

การพัฒนาศักยภาพการออกแบบและสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

ขจรศักดิ์ นาคปาน¹

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายสำคัญประการหนึ่งเกิดจากความต้องการแสดงพัฒนาศักยภาพการออกแบบและสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์แม่ฮ่องสอนเพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันเป็นส่วนสำคัญต่อการต่อยอดการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบหรือนวัตกรรมทางสุนทรียศาสตร์เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายการท่องเที่ยวและสร้างความสอดคล้องต่อนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการเสริมสร้างสังคมให้เกิดความยั่งยืน รวมทั้งมุ่งเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นด้วยความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งปลูกฝังทัศนคติการบริโภคผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่มาจากฐานข้อมูลความรู้อันเป็นมรดกธรรมชาติและวัฒนธรรมจังหวัด นอกเหนือจากผลลัพธ์ที่ได้คือผลผลิตที่เป็นสินทรัพย์ร่วมสมัยจักปรากฏสาระสำคัญเรื่องการวางรากฐานการพัฒนาการเพิ่มมูลค่าอุตสาหกรรมเป้าหมายด้วยการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพผ่านการถ่ายทอดความรู้และผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ภาพลักษณ์ใหม่ ทั้งนี้ นับเป็นการสนับสนุนแรงงานผู้เป็นประชากรในถิ่นฐานให้มีส่วนร่วมต่อชุมชนและเพิ่มพูนศักยภาพด้านทักษะการออกแบบสร้างสรรค์ให้สูงขึ้นเพื่อเป็นเจ้าของภูมิปัญญาพื้นถิ่นแห่งอนาคตในศตวรรษที่ 21 และเตรียมความพร้อมสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันหรือขยายโอกาสทางการค้าด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมร่วมสมัย

คำสำคัญ 1. (การออกแบบผลิตภัณฑ์) 2. (การสร้างภาพลักษณ์) 3. (การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์) 4. (ผู้ประกอบการชุมชน) 5. (แม่ฮ่องสอน)

¹ อาจารย์ ดร.ขจรศักดิ์ นาคปาน, อาจารย์ประจำคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ 31 ถนนหน้าพระลาน แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200
email: khajornsaknakpan@gmail.com เบอร์โทรมือถือ 0882636466

Abstract

One of this research article's main objectives is to develop design potential and create an image of Mae Hong Son products to promote creative economy tourism. It will be essential to create added value with design or innovation aesthetics. These can develop the tourism industry and create consistency for the creative economy policy to promote a sustainable society. Apart from this, focusing on developing efficiency in managing local resources is instilling the attitude of consuming wisdom products from the knowledge base of its province's natural and cultural heritage. In addition to the output, a contemporary asset product will be the basis for the development, adding value to the targeted industries by strengthening the community economy to grow steadily. Furthermore, support local workers to participate in the community and increase their potential in creative design skills to become the owner of the local wisdom of the future in the 21st century and prepare to raise the level of competitiveness. Or expand trade opportunities in the contemporary cultural products business.

Keywords : 1. (Product Design) 2. (Visual Image) 3. (Creative Economy Tourism) 4. (Local Entrepreneurship) 5. (Mae Hong Son)



บทนำ

แม่ฮ่องสอนเป็นจังหวัดสำคัญจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือของประเทศไทย มีความโดดเด่นหลากหลายลักษณะ โดยเฉพาะสภาพภูมิอากาศหนาวเย็นและภูมิประเทศที่เต็มไปด้วยภูเขาจนถูกขนานนามว่า “เมืองสามหมอก” ปัจจุบันมีประชากรหลากหลายทั้งด้านวัฒนธรรม รากเหง้า และชาติพันธุ์ ซึ่งประกอบด้วยชาวไทยใหญ่ ที่มักอาศัยอยู่บริเวณพื้นที่ราบ ส่วนผู้คนที่อาศัยบนภูเขาหรือชาวดอย อาทิ ชาวกะเหรี่ยง ลัวะ มูเซอ ม้ง ฮ่อ ปะโอ และอื่น ๆ นอกจากนี้ จังหวัดแม่ฮ่องสอนยังจำแนกรูปแบบการปกครองเป็นส่วนภูมิภาค โดยแบ่งออกเป็น 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน ขุนยวม ปาย แม่สะเรียง แม่ลาน้อย สบเมย และปางมะผ้า

จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นพื้นที่ที่มีความพิเศษด้านมรดกทางวัฒนธรรม สืบเนื่องมาจากผลการสำรวจข้อมูลทางโบราณคดียุคก่อนประวัติศาสตร์และยุคประวัติศาสตร์ได้ค้นพบร่องรอยการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ในอดีตตั้งแต่ 32,000 ปี การตั้งรกรากสืบต่อมายาวนานเปิดเผยให้เห็นว่า จังหวัดแม่ฮ่องสอนแสดงออกถึงความ เป็นเมืองร่วมสมัย มีวาจะเป็นเรื่องของการถ่ายเททางวัฒนธรรมกับอาณาจักรล้านนา การริเริ่มธุรกิจค้าไม้สัก บุกเบิกเส้นทางการค้าวัวต่าง และเป็นดินแดนที่มีบทบาทสำคัญของประเทศไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง เป็นต้น ความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้จังหวัดแสดงเอกลักษณ์แห่งเมืองที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ วัฒนธรรม และศาสนา การเติบโตของอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดแม่ฮ่องสอนจึงปรากฏความสำคัญของพื้นที่ ในฐานะเมืองเครือข่ายทางการค้าและการติดต่อกับชุมชนต่าง ๆ ในท้องถิ่น ภูมิภาค และโลก (รัศมี ชูทรงเดช 2549, 2552, 2555, 2559, 2563) กอปรกับการเปิดเผยผลวิจัย เรื่อง “ผลการจัดอันดับจังหวัดแห่งความสุขของประเทศไทย” โดยศูนย์เครือข่ายวิชาการเพื่อสังเกตการณ์และวิจัยความสุขชุมชน มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ระบุว่าจังหวัดแม่ฮ่องสอนคือจังหวัดที่ประชาชนดำรงชีวิตและอาศัยอย่างมีความสุขมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง มีระดับคะแนนร้อยละ 60.9 โดยปัจจัยที่ทำให้อยู่แล้วเป็นสุขมีปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นหลัก วิถีชีวิตชาวบ้านเป็นเมืองที่สงบ เป็นสังคมขนาดเล็ก มีความสัมพันธ์ที่ดีของคนในครอบครัวและชุมชน ผู้คนมีความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสูง คดีอาชญากรรมต่ำ มีความภูมิใจในประวัติศาสตร์ของคนท้องถิ่น มีความเป็นเมืองและลักษณะวิถีชีวิตที่น้อยถึงปานกลาง และที่สำคัญอย่างยิ่งคือ คนในพื้นที่มีความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนาและพระมหากษัตริย์ เพื่อเสริมสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันในหมู่ประชาชน (ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง, 2556)

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการประเมินรายได้ทางเศรษฐกิจของประชาชนแม่ฮ่องสอนกลับชี้ให้เห็นว่า แม่ฮ่องสอนเป็นจังหวัดที่ยากจนที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย แม่ฮ่องสอนจึงได้รับผลกระทบในเชิงนโยบาย จากรัฐบาลหลายสมัยในการพัฒนาจังหวัดโดยเฉพาะการพัฒนาการท่องเที่ยวตั้งแต่พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ธุรกิจการท่องเที่ยวจึงเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการแก้ปัญหาความยากจนในพื้นที่ คาดหวังการเปลี่ยนภาพ จากจังหวัดชายแดนห่างไกลความเจริญสู่พื้นที่ท่องเที่ยวที่รุ่มรวยด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งความโดดเด่นทั้งในด้านประวัติศาสตร์และความเฉพาะพิเศษของเส้นทางการเดินทางสามารถตอบสนองกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ และเชิงสุขภาพ (สำนักงานสถิติจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2561)

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมด ทำให้ผู้วิจัยเกิดความตระหนักว่า โครงการพัฒนาศักยภาพการออกแบบ และสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์แม่ฮ่องสอนเพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนสำคัญต่อการต่อยอดการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบหรือนวัตกรรมทางสุนทรียศาสตร์เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายการท่องเที่ยวและสร้างความสอดคล้องต่อนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการเสริมสร้างสังคมให้เกิดความยั่งยืน รวมทั้งมุ่งเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและปลูกฝังทัศนคติการบริโภคผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่มาจากฐานข้อมูลความรู้อันเป็นมรดกธรรมชาติและวัฒนธรรมจังหวัด นอกเหนือจากผลลัพธ์ที่ได้คือผลผลิตที่เป็นสินทรัพย์ร่วมสมัยจกปรากฏสาระสำคัญเรื่องการวางรากฐานการพัฒนาการเพิ่มมูลค่าอุตสาหกรรมเป้าหมายด้วยการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ และสนับสนุนแรงงานผู้เป็นประชากรในถิ่นฐานให้มีส่วนร่วมต่อชุมชนและเพิ่มพูนศักยภาพด้านทักษะการออกแบบสร้างสรรค์ให้สูงขึ้นเพื่อเป็นเจ้าของภูมิปัญญาพื้นถิ่นแห่งอนาคตในศตวรรษที่ 21 และเตรียมความพร้อมสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันหรือขยายโอกาสทางการค้าด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมร่วมสมัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. สืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่โดดเด่นเพื่อออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ภาพลักษณ์ใหม่สินค้าเมืองแม่ฮ่องสอนเพื่อขยายโอกาสทางการค้าด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมร่วมสมัย
2. ถ่ายทอดความรู้และผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ภาพลักษณ์ใหม่เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการในจังหวัดแม่ฮ่องสอน

การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนาที่ยั่งยืน

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งของโลกาภิวัตน์ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการความแปลกใหม่ แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวแนวเดิม ที่สัมพันธ์กับรูปแบบเฉพาะ (Uniqueness) ให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว เช่น การตีความเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรม เป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดการสื่อสารความหมาย คุณค่า ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวกับตัวนักท่องเที่ยวในฐานะของเครื่องมือทางการศึกษา เกิดความเพลิดเพลิน และเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการอนุรักษ์อย่างยั่งยืน (Prideaux and Timothy, 2008) นอกจากนี้ความต้องการของนักท่องเที่ยวในโลกสมัยใหม่ เกี่ยวข้องกับที่มาของตนเอง (One's root) ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตประเพณีที่เป็นของเดิม/ของท้องถิ่นที่ไม่ได้มีการปรุงแต่งหรือประดิษฐ์ขึ้นใหม่ แล้วเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของตัวเองในการค้นหาตนเอง (Nuryanti, 1996) ในกรณีของประเทศไทย มีความพยายามในการสร้างแบรนด์ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้เห็นจุดเด่นของ

การท่องเที่ยวเฉพาะ มีการเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ได้ตลอดทั้งปี กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวชนบท การศึกษา ความเป็นท้องถิ่น ศาสนา แสงบุญ โยคะ แฟชั่น ศิลปะ เป็นต้น (Huang and Wu, 2014; Koncul, 2012; Peris-Ortiz and Álvarez-García, 2015; Smith and Kelly, 2006; Ushakov, Ermilova, and Andreeva, 2018) หรือกรณีของประเทศออสเตรียที่ได้สร้างการสร้างสรรค์ประชาสัมพันธ์ Premium Vienna 2020 ที่ให้จุดหมายปลายทางชั้นนำในเรื่องการบริการ และมาตรฐานคุณภาพสำหรับนักท่องเที่ยวให้ได้ประสบการณ์ Easy living และ Good Old Europe (Vienna Tourist Board, 2020)

2. เศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือเป็นการเผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจใหม่ ซึ่งจะเข้ามาแทนที่ระบบเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการผลิต (Manufacturing) และใช้ทรัพยากรอันประกอบด้วยแรงงานและทุนรูปแบบดั้งเดิม ดังนั้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ของปัจเจกบุคคลในการสร้างมูลค่าเพิ่มและมีความหมายครอบคลุมทุกกิจกรรมในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวอาจมีองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรมหรือไม่ก็ได้ ซึ่งจะกว้างกว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ที่มุ่งเน้นการผันศิลปะและวัฒนธรรมให้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อส่งออกผ่านเครื่องมือทางสื่อ ส่วนใหญ่ในหลายประเทศได้ใช้เป็นแนวทางดังกล่าวในการส่งออกวัฒนธรรมของประเทศสู่สากล

แนวคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555–2559) จากตอนนั้นเป็นต้นมา รัฐบาลไทยในยุคสมัยต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เรื่อยมาจนถึงปัจจุบันที่แนวคิดประเทศไทย 4.0 ได้ถูกนำมาใช้ เพื่อสร้างเครื่องยนต์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ (New Engine of Growth) และการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture and High Value Services) สู่การเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ (New S-Curve) ควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมอื่น เช่น ดิจิทัล เป็นต้น เป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญของรัฐบาลที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยไปสู่อนาคต ซึ่งเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2561 ที่ผ่านมา ประเทศไทยได้มีหน่วยงานใหม่เกิดขึ้น ภายใต้ชื่อ “สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)” หรือ Creative Economy Agency (CEA) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านการสร้างปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ การส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การสร้างพื้นที่ต้นแบบที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์และเริ่มต้นธุรกิจ รวมถึงย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การรวบรวมข้อมูลและสถิติที่เกี่ยวข้อง การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น และการพัฒนาผู้ประกอบการให้นำความคิดสร้างสรรค์มาสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ

แนวคิดเบื้องต้นในการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) อยู่ภายใต้กรอบการพัฒนาองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3 ส่วน ได้แก่ สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม

(Cultural Assets), ภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Sector) และภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector)

3. การพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับ “การพัฒนา” (development) เป็นคำที่ถูกสร้างขึ้นมาจากประเทศมหาอำนาจตะวันตกในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง หมายถึงการทำให้ประเทศอื่นๆ ให้ทันสมัยอย่างสังคมตะวันตก มีการจัดจำแนกประเทศเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว กำลังพัฒนา และด้อยพัฒนา เกณฑ์ดังกล่าวเกี่ยวข้องกับพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในโลกที่สาม หรือประเทศกำลังพัฒนาที่เคยตกอยู่ภายใต้อาณานิคมมาก่อน ประเทศเหล่านี้จำเป็นต้องฟื้นฟูหลังจากที่เป็นอิสระจากเจ้าอาณานิคม มีองค์กรโลกที่ให้เงินช่วยเหลือกับประเทศต่างๆ เช่น ธนาคารโลก (World Bank) องค์กรพัฒนาระหว่างประเทศ (International Development Association-IDA) โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Program-UNDP) หลายทศวรรษที่ผ่านมาโลกประสบปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาที่ไม่เท่าเทียมกันเนื่องจากกระแสแรกเป็นการเน้นเรื่องการพัฒนาทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม ดังนั้นวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจึงเป็นแกนกลางหลังในการพัฒนามากกว่าด้านสังคม เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม เกิดปัญหาสังคม โลกได้รับผลกระทบจากปัญหามลพิษ การเสื่อมสภาพของสิ่งแวดล้อม การเพิ่มประชากร การเคลื่อนย้ายประชากร จึงทำให้ประชาคมโลกตระหนักถึงการรักษา “โลก” และสร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรธรรมชาติกับประชากร

ประมาณช่วงกลางทศวรรษ 2520 เป็นต้นมา องค์กรสหประชาชาติได้ตระหนักถึงความล้มเหลวของการพัฒนาที่ผ่านมา และมีกรวิพากษ์กระบวนการพัฒนาว่าเป็นเน้นการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และความห่วงใยเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมวัฒนธรรมของมวลมนุษยชาติ (Hopwood et al. 2005) เช่น การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ไม่ได้พัฒนาคุณภาพชีวิตของคน หรือประเทศที่ร่ำรวยและยากจนไม่ได้มีความเป็นคู่ค้าที่เท่าเทียมกันในตลาดโลก ฯลฯ ทำให้เกิดความสนใจแนวทางการพัฒนาใหม่ในปัจจุบัน เรียกว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่หวนกลับมาสนใจเรื่องความเป็นมนุษย์ และความยั่งยืนของธรรมชาติ

จากสถานการณ์ความเป็นไปของโลกในปัจจุบันมีการพัฒนาที่ไม่เท่าเทียมกัน องค์กรสหประชาชาติได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของกระบวนการพัฒนาพื้นที่ที่ยั่งยืนอย่างมีเป้าหมาย (Localizing Sustainable Development Goals) ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศมาร่วมกับกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศร่วมกับบริบทโลกที่ได้กำหนดเป้าหมายโดยองค์กรสหประชาชาติ (UN) จำนวน 17 ข้อพร้อมกับตัวชี้วัด 241 ตัวชี้วัด ที่ครอบคลุมทุกมิติที่เกี่ยวข้องกับกับคุณภาพชีวิตมนุษย์ในโลก ได้แก่ 1) ขจัดปัญหาความยากจน 2) ขจัดความหิวโหย 3) สร้างหลักประกันให้คนมีชีวิตที่มีคุณภาพและส่งเสริมสุขภาวะอนามัยที่ดี 4) สร้างหลักประกันให้การศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมและครอบคลุม 5) บรรลุความเท่าเทียมระหว่างเพศ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้สตรีและเด็ก 6) สร้างหลักประกันให้มีน้ำใช้และมีการบริหารจัดการน้ำ 7) สร้างหลักประกันให้ทุกคนเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ที่ยั่งยืน 8) ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและครอบคลุม 9) ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมและนวัตกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน 10) ลดความไม่เท่าเทียมกันทั้งในประเทศและต่างประเทศ 11) ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานยั่งยืน 12) สร้าง

หลักประกันให้มีแบบแผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน 13) ตั้งรับการเปลี่ยนแปลงของการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศและผลกระทบ 14) อนุรักษ์ พัฒนา และใช้มหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลอื่นๆ อย่างยั่งยืน 15) การปกป้อง พื้นฟู และส่งเสริมการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน 16) สนับสนุนสังคมที่สงบสุข และ 17) เสริมสร้างความแข็งแกร่งของกลไกการดำเนินงานและฟื้นฟูหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การพัฒนาที่ยั่งยืนควรมีสอดคล้องกับอัตลักษณ์และบริบทของท้องถิ่นของแต่ละประเทศ เพราะทุกพื้นที่ของประเทศต่างๆ อาจจะมีเป้าประสงค์และตัวชี้วัดที่ในการพัฒนาที่ไม่เหมือนและไม่เท่ากัน ดังนั้นตามหลักการและแนวทางปฏิบัติของสหประชาชาติ จึงให้ความสำคัญกับหน่วยงานระดับท้องถิ่น ในฐานะของกลไกที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาที่ยั่งยืน (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) 2559)

จากเห็นได้ว่า การทบทวนวรรณกรรมข้างต้น แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ แนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถนำมาวิเคราะห์รูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหลังสถานการณ์โควิด 19 ทำให้เกิดทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยว (Alternative Tourism) เนื่องจากการแสดงออกถึงสุนทรียภาพแห่งการดำรงชีวิตล้วนอาศัยการศึกษาความสัมพันธ์ของมนุษย์กับยุคสมัยระหว่างช่วงเวลาในอดีตกับเวลาในปัจจุบัน อันสื่อแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของการดำรงชีวิตอยู่ต่อไปในอนาคต เนื่องจากมนุษย์ปฏิเสธความรู้จากบรรพบุรุษมิได้ ขณะเดียวกัน มนุษย์ย่อมต้องใช้ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคลอันเกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ พรสวรรค์ หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำ ความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เพื่อพัฒนาสังคมให้เกิดความก้าวหน้า และเสริมสร้างให้เกิดเป็นความรู้ชุดแจ้งอันนำไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองสืบไป

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการออกแบบและสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดแม่ฮ่องสอนเพื่อการเจริญเติบโตของสังคมร่วมสมัยที่ยั่งยืน เป็นผลงานวิจัยที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับปัจจุบันและตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างรวดเร็ว ถือเป็นส่วนสำคัญของการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้วยเหตุที่ว่า การออกแบบมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติเชิงสร้างสรรค์ครั้งนี้มุ่งเน้นการ เชื่อมโยงผู้คนภายนอกและภายในท้องถิ่นด้วยแก่นสุนทรียะซึ่งส่วนสำคัญในการเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ครั้งนี้คือการนำศาสตร์แห่งการออกแบบอันตั้งอยู่บนพื้นฐานความรู้มาใช้เป็นเครื่องมือในการบูรณาการข้อมูล ด้านวิจัยสู่กระบวนการสร้างสรรค์อย่างผสมกลมกลืน เนื่องจากการออกแบบคือการสร้างเอกลักษณ์ความ แตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผู้บริโภครับรู้ถึงเนื้อหาสาระที่ได้จากการสัมผัสใช้สอย ดังนั้น การผลิตองค์ ความรู้หรือนวัตกรรมด้านการออกแบบใหม่ ๆ กอปรกับความหลากหลายและแตกต่างอันเป็นพื้นฐานของ จังหวัดแม่ฮ่องสอนที่มีลักษณะเฉพาะ จึงเป็นประเด็นที่อธิบายและเลือกใช้ได้โดยนำมาพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพ ของผู้คนในชุมชนและเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ผู้คนในชุมชน สามารถเลี้ยงตนเองจากมรดกวัฒนธรรม ตลอดจน ธรรมชาติ ด้วยวิธีการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ อันมีที่มาจากทรัพยากรในท้องถิ่นของ ตนเอง นอกเหนือจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอยทางกายและจิตใจ ยังถือเป็นการสะท้อนจิต วิญญาณแห่งรากเหง้าของชุมชน ประสานความกลมกลืนระหว่างมนุษย์กับปัญญาแห่งถิ่นฐาน

แผนผังที่ 1 กรอบการวิจัย “แบบขั้นบันได”

การออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม

ผลการวิจัย

ต้นแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม

การวิเคราะห์เนื้อหา

ลักษณะของตัวแปรเพื่อใช้ในการออกแบบ

วิธีดำเนินการวิจัย

กำหนดวิธีจัดหมวดหมู่ตามเนื้อหาของมรดกทางวัฒนธรรม
วัฒนธรรมธรรมชาติ

การเก็บข้อมูล

ข้อมูลทางตรงหรือหลักฐานเชิงประจักษ์

การวางแผน

การวิจัยแบบพหุกรณี

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การเรียบเรียงข้อมูล

การออกแบบมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดแม่ฮ่องสอนครั้งนี้ ได้คัดเลือกพื้นที่เพื่อศึกษาครอบคลุม 4 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน อำเภอปางมะผ้า อำเภอขุนยวม และอำเภอแม่สะเรียง ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานเชิงยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดเป็นรูปแบบการบริหารงานระดับพื้นที่แบบบูรณาการในรูปของการรวมกลุ่มของจังหวัดที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงในด้านต่างๆ ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์ ด้วยเรทราบบันไดอยู่แล้วว่า จังหวัดแม่ฮ่องสอนนั้นประกอบด้วยอำเภอทั้ง 7 ตามที่อธิบายไว้ข้างต้น หากพื้นที่ทั้งสี่อำเภอมีความโดดเด่นด้านปัจจัยทางภูมิศาสตร์และภูมิสังคมอันแสดงศักยภาพการพัฒนาหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกัน สามารถนำมาสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นประเด็นการท่องเที่ยวพันธุ์ใหม่แห่งยุคหลังโรคระบาด เสริมสร้างมิติการท่องเที่ยวมูลค่าสูงที่มุ่งเน้นการฟื้นฟูจิตใจ การใช้สติปัญญาการสัมผัสและรับรสวิถีการท่องเที่ยวด้วยความรู้ สิ่งที่สำคัญยิ่ง คือ การสนับสนุนการจัดกิจกรรมที่มีสาระสำคัญของการวิจัย

สร้างสรรค์อันร้อยเรียงเนื้อหาด้านมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติเข้าด้วยกันอย่างสละสลวยเพื่อแสดงออกถึงการท่องเที่ยวมูลค่าสูงอันสะท้อนคุณค่าทางสุนทรียะแห่งภูมิแผ่นดิน กอปรกับอำเภอทั้งสี่ยังมีความแตกต่างในความเหมือนกันคือประชากรที่ประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ ม้ง ลีซู ลาหู่ ลีวะ จีนยูนนาน กะเหรี่ยง ปะโอ กะแย และไทใหญ่ จึงเห็นได้ว่า พื้นที่สี่อำเภอเป็นสถานที่ที่มีความครบถ้วนทั้งในส่วนของมรดกทางวัฒนธรรมอันเป็นดินแดนก่อนประวัติศาสตร์

2. การปฏิบัติต่อข้อมูล

การเก็บข้อมูลทางตรงหรือหลักฐานเชิงประจักษ์มาจากการศึกษาพื้นที่ที่คัดสรร 4 อำเภอเพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่หลากหลายด้านทั้งด้านวัฒนธรรม ธรรมชาติ สถานที่ และกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อประเมินศักยภาพของมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติในจังหวัดแม่ฮ่องสอน สามารถแสดงสาระสำคัญของอำเภอแต่ละอำเภอได้ ดังต่อไปนี้

2.1 อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน

สภาพสังคมในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอนแสดงออกอย่างชัดเจนถึงการเป็นสังคมพุทธศาสนาด้วยวิถีชีวิตของประชากรของอำเภอเมือง ๆ ส่วนใหญ่เกินกว่าร้อยละ 50 หรือประมาณ 63,458 คน (คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2564) มีเชื้อสายไทใหญ่หรือชาวไตนับถือศาสนาพุทธ จึงยึดโยง สืบทอด และรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมเอาไว้อย่างเหนียวแน่น สังเกตได้จากพุทธสถาน ได้แก่ วัดวาอาราม อาทิ พระธาตุตอดยอกองมู วัดจองคำ วัดจองกลาง ฯลฯ สินค้าสังฆภัณฑ์ ตลอดจนจมน้ำทุ่งหอมมือเพื่อการใช้ในวาระพิเศษทางศาสนา เป็นต้น

ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 75 ของประชากรทั้งหมด ส่วนมากจะทำการเกษตรเพื่อเลี้ยงชีพ พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ได้แก่ ข้าวนาปีและข้าวไร่ ถั่วเหลือง กระเทียม งา กะหล่ำปลี พืชเครื่องต้มได้แก่ชาและกาแฟ ไม้ยืนต้นและพืชที่มีศักยภาพและตลาดมีความต้องการสูง เช่น ไม้กล้ายไม้ อโวคาโด เป็นต้น ปัจจุบันประชากรบางส่วนประกอบอาชีพบริการ ได้แก่ การท่องเที่ยว การโรงแรม เกสต์เฮ้าส์ และกิจกรรมที่ต่อเนื่อง เป็นต้น

2.2 อำเภอปางมะผ้า

อำเภอปางมะผ้ามีความชัดเจนด้านมรดกทางวัฒนธรรม สืบเนื่องจากการค้นพบหลักฐานทางโบราณคดีอันสำคัญมากและสามารถอธิบายถึงการอยู่อาศัยของผู้คนในยุคก่อนประวัติศาสตร์ ณ เพิงผาถ้ำลอด ซึ่งร่องรอยที่ปรากฏในสถานที่ดังกล่าวเปิดเผยให้เห็นถึงการดำรงชีวิตของกลุ่มคนสมัยก่อนประวัติศาสตร์ ยุคไพลสโตซีนตอนปลาย (Late Pleistocene) นับเป็นยุคสมัยที่เก่าที่สุดในภาคเหนือของประเทศไทย มีอายุเก่าแก่กว่า 32,000 ปี นอกจากนี้ยังปรากฏหลักฐานที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมอันโดดเด่นของกลุ่มชนบนพื้นที่สูงคือ วัฒนธรรมโลงไม้ หรือที่ชาวบ้านในปัจจุบันเรียกว่า “โลงผีแมน” มีอายุราว 2,600 - 1,100 ปี โดยแหล่งโบราณคดีดังกล่าวเปิดเผยให้เห็นถึงพิธีกรรม ซึ่งประกอบด้วยโลงไม้ขนาดใหญ่ หัวโลงแกะสลักเป็นรูปทรงต่าง ๆ รวมทั้งพบวัตถุสำคัญที่ฝังร่วมกับศพเพื่ออุทิศแด่ผู้ที่ล่วงลับ โบราณวัตถุที่พบร่วมกับโลงไม้ ได้แก่ ชิ้นส่วนกระดูกคน หม้อ และเศษภาชนะดินเผาเนื้อดินรมควันลายเชือกทาบ ลูกปัดแก้ว เครื่องมือสำริด และเครื่องมือเหล็ก อายุสมัยครอบคลุมเวลาประมาณ 1,000-2,300 ปีมาแล้ว (รัชมี ชูทรงเดช, 2561)

ประชากรส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ ได้แก่ มูเซอ ไทยใหญ่ ลีซู ปกาเกอญอ ม้ง ลัวะ ตามประวัติ การตั้งถิ่นฐานในช่วงสองอายุคนระบุว่าปางมะผ้าเป็นเส้นทางตั้งรกรากผู้อพยพจากประเทศพม่า มีลักษณะ บ้านเรือนที่ตั้งอยู่เป็นหย่อม ๆ และแทบจะตัดขาดจากโลกภายนอกโดยสิ้นเชิง ภายหลังมีการขยายชุมชน เพิ่มขึ้นจึงจัดตั้งเป็นอำเภอเพื่อแยกการปกครองจากอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอนในปี พ.ศ. 2539 นอกจากนี้ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ๆ อาทิ ข้าวไร่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วแดง หลวง ถั่วลิสง กระเทียม ขิง เป็นต้น สำหรับการปศุสัตว์ มีสัตว์เลี้ยงที่สำคัญ เช่น ไก่ สุกร โคเนื้อ กระบือ และ เป็ด และอื่น ๆ

2.3 อำเภอขุนยวม

ประชากรในอำเภอขุนยวมแต่เดิมนั้นเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ชาวกะเหรี่ยงและลัวะ ต่อมามีการอพยพของ ชาวไทใหญ่ซึ่งเดินทางเข้ามาจากพม่าโดยข้ามมาทางแม่น้ำสาละวิน ด้วยเหตุที่อำเภอขุนยวมมีอาณาเขตด้าน ทิศตะวันตกติดกับประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา นอกจากนี้การโยกย้ายถิ่นฐานของกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ ปัจจุบันจำนวนประชากรรวม 24,000 ราย จึงประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ 4 กลุ่ม ได้แก่ กะเหรี่ยง ลัวะ ไท ใหญ่ และม้ง

จากภูมิศาสตร์ที่ได้กล่าวถึงพรมแดนด้านทิศตะวันตก ทำให้เกิดเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์สมัย สงครามโลกครั้งที่ 2 อันสร้างความน่าจดจำและรำลึกถึงความสัมพันธ์ระหว่างทหารชาวญี่ปุ่นและกลุ่มชาวบ้าน ผู้ใจดี สืบเนื่องมาจากเมื่อครั้งปี พ.ศ. 2484 ทหารญี่ปุ่นยกพลขึ้นบก ณ บริเวณพื้นที่ชายฝั่งอ่าวไทยและขอใช้ ประเทศสยามเป็นทางผ่านเดินทัพสู่ประเทศพม่าโดยใช้ช่องทางบ้านห้วยต้นนุ่น อำเภอขุนยวมเพื่อต่อเข้าไปใน ประเทศอินเดีย จากการเคลื่อนทัพของกองทัพญี่ปุ่นผ่านไปยังพม่าและถอยทัพกลับมาพักจึงปรากฏหลักฐาน สำคัญตามสถานที่สำคัญในอำเภอขุนยวม ได้แก่ วัดต่อแพและวัดม่วยต่อ เป็นที่ตั้งของกองกำลังทหารญี่ปุ่น และถูกใช้เป็นสถานพยาบาล รวมทั้งถูกใช้เป็นที่พักพิงทหารผู้เสียชีวิต ปัจจุบันวัดม่วยต่อยังเป็นศูนย์รวม ศิลปหัตถกรรมของชาวไทยใหญ่และชาวไทยภูเขาเผ่าต่าง ๆ ตลอดจนเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ของทหารญี่ปุ่นที่ ทิ้งไว้เมื่อยามเดินทัพ

ประชากรส่วนใหญ่ในอำเภอขุนยวมประมาณร้อยละ 80.6 ของประชากรทั้งหมด มีอาชีพเกษตรกรรม ส่วนอาชีพอื่น ๆ มีเพียงเล็กน้อย เช่น ค้าขาย รับจ้าง เป็นต้น พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ข้าวโพด ถั่ว เหลือง งาขาว กะหล่ำปลี มะเขือเทศ กระเทียม และหอมแดง

2.4 อำเภอแม่สะเรียง

เมืองแม่สะเรียงมีชื่อในประวัติศาสตร์ว่า เมืองยวมใต้ หรือเมืองยวม ชาวเมียนมาเรียกชื่อเมืองแห่งนี้ว่า ‘เมงลองยี’ แปลว่าเมืองแห่งแรหินใหญ่ จากพงศาวดารโยนก (พ.ศ. 1900) และเป็นเมืองหน้าด่านที่มีความ สำคัญต่อประวัติศาสตร์ของอาณาจักรล้านนา คอยต้านทัพของเมียนมาที่จะยกทัพมาตีหัวเมืองฝ่ายเหนือ ในสมัยของพระเจ้าสามฝั่งแกน กษัตริย์ลำดับที่ 10 แห่งราชวงศ์มังราย (พ.ศ. 1944 – 1985) ต่อมาในปี พ.ศ. 2443 ทางราชการได้ยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอเรียกชื่อว่า อำเภอเมืองยวม จนกระทั่งปี พ.ศ. 2467 ทางราชการ ได้พิจารณาเห็นว่าชื่ออำเภอเมืองยวมนั้นไปพ้องกับอำเภอขุนยวมซึ่งอยู่ในจังหวัดเดียวกัน จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น อำเภอแม่สะเรียง ตามชื่อของลำน้ำแม่สะเรียงที่ไหลผ่านอำเภออีกสายหนึ่งแทน อำเภอแม่สะเรียงในอดีตยัง

เคยเป็นอำเภอที่มีพื้นที่มากที่สุดในประเทศไทย (ปัจจุบันอำเภอที่มีพื้นที่มากที่สุดในประเทศไทยคือ อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก)

ประชากรดั้งเดิมในอำเภอแม่สะเรียงประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงและลัวะ ปัจจุบันอำเภอแม่สะเรียงถือเป็นอำเภอที่มีประชากรจำนวนมากที่สุดในจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 55,463 คน (คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2564) ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เนื่องจากอำเภอแม่สะเรียงถือเป็นอำเภอมีแม่น้ำไหลผ่านจำนวน 3 สาย ได้แก่ แม่น้ำยวม แม่น้ำแม่สะเรียง และแม่น้ำสาละวิน (แม่น้ำคง) นับเป็นอำเภอที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เป็นอันมาก เฉพาะอย่างยิ่งป่าไม้มีค่า อาทิ พันธุ์ไม้ป่า เช่น ไม้สัก ไม้แดง ไม้เต็ง อำเภอแม่สะเรียงจึงมีบทบาทสำคัญสำหรับเส้นทางการค้าไม้ระหว่างสหราชอาณาจักรและพม่า ธุรกิจค้าไม้ดำเนินการครั้งแรกราวปี พ.ศ.2369 สมัยที่สหราชอาณาจักรหรืออังกฤษแผ่ขยายอำนาจการปกครองเข้าไปในประเทศพม่าและพม่าได้ทำสัญญายินยอมให้อังกฤษเข้าปกครองด้วยเหตุนี้อังกฤษจึงเริ่มเข้ามาทำธุรกิจค้าขายการค้าไม้สักในบริเวณชายแดนไทยพม่า บริษัทของอังกฤษ อาทิ บริษัทบริติชอีสต์อินเดีย และบริษัทบอมเบย์เบอร์มา เป็นต้น ทำธุรกิจไม้อยู่ในพม่ายาวนานหลายปีจนปริมาณไม้สักในพม่าเริ่มลดลง ชาวอังกฤษรวมทั้งชาวพม่า ไทใหญ่ กะเหรี่ยง และตองสูจึงเริ่มเข้ามาทำไม้สักในบริเวณชายแดนไทยพม่า (แสงสุรีย์ ลดาวัลย์, 2545: 95-97) ส่งผลให้หลายอำเภอในจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยเฉพาะแม่สะเรียงจึงมีส่วนเกี่ยวข้องกับเส้นทางการค้าไม้ อันถือเป็นเส้นทางการค้าที่เจริญรุ่งเรืองและสร้างรายได้มหาศาล

3. การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล

การสำรวจและศึกษาพื้นที่ที่คัดสรร 4 อำเภอเพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่เหมือนหรือคล้ายคลึง และแตกต่างกันทั้งด้านวัฒนธรรม ธรรมชาติ สถานที่ และกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อประเมินศักยภาพของมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติในจังหวัดแม่ฮ่องสอน สามารถแสดงสาระสำคัญของอำเภอแต่ละอำเภอได้ โดยระบุออกมาเป็นตารางต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางประเมินสาระสำคัญของแต่ละอำเภอ

สาระสำคัญ	อำเภอเมือง	อำเภอปางมะผ้า	อำเภอขุนยวม	อำเภอแม่สะเรียง
1. มรดกวัฒนธรรม				
- ศาสนาและความเชื่อ ในรูปแบบสถาปัตยกรรม โบราณสถาน				
- ศาสนาและความเชื่อ ในรูปแบบโบราณวัตถุ เครื่องประดับ				
- ศาสนาและความเชื่อ ในรูปแบบของประวัติศาสตร์ เรื่องเล่า หรือตำนานที่เป็นที่ จดจำและสร้างชื่อเสียง				
- ความหลากหลายของกลุ่ม ชาติพันธุ์				
2. มรดกธรรมชาติ				
- ทรัพยากรผืนดิน เช่น ภูเขา ป่าไม้ ฯลฯ				
- ทรัพยากรแหล่งน้ำ เช่น แม่น้ำ น้ำตก ฯลฯ				
- ทรัพยากรแร่ธาตุ เช่น หิน แร่ ฯลฯ				

ตารางที่ 2 ตารางแสดงคุณลักษณะเด่นที่เหมือนกันอำเภอทั้งสี่

คุณลักษณะเด่น	อำเภอเมือง	อำเภอบางมะฝ้า	อำเภอขุนยวม	อำเภอแม่สะเรียง
1) ศาสนาและความเชื่อ	พุทธ	พุทธ	พุทธ	พุทธ
2) ความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์	ไทใหญ่ กะเหรี่ยง ม้ง ลาหู่ กะยัน ลีซู คะยา ปะโอ จีนยูนนาน	ไทใหญ่ กะเหรี่ยง ม้ง ลัวะ ลาหู่ ลีซู ปะโอ	ไทใหญ่ กะเหรี่ยง ม้ง	ไทใหญ่ กะเหรี่ยง ลัวะ
3) ทรัพยากรธรรมชาติ	ป่าไม้ หุบเขา	ป่าไม้ ภูเขา	ป่าไม้ ภูเขา	ป่าไม้ ภูเขา

จากการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลดังกล่าว จักเห็นได้ว่า สาระสำคัญและคุณลักษณะเด่นของแต่ละอำเภอสามารถนำมาสังเคราะห์ทัศนธาตุมุ่งเน้นเรื่อง “สี” เนื่องจากทัศนธาตุสีมีผลต่อการสร้างความหมาย อารมณ์ และความรู้สึกของผู้รับรู้ ในทางศิลปะสีให้ความหมายที่สำคัญกว่าการมองเห็น สี จึงหมายถึง ลักษณะกระทบต่อสายตาและมีผลตามหลักจิตวิทยา ด้วยคุณสมบัติของสีมีอำนาจในการสร้างค่าน้ำหนักความเข้มอ่อนของแสงที่เอื้อให้เกิดอารมณ์และความรู้สึก การที่ได้เห็นสีจากสายตา สายตาจะส่งความรู้สึกไปยังสมองทำให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ทั้งในด้านรูปธรรมและนามธรรมตามอิทธิพลทางจิตวิทยา เช่น สดชื่น ร้อน ตื่นเต้น เศร้า กระทั่ง ความเป็นสถานที่ ความทรงจำ หรือความจดจำในเอกลักษณ์ เป็นต้น จึงเห็นได้ว่า สีมีความหมายอย่างมากสำหรับงานศิลปะและการออกแบบทุกประเภท ศิลปินและนักออกแบบล้วนต้องการใช้สีเป็นสื่อในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกและความหมายที่ลึกซึ้งละเอียดอ่อน ซึ่งสีเป็นเครื่องมือที่ดีที่สามารถสร้างความประทับใจในผลงานต่อผู้ชม ดังนั้น การนำข้อมูลจากการสังเคราะห์สาระสำคัญและคุณลักษณะเด่นของแต่ละอำเภอมากำหนดเป็นธีม (Theme) สีเฉพาะกิจจักเสริมสร้างคุณประโยชน์สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมูลค่าสูงในลำดับต่อไปได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากภาพรวมการสังเคราะห์ทัศนธาตุ “สี”

การสังเคราะห์ทัศนธาตุ “สี” สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสีหลัก และกลุ่มสีรอง ซึ่งทั้งสองกลุ่มสีจะได้จากคุณลักษณะเด่นของ 3 สาระสำคัญ คือ ศาสนาและความเชื่อ ความหลากหลายทางกลุ่มชาติพันธุ์ และทรัพยากรธรรมชาติ โดยการสังเคราะห์สีเกิดจากวิธีการสำรวจและรวบรวมข้อมูลด้านรูปธรรม อาทิ

ศาสนสถาน สถาปัตยกรรม วัตถุสักการะ หรือวัตถุประดับตกแต่งเพื่อวัตถุประสงค์ทางการบูชา เครื่องแต่งกาย ประจำชนเผ่า วัสดุสิ่งทอท้องถิ่น รวมถึงสถานที่ พืช พันธุ์ไม้ หรือทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ดังรายละเอียดของ ภาพรวมกลุ่มสี ดังจะแสดงรายละเอียดต่อไป

3.1 ค่าสีกลุ่มหลัก

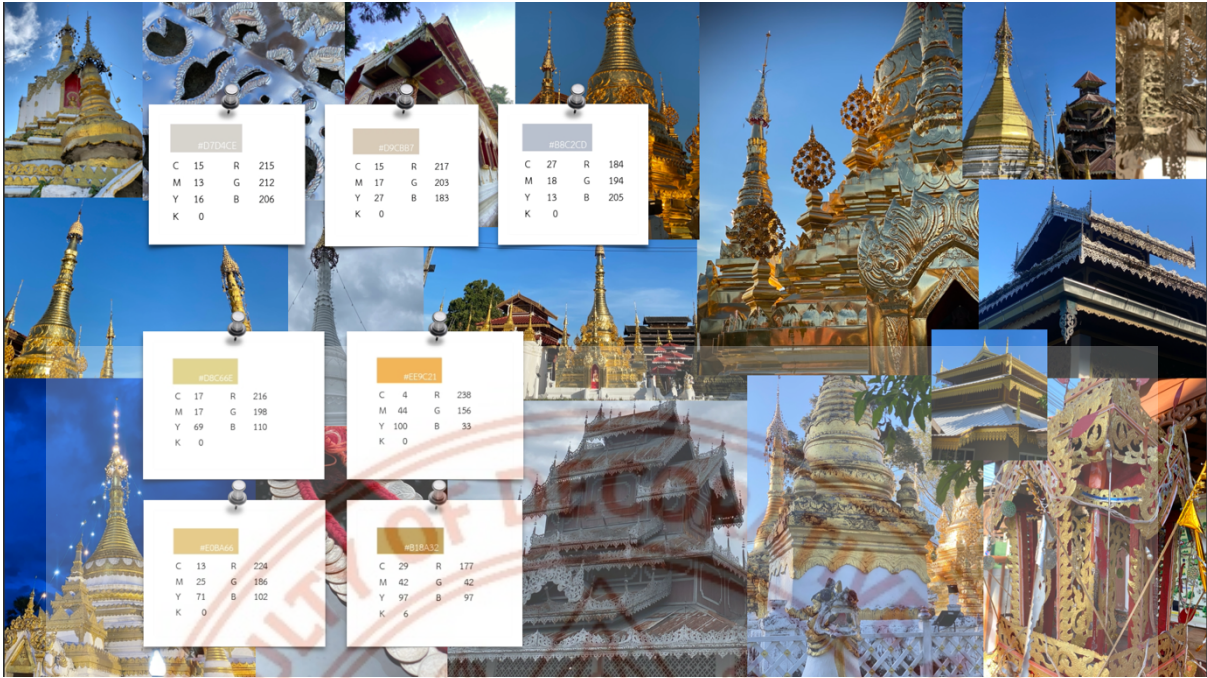
มีรายละเอียดระบุตามระบบของการวัดค่าสี CMYK ดังนี้ สีที่ 1 คือ สีไม้สัก 1, สีที่ 2 คือ คู่สีโลหะเงิน และทองคำ, สีที่ 3 คือ สีจากพืชใยกล้วยง

3.2 ค่ากลุ่มสีรอง

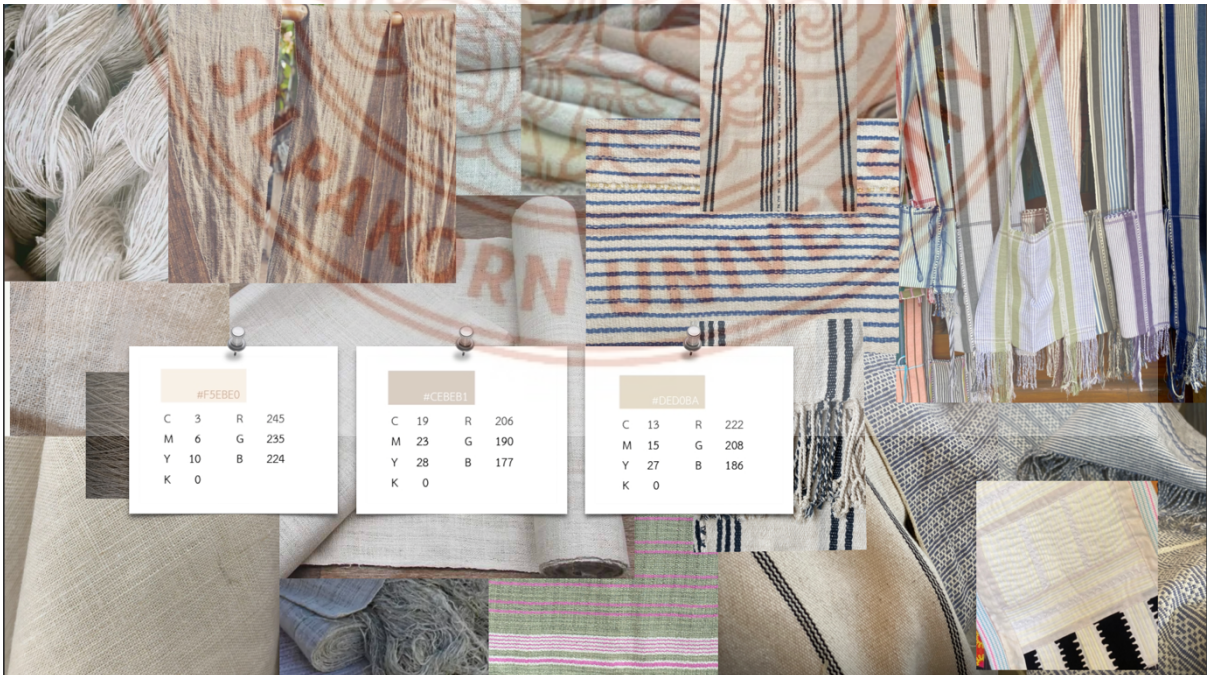
มีรายละเอียดระบุตามระบบของการวัดค่าสี CMYK ดังนี้ สีที่ 4 คือ คู่สีครามและคราม สีคราม และสีที่ 5 คือ คู่สีชมพูและเขียว สีชมพู



ภาพที่ 1 ประมวลภาพชุดสีที่ 1 พร้อมตัวเลขแพนโทน (Pantone) คือ สีไม้สัก 1) C46 M54 Y64 K23, 2) C44 M70 Y71 K47, 3) C37 M69 Y74 K59



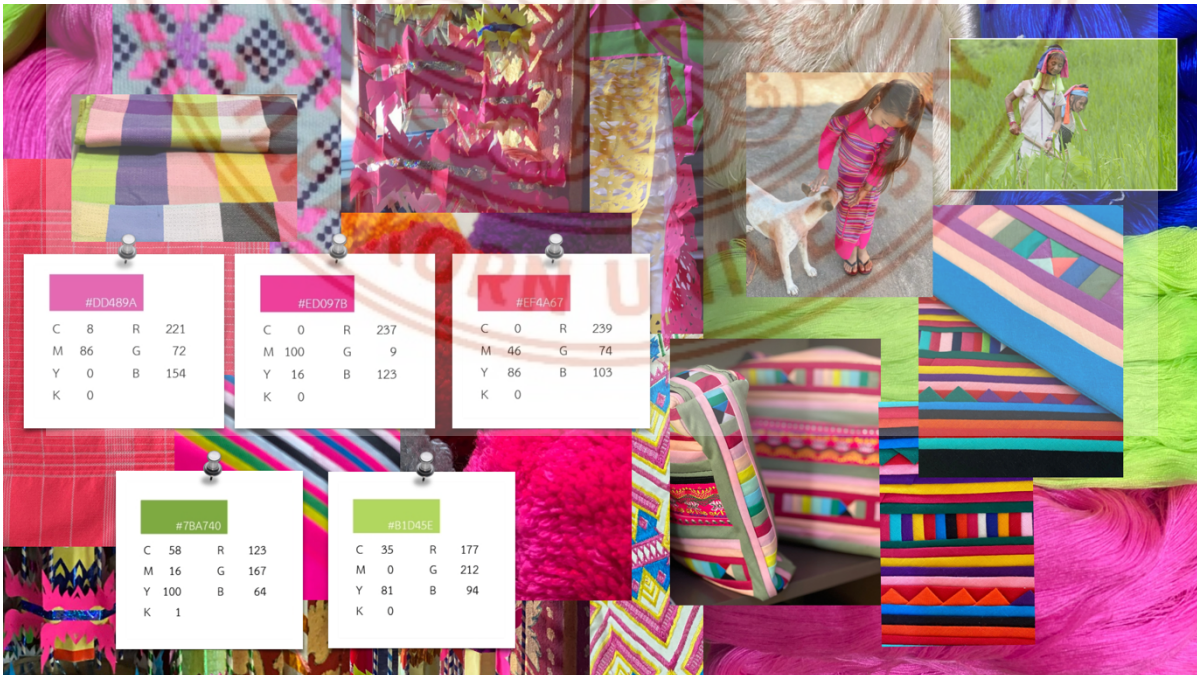
ภาพที่ 2 ประมวลภาพชุดสีที่ 2 พร้อมตัวเลขแพนโทน (Pantone) คือ คู่สีโลหะเงินและทองคำ สีโลหะเงิน 1) C15 M13 Y16 K0, 2) C15 M17 Y21 K0, 3) C27 M18 Y13 K0 และสีโลหะทองคำ 1) C17 M17 Y69 K0, 2) C4 M44 Y100 K0



ภาพที่ 3 ประมวลภาพชุดสีที่ 3 พร้อมตัวเลขแพนโทน (Pantone) คือ สีใยกล้วยง 1) C3 M6 Y10 K0, 2) C19 M23 Y18 K0, 3) C13 M15 Y27 K0



ภาพที่ 4 ประมวลภาพชุดสีที่ 4 พร้อมตัวเลขแพนโทน (Pantone) คือ คู่สีครามและครึ่ง สีคราม 1) C98 M95 Y0 K0, 2) C96 M27 Y23 K7 และสีครึ่ง 1) C11 M100 Y90 K3, 2) C24 M100 Y100 K24, 3) C22 M100 Y63 K11



ภาพที่ 5 ประมวลภาพชุดสีที่ 5 พร้อมตัวเลขแพนโทน (Pantone) คือ คู่สีชมพูและเขียว สีชมพู 1) C8 M86 Y0 K0, 2) C0 M100 Y16 K0, 3) C0 M46 Y86 K0 สีเขียว 1) C58 M18 Y100 K1, 2) C35 M0 Y81 K0

ผลการวิจัย

การออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากมรดกธรรมชาติและวัฒนธรรมของจังหวัดแม่ฮ่องสอนครั้งนี้ อาศัยหลักการของทฤษฎีทางองค์ประกอบศิลป์ ประกอบด้วยธาตุทางศิลป์ และลักษณะของทัศนธาตุที่มีความหลากหลาย มุ่งเน้นเรื่องสีและลวดลาย เพื่อแสดงความโดดเด่นจากความหลากหลายให้มีความเฉพาะเจาะจง ทัศนธาตุสามารถแสดงพลังทางความหมาย ความรับรู้สัมผัส และนำเสนอคุณภาพหรือความขัดแย้งเพื่อความงามในทัศนะต่าง ๆ ที่ศิลปินหรือนักออกแบบต้องการแสดงออก คำว่า “องค์ประกอบ” ตามความหมายพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน หมายถึงส่วนต่าง ๆ ที่ประกอบกันทำให้เกิดรูปร่างใหม่ขึ้นโดยเฉพาะ ส่วนองค์ประกอบศิลป์ หมายถึงสิ่งที่ศิลปินและนักออกแบบใช้เป็นสื่อในการแสดงออกและสร้างความหมายโดยนำมาจัดเข้าด้วยกันและเกิดรูปร่างอันเด่นชัด หรือรูปแบบที่นำมาจัดรวมกันเพื่อให้เกิดรูปร่างต่าง ๆ ที่ต้องการแสดงออก หรือสื่อสารความหมาย เนื้อหาสาระ และความคิดสร้างสรรค์ องค์ประกอบศิลป์อาจหมายรวมถึงศิลปะที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึก ความคิด หรือความงาม โดยมากองค์ประกอบศิลป์จักประกอบด้วย ส่วนที่มนุษย์สร้างขึ้นและส่วนที่เป็นการแสดงออกอันเป็นผลที่เกิดจากโครงสร้างทางวัตถุ (ชูลิต นิมเสมอ, 2559, น. 18)

การออกแบบลวดลายของผลิตภัณฑ์มาจากการคัดเลือกชุดสีที่ได้รับการวิเคราะห์โดยลวดลายที่นำมาใช้สำหรับการสร้างสรรค์สามารถจัดกลุ่มลวดลายได้ 3 จำพวก ได้แก่ กลุ่มอักษรของภาษาไทย กลุ่มลายรีว แดงสีชาติพันธุ์ และกลุ่มพืชพรรณไม้เมืองสามหมอก ซึ่งลวดลายของทั้งสามกลุ่มมาจากการวิจัยคุณลักษณะเด่นสีอำเภอ ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น คือ ศาสนาและความเชื่อ ความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ และทรัพยากรธรรมชาติ ลวดลายทั้งสามจำพวกนี้จะถูกนำมาออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากมรดกธรรมชาติและวัฒนธรรมของจังหวัดแม่ฮ่องสอนโดยอาศัยหลักการทางองค์ประกอบศิลป์ คือ ความขัดแย้ง และความสมดุล หลักการสำคัญดังกล่าวมีส่วนเสริมสร้างให้ลวดลายที่แตกต่างกันนั้นนำไปสู่เอกภาพทางความงาม กลวิธีการออกแบบลวดลายสำหรับผลิตภัณฑ์จากมรดกธรรมชาติและวัฒนธรรมของจังหวัดแม่ฮ่องสอนจากหลักความขัดแย้งและสมดุล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความขัดแย้ง (Contrast)

ความขัดแย้งในทางศิลปะหมายถึงความไม่ประสานสัมพันธ์กัน หรือสิ่งที่ตรงข้ามกันและมีความแตกต่างกัน การนำหลักการการสร้างความขัดแย้งมาใช้ในงานศิลปะจะช่วยให้ผลงานไม่เกิดความเรียบนิ่งน่าเบื่อ สามารถสร้างความตื่นเต้นและความน่าติดตาม ความขัดแย้งนั้นตรงข้ามกับความกลมกลืน (Harmony) ในฐานะศิลปินหรือนักออกแบบ เราสามารถสร้างสรรค์ความขัดแย้งในรูปลักษณะที่หลากหลาย ได้แก่ ความขัดแย้งกันของรูปร่างรูปทรง ขนาด ทิศทาง และสี

1.1 ความขัดแย้งของรูปร่างรูปทรง

การออกแบบลวดลายที่ใช้หลักการขัดแย้งของรูปร่างรูปทรงของวัตถุแรงบันดาลใจที่มีรูปร่าง-รูปทรงที่มีรูปลักษณะแตกต่างกันออกไป โดยนำมาจัดวางให้อยู่ด้วยกันเพื่อส่งเสริมให้รูปร่างรูปทรงของวัตถุแรงบันดาลใจเหล่านั้นมีความโดดเด่น

1.2 ความขัดแย้งของขนาด

การออกแบบลวดลายที่ใช้หลักการขัดแย้งของขนาดของวัตถุแรงบันดาลใจที่มีความแตกต่างกันสามารถนำมาจัดวางอยู่ด้วยกันเพื่อสร้างความสำคัญของลวดลาย เนื่องจากวัตถุที่มีขนาดเล็กจะดูเล็กลงเมื่ออยู่แวดล้อมกับวัตถุที่มีขนาดใหญ่ เช่นเดียวกับวัตถุที่มีขนาดใหญ่จะดูใหญ่มากยิ่งขึ้นหากอยู่แวดล้อมไปด้วยวัตถุที่มีขนาดเล็ก นอกจากนี้ การออกแบบลวดลายที่ใช้หลักการขัดแย้งของขนาดที่มีความแตกต่างกันเมื่อมาอยู่ด้วยกันจะสามารถใช้อ้างอิงขนาดของกันและกันได้

2. ความสมดุล (Balance)

ความสมดุล หมายถึง องค์ประกอบที่แสดงออกถึงน้ำหนักที่เท่ากัน ไม่เอียงหรือเอนไปทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ความหมายของความสมดุลทางศิลปะยังหมายความถึงผลงานที่ปรากฏลักษณะของความประสานกลมกลืน และความเหมาะสมพอดีของการรวมกันจากส่วนต่าง ๆ เช่น ทักษะธาตุที่มีความหลากหลาย จึงกล่าวได้ว่า การจัดวางองค์ประกอบของผลงานทัศนศิลป์นั้นจะต้องคำนึงถึงจุดศูนย์ถ่วงน้ำหนัก การทรงตัวของสรรพสิ่งอันสื่อแสดงถึงการมีน้ำหนักที่เฉลี่ยเท่ากันทุกด้าน หากผลงานศิลปะใด ๆ เปิดเผยให้เห็นถึงความอัดอัดมากเกินไปอันมีสาเหตุมาจากความหนักหรือแน่นของทัศนธาตุ หรือ เบาลางเกินไปจนทำให้ผลงานนั้นไม่สมดุล ถือเป็นความบกพร่องทางความงาม

การออกแบบลวดลายเพื่อผลิตภัณฑ์จากมรดกธรรมชาติและวัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอนครั้งนี้ที่ใช้หลักความสมดุล มี 2 ลักษณะ

2.1 ความสมดุลแบบสมมาตร

การออกแบบโดยคำนึงถึงความสมดุลแบบซ้ายขวาเท่ากัน กล่าวคือ การวางรูปร่างรูปทรงของวัตถุแรงบันดาลใจทั้งสองข้างของแกนสมดุล เรียกได้ว่าเป็นการสร้างสมดุลแบบธรรมชาติ สร้างให้เกิดความรู้สึกมั่นคง และมีดุลยภาพ

2.2 ความสมดุลแบบอสมมาตร

การออกแบบโดยคำนึงถึงความสมดุลแบบซ้ายขวาไม่เหมือนกัน กล่าวคือ การวางรูปร่างรูปทรงของวัตถุแรงบันดาลใจทั้งสองข้างจากการจัดใหม่ของมนุษย์ ซึ่งมีลักษณะที่ทางซ้ายและขวาจะไม่เท่ากันหรือมีองค์ประกอบที่ไม่เหมือนกันแต่มีดุลยภาพ การสร้างความสมดุลอาจเกิดขึ้นจากการให้ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบอันก่อให้เกิดความสมดุลด้วยความรู้สึก การจัดองค์ประกอบให้เกิดความสมดุลแบบสมมาตรอาจทำได้โดยการเลื่อนแกนสมดุลไปยังด้านที่มีน้ำหนักมากกว่า หรือ เลื่อนวัตถุที่มีน้ำหนักมากกว่าเข้าหาแกน

สังเกตได้จาก ภาพผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมแสดงวิธีการผสมผสานหลักการออกแบบและทัศนธาตุสี่ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6 (ซ้าย) และ 7 (ขวา) ต้นแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม ประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งตัว



ภาพที่ 8 (ซ้าย) และ 9 (ขวา) ต้นแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม ประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งตัว



ภาพที่ 10 ต้นแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม ประเภทเครื่องประดับผ้าพันคอ



ภาพที่ 11 ต้นแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม ประเภทเครื่องประดับผ้าพันคอและผ้าโพกศีรษะ

อภิปรายผล

ภาพแสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์จากมรดกด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่เกิดจากการถ่ายทอดความรู้และผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ภาพลักษณ์ใหม่เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถประยุกต์ใช้ความรู้จากการอบรมและสามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่ตนเองมีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งยังเกิดรูปแบบใหม่ ๆ โดยวิธีการ “ผสมผสานผ้าทอของชุมชนร่วมกับลวดลายจากการออกแบบใหม่ที่พิมพ์ด้วยเทคนิคดิจิทัลเพื่อนำพาสู่รูปแบบที่ร่วมสมัย” จึงทำให้มีผลงานรวมทั้งสิ้นจำนวน 24 ชิ้น โดยแบ่งออกเป็น 2 หมวด ได้แก่ หมวดเครื่องแต่งกาย จำนวน 13 ชิ้น หมวดเครื่องแต่งตัว จำนวน 2 ชิ้น และหมวดเครื่องประดับ จำนวน 9 ชิ้น กอปรกับ ความสมบูรณ์ทางความงามของผลิตภัณฑ์จากมรดกด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมได้รับการสร้างสรรค์จากหลักการของทฤษฎีทางองค์ประกอบศิลป์ ได้แก่ ความขัดแย้งและความสมดุล มีกลวิธีการขับเคลื่อนความงามด้วยธาตุทางศิลป์และลักษณะของทัศนธาตุที่มีความหลากหลาย อาทิ การออกแบบลวดลาย 3 จำพวก ได้แก่ กลุ่มอักษรของภาษาไทยใหญ่ กลุ่มลายริ้วแถบสีชาติพันธุ์ และกลุ่มพืชพรรณไม้เมืองสามหมอก รวมถึงฉิมสีจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสีหลัก และกลุ่มสีรอง ซึ่งลวดลายและฉิมสีได้มาจากการสำรวจ รวบรวม วิจัย และประมวลข้อมูลด้านรูปธรรมเพื่อสังเคราะห์สาระสำคัญ คือ ศาสนาและความเชื่อ ความหลากหลายทางกลุ่มชาติพันธุ์ และทรัพยากรธรรมชาติ อันเป็นคุณลักษณะเด่นของอำเภอทั้งสี่

ประเภทผลิตภัณฑ์จากมรดกด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมของจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีจำนวนทั้งหมด รวมทั้งสิ้น 24 ชิ้น แบ่งออกเป็น 2 หมวด ได้แก่ หมวดเครื่องแต่งกาย จำนวน 13 ชิ้น และหมวดเครื่องแต่งตัว จำนวน 11 ชิ้น จากที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นถึงความสมบูรณ์ทางความงามด้วยการสร้างสรรค์หลักองค์ประกอบศิลป์ซึ่งมีธาตุทางศิลป์หลากหลาย กอปรกับหมวดผลิตภัณฑ์สองหมวดเป็นหมวดที่สามารถนำมาใช้งานหรือสวมใส่ร่วมกัน ความหลากหลายที่ปรากฏจากทัศนธาตุจำนวนมากเหล่านั้นจึงต้องถูกจัดการและควบคุมด้วยหลักการทางองค์ประกอบศิลป์ตัวสุดท้าย คือ “ความเป็นเอกภาพ”

1. เอกภาพ (Unity)

เอกภาพ หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบศิลป์ มิว่าจะเป็น เอกภาพด้านรูปลักษณะและด้านเนื้อหาสาระหรือเรื่องราว จึงกล่าวได้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์จากมรดกด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมของจังหวัดแม่ฮ่องสอนครั้งนี้ ใช้หลักการสร้างความเป็นเอกภาพด้วยกลวิธีการประสาน

1.1 กลวิธีการประสาน (Transition)

กลวิธีการประสานถือเป็นการจัดระเบียบส่วนต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันอย่างหลากหลายอันก่อให้เกิดความสับสนหรือความยุ่งเหยิงให้เกิดความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียว และแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงสัมพันธ์เพื่อสื่อสารให้ผลรวมนั้นไม่อาจแบ่งแยกส่วนใดส่วนหนึ่งออกจากกันได้ กลวิธีการประสานในผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดนี้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 วิธี ได้แก่

1.1.1 การอาศัยตัวกลาง

การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยอาศัยตัวกลางครั้งนี้ใช้กลุ่มสีที่เรียกว่า สีไร้สีสัน หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า สีกลาง (Achromatic Colour) ความหมายของสีไร้สีสัน หมายถึง สีที่ไม่มีความเป็นสีแท้ (Hue) ซึ่งไม่สามารถ

ระบุได้ว่าเป็นสีใด กล่าวอีกลักษณะ คือ กลุ่มสีที่ไม่ได้รับการบรรจุไว้ในวงล้อสี ประกอบด้วย สีดำ สีขาว และสีเทา ดังนั้น แม้สีในผลิตภัณฑ์ครั้งนี้จะมีความหลากหลายเป็นจำนวนมาก หากยังมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ ด้วยกลวิธีแสดงความสัมพันธ์ ยืดโยง และประสานกันด้วยสีกลาง



ภาพที่ 12 ภาพเปรียบเทียบระหว่างสีสันต่าง ๆ ที่อยู่ภายในวงล้อสี (ซ้าย) และแถบสีแสดงกลุ่มสีไร้สีสัน (ขวา) (Itten, 1997)

2. การซ้ำ

การซ้ำ หมายถึง การปรากฏตัวของหน่วยที่มีรูปลักษณะเหมือนกัน นับตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป การซ้ำถือเป็นการรวมตัวกันของหน่วยที่มีความเป็นฝ่ายเดียวกัน เช่น การซ้ำของค่าน้ำหนักไดโนน้ำหนักหนึ่ง การซ้ำของเส้นแนวดิ่งหรือเส้นแนวนอน การซ้ำของสีและการซ้ำของรูปทรงที่เหมือนกัน เป็นต้น การซ้ำมีหลายรูปแบบ อาทิ การซ้ำแบบเรียงลำดับ (Translation in step), การซ้ำแบบสลับซ้าย-ขวา (Reflection about line), การซ้ำแบบหมุนรอบจุด (Rotation about a point), การซ้ำแบบสลับซ้าย-ขวาและหมุนรอบจุด (Reflection and rotation), การซ้ำแบบสลับซ้ายขวาและเรียงลำดับ (Reflection and translation), การซ้ำแบบหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ (Rotation and translation), การซ้ำแบบเรียงลำดับสลับจังหวะ (Reflection and alternate translation) สุดท้ายคือ การซ้ำแบบผสมผสานระหว่างการเรียงลำดับ สลับจังหวะ และหมุนรอบจุด (Reflection, rotation and translation)

ส่วนการเลือกใช้กลวิธีประสานด้วยการซ้ำสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์จากมรดกธรรมชาติและวัฒนธรรมของจังหวัดแม่ฮ่องสอนครั้งนี้ ใช้วิธีการซ้ำแบบผสมผสานระหว่างการเรียงลำดับ สลับจังหวะ และ

หมุนรอบจุด โดยการผสมผสานทั้ง 3 ลักษณะดังกล่าวจะปรากฏการใช้วัตถุหรือลวดลายในแบบเดียวกัน และ จะถูกนำมาจัดวางซ้ำกันอย่างเป็นระเบียบและมีจังหวะที่สม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะ

การอภิปรายข้างต้นถือเป็นผลสำเร็จผลงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการออกแบบและสร้าง ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการชุมชนจังหวัด แม่ฮ่องสอน” หากผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นรูปธรรมอันสามารถผลักดันให้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเร่ง คั้นหารูปแบบพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้คนในชุมชนในฐานะแรงงานฝีมือและเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ผู้คนใน ชุมชนอันเป็นหนึ่งในหัวใจสำคัญเพื่อการสนับสนุนความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มี ประโยชน์ใช้สอยทางกายและจิตใจเพื่อตอบสนองวิถีแฟชั่นแห่งยุคหลังปกติใหม่เพื่อการท่องเที่ยวมูลค่าสูง วงจรการออกแบบหมุนเวียนที่ยึดถือการสะท้อนจิตวิญญาณแห่งรากเหง้าของชุมชน และผลิตขึ้นจากทรัพยากร ในท้องถิ่นของตนเอง การวางแผนการตลาดของผู้นำธุรกิจแฟชั่นชุมชนที่จกนำเสนอโยบายการผลิตสินค้า ปราศจากขยะ การไม่นำกลับมาใช้ใหม่ อันหมายความว่าถึงการสูญสลายกลับคืนสู่ธรรมชาติเพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ แห่งวิถีปกติในสถานการณ์อันไกล และการกระตุ้นมนุษย์พอใจกับกระแสนิยมบนสังคมโลกได้บริโภคผลิตภัณฑ์ แห่งธรรมชาติเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง สำคัญที่สุดคือ การใช้ชีวิตอาศัยอยู่ร่วมกับโรคระบาดและยุคแห่ง การดำเนินวิถีชีวิตปกติหรือกิจวัตรปกติจนคุ้นชิน บทเรียนจากโรคระบาดที่ร้ายแรงครั้งนี้เปรียบเสมือนปรัชญา การหันกลับมาเคารพตนเอง เคารพผู้อื่น เคารพธรรมชาติ และเคารพวัฒนธรรมต้นฉบับ เพื่อการดำรงไว้ใน วัฏฏะแห่งระบบนิเวศวิทยา เพื่อการดำรงชีวิตที่ปลอดภัยจากโรคระบาดที่สามารถอุบัติขึ้นใหม่ในความ แปรปรวนของภัยธรรมชาติ

แนวคิด “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) นับเป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวที่ เติบโตและพัฒนาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบกับมีความเชื่อมโยงกับแนวคิดการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) และลักษณะของ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” (Community based Tourism – CBT) ที่เน้นบทบาทและให้ความสำคัญกับชุมชนในกำหนดทิศทางการบริหารจัดการท่องเที่ยวใน ฐานะผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวและเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) หมายถึง “การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเชิง สร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วม และจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของจุดหมาย ปลายทางของวันหยุดของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังหมายถึงการท่องเที่ยวที่ สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมและมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ อีกทั้งยังเป็ นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่แค่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของ ชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนนั้น ๆ” (กรมการท่องเที่ยว, 2560, หน้า 9)

ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง “แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการรูปแบบและกิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่อาศัยฐานของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งวิถีวัฒนธรรมและธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น

เด่นของชุมชน หรือพื้นที่ในการพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เน้น การสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวอันจะได้รับจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว” (กรมการท่องเที่ยว, 2560, หน้า 14) ซึ่งการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยพื้นฐานสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิม หมายถึง การต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ซึ่งประกอบด้วยทุนทางสังคม วัฒนธรรม และวิเคราะห้ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว, ประการที่สอง คือ การมีส่วนร่วมและประสบการณ์จริง ซึ่งการมีส่วนร่วมและประสบการณ์จริงมักอาศัยจากการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ เช่น ศิลปะ ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่อาศัยในชุมชน ส่วนประการสุดท้าย มีความสำคัญมากเนื่องด้วยการสร้างความแตกต่างในการท่องเที่ยว จำเป็นต้องข้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว.

รายการอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560*.

<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER065/GENERAL/DATA0000/0000359.PDF>.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*.

<http://www.trdnrru.net/img/poster1/project01.pdf>.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถิตินักท่องเที่ยว*.

https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=592.

ชัยพงษ์ สำเนียง. (2560, 13 พฤษภาคม). ความยั่งยืน ยอกย้อน สับสน ของการศึกษาประวัติศาสตร์

ล้านนา. *ประชาไท*, <https://prachatai.com/journal/2017/05/71450>.

รัศมี ชูทรงเดช, นุชนางค์ ชุมดี, วอภัญญา ณ หนองคาย, ปวีณา เพ็ชรล้วน, และ เสาวลักษณ์ เขียนนอก.

(2562). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการสังเคราะห์งานวิจัยของ สกว. ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ในกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) หน่วยวิจัยเชิงยุทธศาสตร์.

รัศมี ชูทรงเดช และคณะ. (2555) *รายงานฉบับสมบูรณ์. โครงการสืบค้นและจัดการมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในอำเภอป่าเยาะ-ปางมะผ้า-แม่ฮ่องสอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน ระยะที่ 3*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.(สกว).

รัศมี ชูทรงเดช และคณะ. (2562). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. โครงการสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยของ สกว. ในจังหวัดแม่ฮ่องสอนในกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) หน่วยวิจัยเชิงยุทธศาสตร์.

ศรีศักร วัลลิโภดมและคณะ. (2559). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการภูมิวัฒนธรรม ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สถาบันไทใหญ่ศึกษา. (2548). *ไทใหญ่*. <http://www.taiyai.org>.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)*.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). การพัฒนาและแก้ไขปัญหาความ
ยากจน ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน. https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7784.

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน. 2549. ประวัติวัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน แม่ฮ่องสอน.

<https://www.m-culture.go.th/maehongson/main.php?filename=index#>

Willett-Wei, M. (Apr 15, 2016). 3 color coordination tips any beginner can master. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/color-coordination-tips-2016-4?amp>.

