

การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกจุดท่องเที่ยวชุมชนตามอัตลักษณ์
วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ อำเภอปรังกู๋ จังหวัดศรีสะเกษ

Study and Development of Souvenirs at Community Tourism Spots
According to The Kui Cultural Identity of
Ban Rong Ra Prangku District, Sisaket Province

โพธิ์พงศ์ ฉัตรนันทภรณ์^{1*}

Popong Chatnuntaphorn

^{1*} อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Art and Design Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Sisaket Rajabhat University

*Corresponding Author's E-mail: popong.c@sskru.ac.th

Received: November 29, 2023

Revised: April 22, 2024

Accepted: April 23, 2024

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhusoc.2024.3>

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชน
ท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชน
ท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย และ 3) ประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนา
ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการ
สังเกตการณ์ การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการทำ
แบบสอบถาม ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผลิตผ้าแล้วและของที่ระลึก
บ้านร่งระ กลุ่มนักท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการตลาด หลังจาก
นั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนเพื่อใช้ในการออกแบบกระเป๋าแล้ว

และตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการกระเป๋าแล้ว 2 ประเภท คือ กระเป๋าสะพายข้าง และกระเป๋าถือหิ้ว ผู้วิจัยจึงทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและทดสอบความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวมีผลการประเมินความพึงพอใจก่อนได้รับการพัฒนาของที่ระลึกตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวภูบ้านร่งระ โดยเรียงตามลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน ($\bar{X}=3.8$, S.D.=0.5) รองลงมา คือ ด้านการออกแบบ ($\bar{X}=3.5$, S.D.=0.5) และด้านการตลาด ($\bar{X}=3.4$, S.D.=0.6) เมื่อผู้วิจัยทำการพัฒนาของที่ระลึกตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวภูบ้านร่งระ จึงได้ทำการวัดผลการประเมินความพึงพอใจอีกครั้ง โดยเรียงตามลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน ($\bar{X}=4.2$, S.D.=0.5) รองลงมา คือ ด้านการออกแบบ ($\bar{X}=4.0$, S.D.=0.5) และด้านการตลาด ($\bar{X}=3.8$, S.D.=0.6) และหากเทียบจากก่อนการพัฒนาพบว่า มีแนวโน้มดีขึ้นทุกด้าน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมภู, ของที่ระลึก, ชุมชนท่องเที่ยว

Abstract

This study aimed to 1) investigate Kui cultural identity-based tourism community souvenir products, 2) develop Kui cultural identity-based tourist community souvenir products, and 3) examine the degree of satisfaction with the production of Kui cultural identity-based tourism community souvenirs. The researcher employed questionnaires, structured interviews, group discussions, and observations. Three main informant groups were identified: tourism groups, professionals in design and marketing, and Ban Rong Ra fabric and souvenir production groups. There were three groups of key informants: Ban Rong Ra fabric and souvenir production groups, tourist groups, and design and marketing experts.

The researcher used the data to analyze the community identity for the design of the Saew bag, which was then reviewed by design experts. The results found that tourists wanted two types of bags: shoulder bags and a long handbag. Therefore, the researcher developed a prototype product and tested its satisfaction. It was found that the tourist group had satisfaction assessment results before receiving development. Their satisfaction was as follows: 1) Suitability for use ($M = 3.8$, $S.D. = 0.5$), 2) Design ($M = 3.5$, $S.D. = 0.5$), and 3) marketing ($M = 3.4$, $S.D. = 0.6$) when the researcher developed souvenirs. Therefore, the evaluation results were as follows: 1) Suitability for use ($M = 4.2$, $S.D. = 0.5$), 2) design ($M = 4.0$, $S.D. = 0.5$), and 3) marketing ($M = 3.8$, $S.D. = 0.6$) compared to before development, it was found that there was a tendency to improve in every aspect.

Keywords: Kui cultural, souvenirs, tourism community

บทนำ

ประเทศไทยมีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยวระดับโลก อีกทั้งยังมีรายได้จากการท่องเที่ยวหลายล้านล้านบาทต่อปีและมีความสำคัญมากต่อการพัฒนาประเทศ รวมไปถึงการท่องเที่ยวภายในจังหวัดศรีสะเกษซึ่งมีรายได้ในปี พ.ศ.2563 751 ล้านบาท Ministry of Tourism & Sport (2021) โดยจังหวัดศรีสะเกษมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวชุมชนวิถีชีวิต ซึ่งปัจจุบัน การท่องเที่ยวโดนเปลี่ยนแปลงไปด้วยสถานการณ์โรคระบาดโคโรนาไวรัส (COVID-19) ทำให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยประเทศไทยควรเปลี่ยนจุดยืนในภาคการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปจากเมืองหลักไปสู่เมืองรองมากยิ่งขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัดของนักท่องเที่ยวและมีแนวโน้มการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าการมาเป็นกลุ่มทัวร์ โดย

เน้นการท่องเที่ยวที่ต่อยอดจากจุดท่องเที่ยวที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันเดิมอยู่แล้ว (Ministry of Tourism & Sport, 2021) ถือเป็นโอกาสอันดีของ ชุมชนบ้านรระ อำเภอปรangkū จังหวัดศรีสะเกษ ที่มีจุดเด่นในด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวกูย ที่มี ความพร้อมด้านวัฒนธรรม คน สถานที่ โดยสินค้าเดิมที่มีจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว คือ ผ้าไหมและเสื้อแล้วซึ่งมีราคาในระดับปานกลางค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงควรพัฒนา ของที่ระลึก สินค้าและบริการให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และช่วงราคาเพื่อ สร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคทุกระดับในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกบ้านรระ

ของที่ระลึก คือ สิ่งที่สร้างขึ้นจากบริบทตัวตนที่แท้จริงของบุคคล สถานที่ เพื่อให้เกิดการระลึกถึงคิดถึงภาพความทรงจำ ประสบการณ์ และความรู้สึกที่มีต่อ บุคคลหรือสถานที่นั้นๆ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีของที่ระลึก เพื่อให้เกิด การจดจำและส่งผลต่อความสนใจไปสู่การท่องเที่ยวซ้ำเพราะประทับใจในการท่องเที่ยว อีกทั้งช่วยในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย

จากผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส (COVID-19) ทำให้การท่องเที่ยวเปลี่ยนไปจากเมืองหลักมาสู่เมืองรองมากยิ่งขึ้น ซึ่งการที่ นักท่องเที่ยวเดินทางมาพบเจอประสบการณ์ หรือความประทับใจจากแหล่งท่องเที่ยว นำไปสู่ความต้องการของที่ระลึกที่สามารถกักเก็บประสบการณ์ หรือความประทับใจ ต่อสถานที่ท่องเที่ยว และของที่ระลึกจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพื่อนำไปต่อยอดขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป จึงเหมาะสมในการทำการวิจัยและพัฒนา ของที่ระลึกจุดท่องเที่ยวชุมชนตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านรระ อำเภอปรangkū จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวกูยไปสู่ความ เข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรม ชาวกูย บ้านรระ อำเภอปรangkū จังหวัดศรีสะเกษ

2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ

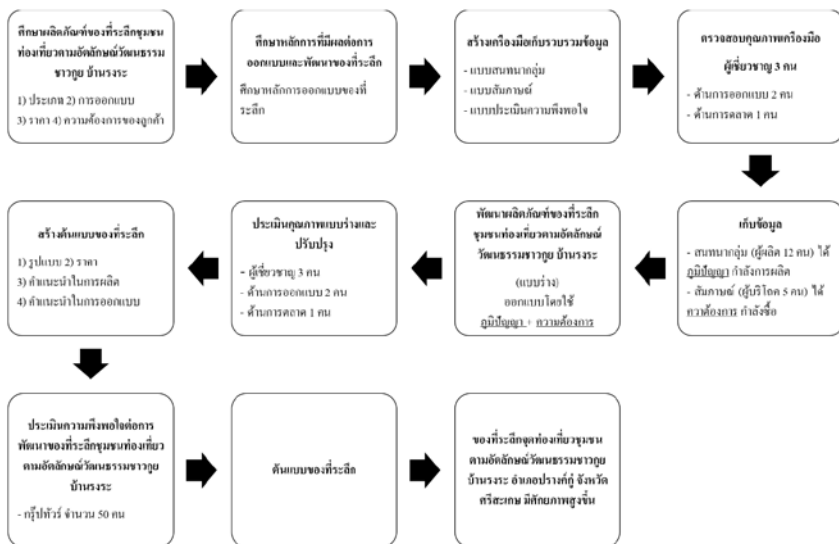
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาบริบทชุมชน องค์ความรู้ด้านการออกแบบ และทุนทางวัฒนธรรมชาวกูย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาต้นแบบของที่ระลึก ทำการทดสอบประสิทธิภาพต้นแบบของที่ระลึก และทำการปรับปรุงให้มีความเหมาะสม หลังจากนั้นจึงทำการประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบของที่ระลึก ซึ่งกรอบแนวคิดในการวิจัยดังกล่าวสามารถจัดทำเป็นแผนผังได้ดังภาพ 1

ภาพ 1

กรอบแนวคิดของการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกจุฬาท่องเที่ยวชุมชนตาม
อัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูยบ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ ดำเนินการวิจัย
โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ
(Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การ
สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) กับกลุ่มเป้าหมาย และผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ
หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาสร้างเป็นต้นแบบของที่ระลึกและทดลองใช้กับ
กลุ่มเป้าหมาย ทำการปรับปรุงคุณภาพจนได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งได้จากการประเมิน
ของผู้เชี่ยวชาญ และผลิตต้นแบบของที่ระลึกส่งต่อไปยังชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์
วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตาม
รายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ รวมทั้งสิ้น 69 คน ได้แก่ 1) ผู้ผลิต
สมาชิกกลุ่มผลิตผ้าแสบและของที่ระลึกบ้านร่งระ จำนวน 12 คน 2) ผู้บริโภค ตัวแทน
นักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน 3) ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบของที่ระลึก จำนวน 1 คน
4) เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 1 คน 5) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประเมินความพึงพอใจ
จำนวน 50 คน

การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ กลุ่มผู้ผลิต ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบ
เจาะจง (Purposive Sampling) การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1) สมาชิกกลุ่มผลิตผ้าแสบ และของที่ระลึกบ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ
2) มีอาชีพหลักหรืออาชีพเสริมในการผลิตผ้าแสบและของที่ระลึกไม่ต่ำกว่า 5 ปี 3) มี
ผลิตภัณฑ์ผลิตผ้าแสบและของที่ระลึกเพื่อการจำหน่ายเป็นประจำทุกปี และ 4) มีองค์
ความรู้ด้านการผลิตผ้าแสบและของที่ระลึกเป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยว
ตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ มีผู้ให้
ข้อมูลจำนวน 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลด้านการออกแบบของที่ระลึก และการตลาด ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีองค์ความรู้และเชี่ยวชาญในการออกแบบของที่ระลึก และด้านการตลาด จำนวน 3 คน ดังนี้

1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก อาจารย์ประจำศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ จำนวน 2 คน และ 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ จำนวน 1 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลด้านการศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านรังระ จำนวน 12 คน ผู้วิจัยมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้

1) สมาชิกกลุ่มผลิตผ้าแฉ่วและของที่ระลึกบ้านรังระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ 2) มีอาชีพหลักหรืออาชีพเสริมในการผลิตผ้าแฉ่วและของที่ระลึกไม่ต่ำกว่า 5 ปี 3) มีผลิตภัณฑ์ผลิตผ้าแฉ่วและของที่ระลึกเพื่อการจำหน่ายเป็นประจำทุกปี และ 4) มีองค์ความรู้ด้านการผลิตผ้าแฉ่วและของที่ระลึกเป็นอย่างดี

กลุ่มที่ 3 ตัวแทนนักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน ผู้วิจัยมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้

1) เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย 2) มีความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย และ 3) มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในทุกปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสนทนากลุ่ม แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบประเมินความพึงพอใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนในการศึกษา และพัฒนาของที่ระลึกจุดท่องเที่ยวชุมชนตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านรังระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยใช้องค์ความรู้ที่ได้จากการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้ผลิต และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับกลุ่มตัวแทนนักท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ และใช้แบบสอบถามในการประเมินความพึงพอใจ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาหลักการออกแบบของที่ระลึก โดยใช้ภูมิปัญญาร่วมกับความต้องการ และองค์ความรู้ที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจหลังจากการทดลองและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบ

3. การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณมีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1) ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากเอกสาร บทความวิชาการ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้กำหนดขอบเขต และแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม 2) กำหนดขอบเขตและรายละเอียดในการศึกษา 3) ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม 4) นำแบบสอบถามไปเสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัย 5) ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของที่ปรึกษางานวิจัย และ 6) นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ จำนวน 2 ท่าน โดยมีประเด็นคำถาม 3 ประเด็นดังนี้

ประเด็นคำถามที่ 1 ด้านการออกแบบ ถามเกี่ยวกับ 1) รูปร่าง รูปทรงของ กระเป๋าส้าแล้ว 2) การสื่อถึงวัฒนธรรมชาวกูย และ 3) ด้านการผลิต

ประเด็นคำถามที่ 2 ด้านการตลาด ถามเกี่ยวกับ 1) ราคาขายที่เหมาะสม 2) ต้นทุนในการผลิต และ 3) สร้างการรับรู้ตราสินค้า

ประเด็นคำถามที่ 3 ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน ถามเกี่ยวกับ 1) การใช้งานที่เหมาะสม 2) ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ 3) ผลิตภัณฑ์มีความคงทน

นำแบบสนทนากลุ่ม แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามความพึงพอใจเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ภาษาที่ใช้สร้างแบบสนทนากลุ่ม สร้างแบบสัมภาษณ์ และสร้างแบบประเมินความพึงพอใจ ขอคำแนะนำเพิ่มเติมและปรับปรุงแก้ไข โดยมีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะของแบบสนทนากลุ่มประกอบด้วย 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ผ้าแล้ว และส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนา

ลักษณะของแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 2 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์ และส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อของที่ระลึกกระเป๋าผ้าแล้วบ้านรังระ

ลักษณะของแบบประเมินความพึงพอใจประกอบด้วย 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบประเมิน ส่วนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาของที่ระลึกกระเป๋าผ้าแล้วบ้านรังระ และส่วนที่ 3 ความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะ

นำแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินที่ได้ปรับปรุงแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (IOC : Index of item objective congruence) ของแบบสัมภาษณ์แต่ละข้อ จากนั้นนำมาคัดเลือกเฉพาะข้อที่มีค่าความ

เที่ยงตรงที่ระดับ 0.5-1.0 และแบบสอบถามความพึงพอใจมีค่าความเชื่อมั่น (Try out) มากกว่า 0.7

4. ผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาของเครื่องมือ มีจำนวน 3 คน ประกอบด้วย 1) อาจารย์ด้านการออกแบบของที่ระลึก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ จำนวน 2 คน และ 2) อาจารย์ด้านการตลาด สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ จำนวน 1 คน เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ดังตารางที่ 1

ตาราง 1

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ประเด็นคำถาม	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ผลรวม
ด้านการออกแบบ				
1. รูปร่าง รูปทรงของกระเป๋าผ้าแล้ว	1	1	1	1
2. การสื่อถึงวัฒนธรรมชาวกูย	1	1	1	1
3. ด้านการผลิต	1	0	1	0.7
ด้านการตลาด				
1. ราคาขายที่เหมาะสม	1	1	1	1
2. ต้นทุนในการผลิต	1	1	1	1
3. สร้างการรับรู้ตราสินค้า	1	1	1	1
ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน				
1. การใช้งานที่เหมาะสม	1	1	1	1
2. ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1	1	1	1
3. ผลิตภัณฑ์มีความคงทน	1	1	1	1

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือใช้วิธีคำนวณหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา/ วัตถุประสงค์ (Item Object Congruence: IOC) และให้ค่าคะแนน

หลังจากนั้นคำนวณหาดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งเกณฑ์การตัดสินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา วัตถุประสงค์ คือ ถ้า $IOC \leq 0.50$ ถือว่าข้อคำถามนั้น ไม่สอดคล้องกับเนื้อหา Srisa-ard (2011)

จากการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา/ วัตถุประสงค์ ในแบบสอบถาม จำนวน 9 ข้อ ปรากฏว่าได้ค่า IOC เกิน 0.50 ทั้งหมด โดยมีค่าส่วนใหญ่อยู่ที่ 1 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสามารถนำแบบสอบถามไปใช้ได้

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ขอหนังสือจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เพื่อขอความร่วมมือและขอความอนุเคราะห์แจ้งผู้เกี่ยวข้องให้การสัมภาษณ์ หลังจากนั้นผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านรังระ อำเภوبرาญกัญ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ผู้วิจัยศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และลงพื้นที่ เพื่อคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้ 2 เครื่องมือคือ 1) การสนทนากลุ่มผู้ผลิต และ 2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากกลุ่มนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านรังระ อำเภوبرาญกัญ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา นำมาทำการออกแบบแบบร่างต้นแบบของที่ระลึก หลังจากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของที่ระลึก สาขาวิชาศิลปะ และการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จากสาขาวิชาการตลาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เป็นผู้ประเมิน ผู้จัดทำการปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญก่อนที่จะนำไป สร้างต้นแบบของที่ระลึก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านรังระ อำเภอลำดวน จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้อาจการประเมินความพึงพอใจมาเป็นข้อมูลในการแก้ไขปรับปรุง และเสนอแนะในการพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกต่อไป

ผลการวิจัย

การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกจุดท่องเที่ยวชุมชนตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านรังระ อำเภอลำดวน จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านรังระ อำเภอลำดวน จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า การแ่แล้วผ้าเป็นอาชีพเสริมและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่เดิมที่จะรับตัดเย็บเสื้อผ้าและบริการแ่แล้วผ้าตามแบบวัฒนธรรมชาวกูย โดยส่วนมากจะใช้ผ้าลายลูกแก้วสีดำที่ได้จากการข้อมมะเกลือ มาตัดเย็บและแ่แล้วเป็นชุดที่สวยงามและสร้างรายได้ให้กับกลุ่ม ต่อมาด้วยเสื้อผ้ามีราคาในระดับกลางและสูง อาจทำให้ยังไม่ตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสินค้าที่มีราคาถูกซื้อขายง่าย จึงมีการพัฒนาเป็นกระเป๋าผ้าแ่แล้วเพื่อเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกทางการตลาดให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้มากยิ่งขึ้น โดยการออกแบบเป็นกระเป๋าแ่แล้ว 3 ขนาด ขนาดเล็ก 99 บาท ขนาดกลาง 129 บาท ขนาดใหญ่ 149 บาท ปัญหาและอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนา พบว่า 1) กลุ่มผ้าแ่แล้วมีผู้ที่สามารถตัดเย็บ และแ่แล้วผ้าลายดั้งเดิมได้ด้นั้นมีจำนวน 12 คน นอกนั้นอยู่ในช่วงของการฝึกฝนทำให้การแ่แล้วต้องใช้เวลามากขึ้นและไม่ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค 2) ต้องพัฒนาทักษะด้านการออกแบบ การจัดวางองค์ประกอบใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจหรือการใส่อัตลักษณ์ชาวกูยให้กับ

ผลิตภัณฑ์ 3) พัฒนาคุณภาพของการแสวงหามาเสนอ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค และให้กลุ่มผู้ผลิตประเมินความพึงพอใจของที่ระลึกก่อนการพัฒนา

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านนงระ อำเภอบางบาล จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและเก็บข้อมูลมาใช้ในการออกแบบต้นแบบของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูยบ้านนงระ โดยยึดเอา ภูมิปัญญา+ความต้องการ ตาราง 2

ตาราง 2

ตารางการเปรียบเทียบของที่ระลึกก่อนหลังการพัฒนา

ก่อนการพัฒนา		
		
<u>จุดแข็ง</u> มีขนาดหลากหลาย คือ ขนาดเล็ก ราคา 99 บาท ขนาดกลาง ราคา 129 บาท และขนาดใหญ่ ราคา 149 บาท ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย <u>จุดอ่อน</u> รูปแบบยังไม่เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อ		
หลังการพัฒนา		
		

จุดแข็ง ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการซื้อขายเพิ่มขึ้น

จุดอ่อน ต้องใช้ช่างที่มีฝีมือในการตัดเย็บและแสว มากกว่าแบบเดิม

ตาราง 2 (ต่อ)

ส่วนประกอบที่สำคัญ		
		
ผ้าสีลาวา และผ้าข้อม มะเกลือ	ลายแส่ว	กระดุมเงิน

ในการออกแบบต้นแบบของที่ระลึกในครั้งนี้นั้นได้รับแรงบันดาลใจมาจากชุดเครื่องแต่งกายชาวกูยในปัจจุบันที่นิยมแต่งกายด้วยเสื้อข้อมมะเกลือตกแต่งด้วยการแส่วลวดลายต่างๆ และติดกระดุมเงินสื่อถึงความร่ำรวย ขสฐาบรรดาศักดิ์ตามจำนวนของกระดุม ทำให้ผู้วิจัยเลือกใช้ ผ้าข้อมมะเกลือ และผ้าสีลาวาที่จังหวัดศรีสะเกษให้ การสนับสนุนในการใส่ผ้าไทย นำมาตกแต่งโดยการแส่ว อีกทั้งยังใส่กระดุมเงินโบราณที่เพิ่มลายดอกคำควนสื่อถึงดงคำควนหรือจังหวัดศรีสะเกษประดับตกแต่งอีกด้วย เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตของที่ระลึกนำไปใช้ต่อขอในการผลิตของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชนท้องถิ่นชาวกูยได้อย่างเหมาะสมตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึง 3 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ด้านการออกแบบ

- 1) รูปร่าง รูปทรงของกระเป๋าผ้าแส่ว 2) การสื่อถึงวัฒนธรรมชาวกูย และ
- 3) ด้านการผลิต

ด้านที่ 2 ด้านการตลาด

- 1) ราคาขายที่เหมาะสม 2) ต้นทุนในการผลิต และ 3) สร้างการรับรู้ตราสินค้า

ด้านที่ 3 ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน

1) การใช้งานที่เหมาะสม 2) ผลกระทบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ 3) ผลกระทบที่มีความคงทน

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านระงะ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามภายหลังการทดลองต้นแบบของที่ระลึก ได้ผลการประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบของที่ระลึก ดังตาราง 3

ตาราง 3

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบของที่ระลึก

รายการที่ประเมิน	ก่อน		หลัง	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
ด้านการออกแบบ				
1. รูปร่าง รูปทรงของกระเป๋าผ้าแล้ว	3.2	0.7	4.2	0.7
2. การสื่อถึงวัฒนธรรมชาวกูย	3.5	0.4	3.8	0.4
3. ด้านการผลิต	3.9	0.5	4.0	0.4
ผลรวมด้านการออกแบบ	3.5	0.5	4.0	0.5
ด้านการตลาด				
1. ราคาขายที่เหมาะสม	4.2	0.4	4.5	0.6
2. ต้นทุนในการผลิต	3.1	0.6	3.3	0.5
3. สร้างการรับรู้ตราสินค้า	3.0	0.8	3.5	0.7
ผลรวมด้านการตลาด	3.4	0.6	3.8	0.6
ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน				
1. การใช้งานที่เหมาะสม	3.6	0.5	4.0	0.3
2. ผลกระทบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.5	0.4	4.2	0.5

ตาราง 3 (ต่อ)

3. ผลិតภัณฑ์มีความคงทน	4.2	0.6	4.3	0.7
ผลรวมด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน	3.8	0.5	4.2	0.5
ผลรวมทุกด้าน	3.6	0.5	4.0	0.5

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อด้านแบบของที่ระลึก พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจก่อนได้รับการพัฒนาของที่ระลึกจุดท่องเที่ยวชุมชนตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูยบ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ โดยเรียงตามลำดับดังนี้มากที่สุด คือ ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน ($\bar{X}=3.8$, S.D.=0.5) รองลงมา คือ ด้านการออกแบบ ($\bar{X}=3.5$, S.D.=0.5) และด้านการตลาด ($\bar{X}=3.4$, S.D.=0.6) เมื่อทำการพัฒนาเสร็จสิ้นทางผู้วิจัยได้ทำการวัดผลการประเมินความพึงพอใจหลังได้รับการพัฒนาของที่ระลึกจุดท่องเที่ยวชุมชนตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูยบ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ โดยเรียงตามลำดับดังนี้มากที่สุด คือ ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน ($\bar{X}=4.2$, S.D.=0.5) รองลงมา คือ ด้านการออกแบบ ($\bar{X}=4.0$, S.D.=0.5) และด้านการตลาด ($\bar{X}=3.8$, S.D.=0.6) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า การทำผ้าแส่วหรือของที่ระลึกเป็นเพียงอาชีพเสริม นอกเหนือจากการทำเกษตรกรรม เลี้ยงสัตว์ ขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ฯลฯ โดยมีองค์ความรู้การแส่วผ้าต่าง ๆ มากมายจากรุ่นสู่รุ่น จากบรรพบุรุษ โดยใช้วิธีการดั้งเดิม ลวดลายดั้งเดิม และใช้ผ้าข้อมมะเกลืออยู่ในรูปแบบที่ได้รับการสืบสานต่อกันมา จนกระทั่งจังหวัดได้สนับสนุนให้ใช้สัญลักษณ์ชาติโดยเฉพาสิลาว่า คือการนำดินภูเขาไฟศรีสะเกษมาทำการข้อม หรือหมัก ทางกลุ่มจึงเริ่มสนใจในการข้อมสิลธรรมชาติและหันมาใช้สิลาว่าเป็นส่วนประกอบในการทำผ้า

แล้วของที่ระลึก ซึ่งมีสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sanai & Sirithip, K (2017) ที่พบว่า ชุมชนบ้านท่าม่วง อ.เสลภูมิ จ.ร้อยเอ็ด นิยมใช้สีที่มาจากธรรมชาติโดยเลือกพืชพรรณที่มีอยู่ในท้องถิ่นเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผ้าไหม เป็นการลดการใช้สารเคมีในการย้อมผ้าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยให้ชาวบ้านมีสุขอนามัยที่ดีขึ้น นอกจากนี้ผลการศึกษากลับพบว่ากลุ่มทอผ้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยกลางคนจนถึงวัยสูงอายุ นิยมทอผ้าไหมมากกว่าผ้าฝ้ายเนื่องจากเป็นวัสดุที่หาได้ง่ายตามธรรมชาติ เหมาะที่ใช้ทำเป็นเครื่องแต่งกาย เฟอร์นิเจอร์ ประดับตกแต่งเครื่องเรือน

ในด้านของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกูย บ้านร่งระ อำเภอบางบาล จังหวัดสุรินทร์ พบว่าในการพัฒนาผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการรวบรวมเอกสาร จากการสังเกตการณ์ การสนทนากลุ่มผู้ผลิตผ้าแล้วบ้านร่งระ และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากนักท่องเที่ยวนำไปสู่การออกแบบและตรวจสอบความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบพบว่าผลิตภัณฑ์ผ้าแล้วของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวบ้านร่งระมีผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าแล้วอยู่ 3 ขนาด คือ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยมีการออกแบบลวดลายสื่อถึงการแล้วเอกลักษณ์ชาติพันธุ์กูย โดยมีรูปแบบเป็นกระเป๋าผ้าทรงสี่เหลี่ยมแบน มีสายคล้องพอดีมีสอดคล้องได้ โดยทางกลุ่มมีผู้ที่สามารถตัดเย็บขึ้นทรงกระเป๋าได้ 1 คน และมีผู้แล้วผ้าอย่างชำนาญอีกจำนวน 3 คน ส่วนที่เหลือคืออยู่ในขั้นการพัฒนาฝีมือการแล้วทำให้กำลังผลิตมีไม่มากนัก ดังนั้นกลุ่มผลิตผ้าแล้วของที่ระลึกชุมชนท่องเที่ยวบ้านร่งระจึงต้องการพัฒนารูปแบบกระเป๋าผ้าแล้วให้ตรงความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพิ่มตัวเลือกของสินค้าให้มากขึ้นขยายกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายทั้งในด้านของรสนิยม และด้านของราคาสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ Ekwanischa (2020) พบว่า ผู้บริโภคเลือกใช้กระเป๋าสำหรับทำงานและท่องเที่ยว เน้นการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์มีประโยชน์ต่อการใช้งาน

จากการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ทำการคิดค้น โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมชาวกูยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าแล้ว ซึ่งใช้รูปแบบตามความ

ต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กำลังจ่าย พบว่า มี 2 รูปแบบ คือ กระเป๋าถือแบบมีสายถือ และ กระเป๋าสะพายสายยาวปรับได้ และยังคงรูปแบบสี ลายแล้วที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ไทยไว้ โดยไม่เปลี่ยนวิธีการเสิร์ฟของชุมชนท่องเที่ยวบ้านร่องระ ส่งผลให้เกิดทางเลือกในด้านของผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และราคาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ Suwanthada and Sikka (2018) ได้นำอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมความเชื่อมาสร้างสรรค์ใหม่ให้เกิดความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับ Somthawinpongsai et al. (2022) ได้ทำการวิจัยและพัฒนา ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและการพัฒนาสื่อเพื่อการออกแบบตราสินค้าวิสาหกิจชุมชน พบว่า 1) ทูทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย 2 ลักษณะ คือ 1.1) ทูทางวัฒนธรรมตามทางลักษณะภูมิประเทศ ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น โบราณสถานประจำท้องถิ่น และ 1.2) ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากสินค้าประจำถิ่น

จากการประเมินความเหมาะสม และความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด โดยเฉพาะด้านความเหมาะสมในการใช้งาน รองลงมาคือด้านการออกแบบ และด้านการตลาดราคาที่เหมาะสมตอบสนองความต้องการกลุ่มผู้บริโภค

ข้อสังเกตจากงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการวิชาการด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่าการพัฒนารูปแบบของที่ระลึกนั้นไม่ได้เข้าไปเปลี่ยนวิธีการทำงาน ความเชื่อ แต่เป็นการขุดหาทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนออกมาให้มากที่สุด เพื่อคัดเลือกทุนทางวัฒนธรรมที่ได้มาใช้ในการทำของที่ระลึกอย่างเหมาะสมผ่านการออกแบบด้านความสวยงาม ด้านการใช้งาน รวมไปถึงการกำหนดราคาที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามในงานวิจัยยังต้องเพิ่มเติมการสื่อสารถึงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ลงไปให้มากขึ้น รูปแบบสี ลวดลาย เพื่อนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันทางการตลาดต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 กลุ่มผลิตผ้าเส้าบ้านร่งระ ควรมีการพัฒนารูปแบบ และลวดลาย ที่สื่อถึงวัฒนธรรมชาติพันธุ์กุ่มเพราะกลุ่มชาวกุ่มนี้มีอยู่หลากหลายพื้นที่ทำให้รูปแบบลวดลายมีความคล้ายคลึงกัน การสร้างหรือพัฒนาารูปแบบเส้าใหม่จึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างตัวตน สร้างการจดจำ โดยหน่วยงานที่สามารถสนับสนุนได้ อาทิเช่น สาขาวิชาด้านศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ และสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ศรีสะเกษ ช่วยในเรื่องของการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ รูปแบบของที่ระลึกอื่นๆภายในชุมชนบ้านร่งระได้

1.2 กลุ่มผลิตผ้าเส้าบ้านร่งระ ควรมีการสร้างสื่อที่น่าสนใจ อาทิเช่น ภาพถ่ายสินค้าที่สวยงาม ชัดเจน ภาพนางแบบช่วยดึงดูดความสนใจได้ดึงดูดสื่อต่างๆในปัจจุบัน โดยหน่วยงานที่สามารถสนับสนุนได้ อาทิเช่น สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ช่วยในการให้ความรู้และการผลิตสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ ช่วยในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนตามอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวกุ่มบ้านร่งระได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเทียบเคียงวัฒนธรรมชาวกุ่มที่มีอยู่หลากหลายพื้นที่ถึงความแตกต่างหรือเหมือนกันตรงไหน และอะไรคือรากของวัฒนธรรมชาวกุ่มที่แท้จริงเพื่อนำมาเป็นฐานข้อมูลในการประยุกต์ใช้ในงานวิจัยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

References

- Sanai, K., & Sirithip, K. (2017). *The technology transfers of natural dyes of textiles for Tha Moung subdistric, Selaphum distric, Roi Et province*. Roi Et Rajabhat University. [in Thai]
- Ministry of Tourism and Sport. (2021). *Tourism economic review. Economics tourism and sports division*. [Pamphlet]
- Suwanthada, P., & Sikka, S. (2018). Community Product Design and Development Applying the Cultural Capital and Wisdom: in the Upper Northeastern Region. *Art and Architecture Journal Naresuan University*, 9(2), 137-155. [in Thai]
- Ekwanischa, S. (2020). *Research and Development of Weave Leather Bag That Reflects Thai Identity for Leather Business in Thailand* [Unpublished master dissertation]. Srinakharinwirot University. [in Thai]
- Somthawinongsai, C., Chanwichian, J., Hirunburana, W., Vongurai, P., Tripaiboon, C. & Sang, T. (2022). Cultural Capital Management for Design Brand of The Community Enterprise Group, Phu Khao Thong Sub-District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Rajapark Journal*, 16(46), 465-476. [in Thai]
- Srisa-ard, B. (2011). *Basic research* (5th ed.). Suveeriyasan Co., ltd [in Thai]

Author

Mr. Popong Chatnuntaphorn

Art and Design Program, Faculty of Humanities and Social Sciences
Sisaket Rajabhat University

319 Thaiphantha Rd., Muang Sisaket District, Sisaket Province 33000

Tel: 063-9892441, E-mail: popong.c@sskru.ac.th