



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยวิธีคิดเชิงออกแบบเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวบนฐานมรดก
วัฒนธรรม กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัดกำแพงเพชร

The Community Product Development Through Design thinking Linked to
Tourism Based on Cultural Heritage Case Study of Ban Mai Sri Ubon
Weaving Group Kamphaeng Phet Province

พจนันธรณ ณรงค์วิทย์*

Pojtom Narongwit

นิรัช สูดสังข์**

Nirat Soodsang

Received : April 26, 2024

Revised : August 6, 2024

Accepted : August 13, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยวิธีการคิดเชิงออกแบบ โดยใช้ทุนทางมรดก วัฒนธรรม กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัดกำแพงเพชร 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานมรดกวัฒนธรรม จังหวัดกำแพงเพชร การดำเนินการวิจัยแบ่ง ออกเป็น 2 ระยะ การวิจัยระยะที่ 1 พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยวิธีการคิดเชิงออกแบบ โดยใช้ทุนทางมรดก วัฒนธรรม กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัดกำแพงเพชร โดยการเชื่อมโยงแนวคิด The Five Stages of Design Thinking (Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University, 2010) และ เครื่องมือการคิดเชิงออกแบบ ในการแก้ปัญหาในการคิดและเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชนกับมรดกวัฒนธรรมให้มีความหลากหลาย โดยการจัดกิจกรรมอย่างมีส่วนร่วมกับตัวแทนสมาชิกชุมชนทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จำนวน 10 คน เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ ได้แก่ 1) การสร้างตัวละคร (Create A Persona) 2) การตั้งคำถาม WH (WH Questions) 3) การพิจารณาหลากหลายมุมมอง (Considering Multiple Perspectives) 4) การสร้างแผนภาพดอกไม้ (Flower Map)

*นักศึกษาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

ศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

Doctor of Fine and Applied Arts student of the Naresuan University, Department of Art and Design,

Faculty of Architecture, Art and Design(Corresponding Author)

e-mail: gapomdesign@gmail.com

**อาจารย์สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

Lecturer in Naresuan University, Department of Art and Design, Faculty of Architecture, Art and

Design

5) การจัดโครงสร้างและเลือกแนวคิด (Structure and Select Ideas) 6) แบบร่างบรรยายแนวคิด (Idea Communication Sheet) 7) การพิจารณาสร้างต้นแบบ (Considering Prototype) 8) ตารางบันทึกข้อเสนอแนะ (Feedback-capture Grid) และ 9) กระดานมองย้อนกลับ (Retrospective Board) และ ประเมินกระบวนการคิดเชิงออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน วิเคราะห์ด้วยเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับ (Rating Scale) พบว่า ผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ยที่ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.75 และชุมชนได้ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมจากกระบวนการเชื่อมโยงมรดกวัฒนธรรมกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เสื้อคลุม, กระเป๋าสะพายไหล่ และหมวก โดยการนำทุนทางวัฒนธรรม สายผ้าสีาล้อมเพชร กับประเพณีบุญบั้งไฟภายในชุมชนมาเป็นแนวคิดในการออกแบบ ระยะที่ 2 ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานมรดกวัฒนธรรม จังหวัดกำแพงเพชร ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ โดยนักท่องเที่ยว 100 คน ประเมิน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ความเชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรม คุณค่าตามอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรม ความสามารถทางการตลาด และคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ยที่ 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.55 โดยมีความพึงพอใจในด้านความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวสูงที่สุดที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.54

คำสำคัญ : การคิดเชิงออกแบบ / ผลิตภัณฑ์ชุมชน / มรดกวัฒนธรรม

ABSTRACT

This research The objectives are 1) to develop community products using design thinking methods. using cultural heritage funds Case study of Ban Mai Sri Ubon weaving group Kamphaeng Phet Province 2) to assess tourist satisfaction towards community products based on cultural heritage Kamphaeng Phet Province The research process is divided into 2 phases: Research Phase 1 develops community products using design thinking methods. using cultural heritage funds Case study of Ban Mai Sri Ubon weaving group Kamphaeng Phet Province by linking the concept of The five stages of Design Thinking (Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University, 2010) and design thinking tools. To solve the problem of thinking and linking community products with cultural heritage to be diverse. By organizing activities with participation from 10 representative members of the Ban Mai Sri Ubon weaving community for product development. The design thinking activities include 1) creating a persona, 2) asking WH questions, 3) considering multiple perspectives, 4) creating a flower map, 5) Structure and select ideas, 6) Idea communication sheet, 7) Considering prototype, 8) Feedback-capture grid and 9) Retrospective board and evaluate the design thinking process with community participation. By 3 experts analyzed with 5-level evaluation criteria (Rating Scale), it was found

that the overall evaluation results were at a high level. with a mean of 3.85, a standard deviation of 0.75, and the community has designed and developed cultural products from the process of linking cultural heritage with the design thinking process. 3 products are coats, shoulder bags, and hats by using cultural capital. Sila Lom Phet cloth pattern with the Bun Bang Fai tradition within the community as a design concept. Phase 2: Evaluate tourist satisfaction. towards community products based on cultural heritage Kamphaeng Phet Province that has gone through the development process with the design thinking process by 100 tourists, they evaluated 5 aspects, including connection with tourism. connection with cultural heritage Value based on identity and cultural heritage Marketing ability and product quality The overall assessment results were at a high level with a mean of 4.28, a standard deviation of 0.55, with satisfaction in connection with tourism being the highest at a high level, a mean of 4.38, a standard deviation of 0.54.

Keywords : Design Thinking / Community Products / Cultural Heritage

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มรดกวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นสิ่งที่มนุษย์คิดค้นหรือสร้างสรรค์ขึ้นมาตั้งแต่อดีต และได้รับตกทอดหรือสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น เช่น โบราณวัตถุ ภาษา การแต่งกาย วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ เป็นต้น และด้วยคำว่า “มรดกวัฒนธรรม” มีลักษณะสำคัญจากคำว่า “วัฒนธรรม” ในส่วนของระยะเวลาการตกทอดหรือดำรงอยู่ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ทรงคุณค่า อันแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของชุมชนหรือสังคมนั้นๆ เป็นสิ่งภาคภูมิใจของคนในสังคม ทั้งนี้ ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มรดกวัฒนธรรมถือเป็นหนึ่งในประเด็นที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสื่อสารระหว่างผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมกับผู้ใช้ (Hofstede, Hofstede & Ninkov, 2010) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงเป็นกระบวนการที่เกิดจากรากฐานของวัฒนธรรมของชุมชน (Spencer-Oatey, 2012) ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ชุมชนและวัฒนธรรม จึงมีผลต่อความต้องการในผลิตภัณฑ์ และการแสดงออกของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

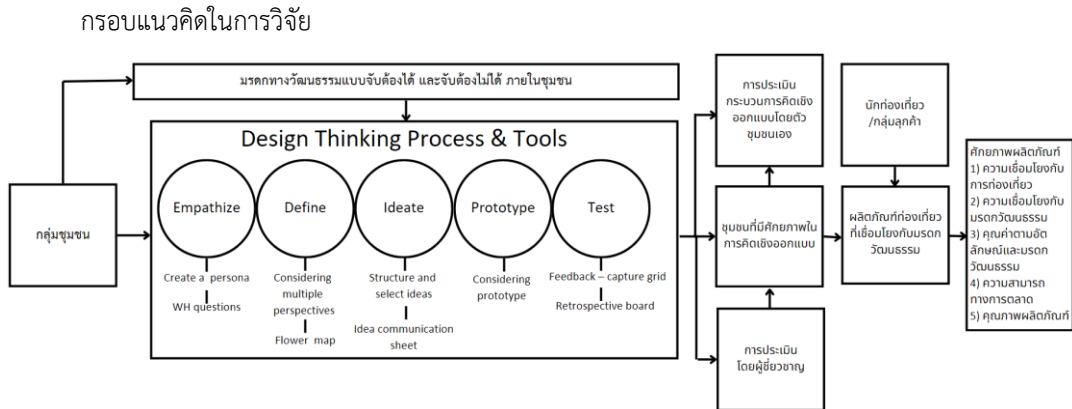
Tschimmel (2012) กล่าวว่า การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นดังกลไกการขับเคลื่อนนวัตกรรม ที่ไม่ใช่เพียงการขับเคลื่อนเฉพาะนักออกแบบเท่านั้น แต่สามารถดำเนินการได้ในหลากหลายอาชีพ และองค์กรทุกประเภท ผ่านโมเดลกระบวนการและเครื่องมือในการคิดเชิงออกแบบ ผสมผสานระหว่าง “การคิด” และ “การออกแบบ” ให้สหสาขาวิชาชีพต่างๆ มีโอกาสในการใช้เครื่องมือและการออกแบบในการแก้ปัญหา พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ การคิดเชิงออกแบบปัจจุบันจึงไม่เป็นเพียงกระบวนการรับรู้หรือกรอบแนวคิดเท่านั้น แต่ยังเป็นชุดเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใดๆ โดยเชื่อมโยงแนวทางการออกแบบที่สร้างสรรค์เข้ากับความคิดทางธุรกิจแบบดั้งเดิมอย่างมีเหตุผล

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการใช้คนในชุมชนเป็นศูนย์กลาง เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การเลือกสินค้าและบริการ ที่นักออกแบบต้องเป็น

ตัวแทนในการแก้ปัญหาต่างๆ (Lawson, 2012) โดยวิจัยครั้งนี้มีกรณีศึกษา คือ ชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล ตำบลนิคมทุ่งโพธิ์ทะเล อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเป็นชุมชนทอผ้าที่มีความเข้มแข็งในด้านการทอผ้า และการย้อมสีธรรมชาติ ก่อตั้งมายาวนานมากกว่า 10 ปี โดย นางประสริณ เชื้ออนันท์ และปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มมากกว่า 10 คน ซึ่งมีประเด็นปัญหาจากที่ชุมชนยังมีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้ามัดหมี่สีธรรมชาติที่ไม่หลากหลาย และยังไม่ได้นำทุนทางมรดกวัฒนธรรมในพื้นที่มาเชื่อมโยงและใช้ในผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างเหมาะสม และ จังหวัดกำแพงเพชรยังเป็นจังหวัดที่ได้รับการรับรองเป็น “เมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม” จากการรับรองโดย UNESCO เมื่อปี พ.ศ. 2534 (UNESCO, n.d.) โดยผู้วิจัยมีความประสงค์ในการใช้วิธีการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ด้วยเครื่องมือวิธีการคิดเชิงออกแบบที่หลากหลาย จากการศึกษาแนวทางเครื่องมือวิธีการคิดเชิงออกแบบของ Lewrick, Link & Leifer (2018) เพื่อแก้ปัญหาให้กับชุมชนในการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเองกับการท่องเที่ยวบนฐานมรดกวัฒนธรรม โดยให้คนในชุมชนเป็นศูนย์กลางในการคิด การสร้างสรรค์ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าของเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม ซึ่งงานวิจัยนี้จะทำการศึกษาและจัดกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยใช้เครื่องมือวิธีการคิดเชิงออกแบบ ดังนี้ 1. การสร้างตัวละคร (Create A Persona) 2. การตั้งคำถาม WH (WH Questions) 3. การพิจารณาหลากหลายมุมมอง (Considering Multiple Perspectives) 4. การสร้างแผนภาพดอกไม้ (Flower Map) 5. การจัดโครงสร้างและเลือกแนวคิด (Structure and Select Ideas) 6. แบบร่างบรรยายแนวคิด (Idea Communication Sheet) 7. การพิจารณาสร้างต้นแบบ (Considering Prototype) 8. ตารางบันทึกความคิดเห็น (Feedback-capture Grid) และ 9. กระดานมองย้อนกลับ (Retrospective Board)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยทุนทางมรดกวัฒนธรรม โดยใช้วิธีการคิดเชิงออกแบบ กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานมรดกวัฒนธรรม จังหวัดกำแพงเพชร



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา : Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University (2010), Link & Leifer (2018) และ Narongwit (2024)

วิธีดำเนินการวิจัย

ระยะที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยทุนทางมรดกวัฒนธรรม โดยใช้วิธีการคิดเชิงออกแบบ รมณีสึกษากลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัดกำแพงเพชร

นำตัวแทนและสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัดกำแพงเพชรจำนวน 10 คน เข้าสู่กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ ด้วยโมเดลการคิดเชิงออกแบบของสแตนฟอร์ด โดย Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University (2010) ได้แก่ 1) ขั้นทำความเข้าใจ (Empathize) 2) ขั้นกำหนดมุมมอง (Define) 3) ขั้นสร้างแนวคิด (Ideate) 4) ขั้นสร้างต้นแบบ (Prototype) 5) ขั้นทดสอบ (Test) และใช้เครื่องมือการคิดเชิงออกแบบ Lewrick, Link & Leifer (2018) เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบโดยใช้คนในชุมชนเป็นฐาน โดยการกำหนดโจทย์เป็นการเชื่อมโยงมรดกทางวัฒนธรรมภายในชุมชนกับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวภายในชุมชน ดังนี้

1) ขั้นทำความเข้าใจ (Empathize) เครื่องมือที่ใช้ในการจัดกิจกรรม คือ

- การสร้างตัวละคร (Crate A Persona) : ให้ชุมชนระดมสมอง วาดตัวละครสมมุติของกลุ่มเป้าหมายและระบุคุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชน ลงบนกระดาษแผ่นใหญ่ ร่วมกันปรึกษาหารือ และสรุปผลร่วมกัน

- การตั้งคำถาม WH (WH Questions) : หลังจาก Crate A Persona แล้ว ให้ชุมชนร่วมกันตั้งคำถามและตอบคำถาม what who why where when และ how เกี่ยวกับปัญหาและการแก้ปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงบนฐานมรดกวัฒนธรรม ร่วมกันปรึกษาหารือ และสรุปผลร่วมกัน

2) ขั้นกำหนดมุมมอง (Define) เครื่องมือที่ใช้ในการจัดกิจกรรม คือ

- การพิจารณาหลากหลายมุมมอง (Considering Multiple Perspectives) : ชุมชนระดมสมองในการเสนอแนวทางการนำมรดกวัฒนธรรมในพื้นที่มาใช้ในการเชื่อมโยงสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยร่วมกันเสนอมรดก

ทางวัฒนธรรมในชุมชนทั้งแบบจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ จากมุมมองที่หลากหลาย เขียนลงบนกระดาษแผ่นใหญ่ และร่วมกันหาจุดมรดกทางวัฒนธรรมที่เหมาะสม และสรุปผลร่วมกัน

- การสร้างแผนภาพดอกไม้ (Flower Map) : ชุมชนระดมสมองคัดเลือกเฉพาะประเด็นสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เชื่อมโยงบนฐานมรดกวัฒนธรรม จากประเด็นที่เกิดขึ้นหลากหลาย เขียนลงบนกลีบดอกไม้ในกระดาษแผ่นใหญ่ 5-8 กลีบ โดยร่วมกันเสนอแนะและพิจารณาคัดเลือก และสรุปผลร่วมกัน

3) ขั้นสร้างแนวคิด (Ideate) เครื่องมือที่ใช้ในการจัดกิจกรรม คือ

- การจัดโครงสร้างและเลือกแนวคิด (Structure and Sselect Ideas) : สมาชิกในชุมชนจะได้กระดาษขนาดเล็กในการเสนอแนวคิดผ่านการวาดภาพผลิตภัณฑ์ และนำไปติดบนกระดาน โดยจำแนกแนวคิดเป็น 3 ส่วน คือ 1. ตรงตามโจทย์ 2. น่าสนใจ แต่ยังไม่ตรงตามโจทย์ และ 3. อื่นๆ (นอกโจทย์) และสรุปผลแนวทางและประเภทผลิตภัณฑ์ในการพัฒนาร่วมกัน

- แบบร่างบรรยายแนวคิด (Idea Communication Sheet) : ให้ชุมชนนำผลิตภัณฑ์จากการสรุปผลด้วย Structure and Select Ideas มาออกแบบร่างอย่างง่าย พร้อมเขียนอธิบาย Concept แนวทางการพัฒนา และสรุปผลร่วมกัน

4) ขั้นสร้างต้นแบบ (Prototype) เครื่องมือที่ใช้ในการจัดกิจกรรม คือ

- การพิจารณาสร้างต้นแบบ (Considering Prototype) : นำแบบร่างบรรยายแนวคิด (Idea Communication Sheet) มาสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยชุมชนเป็นผู้พิจารณา แก้ไข ปรับปรุง พัฒนารุ่นต้นแบบอย่างมีส่วนร่วม และสรุปผลการพัฒนารุ่นต้นแบบ

5) ขั้นทดสอบ (Test) เครื่องมือที่ใช้ในการจัดกิจกรรม คือ

- ตารางบันทึกข้อเสนอแนะ (Feedback-capture Grid) : นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเผยแพร่ และทดลองขาย โดยชุมชนเป็นผู้บันทึกข้อมูลข้อเสนอแนะที่เกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ 1. ความชอบของนักท่องเที่ยว 2. ความต้องการซื้อ 3. คำถามที่เกิดขึ้น และ

4. ข้อเสนอแนะ/แนวคิด และสรุปผลร่วมกัน

- กระดานมองย้อนกลับ (Retrospective Board) : ชุมชนทบทวนกระบวนการคิดเชิงออกแบบที่เกิดขึ้น ด้วยการระดมสมองและเสนอประเด็นต่อกระบวนการที่ได้ดำเนินการไป จำแนกเป็น 4 ประเด็น คือ 1. สิ่งที่ได้ประโยชน์และจำดำเนินการต่อไป 2. สิ่งที่จะไม่ดำเนินการต่อ 3. สิ่งที่ยากจะดำเนินการเพิ่มเติม และ 4. สิ่งที่ไม่สำคัญ และสรุปผลร่วมกัน

โดยการจัดกิจกรรมตามเครื่องมือการคิดเชิงออกแบบแต่ละกิจกรรม นอกจากชุมชนจะเป็นผู้ประเมินกระบวนการที่เกิดขึ้นด้วยตัวเองชุมชนเอง ด้วยกระดานมองย้อนกลับ (Retrospective Board) แล้ว ยังมีการสังเกตการณ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน จำนวน 3 คน โดยการประเมินกระบวนการคิดเชิงออกแบบที่เกิดขึ้นของชุมชนในแต่ละเครื่องมือการคิดเชิงออกแบบ ในด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การแก้ปัญหาและพัฒนาแนวคิดของคนในชุมชน การวิเคราะห์และสรุปผลโดยใช้แบบประเมินกระบวนการคิดเชิงออกแบบของชุมชน วิเคราะห์ด้วยเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับ (Rating Scale) ดังนี้

ระดับคะแนน 4.51-5.00 หมายถึง ดีมาก ชุมชนมีความเข้าใจในการปฏิบัติตามกระบวนการดังกล่าวได้ระดับดีเยี่ยม ชุมชนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามขั้นตอนวิธีคิดเชิงออกแบบได้ด้วยตนเอง

ระดับคะแนน 3.51-4.50 หมายถึง ดี ชุมชนมีความเข้าใจในการปฏิบัติตามกระบวนการดังกล่าวได้ระดับดี ชุมชนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามขั้นตอนวิธีคิดเชิงออกแบบได้โดยมีกระบวนการคอยกระตุ้นและให้คำแนะนำบางประเด็นของกระบวนการ

ระดับคะแนน 2.51-3.50 หมายถึง ปานกลาง ชุมชนมีความเข้าใจในการปฏิบัติตามกระบวนการดังกล่าวได้ระดับปานกลาง ชุมชนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามขั้นตอนวิธีคิดเชิงออกแบบได้โดยมีกระบวนการคอยกระตุ้นและให้คำแนะนำหลายประเด็นของกระบวนการ

ระดับคะแนน 1.51-2.50 หมายถึง น้อย ชุมชนมีความเข้าใจในการปฏิบัติตามกระบวนการดังกล่าวได้ระดับน้อย ชุมชนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามขั้นตอนวิธีคิดเชิงออกแบบได้โดยมีกระบวนการคอยกระตุ้นและให้คำแนะนำในทุกประเด็นของกระบวนการ

ระดับคะแนน 1.00-1.50 หมายถึง น้อยมาก ชุมชนมีความเข้าใจในการปฏิบัติตามกระบวนการดังกล่าวได้ระดับน้อยมาก ชุมชนไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามขั้นตอนวิธีคิดเชิงออกแบบได้โดยขาดกระบวนการ และกระบวนการต้องคอยกระตุ้นและให้คำแนะนำในทุกประเด็นของกระบวนการ

ระยะที่ 2 การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานมรดกวัฒนธรรม

ในระยะนี้จะเป็นการนำผลงานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาจากกระบวนการคิดเชิงออกแบบ นำมาจัดนิทรรศการ และทดลองจำหน่าย ที่ตลาดวัฒนธรรม จุดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เผยแพร่สู่กลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามระดับความคลาดเคลื่อน (e) 10% และระดับความเชื่อมั่นที่ 95% (Yamane, 1967) ผ่านการจัดแสดงผลงานที่ตลาดวัฒนธรรม และการเก็บข้อมูลด้วยแบบประเมินภายในพื้นที่ตลาดวัฒนธรรม เพื่อวัดผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตามเกณฑ์ 5 ด้านที่ได้จากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1. ความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว 2. ความเชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรม 3. คุณค่าตามอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรม 4. ความสามารถทางการตลาด และ 5. คุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้วยเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับ (Rating Scale) ดังนี้

ระดับคะแนน 4.51-5.00 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับ มากที่สุด

ระดับคะแนน 3.51-4.50 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับ มาก

ระดับคะแนน 2.51-3.50 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับ ปานกลาง

ระดับคะแนน 1.51-2.50 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับ น้อย

ระดับคะแนน 1.00-1.50 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยทุนทางมรดกวัฒนธรรม โดยใช้วิธีการคิดเชิงออกแบบ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัดกำแพงเพชร

ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ที่ประกอบไปด้วยเครื่องมือที่หลากหลาย ได้แก่ 1) การสร้างตัวละคร (Create A Persona) 2) การตั้งคำถาม WH (WH Questions) 3) การพิจารณาหลวมมอง (Considering Multiple Perspectives) 4) การสร้างแผนภาพดอกไม้ (Flower Map) 5) การจัดโครงสร้างและเลือกแนวคิด (Structure and Select Ideas) 6) แบบร่างบรรยายแนวคิด (Idea Communication Sheet) 7) การพิจารณาสร้างต้นแบบ (Considering Prototype) 8) ตารางบันทึกข้อเสนอแนะ (Feedback-capture Grid) และ 9) กระดานมองย้อนกลับ (Retrospective Board) ดังตารางที่ 1 เพื่อเป็นการจัดระเบียบ วิธีการคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน บนฐานมรดกวัฒนธรรมในพื้นที่ของตนเอง

ตารางที่ 1 แสดงกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) 5 ขั้นตอน และกิจกรรมที่ใช้ในการวิจัย

การคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอน (The Five Stages of Design Thinking)	กิจกรรม/เครื่องมือ Design Thinking ที่ใช้ในชุมชน
1) ขั้นทำความเข้าใจ (Empathize)	1) การสร้างตัวละคร (Create A Persona)
	2) การตั้งคำถาม WH (WH Questions)
2) ขั้นกำหนดมุมมอง (Define)	3) การพิจารณาหลวมมอง (Considering Multiple Perspectives)
	4) การสร้างแผนภาพดอกไม้ (Flower Map)
3) ขั้นสร้างแนวคิด (Ideate)	5) การจัดโครงสร้างและเลือกแนวคิด (Structure and Select Ideas)
	6) แบบร่างบรรยายแนวคิด (Idea Communication Sheet)
4) ขั้นสร้างต้นแบบ (Prototype)	7) การพิจารณาสร้างต้นแบบ (Considering Prototype)
5) ขั้นทดสอบ (Test)	8) ตารางบันทึกข้อเสนอแนะ (Feedback-capture Grid)
	9) กระดานมองย้อนกลับ (Retrospective Board)

จากตารางที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลจากการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล ด้วยเครื่องมือการคิดเชิงออกแบบ ดำเนินการตามกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอน ประกอบไปด้วยเครื่องมือกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 9 เครื่องมือ แบ่งเป็น 9 กิจกรรม และมีการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมกับ

ชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนจำนวน 3 คน ในการประเมินกระบวนการคิดเชิงออกแบบที่เกิดขึ้นของชุมชนในแต่ละกิจกรรม ทั้งใน ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การแก้ปัญหาและพัฒนาแนวคิดของคนในชุมชน สามารถสรุปผลวิเคราะห์แบบภาพรวมในแต่ละเครื่องมือการคิดเชิงออกแบบได้ ดังตารางที่ 2 นี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินกระบวนการคิดเชิงออกแบบของชุมชน เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานมรดกวัฒนธรรม จำแนกตามขั้นตอนและเครื่องมือการคิดเชิงออกแบบ

ขั้นตอนการคิดเชิงออกแบบ	เครื่องมือ/กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ	ระดับผลรวมของกระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานมรดกวัฒนธรรมกลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัดกำแพงเพชร		ระดับการคิดเชิงออกแบบของชุมชน
		$\bar{X}$	S.D.	
1) ขั้นทำความเข้าใจ (Empathize)	การสร้างตัวละคร (Create A Persona)	3.53	0.52	ระดับดี
	การตั้งคำถาม WH (WH Questions)	2.96	0.36	ระดับปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ยขั้นทำความเข้าใจ (Empathize)		3.18	0.51	ระดับดี
2) ขั้นกำหนดมุมมอง (Define)	การพิจารณาหลกมุมมอง (Considering Multiple Perspectives)	4.75	0.45	ระดับดีมาก
	การสร้างแผนภาพดอกไม้ (Flower Map)	4.53	0.52	ระดับดีมาก
รวมค่าเฉลี่ยขั้นกำหนดมุมมอง (Define)		4.63	0.49	ระดับดีมาก
3) ขั้นสร้างแนวคิด (Ideate)	การจัดโครงสร้างและเลือกแนวคิด (Structure and Select Ideas)	3.83	0.58	ระดับดี
	แบบร่างบรรยายแนวคิด (Idea Communication Sheet)	3.33	0.50	ระดับปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ยขั้นสร้างแนวคิด (Ideate)		3.62	0.59	ระดับดี
4) ขั้นสร้างต้นแบบ (Prototype)	การพิจารณาสร้างต้นแบบ (Considering Prototype)	4.20	0.56	ระดับดี
รวมค่าเฉลี่ยขั้นสร้างต้นแบบ (Prototype)		4.20	0.56	ระดับดี

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ขั้นตอนการ คิดเชิง ออกแบบ	เครื่องมือ/กิจกรรมการคิดเชิง ออกแบบ	ระดับผลรวมของกระบวนการคิด เชิงออกแบบเพื่อการพัฒนา ผลิตภัณฑ์บนฐานมรดกวัฒนธรรม กลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัด กำแพงเพชร		ระดับการคิดเชิง ออกแบบของ ชุมชน
		$\bar{X}$	S.D.	
5) ขั้นตอน ทดสอบ (Test)	ตารางบันทึกข้อเสนอแนะ (Feedback-capture Grid)	4.04	0.55	ระดับดี
	กระดานมองย้อนกลับ (Retrospective Board)	3.89	0.60	ระดับดี
รวมค่าเฉลี่ยขั้นตอนการคิดเชิงออกแบบ (Test)		4.00	0.56	ระดับดี
ผลรวมค่าเฉลี่ยทุกขั้นตอนการคิดเชิงออกแบบ		3.85	0.75	ระดับดี

จากตารางที่ 2 การประเมินกระบวนการคิดเชิงออกแบบของชุมชน เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานมรดกวัฒนธรรม จำแนกตามขั้นตอนและเครื่องมือการคิดเชิงออกแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน 3 คน จากการประเมินด้วยแบบประเมิน และจากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน พบว่า ผลการดำเนินกระบวนการคิดเชิงออกแบบของชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.85, S.D. = 0.75) สามารถจำแนกผลตามขั้นตอนการคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอนและเครื่องมือการคิดเชิงออกแบบได้ ดังนี้

ขั้นทำความเข้าใจ (Empathize) มีผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 3.18, S.D. = 0.51) โดยเครื่องมือการสร้างตัวละคร (Create A Persona) มีผลการประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 3.53, S.D. = 0.52) ผลการสังเกตการณ์ พบว่า ชุมชนมีความเข้าใจและวิเคราะห์การสร้างตัวละครได้อย่างมีขั้นตอน โดยมีกระบวนการคอยกระตุ้นชุมชนและให้คำแนะนำในกระบวนการในบางประเด็น ชุมชนมีการสร้างตัวละครสมมติที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องคำนึงถึงเหมือนกัน คือ กลุ่มข้าราชการ ที่มีช่วงอายุ 30-40 ปีขึ้นไป มีเงินเดือน 25,000-30,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มที่รัฐบาลณรงค์ให้มีการแต่งกายแบบวัฒนธรรมไทย และใช้สินค้าเชิงวัฒนธรรม โดยมีอุปนิสัยที่ชื่นชอบของที่มีความสวยงาม สื่อความหมายได้ในราคาที่ไม่สูงมาก และในด้านเครื่องมือการตั้งคำถาม WH (WH Questions) มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 2.96, S.D. = 0.36) ด้วยที่กระบวนการตั้งคอยกระตุ้นชุมชนในหลายประเด็นที่ชุมชนยังไม่กล้าตั้งคำถาม เช่นในด้านของปัญหาคืออะไร และวิธีการแก้ปัญหา เนื่องจากสมาชิกกลุ่มชุมชนส่วนใหญ่เกรงใจผู้นำของกลุ่มชุมชนและระมัดระวังในการถาม-ตอบ การถาม-ตอบส่วนใหญ่จึงเกิดจากกลุ่มที่เป็นผู้นำชุมชนเป็นผู้เปิดประเด็น ซึ่งชุมชนมีการสรุปประเด็นคำตอบที่สอดคล้องกัน คือ ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าในเชิงวัฒนธรรม โดยต้องการการ

สนับสนุนจากรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมและสร้างเรื่องราว (Story Telling) ให้กับผลิตภัณฑ์ โดยปัญหาปัจจุบันเกิดจากที่ชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์และคัดเลือกมรดกวัฒนธรรมมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างชิ้นงานกันเองโดยขาดคำแนะนำที่ดีในด้านการออกแบบ ทำให้รูปแบบผลิตภัณฑ์บางผลงานดูไม่ทันสมัย ซึ่งควรแก้ปัญหาจากภายในชุมชนด้วยการสร้างองค์ความรู้ต่างๆ และส่งเสริมด้านการตลาด ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นที่โดดเด่นทั้งในงานแฟร์ งานประเพณีต่างๆ รวมถึงการตลาดออนไลน์

ขั้นกำหนดมุมมอง (Define) มีผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.63, S.D. = 0.49) โดยเครื่องมือ การพิจารณาหลากมุมมอง (Considering Multiple Perspectives) มีผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.45) ผลการสังเกตการณ์ พบว่า ชุมชนสามารถดำเนินการตามขั้นตอนได้อย่างดีเยี่ยม และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและสามารถนำเสนอได้ด้วยตนเอง ด้วยการเสนอมรดกทางวัฒนธรรมในชุมชนทั้งแบบจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ จากมุมมองที่หลากหลาย เขียนลงบนกระดาษแผ่นใหญ่ และร่วมกันโหวตมรดกทางวัฒนธรรมที่เหมาะสม ชุมชนมีการออกความคิดเห็นที่หลากหลาย และมีการโหวตเลือกรูปแบบมรดกวัฒนธรรมที่เหมาะสมของชุมชน โดยชุมชนได้คัดเลือกมรดกวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชุมชน คือ 1) ลายผ้าสีาล้อมเพชร ซึ่งเป็นลายผ้าอัตลักษณ์ประจำจังหวัดกำแพงเพชร และได้รับการสนับสนุนจากผู้ว่าราชการจังหวัดที่สามารถนำไปใช้ในการทอผ้าได้เพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์ประจำจังหวัด 2) ประเพณีบุญบั้งไฟ ซึ่งเป็นประเพณีสำคัญและโดดเด่นของตำบลนิคมทุ่งโพธิ์ทะเลที่สืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ ซึ่งเป็นตำบลเดียวในจังหวัดกำแพงเพชรที่มีการจัดประเพณีบุญบั้งไฟอย่างยิ่งใหญ่ ด้วยความเชื่อในเรื่องการขอฝนเพื่อการเกษตร และจัดขึ้นทุกต้นเดือนพฤษภาคมของทุกปี ตามลำดับ และในด้านเครื่องมือการสร้างแผนภาพดอกไม้ (Flower Map) มีผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.53, S.D. = 0.52) โดยชุมชนได้ร่วมกันกำหนดประเด็นสำคัญในการพัฒนา ที่มีความสำคัญเท่าเทียมกัน และตัดประเด็นที่ไม่สำคัญออก โดยจากการระดมสมองและเขียนลงบนกระดาษรูปดอกไม้ ชุมชนสามารถดำเนินการได้อย่างดีโดยมีกระบวนการคอยกระตุ้นคิดเป็นบางครั้ง ซึ่งชุมชนมีการกำหนดประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 5 ข้อ สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์จะต้องเชื่อมโยงกับเรื่องราวและวัฒนธรรมของชุมชน 2) ผลิตภัณฑ์ต้องเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของชุมชน 3) เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการคิดและเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน 4) จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมด้านการตลาด และมีตลาดรองรับ และ 5) ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพและเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว

ขั้นสร้างแนวคิด (Ideate) มีผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 3.62, S.D. = 0.59) โดยเครื่องมือการจัดโครงสร้างและเลือกแนวคิด (Structure and Select Ideas) ผลการประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 3.83, S.D. = 0.58) ผลการสังเกตการณ์ พบว่า ชุมชนสามารถดำเนินการตามขั้นตอนได้อย่างดี โดยกระบวนการต้องคอยกระตุ้นชุมชนและให้กำลังใจชุมชนให้คนในชุมชนกล้าแสดงออกในการวาดและเสนอ Idea ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับมรดกวัฒนธรรมที่คัดเลือกมาในกระบวนการก่อนๆ จากการสรุปผลผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามโจทย์ ชุมชนได้กำหนดผลิตภัณฑ์สำหรับการเชื่อมโยงมรดกทางวัฒนธรรมเป็น 1) เสื้อคลุม 2) กระเป๋าสะพายไหล่ 3) หมวก โดยต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สวมใส่สำหรับเที่ยวงานบุญบั้งไฟซึ่งเป็น

วัฒนธรรมประเพณีของชาวทุ่งโพธิ์ทะเล ในด้านเครื่องมือแบบร่างบรรยายแนวคิด (Idea Communication Sheet) ผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.33, S.D. = 0.50) ชุมชนสามารถดำเนินการได้แต่ต้องอาศัยการกระตุ้นคิด และผลักดันสร้างความกล้าแสดงออกโดยกระบวนการ จากการนำผลิตภัณฑ์และมรดกวัฒนธรรมมาเชื่อมโยงในการออกแบบร่าง พบว่า ชุมชนยังไม่ค่อยกล้าแสดงออกเกี่ยวกับการวาดภาพ เพราะว่าการกลัวจะไม่สวยและไม่เหมือนกับแบบที่คิดไว้ มีความเขินอาย จึงต้องอาศัยกระบวนการไปช่วยให้แนะนำและสร้างกำลังใจตลอดในการวาดภาพ



ภาพที่ 2 กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ ของกลุ่มชุมชนทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัดกำแพงเพชร

ขั้นสร้างต้นแบบ (Prototype) มีผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.56) โดยเครื่องมือการพิจารณาสร้างต้นแบบ (Considering Prototype) จากการการสังเกตการณ์ พบว่า ชุมชนสามารถปฏิบัติการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงกับมรดกวัฒนธรรม จากขั้นกำหนดมุมมอง และ ขั้นสร้างแนวคิด ได้เป็นอย่างดี โดยมีกระบวนการคอยกระตุ้นคิดในบางประเด็น ชุมชนได้ใช้วลีหลายคำ “ลายคิลาล้อมเพชร” ซึ่งเป็นลายผ้าประจำจังหวัดกำแพงเพชร ควบคู่กับลายผ้า “ลายบุญบังไฟ” ซึ่งเป็นลายที่เกิดจากการคิดค้นขึ้นภายในชุมชน เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมบุญบังไฟ เพื่อการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ประจำชุมชน ชุมชนได้มีส่วนร่วมการปรับปรุงแบบร่าง พัฒนาต้นแบบอย่างต่อเนื่องจนได้ต้นแบบที่เหมาะสม ได้แก่ 1) เสื้อคลุม 2) กระเป๋าสะพายไหล่ 3) หมวก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้กำหนดจากการจัดโครงสร้างและเลือกแนวคิด (Structure and Select Ideas) ของชุมชน



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นจากกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวบนฐานมรดกวัฒนธรรม ได้แก่ เสื้อคลุม, กระเป๋าสะพายไหล่ และหมวก

ขั้นทดสอบ (Test) มีผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.00, S.D. = 0.56) โดยเครื่องมือตารางบันทึกข้อเสนอแนะ (Feedbackcapture Grid) มีผลการประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.04, S.D. = 0.55)

ผลการสังเกตการณ์ พบว่า จากการจัดนิทรรศการและทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ตลาดย้อนยุคนครชุม ชุมชนสามารถดำเนินการประเมินข้อเสนอแนะ จากนักท่องเที่ยวและผู้สนใจได้อย่างดี โดยอาศัยการกระตุ้นคิดให้เกิดการสัมผัสกับผู้ซื้อจากกระบวนการเป็นบางครั้ง มีผลการบันทึกข้อเสนอแนะ พบว่า ในด้านความชอบของนักท่องเที่ยวชื่นชอบงานหัตถกรรมจากชุมชน แต่ต้องการให้มีราคาที่ย่อมเยาลงกว่านี้ ความต้องการซื้อของนักท่องเที่ยวจึงไปอยู่ที่สินค้าที่ราคาถูกที่สุดและสามารถสวมใส่ได้ทั้งชายและหญิง ซึ่งก็คือ หมวก โดยมีคำถามที่สอบถามชุมชนโดยตรงเกี่ยวกับเรื่องราว (Story-telling) ของผลิตภัณฑ์ ถึงที่มาที่ไปของมรดกวัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดลงบนผลิตภัณฑ์ โดยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งในด้านของสี ขนาด และองค์ประกอบการจัดตำแหน่งลวดลายบนผลิตภัณฑ์ รวมถึงเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชน ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผ่านมากระบวนการคิดเชิงออกแบบของชุมชนได้นำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมภายในชุมชน คือ ลายบุลูบั้งไฟ นำมาใช้ผสมผสานกับลายผ้าประจำจังหวัดได้อย่างลงตัว จากเดิมที่ใช้ลายผ้าประจำจังหวัดเพียงอย่างเดียวในผลิตภัณฑ์ และในด้านเครื่องมือ กระดานมอญย้อนกลับ (Retrospective Board) ผลการประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.60) ผลการสังเกตการณ์ พบว่า ชุมชนสามารถประเมินกระบวนการคิดเชิงออกแบบตั้งแต่ต้นได้ แต่ชุมชนมีความเกรงใจกันเองในการเขียนข้อมูลลงบนกระดานแผ่นใหญ่ จึงต้องอาศัยกระบวนการในการสร้างความมั่นใจในการเสนอความคิดเห็น ซึ่งผลพบว่า สิ่งที่ได้ประโยชน์อย่างมากในกระบวนการ คือ เครื่องมือในขั้นกำหนดมุมมอง (Define) และ ขั้นสร้างแนวคิด (Ideate) โดยเฉพาะกิจกรรมการพิจารณาหลาหมุมมอง ที่ทำให้ชุมชนได้ระดมสมองกันคัดเลือกมรดกทางวัฒนธรรม ทำให้ได้เห็นถึงมรดกวัฒนธรรมที่ขาดหายไปและเกิดความภาคภูมิใจในชุมชน ซึ่ง ชุมชนไม่มีกระบวนการใดที่จะไม่ดำเนินการต่อและเห็นว่าเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อยอดในครั้งต่อไป โดยต้องการให้ทุกกระบวนการสามารถดำเนินการต่อไปได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขั้นตอนทดสอบ (Test) ที่อยากให้มีการทดลองจำหน่ายในหลายๆ พื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูล Feedback ของผู้ซื้อและนักท่องเที่ยวต่อไป



ภาพที่ 4 นิทรรศการและการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ณ ตลาดย้อนยุคนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานมรดกวัฒนธรรม จังหวัดกำแพงเพชร

หลังจากได้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ร่วมกันพัฒนาโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบเชื่อมโยงบนฐานมรดกวัฒนธรรมแล้ว ในระยะนี้ได้มีการนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าว นำมาจัดนิทรรศการ และทดลองจำหน่าย ที่ตลาดวัฒนธรรม จุดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เผยแพร่สู่กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 100 คน ผ่านการจัดแสดงผลงาน และการเก็บข้อมูลด้วยแบบประเมินออนไลน์ เพื่อวัดผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตามเกณฑ์ 5 ด้าน ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านการพัฒนาด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบเชื่อมโยงการท่องเที่ยวบนฐานมรดกวัฒนธรรม

รายละเอียด	ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวต้นแบบ กลุ่มชุมชนทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัดกำแพงเพชร						ผลรวม 3 ผลิตภัณฑ์	
	เสื้อคลุม		กระเป๋าสะพาย ไหล่		หมวก			
								
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว	4.39	0.54	4.29	0.50	4.47	0.57	4.38	0.54
2. ความเชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรม	4.27	0.60	4.26	0.54	4.26	0.55	4.26	0.57
3. คุณค่าตามอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรม	4.32	0.55	4.18	0.51	4.30	0.49	4.31	0.52
4. ความสามารถทางการตลาด	4.13	0.47	4.21	0.67	4.42	0.54	4.28	0.53
5. คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.21	0.52	4.21	0.53	4.36	0.52	4.29	0.52
ผลรวมค่าเฉลี่ย	4.26	0.54	4.23	0.55	4.36	0.54	4.28	0.55

จากตารางที่ 4 พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านการพัฒนาด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวบนฐานมรดกวัฒนธรรม ชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล จังหวัดกำแพงเพชร โดยรวมมีผลความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.55) โดยมีด้านความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.38, S.D. = 0.54) ในระดับมาก รองลงมาคือ คุณค่าตามอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรม ($\bar{X}$ = 4.31, S.D. = 0.52) รองลงมาคือด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$ = 4.29, S.D. = 0.52) รองลงมาคือ ด้านความสามารถทางการตลาด ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.53) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรม ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.57) โดยมีข้อเสนอแนะคือ ต้องการให้มีการส่งเสริมด้านการตลาดให้ผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมในพื้นที่เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เช่น งานประเพณีบุญบั้งไฟของตำบลนิคมทุ่งโพธิ์ทะเล จังหวัดกำแพงเพชร ที่เป็นประเพณีเฉพาะภายในพื้นที่ที่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักกับนักท่องเที่ยว และมีความต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีความร่วมสมัยมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลผลการดำเนินการกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบของชุมชน จากทั้ง 9 เครื่องมือ/กิจกรรม และ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้าน Design Thinking 3 คน พบว่า ผลการดำเนินการกระบวนการการคิดเชิงออกแบบชุมชน กลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ศรีอุบล โดยรวมอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยที่ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.75 โดยพบว่า ในขั้นกำหนดมุมมอง (Define) มีผลการประเมินในระดับสูงที่สุดที่ระดับดีมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.63 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานที่ 0.49 ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญในการกำหนดทิศทางมรดกวัฒนธรรมภายในพื้นที่ตนเองเพื่อเชื่อมโยง สู่การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นถึงความชัดเจนขอชุมชนในการพิจารณามรดกทางวัฒนธรรม ของตนเองเพื่อประยุกต์ใช้ในการพัฒนา ขณะเดียวกันขั้นตอนที่มีผลการประเมินอยู่ในระดับต่ำที่สุด คือ ขั้นทำ ความเข้าใจ (Empathize) ที่มีผลการประเมินอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ยที่ 3.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.51 เนื่องจากเป็นขั้นตอนเริ่มแรกของกระบวนการ และสมาชิกส่วนใหญ่ในชุมชนมีความเกรงใจต่อผู้นำชุมชนและ ระมัดระวังตนเองในการถาม-ตอบ ทำให้ต้องอาศัยกระบวนการภายในกิจกรรมเข้าไปช่วยสร้างความมั่นใจให้ ชุมชนเกิดความกล้าแสดงออกมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Jobst, et al. (2012) ในการสร้างความเชื่อมั่น การสร้าง แรงกระตุ้น และสภาวะทางอารมณ์และการแสดงออกของกลุ่มชุมชน และ Gao & Yu (2023) ในการคิดเชิง ออกแบบของกลุ่ม SMEs ที่จะต้องเน้นย้ำทำความเข้าใจ การคิดเชิงออกแบบกับกลุ่มผู้บริหารหรือผู้นำกลุ่มชุมชน ก่อน และมุ่งเน้นไปที่การมีส่วนร่วมของพนักงานหรือสมาชิกกลุ่มชุมชน ซึ่งจะพบได้ว่า หลังจากขั้นทำความเข้าใจ (Empathize) ที่กระบวนการและผู้เชี่ยวชาญได้เข้าไปให้ข้อเสนอแนะ ชุมชนมีผลการประเมินในระดับที่สูงขึ้นใน ขั้นตอนถัดไป และจากผลการประเมินในขั้นทดสอบ (Test) เครื่องมือกระดานมองย้อนกลับ (Retrospective Board) ที่ชุมชนต้องทบทวนกระบวนการทั้งหมดที่ได้ดำเนินการ จะพบได้ว่า ผลการประเมินตนเองด้วยกระดาน มองย้อนกลับ ชุมชนพบว่าสิ่งที่ได้ประโยชน์อย่างมากในชุมชน คือ เครื่องมือในขั้นกำหนดมุมมอง (Define) และ ขั้นสร้างแนวคิด (Ideate) โดยเฉพาะเครื่องมือการพิจารณาหลากหลายมุมมอง (Considering Multiple Perspectives) ซึ่งสอดคล้องกับผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญว่าในด้านเครื่องมือ เป็นเครื่องมือที่ชุมชนมีผล การประเมินในระดับสูงที่สุดที่ระดับดีมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.45 เนื่องจากการ ระดมสมองจากศักยภาพชุมชนและมรดกทางวัฒนธรรมที่ชุมชนพึงมีในการเชื่อมโยงเข้าด้วยกันด้วยการรับฟัง ข้อเสนอแนะและวิพากษ์วิจารณ์อย่างมีส่วนร่วม สอดคล้องกับ Lake, et al. (2024) ได้ศึกษาทำความเข้าใจการ วิจัยในปัจจุบันเพื่อทำความเข้าใจคุณค่าและข้อจำกัดของการสอนการคิดเชิงออกแบบ ว่าการปฏิบัติตาม กระบวนการเรียนรู้ที่มีโครงสร้าง การมีส่วนร่วมในการฟังอย่างกระตือรือร้น และการมุ่งเน้นไปที่มุมมองของผู้อื่น เป็นแนวทางปฏิบัติ การคิดเชิงออกแบบ ที่มีคุณค่ามากที่สุด อีกทั้ง การคิดเชิงออกแบบ ยังเป็นการสนับสนุนการ ทำงานร่วมกันและการวางกรอบโครงการที่เน้นการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์วิจารณ์ร่วมกัน และโดยรวมไม่มี กระบวนการใดที่จะไม่ดำเนินการต่อและเห็นว่าเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อยอดในครั้งต่อไป โดยต้องการให้ทุกกระบวนการสามารถดำเนินการต่อไปได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขั้นทดสอบ (Test) ที่อยากให้มี การทดลองจำหน่ายในหลายๆ พื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะของผู้ซื้อและนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Abraham, Howard & Asinyo (2022) แสดงให้เห็นว่าจากกระบวนการทั้งหมดเกิดการเชื่อมโยงและได้รับ

อิทธิพลจากลูกค้า และเกิดการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อการแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ และสอดคล้องกับ Carella, et al. (2023) ที่แสดงให้เห็นถึงความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการ และความตระหนักถึงประโยชน์และความสามารถของ การคิดเชิงออกแบบ ไม่เพียงเป็นส่วนหนึ่งของหนึ่งของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่ก็มีการสร้างกรอบและแนวคิดในการออกแบบที่เฉพาะของกลุ่มเป้าหมายด้วย

ผลการประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านการพัฒนาด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบเชื่อมโยงบนฐานมรดกวัฒนธรรมของชุมชนกลุ่มหมู่บ้านใหม่ศรีอุบล พบว่า มีผลความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.55 ซึ่งมีการประเมินด้านความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าชุมชนสามารถใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบในการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวบนฐานมรดกวัฒนธรรมได้ สอดคล้องกับ Seidel & Fixson (2013) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมกันในการใช้ความคิดเชิงออกแบบกับกลุ่มที่เป็นสหสาขาวิชา ซึ่งกลุ่มชุมชนแม่สมาชิกกลุ่มแต่ละคนจะมีความถนัดและอาชีพหลักแตกต่างกันแต่ก็สามารถร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานได้ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ รองลงมาคือด้านคุณค่าตามอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรม ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านความสามารถทางการตลาด และด้านความเชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรม โดยมีข้อเสนอแนะที่แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนถัดไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่าควรมีการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และวัฒนธรรมประเพณีให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นจากการประเมินทั้ง 5 ด้าน มีความสอดคล้องกับ Li, Ho & Yang (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ การคิดเชิงออกแบบ ในการพัฒนาหัตถกรรมแบบดั้งเดิมอย่างยั่งยืน ซึ่งมีการกำหนด มิติคุณค่า 4 มิติ ได้แก่ คุณค่าของวัสดุและนวัตกรรม คุณค่าหัตถกรรมและวัฒนธรรม คุณค่าเชิงประจักษ์และท้องถิ่น และคุณค่าของการเผยแพร่แบ่งปัน ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Geissdoerfer, Bocken & Hultink (2016), Andrews (2015) และ Elsbach & Stigliani (2018) ในด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของหัตถกรรมหรือผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาของชุมชน ยังก่อให้เกิดรูปแบบการพัฒนาที่ยั่งยืนของ การคิดเชิงออกแบบ รวมถึงรูปแบบธุรกิจ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะในการนำการวิจัยหรือผลการวิจัยไปใช้ เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยวิธีคิดเชิงออกแบบ เชื่อมโยงบนฐานมรดกวัฒนธรรม ซึ่งเครื่องมือในกระบวนการคิดเชิงออกแบบ เกิดจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และลองใช้ในกิจกรรมบริการวิชาการชุมชน พิจารณาเป็น 9 เครื่องมือ/กิจกรรม ในกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ทั้งนี้เครื่องมือการคิดเชิงออกแบบยังมีเครื่องมืออื่นๆ อีกมากในแต่ละขั้นตอน ดังนั้นผู้วิจัยสามารถประยุกต์ และเปลี่ยนใช้เครื่องมือการคิดเชิงออกแบบอื่นๆ ได้ ตามความเหมาะสมและศักยภาพของกลุ่มชุมชน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวก่อนการประเมิน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงบนฐานมรดกวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ และ

แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชน จึงควรมีการถ่ายทอดแนวคิด และเรื่องราวของการออกแบบและพัฒนา เป็นการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการเชื่อมโยงดังกล่าวแก่นักท่องเที่ยว

ควรมีการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม ให้มีความร่วมสมัย โดยการพัฒนา ศักยภาพการคิดเชิงออกแบบของชุมชน ให้มีความเท่าทันต่อกระแสการออกแบบของโลก ให้เป็นประโยชน์ใน ด้านของวัฒนธรรม การท่องเที่ยว และการพัฒนาชุมชนสู่การเผยแพร่วัฒนธรรม (Soft Power) อันเป็นนโยบาย สำคัญของภาครัฐ

References

- Abraham, I., Howard, E. K., & Asinyo, B. K. (2022). Design Thinking in Design Innovation among Small and Medium Textile Enterprises in Ghana. **Journal of Design Thinking**, 3(1), 49-60.
- Andrews, D. (2015, May). The circular economy, design thinking and education for sustainability. **Local economy**, 30(3), 305-315.
- Carella, G., et al. (2023). Design thinking for entrepreneurship: An explorative inquiry into its practical contributions. **The Design Journal**, 26(1), 7-31.
- Elsbach, K. D., & Stigliani, I. (2018, July). Design thinking and organizational culture: A review and framework for future research. **Journal of Management**, 44(6), 2274-2306.
- Gao, B., & Yu, K. (2023). Knowledge exchange in SMEs service innovation with design thinking. **Management Decision**, 61(7), 2029-2049.
- Geissdoerfer, M., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2016, November). Design thinking to enhance the sustainable business modelling process—A workshop based on a value mapping process. **Journal of cleaner production**, 135, 1218-1232.
- Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University. (2010). **An Introduction to design thinking Process guide**. [Online]. Available: <https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf>. [2023, August 8].
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Ninkov, M. (2010). **Cultures and Organizations: Software of the Mind**. United States of America, U.S.A.: McGraw-Hill.
- Jobst, B., et al. (2012). The Faith-Factor in Design Thinking: Creative Confidence Through Education at the Design Thinking Schools Potsdam and Stanford? In H. Plattner, Meinel, C., Leifer, L. (Ed.), **Design Thinking Research Measuring Performance in Context** (pp. 35-46). New York: Springer Heidelberg.

- Lake, D., et al. (2024). Design Thinking in Higher Education: Opportunities and Challenges for Decolonized Learning. **Teaching and Learning Inquiry**, 12, 1-22.
- Lawson, B. (2012). **What Designers Know**. New York: Routledge.
- Lewrick, M., Link, P., & Leifer, L. (2018). **The design thinking playbook: Mindful digital transformation of teams, products, services, businesses and ecosystems**. New York: John Wiley & Sons.
- Li, W. T., Ho, M. C., & Yang, C. (2019). A design thinking-based study of the prospect of the sustainable development of traditional handicrafts. **Sustainability**, 11(18), 4823.
- Narongwit, P. (2024). **The Community product development through design thinking linked to tourism based on cultural heritage of Kamphaeng Phet Province**. Doctoral dissertation Art and Design Naresuan University.
- Seidel, V. P., & Fixson, S. K. (2013). Adopting Design Thinking in Novice Multidisciplinary Teams: The Application and Limits of Design Methods and Reflexive Practices. **Journal of Product Innovation Management**, 30(1), 19-33.
- Spencer-Oatey, H. (2012). **What is culture A compilation of quotations** [Online]. Available: https://warwick.ac.uk/fac/soc/al/globalpad-rip/openhouse/interculturalskills_old/core_concept_compilations/global_pad_-_what_is_culture.pdf. [2023, August 8].
- Tschimmel, K. (2012). Design Thinking as an effective Toolkit for Innovation. In **Proceedings of the XXIII ISPIM Conference: Action for Innovation: Innovating from Experience**. Spain: Barcelona.
- UNESCO (n.d.) **Historic Town of Sukhothai and Associated Historic Towns**. [Online]. Available: <https://whc.unesco.org/en/list/574/>. [2023, August 8].
- Yamane, T. (1967). **Statistics, An Introductory Analysis**. (2 nd ed.). New York: Harper and Row.