

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม เพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจ

The Development of Souvenirs to Represent Local Identity of Maha Sarakham to Elevate Economic Value

กิตติกรณ์ บำรุงบุญ¹, ปิยลักษณ์ โพธิวรรณ²

Kittikorn Bamroongboon¹, Piyaluk Potiwan²

Received: 3 October 2020

Revised: 24 November 2020

Accepted: 18 December 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดมหาสารคาม 2) เพื่อถอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคามสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมหาสารคามเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงประยุกต์เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาสิ่งใหม่ภายใต้ขอบเขตของอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม สู่การตีความ ให้ความหมาย เพื่อนำมาสู่การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่น ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งขั้นตอนการศึกษออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนของการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อค้นหาอัตลักษณ์และถอดอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคามสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้ผลิตของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 50 คน และ นักวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม จำนวน 2 คน โดยมีแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเชิงสำรวจเป็นเครื่องมือหลัก และส่วนที่สองเป็นแนวทางส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้บริโภค คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศ รวมทั้งคนในชุมชนทั่วไป จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสำรวจความคิดเห็นและแบบประเมินผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า อัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดมหาสารคามนั้นสามารถวิเคราะห์อัตลักษณ์ได้จากคำขวัญของจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งสามารถถอดอัตลักษณ์ คือ พระธาตุนาดูนที่เป็นสัญลักษณ์ของพุทธมณฑลอีสาน ผ้าไหม ที่เป็นตัวแทนของจังหวัดคือลายสร้อยดอกหมาก และตักสิลานคร อันหมายถึงดินแดนแห่งการศึกษา ซึ่งนำมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบสามผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย 1) ผลิตภัณฑ์พวงกุญแจ 2) ผลิตภัณฑ์กระเป๋า และ 3) ผลิตภัณฑ์เสื้อ โดยมีแนวทางส่งเสริม

¹ รองศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

² รองศาสตราจารย์ คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

¹ Associate Professor, Humanities and Social Sciences Faculty, Rajabhat Mahasarakham University

² Associate Professor, Political Science and Public Administration Faculty, Rajabhat Mahasarakham University

ผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมหาสารคามเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ คือ การสนับสนุนเงินทุนและงบประมาณในการลงทุน การส่งเสริมการเข้าถึงโอกาสของการกู้เงิน และการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตและผลักดันให้สินค้ามีรูปแบบที่หลากหลาย ตรงตามความต้องการของลูกค้า ได้รับมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผลจากการเสนอแนะแนวทางส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมหาสารคามเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจพบว่า สามารถแยกแนวทางการส่งเสริมออกเป็นแบ่งประเด็นสำคัญคือ ผู้ผลิตสินค้าต้องยกระดับตลาดและทิศทางการจำหน่ายให้มีหลากหลายมากขึ้นทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมือนกันกับผลิตภัณฑ์อีกหลายกลุ่ม ก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูง ดังนั้นควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มี ความโดดเด่นและมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จากกลุ่มอื่น เช่นการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น สินค้าต้องมีอัตลักษณ์ เฉพาะกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

คำสำคัญ: ของที่ระลึก, อัตลักษณ์, มูลค่าทางเศรษฐกิจ

Abstract

This research had the following objectives: 1) to study the local identity of the province Mahasarakham 2) to analyze the local identity of Mahasarakham Province into the design of souvenir products and 3) to propose ways to promote the production of souvenir products that reflect the local identity of Maha Sarakham to increase economic value. The study process was divided into 2 parts: First, a qualitative study in order to identify and analyze the identity of Maha Sarakham Province to design souvenir products, targeting 50 souvenir makers in the Province and 2 academic arts and cultural experts, with an interview and survey questionnaire as the main tool. The second part produced guidelines for promoting the production of souvenir products; this was a quantitative study, and the sample group of consumers was tourists, both Thai and foreign including 100 people in the general community. An opinion survey and product assessment were the primary tools for data collection.

The results showed that the local identity of Mahasarakham province could be analyzed from the motto of Maha Sarakham province Phra That Nadun, the symbol of Isan and Takasila Nakhon (which means the land of education) leading to the design of three prototype souvenir products; 1) key chain products 2) luggage products and 3) shirt products. The analysis made possible guidelines for promoting the production of souvenir products reflecting the identity of Maha Sarakham and that increased economic value in the province. This was achieved by influencing funding and investment budgets, promoting access to opportunities for borrowing and applying local wisdom in production and promoting products in a variety of styles to meet the needs of customers and achieve production standards of relevant agencies. The results indicate that the introduction of the guidelines to promote the production of souvenir products that reflect the identity of the Maha Sarakham area to add economic value. It was found that

the promotion guidelines could be divided into key points as follows: manufacturers need to diversify their markets and distribution trends because community products are similar to many other product groups, causing high competition and therefore, the product should be developed to have outstanding and different characteristics compared with other products (such as using local ingredients to establish a local identity of a particular group is different from others.

Keywords: Souvenirs, Identity, Economic value

บทนำ

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) ได้รายงานข้อมูลสถานการณ์ท่องเที่ยวไทย และดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวไตรมาส 1/2563 ซึ่งเป็นโครงการความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) ได้คาดการณ์ถึงสถานการณ์ท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตสำหรับการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสที่ 1 ปี 2563 ซึ่งเป็นผลการสำรวจในช่วงเดือน มกราคม-มีนาคม อันสืบเนื่องจากการค้าโลกซึ่งชะลอที่มีสาเหตุหลักจากสงครามทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน ส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจภายในประเทศไทยชะลอตัวมาตั้งแต่กลางปี 2562 และทำให้การบริโภคภายในประเทศชะลอตัวต่อเนื่องมาถึงไตรมาสนี้และการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ทั่วโลก โดยเริ่มมีการจำกัดการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนมาตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 รวมถึงปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็กเกินค่ามาตรฐาน (PM2.5) ที่เป็นปัญหาต่อการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ในไตรมาสที่ 1/2563 คาดว่าดัชนีความเชื่อมั่นเท่ากับ 57 ต่ำกว่าไตรมาสที่ 4/2563 (88) และลดลงต่ำที่สุดในรอบ 9 ปี ไตรมาส 1/2563 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 6.70 ล้านคน ลดลงร้อยละ 37.96 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 เนื่องจากผลกระทบจากโรคระบาดเริ่ม

รุนแรงในปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2563 และคาดว่าจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 343,130 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 38.4 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 จะส่งผลให้หากสถานการณ์โรคระบาดคลี่คลายได้เร็ว (ภายใน 6 เดือน) เมื่อสิ้นปี 2563 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 26.59 ล้านคน ลดลงจากปี 2562 ร้อยละ 33.19 และคาดว่าจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 1.23 ล้านล้านบาท ลดลงจากปี 2562 ร้อยละ 36.38 (สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

แต่ถึงอย่างไรก็ตามสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังเชื่อว่าการสร้างความเข้าใจและความร่วมมือทุกภาคส่วน ในส่วนของการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ จะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจสามารถฟื้นตัวได้เร็ว หลังสถานการณ์ระบาดผ่านพ้นไป

นอกจากนั้นแล้วสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ระบุถึงการเตรียมการรับการเกิดธุรกิจของการท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์โรคระบาด ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจทางตรงและธุรกิจทางอ้อม กล่าวคือธุรกิจทางตรง หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวเป็นหลักที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ธุรกิจการขนส่งธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารเครื่องดื่ม และสถานบันเทิงธุรกิจนันทนาการและมัคคุเทศก์รวมทั้งธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ส่วนธุรกิจทางอ้อม หมายถึง ธุรกิจที่ช่วยสนับสนุนการ

ท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย ประชาชนชาวไทย
ธุรกิจเสริมความงาม เป็นต้น ดังนั้นในส่วนของ
ประเทศไทยจึงจำเป็นที่จะต้องมีการตั้งรับธุรกิจ
การท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในทุกๆ ด้านเพื่อ
รองรับ นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว
และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้มีความเจริญ
เติบโตมากขึ้น ซึ่งในแต่ละปีนั้นมีนักท่องเที่ยว
ชาวไทย และชาวต่างชาติให้ความสนใจเดินทาง
มาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ผลที่ตามมาคือก่อให้เกิด
การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และชนบท
ซึ่งเกิดการจ้างงาน และสร้างอาชีพให้แก่คนใน
ท้องถิ่น นอกจากนี้ยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่
บุคคลหลายกลุ่ม (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย, 2560) เนื่องจากประเทศไทยมี
ศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง มีสถานที่ท่องเที่ยว
และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย
อาทิ การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม การ
ท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถาน
โบราณวัตถุ การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ การ
ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ แต่ถึงอย่างไรก็ตามพบว่า
ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวใน
รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความ
ต้องการที่จะเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี
ของคนท้องถิ่นมากขึ้น

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของ
ประเทศไทยนั้น นับว่าเป็นภูมิภาคที่มีความอุดม
สมบูรณ์และเต็มไปด้วยเสน่ห์ของวัฒนธรรมและ
วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ อีกทั้งยังเป็นภูมิภาคที่
มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในส่วนของ
จังหวัดมหาสารคามนั้น เป็นจังหวัดที่อยู่ใจกลาง
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสะดวก
ในการเดินทางและเป็นจังหวัดทางผ่านเข้าไป
ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีระบบการ
คมนาคมและการขนส่งที่สะดวก และเป็นจังหวัด
ที่ได้ชื่อว่าเมืองแห่งการศึกษา มีสถาบันการศึกษา

ระดับสูงหลายแห่ง และมีชาวต่างชาติเดินทางเข้า
มาเป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยว หรือนัก
วิชาการ ส่งผลให้จังหวัดมหาสารคามนั้นเป็นที่รู้จัก
ในระดับสากล อีกทั้งยังมีอาหารพื้นบ้านสินค้า และ
สถานที่ที่มีชื่อเสียงและสำคัญ เช่น สถานที่
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ คือ พระธาตุนาดูน
กู๊สันตรัตน์ กู๊บ้านเขวา กู๊บ้านแดง รวมทั้ง
พระพุทธรูปเก่าแก่ เช่นพระพุทธรูปมิ่งเมือง
กันทรวิชัย นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์สินค้าที่
ระลึกที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว
เช่น ผ้าไหมสร้อยดอกหมาก อ่าเภอกุดรัง ผ้าไหม
มัดหมี่อ่าเภอโกสุมพิสัย เสื้อบ้านแพง เครื่อง
เบญจรงค์กันทรวิชัย ปลาย่างเครื่องอ่าเภอเมือง
 เป็นต้น จากรายงานของสำนักงานท่องเที่ยว
และการกีฬาจังหวัดมหาสารคาม ได้ให้ข้อมูลที่
น่าสนใจไว้ว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากทั้งชาวไทย
และต่างประเทศมักให้ความสำคัญกับการเดิน
ทางมาท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามเพื่อสักการะ
สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และเพื่อการศึกษา อีกทั้งยังพบว่า
ให้ความสนใจกับวิถีชีวิตและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
ที่เป็นสินค้าผลิตโดยชาวบ้าน เป็นสินค้าที่ทำจาก
มือ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับกระบวนการ
ผลิตแบบพื้นบ้าน ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็นส่วน
หนึ่งของการดึงดูดการท่องเที่ยวของจังหวัด
มหาสารคามให้กว้างขวางมากขึ้น (แผนพัฒนา
จังหวัดมหาสารคาม 2561-2564, 2559)

ปัจจุบันจังหวัดมหาสารคามมีนโยบาย
ในการยกระดับทางเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ
ที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจึงเป็นอีกหนึ่ง
หนึ่งธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว
ที่เป็นธุรกิจหลักหรือที่เรียกว่าธุรกิจทางตรงที่
ให้ บริการแก่นักท่องเที่ยว และมีความสำคัญต่อ
รายได้ของชุมชน ท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเป็นการ
สร้างงาน สร้างอาชีพให้แก่คนในท้องถิ่นได้ การ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สามารถลดการอพยพการย้ายถิ่นเพื่อเข้าไปทำงานต่างจังหวัดของคนในท้องถิ่น และเป็นการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ ทำให้ชุมชนมีส่วนร่วมและเกิดความสามัคคีภายในท้องถิ่น ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของความเป็นท้องถิ่น ซึ่งนอกจากจะสร้างรายได้ให้แก่ประเทศและท้องถิ่นแล้ว ยังส่งผลให้จังหวัดมหาสารคามมีชื่อเสียงจากการเป็นพื้นที่ของการท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับความเป็นชุมชนท้องถิ่น โดยเน้นที่อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างในวัฒนธรรมของท้องถิ่นมหาสารคาม อันจะนำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจและเป็นที่ต้องการของตลาดการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ของความทรงจำที่ตอบสนองการตลาดอย่างสร้างสรรค์ที่คำนึงถึงมรดกทางวัฒนธรรมทั้งในด้านของรูปแบบและความเป็นสัญลักษณ์ดั้งเดิมที่เป็นลักษณะเฉพาะถิ่น เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนี้ให้กับชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดเพื่อยกระดับการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อถอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคามสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางส่งเสริมผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมหาสารคามเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม นั้นผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาสิ่งใหม่ภายใต้ขอบเขตของอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม สู่การตีความ ให้ความหมาย เพื่อนำมาสู่การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่น โดยมีแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์และแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกรอบของการวิเคราะห์การผสมผสานระหว่างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญา ตลอดจนการนำเทคนิคของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นความต้องการของตลาดผ่านกลไกของกระบวนการวิจัยเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาคั้งนี้ได้แบ่งขั้นตอนการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. ส่วนแรกเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อค้นหาอัตลักษณ์และถอดอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคามสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมีแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเชิงสำรวจเป็นเครื่องมือหลัก กลุ่มเป้าหมายคือ

- 1.1 กลุ่มผู้ผลิตของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม คือ บ้านหนองเขื่อนช้าง บ้านกุดรัง บ้านดอนโหมง บ้านปลาบู่ บ้านแบกสามัคคี บ้านหนองบัวคู บ้านแพง บ้านมะค่า และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จำนวน 50 คน

- 1.2 นักวิชาการด้านศิลปะ วัฒนธรรม จำนวน 2 คน

2. ส่วนที่สองเป็นแนวทางส่งเสริมผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้บริโภค คือ

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศ จำนวน 70 คน รวมทั้งคนในชุมชนทั่วไป จำนวน 30 คน รวม 100 คน โดยใช้แบบสำรวจความคิดเห็นและแบบประเมินผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือและวิธีดำเนินการวิจัยที่ใช้ในการวิจัย

1) แบบสอบถามเชิงสำรวจ: การสร้างเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเชิงสำรวจ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเชิงสำรวจนี้ผู้วิจัยจะนำมาสังเคราะห์เพื่อสรุปเป็นหัวข้อประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคาม

2) แบบสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคามแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อสำรวจความคิดเห็นหลังจากการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแล้ว

3) แบบประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคามแบบประเมินฉบับนี้สร้างขึ้นเพื่อประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ในประเด็น ของ

- (1) ด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่นมหาสารคาม
- (2) ด้านความสวยงาม
- (3) ด้านประโยชน์ใช้สอย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ระยะ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 เป็นการสำรวจความคิดเห็นและการสังเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอัตลักษณ์ของที่ระลึกจังหวัดมหาสารคาม โดยมีเครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเชิงสำรวจ และแนวทางการสัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการ โดยจะเป็นการสำรวจความคิดเห็นจากประชาชนทั่วไป โดยใช้แบบสอบถามเชิงสำรวจที่ได้ออกแบบไว้ในตอนที่ 2 ควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (Individual depth interview) เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรม ศิลปกรรม และวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดมหาสารคาม ไม่ว่าจะเป็นในมิติของประวัติศาสตร์ความเป็นมา และสภาพปัจจุบันที่พบ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ โดยการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล และวิเคราะห์เชิงตรรกวิทยา จากนั้นจึงสรุปในรูปแบบของการบรรยาย เพื่อให้ได้องค์ความรู้ ลักษณะเฉพาะของอัตลักษณ์ท้องถิ่นมหาสารคาม ในการนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในการวิจัยระยะที่ 2 และ 3 ต่อไป

ระยะที่ 2 เป็นการนำข้อมูลด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคามที่ได้จากการวิจัยในระยะที่ 1 มาออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ประกอบไปด้วย ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง บ้านกุดรัง บ้านดอนโหม่ง บ้านปลาปู่ บ้านแบกสามัคคี บ้านหนองบัวคู บ้านแพ่ง บ้านมะค่า และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ โดยใช้แบบสอบถามเชิง

สำรวจที่ได้ออกแบบไว้ในส่วนของตอนที่ 3 ซึ่งเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากนั้นนักวิจัยและกลุ่มเป้าหมายบางส่วนได้ระดมสมองและใช้รูปแบบของการมีส่วนร่วมโดยการประชุมกลุ่มของผู้ผลิตในแต่ละชุมชนอย่างไม่เป็นทางการเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเชื่อมโยงจากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยระยะที่ 1 เพื่อนำไปสู่การตีความและประเมินค่าในการวิจัยใน ระยะที่ 3 ต่อไป

ระยะที่ 3 ในขั้นตอนนี้จะเป็นการประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม ทั้งนี้เพื่อประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยผู้ประเมินประกอบไปด้วยนักวิชาการด้านศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งมุ่งวิเคราะห์ในประเด็นของ (1) ด้านอัตลักษณ์ (2) ด้านความสวยงาม และ (3) ด้านประโยชน์ใช้สอย

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบร่างของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากการสังเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดมหาสารคามมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่การผลิตต่อไป

ผลการวิจัย

ระยะที่ 1 ผลการวิเคราะห์การสำรวจเพื่อให้ได้มาซึ่งอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคาม

ในด้านอัตลักษณ์ความเป็นมหาสารคามนั้น ผู้วิจัยพบว่าจังหวัดมหาสารคามเป็นจังหวัดที่มีความเป็นพหุวัฒนธรรม กล่าวคือ มีกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่ในจังหวัดหลายชาติพันธุ์ แต่หากจะแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ พบว่าชาติพันธุ์ที่พบในจังหวัดมหาสารคาม มี 4 กลุ่ม ประกอบไปด้วย

(1) กลุ่มไทยอีสาน เป็นชนเผ่าไทยผสมลาว พูดภาษาอีสานปนลาว ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ทั่วไปกระจายทุกอำเภอในจังหวัดมหาสารคาม

การละเล่นที่โดดเด่น เช่น การร้องหมอลำทำนองต่างๆ ที่มักมีเนื้อหาสนุกสนาน เกี่ยวพาราฮี และมีมุกตลกไปกฮา

(2) กลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ โดยกลุ่มชาติพันธุ์นี้มีความคล้ายคลึงในวิถีชีวิตและการใช้ภาษา เช่นเดียวกับกับกลุ่มไทยลาว แต่มีความแตกต่างของสำเนียงการพูดเพียงเล็กน้อย คือน้ำเสียงสูงอ่อนหวาน ไม่ห้วนสั้นเหมือนไทยลาว สามารถพบการตั้งถิ่นฐานได้ที่บริเวณบ้านท่าขอนยาง ตำบลท่าขอนยาง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ปัจจุบันได้มีการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมญ้อ ผ่านการสร้างชุมชนวัฒนธรรมญ้อในโรงเรียน ประเพณีไหลเรือไฟ ได้รับการฟื้นฟู การละเล่นญ้อปรากฏอยู่ในลานวัด สนามโรงเรียน มีการแสดงให้ผู้คนได้ชมตามงานเทศกาล ต้นไม้พูดภาษาญ้อ มีอยู่ภายในวัดเจริญผล และวัดสว่างวารี

(3) กลุ่มมอญเขมร “ส่วย หรือ กวย หรือ กูย” ชาวกูยในมหาสารคามส่วนใหญ่อพยพมาจากจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษเมื่อ 100 ปีที่แล้ว เช่น กลุ่มไทยกูยที่บ้านสะเดาหวาน อำเภอยางสีสุราชโดยชาติพันธุ์นี้มีชนบประเพณีสำคัญคือ ประเพณีการไหว้ศาลปะกำ พิธีแกลมอ นับถือผีปู่ตา ผีตาแฮก ผีเรือ่น เช่นเดียวกับกลุ่มไทยลาวและไทญ้อ

จากความหลากหลายของชาติพันธุ์ที่ส่งผลต่อพหุวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม ทำให้การระบุอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของจังหวัดมหาสารคามมีความหลากหลาย และยังเป็นอัตลักษณ์ที่สั่นไหวตามกาลเวลา ส่งผลให้การถอดอัตลักษณ์เป็นไปได้อย่างยาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำคำขวัญของจังหวัดมหาสารคาม มาประกอบการวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดมหาสารคาม

“พุทธมณฑลอีสาน ถิ่นฐานอารยธรรม ผ้าไหมล้ำเลอค่า ตักสิลานคร”

จากคำขวัญของจังหวัดมหาสารคาม เมื่อพิจารณาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่สุด คือ “พุทธมณฑลอีสาน” และ “ผ้าไหม” นั่นคือ พระธาตุนาดูน และ ผ้าไหมลายสร้อยดอกหมาก

แต่ถึงอย่างไรก็ตามอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคามยังสามารถลื่นไหลไปได้ตามเวลา และแม้ว่าจะสามารถวิเคราะห์อัตลักษณ์ของจังหวัดจากคำขวัญของจังหวัดมหาสารคาม แต่อาจจะไม่ครอบคลุมตามความเป็นจริงของบริบทเชิงพื้นที่ ทั้งนี้เพราะหน่วยงานภาครัฐที่มีจังหวัดเป็นผู้มีอำนาจในการกำหนดคำขวัญของจังหวัดมหาสารคาม ดังนั้นหากจะมองจากคำขวัญแล้ว การสื่อออกถึงจังหวัดมหาสารคาม อาจจะสามารถระบุอัตลักษณ์ของจังหวัดได้อีกวิธีหนึ่ง เช่น งานเทศกาลประจำปีของจังหวัด “งานบุญเบิกฟ้ามหาสารคาม” หรืองานกาชาดของจังหวัดมหาสารคามที่ได้กำหนดให้มีขึ้นทุกปี

อัตลักษณ์ของความเชื่อเรื่องพระแม่โพสพ

จังหวัดมหาสารคามมีกิจกรรมที่สำคัญที่มีการประกอบกร่วมกันทุกปี คือ จัดพิธีบูชาพระแม่โพสพ ซึ่งถือเป็นงานสำคัญในงานประเพณีบุญเบิกฟ้ามหาสารคามและกาชาดจังหวัดมหาสารคาม

ประเพณีบุญเบิกฟ้า เป็นประเพณีของชาวมหาสารคามที่ประกอบขึ้นตามความเชื่อว่ามีถึงวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ของทุกๆ ปี ฟ้าจะเริ่มไขประตูฝน โดยจะมีเสียงฟ้าร้อง และทิศที่ฟ้าร้องเป็นสัญญาณบ่งบอกตัวกำหนดปริมาณน้ำฝนที่จะตกลงมาหล่อเลี้ยงการเกษตรในปีนั้นด้วยความเชื่อตามตำนานดังกล่าว ชาวมหาสารคามจึงมีประเพณีบุญเบิกฟ้า (เดิมเรียกว่า บุญเบิกบ้าน) เพื่อขอพรจากแถน (เทพผู้เป็นใหญ่) ให้ไขประตูฟ้าทางทิศที่เป็นมงคล ในการ

ประกอบพิธีกรรมบุญเบิกฟ้าจะเริ่มต้นด้วยพิธีบูชาพระแม่โพสพ โดยเริ่มจากพระสงฆ์สวดเจริญพระพุทธมนต์เพื่อเป็นสิริมงคล จากนั้นคณะนางรำซึ่งเป็นนิสิต นักศึกษา จากสถาบันการศึกษาในจังหวัดมหาสารคามจะทำการพ้อนบวงสรวง แล้วจึงประกอบพิธีกรรมเสี่ยงทายคางไก่ โดยพราหมณ์ได้ประกอบพิธีบูชาเทพยดาและบอกกล่าวสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่เมือง แล้วจึงนำคางไก่ต้มที่เตรียมไว้มาดูลักษณะประกอบการทำนาย หากปรากฏว่าคางไก่มีลักษณะที่โค้งสวยงามเสมอกันทั้งสองข้าง จะทำนายได้ว่าบ้านเมืองและพี่น้องประชาชนชาวจังหวัดมหาสารคามจะเจริญรุ่งเรืองยิ่งขึ้นฝนฟ้าจะตกต้องตามฤดูกาล เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม จากนั้นผู้ว่าราชการจังหวัดพร้อมด้วยนายกเหล่ากาชาด และหัวหน้าส่วนราชการนำขบวนกลองยาว พร้อมด้วยคู่หาบเงินคู่หาบทองขนปุ๋ยคอกไปใส่ในแปลงนาสาธิตที่บริเวณลานด้านหอประธานกันทรวิชัย เพื่อถือเป็นการบำรุงปรับปรุงดิน และถือเป็นการเริ่มต้นฤดูกาลทำนาเพื่อเป็นอาหารของข้าว ให้ข้าวอุดมสมบูรณ์ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ชาวนาปฏิบัติสืบต่อกันมาอย่างยาวนาน ซึ่งบรรยากาศเป็นไปด้วยความสนุกสนาน แต่แฝงไปด้วยคติและความเชื่อของท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม

อัตลักษณ์ความเป็นเมืองการศึกษา

สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์จังหวัดมหาสารคามที่เด่นชัดอีกประการตามคำขวัญของจังหวัดคือ “ตักสิลานคร” อันหมายถึงเมืองแห่งการศึกษา นั่นคือในจังหวัดมหาสารคามมีสถานศึกษาที่หลากหลายและรองรับการเรียนรู้ที่หลากหลายศาสตร์ ซึ่งเดิม ในอดีตจังหวัดมหาสารคาม ได้ชื่อว่า “ตักสิลานคร” เนื่องจากมีวิทยาลัยครู วิทยาลัยวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตมหาสารคาม วิทยาลัยพลศึกษา และวิทยาลัยคณาสวัสดิ์ โดยมี

นิสิต นักศึกษาเป็นจำนวนมากหลังไหลมาจากทุกภาคของประเทศไทยทำให้ดูเหมือนเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา แต่ในปัจจุบัน ด้วยการยกฐานะเป็นมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตมหาสารคาม และยังมีวิทยาลัยและโรงเรียนเป็นจำนวนมาก จังหวัดมหาสารคาม จึงมีสภาพเป็นเมืองการศึกษามากขึ้น ดังคำขวัญ

“เมืองมหาสารคามนี้งามนัก งามด้วยรัก งามด้วยรู้ คู่ถิ่นสยาม สืบสมบัติ วัฒนธรรม ความดีงาม สารคาม คือคุณค่า สาระคน”

สรุป อัตลักษณ์ ของ จังหวัดมหาสารคาม

อัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม สามารถวิเคราะห์ได้ผ่านคำขวัญของจังหวัดและจากงานประเพณีที่สำคัญ ประกอบไปด้วยพุทธมณฑลอีสาน อันหมายถึงพระบรมธาตุนาถุน ผ้าไหมล้ำเลอค่า อันหมายถึงผ้าไหมโบราณลายประจำจังหวัดลายสร้อยดอกหมาก และตักสิลานคร อันหมายถึงเมืองแห่งการศึกษา ทั้งนี้อัตลักษณ์ของจังหวัดยังรวมถึงงานประเพณีบุญเบิกฟ้า และการบูชาพระแม่โพสพ ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถนำไปใช้ร่วมวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม ในการวิจัยระยะที่ 2 และ 3 ต่อไป

ระยะที่ 2 ผลการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดมหาสารคาม

จากการสนทนากลุ่มและการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดมหาสารคาม ร่วมกับกลุ่มของผู้ผลิตสินค้าชุมชนในการเห็นหารูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย พบว่า สินค้าส่วนมากเป็นสินค้าหัตถกรรมชุมชน ดังนี้

ผลการวิเคราะห์รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม นำมาใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม

1. การระดมความคิดด้านออกแบบบรรจุภัณฑ์

(1) การวิเคราะห์แรงบันดาลใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ที่สามารถวิเคราะห์แรงบันดาลใจของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบไปด้วยองค์ประกอบของ

- แรงงานที่มีสำหรับการผลิต
- วัสดุที่ใช้ในการผลิต
- ต้นทุนที่เหมาะสม
- การใช้วิธีผลิตและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

- ความหมายของบรรจุภัณฑ์ที่แสดงออกถึงความเป็นท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม

ผลจากการวิเคราะห์แรงบันดาลใจ ผู้วิจัยใช้แรงบันดาลใจจากการใช้แรงงานในชุมชน ใช้วัสดุที่หาได้ง่าย ใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อนง่ายในการที่ชาวบ้านจะสามารถทำเองได้มีกราฟิก และสีที่สื่อถึงความเป็นจังหวัดมหาสารคามรวมถึงมีต้นทุนในการผลิตที่เหมาะสม

(2) การวิเคราะห์ลวดลายกราฟิกที่นำมาใช้ในบรรจุภัณฑ์

ผลจากการวิเคราะห์ลวดลายกราฟิกที่นำมาใช้ ในส่วนของกราฟิกได้มาจากลายของสัญลักษณ์จังหวัดมหาสารคาม และของดีที่พบในจังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

ตารางที่ 1 สัญลักษณ์จังหวัดมหาสารคาม และของดีที่พบในจังหวัดมหาสารคาม

ชื่อสัญลักษณ์	สัญลักษณ์
ตราประจำจังหวัดมหาสารคาม	
ดอกไม้ประจำจังหวัดมหาสารคาม	
ปูทะเลระหม่อม	
หอนาฬิกาจังหวัดมหาสารคาม	
พระธาตุนาดูน	

จากการสังเคราะห์สัญลักษณ์จังหวัดมหาสารคาม และของดีที่พบในจังหวัดมหาสารคาม ส่งผลให้เกิดการออกแบบลวดลายของบรรจุภัณฑ์และสัญลักษณ์ของสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

ตารางที่ 2 สัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์จากอัตลักษณ์จังหวัดมหาสารคาม

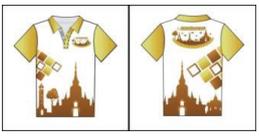
สัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์	สัญลักษณ์
แบบที่ 1	
แบบที่ 2	
แบบที่ 3	

จากการออกแบบการถอดความหมายจากสัญลักษณ์และอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคามได้นำมาสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการออกแบบและสังเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะผลิตภัณฑ์	จุดเด่น	ข้อเสนอแนะ
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พวงกุญแจแบบที่ 1		รูปแบบบรรจุภัณฑ์สีสันทันที่นำเสนอใจ โดยมีการใช้ลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดมหาสารคาม ชินงานทำจากวัสดุที่หาง่าย ราคาถูก	ลักษณะลวดลายของผลิตภัณฑ์ควรมีการสอดแทรกเนื้อหาของดีใน จังหวัดมหาสารคาม ทำให้เหมาะในการซื้อเป็นของฝากเพื่อให้ผู้ที่ได้รับฝากได้รับรู้ว่าเป็นของฝากจากจังหวัดมหาสารคาม
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พวงกุญแจแบบที่ 2		รูปแบบบรรจุภัณฑ์สีสันทันที่นำเสนอใจ โดยมีการใช้ลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดมหาสารคาม ชินงานทำจากวัสดุที่หาง่าย ราคาถูก เช่นเดียวกับกับแบบที่ 1	जूดอ่อนรูแควนที่เจาะรูมีลักษณะเป็นวงกลมจะมีความยากในขั้นตอนการ ตัด เพราะชาวบ้านไม่ได้มีเครื่องสำหรับ ตัดและรูปแบบ หัว ใจ ตอนปลายจะมีความคม อาจจะทำให้เกิดอันตรายได้
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พวงกุญแจแบบที่ 3		รูปแบบบรรจุภัณฑ์สีสันทันที่นำเสนอใจ โดยมีการใช้ลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดมหาสารคาม ชินงานทำจากวัสดุที่หาง่าย ราคาถูก เช่นเดียวกับกับแบบที่ 1 และ 2	ด้วยรูปแบบไม่มีความแตกต่างจากห้องตลาด อาจจะทำให้จำหน่ายลำบากและลักษณะวงกลมดูไม่สวยงามและบรรจุรายละเอียดของจังหวัดมหาสารคาม ได้จำกัด
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กระเป๋าแบบที่ 1		รูปแบบบรรจุภัณฑ์สีสันทันที่นำเสนอใจ โดยมีการใช้ลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดมหาสารคาม ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ทันสมัยและดูหรูหรา สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูง และเหมาะที่จะเป็นของฝาก ที่ผู้รับต้องการและใช้งานได้จริง มีความทนทาน	ชาวบ้านไม่สามารถที่จะหาหนังสัตว์หรือหนังเทียมมาใช้ในการผลิตได้ และส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น และต้องจำหน่ายในราคาที่สูง ส่งผลให้อาจจะจำหน่ายได้ยากและจำหน่ายได้น้อย

ตารางที่ 3 ผลการออกแบบและสังเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัด มหาสารคาม (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะผลิตภัณฑ์	จุดเด่น	ข้อเสนอแนะ
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กระเป๋าแบบที่ 2		รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สีสนที่นำเสนอ โดยมีการใช้ลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดมหาสารคาม วัสดุที่ใช้เป็นผ้า ด้ายดิบ ซึ่งสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตไม่สูงมากนัก และราคาของผลิตภัณฑ์ไม่สูง ส่งผลให้จำหน่ายได้จำนวนมาก และมีโอกาสที่จะได้รับการสั่งผลิตเป็นของที่ระลึกในการแจกจ่ายตามงานและโอกาสพิเศษ เช่น ของชำร่วยในงานพิธีต่างๆ ได้	ผลผลิตภัณฑ์สีอาจซีดจาง และความคงทนต่ำ ขาดง่าย รวมทั้งผลิตภัณฑ์มีความคล้ายคลึงกันมีจำนวนมาก ส่งผลให้ไม่มีความโดดเด่นมากนัก
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กระเป๋าแบบที่ 3		รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สีสนที่นำเสนอ โดยมีการใช้ลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดมหาสารคาม ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ทันสมัยและดูหรูหรา สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงและเหมาะที่จะเป็นของฝากที่ผู้รับต้องการและใช้งานได้จริง มีความทนทาน	เป็นการตัดเย็บที่ยาก ต้องให้โรงงานอุตสาหกรรมขึ้นรูปและตัดเย็บให้ ส่งผลให้ราคาผลิตภัณฑ์สูงขึ้นตาม และวัสดุที่ใช้ในการผลิตมีราคาที่สูง ส่งผลให้ต้นทุนสูง และต้องจำหน่ายในราคาที่สูง ส่งผลให้อาจจะจำหน่ายได้ยากและจำหน่ายได้น้อย
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เสื้อยืด แบบที่ 1		รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สีสนที่นำเสนอ โดยมีการใช้ลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดมหาสารคาม ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ทันสมัยและดูหรูหรา สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงและเหมาะที่จะเป็นของฝาก	เป็นการตัดเย็บที่ยาก ต้องให้โรงงานอุตสาหกรรมขึ้นรูปและตัดเย็บให้ ส่งผลให้ราคาผลิตภัณฑ์สูงขึ้น สีที่ใช้เป็นโทนสีใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ไม่สดใสและอาจจะไม่เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภคที่ต้องการความหลากหลายของสี
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เสื้อยืด แบบที่ 2		รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สีสนที่นำเสนอ โดยมีการใช้ลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดมหาสารคาม ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ทันสมัยและดูหรูหรา สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงและเหมาะที่จะเป็นของฝาก เช่นเดียวกับแบบที่ 1	เป็นการตัดเย็บที่ยาก ต้องให้โรงงานอุตสาหกรรมขึ้นรูปและตัดเย็บให้ ส่งผลให้ราคาผลิตภัณฑ์สูงขึ้น สีที่ใช้เป็นโทนสีใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ไม่สดใสและอาจจะไม่เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภคที่ต้องการความหลากหลายของสี เช่นเดียวกับแบบที่ 1
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เสื้อยืด แบบที่ 3		รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สีสนที่นำเสนอ โดยมีการใช้ลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัดมหาสารคาม ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ทันสมัยและดูหรูหรา สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงและเหมาะที่จะเป็นของฝาก เช่นเดียวกับแบบที่ 1 และ 2 และยังเป็นที่ยอมรับเพราะมีการเพิ่มเติมลายดอกไม้ที่เป็นสีสนเพิ่มในลายเสื้อ	เป็นการตัดเย็บที่ยาก ต้องให้โรงงานอุตสาหกรรมขึ้นรูปและตัดเย็บให้ ราคาผลิตภัณฑ์สูงขึ้น เช่นเดียวกับแบบที่ 1 และ 2

จากตารางที่ 3 การระดมความคิดเห็นในการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมหาสารคามนั้น จะเน้นไปที่ของใช้ในชีวิตประจำวัน และเน้นไป

ที่ของราคาไม่แพง บุคคลทั่วไปทุกวัยสามารถที่จะซื้อได้

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม

รายการ	พวงกุญแจ			กระเป๋า			เสื้อ		
	N=50		แปลผล	N=50		แปลผล	N=50		แปลผล
	μ	σ		μ	σ		μ	σ	
ด้านกระบวนการ									
1. ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม	4.67	0.50	มากที่สุด	4.45	0.37	มาก	4.87	0.51	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่น	4.22	0.76	มาก	4.89	0.33	มากที่สุด	4.44	0.35	มาก
3. ผลิตภัณฑ์มีการประยุกต์ใช้ลวดลายและการออกแบบที่เหมาะสม	4.76	0.51	มากที่สุด	4.55	0.34	มากที่สุด	4.33	0.71	มาก
4. ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงที่มาของแหล่งผลิต	4.50	0.23	มาก	4.23	0.85	มาก	4.23	0.71	มาก
รวม	4.54	0.5	มากที่สุด	4.53	0.48	มากที่สุด	4.47	0.57	มาก
ด้านการมีส่วนร่วม									
1. ในการออกแบบผู้ผลิตในชุมชนได้เข้ามามีบทบาทในการระดมความเห็น	4.10	0.78	มาก	4.22	0.87	มาก	4.05	0.88	มาก
2. ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้จริง	3.87	0.32	ปานกลาง	4.05	0.87	มาก	4.67	0.89	มากที่สุด
3. ผู้ผลิตในชุมชนสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปต่อยอดได้เอง	3.58	0.87	ปานกลาง	3.88	0.56	ปานกลาง	3.66	0.36	ปานกลาง
รวม	3.85	0.66	ปานกลาง	4.05	0.77	มาก	4.13	0.71	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย									
1. ราคาที่ตั้งไว้สมเหตุสมผล	4.11	0.87	มาก	4.23	0.66	มาก	4.67	0.23	มากที่สุด
2. เป็นที่ต้องการของท้องตลาดและนักท่องเที่ยว	3.98	0.78	ปานกลาง	4.33	0.87	มาก	4.98	0.66	มากที่สุด
3. สามารถเป็นของที่ระลึกที่เป็นตัวแทนชุมชนท้องถิ่นได้	4.87	0.39	มากที่สุด	4.68	0.32	มากที่สุด	4.75	0.75	มากที่สุด
รวม	4.32	0.68	มาก	4.41	0.62	มาก	4.80	0.55	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.39	0.62	มาก	4.47	0.60	มาก	4.84	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่าในส่วนของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพบว่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทเสื่อมีความเหมาะสมมากที่สุดในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (m=4.84) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์กระเป๋า อยู่ในระดับมาก (m=4.47)

และต่ำสุดคือผลิตภัณฑ์ประเภทพวงกุญแจ อยู่ในระดับมาก (m=4.39)

ระยะที่ 3 ผลการประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค

รายการ	พวงกุญแจ			กระเป๋า			เสื่อ		
	N=100		แปลผล	N=100		แปลผล	N=100		แปลผล
	\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.	
ด้านอัตลักษณ์									
1.ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม	4.55	0.56	มากที่สุด	4.51	0.47	มากที่สุด	4.48	0.61	มาก
2.ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่น	4.20	0.47	มาก	3.98	0.97	มาก	3.04	0.61	ปานกลาง
3.ผลิตภัณฑ์มีการประยุกต์ใช้ลวดลายและการออกแบบที่เหมาะสม	4.12	0.65	มาก	4.20	0.33	มาก	4.58	0.61	มากที่สุด
4.ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงที่มาของแหล่งผลิต	3.55	0.56	ปานกลาง	4.01	0.32	มาก	4.54	0.77	มากที่สุด
รวม	4.11	0.56	มาก	4.18	0.52	มาก	4.16	0.65	มาก
ด้านความสวยงาม									
1.ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม	3.55	0.66	ปานกลาง	4.51	0.74	มากที่สุด	4.23	0.31	มาก
2.ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจ	4.05	0.87	มาก	4.21	0.66	มาก	3.52	0.55	ปานกลาง
รวม	3.8	0.77	ปานกลาง	4.36	0.70	มาก	3.88	0.43	ปานกลาง
ด้านประโยชน์ใช้สอย									
1.ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้จริง	3.35	0.12	ปานกลาง	4.58	0.47	มากที่สุด	4.64	0.54	มากที่สุด
2.เป็นที่ต้องการของท้องตลาดและนักท่องเที่ยว	3.87	0.44	ปานกลาง	4.88	0.57	มากที่สุด	4.97	0.23	มากที่สุด
3.สามารถเป็นของที่ระลึกที่เป็นตัวแทนชุมชนท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคามได้	3.66	0.48	ปานกลาง	3.54	0.88	ปานกลาง	3.33	0.58	ปานกลาง
4.ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย	4.55	0.56	มากที่สุด	4.51	0.47	มากที่สุด	4.88	0.61	มากที่สุด
5.ผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมและดูแลรักษาได้ง่าย	3.55	0.87	ปานกลาง	4.51	0.47	มากที่สุด	4.11	0.87	มาก
รวม	3.80	0.50	ปานกลาง	4.40	0.58	มาก	4.11	0.87	มาก
รวมทั้งหมด	3.79	0.49	ปานกลาง	4.40	0.57	มาก	4.34	0.62	มาก

จากตารางที่ 5 ความพึงพอใจของบริโภค จำนวน 100 คน สามารถแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทพวงกุญแจ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.79$) และสามารถแยกพิจารณารายด้าน ได้ดังนี้

ด้านอัตลักษณ์ มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.55$) และน้อยที่สุดในรายการผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของแหล่งผลิต อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.55$)

ด้านความสวยงาม มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจ ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) และ น้อยที่สุดในรายการผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.55$)

ด้านประโยชน์ใช้สอย มีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.55$) และ น้อยที่สุดในรายการผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้จริง ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.35$)

ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทกระเป๋า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$) และสามารถแยกพิจารณารายด้าน ได้ดังนี้

ด้านอัตลักษณ์ มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.51$) และ น้อยที่สุดในรายการผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.98$)

ด้านความสวยงาม มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.36$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.51$) และ น้อยที่สุดในรายการ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.21$)

ด้านประโยชน์ใช้สอย มีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของท้องตลาดและนักท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.88$) และ น้อยที่สุดในรายการสามารถเป็นตัวแทนชุมชนท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.54$)

ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทเสื้อ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.34$) และสามารถแยกพิจารณารายด้าน ได้ดังนี้

ด้านอัตลักษณ์ มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$)

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีการประยุกต์ลวดลายและการออกแบบที่เหมาะสม ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.58$) และ น้อยที่สุดในรายการผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.04$)

ด้านความสวยงาม มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.88$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม ในระดับมาก ($\bar{X}=4.23$) และ น้อยที่สุดในรายการ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.52$)

ด้านประโยชน์ใช้สอย มีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของท้องตลาดและนักท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.97$) และ น้อยที่สุดในรายการสามารถเป็นตัวแทนชุมชนท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.33$)

แนวทางส่งเสริมผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมหาสารคามเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 50 คน ตามประเภทของผู้ผลิต โดยในการวิเคราะห์นั้นได้แบ่งประเด็นสำคัญออกเป็น 2 ด้าน คือ

ด้านปัญหา

กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้ระดมสมองและให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของการผลิตสินค้า พบว่า ในกระบวนการผลิตนั้นยังขาดมาตรฐานในการผลิต เป็นเพียงการผลิตโดยครอบครัว ซึ่งเป็นการผลิตขนาดเล็ก แต่เมื่อต้องการขยายฐานการผลิตต้องส่งรูปแบบของผลงานและมีนายทุนมารับผลงานไปผลิตและขายต่อ ทั้งนี้เพราะขาดเงินทุนและงบประมาณในการลงทุน การเข้าไม่ถึงโอกาสของการกู้เงินและไม่มีหน่วยงานภาครัฐให้ความช่วยเหลือด้านกำลังการผลิต และในการผลิตนั้นยังขาดการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ และยังขาดการนำวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาร่วมใช้ในการผลิต ซึ่งวัสดุจำนวนมากยังเป็นการซื้อมาจากอุตสาหกรรมอื่น ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น และยังไม่สามารถที่จะกำหนดราคาได้เอง

ด้านศักยภาพ

ศักยภาพด้านการผลิตมีระดับความเห็นด้วยมาก โดย สินค้าส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น รองลงมาคือกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สินค้ามีรูปแบบที่หลากหลาย ตรงตามความต้องการของลูกค้า และมีสินค้าได้รับมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิต ได้ข้อมูลเพิ่มเติมคือ ต้องการให้มีการติดตามและประเมินผลการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน ในมิติของยอดขาย และผลกำไรที่ได้รับ นอกจากนี้ผู้ผลิต

สินค้าต้องการยกระดับตลาดและทิศทางการจำหน่ายให้มีหลากหลายมากขึ้นทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมือนกันกับผลิตภัณฑ์อีกหลายกลุ่ม ก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูง ดังนั้นควรมีการพัฒนาผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จากกลุ่มอื่น อาทิ ใช้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น สินค้าต้องมีอัตลักษณ์ เฉพาะกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยทั้ง 3 ระยะ พบว่า อัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดมหาสารคามนั้น ในมิติทางวัฒนธรรม พบว่า จังหวัดมหาสารคาม เป็นแหล่งวัฒนธรรมประเพณีที่หลากหลายเนื่องจากประชากรที่เข้ามาอาศัยในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม มีจำนวนมากที่เป็นประชากรแฝงแต่ถึงอย่างไรก็ตามในด้านอัตลักษณ์ความเป็นมหาสารคามนั้น ผู้วิจัยพบว่าจังหวัดมหาสารคามเป็นจังหวัดที่มีความเป็นพหุวัฒนธรรม กล่าวคือมีกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่ในจังหวัดหลายชาติพันธุ์ และจากความหลากหลายของชาติพันธุ์ที่ส่งผลต่อพหุวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม ทำให้การระบุอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของจังหวัดมหาสารคามมีความหลากหลาย และยังเป็นอัตลักษณ์ที่ลื่นไหลตามกาลเวลา ส่งให้การถอดอัตลักษณ์เป็นไปได้ลำบาก

จากความหลากหลายนั้นหากจะมองให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันสามารถวิเคราะห์อัตลักษณ์ได้จากคำขวัญของจังหวัดมหาสารคาม “พุทธมณฑลอีสาน ถิ่นฐานอารยธรรม ผ้าไหมล้ำเลอค่า ตักสิลานคร” ซึ่งสามารถถอดอัตลักษณ์คือ พระธาตุนาดูนที่เป็นสัญลักษณ์ของพุทธมณฑลอีสาน ผ้าไหม ที่เป็นตัวแทนของจังหวัดคือ กล้วยร้อยดอกหมาก และตักสิลานคร อันหมายถึงดินแดนแห่งการศึกษา

แต่ถึงอย่างไรก็ตามอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคามยังสามารถสืบทอดไปได้ตามเวลา และแม้ว่าจะสามารถวิเคราะห์อัตลักษณ์ของจังหวัดจากคำขวัญของจังหวัดมหาสารคาม แต่อาจจะไม่ครอบคลุมตามความเป็นจริงของบริบทเชิงพื้นที่ ทั้งนี้เพราะหน่วยงานภาครัฐที่มีจังหวัดเป็นผู้มีอำนาจในการกำหนดคำขวัญของจังหวัดมหาสารคาม ดังนั้นหากจะมองจากคำขวัญแล้ว การสื่อออกไปถึงจังหวัดมหาสารคาม อาจจะสามารถระบุอัตลักษณ์ของจังหวัดได้อีกวิธีหนึ่ง เช่น งานเทศกาลประจำปีของจังหวัด “งานบุญเบิกฟ้ามหาสารคาม” หรืองานกาชาดของจังหวัดมหาสารคามที่ได้กำหนดให้มีขึ้นทุกปี

จากอัตลักษณ์ดังกล่าวนำมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนความเป็นชุมชนท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม ผ่านการสำรวจ สัมภาษณ์ และการระดมสมองของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ พบว่า ชาวบ้านและชุมชนผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้นส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา และพบว่าวัสดุธรรมชาติในชุมชนจำนวนมาก เช่น ไม้ไผ่ ฟางข้าว กาบกล้วย ดินเหนียว เป็นต้น ส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตต้องการที่จะนำวัสดุที่มีในธรรมชาติและในชุมชนมาเป็นวัสดุในการผลิต และต้องคำนึงถึงต้นทุนและแรงงานเป็นสำคัญ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ องค์ความรู้สำคัญ ที่จะสามารถนำไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ คือรูปทรงและลวดลายที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคาม สอดคล้องกับแนวคิดของ นิทัศน์ คณะวรรณ (2545) ที่ได้กล่าวถึงคุณค่าและวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นนั้น เป็นสิ่งที่มีคุณค่าอย่างยิ่งเพราะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน ถือเป็นสิ่งหนึ่งที่ต้องศึกษาค้นคว้าเพื่อใช้เป็นพื้นฐานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้

ยังพบว่าการนำศักยภาพของชุมชน ในเรื่องของวิถีชีวิต วัสดุธรรมชาติที่มีในชุมชน แรงงาน ความต้องการของชุมชนมาช่วยในการออกแบบ สอดคล้องกับแนวคิดของ พันธุ์ทิพย์ รามสูตร (2540) ที่กล่าวถึงกระบวนการค้นคว้าทางสังคม มีการให้การศึกษา มีการปฏิบัติการเพื่อที่จะให้กลุ่มชาวบ้านได้มีส่วนร่วมว่าเป็นหลักการสำคัญ ที่ให้ความเคารพต่อภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น และจากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถอภิปรายได้ว่ากลุ่มผู้ซื้อหัตถกรรมของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และเน้นซื้อเพื่อใช้เป็นของฝาก สอดคล้องกับ เพ็ญศรี เจริญวานิช (2548), พรสวรรค์ พรสุโขวงศ์ (2548) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกของผู้บริโภค ว่าส่วนมากคนซื้อมักเป็นเพศหญิง มีงบประมาณการซื้อต่อครั้งระหว่าง 100-300 บาท เน้นเพื่อซื้อเป็นของฝากมากกว่าการนำไปใช้เอง เช่นเดียวกับแนวคิดของ วรพงศ์ วรชาติอุดมพงษ์ (2538) ที่กล่าวถึงเกณฑ์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีความงาม มีประโยชน์ ใช้สอย และมีต้นทุนต่ำแต่คุณภาพสูง มาผสมกันในสัดส่วนที่เหมาะสมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ใช้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ต้องดูว่า ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของท้องถิ่นได้หรือไม่ และการมีการต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่นๆ ได้ แต่ต้องอาศัยทักษะและฝีมือของชาวบ้าน

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษา ลักษณะของผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคาม เช่น ผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร และเครื่องดื่ม

เอกสารอ้างอิง

- นิทัศน์ คณะวรรณ. (2545). *การตลาด 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.
- พรสวรรค์ พรสุขโขวงศ์. (2548). การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. *วารสารวิจัย มข.* 10(4): 348-358.
- พันธุ์ทิพย์ รามสูตร. (2540). *แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรม*. ภาควิชาสุขศึกษา และพฤติกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ. (2548). การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. *วารสารวิจัย มข.* 10(4): 348-358.
- วรวงศ์ รัชชาติอุดมพงษ์. (2538). *บทความรู้ในการออกแบบพาณิชย์ศิลป์ ออกแบบกราฟฟิก*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์น.
- สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นผู้ประกอบการการท่องเที่ยว 2563*. สืบค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2563 จาก <http://www.thailand-tourismcouncil.org>
- สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม. (2559). *แผนพัฒนาจังหวัดมหาสารคาม 2561-2564*. สืบค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2563 จาก <http://www.mahasarakham.go.th/mkweb/images/yut/1.2561-2564>.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (2560-2564)*. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรมพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.