

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่ม
ด้วยวัฒนธรรมชุมชนแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง

LOCAL PRODUCT DEVELOPMENT, CREATING IDENTITY AND VALUE ADDED THROUGH
LOCAL COMMUNITY CULTURE: RED LOTUS LAKE TOURIST DESTINATION

นฤพรธณ ตั้งวานิชย์เจริญ¹ ปารณารีย์ บ่ายฤกษ์ดี¹ และ ณพล ธนาวัชรารกุล¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Naruphan Tangwanitcharoen¹ paranaree Bairerkdee¹ and Napol Thanawatcharakul¹

Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

(Received: June 18, 2024; Revised: October 14, 2024; Accepted: October 25, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยวัฒนธรรมชุมชนให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม มีพื้นที่ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ หมู่บ้านเหล่าหมากบัว หมู่ที่ 7 ตำบลแซแล อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพศึกษาด้านประวัติความเป็นมา ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการค้นหาอัตลักษณ์ ใช้วิธีการสำรวจ (Survey) การสังเกตการณ์ (Observation) การสัมภาษณ์ทั่วไป และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ประชาชน และนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง มี 4 อย่าง ประกอบด้วย 1) ดอกบัวแดง 2) นกพีนัง 3) ใบบัว และ 4) ปลาไน้จืด ซึ่งพบเห็นได้บ่อยในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ มีความโดดเด่นและสร้างการจดจำให้กับคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองได้ 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) พวงกุญแจดอกบัวแดง 2) พวงกุญแจนกเป็ดน้ำ 3) ผ้ารองจานรูปใบบัว และ 4) กระเป๋าลาปลาไน้จืด โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมานั้นสามารถสื่อให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ได้รับการดูแลและอนุรักษ์จากผู้คนภายในชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ทำให้สามารถสร้างรายได้เสริมให้กับผู้คนภายในชุมชนจากการจำหน่ายสินค้าทั้งในช่วงฤดูกาลและนอกฤดูกาลได้ และยังสามารถนำมาประยุกต์ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ๆ ได้ โดยการใช้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีอยู่เดิมอย่าง ผ้าฝ้ายทอมือ ที่ถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น สามารถยกระดับมูลค่าและสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, อัตลักษณ์ชุมชน, ทะเลบัวแดง

ABSTRACT

This research was to establish the Red Lotus Lake's identity through local product design and development, thereby promoting economic sustainability. The research area is Ban Lao Mak Ba Moo. 7, Chae Lae, Amphoe Kumphawapi, Udon Thani. We collected data through observations, general interviews, and in-depth interviews with community stakeholders, including government employees, the general population, and tourists. Four categories define the identity of Red Lotus Lake: 1) Red lotus; 2) Teal; 3) Leaf Blade; and 4) Red Lotus Lake. We developed four products based on our analysis and findings. 1) a red lotus keychain 2) a teal keychain 3) a leaf-blade

placemat; 4) a fish-shaped pencil case. The developed products showcase the local culture and environment and have received broad local support. The sale of local goods generates additional income for villagers both seasonally and off-season. It can be adapted with other products by utilizing existing products, handwoven fabrics, and local wisdom to enhance product value.

Keywords: Local Products, Community Identity, Red Lotus Lake

บทนำ

วัฒนธรรมชุมชนของท้องถิ่น สามารถบอกถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของคนในชุมชนนั้น ผ่านการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น เป็นระยะเวลายาวนาน สามารถแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละชุมชน โดยเฉพาะชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการสืบทอดและรักษาวัฒนธรรมชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น การเกษตร หัตถกรรมท้องถิ่น ประเพณี เป็นต้น

ในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมชุมชนของท้องถิ่นนั้น สามารถพบเห็นได้หลากหลายในตลาด ซึ่งชุมชนต่าง ๆ ได้สร้างสรรค์และผลิตผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น ได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคที่ต้องการความคุ้มค่า ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งเกิดจากการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น (จิตพนธ์ ชุมเกต, 2560) แต่กลับพบปัญหาว่าผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และกรรมวิธีการผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่มีเอกลักษณ์และไม่มี ความแตกต่างกัน อีกทั้งยังขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีมากขึ้นได้ โดยสาเหตุหลักอาจเกิดจากขาดความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และการตลาด

ตำบลแชแล อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ นั่นคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง ตั้งอยู่ในแหล่งน้ำธรรมชาติหนองหาน อำเภอกุมภวาปี มีพื้นที่ประมาณ 22,500 ไร่ ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไม่ต่ำกว่าปีละ 100,000 คน ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวคือเดือน พฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ ของทุกปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), 2566) ซึ่งเป็นช่วงที่ดอกบัวแดงจะเบ่งบานมากที่สุด นักท่องเที่ยวจะมองเห็นดอกบัวแดงบานเต็มผืนน้ำของหนองหานสุดลูกหูลูกตา จึงเป็นที่มาของคำว่า “ทะเลบัวแดง” มีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนชาวเรือ ทั้งหมด 6 ท่าเรือ ได้แก่ ท่าเรือบ้านเดียม ต.เชียงแหว อ.กุมภวาปี ท่าเรือเชียงแหว ต.เชียงแหว อ.กุมภวาปี ท่าเรือโนนน้ำย้อย ต.แชแล อ.กุมภวาปี ท่าเรือแชแล ต.แชแล อ.กุมภวาปี ท่าเรือคอนสาย ต.คอนสาย อ.กุแก้ว (เทศบาลตำบลแชแล, 2566) รายได้ส่วนใหญ่ของการท่องเที่ยวเกิดจากการให้บริการเรือนำเที่ยว และมีรายได้เฉพาะในช่วงฤดูกาลระยะเวลา 4 เดือน (เดือน พฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ ของทุกปี) ขาดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และขาดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทะเลบัวแดง ไม่สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ไปเป็นของฝากได้ ไม่เกิดการกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชน และขาดช่องทางเพิ่มรายได้นอกฤดูกาลท่องเที่ยว

พื้นที่ตำบลแชแล อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ได้มีการจัดตั้งเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในรูปแบบองค์การบริหารส่วนตำบล เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2539 และยกระดับเป็นเทศบาลตำบลแชแล เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ.2555 สภาพทั่วไปของพื้นที่ตำบลแชแลมีพื้นที่เป็นแบบลูกคลื่นลอนราบความสูงจากระดับน้ำทะเล 170 – 224 เมตร ไหลสู่หนองหานกุมภวาปี แหล่งน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ เป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปลา

น้ำจืดขนาดใหญ่ ได้รับการประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า ตามพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2503 โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับชาติ ตามอนุสัญญาว่าด้วยพื้นที่ชุ่มน้ำ ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ.2543 (สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 10 (อุดรธานี), 2560)

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง ถูกยกให้เป็นทะเลสาบที่มีความแปลก 1 ใน 15 แห่งของโลก โดย เคเบิล นิวส์ เน็ตเวิร์ก หรือ สำนักข่าว CNN ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปัจจุบันได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่าง ๆ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545 - 2549) เป็นต้นมา โดยมีแหล่งรายได้จากเดินเรือท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ส่วนนอกฤดูกาล อาชีพหลักของชาวบ้านส่วนใหญ่ คือ เกษตรกร ส่วนอาชีพเสริม คือ การทอผ้า (เทศบาลตำบลแซแล, 2560) ซึ่งเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน แต่ยังคงความแตกต่างจากชุมชนใกล้เคียงและไม่มี การจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า ซึ่งหากสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นเมืองของชุมชน ที่สามารถสื่อถึงแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดงและมีอัตลักษณ์ จะก่อให้เกิดรายได้ทั้งจากการท่องเที่ยวและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้ตลอดทั้งปี คณะผู้วิจัยจึงดำเนินการวิจัยเพื่อศึกษาและค้นหาอัตลักษณ์จากแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง นำไปสู่การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเอกลักษณ์และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติภา เสถียรสมสรไกร (2566) ซึ่งกล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกของชุมชนมีผลต่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในชุมชน ของที่ระลึกมีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว มีผลทำให้นักท่องเที่ยวสนใจอยากมาท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเอกลักษณ์และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mix method research) ซึ่งประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนดังนี้

1.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก กลุ่มของบุคคลที่อยู่ในพื้นที่ หมู่บ้านเหล่าหมากบัว หมู่ที่ 7 ตำบลแซแล อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี จำนวน 15 คน และกลุ่มที่สอง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง จำนวน 15 คน และกลุ่มที่สาม กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านงานออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 คน โดยสุ่มมาแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

1.2.1 แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) เพื่อสอบถามความคิดเห็น

เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง โดยที่ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบคำถามได้อย่างเปิดเผยกว้างไม่จำกัดคำตอบเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเต็มที่ครบถ้วน และเป็นจริงมากที่สุด (สุภาพค์ จันทวานิช, 2552) จากนั้นนำผลของแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาสรุปเป็นแนวทางการออกแบบ (Concept) และผลิตเป็นต้นแบบ (Prototype)

1.2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน แบบสัมภาษณ์นี้ใช้เพื่อสำรวจความคิดเห็นหลังจากการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบแล้ว

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey) การสังเกตการณ์ (Observation) เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง และใช้วิธีการสัมภาษณ์ทั่วไป และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มเป้าหมาย

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมีขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 1.4.1 ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล
- 1.4.2 จัดเตรียมข้อมูลให้อยู่ในลักษณะที่พร้อมจะวิเคราะห์
- 1.4.3 ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย
- 1.4.4 แปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 1.4.5 ลงข้อสรุปตามประเด็นที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ มีขั้นตอนดังนี้

2.1 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง ในช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 จำนวน 100,000 คน (สำนักข่าวฐานเศรษฐกิจดิจิทัล, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดงในช่วงเดือน พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 จำนวน 200 คน สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก

2.2 เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกซึ่งพัฒนาขึ้น โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และข้อคำถามพัฒนามาจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพในระยะที่ 1

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปสอบถามความคิดเห็นกับนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง ณ ท่าเรือบ้านเดียม และ ท่าเรือบ้านแซว

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการทางสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 การศึกษาเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง

จากการสำรวจ (Survey) การสังเกตการณ์ (Observation) การสัมภาษณ์ทั่วไป และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

เอกลักษณ์อันโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง สิ่งที่ทำให้ที่นี่ถึงมากที่สุด อันดับที่ 1 คือ ดอกบัวแดง (ค่าเฉลี่ย 4.78) อันดับที่ 2 คือ นกที่อาศัยอยู่ในทะเลบัวแดง (ค่าเฉลี่ย 4.65) อันดับที่ 3 คือ วิถีชีวิตชาวประมง (ค่าเฉลี่ย 4.50) อันดับที่ 4 คือ ใบบัวแดง สามารถสรุปเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ได้นั้นคือ ดอกบัวแดง นกพื้นถิ่น และใบบัว



ภาพที่ 1 อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเอกลักษณ์และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน

การนำผลการศึกษาจากข้อที่ 1 จากเอกลักษณ์อันโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง ได้แก่ ดอกบัวแดง นกพื้นถิ่น ใบบัว และปลาน้ำจืด สามารถนำมาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง ร่วมกับการนำวัฒนธรรมชุมชนอย่าง การทอผ้าพื้นเมืองของคนในชุมชนที่สืบทอดต่อกันมาเป็นเวลานาน กลายเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ พวงกุญแจดอกบัวแดง พวงกุญแจนกเป็ดน้ำ ผ้ารองจานรูปใบบัว และกระเป๋าปลาน้ำจืด โดยได้รับการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะผู้วิจัย ได้นำผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ สอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวที่มีต่อเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง

พบว่า พวงกุญแจดอกบัว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมาคือ พวงกุญแจนกเป็ดน้ำ ค่าเฉลี่ย 4.50 ผ้ารองจานรูปใบบัว ค่าเฉลี่ย 3.95 และ กระเป๋าลาน้ำจืด ค่าเฉลี่ย 3.85 ตามลำดับ

การออกแบบพวงกุญแจดอกบัว

ผลการนำอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์พวงกุญแจดอกบัว พบว่า สิ่งที่ทำให้นึกถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง เป็นอย่างแรกคือ ดอกบัวแดง ซึ่งมีลักษณะเป็นสีชมพู ลักษณะพิเศษของดอกบัวแดง คือ จะบานรับแสงอาทิตย์ในช่วงเช้าตรู่จนถึงเวลาประมาณ 11.00 น. ในช่วงเดือน พฤษภาคม - กุมภาพันธ์ ของทุกปี ซึ่งเป็นช่วงอายุของดอกบัวสายพันธุ์หนึ่งที่เรียกว่า บัวสายดอกสีแดงหรือบัวแดง

ซึ่งการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ ดอกบัวจะมีลักษณะกลีบบัวตูมเมื่อคว่ำลง และบานออกเมื่อหงาย ตกแต่งรอบด้วยกลีบบัวชั้นนอก และใบบัวตกแต่งด้วยด้ายให้เห็นลวดลายของใบบัวที่เป็นเอกลักษณ์ โดยคณะผู้วิจัย ได้มีการเพิ่มเติมสีที่สื่อถึงดอกบัวแดง และการนำผ้าพื้นเมืองมาใช้ในการผลิต



ภาพที่ 2 ดอกบัวแดง ภาพซ้าย ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ภาพขวา ผลิตภัณฑ์จากการปรับของคณะผู้วิจัย

การออกแบบพวงกุญแจนกเป็ดน้ำ

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง เป็นแหล่งเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำและเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ จึงทำให้พื้นที่ดังกล่าว มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยนกนานาชนิด ซึ่งนกที่พบได้ส่วนใหญ่ในพื้นที่ ได้แก่ นกเป็ดน้ำนกยาง เป็นต้น จึงเป็นที่มาของการออกแบบพวงกุญแจนกเป็ดน้ำ ซึ่งสื่อถึงความสมบูรณ์ของธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้

การออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ ได้ดึงลักษณะและจุดเด่นของนกเป็ดน้ำ ซึ่งพบเห็นได้ทั่วไปในหนองหาน - ทะเลบัวแดง โดยการผสมผสานลักษณะของนกและเป็ดเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้รูปลักษณะโดดเด่น จดจำง่าย



ภาพที่ 3 พวงกุญแจนกเป็ดน้ำ

การออกแบบผ้ารองจานรูปใบบัว

ผลการนำอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ผ้ารองจานรูปใบบัว พบว่า สิ่งที่ทำให้
นึกถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง อีกอย่างหนึ่งนั่นคือ ใบบัว ซึ่งมีลักษณะทั่วไปขนาด
แผ่นใบ กว้าง 14 เซนติเมตร ยาว 17 เซนติเมตร รูปร่างแผ่นใบเป็นรูปไต ปลายใบมีลักษณะมน โคนใบเป็นแบบก้น
ปิด

การออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญจึงได้นำลักษณะเด่นของใบบัว ที่มีแผ่นขนาดใหญ่ จึงทำให้คนสมัยก่อน
นิยมนำใช้ในการห่ออาหารหรือทำเป็นภาชนะ จึงได้นำแนวคิดนี้มาใช้ออกแบบเป็นผ้ารองจานภาชนะ โดยการใช้
วัสดุจากผ้าฝ้ายทอมือของชาวบ้านในพื้นที่ นำมาตัดเย็บตามรูปทรงของใบบัว และเลือกใช้สีเขียวให้สื่อถึงความ
เป็นธรรมชาติ ซึ่งการทอผ้าของตำบลแซแล เป็นวัฒนธรรมชุมชนที่สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อส่งเสริมให้เกิด
รายได้ทั้งจากการท่องเที่ยวและรายได้จากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากชุมชน



ภาพที่ 4 ผ้ารองจานรูปใบบัว

การออกแบบกระเป๋าปลาน้ำจืด

ผลการนำอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าปลาน้ำจืด พบว่า แหล่ง
ท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง เป็นแหล่งเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำและเป็นเขตห้ามล่าสัตว์น้ำเพื่อการ
พำนัก จึงทำให้พื้นที่ดังกล่าวมีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยปลานานาชนิด และยังสามารถพบเห็นวิถีชีวิตชาวเรือใน

การออกเรือหาปลา และการยกยอ ซึ่งเป็นเครื่องมือการประมงพื้นบ้านจากภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยรอบบริเวณหนองหาน-ทะเลบัวแดง

การออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ จึงได้ออกแบบลักษณะของปลาน้ำจืดที่พบเห็นจากชาวบ้านที่จับปลาได้ส่วนใหญ่เป็น ปลาดุก และปลาขาว ที่มีลำตัวขนาดใหญ่เพราะอยู่ในแหล่งอาหารธรรมชาติ จึงเป็นที่มาของการทำเป็นกระเป๋าลาน้ำจืด เมื่อใส่ของเข้าไปในกระเป๋าล้วนแล้วจะมีขนาดใหญ่ขึ้น



ภาพที่ 5 กระเป๋าลาน้ำจืด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ต้องคำนึงถึงทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน นั่นคือ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนนั้น ๆ และรวมถึงผลิตภัณฑ์พื้นเมือง ซึ่งสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมายาวนาน คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่เป็นพื้นที่ทำการศึกษา นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ในการให้ข้อมูลและการแสดงความคิดเห็น ล้วนเป็นประโยชน์ต่อการค้นพบเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ที่สามารถนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ พันธุ์ทิพย์ งามสูตร (2540) ที่กล่าวถึงกระบวนการค้นคว้าทางสังคม เพื่อที่จะให้กลุ่มชาวบ้านได้มีส่วนร่วม เป็นหลักการสำคัญที่ให้ความเคารพต่อภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

การสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหนองหาน-ทะเลบัวแดง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ชุมชน แสดงถึงคุณค่าและวัฒนธรรมชุมชน เพราะสะท้อนถึงความ เป็นมาของชุมชน (กิตติกรณ์ บำรุงบุญ, 2563) ส่งผลต่อความต้องการซื้อสินค้าและการเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลิดา รัชตะพงศ์ธร (2565) ที่ว่า หากชุมชนสร้างอัตลักษณ์ให้สามารถใช้สื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของที่ระลึก เมื่อมาท่องเที่ยวในพื้นที่แล้วก็สามารถซื้อหาของที่ระลึกไปเป็นของฝากคนที่รู้จัก และผลิตภัณฑ์เหล่านั้นก็สามารถทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวต่อไปยังบุคคลภายนอกได้อีกไม่รู้จบ ทำให้มีคนมาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรนำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ถ่ายทอดให้กับหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยสนับสนุนทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ แหล่งเงินทุน รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้จากผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ดังนี้ 1) การคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์แต่ละแบบ เพื่อให้เกิดการวางแผนการผลิต และการตั้งราคาขายที่ครอบคลุมต้นทุนและเกิดผลกำไร ด้วยการถ่ายทอดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญไปสู่กลุ่มผู้ผลิตในชุมชน รวมถึงการให้ความรู้ด้านการตลาด การส่งเสริมการขาย และการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ได้ตามที่ลูกค้าต้องการได้ 2) การสร้างอัตลักษณ์ในพื้นที่ตำบลอื่น ๆ ที่อยู่ในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวหนองหาน-ทะเลบัวแดง ซึ่งมีพื้นที่ครอบคลุมบ้านเดียม ต.เชียงแหวน และ ต.คอนสาย อ.กุฉีารุ เพราะในแต่ละพื้นที่จะมีจุดเด่นและความแตกต่างกันไปตามวิถีชีวิตและทรัพยากรเฉพาะของแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). (2566). ข้อมูลทั่วไป ทะเลบัวแดง หนองหานกุมภวาปี.

<https://thai.tourismthailand.org/Attraction/ทะเลบัวแดง-หนองหานกุมภวาปี>.

กิตติกรรณ์ บำรุงบุญ และปิยลักษณ์ โพธิ์วรรณ. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคามเพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 40(2), 7-24.

จิตพนธ์ ชุมเกต. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดเพชรบุรี. งบประมาณภายใน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชลิดา รัชตะพงศ์ธร. (2565). การออกแบบเลนศิลป์บ้านช่างทองโบราณ 100 ปี ริมคลองบางราวนก อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 17(1), 197-218.

ฐิญาภา เสถียรคมสรไกร และพิมพ์สิริ สุวรรณ. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรม เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพยากรท้องถิ่น. วารสารวิชาการ Journal of Roi Kaensarn Academi, 8(2), 411-432.

เทศบาลตำบลแซแล. (ม.ป.ป.). สภาพทั่วไปตำบลแซแล. <http://www.chaelae.go.th/struct.php>

พันธุ์ทิพย์ รามสูตร. (2540). แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรม. ภาควิชาสุศึกษา และพฤติกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุภากรจันทร์ทวนิช. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักข่าวฐานเศรษฐกิจดิจิทัล. (2565). ทะเลบัวแดงหนองหานบานสะพรั่งแล้วคนแห่ชมทะลุ200,000คน.

<https://www.thansettakij.com/business/tourism/550913>.

สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 10 (อุดรธานี). (2560). นกในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าหนองหานกุมภวาปี.

<https://portal.dnp.go.th/p/udonthani>.