

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ :
กรณีศึกษาชนเผ่าเย้า

Development of the northern souvenir
product in promoting creative economic
tourism : A case study of Yao tribal group

รองศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตต์ อินทร์คง

สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี

Assoc. Prof. Dr.Panchat Inkong

Faculty of Fine Arts, Rajamangala University of Technology

Thanyaburi E-mail panchat9994@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าเย้า มีจุดมุ่งหมายเพื่อ
1) ศึกษาการแต่งกายชนเผ่าเย้าในภาคเหนือ นำมาใช้ร่วมในการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย 2) เพื่อออกแบบ
และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเย้า ประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพายให้
มีรูปแบบร่วมสมัย 3) เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเย้า ประเภท

เสื่อยืดและกระเป่าสะพายจากอัตลักษณ์การแต่งกายชนเผ่า กลุ่มประชากร คือ ผู้นำชุมชน จำนวน 3 คน นักออกแบบ จำนวน 2 คน ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า จำนวน 6 ร้าน นักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน ชาวเขาเผ่าเย้า จำนวน 6 คน และผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเผ่าเย้าประเภทเสื่อยืดและกระเป่าสะพาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า การแต่งกายของชนเผ่าเย้าสามารถใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเอกลักษณ์ชนเผ่าที่มีความร่วมสมัย โดยการผสมผสานทั้งแบบปะติดลายผ้า แบบพิมพ์ลาย และรูปร่างชนเผ่าร่วมกับการปักผ้า เพื่อให้เกิดความงามและประโยชน์ใช้สอย

คำสำคัญ ชนเผ่าเย้า ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์



Abstract

The purposes of this study were : 1) To study Yao traditional costume and implemented the design on modern T-shirts and bags, 2) To develop the traditional product design to be more contemporary 3) To set prototypes of T-shirt and bag souvenir following the design of the tribal costume. Group of the population are 3 community leaders, 2 designers, 6 traditional souvenirs shops, 30 tourists, 6 Yaos tribal group, souvenir tribal T-shirt and bag. Tools to collect data for the research are observation, interview, and focus group discussion

The results showed that the traditional costume of Yao tribal group can be adapted and created as a new contemporary product design beautifully and functionally by combining various techniques such as collaging, screening, and incorporate portrait of the tribal people.

Keyword : Yao tribes The souvenir Economic creativity

บทนำ

ชนเผ่าในประเทศไทยมีหลายกลุ่มกระจายอยู่ตามภูเขาสูง หรือที่ราบเชิงเขาในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงราย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแพร่ จังหวัดลำปาง จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน โดยทั่วไปชาวเขาเผ่าต่างๆ แสดงให้เห็นความโดดเด่นจากลักษณะทางด้านวัฒนธรรม เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ใช้สอย การละเล่น ฯลฯ ซึ่งแต่ละประเภทได้แสดงเอกลักษณ์ของแต่ละชนเผ่าได้อย่างชัดเจน ประกอบด้วย ชาวเขาเผ่าแม้ว (ม้ง) ชาวเขาเผ่าเย้า (เมี่ยน) ชาวเขาเผ่าลาหู่ (มูเซอ) ชาวเขาเผ่าลีซอ ชาวเขาเผ่าอาข่า (อีก้อ) ชาวเขาเผ่าปาดอง (กะเหรี่ยงคอยาว) (ขจัดภัย บุรุษพัฒน์, 2538 : 10) ชาวเขากลุ่มต่างๆ มีวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและการใช้ภาษาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะเป็นของตนเอง ยึดมั่นในการประกอบพิธีกรรมและการดำรงชีวิตตามประเพณีดั้งเดิม โดยเฉพาะการแต่งกายมีความโดดเด่นน่าสนใจที่สามารถดึงดูดความสนใจต่อนักท่องเที่ยวได้ดี

จากการศึกษาข้อมูลด้านวัฒนธรรมการแต่งกายแสดงให้เห็นความโดดเด่นของชาวเขาเผ่าต่างๆ จากเครื่องแต่งกายได้ทุกกลุ่ม เครื่องประดับที่สวยงามและเอกลักษณ์ของกลุ่มถือเป็นภูมิปัญญาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของชนเผ่า ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมวิถีชีวิตชนเผ่าร่วมกับความได้เปรียบด้านศักยภาพของพื้นที่ภาคเหนือตอนบน และนำมาสู่การสร้างเศรษฐกิจ สร้างรายได้จากการขายสินค้าที่ระลึก ทำให้คนในชุมชนมีชีวิตที่ดีจากผลของการใช้ทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างองค์ความรู้ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์เดิมของชนเผ่าต่างๆ ที่ประกอบด้วย กระเป๋าผ้า ย่าม ชุดชาวเขา ผ้าพันคอ กระเป๋าดินสอ รองเท้า พวงกุญแจ ฯลฯ พบว่าสินค้านี้มีรูปแบบและลักษณะเหมือนกันทั้งภาคเหนือและภาคอื่นๆ

บางประเภทนำมาใช้ในสังคมปัจจุบันได้แต่ไม่สัมพันธ์กับวัฒนธรรมสมัยนิยมของสังคมในขณะนั้น รูปแบบยังไม่มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับสังคมปัจจุบัน จึงทำให้ขายได้เฉพาะกลุ่ม ซึ่งในประเด็นดังกล่าวหากมีการพัฒนารูปแบบให้เป็นสินค้าที่สามารถใช้สอยได้ทั่วไป ด้วยคุณประโยชน์ที่สามารถใช้สอยได้ในสังคมปัจจุบันจะทำให้เกิดการสร้างรายได้เพิ่มขึ้น

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ชนเผ่าเข้าจากผลิตภัณฑ์ที่มีการซื้อขายได้ง่าย คือ เสื้อยืด และกระเป๋าสะพาย (เหยี่ยมเจียม แซ่เจ้า, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2555) จากการนำเอกลักษณ์วัฒนธรรมด้านการแต่งกายมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลวดลายและออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกัน และสามารถนำมาใช้สอยในชีวิตประจำวันได้ รูปแบบมีความสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภค ด้วยการผสมผสานเทคนิคการพิมพ์ลายชุดแต่งกายชนเผ่าร่วมกับการผสมผสานลวดลายของผ้าปักที่โดดเด่นของชนเผ่าสู่งานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่ถูกออกแบบให้มีความร่วมสมัยแสดงเอกลักษณ์ของชนเผ่าได้ดีให้กลายเป็นสินค้าที่ระลึกชนเผ่าที่ไม่เหมือนที่อื่นและกลายเป็นสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยอาศัยปัจจัยทางด้านพื้นที่ที่มีศักยภาพของภาคเหนือเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาซื้อและบริโภควัฒนธรรมชนเผ่าที่ถูกสร้างสรรค์ผ่านผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าจากเอกลักษณ์การแต่งกาย ส่งผลต่อการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่ต่อไปด้วยการท่องเที่ยวตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ
ที่มา : ปานฉัตร อินทร์คง, ตลาดไนท์บาซาร์ จังหวัดเชียงราย,
สำรวจ, 20 ธันวาคม 2555.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าเข้าในภาคเหนือ มาใช้ร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพายให้สามารถใช้สอยได้ในชีวิตประจำวัน
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพายให้มีรูปแบบร่วมสมัย ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์
3. เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเข้าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย จากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

1.1 ศึกษาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเย้า ในเขตภาคเหนือตอนบน

1.2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเย้า จากการคัดเลือกของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

1.3 เกร็ดลักษณะชนเผ่าเลือกเฉพาะลักษณะการแต่งกายชนเผ่าเพื่อนำมาใช้พิมพ์ลายผสมผสานลายปักบนผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย

2. วิธีการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าเย้า ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยมุ่งศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลภาคสนามเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1. เพื่อศึกษาลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าเย้าในภาคเหนือมาเข้าร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย ให้สามารถใช้สอยในชีวิตประจำวันได้ ผู้วิจัยจะศึกษาเอกสารสิ่งพิมพ์ร่วมกับการสำรวจภาคสนามเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบการแต่งกายชนเผ่าต่างๆในแต่ละจังหวัด 2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเย้าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพายให้มีรูปแบบร่วมสมัยสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบันส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และการสนทนากลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภค 3. เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเย้าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย จากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวได้ ผู้วิจัยใช้ภาพร่างผลิตภัณฑ์ แบบทดสอบความพึงพอใจ และการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสมทั้งประโยชน์ใช้สอยและการตลาด

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าเข้า มีประโยชน์โดยตรงกับผู้ประกอบการชุมชนที่ต้องการสร้างรายได้จาก ภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาและผลิตของที่ระลึกที่มีการผสมผสานวัสดุอันร่วมกันในสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้อาศัยความรู้ จากแนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลายด้าน ดังนี้

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวคิดนี้มีการศึกษากันมากในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ ด้วยบริบทของเนื้อหาด้านออกแบบมักจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการแก้ปัญหาเพื่อให้ผลงานบรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้เพื่อผลการนำเสนอด้วยสิ่งใหม่ๆ มีทั้งที่ออกแบบเพื่อสร้างชิ้นใหม่ให้แตกต่างจากของเดิมหรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม โดยความสำคัญของการออกแบบเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่จะทำให้กระบวนการในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมาย โดยแนวคิดการออกแบบในงานวิจัยดังกล่าวจึงได้นำประเด็นที่แตกต่างกันของนักวิชาการที่ได้ให้คำนิยามไว้ คือ

วิชรินทร์ จรุงจิตสุนทร (2548) กล่าวถึงงานออกแบบ คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกนำเอาองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดเป็นรูปทรงใหม่ที่สนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้างและสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้น และเนื่องจากความต้องการของมนุษย์มีมากกว่าปัจจัยการดำรงชีวิตพื้นฐาน 4 ประการ จึงเกิดเป็นแรงผลักดันให้มนุษย์พยายามทำการออกแบบและสร้างสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เพิ่มขึ้นเพื่อสนองความต้องการทางร่างกายและจิตใจที่ไม่สิ้นสุด จากลักษณะงานที่

เรียบง่าย ๆ ค่อย ๆ เพิ่มความซับซ้อนเกี่ยวพันกันยิ่งขึ้นระหว่างสิ่งของต่างๆ ด้วยกัน และระหว่างสิ่งของกับสภาพแวดล้อมรอบตัว โดยมีผลมาจากวิถีการดำรงชีวิตและวิทยาการทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

สวเรศ เกตุสุวรรณ (2543) ได้ให้คำนิยามการออกแบบในส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ การพยายามปรับปรุงแก้ปัญหาเดิมและสร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ด้วยกระบวนการของความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และศิลปะมาใช้ร่วมกันในปริมาณที่เท่ากัน ในขณะที่เดียวกันควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับความต้องการผู้บริโภคด้วยเพื่อให้ทราบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง

นริช สุตสังข์ (2548) ได้ให้คำนิยามการออกแบบในส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค คือ ความสอดคล้องกับชีวิตประจำวันและความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ เพื่อพิจารณาปรับเปลี่ยนแนวทางการออกแบบให้เหมาะสมและสอดคล้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละสภาพการณ์นั้นๆ

จากคำนิยามดังกล่าว สรุปได้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อแก้ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม ด้วยการใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีทั้งรูปแบบและการใช้สอยที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยว

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์

แนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับความงาม ซึ่งเป็นสิ่งที่ลึกซึ้งและมีอยู่ในทุกสิ่ง โดยอาจจะเป็นสิ่งที่บริสุทธิ์ปราศจากการปรุงแต่ง ที่มีประเด็นมุ่งเน้นในการโน้มน้าวจิตใจให้เกิดความรู้สึกซาบซึ้งในความงามที่มีอยู่รอบๆ ตัวเรา ทั้งสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ดังนั้นในประเด็นของงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ต่างๆจึงมักมีความงามร่วมด้วยเสมอ และแนวคิด

สุนทรียศาสตร์จึงมีบทบาทอย่างยิ่งที่ต้องนำมาใช้ร่วมกับงานออกแบบต่างๆ เพื่อให้ผลงานสามารถโน้มน้าวความสนใจได้

นิคม มุสิกคามะ (2545) กล่าวว่า สุนทรียศาสตร์ หมายถึง วิชาความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีแห่งความงาม โดยเป็นการสอน การปลูกฝังให้คนมีความคิดเกี่ยวกับความงามที่มนุษย์ทุกเผ่าพันธุ์ที่ต้องการแสวงหาและใช้เป็นเครื่องมือในการยกฐานะและรสนิยมให้เกิดความสุขกายสบายใจ

กัจจกร สุนพงษ์ศรี (2555) ได้ให้คำนิยาม สุนทรียศาสตร์ เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยคุณค่าทางความงาม 2 ประการ คือคุณค่านอกตัว ซึ่งเกี่ยวกับการมองเห็นจากสิ่งภายนอก และคุณค่าในตัว คือการเห็นคุณค่าจากข้างในซึ่งทั้ง 2 สิ่ง เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์

ดังนั้นในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าที่สามารถสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ จึงเป็นการออกแบบที่มุ่งเน้นความงามเป็นหลัก เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีสุนทรียศาสตร์มาใช้ในการออกแบบด้วย เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นจากรูปลักษณ์ภายนอกและความหมายที่แฝงอยู่ในของตัวผลิตภัณฑ์ โดยสิ่งแรกที่จะเป็นสิ่งเร้าให้เกิดความพึงพอใจคือรูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ที่แสดงเอกลักษณ์ชนเผ่าได้ชัดเจน เช่น ภาพของการแต่งกายชนเผ่า ภาพลวดลายปักผ้า สีเส้นที่สดใส ฯลฯ ดังนั้นความงามจึงเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดขึ้นมาถ่ายทอดลงบนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเพื่อให้ผู้บริโภคสัมผัสได้ สุนทรียศาสตร์เมื่อนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งเกี่ยวข้องกับมนุษย์ จึงต้องมุ่งที่ความงามเป็นสำคัญโดยต้องนำเสนอในด้านการกระตุ้นความรู้สึก อารมณ์ ซึ่งเป็นความรู้สึกภายในของมนุษย์ และเป็นการศึกษาเพื่อสร้างรสนิยม (Taste) ในการพิจารณาและเลือกเสพแต่สิ่งที่ดีที่งาม ตลอดจนสามารถตัดสินค่าของความงามได้ในระดับหนึ่ง

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า นั้น ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านในชุมชนต่างๆ และการจัดการมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว แต่ไม่ได้มุ่งที่การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้บางส่วน ดังต่อไปนี้

รัศมี ชูทรงเดช และคณะ (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในอำเภอปาย บางปะผ้อ ขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยศึกษาเกี่ยวกับการสร้างองค์ความรู้จากภูมิหลังของคน สังคมและวัฒนธรรมจากสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยผลการวิจัยพบว่า ในอำเภอบางปะผ้อ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายโดยเกิดจากการผสมผสานทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ แล้วเคลื่อนย้ายอพยพเข้ามาในพื้นที่ดังกล่าวมากขึ้นในสมัยรัตนโกสินทร์มีความสัมพันธ์กันระหว่างคนกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นกระบวนการสร้างองค์ความรู้จึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนบนพื้นฐานความสัมพันธ์กับชาวบ้าน ผู้นำชุมชนและผู้นำศาสนา เป็นกลไกสำคัญในการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมชุมชนที่สามารถสร้างการเรียนรู้ร่วมกันได้

งานวิจัยนี้ นำมาใช้ในส่วนของการศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นจากภูมิปัญญาของคน และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองผู้บริโภคสูงสุด เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ดังนั้นรูปแบบผลิตภัณฑ์จึงต้องแสดงถึงคุณค่า เอกลักษณ์ชนเผ่า และประโยชน์ใช้สอยที่มีต่อผู้บริโภคมากที่สุด

คมสันต์ สุริยะ (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกล้านนา เพื่อศึกษาลาดานักท่องเที่ยวนานาชาติสำหรับ SMEs ในภาคเหนือตอนบน ศึกษาพฤติกรรมทางเลือกซื้อของที่ระลึกของ SMEs ของนักท่องเที่ยวนานาชาติ วิเคราะห์และพัฒนารูปแบบสินค้าของที่ระลึกให้ตรง

กับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการวิจัยพบว่าสินค้าของที่ระลึกที่มีจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นคนไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีรสนิยม ความชอบ ความพึงพอใจในสินค้าแตกต่างกัน ส่วนหนึ่งเกิดจากพื้นฐานทางครอบครัว สังคม วัฒนธรรม ความเชื่อและค่านิยมที่ไม่เหมือนกัน จึงส่งผลให้สินค้าที่ต้องการซื้อมีความแตกต่างกัน ดังนั้นการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงเป็นประเด็นสำคัญในการทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อมากขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

1. กรอบแนวคิดเพื่อศึกษาลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าในภาคเหนือ มาใช้ร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า ผู้วิจัยใช้แนวคิดของอภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546 : 41-45) ในการศึกษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยกำหนดเอกลักษณ์เป็น 2 ด้านคือเอกลักษณ์บุคคล และเอกลักษณ์ทางสังคม และใช้เอกลักษณ์แสดงออกด้วยสัญลักษณ์ที่ให้สังคมรับรู้ร่วมกัน ทั้งการสื่อด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญา ดังนั้นในการวิจัยนี้จึงใช้สัญลักษณ์จากการแต่งกายชนเผ่าในการสื่อสารกับผู้บริโภค

2. กรอบแนวคิดเพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย ให้มีรูปแบบร่วมสมัยสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบัน ผู้วิจัยใช้แนวคิดของสุวิทย์ วงศ์จุจิวาณิชย์ (2549 : 68) ในการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการและขั้นตอนการออกแบบ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงใจของผู้บริโภคจากการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้งานโดยตรง เพราะจะทำให้ทราบปัญหาที่แท้จริงและเป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป และใช้แนวคิดของวิบูลย์ ลีสุวรรณ (2538 : 90) เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่มีลักษณะเฉพาะจากสิ่ง 3 สิ่ง คือ การเลือกวัสดุ รูปแบบ

ผลิตภัณฑ์ กรรมวิธีการผลิต ส่วนแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2552 : 5) ใช้ศึกษากระบวนการของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากหลักองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม งานศิลปะ สื่อต่างๆ และงานสร้างสรรค์ เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าได้อย่างมีคุณค่าสามารถใช้สอยได้ในชีวิตประจำวัน

3. กรอบแนวคิดเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพายจากเอกลักษณ์ ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่า ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดของวิลักษณ์ ศรีป่าซาง (2547 : 9) เพื่อศึกษาลักษณะการแต่งกายของแต่ละเผ่าพันธุ์ มาสร้างเอกลักษณ์ชนเผ่าทั้งรูปทรง ลวดลายผ้า และเครื่องประดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ทบทวนเอกสารเกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลทางเอกลักษณ์วัฒนธรรมการแต่งกายชนเผ่าทั้ง 6 เผ่า ด้านประเพณี ความเชื่อ พิธีกรรม ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ฯลฯ

2. ประสานงานไปยัง ผู้นำชุมชนของแต่ละพื้นที่ในภาคเหนือ เพื่อสำรวจวิถีชีวิต เอกลักษณ์วัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าเข้า เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบสินค้าที่ระลึกชนเผ่า

3. สร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการแต่งกายชนเผ่าเข้า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า เพื่อหาความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย

4. รวบรวมแบบสัมภาษณ์ จัดกลุ่มข้อมูลด้านการแต่งกาย และผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในการออกแบบและผลิตต่อไป

5. กำหนดแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า เสื้อยืด คอกลม เสื้อยืดคอปก กระเป๋าสะพายสายเดี่ยว และสายคู่ ที่ผสมผสานลวดลายเครื่องแต่งกายชนเผ่า ที่เป็นเอกลักษณ์

6. ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเย้า ด้วยการพิมพ์ลายเครื่องแต่งกายชนเผ่าผสมผสานลายปัก นำไปประเมินความพึงพอใจกลุ่มนักท่องเที่ยว 30 คน ที่ไนท์ พลาซาร์ จังหวัดเชียงราย

7. เขียนภาพเหมือนผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเย้าทั้ง 4 ประเภท

8. ทดสอบความพึงพอใจด้านรูปแบบจากภาพเหมือนผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยว

9. ผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเย้า

10. ประชุมเชิงปฏิบัติการกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ผู้จำหน่ายสินค้า นักออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 คน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการออกแบบและเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชนเผ่า จากการแต่งกาย นำมาสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้สอยได้ในชีวิตประจำวัน และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ โดยผู้นำชุมชนสามารถนำไปถ่ายทอดความรู้ในกลุ่มชนเผ่าได้

11. สรุปผล เสนอแนะ และอภิปรายผล

พื้นที่ในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่การวิจัย คือ จังหวัดเชียงราย ที่อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่จัน และอำเภอเมือง เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีชนเผ่าทั้ง 6 เผ่า และเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวได้ทุกฤดูกาลด้วย

กลุ่มประชากรที่ศึกษา ประกอบด้วย ผู้นำชุมชนชาวเขาเผ่าเย้า (เมี่ยน) เครื่องแต่งกายชนเผ่า นักออกแบบ ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า นักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกแบบเจาะจง ดังนี้

1. กลุ่มผู้รู้ ได้แก่ ผู้นำชุมชนชนเผ่าเย้า จำนวน 3 คน คือ คุณลาว หรือ แซ่อู่ คุณหมีชู เซอเมอ คุณสือควบ แซ่อู่ อาจารย์ด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จำนวน 2 คน คือ อาจารย์เกรียงไกร เมืองมูล ผศ.ลิ้มปิกร มาแก้ว

2. กลุ่มผู้ปฏิบัติ ได้แก่ ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า จำนวน 6 ร้าน อำเภอแม่จัน 3 ร้าน (ร้านสุพรรณคำชนเผ่า บ้านหล่อซา ร้านธรรมจาริก) อำเภอเมือง 3 ร้าน (ร้านสินค้าชาวบ้านแม่ข้าวต้มท่าสุต ร้านคุณไก่ ตลาดไนท์ พลาซาร์ ร้านชาวเขาวัดร่องขุน)

3. กลุ่มผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักท่องเที่ยว ที่อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่จัน อำเภอเมือง เพื่อศึกษารูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ชนเผ่า จำนวน 30 คน ชาวเขาเผ่าเย้า จำนวน 6 คน ผลิตภัณฑ์เสื่อยัดและกระเป๋าสะพายชนเผ่าเย้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสังเกต ใช้สังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่า แบบสัมภาษณ์ ใช้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับรูปแบบ วัสดุ สีส้น การผสมผสานวัสดุจากการแต่งกายที่สัมพันธ์กัน การสนทนากลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนเผ่า และนักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาความต้องการสินค้าประเภทต่างๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ จัดกลุ่มของเอกสาร เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการค้นคว้าเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายชนเผ่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเดิมและอื่นๆ การเก็บข้อมูลภาคสนาม ได้สำรวจรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเย้าด้วยการถ่ายภาพ จดบันทึกรายละเอียดจากศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนเผ่าแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขา ที่อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่จัน และอำเภอเมือง เพื่อกำหนดผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากผลิตภัณฑ์ที่มีการซื้อขายได้ง่าย คือ เสื่อยัดและกระเป๋าสะพาย

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากทฤษฎีต่างๆ แบบประเมินงานออกแบบ รูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่ระลึกชนเผ่าเย้า โดยวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ร่วมกับกรอบแนวคิด 2 ด้าน คือ วิเคราะห์ด้านผลิตภัณฑ์ และเอกลักษณ์วัฒนธรรม การแต่งกาย ข้อมูล

ภาคสนามวิเคราะห์จากรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าเย้า กระบวนการผลิต การซื้อขาย รูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม ปัญหาด้านการตลาดจากสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และเอกลักษณ์วัฒนธรรมชนเผ่าจากด้านการแต่งกาย

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าเย้า สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การศึกษาลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าเย้าในภาคเหนือมาใช้ร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าให้สามารถใช้สอยในชีวิตประจำวัน ใช้อัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรม และรูปแบบการแต่งกายชนเผ่าเย้าจากเครื่องแต่งกาย คือเป็นเสื้อแขนยาวสีดำ ผ่าหน้าอก ด้านหน้ามีไหมพรมสีแดงอยู่รอบคอจนถึงเอว มีพู่ห้อยตรงตำแหน่งของผ้าคาดเอว และมีผ้าโพกศีรษะเป็นลวดลายปักสวยงาม โข้วลายปักที่กางเกงเพื่อให้เห็นลวดลายด้วย



ภาพที่ 2 การแต่งกายของชนเผ่าเย้าในภาคเหนือ

2. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภเสื้อียัด และกระเป๋าสะพายให้มีรูปแบบร่วมสมัยสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบัน ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า สินค้าประเภทเสื้อียัดพิมพ์ลายชนเผ่าในลักษณะภาพวาด หรือตัวการ์ตูน มีสีสันของลายผ้าชนเผ่าประกอบ เพื่อความสวยงามที่สามารถสื่อเอกลักษณ์ชนเผ่า เป็นรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องการที่สุด

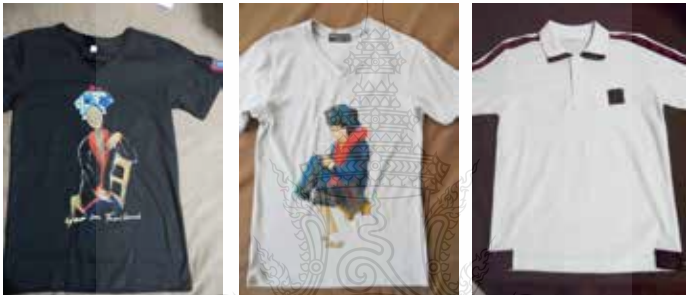


ภาพที่ 3 การออกแบบเสื้อียัดชนเผ่าเข้าวาดหรือพิมพ์ลายด้านหน้าด้วยท่าทางของชนเผ่าเข้าหรืออาจผสมผสานลายปักเป็นพื้นหลังจากเทคนิคการพิมพ์เพื่อแสดงอัตลักษณ์ยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4 การออกแบบกระเป๋าชนเผ่าเข้า ออกแบบโครงสร้างหลักของกระเป๋าเป็นหนังแท้ตกแต่งด้วยลายชนเผ่า เพื่อความสวยงามโดยอิงรูปแบบกระเป๋าที่ได้รับความนิยมเพื่อง่ายต่อการตลาดแล้วสร้างสรรค์ลวดลายชนเผ่าเพื่อสื่อเอกลักษณ์ร่วมกัน

3. เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเพณีเสื่อยืดและกระเป๋าสะพาย จากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ พบว่า การสร้างต้นแบบเสื่อยืดควรมีทั้งลายปัก ลายพิมพ์ร่วมกัน ส่วนกระเป๋าสะพายชนเผ่าควรขึ้นรูปด้วยวัสดุหนัง หรือผ้าแคนวาส มีลวดลายผ้าชนเผ่าประกอบด้านหน้าของกระเป๋า



ภาพที่ 5 เสื่อยืดคอวีและคอปกชนเผ่าเย้า วาดภาพชนเผ่าเย้าผสมผสานลายปักผ้า โดยสิ่งที่แสดงความแตกต่าง จากท้องตลาดคือการปัก การปะติดลายร่วมกับการวาด



ภาพที่ 6 กระเป๋าสะพายชนเผ่าเย้า

โครงสร้างหลักของกระเป๋าเป็นหนังแท้ผืนก๊วยหลายชนเผ่าเพื่อแสดงอัตลักษณ์

อภิปรายผล

การศึกษาลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าเผ่าเข้าในภาคเหนือมาใช้ร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าประเภทเสื้อยืดและกระเป๋าสะพายให้สามารถใช้สอยได้ในชีวิตประจำวัน ผลการวิจัยพบว่า ควรนำอัตลักษณ์ชนเผ่าเข้าจากการแต่งกายมาสร้างสรรค์แบบผสมผสานด้วย การวาด การพิมพ์ การปัก และการปะติดร่วมกับลายดั้งเดิม ซึ่งถือเป็นการนำองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญามาสร้างสรรค์ให้เกิดความยั่งยืนในชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของอาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร (2552 : ออนไลน์) ที่นำเสนอว่าการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม ใน 4 กลุ่ม คือ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage of Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) และงานสร้างสรรค์เพื่อใช้สอย (Functional Creation) โดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากอัตลักษณ์การแต่งกายเป็นการสร้างสรรค์จากกลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมด้วยการนำความรู้ด้านการออกแบบมาเป็นศาสตร์ในการขับเคลื่อนภูมิปัญญาให้เกิดเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานนั้นๆ สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบของ ชะลูด นิมเสมอ (2546 : 139) คือ ศาสตร์แห่งการแก้ปัญหาที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นโดยอาศัยความรู้และหลักการของศิลปะให้เกิดความสวยงามและมีประโยชน์ใช้สอย ความสวยงามจะเน้นด้านจิตใจเป็นหลักซึ่งเป็นสิ่งแรกที่เราได้สัมผัสก่อน ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่มีการนำอัตลักษณ์ชนเผ่าเข้าจากการแต่งกายมาสร้างสรรค์เป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์จึงต้องมีการผสมผสานรูปแบบจากวัสดุหลากหลายในสัดส่วนที่เหมาะสมด้วยการจัดวางตามหลักองค์ประกอบทางศิลปะ เพื่อให้เกิดความงามร่วมกัน และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการออกแบบคือการค้นหาวัสดุใหม่ๆ ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์ โดยเอกลักษณ์ดังกล่าวอาจสืบได้จากการสร้างสัญลักษณ์ด้วยภาพเพื่อให้เกิดความสวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสัญญาวิทยาของ กนกศักดิ์ แก้วเทพ และ

ปัทมวรรณ เนตรพุกกณะ (2541 : 239.) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ส่วนหนึ่งเกิดจากการถูกกระตุ้นด้วยสัญลักษณ์ ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าจึงเป็นการเน้นที่รูปแบบเพื่อให้มองจากรูปลักษณ์ภายนอก เพื่อสร้างสิ่งเร้าให้เกิดขึ้นในตัวผลิตภัณฑ์และเป็นการบริโภคสัญลักษณ์ (สัญลักษณ์) ร่วมกับประโยชน์ใช้สอยที่ถูกกระตุ้นจากรูปลักษณ์ภายนอกของสินค้าเกิดความพอใจนำมาสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการสินค้าที่ระลึกชนเผ่าควรให้ความสำคัญกับนักออกแบบและช่างฝีมือปักผ้าค่อนข้างสูงเนื่องจากเป็นงานที่ต้องใช้ทักษะและความชำนาญในการผลิต

2. ธุรกิจสินค้าที่ระลึกชนเผ่า เป็นธุรกิจที่ต้องเน้นความสวยงามเป็นพิเศษโดยเฉพาะภาพลักษณ์ของแหล่งจำหน่าย จึงควรมีการสร้างบรรยากาศให้เป็นที่สนใจ มีการจัดกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ ด้วย เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้บริโภคเกิดความอยากซื้อ เนื่องจากเทศกาลต่างๆ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมีอารมณ์ร่วมในกิจกรรมต่างๆ อยู่แล้ว

เอกสารอ้างอิง

กัจจร สุนพงษ์ศรี. (2555). **สุนทรียศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กนกศักดิ์ แก้วเทพ และปัทมวรรณ เนตรพุกกณะ, (2541). “การโฆษณาที่อยู่อาศัย : บทวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง” **วิกฤชสื่อมวลชนยุคจักรวรรดินิยมวัฒนธรรม**. (กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์ บุ๊คเนเตอร์.

ขจัดภัย บุรุษพัฒน์. (2538). **ชาวเขา**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.

คมสันต์ สุริยะ.(2550). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกล้านนา** : (ทุนอุดหนุนการวิจัยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ชลุต นิมเสมอ. (2546). **งานวาดเส้นร่วมสมัย**, (กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์
พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- นิคม มุสิกคามะ. (2547). **สุนทรียศาสตร์ทฤษฎีแห่งวิจิตรศิลป์การ**.
กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์ พับลิชชิ่ง.
- นิรัช สุดสังข์. (2548). **การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพมหานคร
: โอเอส พริ้นติ้ง เฮาส์.
- วิบูลย์ ลีสุวรรณ. (2541). **เครื่องจักสานไทย**. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สาธิตผ้า.
สวเรศ เกตุสุวรรณ.(2543) **นโงการออกแบบผลิตภัณฑ์**, (กรุงเทพมหานคร :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.(2552). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์
กับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร : สงเคราะห์องค์การ
ทหารผ่านศึก.
- วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร.(2548) **หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์**.
กรุงเทพมหานคร : แอปป์า พริ้นติ้งกรุ๊ป จำกัด.
- วิลักษณ์ ศรีป่าซาง.(2547). **ครัวห้อยของงามแม่หญิงล้านนา**. เชียงใหม่ :
ตั้งฮั่วชินการพิมพ์ จำกัด.
- สุวิทย์ วงศ์จิรวาณิช.(2549). **ต่อยอดธุรกิจด้วยกลเม็ดดีไซน์**. กรุงเทพมหานคร
: เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน).
- อภิญา เพ็องฟูสกุล. (2546). **Jewelry Art & Design Journal**.
กรุงเทพมหานคร: ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด.
- อาภรณ์ ชิวะเกรียงไกร.(2552). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์**. (Online). 20 มิถุนายน
2552. www.nidambe11.net
- Alan, Pipes. (2007). **Drawing for Designer**. London : Laurence King
Publishing.
- Alexandra Speltz. (1994). **The Style of Ornament**. New York :
Doling Kingdersler.