

การออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา งานหัตถกรรมจังหวัดเชียงใหม่¹

received 2 APR 2023 revised 20 JUN 2023 accepted 29 JUN 2023

ปราณ ศิลปกิจ

อาจารย์ประจำสาขาการถ่ายภาพสร้างสรรค์
ภาควิชาสื่อศิลปะ และการออกแบบสื่อ
คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปวินท์ บุญนาค

อาจารย์ ดร.
คณะศิลปกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์

ศาสตราจารย์ ดร.
คณะศิลปกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา งานหัตถกรรมจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแต่ละประเภทที่สามารถสื่อสารผ่านงานเรขศิลป์ 2) เพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม และ 3) เพื่อสร้างสรรค์ต้นแบบการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงใหม่

อัตลักษณ์งานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) ร่วมกับการออกแบบทางศิลปกรรม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง 1.1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือครูภูมิปัญญา ด้านงานหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ท่าน และ 1.2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ จำนวน 3 ท่าน และกลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 398 คนโดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

¹บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์สำหรับนิเวศวัฒนธรรมด้านงานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้ แนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมโดยแบ่งเป็นชุดคำตอบทั้งหมด 8 กลุ่มตามประเภทกลุ่มงานหัตถกรรมที่พบได้ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ กลุ่มงานไม้แกะสลัก กลุ่มงานเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มงานการทำร่ม กลุ่มงานผ้าทอ กลุ่มงานเครื่องเงิน กลุ่มงานเครื่องเงิน กลุ่มงานเครื่องจักสาน และกลุ่มงานโคมล้านนา โดยได้ทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และประยุกต์ใช้ผลคำตอบเพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบทางศิลปกรรมเพื่อเข้าสู่กระบวนการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมาย ข้อเสนอแนะในงานวิจัย ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านหัตถกรรมล้านนาจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อัตลักษณ์งานหัตถกรรมในด้านวัสดุและความเชื่อพื้นถิ่นเป็นอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะพื้นที่นั้น ๆ การสร้างสรรค์ให้เกิดลวดลายตามความเชื่อเฉพาะพื้นถิ่น ไม่สามารถหาจุดร่วมที่ใช้สื่อสารอัตลักษณ์ผ่านงานออกแบบเรขศิลป์สำหรับงานหัตถกรรมทั่วไปได้ หากนักออกแบบเรขศิลป์ต้องการนำอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่มาใช้ในงานออกแบบเรขศิลป์เพื่อใช้บนพื้นที่จะต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำมาประกอบกับผลวิจัยในครั้งนี้

คำสำคัญ: การออกแบบเรขศิลป์, อัตลักษณ์งานหัตถกรรม, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Graphic Design to Communicate Handicraft Identity to Promote Cultural Tourism; Case Study Handicraft in Chiang Mai Province¹

Prang Silpakit

Creative Photography,
Department Media Arts and Design,
Faculty of Fine Arts, Chiang Mai University

Pawin Bunnag

Lecturer, Ph.D.,
Faculty of Fine and Applied Arts,
Chulalongkorn University

Suppakorn Disatapundhu

Professor Ph.D.,
Faculty of Fine and Applied Arts,
Chulalongkorn University

Abstract

This article titled “Graphic Design to Communicate Handicraft Identity for Promoting Cultural Tourism: A Case Study of Handicrafts in Chiang Mai Province.”, Aims to 1) Investigate the identity of each type of handicraft works that can be communicated through graphic design elements and particularly in the field of traditional handicrafts 2) To provide graphic design guidelines that communicates the identity of handicraft and 3) To develop graphic design prototypes that communicate handicraft identity for promoting cultural tourism, Chiang Mai province. This study used a mixed-methods approach to its investigation, which combined qualitative and quantitative research methodologies, along with graphic design. Data was collected from 2 groups: Group 1) consisted of experts who conducted in-depth, semi-structured interviews. Subgroup 1.1) consisted of 5 Chiang Mai handicrafts experts. Subgroup 1.2) consisted of 3 graphic design experts. Group 2 consisted of 398 Thai tourists who had experienced cultural tourism. The frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation were used in the data analysis.

¹This research article is part of the thesis “Graphic Design to Communicate Handicraft Identity to Promote Cultural Tourism” of the Doctor of Fine Arts program, Faculty of Fine Arts, Chulalongkorn University.

The research summarizes the graphic design guidelines that can communicate the identity of handicrafts that consist of 8 groups, classified by the types of handicrafts found in Chiang Mai province which are wood carving, pottery, umbrella making, woven fabric, silverware, lacquerware, weaving, and Lanna lantern. These guidelines provide a comprehensive set of answers for designing handicrafts that effectively communicate their identity. The study analyzed and synthesized the data, condensed the findings, and used the conclusions as graphic design guidelines to produce a prototype. The target group's satisfaction level with these prototypes was then tested. The research suggested that based on data analyzed and summarized, the identity of traditional handicrafts in their unique local materials and local beliefs, which are specific to the community. These identities cannot be replicated in general handicraft graphic designs intended for wider audiences. As a result, designers who want to include local identities into their work will need to collect more data to enhance the conclusions of this study.

Keywords: Graphic Design, Handicraft Identity, Cultural Tourism

บทนำ

รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยถือเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างรายได้หลักให้กับประเทศ สมาคมเศรษฐกิจโลก หรือ World Economic Forum ได้ให้ข้อมูลที่ชัดเจนอย่างต่อเนื่องว่าประเทศไทยมีศักยภาพด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 31 จาก 140 ประเทศทั่วโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2019) อีกทั้งประเทศไทยอัตราการเติบโตของรายได้จากธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ รูปแบบของการท่องเที่ยวมีความเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสมโนทัศน์และการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก หากจะพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนและตอบรับกับความต้องการของประชาคมโลก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงต้องเตรียมความพร้อมตอบรับกับความเปลี่ยนแปลงทางด้านความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ กระแสการรักท้องถิ่นเป็นอีกหนึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา จากข้อมูลของ Trend Watching ปี พ.ศ. 2561 โดยกองบรรณาธิการของ TAT Review Magazine (2018) ที่รายงานว่า กระแสรักท้องถิ่นทำให้ทิศทางความสนใจสินค้าและบริการ รวมไปถึงรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้บริโภคในปัจจุบันมีความแตกต่างออกไปจากการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมอย่างสิ้นเชิง ผู้บริโภคต้องการการท่องเที่ยวที่ได้เรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตพื้นถิ่น รวมถึงต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งแตกต่างออกไปจากการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม กอปรกับข้อมูลจากโครงการการศึกษาพฤติกรรมและความเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นประสบการณ์ร่วมกับชุมชนวัฒนธรรมท้องถิ่นมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น และสามารถพัฒนาให้เป็นกระแสการท่องเที่ยวหลักกับประเทศได้

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (Jittangwatta, 2003, p. 209 - 210) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สัมผัสและชื่นชมกับความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่างทางวัฒนธรรมของพื้นที่ เช่น ภาษา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี และอาหาร เป็นต้น ชิตาวีร์ สุขคร (Suknakorn, 2019) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้หรือได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมในวิธีการต่าง ๆ โดยผนวกองค์ประกอบทางทรัพยากรด้านสังคมสิ่งแวดล้อมและธุรกิจเข้าด้วยกัน จนเกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสอดรับตามกระแสด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กล่าวโดยสรุปคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่น่าสนใจการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้บนพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์สำคัญเฉพาะพื้นถิ่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นหัวใจสำคัญที่สามารถส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว และดึงดูดนักท่องเที่ยวภายในและภายนอกประเทศสำหรับประเทศที่มีอัตลักษณ์คุณค่าทางวัฒนธรรมสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างยั่งยืน

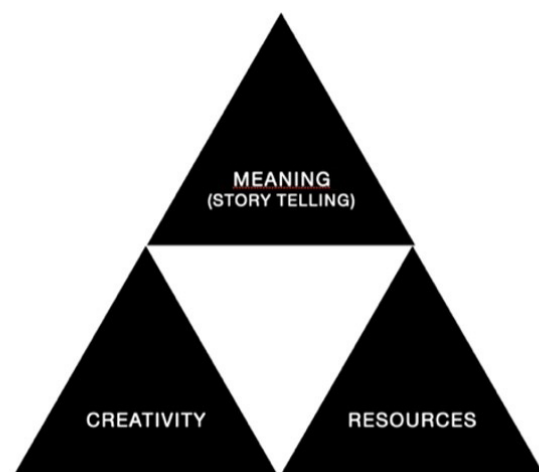
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้วัฒนธรรมพื้นถิ่นสร้างจุดดึงดูดในการสร้างประสบการณ์ของการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ให้กับผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานการใช้ทรัพย์สินทางภูมิปัญญาพื้นถิ่นผสมผสานรากฐานทุนทางวัฒนธรรม ร่วมกับเทคโนโลยี และนวัตกรรม ข้อมูลจากแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563 - 2565 (Creative Economy Agency (Public Organization), 2020) ชี้ให้เห็นถึงขอบเขตอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) หรือกระบวนการกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้พื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมร่วมกับนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างสินค้าและบริการที่สามารถเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ และคุณค่าทางสังคมของประเทศไทยดังนี้ งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) ศิลปะการแสดง (Performing Arts) ทัศนศิลป์ (Visual Arts) ดนตรี (Music) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Films and Video) การพิมพ์ (Publishing) การกระจายเสียง (Broadcasting) ซอฟต์แวร์ (Software) โฆษณา (Advertising) การออกแบบ (Design) สถาปัตยกรรม (Architecture) และแฟชั่น (Fashion)

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ (Creative Placemaking) ภายใต้กรอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) คือการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความได้เปรียบด้วยการสร้างมูลค่า (Value Creation) ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานแห่งความเป็นไทย (Thainess) วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2009) ซึ่งการพัฒนาพื้นที่นิเวศวัฒนธรรมสร้างสรรค์นั้น ต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาศักยภาพนิเวศทางวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาให้เป็นนิเวศทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยแนวคิดการพัฒนาพื้นที่นิเวศ หรือการจัดการพื้นที่สร้างสรรค์นั้นได้ถูกนำมาใช้ในหลายประเทศรวมถึงประเทศไทย แนวคิดการจัดการพื้นที่สร้างสรรค์ที่สำคัญและถูกนำมาใช้ในจังหวัดที่มีจุดเด่นด้านทุนทางวัฒนธรรม อาทิ จังหวัดสุโขทัย จังหวัดสงขลา และ จังหวัดเชียงใหม่ โดยแนวคิดของ Greg Richards และ Lian Duif (Richards & Duif, 2019, p. 18 - 23) ได้นำมาใช้เพื่อการพัฒนาศักยภาพนิเวศวัฒนธรรมสร้างสรรค์บนพื้นที่ เพื่อส่งเสริมทางการท่องเที่ยว โดยแนวคิดนี้ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ไว้ว่า องค์ประกอบการพัฒนาพื้นที่ใดก็ตามให้เป็นพื้นที่สร้างสรรค์นั้น ต้องอาศัยองค์ประกอบของการพัฒนาพื้นที่ คือการจัดการทรัพยากรในพื้นที่ ด้วยการผสมผสานกันอย่างลงตัว ประกอบไปด้วย

1) ทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Resources) พื้นที่ที่ต้องการพัฒนาให้เป็นพื้นที่นิเวศวัฒนธรรม สร้างสรรค์ จะต้องประกอบด้วยความพร้อมทางด้านทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ที่สามารถสื่อสารให้นักท่องเที่ยวและบุคคลที่จะเข้าไปยังพื้นที่เข้าใจถึงคุณค่า อัตลักษณ์ และความเป็นอยู่ของมรดกทางวัฒนธรรม ประเพณี และผู้คนบนพื้นที่

2) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) บนพื้นที่จะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ประกอบร่างอยู่บนพื้นที่ อาทิ ความคิดสร้างสรรค์ผ่านผลงานศิลปะบนพื้นที่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ศิลปะเข้ามาเป็นตัวกลางผลิตภัณฑ์ทางความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจากบนพื้นที่

3) ความหมายและเรื่องราวของชุมชน (Meaning/Story telling) การนำเสนออัตลักษณ์เรื่องราว และประวัติศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ชุมชนเพื่อสะท้อนความเป็นตัวตนและคุณค่าที่เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สร้างมูลค่า (Value Creation) ทางด้านจิตใจให้แก่ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวได้



ภาพที่ 1 ภาพแสดงกรอบแนวความคิดการพัฒนาพื้นที่
Note: From Richards & Duif, 2019

งานหัตถกรรม (Handicraft)

งานหัตถกรรม (Handicraft) คืองานที่เกิดจากการทำด้วยมือ เกิดขึ้นจากการประดิษฐ์ของใช้เพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันและเพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนาตามความเชื่อของชาวบ้าน ถือเป็นภูมิปัญญาก่อให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ภูมิปัญญาด้านงานหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น ซึ่งงานหัตถกรรมถือเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมภายใต้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยตามคำนิยามของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ด้วยองค์ประกอบทางด้านนิเวศวัฒนธรรมพื้นถิ่นซึ่งแตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ ทำให้รูปแบบการสร้างสรรคงานหัตถกรรมแตกต่างกันออกไป การแบ่งประเภทงานศิลปหัตถกรรมในประเทศไทยมีการจำแนกประเภทได้หลายลักษณะ อาทิ การจัดประเภทงานศิลปหัตถกรรมตามวัสดุ สถานภาพของช่างและรูปแบบกระบวนการผลิตผลงาน

ในปี พ.ศ. 2560 จังหวัดเชียงใหม่ถูกคัดเลือกให้เป็นหนึ่งในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (Creative Cities Network) สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Craft and Folk Art) โดยองค์การยูเนสโก (UNESCO, 2017) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งโครงการใหญ่ที่ยูเนสโกดำเนินงานควบคู่กับการประกาศแหล่งมรดกทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ของโลก เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งนี้จึงก่อให้เกิดนโยบายจากภาครัฐและเอกชนที่ตอบสนองการเป็นเมืองสร้างสรรค์สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านของจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้เกิดโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านงานหัตถกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตองค์ความรู้พื้นถิ่น เพื่อการส่งเสริมให้เกิดการเห็นคุณค่าไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในปัจจุบันงานหัตถกรรมท้องถิ่นกลับมาได้รับความนิยมในท้องตลาดอีกครั้ง ซึ่งรูปแบบของงานหัตถกรรมพื้นถิ่นมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตตามสภาพแวดล้อม รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป มีการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าด้านงานหัตถกรรมในรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป การศึกษาเบื้องต้นพบว่าภูมิปัญญาล้านนา ด้านงานหัตถกรรมที่สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นล้านนาในจังหวัดเชียงใหม่ ถูกแบ่งออกตามกลุ่มงานดังต่อไปนี้ 1) กลุ่มงานแกะสลักไม้ 2) กลุ่มงานเครื่องปั้นดินเผา 3) กลุ่มงานกระดาษสาและการทำร่ม 4) กลุ่มงานทอผ้า 5) กลุ่มงานเครื่องเงิน 6) กลุ่มงานเครื่องเงิน 7) กลุ่มงานจักสานไม้ไผ่ และ 8) กลุ่มงานประดิษฐ์ตุ๊กและโคมล้านนา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จำแนกการศึกษาและลงพื้นที่เก็บข้อมูลตัวแปรต้นตัวประเภทกลุ่มงานหัตถกรรมในงานวิจัยต่อไป

จากการศึกษาของ เกศกนก ชุมประดิษฐ์ และ จิราภรณ์ ขุนศรี (Chumpradist & Khunsri, 2005, p. 81 - 82) ได้อธิบายเรื่องอัตลักษณ์ล้านนาไว้ว่า อัตลักษณ์หรือภาพสะท้อนของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ทั้ง 8 จังหวัดประกอบด้วย เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน และแม่ฮ่องสอน ซึ่งมีประวัติศาสตร์ยาวนานรุ่งเรือง โดยมีเมืองเชียงใหม่เป็นศูนย์กลาง เนื่องจากมีภาษาพูด ตัวหนังสือ ประเพณี ศิลปะ และวัฒนธรรมเป็นของตนเอง แม้ว่าเวลาจะล่วงเลยมา อัตลักษณ์ดังกล่าวยังคงมีปรากฏให้เห็นอยู่ถึงปัจจุบัน หลอมรวมอยู่ในวิถีชีวิตความเป็นอยู่และพฤติกรรมการแต่งกาย อันเป็นอัตลักษณ์ของล้านนาสืบทอดจนปัจจุบัน อัตลักษณ์งานหัตถกรรมท้องถิ่นสามารถสื่อสารผ่านองค์ประกอบของงานหัตถกรรม รูปร่าง รูปทรง และลวดลายของผลงานที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นท้องถิ่นล้านนา การใช้วัสดุพื้นถิ่นในการสร้างผลงานทำให้งานหัตถกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน รวมถึงการสอดแทรกความเชื่อล้านนาที่เป็นนามธรรม ทั้งในเรื่องความเชื่อในการใช้ชีวิตประจำวัน ความเชื่อทางศาสนา หรือความเชื่อโบราณเรื่องภูติผีที่นำเสนอผ่านลวดลาย สี สัน รูปทรง และรูปร่างของงานหัตถกรรม ทั้งนี้ อาจสรุปได้ว่าอัตลักษณ์งานหัตถกรรมท้องถิ่นล้านนาเปรียบเสมือนสิ่งที่น่าสนใจตัวตนของชาวล้านนาผ่านบริบทต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

ปัญหางานวิจัยในเชิงการออกแบบ

จากการศึกษาข้อมูลและการลงพื้นที่ภาคสนามบริเวณจังหวัดเชียงใหม่ในเบื้องต้น พบว่า ในปัจจุบันการศึกษาค้นคว้าความรู้และแนวทางการนำอัตลักษณ์ของงานหัตถกรรมเพื่อสื่อสารผ่านงานเรขศิลป์ด้านงานหัตถกรรมนั้นยังขาดรูปแบบมาตรฐานและหลักเกณฑ์ในการนำอัตลักษณ์งานหัตถกรรมมาใช้ในงานออกแบบเรขศิลป์ ทำให้รูปแบบงานออกแบบเรขศิลป์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นไม่สามารถดึงดูดความสนใจและไม่ก่อให้เกิดการจดจำ ไม่มีการสื่อสารแบบตรงไปตรงมาแก่นักท่องเที่ยว

คำถามงานวิจัย

แนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรเป็นอย่างไร และมีขั้นตอนอย่างไร

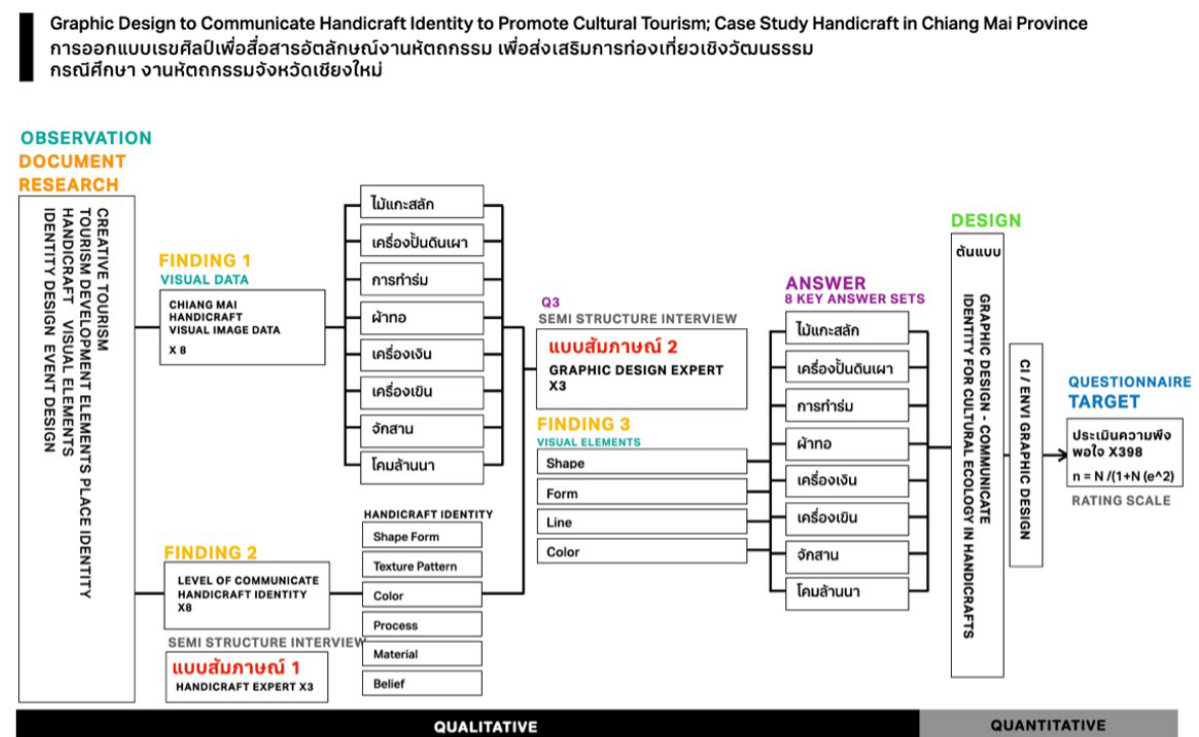
วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแต่ละประเภทที่สามารถสื่อสารผ่านงานเรขศิลป์
- 2) เพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม
- 3) เพื่อสร้างสรรค์ต้นแบบการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ของการวิจัย

ได้มาตรฐานการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านงานหัตถกรรมแต่ละประเภท และได้ต้นแบบการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัยการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา งานหัตถกรรมจังหวัดเชียงใหม่

Note: From © Prang Silpakit 10/08/2021

วิธีดำเนินงานวิจัย

บทความวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษางานหัตถกรรมจังหวัดเชียงใหม่ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต เรื่อง “การออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์สำหรับนิเวศวัฒนธรรมด้านงานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) ร่วมกับการออกแบบทางศิลปกรรม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง 1.1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือครุภูมิปัญญา ด้านงานหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ท่าน เพื่อเก็บข้อมูลระดับการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมที่สามารถสื่อสารผ่านองค์ประกอบของงานหัตถกรรมแต่ละประเภท และ 1.2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ จำนวน 3 ท่าน เพื่อเก็บข้อมูลองค์ประกอบออกแบบเรขศิลป์และอัตลักษณ์ (Visual Design Elements and Identity) และอัตลักษณ์ล้านนาจากรูปแบบงานหัตถกรรมเพื่อใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ จากรูปแบบงานหัตถกรรมทั้งหมด 8 กลุ่มงาน เพื่อใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ และกลุ่มที่ 2 ผู้ประเมินความพึงพอใจ โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 398 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของต้นแบบงานออกแบบเรขศิลป์สำหรับนิเวศวัฒนธรรมด้านงานหัตถกรรมจังหวัดเชียงใหม่ตามวัตถุประสงค์ โดยมีรายละเอียดขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูล และเก็บข้อมูลภาคสนาม คัดเลือกข้อมูลที่สามารถใช้ในการวิจัยและนำข้อมูลคัดกรองอีกครั้งจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ เพื่อทำการสร้างเครื่องมือในงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัย 2 กลุ่ม ได้แก่

เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

- กลุ่มผู้เชี่ยวชาญย่อยกลุ่มที่ 1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือครุภูมิปัญญาด้านงานหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติและขนาดของกลุ่ม โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องด้านงานหัตถกรรมมากกว่า 10 ปีขึ้นไป จำนวน 5 ท่าน
- กลุ่มผู้เชี่ยวชาญย่อยกลุ่มที่ 1.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ และการออกแบบเรขศิลป์เคลื่อนไหว ผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติและขนาดของกลุ่ม โดยมีเกณฑ์เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบเรขศิลป์ หรือ การออกแบบเรขศิลป์เคลื่อนไหวไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 3 ท่าน

เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มที่ 2 ผู้ประเมินความพึงพอใจ

- ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 2 ผู้ประเมินความพึงพอใจ ซึ่งผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ประเมินความพึงพอใจ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางออกจากที่พักอาศัยของตนเพื่อเดินทางมาเยือนชั่วคราวหรือเข้าพัก โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง และเคยมีประสบการณ์ร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 398 ท่าน

ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการสร้างเครื่องมือสำหรับงานวิจัยและเก็บข้อมูล

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญย่อยกลุ่มที่ 1.1 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือครูภูมิปัญญา ด้านงานหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงใหม่ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) และสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เรื่องประเด็นทางวัฒนธรรมด้านงานหัตถกรรม อัตลักษณ์งานหัตถกรรม ล้านนา เพื่อเก็บข้อมูลอัตลักษณ์ล้านนาที่ถ่ายทอดผ่านงานหัตถกรรม

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญย่อยกลุ่มที่ 1.2 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ และการออกแบบเรขศิลป์เคลื่อนไหว โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เรื่ององค์ประกอบออกแบบเรขศิลป์และอัตลักษณ์ (Visual Design Elements and Identity) และอัตลักษณ์ล้านนาจากรูปแบบงานหัตถกรรม เพื่อใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ จากรูปแบบงานหัตถกรรมแต่ละประเภททั้งหมด 8 กลุ่มงาน เพื่อใช้ในการออกแบบเรขศิลป์และแนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม

การเก็บข้อมูลส่วนที่ 2 กลุ่มผู้ประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลความพึงพอใจของต้นแบบงานออกแบบเรขศิลป์ โดยใช้รูปแบบการตอบแบบสอบถามในระบบออนไลน์เพื่อประเมินความพึงพอใจของต้นแบบงานออกแบบเรขศิลป์สำหรับนิเวศวัฒนธรรมด้านงานหัตถกรรมจังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลคำตอบจากแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด จากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละกลุ่ม เพื่อหาความคิดเห็นที่ตรงกันแบบฉันทามติ เพื่อนำผลที่ได้มาประยุกต์ใช้แนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ และใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 5 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

ผู้วิจัยกำหนดแนวทางของการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ ภายหลังจากวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลเพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบทางศิลปกรรม จากนั้น ร่างแบบและพัฒนาแบบร่างของผลงานต้นแบบ ทดลองสร้างสรรค์ผลงาน

ต้นแบบเพื่อหาข้อบกพร่องและปรับปรุงแก้ไข นำผลงานต้นแบบเข้าสู่กระบวนการประเมินความพึงพอใจ เพื่อหาข้อสรุปและอภิปรายผลในลำดับต่อไป

ขั้นตอนที่ 6 การประเมินความพึงพอใจ

ผู้วิจัยมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ประเมินความพึงพอใจ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางออกจากที่พักอาศัยของตนเพื่อเดินทางมาเยือนชั่วคราวหรือเข้าพัก โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง และเคยมีประสบการณ์ร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 398 ท่าน เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีมากกว่า 100,000 คน กำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 398 คน ตามแนวคิดการกำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 และระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 95 โดยใช้สูตร $n = N / (1 + N(e^2))$ ด้วยแบบประเมินความพึงพอใจรูปแบบออนไลน์ จากนั้นวิเคราะห์ และสรุปผลของข้อมูลความพึงพอใจ และนำเสนอในลำดับต่อไป

ผลการศึกษา

จากการเก็บและรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการออกแบบ เรขศิลป์ เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม สำหรับกลุ่มงานทั้ง 8 กลุ่มงานบริเวณจังหวัดเชียงใหม่ จากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างทั้ง 2 ชุด ได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์งานหัตถกรรม บริเวณจังหวัดเชียงใหม่ จากแบบสัมภาษณ์ กึ่งโครงสร้างชุดที่ 1

ส่วนที่ 2 การสรุปการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการออกแบบเรขศิลป์ และเรขศิลป์เคลื่อนไหว เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม จากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างชุดที่ 2

ผลการศึกษาส่วนที่ 1

การสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์งานหัตถกรรม บริเวณจังหวัดเชียงใหม่ จากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างชุดที่ 1 ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์และสรุปผลของข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเรื่องความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแต่ละประเภทที่สามารถสื่อสารผ่านงานเรขศิลป์ โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ดังนี้ เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 อยู่ในระดับมาก เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 อยู่ในระดับน้อย และเกณฑ์ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 อยู่ในระดับน้อยที่สุดตามลำดับ โดยผู้วิจัยสรุปผลจากข้อมูล และแสดงผลวิเคราะห์เป็นลำดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์งานหัตถกรรม บริเวณจังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	กลุ่มงาน หัตถกรรม	อัตลักษณ์งานหัตถกรรม					
		ด้านรูปร่าง และรูปทรง	ด้าน ลวดลาย	ด้านสี	ด้าน กระบวนการ สร้างผลงาน	ด้านวัสดุ	ด้านความ เชื่อโบราณ ล้านนา
1	กลุ่มงาน หัตถกรรมไม้ แกะสลัก	ปานกลาง	มากที่สุด	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก
2	กลุ่มงาน หัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผา	มากที่สุด	ปานกลาง	มากที่สุด	มากที่สุด	มาก	มาก
3	กลุ่มงาน หัตถกรรม การทำร่ม	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	มาก	มาก	ปานกลาง
4	กลุ่มงาน หัตถกรรมผ้าทอ	น้อย	มากที่สุด	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก
5	กลุ่มงาน หัตถกรรม เครื่องเงิน	มาก	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	มากที่สุด	มาก
6	กลุ่มงาน หัตถกรรม เครื่องเงิน	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มาก
7	กลุ่มงาน หัตถกรรม จักสาน	มาก	มาก	ปานกลาง	มากที่สุด	มากที่สุด	มาก
8	กลุ่มงาน หัตถกรรม โคมล้านนา	มากที่สุด	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด

Note: From © Prang Silpakit 02/01/2022

สามารถสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์จากงานหัตถกรรม 8 กลุ่ม บริเวณจังหวัดเชียงใหม่ ได้ดังนี้

1) ความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์ด้านรูปร่างและรูปทรงอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มงานหัตถกรรมการทำร่ม กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน และกลุ่มงานหัตถกรรมโคมล้านนา ต่อมาคือระดับมาก ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน กลุ่มงานหัตถกรรมจักสาน ระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมไม้แกะสลัก และระดับน้อย ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมผ้าทอ ตามลำดับ

2) ความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์ด้านลวดลายอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมไม้แกะสลัก กลุ่มงานหัตถกรรมผ้าทอ กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน และกลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน ต่อมาคือระดับมาก ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมจักสาน และกลุ่มงานหัตถกรรมโคมล้านนา ระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา และระดับน้อย ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมการทำร่ม ตามลำดับ

3) ความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์ด้านสีสันทันอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มงานหัตถกรรมการทำร่ม และกลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน ต่อมาคือระดับมาก ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมโคมล้านนา และกลุ่มงานหัตถกรรมผ้าทอ ระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมไม้แกะสลัก และกลุ่มงานหัตถกรรมจักสาน และระดับน้อย ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน ตามลำดับ

4) ความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์ด้านกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน กลุ่มงานหัตถกรรมจักสาน และกลุ่มงานหัตถกรรมโคมล้านนา ต่อมาคือระดับมาก ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมการทำร่ม และกลุ่มงานหัตถกรรมผ้าทอ และระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมไม้แกะสลัก ตามลำดับ

5) ความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์ด้านวัสดุอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมผ้าทอ กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน และกลุ่มงานหัตถกรรมจักสาน และระดับมาก ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมไม้แกะสลัก กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มงานหัตถกรรมการทำร่ม และกลุ่มงานหัตถกรรมโคมล้านนา ตามลำดับ

6) ความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์ด้านความเชื่อโบราณล้านนาอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมโคมล้านนา ต่อมาคือระดับมาก ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมไม้แกะสลัก กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มงานหัตถกรรมผ้าทอ กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน กลุ่มงานหัตถกรรมเครื่องเงิน และกลุ่มงานหัตถกรรมจักสาน และระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มงานหัตถกรรมการทำร่ม ตามลำดับ

ผลการศึกษาคส่วนที่ 2

การสรุปการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ร่วมกับกลุ่มงานหัตถกรรมทั้งหมด 8 กลุ่มงานหัตถกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบออกแบบเรขศิลป์ (Visual Design Elements) เพื่อใช้ในงานออกแบบเรขศิลป์ โดยผู้วิจัยวิเคราะห์และสรุปผลของข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 อยู่ในระดับมาก เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 อยู่ในระดับน้อย และเกณฑ์ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 อยู่ในระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ โดยผู้วิจัยสรุปผลจากข้อมูลและวิเคราะห์ผลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมกลุ่มงานหัตถกรรมไม้แกะสลัก

ลำดับ	กลุ่มงานหัตถกรรม บริเวณจังหวัดเชียงใหม่	อัตลักษณ์ทางเรขศิลป์			
		กลุ่มงานหัตถกรรม			
		เส้น (Line)	รูปร่าง (Shape)	รูปทรง (Form)	สี (Color)
1	งานหัตถกรรมไม้แกะสลัก 	เส้นโค้ง แบบคลื่น	Natural Shape	Natural Form	Classic
		4.67	5.00	4.00	4.67
		เส้นโค้งวง แคบ	Abstract Shape	Geometric Form	Dandy
		4.33	3.00	3.33	4.33
		เส้นฉีก	Geometric Shape	-	Natural
		3.67	2.00		3.33

Note: From © Prang Silpakit 02/01/2022

ตารางที่ 2 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมกลุ่มงานหัตถกรรมทำร่ม (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มงานหัตถกรรม บริเวณจังหวัดเชียงใหม่	อัตลักษณ์ทางเรขศิลป์			
		กลุ่มงานหัตถกรรม			
		เส้น (Line)	รูปร่าง (Shape)	รูปทรง (Form)	สี (Color)
2	งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา 	เส้นโค้ง วงแคบ	Geometric Shape	Geometric Form	Classic
		4.67	3.67	4.33	4.67
		เส้นหยัก	Abstract Shape	Natural Form	Dandy
		4.33	2.00	1.67	4.67
		เส้นโค้ง แบบคลื่น	Natural Shape	-	Natural
		4.00	1.67		3.67
3	งานหัตถกรรมทำร่ม 	เส้นตั้ง	Geometric Shape	Geometric Form	Casual
		4.00	4.33	4.33	4.67
		เส้นโค้ง แบบก้นหอย	Natural Shape	Natural Form	Pretty
		3.67	3.00	2.00	4.33
		เส้นแนว นอน	Abstract Shape	-	
		3.33	2.67		

Note: From © Prang Silpakit 02/01/2022

ตารางที่ 2 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมกลุ่มงานหัตถกรรมผ้าทอและเครื่องเงิน (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มงานหัตถกรรม บริเวณจังหวัดเชียงใหม่	อัตลักษณ์ทางเรขศิลป์			
		กลุ่มงานหัตถกรรม			
		เส้น (Line)	รูปร่าง (Shape)	รูปทรง (Form)	สี (Color)
4	งานหัตถกรรมผ้าทอ 	เส้น แนวนอน	Geometric Shape	Geometric Form	Casual
		5.00	5.00	5.00	4.33
		เส้นหยัก	Abstract Shape	Natural Form	Gorgeous
		4.67	2.00	2.00	4.33
		เส้นตั้ง	Natural Shape	-	Dynamic
		4.00	1.67		4.00
5	งานหัตถกรรมเครื่องเงิน 	เส้นโค้ง แบบคลื่น	Natural Shape	Natural Form	Modern
		4.33	4.67	4.67	5.00
		เส้นโค้ง แบบกันหอย	Abstract Shape	Geometric Form	Dandy
		4.33	3.67	2.33	4.33
		เส้นโค้ง วงแคบ	Geometric Shape	-	Clear
		4.33	3.00		3.67

Note: From © Prang Silpakit 02/01/2022

ตารางที่ 2 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมกลุ่มงานหัตถกรรม เครื่องเงินและจักสาน (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มงานหัตถกรรม บริเวณจังหวัดเชียงใหม่	อัตลักษณ์ทางเรขศิลป์			
		กลุ่มงานหัตถกรรม			
		เส้น (Line)	รูปร่าง (Shape)	รูปทรง (Form)	สี (Color)
6	งานหัตถกรรมเครื่องเงิน 	เส้นโค้ง แบบกันหอย	Geometric Shape	Geometric Form	Dynamic
		5.00	4.33	4.33	5.00
		เส้นโค้ง แบบคลื่น	Abstract Shape	Natural Form	Gorgeous
		4.33	3.00	2.00	4.67
		เส้น แนวนอน	Natural Shape	-	Classic
		4.00	2.67		4.00
7	งานหัตถกรรมจักสาน 	เส้น แนวนอน	Geometric Shape	Geometric Form	Natural
		5.00	5.00	5.00	5.00
		เส้นหยัก	Natural Shape	Natural Form	Gorgeous
		5.00	2.33	2.67	3.67
		เส้นตั้ง	Abstract Shape	-	Dandy
		4.33	2.33		2.67
		-	-		Romantic
					2.67

Note: From © Prang Silpakit 02/01/2022

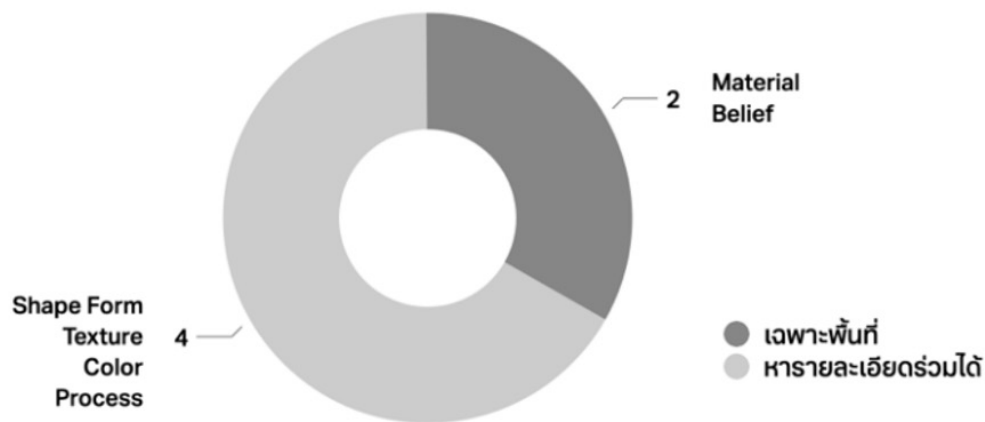
ตารางที่ 2 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมกลุ่มงานหัตถกรรมโคมล้านนา (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มงานหัตถกรรม บริเวณจังหวัดเชียงใหม่	อัตลักษณ์ทางเรขศิลป์			
		กลุ่มงานหัตถกรรม			
		เส้น (Line)	รูปร่าง (Shape)	รูปทรง (Form)	สี (Color)
8	งานหัตถกรรมโคมล้านนา 	เส้นโค้ง แบบคลื่น	Natural Shape	Natural Form	Classic
		4.67	5.00	4.00	4.67
		เส้นโค้ง วงแคบ	Abstract Shape	Geometric Form	Dandy
		4.33	3.00	3.33	4.33
		เส้นฉีก	Geometric Shape	-	Natural
		3.67	2.00		3.33

Note: From © Prang Silpakit 02/01/2022

การอภิปรายผล

การอภิปรายผลการบูรณาการข้อมูลด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 8 ชุดคำตอบ ผู้วิจัยพบว่าอัตลักษณ์สื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมด้านรูปร่างและรูปทรง ด้านลวดลาย ด้านสี และด้านกระบวนการการสร้างผลงาน เป็นองค์ประกอบที่สามารถหารายละเอียดร่วมเพื่อต่อยอดเป็นองค์ประกอบพื้นฐานทางเรขศิลป์ได้ แต่อัตลักษณ์ของงานหัตถกรรม ด้านวัสดุและด้านความเชื่อโบราณล้านนา เป็นอัตลักษณ์ที่ไม่สามารถหาจุดร่วมของแต่ละพื้นที่ได้มากนักเนื่องจากแต่ละพื้นที่มีความเชื่อพื้นถิ่นและวัสดุที่ใช้งานที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกการวิเคราะห์องค์ประกอบที่สามารถต่อยอดเชิงเรขศิลป์มาเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไป



ภาพที่ 3 สัดส่วนอัตลักษณ์งานหัตถกรรมที่สื่อสารผ่านองค์ประกอบของงานหัตถกรรมจังหวัดเชียงใหม่
Note: From © Prang Silpakit 12/10/2021

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้านระดับของการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านองค์ประกอบของงานหัตถกรรม โดยใช้เครื่องหมายแทนค่าระดับทางการสื่อสารดังนี้

- เครื่องหมาย ** สื่อสารได้มากที่สุดและจำเป็นในการนำมาใช้งานมากที่สุด
- เครื่องหมาย * สื่อสารได้มากและจำเป็นในการนำมาใช้งานมาก
- เครื่องหมาย - สื่อสารได้ในระดับปานกลางไม่จำเป็นต้องนำมาใช้งาน

โดยวิเคราะห์ร่วมกับกลุ่มงานหัตถกรรมทั้งหมด 8 กลุ่ม งานหัตถกรรมที่เกี่ยวกับองค์ประกอบออกแบบเรขศิลป์ (Visual Design Elements) เพื่อใช้ในงานออกแบบเรขศิลป์ โดยผู้วิจัยวิเคราะห์และสรุปผลของข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ และใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 อยู่ในระดับมาก เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 อยู่ในระดับน้อย และเกณฑ์ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 อยู่ในระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ โดยผู้วิจัยสรุปผลจากข้อมูลและวิเคราะห์ผลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 สรุปการวิเคราะห์การบูรณาการข้อมูลด้านการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	กลุ่มงานหัตถกรรมบริเวณจังหวัดเชียงใหม่				
	อัตลักษณ์งานหัตถกรรม	อัตลักษณ์ ลวดลาย	อัตลักษณ์รูปร่างรูปทรง		อัตลักษณ์สี
		**	-	-	-
	องค์ประกอบทางเรขศิลป์	เส้น (Line)	รูปร่าง (Shape)	รูปทรง (Form)	สี (Color)
1	งานหัตถกรรมไม้แกะสลัก 	เส้นโค้ง แบบคลื่น	Natural Shape	Natural Form	Classic
		4.67	5.00	4.00	4.67
		เส้นโค้ง วงแคบ	Abstract Shape	Geometric Form	Dandy
		4.33	3.00	3.33	4.33
		เส้นฉีก	Geometric Shape	-	Natural
		3.67	2.00		3.33
2	งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา 	เส้นโค้ง วงแคบ	Geometric Shape	Geometric Form	Classic
		4.67	3.67	4.33	4.67
		เส้นหยัก	Abstract Shape	Natural Form	Dandy
		4.33	2.00	1.67	4.67
		เส้นโค้ง แบบคลื่น	Natural Shape	-	Natural
		4.00	1.67		3.67

** จำเป็นมากที่สุด

* จำเป็น

- ไม่จำเป็น

Note: From © Prang Silpakit 02/01/2022

ตารางที่ 3 สรุปการวิเคราะห์การบูรณาการข้อมูลด้านการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มงานหัตถกรรมบริเวณจังหวัดเชียงใหม่				
	อัตลักษณ์งานหัตถกรรม	อัตลักษณ์ ลวดลาย	อัตลักษณ์รูปร่างรูปทรง		อัตลักษณ์สี
		**	-	-	-
	องค์ประกอบทางเรขศิลป์	เส้น (Line)	รูปร่าง (Shape)	รูปทรง (Form)	สี (Color)
3	งานหัตถกรรมทำร่ม 	เส้นตั้ง	Geometric Shape	Geometric Form	Casual
		4.00	4.33	4.33	4.67
		เส้นโค้ง แบบกันหอย	Natural Shape	Natural Form	Pretty
		3.67	3.00	2.00	4.33
		เส้น แนวนอน	Abstract Shape	-	
		3.33	2.67		
4	งานหัตถกรรมผ้าทอ 	เส้น แนวนอน	Geometric Shape	Geometric Form	Casual
		5.00	5.00	5.00	4.33
		เส้นหยัก	Abstract Shape	Natural Form	Gorgeous
		4.67	2.00	2.00	4.33
		เส้นตั้ง	Natural Shape	-	
		4.00	1.67		

** จำเป็นมากที่สุด

* จำเป็น

- ไม่จำเป็น

Note: From © Prang Silpakit 02/01/2022

ตารางที่ 3 สรุปการวิเคราะห์การบูรณาการข้อมูลด้านการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มงานหัตถกรรมบริเวณจังหวัดเชียงใหม่				
	อัตลักษณ์งานหัตถกรรม	อัตลักษณ์ ลวดลาย	อัตลักษณ์รูปร่างรูปทรง		อัตลักษณ์สี
		**	*	*	-
	องค์ประกอบทางเรขศิลป์	เส้น (Line)	รูปร่าง (Shape)	รูปทรง (Form)	สี (Color)
5	งานหัตถกรรมเครื่องเงิน 	เส้นโค้ง แบบคลื่น	Natural Shape	Natural Form	Modern
		4.33	4.67	4.67	5.00
		เส้นโค้ง แบบกันหอย	Abstract Shape	Geometric Form	Dandy
		4.33	3.67	2.33	4.33
		เส้นโค้ง วงแคบ	Geometric Shape	-	Clear
		4.33	3.00		3.67
6	งานหัตถกรรมเครื่องเงิน 	เส้นโค้ง แบบกันหอย	Geometric Shape	Geometric Form	Dynamic
		5.00	4.33	4.33	5.00
		เส้นโค้ง แบบคลื่น	Abstract Shape	Natural Form	Gorgeous
		4.33	3.00	2.00	4.67
		เส้น แนวนอน	Natural Shape	-	Classic
		4.00	2.67		4.00

** จำเป็นมากที่สุด * จำเป็น - ไม่จำเป็น

Note: From © Prang Silpakit 02/01/2022

ตารางที่ 3 สรุปการวิเคราะห์การบูรณาการข้อมูลด้านการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มงานหัตถกรรมบริเวณจังหวัดเชียงใหม่					
	อัตลักษณ์งานหัตถกรรม	อัตลักษณ์ ลวดลาย	อัตลักษณ์รูปร่างรูปทรง		อัตลักษณ์สี	
		**	*	*	-	
	องค์ประกอบทางเรขศิลป์	เส้น (Line)	รูปร่าง (Shape)	รูปทรง (Form)	สี (Color)	
7	งานหัตถกรรมจักสาน 	เส้น แนวนอน	Geometric Shape	Geometric Form	Natural	
		5.00	5.00	5.00	5.00	
		เส้นหยัก	Natural Shape	Natural Form	Gorgeous	
		5.00	2.33	2.67	3.67	
		เส้นตั้ง	Abstract Shape	-	Dandy	
		4.33	2.33		2.67	
		-				Romantic
						2.67
		8	งานหัตถกรรมโคมล้านนา 	เส้นฉี้ง	Geometric Shape	Geometric Form
4.67	5.00			5.00	4.33	
เส้นหยัก	Abstract Shape			Natural Form	Pretty	
4.33	2.67			1.67	4.33	
เส้นตั้ง	Natural Shape			-	Clear	
4.00	1.67				3.67	
เส้น แนวนอน	-				Gorgeous	
4.00					3.67	

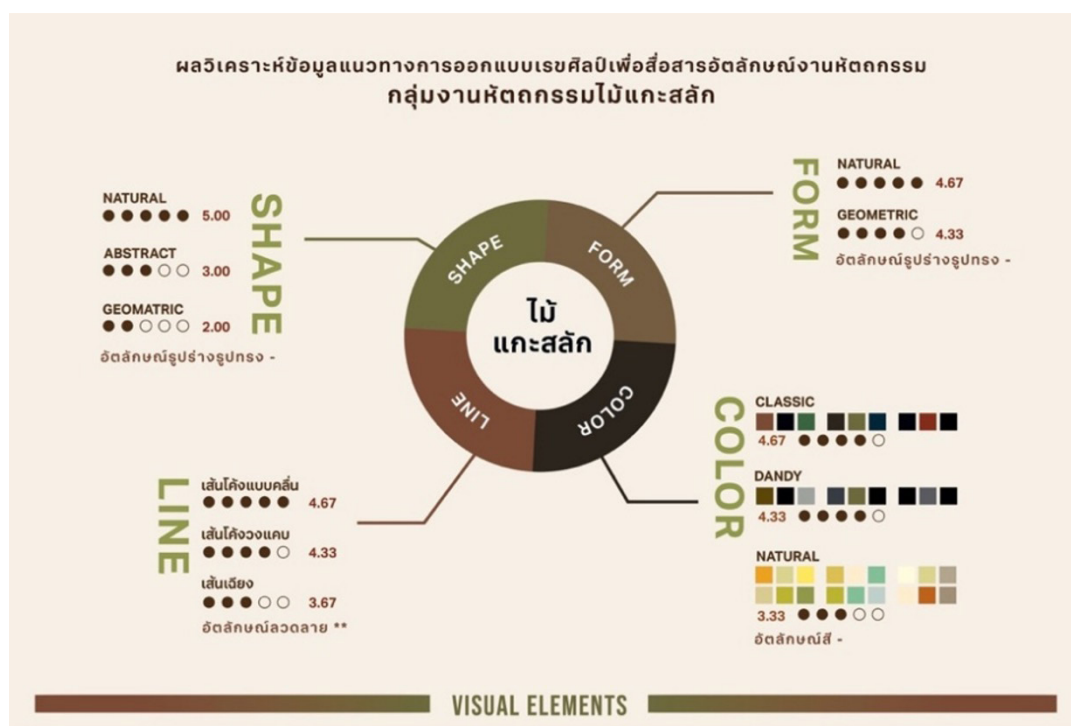
** จำเป็นมากที่สุด

* จำเป็น

- ไม่จำเป็น

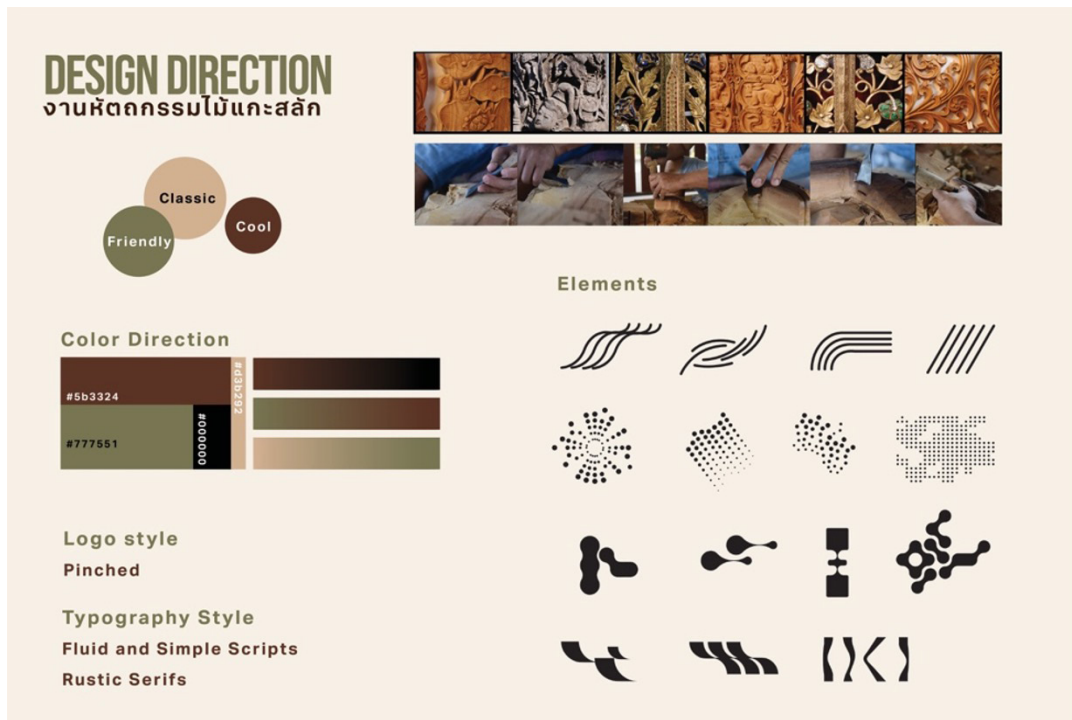
การประยุกต์ผลคำตอบเพื่อสร้างสรรค์ต้นแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากข้อมูลสรุปการวิเคราะห์การบูรณาการข้อมูลด้านการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม จังหวัดเชียงใหม่ 8 กลุ่มงาน ผู้วิจัยได้ทำการเลือกตัวอย่างเพื่อทดลองการประยุกต์ใช้ผลคำตอบเพื่อสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา งานหัตถกรรมจังหวัดเชียงใหม่ 1 กลุ่มงาน ได้แก่ กลุ่มงานแกะสลักไม้ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบการออกแบบเรขศิลป์สำหรับกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนพื้นที่นิเวศวัฒนธรรมงานหัตถกรรมบ้านถวาย โดยใช้ผลคำตอบของงานวิจัย ร่วมกับการออกแบบทางศิลปกรรมด้านเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม (Environmental Graphic Design) ดังนี้



ภาพที่ 4 ข้อมูลสรุปการบูรณาการแนวทางการออกแบบเรขศิลป์
เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแกะสลักไม้

Note: From © Prang Silpakit 11/02/2022



ภาพที่ 5 ข้อมูลแนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแกะสลักไม้ (Design Direction)
Note: From © Prang Silpakit 11/02/2022



ภาพที่ 6 ข้อมูลแนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแกะสลักไม้ (Design Brief)
Note: From © Prang Silpakit 11/02/2022



ภาพที่ 7 ต้นแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มงานหัตถกรรมแกะสลักไม้
Note: From © Prang Silpakit 05/04/2022



ภาพที่ 8 ต้นแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มงานหัตถกรรมแกะสลักไม้
Note: From © Prang Silpakit 05/04/2022

ข้อมูลด้านความพึงพอใจต้นแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตารางที่ 4 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต้นแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มงานหัตถกรรมแกะสลักไม้ บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มเป้าหมายงานวิจัย จำนวน 398 ท่าน

ลำดับ	ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าร้อยละ	เกณฑ์การประเมิน
1	ระดับความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแกะสลักไม้ของต้นแบบเรขศิลป์	4.71	94.22	มากที่สุด
2	ระดับความสามารถในการดึงดูดความสนใจทางการท่องเที่ยวของต้นแบบเรขศิลป์	4.73	94.62	มากที่สุด
3	ระดับความพึงพอใจในต้นแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแกะสลักไม้	4.77	95.47	มากที่สุด

Note: From © Prang Silpakit 05/04/2022

ระดับความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแกะสลักไม้ของต้นแบบเรขศิลป์ตามความเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 94.22 ให้คะแนนระดับความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแกะสลักไม้ของต้นแบบเรขศิลป์ระดับมากที่สุดนับเป็น 295 ท่าน และในระดับมาก 93 ท่าน ระดับปานกลาง 8 ท่าน และในระดับน้อย 2 ท่าน ตามลำดับ

ระดับความสามารถในการดึงดูดความสนใจทางการท่องเที่ยวของต้นแบบเรขศิลป์ตามความเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 94.62 ให้คะแนนความสามารถในการดึงดูดความสนใจทางการท่องเที่ยวของต้นแบบเรขศิลป์ระดับมากที่สุด นับเป็น 316 ท่าน และในระดับมาก 57 ท่าน และระดับปานกลาง 25 ท่าน ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจในต้นแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแกะสลักไม้ตามความเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 95.47 ให้คะแนนความพึงพอใจในต้นแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแกะสลักไม้ระดับมากที่สุดนับเป็น 342 ท่าน และในระดับมาก 24 ท่าน ระดับปานกลาง 30 ท่าน และในระดับน้อย 2 ท่าน ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์งานหัตถกรรมด้านรูปร่าง และรูปทรง ด้านลวดลาย ด้านสี และด้านกระบวนการสร้างผลงาน สามารถหารายละเอียดร่วมเพื่อต่อยอดเป็นองค์ประกอบพื้นฐานด้านลักษณะและองค์ประกอบทางเรขศิลป์ได้ แต่อัตลักษณ์ของงานหัตถกรรม ด้านวัสดุและด้านความเชื่อโบราณล้านนา เป็นอัตลักษณ์ที่ไม่สามารถหาจุดร่วมของแต่ละพื้นที่ได้มากนัก เนื่องจากแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรม ทำให้มีความเชื่อพื้นถิ่นที่แตกต่างกันออกไป และวัสดุที่ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานที่เฉพาะพื้นถิ่นของแต่ละพื้นที่จะแตกต่างกันออกไปตามภูมิประเทศและอาชีพของคนในชุมชน ดังนั้น หากในอนาคตนักออกแบบต้องการนำอัตลักษณ์ด้านความเชื่อและวัสดุพื้นถิ่นของแต่ละพื้นที่มาใช้ในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมจะต้องศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของอัตลักษณ์นิเวศวัฒนธรรมด้านความเชื่อและวัสดุของแต่ละพื้นที่เพื่อให้ได้องค์ประกอบที่เหมาะสมทางการออกแบบที่เฉพาะเจาะจงต่อไป

ข้อเสนอแนะจากผลความพึงพอใจ

ผลความพึงพอใจการทดลองออกแบบต้นแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มงานแกะสลักไม้ พบว่าระดับความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแกะสลักไม้ของต้นแบบเรขศิลป์ ระดับความสามารถในการดึงดูดความสนใจทางการท่องเที่ยวของต้นแบบเรขศิลป์ และระดับความพึงพอใจในต้นแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรมแกะสลักไม้ของกลุ่มเป้าหมายมีระดับคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง เนื่องจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายงานวิจัยในครั้งนี้มีช่วงอายุที่กว้าง ผู้วิจัยมีความเห็นว่า หากต้องการนำแนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์งานหัตถกรรม ในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม สามารถทำได้โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายในช่วงวัยให้ชัดเจน หรือกำหนดความสนใจที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น จะสามารถเห็นผลความแตกต่างและความต้องการที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น และจะเป็นประโยชน์ในงานวิจัยในครั้งต่อไป

References

- Barker, C. (2004). *photchanānukrom SAGE khōng kānsuksā watthanatham* [The Sage dictionary of cultural studies]. SAGE Publications Ltd.
- Creative Economy Agency (Public Organization). (2020). *phān patibatkān samnakngān songsām sētthakit sāngsan* ('ongkān mahāchon) Phō.Sō. *sōngphanhārōihoksipsām sōngphanhārōihoksiphā* [Action Plan of Creative Economy Agency (Public Organization) 2020 - 2022]. https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2563/o4_CEA_Strategic_Plan_2563-65.pdf.
- Chumpradist, K., Khunsri, J. (2005). *'attalak læ phāplak khōng changwat Chīang Rāi : rāingān kānwichai* [Identity and image of Chaingrai province]. Thailand Science Research and Innovation.
- Economics Tourism and Sports Division. (2019, September 5). *sarup khīt khwāmsāmāt nai kān khāngkhan dān kānthōngthīeo khōng Thai pī Phō.Sō 2562* [The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019]. Ministry of Tourism and Sports. https://www.mots.go.th/download/article/article_20190925130927.pdf.
- Jittangwattana, B. (2005). *kānphatthanā kānthōngthīeo bāp yangyūn* [Sustainable Tourism Development]. Tourism Authority of Thailand.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2009). *sētthakit sāngsan* [The Creative Economy]. B C Press (Boonchin) Company Limited.
- Richards, G. & Duif, L. (2019). *Small Cities with Big Dreams: Creative Placemaking and Branding Strategies*. Routledge.
- Sukkorn, C. (2019). *kānthōngthīeo chōng watthanatham nai prathēt Thai* [Cultural Tourism in Thailand]. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 1(2), 1-7.
- Tat review magazine. (2018). *Tourism go local chumchon tǎp yai mūang Thai tǎptō* [Community grown up; Thailand Develop]. Tat Review. <https://tatreviewmagazine.com/article/tourism-go-local>.

UNESCO. (2017). khrŭākhāi Chīang Mai māng sāngsan [*Chiang Mai Creative Cities Network*].
<https://www.unesco.org/en/creative-cities/chiang-mai-city>.