การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์

The Design of Souvenirs to Represent The “Sak Kha Lai” Leg Tattoo Identity Phutai of Kalasin Province

วันที่รับบทความ: 28 กันยายน 2566
วันที่แก้ไขบทความ: 31 ตุลาคม 2566
วันที่ตอบรับบทความ: 2 พฤศจิกายน 2566

กมลวรรณ พงษ์กุล [1]
ปณต นวลใส [2]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์สักขาลาย และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสานวิธี (mixed methods research) เก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารและข้อมูลภาคสนาม จากการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท ที่พบในตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถจำแนกอัตลักษณ์ได้ 2 ด้าน ได้แก่ อัตลักษณ์ปัจเจก และอัตลักษณ์ร่วม โดยอัตลักษณ์ปัจเจก คือ ลักษณะของลวดลายในการสักของแต่ละบุคคลมีความคล้ายและใกล้เคียงกัน มี 10 ลวดลาย ได้แก่ ลายมอม ลายก้อนหิน ลายกรอบ ลายดอกบัว ลายดอกบัวเครือ ลายแข่วหมาตาย ลายใบมะขาม ลายคีมตัดหมาก ลายกากบาท และลายขีด ส่วนอัตลักษณ์ร่วม คือ มีรูปแบบและความเชื่อที่มีร่วมกันของผู้ถูกสัก คือ 1) รูปแบบของสักขาลาย เป็นการสักรอบต้นขาจนถึงหัวเข่า มีลักษณะคล้ายกางเกง 2) ความเชื่อในการสัก ได้แก่ การสักขาลายเป็นประเพณีนิยม การสักขาลายเป็นการแสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน การสักขาลายเป็นการแสดงถึงความเป็นลูกผู้ชาย และการสักขาลายมีผลต่อการเลือกคู่ครอง ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผู้บริโภค พบว่า ลวดลายที่นิยมนำมาประยุกต์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมากที่สุด คือ 1) ลายมอม 2) ลายแข่วหมาตาย 3) ลายกรอบ 4) ลายก้อนหิน และ 5) ลายใบไม้ นอกจากนี้ผลความพึงพอใจโดยรวมของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 50 คน ที่มีต่อเครื่องประดับที่ออกแบบ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87)

คำสำคัญ: ของที่ระลึก อัตลักษณ์ สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท

---

[1] อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ฯ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
e-mail: kamonwan.k@sskru.ac.th
[2] อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ฯ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
e-mail: newschool.designer@gmail.com

The Design of Souvenirs to Represent The "Sak Kha Lai" Leg Tattoo Identity Phutai of Kalasin Province

Received: September 28, 2023
Revised: October 31, 2023
Accepted: November 2, 2023

Kamonwan Pongkul [1]
Panot Nualsai [2]

Abstract

This research aims to study the Sak Kha Lai identity and to design souvenir products reflecting the Sak Kha Lai identity of the Phutai ethnic group in Kalasin Province using mixed methods research by collecting data from document and field data. The results showed that the Sak Kha Lai identity of the Phutai ethnic group found in Phon Subdistrict, Kham Muang District, Kalasin Province can be divided into 2 aspects: individual identity and collective identity. Individual identity is that the tattoo patterns of each person are similar and close to each other. There are 10 patterns, i.e. mom pattern, stone pattern, frame pattern, lotus pattern, khaew ma tai pattern, tamarind leaf pattern, keem tud mark pattern, cross patterns, and line pattern. While collective identity is a shared style and belief of the tattooed as follows: 1) The "Sak Kha Lai" is a tattoo around the thigh up to the knee that looks like a pair of pants, 2) The belief in tattooing is the "Sak Kha Lai" is a popular tradition, it represents unity and manhood and affects the selection of a partner. Therefore, from the analysis of data on demand for souvenir products from consumers, it was found that the most popular patterns applied in designing souvenir products are 1) mom pattern, 2) khaew ma tai pattern, 3) frame pattern, 4) stone pattern and 5) leaf pattern. In addition, the overall satisfaction of the target group of 50 people with the designed jewelry at a high level (mean score 3.87)

Keyword: Souvenirs, Identity, "Sak Kha Lai" Leg Tattoo, PhuTai

[1] Lecturer, Program of Product Design and Material Innovation, Faculty of Liberal Arts and Science, Sisaket Rajabhat University
e-mail: kamonwan.k@sskru.ac.th

[2] Lecturer, Program of Product Design and Material Innovation, Faculty of Liberal Arts and Science, Sisaket Rajabhat University
e-mail: newschool.designer@gmail.com

บทนำ

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องมาจากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นยิ่งทำให้ความต้องการในเดินทางมีมากขึ้นเช่นกัน ประกอบกับเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ มีการพัฒนาที่ดีขึ้น (สมเกียรติ ชัยพิบูลย์, 2551, หน้า 1) ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี หรือ ttb analytics ประมาณรายได้ท่องเที่ยวไทยปี 2565 อยู่ที่ระดับ 1.25 ล้านล้านบาท พร้อมกับคาดการณ์รายได้ในปี 2566 จะเติบโตในอัตราเร่งอีก 1 ล้านล้านบาท พุ่งแตะ 2.25 ล้านล้านบาท ส่งผลทางอ้อมให้การท่องเที่ยวภูมิภาคไทยมีความคึกคักเพิ่มสูงขึ้น (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2566) ในปี 2566 คาดการณ์ท่องเที่ยวของคนไทยยังเติบโตต่อเนื่องด้วยตัวเลขการท่องเที่ยว 226 ล้านคนต่อครั้ง ช่วยเพิ่มความคึกคักให้กับภูมิภาคปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่ กทม. และปริมณฑล ภาคใต้ และภาคตะวันออก ฟื้นตัวในเชิงปริมาณที่ 80%, 84% และ 104% ตามลำดับ

การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน กำลังเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักเน้นการท่องเที่ยวแสวงหาประสบการณ์มากกว่าการท่องเที่ยวราคาถูก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ภูมิทัศน์ของโลกการท่องเที่ยวเปลี่ยนโฉมหน้าไปแบบที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน โดยเฉพาะกลุ่มคนเจเนอเรชั่น Gen Y และ Z ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนมากที่สุดในโลกเกือบกว่า 2,000 ล้านคน (Special Report, 2566) นิยมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความต้องการที่จะเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของคนท้องถิ่นมากขึ้น ด้วยสาเหตุของการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีความเจริญทางด้านอารยธรรมอันเก่าแก่ มีหมู่บ้านวัฒนธรรมชนเผ่าผู้ไทที่น่าสนใจ คือ หมู่บ้านทอผ้าไหมแพรวาตำบลโพน อำเภอคำม่วง เป็นแหล่งทอผ้าไหมแพรวาอันละเอียดประณีตมีชื่อเสียงระดับประเทศ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่นักท่องเที่ยวได้แวะเวียนไป รวมทั้งยังมีวัฒนธรรมการสักขาลาย ที่เป็นอีกหนึ่งศิลปวัฒนธรรมมีอยู่ที่ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้เริ่มเลือนหายไปจากสังคม ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เคยสืบทอดกันมา และเอกลักษณ์ของชายอีสาน ในสมัยก่อน ที่ควรค่าแก่ศึกษา อนุรักษ์และสืบทอดไม่ให้เลือนหายไปตามสังคมและโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อนำมาต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนศึกษาอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งนอกจากนี้อาจจะสร้างรายได้ให้แก่ประเทศและท้องถิ่นได้ และยังส่งผลให้จังหวัดกาฬสินธุ์มีชื่อเสียงเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับความเป็นชุมชนท้องถิ่นโดยเน้นที่อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างจากทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น อันจะนำมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ในรูปแบบต่าง ๆ ที่ให้มีความน่าสนใจและเป็นที่ต้องการของตลาดการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ ของความทรงจำที่ตอบสนองการตลาดอย่างสร้างสรรค์ที่คำนึงถึงทุนทางวัฒนธรรมทั้งในด้านของรูปแบบและความเป็นสัญลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (2565) ที่ได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการสำนักงานฯ ในระยะ 5 ปี พ.ศ. 2566-2570 ซึ่งมีการมุ่งเน้นให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างสมดุลและยั่งยืนใน

ระยะยาว สาระสำคัญของแผนฉบับนี้จะเน้นการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมอัตลักษณ์ และสินทรัพย์ของเมือง/ย่านสร้างสรรค์ โดยใช้องค์ความรู้สร้างสรรค์ผนวกเทคโนโลยีและนวัตกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า บริการ และทรัพย์สินทางปัญญาสร้างสรรค์ที่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล และกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจประเทศ ประกอบด้วย มิติด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทุกสาขา การพัฒนาธุรกิจ และผู้ประกอบการทั้งธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจทั่วไปที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการพัฒนานิเวศและย่านซึ่งเป็นปัจจัยที่สร้างคามเจริญเติบโตให้แก่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้องค์ความรู้ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญาและการศึกษาวิจัยในการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หรือคุณค่าทางสังคม ซึ่งสักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นอีกหนึ่งที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม ที่ควรค่าแก่การศึกษา อนุรักษ์และต่อยอดให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาสะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีรูปแบบการวิจัยผสมผสาน (Mixed Methods) จึงได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ได้โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) ดังนี้

1. ด้านเนื้อหาเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ให้ข้อมูลด้านเนื้อหาอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ (key informant) จำนวน 3 คน ได้แก่ ปราชญ์ ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน และกลุ่มผู้ปฏิบัติ (casual information) จำนวน 5 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้ที่มีการสักขาลายในกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท

2. . ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ กลุ่มผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากวิธีการสุ่ม ด้วยการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน +10% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552, หน้า 49) จำนวน 50 คน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย นักวิชาการ ผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และกลุ่มผู้ผลิตของที่ระลึก จำนวน 2 คน ประกอบด้วย ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กลุ่มผู้ที่สนใจ ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ได้รับการออกแบบมาจากสักขาลาย จากวิธีการสุ่มด้วยการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน +10% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552, หน้า 49) จำนวน 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง แบบสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม เป็นการซักถาม การสนทนากับผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน แบบสอบถามเชิงสำรวจการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบบสอบถามความต้องการของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผู้บริโภค แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย และแบบประเมินความพึงพอใจ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งได้ 4 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 รวบรวมข้อมูลทางด้านอัตลักษณ์สักขาลายจากการสัมภาษณ์ที่เป็นทางการและที่ไม่เป็นทางการ และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์

ระยะที่ 2 สำรวจการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ระยะที่ 3 เป็นการนำข้อมูลด้านอัตลักษณ์สักขาลายที่ได้จากการวิจัยในระยะที่ 1 มาออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ระยะที่ 4 ในขั้นตอนนี้จะเป็นการประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย ทั้งนี้เพื่อประเมินความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดยผู้เชี่ยวชาญประเมิน ซึ่งมุ่งวิเคราะห์ในประเด็นของ 1) ด้านอัตลักษณ์ 2) ด้านความสวยงาม และ 3) ด้านประโยชน์ใช้สอย

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบร่างของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากการสังเคราะห์อัตลักษณ์สักขาลายมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปสู่การผลิต และประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้ที่สนใจ ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมไว้ มาจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความรู้ด้านเนื้อหา และนำไปประมวลความคิดเพื่อใช้ในขั้นตอนการออกแบบเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดแนวความคิดของผลงาน รูปแบบ สี วัสดุ กรรมวิธีการผลิต/เทคนิค

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์

จากการรวบรวมข้อมูลทางด้านอัตลักษณ์สักขาลายโดยการสัมภาษณ์ที่เป็นทางการและที่ไม่เป็นทางการในกลุ่มผู้รู้และกลุ่มผู้ปฏิบัติ และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์นั้น พบว่า อัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ พบในตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นวัฒนธรรมที่มีการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ซึ่งในปัจจุบันได้เลือนหายไปจากสังคมอีสานแล้ว เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม โดยการศึกษาสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ แบ่งได้ 2 ด้าน ได้แก่ อัตลักษณ์ปัจเจก และอัตลักษณ์ร่วม โดยอัตลักษณ์ปัจเจก คือ ลักษณะของลวดลายในการสักของแต่ละบุคคลมีความคล้ายและใกล้เคียงกัน

ขึ้นอยู่กับช่างสักแต่ละคนและความต้องการของผู้ถูกสัก ทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ปัจเจกของแต่ละบุคคล โดยมี 10 ลวดลาย ได้แก่ ลายมอม ลายก้อนหิน ลายกรอบ ลายดอกบัว ลายดอกบัวเครือ ลายแข่วหมาตาย ลายใบมะขาม ลายคีมตัดหมาก ลายกากบาท และลายขีด และอัตลักษณ์ร่วม มีรูปแบบและความเชื่อที่มีร่วมกันของผู้ถูกสัก คือ 1) รูปแบบของสักขาลาย เป็นการสักรอบต้นขาจนถึงหัวเข่า มีลักษณะคล้ายกางเกง 2) ความเชื่อในการสัก ได้แก่ การสักขาลายเป็นประเพณีนิยม การสักขาลายเป็นการแสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน การสักขาลายเป็นการแสดงถึงความเป็นลูกผู้ชาย และการสักขาลายมีผลต่อการเลือกคู่ครอง ซึ่งเป็นความเชื่อของผู้ถูกสักหรือผู้ที่มีลายสักขาลายในกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ที่เชื่อต่อ ๆ กันมา

ภาพที่ 1 รูปแบบการสักขาลาย
ที่มา: กมลวรรณ พงษ์กุล และปณต นวลใส (2566)

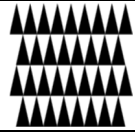
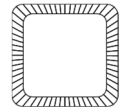
2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์

จากการรวมรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร การลงพื้นที่ภาคสนามเก็บองค์ความรู้ พบว่าแนวคิดที่ได้จากอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ มี 2 ลักษณะ คือ อัตลักษณ์ปัจเจก (individual identity) คือ ลักษณะของลวดลายในการสักของแต่ละบุคคลมีความคล้ายและใกล้เคียงกัน ขึ้นอยู่กับช่างสักแต่ละคนและความต้องการของผู้ถูกสัก และอัตลักษณ์ร่วม (collective identity) คือ รูปแบบและความเชื่อที่มีร่วมกันของผู้ถูกสัก ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้นำเอาอัตลักษณ์ปัจเจกของลวดลายมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ โดยใช้แนวคิดของ อรพินท์ บุญสิน (2557, หน้า 24) ที่ระบุว่าผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ความเป็นเอกลักษณ์ (personality) ความเป็นสิ่งแรก (originality) การมีความหมาย (neaning) และแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ธีระชัย สุขสด (2544) ที่กล่าวว่า ลักษณะในความหมายของคำว่า “ออกแบบผลิตภัณฑ์” มีอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับส่วนของการปรับปรุงหรือพัฒนามาจากของเดิม โดยแบบที่ได้มีการออกแบบและพัฒนามานี้ได้มีการสรุปลักษณะแบบได้ดังนี้ 1) แบบโบราณ (old style) 2) แบบอมตะ (classic style) 3) แบบร่วมสมัย (contemporary style) 4) แบบทันสมัย (modern style) และ 5) แบบล้ำยุค (advance style) และทฤษฎีรื้อสร้างของเดอร์ริดา (Y.na nagara, 2007) ได้อธิบายว่าในความคิดและวัฒนธรรม เกิดแนวคิดวิธีปรากฏการณ์วิทยาที่ประกอบด้วยขั้น 3 ขั้น คือ 1) การลดทอน (Reduction) 2) การสร้าง (construction) และ 3) การทำลาย (destruction) ซึ่งใช้เป็นแนวทางในการออกแบบจากทุนทางวัฒนธรรม

ภาพที่ 2 แรงบันดาลใจในการออกแบบ
ที่มา: กมลวรรณ พงษ์กุล และปณต นวลใส (2566)

โดยได้กำหนดแนวคิดในการออกแบบ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Gen Y) วิเคราะห์แนวโน้มในการออกแบบของที่ระลึก วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความต้องการของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผู้บริโภค พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก คือ เครื่องประกอบการแต่งกาย ประเภทเครื่องประดับ ประกอบด้วย สร้อยคอ ต่างหู แหวน และกำไล โดยนำลวดลายที่นิยมมากที่สุดจากแบบสอบถาม 5 อันดับแรก คือ 1) ลายมอม 2) ลายแข่วหมาตาย 3) ลายกรอบ 4) ลายก้อนหิน และ 5) ลายใบไม้ นำมาประยุกต์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก วัสดุที่ใช้ในการผลิต เป็นวัสดุสังเคราะห์ คือ โลหะ เนื่องจากมีความคงทนและแข็งแรง โดยผู้วิจัยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก และคำนึงถึงความสำคัญ ดังต่อไปนี้ 1) สื่อความหมายจากอัตลักษณ์และเรื่องราวของสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ได้ 2) มีการใช้รูปแบบของลายสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ 3) ลายสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้ 4) ใช้งานของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้หลายโอกาส และ 5) สามารถนำไปต่อยอดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ได้อย่างยั่งยืน

ตารางที่ 1 ลวดลายที่นิยมมากที่สุด จากแบบสอบถาม 5 อันดับแรก

ลายมอม	ลายแข่วหมาตาย	ลายก้อนหิน	ลายกรอบ	ลายใบไม้
				

แนวคิดการออกแบบ (concept design)

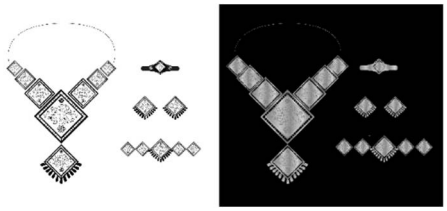
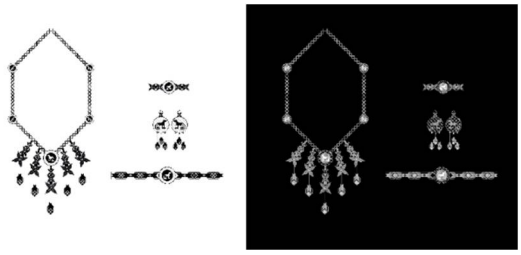
ภาพที่ 3 แนวคิดการออกแบบ (Concept Design)
ที่มา: กมลวรรณ พงษ์กุล และปณต นวลใส (2566)

3. ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

ในการออกแบบแบบร่างลวดลายในการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มลวดลายเพื่อให้มีความสอดคล้องกับ concept แบ่งเป็น 5 กลุ่มรูปแบบ ได้แก่ 1) แบบโบราณ

(old style) 2) แบบอมตะ (classic style) 3) แบบร่วมสมัย (contemporary style) 4) แบบทันสมัย (modern style) และ 5) แบบล้ำยุค (advance style)

ตารางที่ 2 แบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก รูปแบบเครื่องประกอบการแต่งกาย ประเภทเครื่องประดับ ประกอบด้วย สร้อยคอ ต่างหู แหวน และกำไล

แบบร่างที่ 1 แบบโบราณ (old style)	**แบบร่างที่ 2 แบบอมตะ (cassic style)**
แบบร่างที่ 3 แบบร่วมสมัย (contemporary style)	**แบบร่างที่ 4 แบบทันสมัย (modern style)**
	
แบบร่างที่ 5 แบบล้ำยุค (advance style)	
	

ภาพที่ 4 ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์
ที่มา: กมลวรรณ พงษ์กุล และปณต นวลใส (2566)

ภาพที่ 5 สร้อยคอ ต่างหู แหวน กำไล และนาฬิกา
ที่มา: กมลวรรณ พงษ์กุล และปณต นวลใส (2566)

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์

ผลิตภัณฑ์	รูปแบบผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับการใช้งาน	ประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับการใช้งาน	สามารถแสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือภาพลักษณ์ลายแส่วผ้า	มีความสวยงาม	มีความน่าสนใจ	ตอบโจทย์ความต้องการ	รวม
สร้อยคอ	4.06(0.51)4	3.96(0.45)3	4.40(0.53)3	4.48(0.54)3	4.44(0.54)3	4.20(0.61)3	**4.26(0.56)3**
ต่างหู	3.38(0.49)2	3.40(0.49)2	4.12(0.52)3	4.00(0.40)3	4.00(0.40)3	3.64(0.53)3	**3.76(0.56)3**
แหวน	3.24(0.43)3	3.24(0.43)3	3.98(0.32)3	3.90(0.42)3	3.90(0.42)3	3.68(0.51)3	**3.66(0.52)3**
กำไล	3.20(0.40)2	3.20(0.40)2	3.84(0.42)3	3.68(047)3	3.68(0.47)3	3.68(0.49)3	**3.53(0.51)3**
นาฬิกา	3.78(0.42)3	4.28(0.45)3	4.62(0.49)4	4.20(0.40)3	4.20(0.40)3	3.84(0.47)3	**4.15(0.52)3**
รวมทั้งหมด							**3.87(0.60)3**

4. ผลการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ ในรูปแบบเครื่องประกอบการแต่งกาย ประเภท เครื่องประดับ ประกอบด้วย สร้อยคอ ต่างหู แหวน กำไล และนาฬิกา ในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับการใช้งาน ประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับการใช้งาน การสะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ ความสวยงาม ความน่าสนใจ และตอบโจทย์ความต้องการ โดยประเมินกับกลุ่มเป้าหมายผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จำนวน 50 คน พบว่าสร้อยคอ เป็นรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดในการสะท้อนอัตลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\overline{X}$=4.26, S.D.=0.56) ซึ่งมีความเหมาะสมในระดับมาก รองลงมา คือ นาฬิกา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\overline{X}$=3.87, S.D.=0.60) มีความเหมาะสมในระดับมาก รองลงมา คือ ต่างหู มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\overline{X}$=4.76, S.D.=0.56) มีความเหมาะสมในระดับมาก รองลงมา คือ แหวน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\overline{X}$=3.66, S.D.=0.52) มีความเหมาะสมในระดับมาก และกำไล มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\overline{X}$=3.53, S.D.=0.51) มีความเหมาะสมในระดับมาก ตามลำดับ และความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด ($\overline{X}$=3.87, S.D.=0.60) มีความเหมาะสมในระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

1. อัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์

อัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ พบในตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ โดยที่เป็นวัฒนธรรมที่มีการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ซึ่งในปัจจุบันได้เลือนหายไปจากสังคมอีสานแล้ว เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว (2560, หน้า 117) ที่อธิบายถึงสาเหตุสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

การเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคม วัฒนธรรม และการเมือง ความเจ็บปวดจากการสักขาลาย ช่างสักอาชีพที่ไม่มีผู้สืบทอดต่อ และค่านิยมเกี่ยวกับรอยสักขาลายเปลี่ยนไป ทำให้สักขาลายได้เลือนหายไป โดยอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ แบ่งเป็นอัตลักษณ์ปัจเจก และอัตลักษณ์ร่วมของสักขาลาย สอดคล้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ของ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546, หน้า 5) ที่กล่าวว่า อัตลักษณ์คือความเป็นปัจเจกที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์กับสังคม (social aspect) ซึ่งสักขาลายมีลวดลายที่เป็นปัจเจกที่สังคมได้รับรู้ และยังได้อธิบายถึงการมีอัตลักษณ์ร่วมที่แสดงออกถึงความคล้ายคลึงกัน เช่นเดียวกับสักขาลายที่มีความเชื่อและรูปแบบที่เหมือนกัน ซึ่งอัตลักษณ์ปัจเจกของสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ คือ ลักษณะของลวดลายในการสักของแต่ละบุคคลมีความคล้ายและใกล้เคียงกัน ขึ้นอยู่กับช่างสักแต่ละคนและความต้องการของผู้ถูกสัก ทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ปัจเจกของแต่ละบุคคล และอัตลักษณ์ร่วมของสักขาลาย ประกอบด้วย รูปแบบและความเชื่อที่มีร่วมกันของผู้ถูกสัก โดยรูปแบบของสักขาลายเป็นการสักรอบต้นขาจนถึงหัวเข่า มีลักษณะคล้ายกางเกง และความเชื่อในการสัก ประกอบด้วย การสักขาลายเป็นประเพณีนิยม การสักขาลายเป็นการแสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน การสักขาลายเป็นการแสดงถึงความเป็นลูกผู้ชาย การสักขาลายมีผลต่อการเลือกคู่ครอง สอดคล้องกับ ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว (2560, หน้า 102) ในเรื่องความเชื่อเกี่ยวกับการสักขาลายของกลุ่มชาติพันธุ์ ในภาคอีสานแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ สักขาลายเป็นประเพณีนิยมของผู้ชาย สักขายลายเป็นเครื่องหมายของการเป็นกลุ่มเดียวกัน สักขาลายเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นลูกผู้ชาย สักขาลายมีผลต่อการเลือกคู่ครอง และสักขาลายเกี่ยวข้องกับตัวมอม

2. ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำไปสู่การออกแบบจากแนวคิดการออกแบบ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์และทฤษฎีรื้อสร้าง โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก คือ เครื่องประกอบการแต่งกาย ประเภทเครื่องประดับ ประกอบด้วย สร้อยคอ ต่างหู แหวน กำไล และนาฬิกา ที่ได้จากการสร้างเครื่องมือในการคัดเลือกความต้องการของที่ระลึกจากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายให้กับกลุ่มเป้าหมาย Gen Y โดยใช้แนวคิดการออกแบบของ ธีระชัย สุขสด (2544, หน้า 39) ที่อธิบายถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ มี 2 ส่วน คือ ส่วนของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับส่วนของการปรับปรุงหรือพัฒนามาจากของเดิม โดยผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการออกแบบที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นและพัฒนาให้เป็นแบบทันสมัย (modern style) โดยนำเอาลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ซึ่งรัฐบาลส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย และแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) ที่ว่าด้วยเศรษฐกิจที่ส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ประโยชน์จากทรัพย์ทางวัฒนธรรม ซึ่งก่อนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์จะต้องผ่านกระบวนการคิดมาก่อน โดยศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจเสียก่อน เพื่อจะ

สามารถออกแบบได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย และทำการออกแบบร่างเป็นผลิตภัณฑ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก หลังจากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินผล เพื่อนำมาแก้ไข แล้วนำไปผลิตเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ สอดคล้องกับทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ วราภรณ์ คีรีพัฒน์ (2528, หน้า 129-130) ที่ว่าด้วยเรื่องของกระบวนการคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) ขั้นความรู้ความเข้าใจ (cognition) เป็นขั้นที่รู้ความต้องการที่จะแก้ปัญหา มีความคิดว่าสิ่งใดเป็นปัญหาสำหรับที่จะแก้ 2) ขั้นหามโนมติ (conception) เป็นขั้นตอนที่จะทำการศึกษา สำรวจ แสวงหาแนวคิดด้วยวิธีการต่าง ๆ หาจุดเด่นจุดด้อยของแต่ละแนวคิดเหล่านั้น 3) ขั้นการค้นพบ (combustion) เป็นขั้นที่ค้นพบวิธีแก้ปัญหาด้วยวิจารณญาณ จิตสำนึก เป็นขั้นตอนแห่งการสร้างสรรค์ของความคิด 4) ทบทวนแก้ไข (consummation) เป็นขั้นตอนที่เป็นการทบทวน ดัดแปลง แก้ไข ความคิดที่เกิดจากการค้นพบในขั้นตอนที่ 3 เพื่อความสมบูรณ์ 5) ขั้นสื่อสารและเผยแพร่ผลงาน (communication) ที่เป็นขั้นตอนกระบวนการคิดสร้างสรรค์ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ และสอดคล้องกับทฤษฎีรื้อสร้างของ เดอร์ริดา (Y.na nagara, 2007) ได้อธิบายว่าในความคิดและวัฒนธรรม เกิดแนวคิดวิธีปรากฏการณ์วิทยาที่ประกอบด้วยขั้น 3 ขั้น คือ 1) การลดทอน (reduction) 2) การสร้าง (construction) 3) การทำลาย (destruction) โดยมีความเกี่ยวข้องกันทั้ง 3 ขั้นตอน คือ การทำลายเพื่อประกอบสร้างขึ้นมาใหม่ ดังเช่นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำลวดลายต่าง ๆ มาประกอบขึ้นรูปร่างใหม่ โดยที่นำมาตัดทอน จัดวางใหม่ แยกโครงสร้างต่าง ๆ ออกแล้วนำมาประกอบรูปร่างใหม่เพื่อนำไปออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ และสามารถนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์อื่นต่อได้ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่สอดคล้องกับ SUN YING XIN (2559, หน้า 136) ที่ศึกษาเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่น ชุด ศิลปะเต๋าแห่งเขาเหลาซาน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของภูเขาเหลาซานกับลัทธิเต๋าและศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในปัจจุบันเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้มีอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในการออกแบบเช่นเดียวกัน โดยผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้นำลวดลายจากลายสักขาลายที่ประยุกต์จากแนวคิดและแรงบันดาลในการออกแบบมาใช้ในการออกแบบ ซึ่งความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบของของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรศึกษาอัตลักษณ์สักขาลายของกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ เพื่อจะได้รวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมสักขาลาย

2. ศึกษาการประยุกต์ใช้ลายสักไปสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบอื่น ๆ

3. ควรศึกษาอัตลักษณ์สักขาลาย ในผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่น ๆ ที่หลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคที่มีหลายมิติ

บรรณานุกรม

ธีระชัย สุขสด. (2544). **การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.** (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

วราภรณ์ คีรีพัฒน์. (2528). **การสอนวิทยาศาสตร์.** ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว. (2560). สักขาลาย: อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท. **วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 21(2), หน้า 248-273.

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. (2566). **ttb analytics คาดรายได้การท่องเที่ยวไทยปี 2566 เพิ่มขึ้น 1 ล้านล้านบาทจากปีก่อน พุ่งแตะระดับ 2.25 ล้านล้านบาท**. สืบค้นจากhttps://www.ttbbank.com/th/analytics/business-industry/tourism-healthcare/20230112-ttb-analytics-thai-tourism-outlook2023

สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2551). **การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร**. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 14 พ.ศ. 2566-2570**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2565). **แผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)**. สืบค้นจาก https://www.cea.or.th/backendservice/3dflipbook?url=https%3A%2F%2Fwww.cea.or.th%2Fstorage%2Fapp%2Fmedia%2FITA_2566%2Fo4_CEA_Strategic_Plan_2566_2570_Apr2023.pdf

อรพินท์ บุญสิน. (2557). แนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรม. **วารสารการจัดการมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์**, 3(3), หน้า 22-31.

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). **อัตลักษณ์ การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Special Report. (2566). **เจาะ 5 เทรนด์การท่องเที่ยว 2566 สร้างรายได้กระจายลงชุมชน**. สืบค้นจาก https://aec10news.com/contents/special-report/200360/

SUN YING XIN. (2559). การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่น ชุด ศิลปะเต๋าแห่งเขาเหลาซาน. **วารสารศิลปกรรมบูรพา**, 19(1), หน้า 133-148.

Y.na nagara. (2007). **แนวคิดของ Deconstruction**. สืบค้นจาก https://yong-book2.blogspot.com/2007/03/deconstruction.html