

การประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ Adding Value of Baisri Products from the Government Lottery

กาญจนา เฟื่องศรี^{1*}, ชลธิชา ศิริประยงค์², นภสวรรณ แก้วยาสี³, รุ่งฤดี ยุทธศาสตร์⁴ และธัญญาภรณ์ บุญยีน⁵
Kanchana Fuangsri^{1*}, Cholticha Siriprayong², Napasawan Kaewyasi³, Rungrade Yuttasat⁴
and Thanyapon Boonyuen⁵

^{*1,2,3} สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี 72000

^{4,5} สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ วิทยาลัยอาชีวศึกษานครสวรรค์ นครสวรรค์ 60000

^{*1,2,3} Department of Home Economics, School of Culinary Arts, Suan Dusit University, Suphanburi 72000

^{4,5} Department of Home Economics, Nakhonsawan Vocational College, Nakhonsawan 60000

Received : March 31, 2025 Revised : March 13, 2026 Accepted : March 27, 2026

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรี 2) ประดิษฐ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ และ 3) กำหนดแนวทางการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีด้วยบายศรีเป็นศิลปะประดิษฐ์ชั้นสูงของไทย ที่ถ่ายทอดให้เห็นถึงความละเอียดอ่อนและสง่างาม ตั้งแต่กระบวนการทำงานปรากฏเป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์ จึงต้องอาศัยประสบการณ์และทักษะขั้นสูงในการประดิษฐ์ ส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรี อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.30) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.54) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.59) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.62) 2) งานประดิษฐ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิเลือกรูปแบบที่ 5

เนื่องจากมีความสวยงาม ด้านรูปทรง องค์ประกอบทางศิลปะ และ 3) แนวทางการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการควรพัฒนาให้มีความวิจิตร ประณีต คุณภาพดี และมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

Abstract

This research study aims to: 1) study the general condition and consumer needs regarding factors in the marketing mix of Baisri souvenir products, 2) Create prototypes of Baisri souvenir products from the lottery and 3) Determine guidelines for creating Baisri souvenir products from the lottery. The population and sample were 5 experts and 400 tourists. Using interviews and questionnaires as research tools. Statistics used in data analysis include mean, standard deviation. and analyzed descriptive data. The results of the research found that 1) The general condition of Baisri souvenir products Baisri is a high-class Thai invention. That conveys delicacy and elegance from the making process until it appears as a complete piece of work. Therefore, it requires experience and advanced skills in invention, as for the needs of tourists who have handicrafts of Baisri souvenir products, At the highest level in every aspect by arranging the average from highest to lowest, it was found that the product side ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.30), the price side ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.54), the marketing promotion side ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.59),

คำสำคัญ : การประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์, ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก, บายศรี, ลอตเตอรี่

*กาญจนา เฟื่องศรี

E-mail : kanchana_fua@dusit.ac.th

and the distribution channel side ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.62), 2) inventing prototypes of Baisri souvenir products from the lottery, it was found that experts chose the fifth model because of its beauty in terms of shape and artistic elements, and 3) Guidelines for inventing products Entrepreneurs should develop them to be exquisite, refined, of good quality, and have local characteristics.

Keywords : Product Development, Souvenir Products, Baisri, Lottery Tickets

1. บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการพัฒนากการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ให้กับชุมชน รวมทั้งพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีสู่ชุมชน ประโยชน์ที่รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยว อาทิ การยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงระบบสาธารณสุขและการขนส่ง การมีแหล่งนันทนาการและการกีฬาแห่งใหม่ การมีร้านอาหารและพื้นที่สาธารณะเพิ่มขึ้น รวมถึงการมีตัวเลือกจำนวนมากของสินค้าและอาหารที่มีคุณภาพ คุณค่าทางวัฒนธรรมและประเพณีได้รับการทำนุบำรุงขึ้นมาใหม่ การท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมการทำนุบำรุงและเป็นการส่งต่อประเพณี และวัฒนธรรมดั้งเดิม รวมทั้งช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์และการจัดการอย่างยั่งยืนต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ การปกป้องมรดกของท้องถิ่นและฟื้นฟูงานฝีมือศิลปะและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนเรียนรู้คุณค่าของแหล่งวัฒนธรรมและธรรมชาติที่มีความสำคัญต่อรายได้การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกท้องถิ่นและของชาติ อีกทั้งยังส่งผลให้เกิดความใส่ใจในการอนุรักษ์ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในด้านการดำเนินงานและการพัฒนากการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่มีหลากหลายอย่างยั่งยืน (อิศราพร ใจกระจ่าง, และคณะ, 2559)

จังหวัดเลย ถือเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติและสงบสวยงาม ตั้งอยู่บนฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขง และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายทางศิลปกรรมและทางวัฒนธรรมในแห่งเดียวกัน เช่น มีโบราณวัตถุและโบราณสถาน และมีความสงบเรียบง่ายและความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของประชาชนนักท่องเที่ยว จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น เช่น พระธาตุศรีสองรัก วัดศรีคุณเมือง เชียงคาน ภูกระดึง เพื่อที่จะเห็นสภาพวัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่

แบบดั้งเดิม และมาเพื่อสัมผัสบรรยากาศความสงบ หรือหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากในเมืองเพื่อหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ (ณัฐพล ต้นดวงศ์ตระกูล, 2554) ซึ่งการท่องเที่ยวจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมในด้านธุรกิจของฝากของที่ระลึก โดยธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกในปัจจุบันมีทั้งสินค้าที่เป็นศิลปหัตถกรรมพื้นเมือง ได้แก่ บายศรีของที่ระลึก หัตถกรรมจักสาน ของที่ระลึก ผิดาโชน เป็นต้น และสินค้าที่เป็นของฝากทั่วไปให้แก่นักท่องเที่ยว มีการจำหน่ายสินค้าตั้งแต่ระดับท้องถิ่นหรือชุมชนหมู่บ้านตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ศูนย์การค้า โรงแรม และสนามบิน ส่งผลให้สินค้าที่ระลึกกลายเป็นสินค้าและธุรกิจสำคัญ ทำให้สามารถรายได้เข้าสู่ประเทศและชุมชน ประกอบกับภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมให้แต่ละท้องถิ่นมีรายได้และอาชีพจากการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในรูปแบบของสินค้าพื้นเมือง โดยเฉพาะบายศรีของที่ระลึก ซึ่งเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจในการหลักการออกแบบและสามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน จึงทำให้ธุรกิจสินค้าที่ระลึกบายศรีได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการมากขึ้น

“บายศรี” เป็นงานประดิษฐ์ดอกไม้ใบตองแบบประณีตศิลป์ที่มีค่าอย่างยิ่งสำหรับชาวไทย ปัจจุบันพบว่าผู้คนมีความเชื่อและนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเทพเจ้าในความเชื่อต่าง ๆ อย่างกว้างขวางและมีศรัทธาว่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเทพเจ้าที่ตนนับถือสามารถดลบันดาลให้มีความเจริญรุ่งเรืองและประสบความสำเร็จ มีความสุขในชีวิตได้ (सानนท์ ด่านภักดี, 2565) ช่วงทศวรรษที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าชาวไทยนับถือทั้งเทพเจ้าในสรวงสวรรค์ที่อยู่ในระดับชั้นพรหม ชั้นเทพ มีทั้งฝ่ายชาย ฝ่ายหญิง บรรดาเทพเจ้าต่าง ๆ เหล่านั้นจะมีเทพเจ้าชั้นสูงของพราหมณ์รวมอยู่ด้วยหลายพระองค์ ผู้ที่สืบเชื้อสายจากพราหมณ์หรือผู้ที่เชื่อว่าจะสามารถสื่อสารกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้ จึงมักจัดทำบายศรีเป็นเครื่องสักการะ เพราะบายศรีถือเป็นของสูงของบริสุทธิ์ สมควรอย่างยิ่งในการนำมาสักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนนับถือ ไม่ว่าจะเป็นการบวงสรวง สักการะบูชา หรือไหว้ครูประจำปี เพื่อขอความสิริมงคลแก่ตนเอง จึงนิยมนำบายศรีไปบูชา จึงทำให้มีการคิดค้นวิธีการประดิษฐ์บายศรีในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปเพื่อตอบสนองกับความเชื่อที่มีการพัฒนาความหลากหลายดังกล่าว (ศูนย์สารนิเทศอีสานสิรินธร สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2566) นอกจากการพัฒนาในด้านรูปแบบการประดิษฐ์บายศรีแล้วนั้น การพัฒนาในด้านวัสดุที่แต่เดิมจะใช้ใบตองมาประดิษฐ์เป็นบายศรี ปัจจุบันได้มีการพัฒนานำวัสดุที่มีอายุการเก็บรักษาที่ยาวนานนำมาประดิษฐ์บายศรีในจำนวนที่เพิ่มขึ้น เช่น ผ้าทำดอกไม้ประดิษฐ์ กระดาษชนิดต่าง ๆ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการเก็บรวบรวม
ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเลือกซื้อ
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหรือพบเห็นผลิตภัณฑ์ประเภทบายศรี

จากลอตเตอรี่ โดยดำเนินการแจกแบบสอบถามและรวบรวม จนได้ครบ 400 ฉบับ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.4.1 เชิงคุณภาพ

ศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรี ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

4.4.2 เชิงปริมาณ

4.4.2.1 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.4.2.2 การประดิษฐ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ ใช้การประเมินค่าคะแนนที่มากที่สุดโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

4.4.2.3 การกำหนดแนวทางการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

5. ผลการวิจัย

5.1 ศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรี

ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ข้อมูลว่า บายศรีเป็นศิลปะประดิษฐ์ชั้นสูงของไทย ที่ถ่ายทอดให้เห็นถึงความละเอียดอ่อน ซื่อสัตย์งาม ตั้งแต่กระบวนการทำ จนปรากฏเป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์ ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์และทักษะขั้นสูงในการประดิษฐ์ อีกทั้งยังเป็นงานประณีตศิลป์ที่สะท้อนให้เห็นถึงจินตนาการอันงดงามที่มาจากจิตวิญญาณของความเป็นไทยได้เป็นอย่างดี นับเป็นผลงานที่คนไทยทั้งชาติรู้สึกภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่สามารถแสดงให้เห็นชาวโลกรู้จักชื่นชมความสามารถด้านหัตถศิลป์ ที่เกิดจากภูมิปัญญาที่หลักแหลมของบรรพบุรุษไทย ได้มอบให้เป็นมรดกอันล้ำค่าที่ตกทอดมาจนถึงปัจจุบัน ต่อมาได้ถูกพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อใช้เป็นของในการใช้สัการะบูชา ของตกแต่งบ้าน หรือเป็นของฝาก เนื่องจากบายศรีที่ประดิษฐ์จากใบตอง ดอกไม้สด มีราคาสูง และไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้เป็นเวลานาน แต่ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบายศรี ยังไม่เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหน่วยงานภาครัฐขาดการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสำคัญของงานบายศรีที่สะท้อนคุณค่าทางศิลปะความเป็นไทย และการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของภาคเอกชนที่ประดิษฐ์สินค้ายังไม่ตอบโจทย์กับกลุ่มผู้บริโภคจึงส่งผลให้คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจงานบายศรีน้อยลงนั่นเอง

สรุปได้ว่า สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรี บายศรีเป็นศิลปะประดิษฐ์ชั้นสูงของไทย ที่ถ่ายทอดให้เห็นถึงความละเอียดอ่อนซื่อสัตย์งาม

จึงต้องอาศัยประสบการณ์และทักษะขั้นสูงในการประดิษฐ์ ต่อมาได้ถูกพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึก เพื่อใช้เป็นของในการใช้สัการะบูชา ประดับตกแต่งบ้าน หรือเป็นของฝาก เนื่องจากบายศรี ที่ประดิษฐ์จากใบตอง ดอกไม้สด มีราคาสูง และไม่สามารถเก็บรักษาเป็นเวลานานได้

5.2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.85	0.30	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.80	0.54	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.54	0.62	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.65	0.59	มากที่สุด
รวม	4.71	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรี จังหวัดเลย อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.30) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.54) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.59) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.62) ตามลำดับ

5.3 การประดิษฐ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่

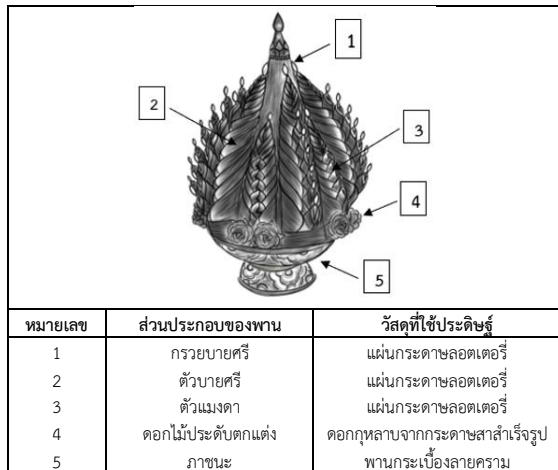
5.3.1 วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่

วัสดุ	อุปกรณ์
1. ลอตเตอรี่	1. ปืนยิงยาว
2. แท่งกาวยิงปืน	2. กรรไกร
3. ดอกไม้ประดิษฐ์	3. เครื่องเย็บกระดาษ
4. ดอกพุดดินไทย	4. ไม้บรรทัด
5. ลวดเย็บกระดาษ	5. พานขนาด 6.50 เซนติเมตร
6. กระดาษแข็ง	

5.3.2 ขั้นตอนการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่

นำใบลอตเตอรี่มาตัดตามขนาดที่เหมาะสมจากแบบที่ทำการออกแบบไว้ จากนั้นทำนิ้วบายศรี แล้วใช้เครื่องเย็บกระดาษเย็บติด ต่อด้วยตัดใบลอตเตอรี่ห่อประกอบตัวบายศรี จากนั้นทำกลีบกระพุ้งของตัวแมงดา ทำกรวยและทำการประกอบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีลอตเตอรี่ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ดังภาพที่ 2 - 7



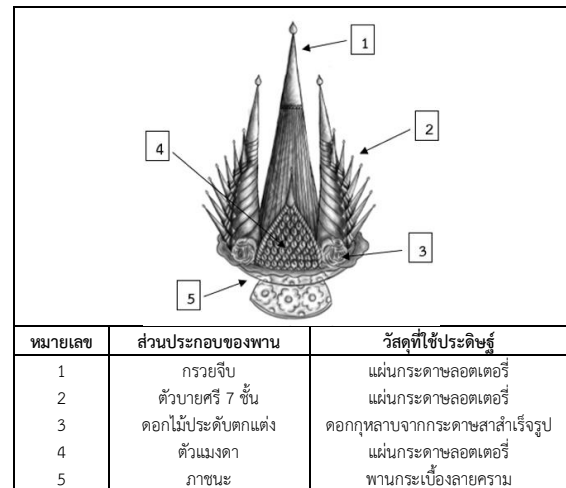
ภาพที่ 2 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบายศรีจากลอตเตอรี่ แบบที่ 1



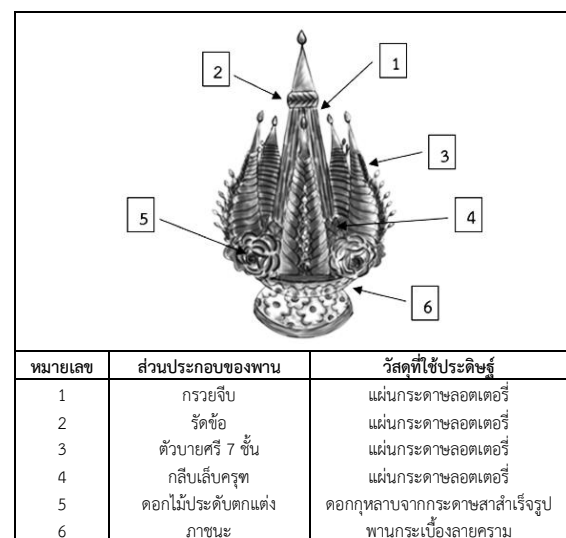
ภาพที่ 3 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบายศรีจากลอตเตอรี่ แบบที่ 2



ภาพที่ 4 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบายศรีจากลอตเตอรี่ แบบที่ 3



ภาพที่ 5 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบายศรีจากลอตเตอรี่ แบบที่ 4



ภาพที่ 6 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบายศรีจากลอตเตอรี่ แบบที่ 5

ซึ่งจากความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 คน สรุปผลได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่

ผู้ทรงคุณวุฒิ	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3	แบบที่ 4	แบบที่ 5
คนที่ 1	✓	✓			✓
คนที่ 2	✓		✓		✓
คนที่ 3	✓			✓	✓
คนที่ 4	✓			✓	✓
คนที่ 5			✓	✓	✓
สรุปความคิดเห็น	4	1	2	3	5

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ที่ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่เลือกมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 รองลงมาคือ รูปแบบที่ 1 รูปแบบที่ 4 รูปแบบที่ 3 และน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 7 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ รูปแบบที่ 5

จากภาพที่ 7 ผู้ทรงคุณวุฒิเลือกผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ รูปแบบที่ 5 เนื่องจากมีความสวยงาม ด้านรูปทรง องค์ประกอบทางศิลปะสามารถใช้งานได้หลากหลาย เป็นรูปแบบบายศรีเทพ ใช้บูชาเทพเทวดา สอดรับกับค่านิยมการบูชาในปัจจุบัน

5.4 การกำหนดแนวทางการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภทบายศรีเพื่อใช้เป็นของในการสักการะบูชาประดับตกแต่งบ้าน หรือเพื่อเป็นของฝาก แต่ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภทบายศรียังขาดความหลากหลาย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรที่จะพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อตอบโจทยในด้านวัตถุประสงค์การใช้งานที่กว้างขวางขึ้น โดยเน้นความวิจิตรสวยงาม

ประณีต มีคุณภาพดี มีรูปแบบบายศรีที่หลากหลาย มีคุณค่าในตัวเองควรมีเอกลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ตลอดจนควรตั้งราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีการลดราคาในช่วงเทศกาล และหาซื้อสินค้าได้สะดวก เช่น ออนไลน์ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อสะท้อนคุณค่าทางศิลปะความเป็นไทย และส่งต่อให้คนรุ่นหลังให้เป็นที่ยึดจำต่อไป

6. สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรี ความนิยมในการใช้บายศรีเพื่อใช้เป็นของฝากของที่ระลึกยังนิยมในวงแคบอยู่ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ตลอดจนการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ผูกโยงกับความเชื่อในการใช้บายศรีเพื่อการบูชาจะสามารถสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งพบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันที่สูงเนื่องจากบายศรีเป็นสิ่งของที่ใช้เพื่อความมงคล ความงามในตัวผลิตภัณฑ์ จึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีความต้องการจำนวนมาก ดังนั้นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ สรุปได้ว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ที่ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่เลือกมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 เนื่องจากมีความสวยงาม ด้านรูปทรง องค์ประกอบทางศิลปะสามารถใช้งานได้หลากหลาย ด้วยเป็นรูปแบบบายศรีเทพ ใช้บูชาเทพเทวดา สอดรับกับค่านิยมการบูชาในปัจจุบัน การกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภทบายศรีจากลอตเตอรี่ พบว่าบายศรียังขาดความหลากหลาย ดังนั้น ควรที่จะพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อตอบโจทยในด้านวัตถุประสงค์การใช้งานที่กว้างขวางขึ้น

7. การอภิปรายผล

7.1 ศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรี พบว่า บายศรีเป็นศิลปะประดิษฐ์ชั้นสูงของไทย ที่ถ่ายทอดให้เห็นถึงความละเอียดอ่อนสวยงาม ตั้งแต่กระบวนการทำจนปรากฏเป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์ ต้องอาศัยประสบการณ์ และทักษะขั้นสูงในการประดิษฐ์ อีกทั้งยังเป็นงานประณีตศิลป์ที่สะท้อนให้เห็นถึงจินตนาการอันงดงามที่มาจากจิตวิญญาณของความเป็นไทยได้เป็นอย่างดี นับเป็นผลงานที่คนไทยรู้สึกภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่สามารถแสดงให้ชาวโลกได้ประจักษ์ในความสามารถด้านหัตถศิลป์ที่เกิดจากภูมิปัญญาที่ล้ำค่าของบรรพบุรุษไทย ได้มอบให้เป็นมรดกอันล้ำค่าที่ตกทอดมาจนถึงปัจจุบัน ต่อมาได้ถูกพัฒนา

เป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึก เพื่อใช้เป็นของสักการบูชา ประดับตกแต่งบ้าน หรือเป็นของฝาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบายศรีที่ประดิษฐ์จากใบตอง ดอกไม้สด มีราคาสูง และไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้เป็นเวลานาน แต่ขณะเดียวกัน ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกบายศรียังไม่เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง จึงส่งผลให้คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจงานบายศรีน้อยลง และขั้นตอน และกรรมวิธีที่ยุ่งยาก ซึ่งสอดคล้องกับ อิศราพร ใจกระจ่าง, และคณะ (2559) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้านศิลปวัฒนธรรม และประเพณีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ภูมิปัญญาของชาวนครศรีธรรมราชที่มีชื่อเสียงมาแต่โบราณ มีประวัติความเป็นมายาวนาน เป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีเอกลักษณ์ มีการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการหลายราย เป็นการสืบสานมรดกแห่งภูมิปัญญาของชาวนครศรีธรรมราช สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก คือ ขาดคนสืบทอดการทำผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีกรรมวิธีการทำที่สลับซับซ้อน ต้องใช้ความละเอียดประณีต ประกอบกับไม่มีแรงจูงใจในเรื่องของรายได้ ทำให้คนรุ่นใหม่มีความสนใจน้อย

7.2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรี ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกประเภทบายศรี จังหวัดเลย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความต้องการด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านราคา นักท่องเที่ยว มีความต้องการราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพ เมื่อพิจารณาช่องทางทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีความต้องการความสะดวกในการซื้อ เช่น การขายผ่านออนไลน์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคต้องการให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) หมายถึง คุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ และรูปแบบของที่ระลึกที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และรูปแบบของที่ระลึกมีความหมายสะท้อนตัวตนของคนอีสาน (สุรเชษฐ์ คูหาเลิศ และอรอุษา สุวรรณประเทศ, 2566) และยังสอดคล้องกับ ทศนา หงส์มา (2553) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการทางการตลาด กิจกรรมธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริม

การตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปานลดา อินทร์ไชย (2554) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของที่ระลึกในการเชียร์ฟุตบอลของผู้ชมฟุตบอลในจังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่า ราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับสินค้ากับคุณภาพของสินค้ามีความสำคัญ ต่อการตัดสินใจระดับมาก โดยเฉพาะช่วงเทศกาลสารท เดือนสิบ และควรมีการจัดร้านที่โดดเด่น น่าสนใจร่วมกันควรมีการโฆษณาผ่านสื่อที่ใช้ถึงนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับโบรชัวร์ เพื่อสร้างการรับรู้ในแง่ความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ระลึก และคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมต่อไป (อัษฎาวุธ ศรีทน และแก้วตา จันทราอนุสรณ์, 2561)

7.3 การกำหนดแนวทางการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากตลอดเตอรี แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีจากตลอดเตอรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรีเพื่อใช้ในการไปวางหน้าหิ้งพระ หน้ารถ เพื่อใช้ในการสักการบูชา ประดับตกแต่งบ้าน หรือเพื่อเป็นของฝาก แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทบายศรียังขาดความหลากหลาย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเน้นความวิจิตรสวยงาม มีความประณีต คุณภาพดี มีคุณค่าในตัวเองความมีเอกลักษณ์ และมีบรรจุกัญท์ที่สวยงาม ตลอดจนควรตั้งราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีการลดราคาในช่วงเทศกาล หาซื้อสินค้าได้สะดวก เช่น ออนไลน์ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสะท้อนคุณค่าทางศิลปะความเป็นไทย และส่งต่อไปคนรุ่นหลังให้เป็นที่ยึดจำต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของพิชญ แก้วนัยจิตร (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนายุทธ์ศาสตร์ด้านการตลาดของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพัฒนาบรรจุกัญท์ให้มีรูปแบบที่สวยงาม ดึงดูดใจกลยุทธ์ด้านราคา ราคาขายปลีกควรพิมพ์ราคาลงบนฉลากเป็นมาตรฐานเดียวกันและมีการกำหนดส่วนลดได้อย่างชัดเจน ด้านการส่งเสริมการตลาด ทำการโฆษณาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ แผ่นป้ายขนาดใหญ่

8. ข้อเสนอแนะ

ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพื่อติดตามผลการถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยเฉพาะในด้านทักษะและกระบวนการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ที่มีความวิจิตรประณีต และด้านการบริหารจัดการตลาดและการจัดจำหน่าย

เพื่อประเมินประสิทธิผลว่าผู้รับการถ่ายทอดสามารถนำองค์ความรู้ไปปรับใช้ได้จริงหรือไม่ พร้อมทั้งติดตามผลการจัดจำหน่าย เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถส่งเสริม และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

9. เอกสารอ้างอิง

จิณฎา เสถียรคมสรไกร และพิมพ์สิริ สุวรรณ. (2566, กุมภาพันธ์). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพยากรท้องถิ่น. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8, (2), หน้า 411-432.

ณัฐพล ดันตวงศ์ตระกูล. (2554). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย**. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ทัศนาศ หงษ์มา. (2553). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี**. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.

ปานลดา อินทร์ไชย. (2554). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกในการเชียร์ฟุตบอลของผู้ชมฟุตบอลในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิษณุ แก้วนัยจิตร. (2547). **การพัฒนายุทธศาสตร์ด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดพิษณุโลก: กรณีศึกษา กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: วิสัยพัฒนา.

ศูนย์สารสนเทศอีสานสิรินธร สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2566). **บายศรี: เครื่องใช้ในพิธีกรรมเพื่อความเป็นสิริมงคล**. ค้นเมื่อ สิงหาคม 11, 2567, จาก <https://isancenter.msu.ac.th/?p=1287>

सानนท์ ด้านภักดี. (2565, พฤษภาคม-มิถุนายน). ประวัติประเพณี พิธีกรรมและความเชื่อ การถวายบายศรีเจ้าพ่อพญาแล. *วิจัยวิชาการ*, 5, (3), หน้า 75-82.

สุรเชษฐ์ คูหาเลิศ และอรอุษา สุวรรณประเทศ. (2566, กันยายน-ธันวาคม). การรักษาโรคด้วยพิธีกรรมการสู่ขวัญ: ความหมาย คุณค่า และตัวตนของคนไทยภาคเหนือและอีสาน. *มนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 20, (3), หน้า 62-81.

อัษฎาภูมิ ศรีทน และแก้วตา จันทรานุสรณ์. (2561, มกราคม-มิถุนายน). การศึกษาพิธีกรรมบายศรีสู่ขวัญในรูปแบบอนุรักษนิยม. *ภูพานสาส์น*, 1, (1), หน้า 1-27.

อิสราพร ใจกระจ่าง, สาวิตรี มุณีศรี, สุธิกาญจน์ แก้วคงบุญ, สุภาพร ไชยรัตน์, และ สุพัตรา คำแหง. (2559). **แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช**. ใน **การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7** (23 มิถุนายน หน้า 583-596). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.