึ้นได้

2. การกำหนดราคาสินค้า จะมีปัจจัยด้านการตลาดมาเกี่ยวข้อง เช่น แหล่งจำหน่าย ต้นทุน โปรโมชั่น การโฆษณา เป็นต้น ดังนั้นถ้าสินค้าจำหน่ายจริง สามารถปรับราคาขึ้น - ลง ได้ตามความเหมาะสม

3. กลุ่มชุมชนที่ร่วมโครงการวิจัยเป็นตัวแปรสำคัญในการพัฒนาผลงานอย่างยิ่ง ดังนั้นขั้นตอนการคัดเลือกต้องรัดกุม และให้ความสำคัญกับการสอบถามความต้องการจากชุมชนอย่างแท้จริง

4. การออกแบบผลงานของที่ระลึก นอกจากผลงานหรือสินค้าจะมีความสวยงาม มีคุณค่าในเชิงของฝากและการให้แล้ว ผลงานของที่ระลึกสามารถเป็นของที่ใช้งานได้จริง และสามารถใช้งานได้มากกว่า 1 หน้าที่ เพื่อให้เกิดคุณค่าด้านการใช้งานและผู้รับของที่ระลึกจะสามารถใช้งานได้บ่อยขึ้น

5. การผลิตสินค้าในเชิงงานหัตถศิลป์ ถึงแม้จะสร้างผลงานได้ดีเพียงใด การจำหน่ายจริงของชุมชนยังคงต้องอาศัยหลักการตลาดในการวางแผนการจำหน่าย ดังนั้นสามารถพัฒนาเป็นโครงการวิจัยร่วม หรือต่อยอดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านการตลาดได้

6. จากแผนภาพแนวคิดของการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบของที่ระลึกในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอื่น ๆ ที่มีคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ ทิวทัศน์ได้ เช่น จังหวัดราชบุรี และจังหวัดกาญจนบุรี

กิตติกรรมประกาศ

บทความการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของที่ระลึกด้วยศิลปหัตถกรรมเป็นส่วนหนึ่งจากโครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกจากศิลปวัตถุ โบราณวัตถุ และโบราณสถานในสมัยทวารวดี” ขอขอบคุณหน่วยงาน กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม ที่พิจารณาให้โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุน และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้ความกรุณาในการช่วยเหลือให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ประกอบด้วย รองศาสตราจารย์สมถวิล ธนะโสภณ รองศาสตราจารย์เสาวภา ไพทยวัฒน์ และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง มหาวิทยาลัยบูรพา และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ นางสาวเนตตี ยังคง ภัณฑารักษ์ปฏิบัติการ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง ดร.พลอย สุดอ่อน มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาด ที่ให้คำปรึกษาเพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกผลงาน ขอขอบคุณกลุ่มชุมชนที่เข้าร่วมโครงการวิจัย ได้แก่ นางกันดา สะทองแยง วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมพื้นบ้าน และนางไกร มั่นเพชร วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าที่กระตุกบ้านยางลาว ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล และร่วมพัฒนาสินค้า ถึงแม้ว่ารูปแบบผลงานจะมีรายละเอียดค่อนข้างมาก แต่ยังร่วมพัฒนาสินค้าจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

References

- Carr, Pornwilai. (2015). **Thai Souvenirs: Decode Souvenir Charms for Tourism** (ฝากไทย: ถอดรหัสเสน่ห์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว). Bangkok: Ministry of Culture.
- Dvaravati Group, Lower Central Region 1. (2015). **Provincial Group Development 4-year Plan (Review) 2015 - 2018, Office of Strategic Administration of Lower Central Provinces 1 (แผนพัฒนาภูมิภาควัด 4 ปี (ทบทวน) พ.ศ. 2558 - 2561 สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1)**. [Online]. Retrieved October 11, 2020 from <http://www.suphanburi.go.th/suphan/fileupload/download/dl77.pdf>
- Inkong, Panchat. (2017). **Cultural Product Design: Concept, Model and Analysis** (การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม: แนวคิด รูปแบบ และการวิเคราะห์). Bangkok: Unlimit Printing Co., Ltd.
- Jarungjitsunthorn, Watcharin. (2005). **Theory & Concept of Design** (หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์). Bangkok: Appa Printing Group Co., Ltd.
- Keeley, L., Walters, H., Pikkell, R., & Quinn, B. (2015). **Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs** (สิบรูปแบบการสร้างนวัตกรรมหลักการสร้างพัฒนาการที่ยิ่งใหญ่). Translated by Phusumas, Jutipong, & Saeung, Suvisa. Nonthaburi: IDC Premier.
- Manuratsada, Panadda, Phoncharoen, Rattai, & Boonthamchuay, Pakpoom. (2012). Design of Souvenir Merchandize for Museum Siam (การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม)). **Art and Architecture Journal Naresuan University**, 3(2): 55-68.
- Nachaisin, Duangjan. (2015). **Introduction for Packaging Design** (ความรู้พื้นฐานการออกแบบ

- บรรจุกัญท์). Khon Kaen: Khon Kaen University.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2017). **National Economic and Social Development Plan Vol. 12 (2017-2021) (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564))**. [Online]. Retrieved October 17, 2020 from https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue
- Somdee, Anchalee. (2009). **Souvenir Design (การออกแบบของที่ระลึก)**. Chiang Mai: Chiang Mai Rajabhat University.
- Srisuthep, Thawatchai. (2006). **Creative Color Schemes (ชุดสีโดนใจ)**. Nonthaburi: Mar My Web.
- Xin, S. Y. (2016). The Design of Souvenir Product that Reflects Unique Identity based on the Concept of Laoshan Taoist Art (การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่น ชุด ศิลปะเต๋าแห่งเขาเหลาซาน). **Burapha Arts Journal**, 19(1): 133-148.
- Wongruchirawanich, Suwit. (2011). **Sustainable Design (ดีไซน์ เปลี่ยนโลก)**. Bangkok: Bangkok Business.