

การเพิ่มมูลค่าของที่ระลึกทางวัฒนธรรม  
ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบกล่องดนตรี  
ทำนองเพลงอีสาน หมู่บ้านไทแสก จังหวัดนครพนม  
Value added in Cultural Souvenir with Local  
Wisdom by Putting Isan Melody of Thai Saek  
Community, Nakhon Phanom Province  
in Music Boxes

อัครวัตร เชื่อมกลาง (Akarawat Chaumklang)<sup>1</sup>

Received: November 23, 2019

Revised: April 24, 2020

Accepted: May 26, 2020

## บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมดนตรีและของที่ระลึกของชนเผ่าไทแสก เพื่อเพิ่มมูลค่าของที่ระลึกในรูปแบบกล่องดนตรี และเพื่อประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ดำเนินงานเป็น 3 ระยะ ได้แก่ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก เลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา 2) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากทำนองเพลงไทแสก โดยการวิเคราะห์ เรียบเรียงแปลงข้อมูลเป็นวิธีบรรเลงของกล่องดนตรี 3) เก็บข้อมูลความพึงพอใจผู้บริโภคจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 123 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจงจากนักท่องเที่ยวไทแสก เครื่องมือเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีสรุปผลเป็นรายชื่อ

<sup>1</sup> สาขาวิชาดนตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

พบว่า ชนเผ่าไทแสกมีประเพณีที่สำคัญ คือ พิธีกินเตตเดน บวงสรวงโองมู่ โดยการแสดงแสงเตนสากเป็นการแสดงประกอบดนตรีสองบทเพลง ได้แก่ 1) เพลงหรีนหม่อลุ่มหม่อ 2) เพลงโรมได้แตรก ผู้วิจัยเลือกบทเพลงที่ 1 วิเคราะห์ความเหมาะสม โดยเพลงมีทำนองหลักชัดเจน ทำนองหลักไม่ยาวเกินไป และช่วงเสียงไม่กว้างเกิน จำนวนเสียงในกล่องดนตรี เมื่อสร้างผลิตภัณฑ์กล่องดนตรีที่มีทำนองเพลงของเผ่าไทแสกแล้ว นำมาประกอบกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของเผ่าไทแสกเพื่อเพิ่มมูลค่า ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับกลาง

คำสำคัญ: เพิ่มมูลค่า, ไทแสก, ของที่ระลึก, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, กล่องดนตรี

## Abstract

The purposes of the current study were to study music cultures and souvenirs of Thai Saek Ethnic group in order to create value-added of Thai Saek music box and to evaluate consumers' satisfaction of the developed Thai Saek music box. The study was divided into 3 phases including 1) In-depth interview with key informants-At this stage, targeted groups were purposively selected and the data were analyzed. 2) The creation of Thai Saek music box phase which aimed to utilize the knowledge of Thai Saek music culture to analyze, arrange, and adjust music to produce melody used in the music box creation, and 3) The satisfaction evaluation phase-123 subjects were selected using purposive sampling method from tourists traveling in the community to complete five-scale questionnaires. The statistics used in the data analysis were Mean, Standard Deviation, and Percentage. The findings can be concluded as follows:

The results of the study indicated that the important tradition of the community was "Kin Tet Den", a ceremony held to worship Ong Moo, the holy spirit of the community. "Saek Ten Sak" was performed in this ceremony. Two songs used in this performance are

1) “Wuoun Mo Lum Mo” and 2) “Roam Tae Trak”. The first song was selected to be used in music box because of its salience of the theme, length of the theme and the range of the melody. The developed Thai Saek music box was found to be satisfied at an average level.

**Keywords:** Value-Added, Thai Saek, Souvenirs, Local Wisdom, Music Box

## บทนำ

วิถีของมนุษย์ตั้งแต่โบราณกาลในแต่ละพื้นที่นั้น ล้วนถูกสร้างสรรค์มาจากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เพื่อการเติมเต็มให้ดำรงชีวิตที่ดีและสมบูรณ์ อีกทั้งความเชื่อที่อยู่คู่กับวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ การสืบทอดทางวัฒนธรรม การเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมจากต่างถิ่นทำให้เกิดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมอันดีงามระหว่างเชื้อชาติและพื้นที่ โดยวัฒนธรรมท้องถิ่นถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ถูกหล่อหลอมจากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เป็นมรดกที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น วัฒนธรรมทางดนตรีก็เช่นกันที่ในแต่ละพื้นที่จะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน นักดนตรีวิทยาได้นำวิทยาศาสตร์มาใช้ในการทดลองดนตรีในพื้นที่ต่าง ๆ โดยใช้ทฤษฎีดนตรีตะวันตกเป็นตัวแปรในการทดลองหรือการท้าวิจัย ดนตรีตะวันตกได้ถูกทำการศึกษาตั้งแต่สมัยกรีกโบราณและพัฒนาต่อเนื่องตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมทั้งในเชิงอนุรักษ์และในเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งในด้านเศรษฐกิจนั้น วัฒนธรรมท้องถิ่นได้ถูกนำมาผสมผสานกับข้าวของเครื่องใช้ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม วัสดุสิ่งของ ของที่ระลึกต่าง ๆ ผ่านงานศิลปะแขนงต่าง ๆ รวมถึงวัฒนธรรมทางดนตรีที่ถูกสร้างสรรค์จากการดำรงชีวิตก็ถูกนำมาแสดงในงานต่าง ๆ นอกจากจะเป็นการจรรโลงสังคมแล้ว ยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับนักดนตรีและนักแสดง การนำองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมทางดนตรีมาคิดต่อยอดเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงเป็นเรื่องที่ควรศึกษาเพื่อเป็นการส่งเสริมธุรกิจในพื้นที่ อีกทั้งยังถือเป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นอีกทางหนึ่ง

มนตรี ตรามัท (2540) ให้ความหมายของเพลงพื้นบ้านว่า หมายถึง เพลงของชาวบ้านในท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งในแต่ละท้องถิ่นจะมีการร้องเล่นที่แตกต่างกันออกไปตามสภาพของท้องถิ่นนั้น ๆ

อเนก นาวิกมูล และณรงค์ชัย ปิฎกรัซต์ (2550) ให้ความหมายเพลงพื้นบ้านว่า เพลงพื้นบ้านพื้นเมือง หมายถึง เพลงที่ชาวบ้านร้องเล่นกันมานานโดยเฉพาะในยุคสังคมแบบเกษตรกรรมมีการถ่ายทอดด้วยปากหรือสังเกตจำเอาเอง มักไม่ทราบชื่อผู้คิดท่วงทำนองของแต่ละเพลง การร้องมีทั้งการร้องแบบคนเดียวหรือร้องเป็นกลุ่ม เพลงพื้นบ้านนั้นถือเป็นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ ตามวิถีชีวิตความเป็นอยู่สภาพอากาศ สภาพภูมิศาสตร์ ซึ่งหากแบ่งตามพื้นที่ในประเทศไทยตามภูมิศาสตร์แล้วแบ่งออกเป็นสี่ภาค คือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน ซึ่งภาคอีสานเป็นภาคที่มีคนอยู่ในพื้นที่มากที่สุด จึงมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม หากจะกล่าวถึงวัฒนธรรมทางด้านดนตรีแล้ว เพลงพื้นบ้านอีสานถือว่าเป็นเอกลักษณ์เพราะมีทั้งความไพเราะและความสนุกสนาน อีกทั้งภาคอีสานยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว ทั้งในเชิงธรรมชาติและในเชิงวัฒนธรรม ทำให้เกิดการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก นอกจากรายได้จากที่พักอาหาร ค่าบริการต่าง ๆ จากนักท่องเที่ยวแล้ว การขายของที่ระลึกยังเป็นสิ่งที่สร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่เช่นกัน

ของที่ระลึกเป็นสิ่งที่ชุมชนสามารถนำเอามรดกทางธรรมชาติ หรือมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มาแปลงเป็นกิจกรรมเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ระลึกถึงสถานที่และวัฒนธรรมของพื้นที่นั้นได้ ของที่ระลึกทางวัฒนธรรมที่เป็นที่นิยม เช่น ของใช้ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของเล่น และอื่น ๆ อีกมากมาย ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ป็นรูปธรรม คือ สามารถที่จะจับต้องได้ นักท่องเที่ยวจะรู้สึกผิดหวังถ้าในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีสินค้าของที่ระลึกให้เลือกซื้อ สินค้าของที่ระลึกจึงนับเป็นสิ่งที่ต้องอยู่ควบคู่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นกับแหล่งท่องเที่ยวเสมอ ร้านขายของที่ระลึกนั้นจึงเป็นร้านที่ตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการขายของให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในหลายประเทศได้นำเอาสินค้าของที่ระลึกมาเป็นจุดขายในการท่องเที่ยว โดยพยายามแข่งขันกันจัดเทศกาลลดราคาสินค้าของที่ระลึกเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจึงส่งผลให้ธุรกิจจำหน่าย สินค้าและของที่ระลึกทำรายได้มหาศาลให้กับประเทศไทย ในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวขยายตัวอย่างมาก การคมนาคมขนส่งสะดวกรวดเร็ว การรับและเผยแพร่วัฒนธรรมวัตถุกระจายไปทั่วโลก สิ่งของวัตถุอย่างเดียวกันมีผู้ซื้อไปใช้ทั่วโลก การซื้อสินค้ากลับบ้านจึงมิได้จำกัด

อยู่เฉพาะของซึ่งจะนำไปเป็นของที่ระลึกอีกต่อไป ดังนั้นคำจำกัดความของสินค้าและของที่ระลึกจึงหมายถึง สิ่งของใดก็ตามที่นักท่องเที่ยวซื้อและนำสินค้านั้นกลับไปยังภูมิลำเนาของตน โดยอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน เป็นของฝากหรือเป็นของที่ระลึกก็ได้ โดยเฉพาะของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นตามสภาวะแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และอาจจะเป็นสินค้าที่แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของในท้องถิ่นนั้น ๆ (ฉันทิช วรรณธอม, 2552) ในส่วนวัฒนธรรมทางดนตรีซึ่งถือเป็นนามธรรม ถ้าหากไม่ได้บันทึกลงแผ่นเสียง (ซีดีเพลง) ก็ยากที่จะนำไปเป็นของฝากหรือของที่ระลึกได้ แต่หากมีวัสดุที่สามารถบันทึกทำนองเพลงโดยไม่ต้องใช้ระบบไฟฟ้า มีขนาดเล็ก ราคาไม่แพง และสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับของที่ระลึกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ได้ ช่วยเพิ่มมูลค่าของที่ระลึกได้ วัสดุนั้นคือ กล้องดนตรี

กล้องดนตรีเป็นเครื่องดนตรีเล่นอัตโนมัติชนิดหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะเป็นกล่องไม้ ด้านในมีกลไกเป็นทรงกระบอกหรือจานโลหะที่มีปุ่มเล็ก ๆ ยื่นออกมาจำนวนมากเรียงตามจังหวะกับระดับโน้ตดนตรี และมีเข็มโลหะขนาดต่าง ๆ ซึ่งเป็นตัวกำเนิดเสียงติดตั้งเรียงตัวขวางทางหมุนของปุ่มโลหะเหล่านั้น เมื่อไขลานของกล่อง ทรงกระบอกหรือจานโลหะนั้นจะหมุน ทำให้ปุ่มโลหะเคลื่อนเข้ากระทบและติดเข็มโลหะที่ติดตั้งไว้ เกิดเป็นเสียงดนตรี กล้องดนตรีที่ซับซ้อนขึ้นอาจจะมีทรงกระบอกหรือจานโลหะหลายชิ้น หรืออาจจะมีการติดตั้งกระดิ่งหรือกลองขนาดเล็กเพิ่มเติมอยู่ภายในด้วย สามารถบันทึกทำนองต่าง ๆ ตามที่ต้องการ ด้วยขนาดที่เล็ก ทำให้เป็นการง่ายที่จะติดตั้งเข้ากับสิ่งของต่าง ๆ ได้ หากนำกล้องดนตรีที่มีท่วงทำนองที่เป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมพื้นบ้าน ไปผสมผสานกับของที่ระลึกทางวัฒนธรรม อาจทำให้ของที่ระลึกนั้นมีความน่าสนใจมากขึ้น มีมูลค่าทางสังคมและธุรกิจมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรม ให้เป็นที่รู้จักและสืบทอดสู่คนรุ่นหลัง ให้มีความภูมิใจและรักในวัฒนธรรมของตนเอง

ชาวบ้านชุมชน “อาจสามารถ” เป็นชนกลุ่มพื้นเมืองที่เรียกตนเองว่า “ชาวแสก” มีภาษาพูดเป็นของตนเอง แต่ไม่มีภาษาเขียน แสก หมายความว่า แจ้ง สว่าง ชาวแสกเดิมอาศัยอยู่แถบ 12 ปันนา ต่อมาได้อพยพมาทางใต้อาศัยอยู่ทางเมืองวันห์ เมืองรอง และเมืองเว้ เป็นดินแดนที่ติดต่อกับประเทศจีนและเวียดนาม ชาวแสกตั้งตนเป็นอิสระ ไม่ได้ขึ้นกับใคร วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าไทยแสก คือ วัฒนธรรมทาง

ภาษา การแต่งกาย อาหาร ความเชื่อ พิธีกรรม และการละเล่นแสนสนุก ปัจจุบัน ตั้งอยู่ที่ หมู่บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม หมู่บ้านชาวไทแสงได้รับสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีการจัดการที่พัก บริการ กิจกรรม และของที่ระลึก การดำเนินการการท่องเที่ยวของหมู่บ้านไทแสง ยังได้รับการรับรองมาตรฐานจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี 2552 และ 2555 แต่ในช่วงหลายปีนี้ การท่องเที่ยว วิธีชุมชนของหมู่บ้านไทแสงได้รับความนิยมลดลง อีกทั้งของที่ระลึกที่มียังขาย ไม่ได้ตามเป้าหมาย ประกอบกับชาวไทแสงในพื้นที่ส่วนใหญ่ มีอาชีพรับราชการหรือ ประกอบธุรกิจ และบางส่วนก็ไปประกอบอาชีพนอกถิ่นฐาน ทำให้วิถีทางวัฒนธรรม ได้เปลี่ยนแปลงไป

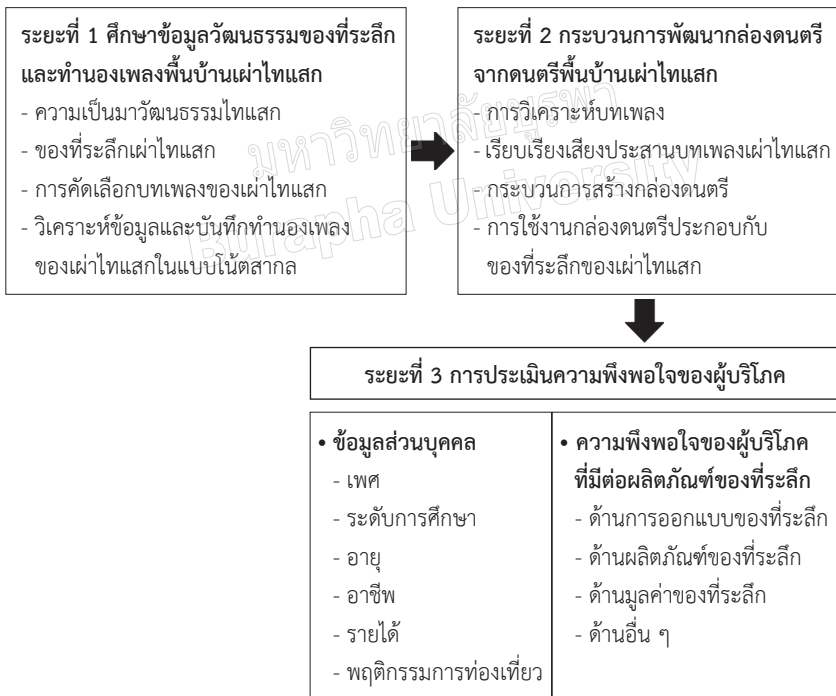
ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในศึกษาวิจัยเรื่อง การเพิ่มมูลค่าของที่ระลึก ทางวัฒนธรรมด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบกล่องดนตรีทำนองเพลงอีสาน เพื่อ ศึกษาวัฒนธรรม ของที่ระลึก และทำนองเพลงพื้นบ้านของชนเผ่าไทแสง นำองค์ความรู้ ที่ได้มาประยุกต์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมพื้นบ้าน ของภาคอีสานในรูปแบบกล่องดนตรี และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางวัฒนธรรม

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมของที่ระลึกและทำนองเพลงพื้นบ้านของเผ่าไทแสง
2. เพื่อเพิ่มมูลค่าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมพื้นบ้านในรูปแบบกล่องดนตรี ในเชิงอนุรักษ์
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ทางวัฒนธรรม

## กรอบแนวความคิดการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นแบบ R&D (research and development) ประกอบไปด้วย 3 ระยะ แบ่งเป็น **ระยะที่ 1** ศึกษาข้อมูลทางวัฒนธรรมของที่ระลึกและทำนองเพลงพื้นบ้านเผ่าไทแสก **ระยะที่ 2** พัฒนาของที่ระลึกทางวัฒนธรรมพื้นบ้านเผ่าไทแสกในรูปแบบกล่องดนตรี **ระยะที่ 3** ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เพิ่มมูลค่าจากการต่อยอดจากองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม



## วิธีการวิจัย

### กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

1.1 ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (purposive sampling) จากผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและดนตรีพื้นบ้านของ

เผ่าไทแสก ได้แก่ กำนันตำบลอาจสามารถ จังหวัดนครพนม ประธานวัฒนธรรมตำบล อาจสามารถ นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญเผ่าไทแสก ศิลปินผู้ขับร้องประกอบการแสดง แสง เสียง เต้นสากและหัวหน้าศูนย์จำหน่ายของที่ระลึกเผ่าไทแสก

1.2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวเผ่าไทแสก ตำบล อาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ในระยะเวลา 1 ปี โดยประมาณ 30,000 คน (จากการสัมภาษณ์) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยว เผ่าไทแสก ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ที่สนใจซื้อของที่ระลึกของ เผ่าไทแสก จำนวน 123 ตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณจำนวนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 91% ค่าความคลาดเคลื่อน  $\pm 9\%$  ตามแนวคิดของท้าวโร ยามาเน่ (ศิริพงศ์ พงษ์ทิพันธ์, 2553)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของ การวิจัยดังต่อไปนี้

**ระยะที่ 1** เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และบันทึกเสียงทำนองดนตรี การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) โดยใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เทปบันทึกเสียง และภาพถ่าย นำมาจัดหมวดหมู่และนำไป วิเคราะห์เพื่อสังเคราะห์ข้อมูล

**ระยะที่ 2** เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ เครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการสร้าง กล้องดนตรีจากทำนองเพลงพื้นบ้านเผ่าไทแสก

**ระยะที่ 3** เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เพิ่มมูลค่าจากการต่อยอดจากองค์ความรู้ ทางวัฒนธรรม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นเครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัยเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยเป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น



### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ดังนี้

1. ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน และ ร้อยละ
2. ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภค ของที่ระลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด (open-ended questions) สรุปผลเป็นเชิงพรรณนา

### ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลวัฒนธรรมของที่ระลึกและทำนองเพลงพื้นบ้านเผ่าไทแสก

#### ข้อมูลด้านความเป็นมา

ชาวไทแสกได้อพยพถิ่นฐานมาจากเมืองวินห์ประเทศเวียดนาม โดยอพยพ มาตามลำน้ำโขง บางกลุ่มตั้งถิ่นฐานอยู่ที่บ้านทอกท่าแค บ้านโพธิ์คำ บ้านหม้อเตริง มาที่แขวงคำม่วน เมืองท่าแขก ประเทศลาว และบางกลุ่มได้อพยพจากฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง ดินแดนประเทศลาว มาอยู่ดินแดนฝั่งขวา ที่บ้านสะเลาปัจจุบันคือบ้านไผ่ล้อม ตำบล อาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม พระสุนทรราชวงษาให้ชนเผ่าแสกที่ตั้งถิ่นฐาน ที่ป่าห้วยโศกตั้งเป็นกองอาทมาต (อาสาศมัคร) ทำหน้าที่คอยลาดตระเวนเฝ้าระวัง ตามชายแดนแม่น้ำโขง พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ทรงพระกรุณา โปรดเกล้าฯ แต่งตั้งชนเผ่าแสกให้เป็นเมืองอาทมาตขึ้นกับเมืองนครพนม โดยให้ ฆานบุตตีเป็นหลวงเอกอาษาทำหน้าที่เป็นเจ้าเมืองอาทมาต และได้เปลี่ยนชื่อเป็น เมืองอาษามารถตามลำดับ ความหมายของแสกอีกความหมายหนึ่ง คือ การเฝ้าระวัง

#### ข้อมูลด้านขนบธรรมเนียมประเพณี

ชนเผ่าไทแสกมีภาษาพูดสื่อสารกันที่เป็นของตนเองแต่ไม่มีภาษาเขียนเป็น ของตนเอง โดยเชื่อว่าเป็นภาษาเวียดนามผสมกับภาษาลาวซึ่งเกิดจากการอพยพ ย้ายถิ่นฐานมาเรื่อย อีกนัยหนึ่งภาษาแสกจะนิยมเป็นคำที่มีเสียงควบกล้ำคล้าย

ภาษาเขมร ชาวไทแสกจะเคารพนับถือโองมู่ ซึ่งถือเป็นบรรพบุรุษของชาวแสก เป็นผู้ที่มีพระคุณต่อลูกหลานรุ่นหลัง ๆ ปัจจุบันมีการตั้งศาลเจ้าเตนหัวโองมู่ ที่ตำบลอาจสามารถ และมีพิธีบวงสรวง “โองมู่” โดยการแสดง “แสกเต้นสาก”

### ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

ชาวไทแสกจะถือเอาวันขึ้น 2 ค่ำ เดือน 3 เป็นวันรวมญาติ โดยมีการจัดซุ้มกิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละคุ้ม และยังถือเป็นการเปิดรับนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยที่หมู่บ้านของชาวไทยแสกจะมีอาหารที่ขึ้นชื่อ คือ ปลาจุ่ม เป็นอาหารที่นักท่องเที่ยวจะต้องมาลิ้มลองรสชาติของปลาแม่น้ำโขง

### ข้อมูลด้านการแสดง

ในสมัยก่อนการเต้นสากของชาวแสกถือว่าเป็นการละเล่นประจำเฉพาะพิธีบวงสรวง “โองมู่” ในวันขึ้น 2 ค่ำ เดือน 3 ซึ่งตรงกับเดือนกุมภาพันธ์ ชาวแสกเรียกว่า “พิธี-กิน-เตด-เดน” จะมีการแสดง “แสกเต้นสากถวายโองมู่” โดยใช้ไม้สากตีกระทบกันเป็นจังหวะ สากที่ใช้ตีในการเต้นสากก็คือ ไม้สากที่เป็นสากดำข้าว ในสมัยโบราณแต่ขนาดยาวกว่าตรงกลางเรียวกเล็ก ไม้รองพื้นสากจะใช้ไม้อะไรรองก่อนก็ได้มีจำนวน 1 คู่ ขอให้มีความเท่ากัน อุปกรณ์ในการเต้นสาก ไม้สากมีลักษณะตรงยาวประมาณ 2 เมตร ใช้เคาะจังหวะประมาณ 5-6 คู่ การวางไม้ สากจะจัดเป็นช่วง ๆ ห่างกันประมาณ 50 เซนติเมตร ต่อ 1 คู่ ไม้รองพื้นสาก มีขนาดใหญ่และยาวกว่าไม้สากมี 1 คู่ ขนาดกว้างยาวเท่ากันยาวประมาณ 5-7 เมตร สำหรับเป็นฐานรองไม้สากจังหวะการตีสาก สมัยโบราณในการเคาะจังหวะจะใช้ไม้สากดำข้าว ไม่มีการเตรียมจับไม้สากมาเคาะเป็นจังหวะได้เลย ปัจจุบันจังหวะการตีสากจะมีหลายจังหวะด้วยกัน หากคนตีสากไม่เป็นและเต้นสากไม่เป็นหรือเต้นไม่ถูกจังหวะ ไม้สากก็จะตีกระทบขาคนที่เต้นทำให้เกิดการเจ็บปวดได้ จะไม่เหมือนกับรำลาวกระทบไม้ เพราะต้องฝึกและต้องใช้เวลาพอสมควรซึ่งยากนักจะมีคนตีและเต้นได้เหมือนชาวแสก เพราะจังหวะเร็วก็เร็วมาก ถ้าไม่ฝึกจนชำนาญจะไม่สามารถเต้นได้ มิใช่ว่าจะนำไปแสดงได้ตลอดไปก่อนที่จะนำไปแสดงที่อื่น จะต้องทำพิธีขออนุญาต “โองมู่” ขออนุญาตแล้วจึงนำไปแสดงเต้นสาก การนำไปแสดงโดยไม่ได้ขออนุญาตก็จะมีเหตุให้มีอันเป็นไป เช่น ทำให้เจ็บไข้ไม่สบายโดยหาสาเหตุไม่ได้หรือเกิดอุบัติเหตุโดยไม่คาดคิดได้ คนตรีที่ใช้ประกอบจังหวะเป็นดนตรีพื้นบ้าน มีกลองหาง ซ้อง ฉิ่ง ฉาบ ผู้ให้จังหวะ

ส่วนมากจะเป็นผู้ชาย ผู้แสดงแสดเต้นสาก ผู้ทำหน้าที่เคาะไม้สากจะนั่งตรงข้ามจับคู่กันประมาณ 4-7 คู่ แล้วแต่ความยาวของไม้ร้องไม้สาก จะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชายก็ได้ ผู้เต้นจะทำท่าเต้นคล้าย ๆ กับลาวกระทบไม้แต่จังหวะการเต้นจะเร็วกว่ามาก จะมีทั้งเต้นเดี่ยว เต้นเป็นคู่ มีจังหวะช้า จังหวะเร็ว ผู้เต้นจะมีทั้งชายและหญิง ผู้ขับร้องเนื้อเพลงภาษาแล้ว ประกอบดนตรีจะเป็นผู้หญิงหรือชายก็ได้ เครื่องแต่งกายในการแสดงเต้นสาก ผู้ชายเสื้อดำแขนสั้น ผ้าย้อมหม้อสีคราม เสื้อคอกลมติดกระดุมด้านหน้า กางเกงขาก๊วยหรือขาครึ่งท่อ ผ้าคาดเอวเป็นผ้าขาวม้า เป็นลายตะล่องสีแดง ส่วนผ้าพาดบ่าใช้ผ้าสีแดงล้วน ผู้หญิงเสื้อแขนยาวสีดำอกติดกระดุมด้านหน้า ผ้าถุงสีดำมีเชิงที่ปลายผ้าถุง ผ้าถุงยาวกรอมเท้า ผ้าคาดเอวนิยมเป็นผ้าลายเดียวกันกับลายเชิงผ้าถุงผ้าเปี่ยงซ้าย นิยมใช้ผ้าสีแดง นิยมใส่ตุ้มหู กำไลขา และสร้อยขาและสร้อยคอ ผมนิยมไว้ผมยาวเกล้ารัดมวย

### ข้อมูลด้านของที่ระลึก

เพื่อรองรับการท่องเที่ยวมีการทำของที่ระลึกจำหน่ายโดยมีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตั้งอยู่ตรงข้ามกับศาลเจ้าเคนหัวโองมู่ ของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายได้แก่ เสื้อ กระเป๋า หมวก เครื่องประดับ ตุ๊กตา พวงกุญแจ ฯลฯ เรียงลำดับสินค้าที่เป็นที่นิยม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของชนเผ่าไทแสกได้มีการปรับเปลี่ยนจากเดิมโดยมีทีมวิจัยมาพัฒนาของที่ระลึก (ก่อนที่ผู้วิจัยเข้าพื้นที่) ได้ออกแบบจากข้อมูลของชนเผ่าไทแสก เป็นสัญลักษณ์คล้าย “นกแสก” ใช้สีดำและสีแดงซึ่งถือเป็นสีประจำในการแต่งกายของ ชาวไทแสก

### ข้อมูลด้านวัฒนธรรมทางดนตรี

นอกจากเอกลักษณ์จากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไทแสกแล้ว ชาวไทแสกยังมีเอกลักษณ์วัฒนธรรมทางด้านดนตรีที่มีความน่าสนใจ และเป็นสิ่งที่ชาวไทแสกภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งในภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ ชาวแสกมีบทเพลงสำหรับประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ และบทเพลงในวิถีชีวิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นหลายบทเพลงที่แต่งโดยคุณตาเหลื่อ ราชลัย คุณตาออน สาระชัย คุณลุงโต้ย และคุณลุงตึก อาจสามารถ เช่น เพลงประวัติแสก เพลงแหงนตรูทั่ว เพลงรานสามหน้าสี่ เพลงแอ่งเสียงหนอง เป็นต้น เพลงประกอบพิธีการแสดงแสดเต้นสากสองบทเพลง ได้แก่ เพลงโรมไถ่แทรก และ เพลงหวีนหมอลุ่มหม่อ

### การวิเคราะห์ข้อมูลดนตรี

ผู้วิจัยได้คัดเลือกบทเพลงหรีนหมอลุ่มหม่อเพื่อใช้ในการวิจัยซึ่งเป็นบทเพลงที่เหมาะสมกับการสร้างสรรค์กล่องดนตรี จากการวิเคราะห์บทเพลงพบว่า เป็นเพลงที่มีทำนองหลักชัดเจน ทำนองหลักไม่ยาวเกินไป และทำนองช่วงเสียงไม่กว้างเกินจำนวนเสียงในกล่องดนตรี โดยมีเนื้อร้องและความหมายดังต่อไปนี้

#### เพลงหรีนหมอลุ่มหม่อ (ฟ้าใหม่ฝนใหม่)

เพลงประกอบการแสดงแสงสาดั้นสาก พร้อมคำแปลภาษาไทย

หรีนหน้าถุ่มหรีนหลายหน้าหลัก หลีกเด็กหมักสู้เล่นหน้าหรีน  
(ฝนมากน้ำท่วมหลายน้ำลึก) (เด็ก ๆ ชอบลงเล่นน้ำฝน)

เด็กบ้านเตอรังสาวบ้านคิน อยู่ตร่างหรีน หรีนหมอลุ่มหม่อ  
(เด็กบ้านใต้ไล่สาวบ้านเหนือ) (อยู่ท่ามกลางฟ้าใหม่ฝนใหม่)

ถุ้งวีซิปโทรบถุ้งวีกาด ถุ้งหรีงกาดโทรบหรงอนใหม่ตรา  
(กระดังตีครอบคว่ำกระดังขาด) (กระดังเชิงเก็บคว่ำไว้ที่กอไม้ไผ่)

โกโล่บหลายมันโบะไต้ดุงทา โบะเรงโห่งหมา ไต่ห่วยงโฮยบ่วยเกด  
(อย่าโล่บมากมันไม่ได้อะไร) (ไม่เท่าขี่หมา ได้ย่ำเวลาเจ็บป่วย)

อยู่พันถร่อนหอมเบรียนหรงเส้น อยู่อ่างเดินหรงทั้งหั่วลิ่งขวาง  
(อยู่คนเดียวนั่งดูดวงดาวเล่น) (อยู่กลางแจ้งคิดถึงเวลาทำงานด้วยกัน)

เด็กหล่นหม่อพัฒนานกว่าเก่า เด็กสาวเด็กบ่าว เสื่องกินทรูพีหน่วง  
(สาวรุ่นใหม่พัฒนานกว่าเดิม) (ผู้สาวผู้บ่าวรักกันเหมือนพี่เหมือนน้อง)

โซ่กินห้วงหวง...ประเพณีแรกกร โอ โห้ โอ โห้ โห

(ช่วยกันห้วงหวง.... นี่แหละประเพณีแรก)

ผลวิเคราะห์บทเพลงตามหลักดนตรีตะวันตก การแปรข้อมูลดนตรีเป็นสัญลักษณ์กำหนดตำแหน่งในการเกิดเสียงของกล่องดนตรี และกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์

## หรีนหมอลุ่มหม่อ

(เพลงฟ้าใหม่ฝนใหม่) เพลงพื้นบ้านเผ่าไทแสก

คุณเล่งตึก อาจสามารถ

บันทึกโน้ตสากลโดย อ.อัศวรัตน์ เชื้อมกกลาง

$\text{♩} = 72$

หรีน หน้า ทุม หรีน หลาย หน้าหลัก หลีก แด็กหมัก สู เส้น หน้าหรีน แด็ก บ่าน

เดอ ราง สาว บ่าน คีน อยู่ ตร่าง หรี หรีน หม่อ ลุ่ม หม่อ

ถุ้ง รี่ ชับ - โทรม ถุ้ง รี่ กาด - ถุ้ง หรีง กาด - โทรม หงอน ใหม่ ตร่า

- ไก่ โสภหลาย มัน โบะ ไค่ตุง ทา โบะ เรง ไห่ง หม่า - ไค่ หยง โสย บ่วย

เกิด อยู่ พัน ถรอ - หม่อม เบเรียน หร่ง เส้น-อยู่ อย่าง เด็น

- หรอ หัง หั่ว ลีอง ขว้าง แด็ก หล่น หม่อ - พื-ณ นา กว่า เก่า

- แด็ก สาว แด็ก บ่า - ลีอง กัน ทู พื ห่วง โสย กัน ห่วง

หวง - ประ เพ ณี แกรก - โส - โห โส โห โส

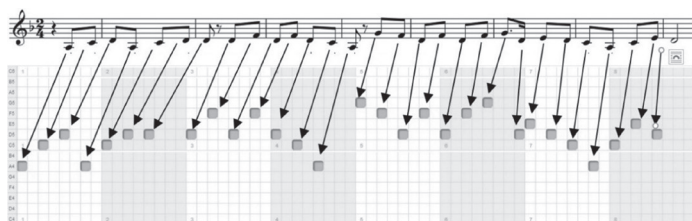
ผลการวิเคราะห์บทเพลงตามหลักดนตรีตะวันตก เพลงหรีนหมอลุ่มหม่อม  
มีรูปแบบโครงสร้างของบทเพลงประกอบไปด้วยท่อนเพลงดังต่อไปนี้

ท่อนที่ 1 ท่อนนำเสนองานองหลัก ท่อนที่ 2 ท่อนแปรงานองหลัก 1 ท่อนที่ 3  
ท่อนแปรงานองหลัก 2 ท่อนที่ 4 ท่อนจบ 1 ท่อนจบ 2 (ท่อนโอ)



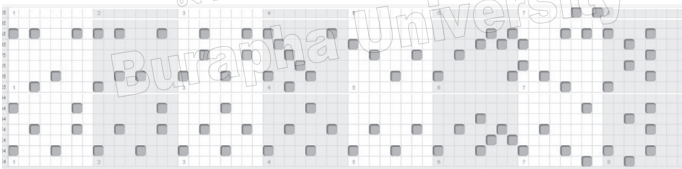
การแปรข้อมูลดนตรีเป็นสัญลักษณ์เพื่อกำหนดตำแหน่งในการเกิดเสียงของ  
กล่องดนตรี

ทำนองหลักเพลงหรีนหมอลุ่มหม่อม มีความยาวจำนวน 8 ห้องเพลง (ไม่รวม  
จังหวะหยุดในช่วงท้าย) ในอัตราจังหวะ 2/4 โดยมีทำนองหลักและการกำหนด  
ตำแหน่งในการบรรเลงทำนองหลักของเพลงหรีนหมอลุ่มหม่อมของกล่องดนตรี ดังนี้



ภาพที่ 1 การแปรเพื่อกำหนดตำแหน่งทำนองหลักเพลงหรีนหมอลุ่มหม่อมสำหรับกล่องดนตรี

พริ่น พญา อุ่น พริ่น พริ่น พญา พลิก พลิก แดก หมัก สู้ เล้น พญา พริ่น แดก บาน



## 2. ผลกระทบจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

โครงสร้างของกล่องดนตรี มีสองลักษณะ คือ แบบไซลานและแบบใช้มือหมุน แต่ทั้งสองประเภทมีโครงสร้างคล้ายกัน แตกต่างกันเพียงแค่การไซลานเท่านั้น โดยมีโครงสร้างดังนี้

- 1) ฐานกลองดนตรีขนาด 50.5 X 43.9 มิลลิเมตร 2) เฟืองที่ใช้ในการหมุน  
กระบอกหมุดโน้ตดนตรี 3) กระบอกหมุดโน้ตดนตรีในการกำหนดการบรรเลง  
4) หวีโน้ตเป็นอุปกรณ์ที่ทำให้เกิดระดับเสียง 5) ลานสปริงสำหรับควบคุมการหมุน  
ของกระบอกหมุดโน้ตดนตรี 6) ตั้มล้อใบพัดสำหรับการเหวี่ยงให้ลานสปริงหมุน



ภาพที่ 3 ส่วนประกอบของกล่องดนตรี

ขั้นตอนการสร้างสร้งกล่องดนตรี สิ่งที่สำคัญที่สุดในการการสร้างสร้งกล่องดนตรี คือ กระบอกหมุดไม้ดนตรี เพราะจะเป็นการกำหนดว่ากล่องดนตรีนั้นจะมีทำนองอย่างไร มีขั้นตอนดังนี้

- ขั้นตอนแรกในการทำกระบอกหมุดไม้ดนตรี คือนำแผ่นเหล็กขนาด  $4 \times 2$  เซนติเมตร มาติดกับแบบ ใช้เหล็กปลายแหลมตอกตามจุดที่กำหนดไว้ ให้แผ่นเหล็กนูนออกมาเป็นหมุดประมาณ 1 มิลลิเมตร
- ม้วนแผ่นเหล็กเป็นทรงกระบอกตามแนวขวาง ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 1.5 เซนติเมตร
- ประกอบกระบอกหมุดไม้ดนตรีเข้ากับเฟืองหมุน
- ประกอบเข้ากับฐานกล่องดนตรี โดยวางตำแหน่งของกระบอกหมุดไม้ดนตรีให้หมุดตรงกับระดับเสียงในหวีเสียงโน้ต และระวังอย่าให้กระบอกหมุดไม้ดนตรีอยู่ชิดหรือห่างจากหวีเสียงโน้ตเกินไป เพราะจะทำให้เสียงไม่ดัง หรือลานติดขัดได้

หลังจากที่ประกอบกล่องดนตรีเรียบร้อยแล้ว นำไปติดตั้งในกล่องเพื่อเป็นการทำให้เสียงมีความก้องกังวาล และเป็นการปกป้องไม่ให้อะไรไปโดนกับตุ้มล่อใบพัด เพราะอาจทำให้กล่องดนตรีเสียหายได้

### 3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภค

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็นเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ นำเสนอในรูปแบบของจำนวนและร้อยละ



**ตารางที่ 1** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	44	35.77
หญิง	79	64.23
รวม	123	100.0

**ตารางที่ 2** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	31	25.20
10,000 - 20,000 บาท	60	48.78
20,001 - 30,000 บาท	24	19.51
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	8	6.50
รวม	123	100.0

**ตารางที่ 3** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	23	18.70
20 - 35 ปี	67	54.47
36 - 50 ปี	21	17.07
มากกว่า 50 ปี	12	9.76
รวม	123	100.0

**ตารางที่ 4** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	28	22.76
ปริญญาตรี	81	54.47
สูงกว่าปริญญาตรี	14	11.38
รวม	123	100.0

**ตารางที่ 5** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	16	13.01
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	37	30.08
พนักงานบริษัทเอกชน	28	22.76
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	19	15.44
ค้าขาย/รับจ้าง	23	18.70
<b>รวม</b>	<b>123</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1-5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุประมาณ 20-35 ปี มีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

### 3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคของที่ระลึกโดยใช้เกณฑ์การประเมินผลดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

**ตารางที่ 6** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจโดยรวมในแต่ละด้านของผู้บริโภค

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการออกแบบของที่ระลึก	3.39	.944	ปานกลาง
ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.17	.979	ปานกลาง
ด้านมูลค่าของที่ระลึก	3.66	.924	มาก
ด้านอื่น ๆ	3.21	.908	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.35</b>	<b>.938</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า ผลประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.35$ ) อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านมูลค่าของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.66$ ) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการออกแบบของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.39$ ) และด้านอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.21$ ) อยู่ในระดับปานกลาง และด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีค่าน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.17$ ) อยู่ในระดับปานกลาง

**ตารางที่ 7** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจด้านการออกแบบของที่ระลึก

ความพึงพอใจด้านการออกแบบของที่ระลึก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์	3.63	.867	มาก
ความสวยงามของผลิตภัณฑ์	3.94	.788	มาก
ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์	3.12	1.124	ปานกลาง
ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์	3.23	.897	ปานกลาง
ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตของผลิตภัณฑ์	4.01	.812	มาก
การออกแบบผลิตภัณฑ์	3.38	1.086	ปานกลาง
วัสดุที่ใช้ทำการผลิตผลิตภัณฑ์	2.82	1.141	ปานกลาง
ความไพเราะของเพลงในกล่องดนตรี	3.35	.934	ปานกลาง
ขนาดของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	3.03	.854	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.39</b>	<b>.944</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า ความพึงพอใจด้านการออกแบบของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.39$ ) อยู่ในระดับปานกลาง โดยความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.01$ ) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ความสวยงามของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.94$ ) อยู่ในระดับมาก ขณะที่วัสดุที่ใช้ทำการผลิตมีค่าน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 2.82$ ) อยู่ในระดับปานกลาง

### ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของ ที่ระลึก

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผลิตภัณฑ์กล่องเก็บของแบบที่ 1	3.29	.861	ปานกลาง
ผลิตภัณฑ์กล่องเก็บของแบบที่ 2	2.81	1.028	ปานกลาง
บรรจุภัณฑ์กล่องใส่ตุ๊กตาของที่ระลึก	3.06	1.115	ปานกลาง
ตุ๊กตาที่มีฐานเป็นกล่องดนตรี	3.52	.912	มาก
รวม	3.17	.979	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่า ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.17$ ) อยู่ในระดับปานกลาง โดยตุ๊กตาที่มีฐานเป็นกล่องดนตรีมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.52$ ) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์กล่องเก็บของแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.29$ ) อยู่ในระดับปานกลาง และผลิตภัณฑ์กล่องเก็บของแบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ( $\bar{X} = 2.81$ ) อยู่ในระดับปานกลาง

### ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจด้านมูลค่าของที่ระลึก

ความพึงพอใจด้านมูลค่าของที่ระลึก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ราคาเหมาะสมกับวัสดุ	4.34	1.042	มาก
ความคุ้มค่าตามคุณค่าทางวัฒนธรรม	3.54	.856	มาก
มูลค่าเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย	3.27	1.058	ปานกลาง
ราคาที่คนทุกวัยสามารถซื้อได้	3.98	.813	มาก
ราคาถูกกว่าที่ผู้บริโภคคำนวณไว้	3.17	.852	ปานกลาง
รวม	3.66	.924	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ความพึงพอใจด้านมูลค่าของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.66$ ) อยู่ในระดับมาก โดยราคาเหมาะสมกับวัสดุมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.34$ ) อยู่ใน ระดับมาก รองลงมา คือ ราคาที่คนทุกวัยสามารถซื้อได้มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.98$ ) อยู่ใน ระดับมาก และราคาถูกกว่าที่ผู้บริโภคนคำนวณไว้มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.17$ ) อยู่ใน ระดับปานกลาง

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจด้านอื่น ๆ

ความพึงพอใจด้านอื่น ๆ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ของที่ระลึกดึงดูดให้มาท่องเที่ยวอีกครั้ง	3.91	.799	มาก
ของที่ระลึกสามารถเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรม	3.04	.832	ปานกลาง
ของที่ระลึกเหมาะกับคนทุกวัย	2.61	1.157	ปานกลาง
ของที่ระลึกเหมาะกับการเป็นของฝาก	3.31	.845	ปานกลาง
รวม	3.21	.908	ปานกลาง

จากตารางที่ 10 พบว่า ความพึงพอใจด้านอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.21$ ) อยู่ในระดับปานกลาง โดยของที่ระลึกดึงดูดให้มาท่องเที่ยวอีกครั้งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.91$ ) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ของที่ระลึกเหมาะกับการเป็นของฝากมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.31$ ) อยู่ในระดับปานกลาง และของที่ระลึกเหมาะกับคนทุกวัยมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 2.61$ ) อยู่ในระดับปานกลาง

### 3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ

จากข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

1. ควรมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย
2. กล่องดนตรีเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ เพราะส่วนใหญ่จะไม่ค่อยได้ยืมทำนองแบบไทย
3. ราคาของสินค้ามีความเหมาะสม
4. ทำนองเพลงฟังดูแปลก แต่รับรู้ได้ถึงความเป็นไทย
5. การสร้างคู่มือในการอธิบายความเป็นมาของสินค้า จะทำให้สินค้ามีความน่าสนใจมากขึ้น

### อภิปรายผล

การเพิ่มมูลค่าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบกล่องดนตรี ทำนองเพลงอีสาน หมู่บ้านไทแสง จังหวัดนครพนม เป็นการนำมรดกทาง

วัฒนธรรมจากภูมิปัญญาของคนในพื้นที่ รวมทั้งขนบธรรมเนียมประเพณี มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในปัจจุบัน แนวคิดการนำทุนทางวัฒนธรรมที่สั่งสมมาต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่า ถือเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของบรรพบุรุษ โดยการดึงเอาเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่มีความน่าสนใจมาสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานที่มีคุณค่า สอดคล้องกับ สุกฤตา ทิรัณยขวลิต (2559) ที่มีแนวคิดในพัฒนาการเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าของฝากของที่ระลึก จากการนำต้นทุนทางวัฒนธรรม คือ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ และศิลปะพื้นถิ่นมาผสมผสานกับสินค้าที่ระลึก เพื่อให้เกิดความร่วมมือโดยการหาอัตลักษณ์ไทย และใช้หลักการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้นตามวิธีการและแนวทางการออกแบบสินค้าที่ระลึกจากวัฒนธรรมร่วมกับกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างคุณค่า เพิ่มมูลค่า สร้างการจดจำ สร้างรายได้ ให้กับคนในท้องถิ่น ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ และยังเป็นการรักษาอัตลักษณ์ความเป็นไทย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในครั้งนี้ ผู้วิจัยยังมีแนวคิดในการนำวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม นั่นคือวัฒนธรรมทางดนตรี มาใช้ในการสร้างสรรค์ชิ้นงานที่เป็นรูปธรรม คือ ของที่ระลึกที่สามารถจับต้องหรือมองเห็นได้ สอดคล้องกับ รัชนิวรรณ บุญอนันต์ (2560) ที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกทางวัฒนธรรมตำบลไทรตรังซ์ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร โดยแบ่งมรดกทางวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เป็นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานมรดกทางวัฒนธรรมตำบลไทรตรังซ์

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้ศึกษาความพึงพอใจในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านมูลค่าผลิตภัณฑ์ และด้านอื่น ๆ ซึ่งความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยรวมในทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยตัวแปรด้านเพศ ระดับการศึกษา อายุ อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว รวมถึงส่วนประสมทางการตลาด มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก สอดคล้องกับ กฤติกา สายณะรัตน์ชัย (2554) ที่ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว มีส่วนในความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก

โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านผลิตภัณ์ ด้านราคา (มูลค่า) และด้านการจัดจำหน่าย ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับปานกลาง

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
  - 1.1 อนุรักษ์และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของคนในท้องถิ่น
  - 1.2 สืบสานและต่อยอดศิลปวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาในท้องถิ่น
2. ข้อเสนอแนะเชิงพาณิชย์
  - 2.1 ส่งเสริมและสร้างรายได้โดยการพัฒนาผลิตภัณ์ของที่ระลึกจากภูมิปัญญาท้องถิ่น
  - 2.2 ส่งเสริมและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม
3. เชิงวิชาการ
  - 3.1 สร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น
  - 3.2 ถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านวัฒนธรรมดนตรีจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. ศึกษาวัฒนธรรมทางดนตรีในชนเผ่าไทแสกในมิติอื่น เช่น การเรียบเรียงบทเพลงให้วงดนตรีตะวันตกได้บรรเลง การนำบทเพลงเรียบเรียงเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชนเผ่าไทแสก
2. ศึกษาการนำวัฒนธรรมพื้นบ้านของชนเผ่าต่าง ๆ มาประยุกต์สร้างสรรค์ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. ศึกษาและเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมพื้นบ้านในภาคอีสานและพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทย
4. ศึกษาการนำมรดกทางวัฒนธรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทั้งในเชิงอนุรักษ์และการสร้างมูลค่า

## รายการอ้างอิง

- กฤติกา สายณะรัตรชัย. (2554). ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและของที่ระลึก  
สำหรับนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,  
สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉันทซ์ วรรณณอม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- มนตรี ตราโมท. (2540). *ดุริยางคศาสตร์ไทย ภาควิชาการ*. กรุงเทพฯ: พิณเนศปิ่นดั่ง  
เซ็นเตอร์.
- รัชนีวรรณ บุญอนนท์. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกทางวัฒนธรรมตำบล  
ไทรตรังเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารการวิจัย  
กาสะลองคำ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 11(ฉบับพิเศษ), 267-278.
- ศิริพงศ์ พฤทธิพันธุ์. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับธุรกิจ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:  
ฮาซันพรีนติ้ง.
- สุกฤตา หิรัณยขวลิต. (2559). นวัตกรรมของฝากจากทุนทางวัฒนธรรม. *วารสาร  
นักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*, 36(2), 14-22.
- อเนก นาวิกมูล และณรงค์ชัย ปีกูร์ชต์. (2550). *เพลงพื้นบ้าน*. กรุงเทพฯ: สารคดี.