

การออกแบบสินค้าที่ระลึกพหุลักษณะจากสปาและการนวดไทย เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

The Design of Pluralistic Souvenir Products of Thai Massage and Spa for Promoting Health Tourism

อรัญ วาณิชกร¹

Aran Wanichakorn

จุฑาธิปต์ จันท์เอียด²

Jutatip Junead

อังสุมาลิน จำนงชอบ³

Angsumalin Jamnongchob

คุณัญญา ชาญวิถี⁴

Kunanya Chanwithee

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการออกแบบสินค้าที่ระลึกพหุลักษณะจากสปาและการนวดไทยเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาพหุลักษณะสปาและการนวดไทยในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยจากนั้นออกแบบและจัดทำต้นแบบสินค้าที่ระลึกจากพหุลักษณะสปาและการนวดไทยให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อสื่อความหมายเชิงคุณค่าของพหุลักษณะดังกล่าว มีกระบวนการเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ องค์ความรู้และพหุลักษณะที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลปฐมภูมิสังเกตการณ์สถานการณ์สปาและการนวดไทย วิเคราะห์แยกแยะจัดกลุ่มพหุลักษณะเพื่อสร้างข้อกำหนดการออกแบบ สุดท้ายออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกพร้อมสร้างต้นแบบ

ผลการวิจัยได้องค์ความรู้ด้านพหุลักษณะในบริบทที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่ 1.พหุลักษณะการแพทย์แผนไทยประกอบด้วยรูปธรรมและนามธรรม คัดเลือกแบ่งย่อยออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ อัตลักษณ์เวชกรรมไทยเกี่ยวข้องกับการรู้สาเหตุแห่งโรคหรือสมุฏฐานแห่งโรค องค์ประกอบแห่งธาตุทั้งสี่ของมนุษย์เช่น ธาตุดิน ธาตุน้ำ ธาตุลม ธาตุไฟ มีความเป็นนามธรรมสูงจึงต้องใช้สัญลักษณ์ต่างๆช่วย เช่น เฉลว, อุณาโลม อัตลักษณ์เภสัชกรรมไทยมีความเป็นรูปธรรม เช่น เภสัชวัตถุ สรรพคุณเภสัช คณาเภสัช ใช้สัญลักษณ์หม้อยาไทยปักเฉลว และรูปร่างใบไม้สมุนไพร อัตลักษณ์ผดุงครรภ์ไทย มีการผสมผสานระหว่างรูปธรรมและนามธรรม เช่น มารดาและทารก หม้อเกลือ การให้ความอบอุ่น ปกป้อง อัตลักษณ์หัตถเวชกรรมไทยมีความเป็นรูปธรรมเช่น ทำนวด คอ บ่า ไหล่ ลูกประคบและจิตรกรรมจุดนวดในวัดโพธิ์ ภาพฤกษ์ตัดตน (ท่ากายบริหารด้วยตนเอง) และ 2.พหุลักษณะที่อิงถิ่นไทยในแต่ละภูมิภาค

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

^{2,3}อาจารย์ประจำ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

⁴นักศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

โดยคัดเลือกจากอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่น และมีศักยภาพในการนำไปใช้ต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคเหนือดังนี้ การย่ำขา การตอกเส้น การเข็ดแหก และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นคือศิลปวัฒนธรรมล้านนา อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคตะวันออกเฉียงเหนือดังนี้ การผดุงครรภ์ไทย การอยู่กรรม และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นคือภาพเขียนสีโบราณ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคกลาง เขาฤๅษีดัดตน ภาพจารึกฝาผนังแสดงจุดนวด ภูมิปัญญาการนวดไทย และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นคือจิตรกรรมไทยแบบประเพณี อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคตะวันออก การผสมผสานตะวันตก และทำนวดไทยสอดคล้องกับภาคกลาง และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นคือ หัตถกรรมจักสาน อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคใต้ นวดไทยมโนहरา นวดเปลือกอหอย และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นคือ ทะเลอันดามัน จากนั้นนำเสนอแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแต่ละภูมิภาค และนำเสนอแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่มีองค์ประกอบตราสัญลักษณ์ (LOGO) ขนาดกะทัดรัด น้ำหนักไม่มาก (Compact) มีความเป็นต้นแบบ (Original Design) ประโยชน์ใช้สอยที่ร่วมสมัย (Functional)

คำสำคัญ: สินค้าที่ระลึก; พหุลักษณ์; สปา; การนวดไทย; การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

Abstract

The design of pluralistic souvenir products of Thai massage and spa for promoting health tourism was studied. The objectives of this study were to study the pluralities of Thai massage and spa in each region of Thailand. Then the souvenir products were designed and the prototype was prepared from the pluralities of Thai massage and spa in accordance with health tourism to convey the value of pluralities. The process started with collecting secondary data, knowledge and related pluralities, primary data and observation of Thai spa and massage. After that, the pluralities were analyzed and classified in order to establish the design specification. Finally, the souvenir products were designed and the prototype was prepared.

The results provided the knowledge on pluralities in relevant context which could be divided into 2 parts as 1) pluralities of Thai traditional medicine consisted of concrete and abstract which selected from 4 aspects including Thai medicine identity related to causes of disease or hypothesis of disease, the four elements of human such as earth, water, air and fire which were highly abstract and required symbols including spur (Chalew) and infantry cap insignia (Unalom). The identity of Thai pharmacy was tangible such as pharmacological object, pharmaceutical properties and group of materia medica by using Thai medicine pot with spur and herbal leaf shape. For the identity of Thai midwife, there was a combination of concrete and abstract such as mother and baby, salt pot which represented warmth and protection. The identity of Thai massage were concrete such as massage poses for neck, chest and shoulder, Thai herbal hot compress ball and paintings of massage spots in Wat Pho, Thai hermit exercises. 2) The pluralities of local area in each region which were selected from distinctive identity with the potential to apply in designing souvenir products for health tourism. These included the identity of health tourism in Northern Thailand such as Yam-Kang, tapping line or hammer massage and Ched-Haek which the distinctive image was Lanna arts and culture. The identity of health tourism in Northeast Thailand included Thai midwife, interdiction which the distinctive image was ancient paintings at Pha Taem National Park. The identity of health tourism in Central Thailand included hermit traditional exercise, inscription on wall showing massage points and wisdom of Thai massage which the distinctive was Thai traditional painting. The identity of health tourism in Eastern Thailand was mixed with the Western Thailand and the massage poses were in accordance with Central Thailand which the distinctive image was handicraft basketwork. The identity of health tourism in Southern Thailand included Manora massage and hot seashell massage which the distinctive image was Andaman Sea. After that, the designing concept of health tourism logo in each region was proposed and the designing concept of souvenir products which were compact and functional with the original design and logo was proposed.

Keyword: souvenir; pluralistic; Thai massage; spa; health tourism

1. นิยามศัพท์เฉพาะ

อัตลักษณ์ หมายถึง ภาพลักษณ์ของการแพทย์แผนไทยในระดับภูมิภาค

พหุลักษณะ หมายถึง ภาพลักษณ์ของการแพทย์แผนไทยในระดับชาติ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง เส้นทางที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหา การบำรุงรักษา หรือการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่บุคคล มีขอบเขตครอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดที่เป็นการดูแลและปรับปรุงสุขภาพในเชิงป้องกันแบบองค์รวม

รางวัลกินรีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Thailand Tourism Awards) หมายถึง เครื่องหมายรับประกันคุณภาพสินค้าทางการท่องเที่ยว (Tourism Accreditation) ที่สร้างความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจาก นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยจัดประกวดประจำปีทุก 2 ปี

2. ภูมิหลัง

การนวดไทยเป็นหนึ่งในภูมิปัญญาของชาติ ที่มีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน ถูกถ่ายทอดกันมารุ่นสู่รุ่น โดยเป็นหนึ่งในการแพทย์ทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นการผสมผสานภูมิปัญญาทางการแพทย์แผนไทยแบบองค์รวม ที่มุ่งเน้นธรรมชาติในการบำบัดรักษา ในปัจจุบันหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ต่างให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาดังกล่าว ดังจะเห็นได้จากนโยบายการฟื้นฟู อนุรักษ์ภูมิปัญญาการนวดไทยไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ที่ถูกบรรจุเป็นหนึ่งในเศรษฐกิจสร้างสรรค์หมวดมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ตลอดจนการนวดไทยเป็นหนึ่งในมรดกทางวัฒนธรรมของโลก ทำให้เกิดการตระหนักถึงคุณค่า แต่ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ของการนวดแผนไทยถูกมองว่า เชย โบราณ ล้าหลัง ไม่ทันสมัย ทันสมัย ภาพลักษณ์ของคนแก่เข้ามาใช้บริการ และไม่เป็นสากล จะเห็นได้ว่า การแพทย์แผนไทย ภาพลักษณ์ยังอยู่ในกลุ่มท้องถิ่น (Local) โบราณ (Traditional) ผู้วิจัยต้องการปรับภาพลักษณ์การแพทย์แผนไทยด้วยการออกแบบภาพลักษณ์ใหม่ ให้สู่สากล (International) และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนเมือง (Urban) มากขึ้น เห็นควรปรับภาพลักษณ์พร้อมกันทั้งระบบ ให้การแพทย์แผนไทยค่อยแทรกซึมเข้าไปในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย สากล (อรัญ วานิชกร, 2557) แม้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับ 4 สาขาการแพทย์แผนไทย ซึ่งเป็นสินค้าเชิงออกแบบและตกแต่ง เช่น ของตกแต่งบ้าน ของประดับตกแต่งร่างกาย อีกทั้งก่อให้เกิดการหวงระลึกถึงพระคุณของครูอาจารย์ผู้เป็นต้นกำเนิดศาสตร์การแพทย์แผนไทยที่เลือนรางไปจากสังคมไทยปัจจุบันทุกขณะ

จากประสบการณ์ของผู้วิจัยที่เคยทำการวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์การแพทย์แผนไทยการออกแบบสู่ความเป็นศูนย์กลางอาเซียน” ซึ่งการวิจัยครั้งนั้นต้องการสร้างภาพลักษณ์การแพทย์แผนไทยและพัฒนาไปสู่สากล หรือการพัฒนาเพื่อตอบสนองโลกาภิวัตน์ ผู้วิจัยได้ทำวิจัยและพัฒนาในแต่ละองค์ประกอบ ที่ประกอบสร้างเป็นภาพลักษณ์ที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้วยศิลปะและการออกแบบในภาพรวมที่เป็นตัวแทนของระบบสุขภาพท้องถิ่นของประเทศ ผลวิจัยดังกล่าวได้นำไปสู่การใช้ประโยชน์จริงโดยต่อ

ยอดสู่การใช้รูปแบบภาพลักษณ์ในส่วนต่างๆ ของการแพทย์แผนไทย โดยองค์กรผู้กำหนดนโยบายทางการแพทย์ของประเทศ ได้แก่ ตราสัญลักษณ์ของงานมหกรรมการแพทย์แผนไทยภาคกลางและภาคตะวันออก ณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จ.ปทุมธานี การออกแบบประติมากรรมลอยตัวกึ่งเสมือนจริง รูปทรงหม้อยาไทย ประติมากรรมประดับตกแต่งผนังด้านหน้าอาคารกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข ตลอดจนประติมากรรมท่งท่าฤๅษีตัดตน การออกแบบผลิตภัณฑ์และด้วยรางวัลต่างๆ จะเห็นว่าการวิจัยที่ผ่านมาเน้นมุ่งเน้นไปที่การสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นส่วนกลางของประเทศ ซึ่งเป็นการตอบกระแสของโลกาภิวัตน์ในส่วนกลางของภาพลักษณ์ของระบบสุขภาพที่เป็นส่วนกลางของประเทศ ยังมีอีกกระแสหนึ่งที่ผู้วิจัยมีความสนใจเพิ่มเติมจากประสบการณ์การทำงานอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการให้ความสำคัญกับกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ของสังคมโลกแล้ว อีกกระแสหนึ่งที่มีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ คือ กระแสท้องถิ่น (Localism) หรือกระแสท้องถิ่นนิยม ซึ่งมีบทบาทครอบคลุมไปในทุกส่วนไม่ว่า เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การท่องเที่ยว ไม่เว้นแม้แต่การแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีไทยคาดว่าจะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากขึ้นสอดคล้องกับ Trend การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวชุมชน ส่งผลให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรที่สอดคล้อง และองค์ความรู้ในการดูแลสุขภาพ มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีลักษณะเด่นเป็นอัตลักษณ์ของตนเองเช่น สปาสมุนไพร สปาโคลนร้อน โดยประเทศไทยเริ่มมีนโยบาย และมาตรการเกี่ยวกับการให้บริการเชิงสุขภาพมากกว่า 10 ปี โดยองค์ประกอบของสปา คือ การผสมผสานระหว่างศาสตร์และศิลป์แห่งการบำบัดร่างกายและจิตใจ รวมถึงเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่สามารถรับพลังจากธรรมชาตินั้น สปาหลายรูปแบบเป็นการรวมบรรยากาศของประสาธน์สัมผัสทั้งห้าไว้ด้วยกันประกอบด้วย

รูป การสร้างบรรยากาศให้ผ่อนคลาย เพิ่มความสดชื่นให้กับสถานที่ด้วยสีเขียวจากต้นไม้ นานาชนิด แต่งแต้มด้วยสีกลิ่นหลากสีของดอกไม้ เสมือนภาพธรรมชาติที่มีชีวิต

รส การกินอาหารแบบครัวสปา (spa cuisine) คือการกินอาหารสุขภาพถูกสัดส่วน (ทางสายกลาง ไม่น้ำมันน้อย) เหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย

กลิ่น การใช้กลิ่นหอมบำบัดตามหลักการของอโรมาเทอราพี (aromatherapy)

เสียง การได้ฟังดนตรีเบาสบายแนว spiritual music หรือเสียงแบบธรรมชาติ เช่น เสียงนกร้อง เสียงน้ำไหล เสียงคลื่น

สัมผัส การได้รับสัมผัสที่อ่อนโยนทะนุถนอม จาก spa therapist เพื่อบำบัดร่างกายและจิตใจให้เข้าสู่ภาวะ เพื่อนำสู่การผ่อนคลายอย่างลึกซึ้ง

กล่าวได้ว่า สปา คือ ศาสตร์ที่รวมเอา สัมผัสทั้ง 5 ไว้ในทีเดียวกันอย่างลงตัวและสมดุล ซึ่งปัจจุบันมีการปรับปรุงมาตรฐานและถูกกำหนดไว้ทั้งในระดับประเทศ และระดับกระทรวง หนึ่งในนั้นว่าด้วยการ

พัฒนาบริการแพทย์แผนไทย และการแพทย์ทางเลือกด้วยการพัฒนาสถานประกอบการสู่ระดับสากล (สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นฐานะหน่วยงานหลักของประเทศที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ ให้ความสำคัญในการส่งเสริม สินค้าการท่องเที่ยวเพื่อไปนำสู่ ความเป็นมาตรฐานสากล และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันจึงได้จัดทำโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) หรือรางวัลกินรี เป็นโครงการที่แสดงเจตนาของ ททท. ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน ซึ่งจะคัดสรรผลงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ในสาขาต่างๆ ที่ยึดหลักการบริหารจัดการสินค้าท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ การประยุกต์ใช้สังคมเว็บไซต์ออนไลน์ (Social Web) สร้างสรรค์นวัตกรรมการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนรวมทั้งมาตรฐานคุณภาพที่สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติ เพื่อนำมาเป็นสินค้าท่องเที่ยวหลักในการส่งเสริมการตลาด และสร้างความเข้มแข็งให้ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการในทุกภาคส่วน (ผู้จัดการออนไลน์, 2556)

ผู้วิจัยในฐานะนักออกแบบต้องการต่อยอดองค์ความรู้การแพทย์แผนไทยให้หลากหลายออกไปที่ไม่ใช่หนึ่งเดียวจากส่วนกลาง แต่ใช้การผสมผสานกระแสของท้องถิ่นหรือกระแสของภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ซึ่งมีความเป็นพหุ ให้เป็นภาพลักษณ์ก็มีลักษณะที่แตกต่างหลากหลายมากกว่าหนึ่งเดียว หรือพหุลักษณะ เพื่อตอบสนองกระแสความต้องการแสวงหาทางเลือกในระบบสุขภาพ แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นในระดับภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของท้องถิ่นไทย โดยพิจารณาจาก 5 สัมผัส เพื่อเป็นการเสนอแนะทางเลือกในการสร้างความชัดเจนให้กับภาพลักษณ์ในส่วนของสปาและนวดไทยให้เป็นที่รู้จักจดจำในระดับภูมิภาคและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป

3. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพหุลักษณะสปาและการนวดไทยในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย
2. ออกแบบและจัดทำต้นแบบสินค้าที่ระลึกจากพหุลักษณะสปาและการนวดไทยให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อสื่อความหมายเชิงคุณค่าของพหุลักษณะดังกล่าว

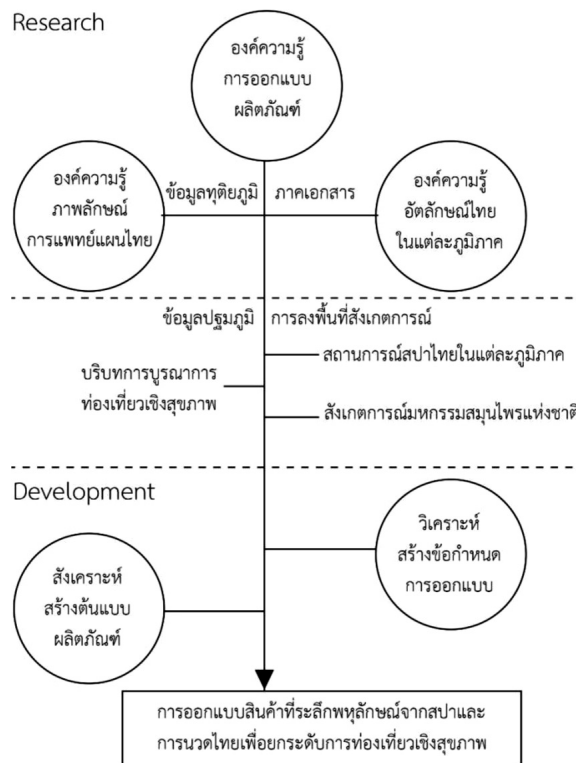
4. กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research & Development)

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งส่วนของการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนตามลำดับได้แก่

1. การวิจัย ส่วนของการศึกษาวิจัย รวบรวมข้อมูลพหุลักษณะภูมิภาคเอกสารทฤษฎีองค์ความรู้ต่างๆ ส่วนต่อมาเป็นข้อมูลปฐมภูมิจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์สถานการณ์ และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านนวดและสปาไทยในแต่ละภูมิภาค โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก มีจำนวน 130 ราย การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และใช้เทคนิคการเลือกแบบลูกโซ่ เจาะจงจากร้านสปาที่ได้รับรางวัลกินรีด้านการ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและร้านนวดและสปาที่มีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่น ตลอดจนพื้นที่ที่มีบริบทที่เกี่ยวข้อง

ผู้ให้ข้อมูลหลักของภาคเหนือ ได้แก่ Oasis Spa พ่อครูดาวนวดตอกเส้น เต่าการ์เด็น เฮลธ์สปาแอนด์รีสอร์ท ผู้ให้ข้อมูลหลักของภาคกลาง ได้แก่ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร หรือวัดโพธิ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักของภาคตะวันออก ได้แก่ สปามูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร, สปาในโรงแรม Avani Spa, ร้าน ณ สปา พัทยา และผู้ให้ข้อมูลหลักของภาคใต้ ได้แก่ สุขใจ สปา, ธารธารา สปา จากนั้นวิเคราะห์อัตลักษณ์เฉพาะที่ช่วยในการสร้างภาพลักษณ์การนวดสปาประจำภูมิภาค เพื่อสร้างเป็นข้อกำหนดการออกแบบ



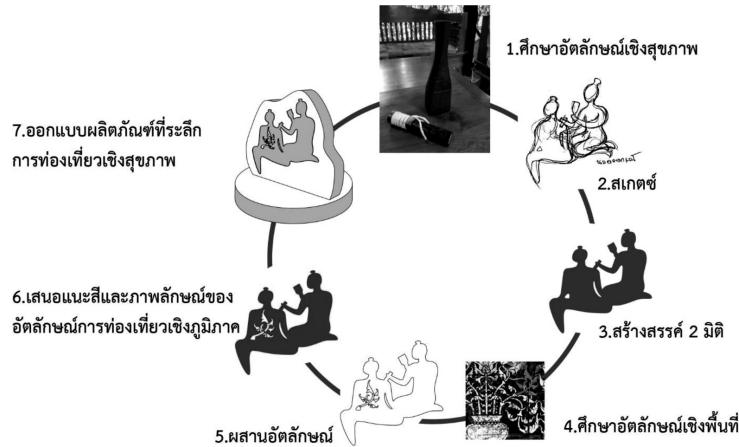
ภาพประกอบที่ 1 กระบวนการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อคำถามที่โครงสร้างในการลงพื้นที่สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการใช้บริการ และสัมภาษณ์เชิงลึกการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน 2 ประเด็น คือ 1. ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ 5 สัมผัสของนวดสปาในแต่ละภูมิภาค 2. ประเด็นอัตลักษณ์ของสปาการนวดไทยในภูมิภาคต่างๆ 3. ประเด็นความต้องการใช้สอยผลิตภัณฑ์ที่ระลึกสปาการนวดไทย และประเด็นอื่นๆแบบไม่กำหนดโครงสร้าง เพื่อทราบบริบทและสถานการณ์การนวดสปาในแต่ละองค์กร ในแต่ละภูมิภาค

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Development)

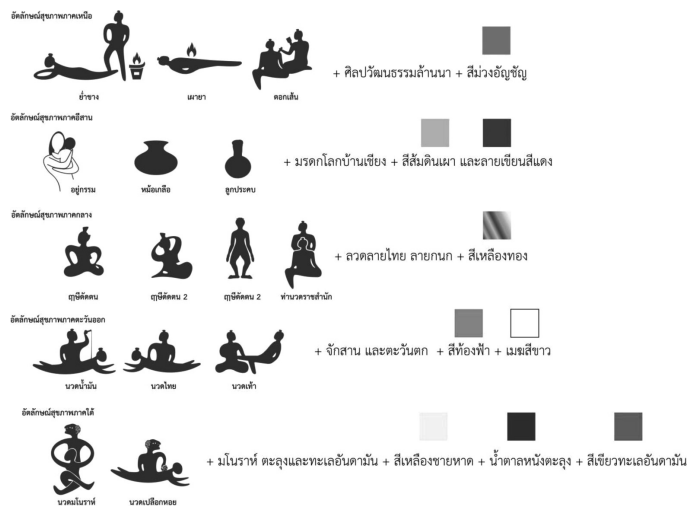
การออกแบบสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึกการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประจำภูมิภาค มีแนวทางการพัฒนาดังนี้



ภาพประกอบที่ 2 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์

5. ผลการวิจัย

จากการค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิและการลงพื้นที่สังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วม ในการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และทดลองบริการนวดสปาในร้านสปาที่ผ่านการคัดเลือกโดยรางวัลกินรีด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อชิมชั่งบรยากาศ และการคัดเลือกจากอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ในภูมิภาคต่างๆ ทำให้ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ด้านพหุลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคต่างๆ ดังนี้



ภาพประกอบที่ 3 แผนภาพพหุลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคต่างๆ

ภาคเหนือ

ภาคเหนือมีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่เด่นชัดจากวัฒนธรรมความเป็นล้านนา โดยมีอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากภูมิปัญญาการดูแลสุขภาพในท้องถิ่น ได้แก่ การนวดยาขาง ตอกเส้น การเช็ดและการแหก โดยมีการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นการตอกเส้นเข้าไปใช้ในเมนูการให้บริการในส่วนของโรงแรม Oasis Spa ซึ่งเป็นสปาที่ได้รับรางวัลกินรี ประเภทรางวัลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และรางวัลยอดเยี่ยม ประเภทเดย์สปา และผู้วิจัยได้ทดลองรับบริการตอกเส้น และการเช็ดแหก กับครูแมวมอตอกเส้นและเช็ดแหกไทย ผู้สืบทอดภูมิปัญญาทางสุขภาพจากบรรพบุรุษ จากการสัมภาษณ์ครั้งนี้ได้ข้อมูลของการยาขางจะใช้ในกรณีมีอาการหนักมากเท่านั้น กรณีการนวดประเภทอื่นใช้ไม่ได้ผลแล้ว

สรุปอัตลักษณ์เพื่อใช้ในการออกแบบภาพลักษณ์เพื่อสร้างการจดจำของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคเหนือดังนี้ การยาขาง การตอกเส้น การเช็ดแหก และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นซึ่งพื้นที่คือศิลปวัฒนธรรมล้านนา



ภาพประกอบที่ 4 ตราสัญลักษณ์จำลองของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคเหนือ

ภาคอีสาน

ชาวอีสานเมื่อหญิงมีการคลอดบุตร หลังการคลอดจะมีการ “อยู่ไฟ” หรือเรียกว่า “อยู่กรรม” เชื่อว่าจะทำให้แม่ลูกมีสุขภาพแข็งแรง ผิวพรรณดี มดลูกเข้าอู่เร็ว ซึ่งจะมีพิธีกรรมตามความเชื่อและเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจ ในการดำเนินชีวิตให้กับแม่ลูกอ่อน และญาติพี่น้อง หญิงที่อยู่ไฟต้องมีการปฏิบัติตัวอย่างเคร่งครัด มีข้อห้ามในการปฏิบัติมากมาย โดยเฉพาะเรื่องอาหาร คนที่อยู่ไฟถูกห้ามเรื่องอาหารเพราะกลัวจะกินของแสลงเข้าไป เรียกว่า “คะลำ” เช่น ห้ามกินนกกินหนู จะเรียกคะลำนก คะลำหนู การอยู่ไฟ จะให้แม่ลูกนั่งที่สะพาน (ที่นั่งมีลักษณะคล้ายแคร่) โดยจะมีไฟอยู่ข้างๆ เพื่อให้ความร้อนแก่แม่ลูกอ่อนที่อยู่ไฟ ระยะเวลาอยู่ไฟมีตั้งแต่ 7 วัน ถึง 1 เดือน แล้วแต่ใครจะปฏิบัติได้

สรุปอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพลักษณ์เพื่อสร้างการจดจำของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคตะวันออกเฉียงเหนือดังนี้ การอยู่กรรม การนวดคุณครุไทย และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของพื้นที่คือ แหล่ง

โบราณคดีบ้านเชียงได้จดทะเบียนเป็นมรดกโลกเมื่อปี พ.ศ. 2535 ในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลก สมัยสามัญครั้งที่ 16 ที่เมือง Santa Fe ซึ่งเป็นเมืองหลวงของรัฐนิวเม็กซิโก สหรัฐอเมริกาโดยมีเกณฑ์การพิจารณา คือ เป็นสิ่งที่ยืนยันถึงหลักฐานของวัฒนธรรมหรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบันหรือว่าที่สาบสูญไปแล้ว



ภาพประกอบที่ 5 ตราสัญลักษณ์จำลองของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคอีสาน

ภาคกลาง

สถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักในระดับโลกคือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร หรือวัดโพธิ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นมรดกความทรงจำแห่งโลก (Memory of The World) ในบัญชีนานาชาติ ที่ได้รับการจดทะเบียนโดยวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก โดยมีประวัติปรากฏหลักฐาน ในสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่ 1) ในปี พ.ศ. 2331 เมื่อทรงปฏิสังขรณ์วัดโพธาราม (ปัจจุบันคือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหารหรือวัดโพธิ์) และข้อมูลของโรงเรียนแพทย์แผนโบราณวัดพระเชตุพน ระบุว่า มีเขาฤๅษีดัดตน ซึ่งก็คือ สวนสุขภาพอยู่ใกล้พระวิหารทิศใต้ เป็นพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่ 1) ที่ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ รวบรวมการแพทย์แผนโบราณและศิลปะวิทยาการตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาไว้ ทรงพระราชดำรินำเอาท่าดัดตนอันเป็นการพักผ่อนอิริยาบถแก้อ่อนตามส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย และประยุกต์กับคติของไทยที่ยกย่องฤๅษีเป็นครูผู้ประสิทธิ์ประสาทวิทยาการต่าง ๆ เป็นรูปฤๅษีดัดตน แสดงท่าไว้ที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) เพื่อให้ราษฎรทั่วไปได้ศึกษาเล่าเรียนและรักษาโรคได้อย่างกว้างขวาง สมัยแรกสร้างนั้นปั้นด้วยดิน ต่อมาในปี พ.ศ. 2379 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) ทรงปฏิสังขรณ์ใหม่ทั้งวัด และโปรดเกล้าฯ ให้กรมหมื่นนครสวรรค์ศักดิพินิจ (พระราชโอรส ในรัชกาลที่ 1 พระนามเดิม พระองค์เจ้าดวงจักร) เป็นแม่กอง กำกับช่าง หล่อรูปฤๅษีแสดงท่าดัดตน ด้วยสังกะสีผสมดินบุก (เรียกว่า ชิน) จำนวน 80 ท่า เสร็จแล้วโปรดเกล้าฯ ให้พระราชวงศ์เสนาอำมาตย์และนักปราชญ์ราชบัณฑิต ร่วมกันแต่งโคลงประกอบรูปฤๅษีดัดตน โดยพระองค์เองก็ทรงพระราชนิพนธ์ด้วย และจารึกโคลงเหล่านั้นลง

บนแผ่นศาลาติดไว้ตามผนังศาลารายรอบวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) โดยมีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกมาท่องเที่ยว เป็นอันดับที่ 21 ของโลก คือมีประมาณ 20 ล้านคน นอกจากนี้ ยังสามารถคว้าอันดับที่ 4 สถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากที่สุดในทวีปเอเชีย (ไทยรัฐออนไลน์, 2558)

สรุปอัตลักษณ์ เขาฤๅษีตัดตน ภาพจารึกฝาผนังแสดงจุดนวด ภูมิปัญญาการนวดไทย แบบราชสำนัก และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นคือจิตรกรรมไทยแบบประเพณี



ภาพประกอบที่ 6 ตราสัญลักษณ์จำลองของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคกลาง

ภาคตะวันออก

องค์ความรู้และภูมิปัญญาการนวดต่างๆมีความใกล้เคียงและได้รับการถ่ายทอดมาจากภาคกลาง โดยมีเหตุการณ์สำคัญที่ทำให้พืथाเป็นที่รู้จักไปทั่ว เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2502 เมื่อมีรถบรรทุกขนาดใหญ่ของทหารอเมริกันประมาณ 4-5 คัน บรรทุกทหารเต็มคันรถ ประมาณคันละ 100 คน จากจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งที่นั่นมีฐานทัพของทหารอเมริกันอยู่ มุ่งมาสู่พืथा และมาเข้าบ้านตากอากาศของพระยาสุนทรบริเวณตอนใต้ของหาด โดยผลัดกันมาพักผ่อนเป็นงวด งวดละสัปดาห์ จากพฤติกรรมของทหารอเมริกันเช่นนี้ จึงกลายเป็นจุดเริ่มต้นการท่องเที่ยวเมืองพืथाตนเอง จากสภาพหมู่บ้านชายทะเลที่เงียบสงบ ก็เปลี่ยนแปลงกลับกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตากอากาศ จากนั้นมาพืथाจึงมีการผสมผสานวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มีรูปแบบตะวันตกเช่นกัน เป็นอาคารสถาปัตยกรรมวิคตอเรียน (Victorian) มีการผสมผสานขององค์ประกอบหลากหลายยุคสมัย ผนังทาสีเหลืองอ่อนตัดด้วยลวดบัวสีขาว ด้านหน้าอาคารมีมุขยื่น หลังคามุขเป็นโดม หน้าต่างประตูเป็นซุ้มโค้ง ผนังภายนอกตกแต่งด้วยปูนปั้นลายพรรณพฤกษา ภายในตกแต่งเพดานด้วยจิตรกรรมปูนเปียก (fresco) สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2452 โดยท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศร (ชุ่ม อภัยวงศ์) เพื่อใช้รับเสด็จพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวแต่ทรงสิ้นพระชนม์ก่อน สร้างขึ้น ในปี พ.ศ. 2452 โดยบริษัท ไฮวาร์ด เฮอร์สกิน ซึ่งเป็นแบบเดียวกัน กับตึกของ ท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ที่พระตะบอง ซึ่งปัจจุบันอาคารแห่งนี้ ได้ถูกใช้เป็นต้นแบบของการออกแบบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ต่างๆแบรนด์โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และยังเป็น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญที่เป็นที่รู้จักกันอย่างดีในภาคตะวันออก

สรุปอัตลักษณ์ การผสมผสานตะวันตก และทำนวดไทยสอดคล้องกับภาคกลาง และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของพื้นที่คือ หัตถกรรมจักสาน



ภาพประกอบที่ 7 ตราสัญลักษณ์จำลองของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคตะวันออก

ภาคใต้

ความโดดเด่นของศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ เป็นมนต์เสน่ห์ของการท่องเที่ยวภาคใต้ โดยโนรา เป็นนาฏศิลป์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในบรรดาศิลปะการแสดงของภาคใต้ มีความยั่งยืนมานับเป็นเวลาหลายร้อยปี การแสดงโนราเน้นท่ารำเป็นสำคัญ ต่อมาได้นำเรื่องราวจากวรรณคดีหรือนิทานท้องถิ่นมาใช้ในการแสดงเรื่อง พระสุธนมโนห์รา เป็นเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการแสดงมากที่สุดจนเป็นเหตุให้เรียกการแสดงนี้ว่า มโนห์รา มีการนำแรงบันดาลใจจากมโนห์รามาประยุกต์ใช้กับการนวดไทย ในลักษณะดัดตนตามท่วงท่ารำรำ โดยธารธรา สป่า ผ่านการวิจัย ทดลอง ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายด้านที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เกิดเป็นอัตลักษณ์ใหม่ที่เกิดจากการผสมผสานกัน และพื้นที่ชายทะเลทอดยาวตลอดแนวทะเลอันดามัน เกิดเป็นอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมชาติที่ได้รับการประยุกต์ใช้ร่วมกับการนวด เกิดเป็นภูมิปัญญาการนวดเปลือกหอย ซึ่งมีให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ กันตวรรณ สป่า สรุปอัตลักษณ์ นวดไทยมโนห์รา นวดเปลือกหอย และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของพื้นที่คือ ทะลุและทะเลอันดามัน



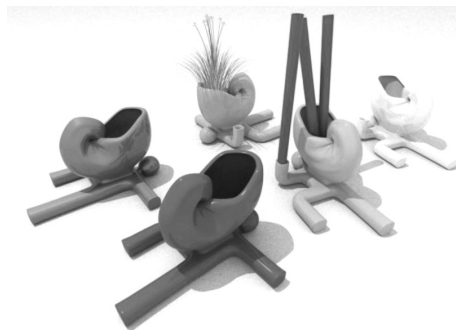
ภาพประกอบที่ 8 ตราสัญลักษณ์จำลองของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคใต้



ภาพประกอบที่ 9 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเข็มกลัดจากพหุลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



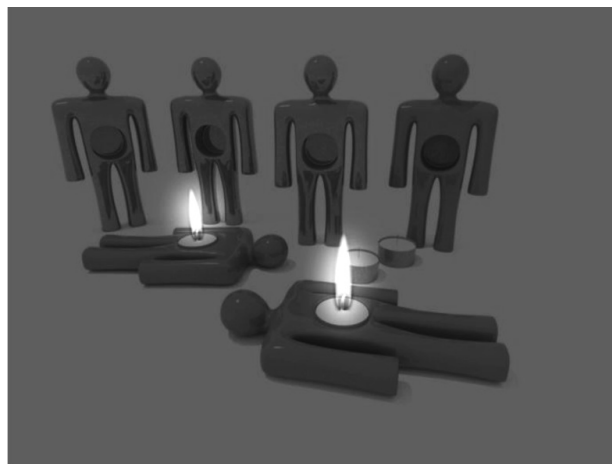
ภาพประกอบที่ 10 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกโล่รางวัลจากพหุลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคใต้



ภาพประกอบที่ 11 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่เสียบปากกาจากพหุลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคใต้ (นวดเปลือกหอย)



ภาพประกอบที่ 12 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่ใส่เทียนหอมจากพหุลักษณะ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การเผายา)



ภาพประกอบที่ 13 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่ใส่เทียนหอมจากพหุลักษณะ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2 (การเผายา)

6. อภิปรายผล

ผลการศึกษาอัตลักษณ์ใน 5 ภูมิภาค ผู้วิจัย พบว่า แต่ละภูมิภาคมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างกัน ซึ่งเป็นส่วนช่วยเสริมสร้างมูลค่าให้แก่ธุรกิจทางด้านสปาและการนวดไทย โดยภาพลักษณ์ที่สร้างการจดจำของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคเหนือได้แก่ การย่ำขาง การตอกเส้น การขีดแหก และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นเชิงพื้นที่คือศิลปวัฒนธรรมล้านนา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ การอยู่กรรม การผดุงครรภ์ไทย และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของพื้นที่คือ แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง อัตลักษณ์ของภาคกลางได้แก่ เขาฤๅษีดัดตน ภาพจารึกฝาผนังแสดงจุดนวด ภูมิปัญญาการนวดไทย แบบราชสำนัก และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นคือจิตรกรรมไทยแบบประเพณี ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบรนด์โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญที่เป็นที่รู้จักกันอย่างดีมีอัตลักษณ์ของการผสมผสานตะวันตก และทำนวดไทยสอดคล้องกับภาคกลาง และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของพื้นที่คือ ทัศนกรรมจักสานและภาพลักษณ์ที่สร้างการจดจำของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ได้แก่ นวดไทยมโนห์รา นวดเปลือกหอย และด้านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของพื้นที่คือ ตะลุงและทะเลอันดามัน

สอดคล้องกับตราสัญลักษณ์ของกรมการแพทย์แผนไทยภาคกลางและภาคตะวันออก 2557 จัดโดยกรมการแพทย์แผนไทย ที่นำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาผสมผสานรวมกับอัตลักษณ์ของการแพทย์แผนไทยเพื่อสื่อความหมาย โดยใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านต่างๆ ของกรมการแพทย์แผนไทย ได้แก่ การตกแต่งในอาคาร งานเว็บไซต์ สิ่งพิมพ์ งานนิทรรศการ โล่รางวัล การพัฒนาสู่ตรารับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกรม ตลอดจนภารกิจอื่นๆ (อรัญ วานิชกร, 2559)

ดังที่ศูนย์ วิชาการ ปรธานคณะอนุกรรมการฝ่ายมาตรฐาน ผู้แทนของสมาคมสปาไทยกล่าวว่า สำหรับประเทศไทยเรา จุดเด่นของสปาและการนวดอยู่ที่ “องค์ความรู้ด้านการแพทย์แผนไทย” SME ไทยควรใช้ความคิดสร้างสรรค์ขุดค้นเอา “อัตลักษณ์ท้องถิ่น” มาผสมผสานให้เป็นจุดแข็งของสปาและการนวดไทย เพื่อสร้างจุดขายในแบบฉบับของตนเองขึ้นมา” (ศูนย์ วิชาการ อ้างถึงใน TCDC, 2555)

7. บรรณานุกรม

- อรัญ วานิชกร. (2557 ก). ภาพลักษณ์การแพทย์แผนไทย: การออกแบบสู่ศูนย์กลางอาเซียน. ดุษฎีนิพนธ์ ศศ.ด. (การออกแบบผลิตภัณฑ์). ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา
- อรัญ วานิชกร.(2559 ข). การออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อปรับภาพลักษณ์หน่วยงานศูนย์กลางทางวัฒนธรรมด้านสุขภาพ: กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกกระทรวงสาธารณสุข.” วารสารสถาบันวัฒนธรรม และ ศิลปะ 16.2 (2016).
- ผู้จัดการออนไลน์.(2556). ตัวเลือกชั้นดีกับแชมป์แหล่งท่องเที่ยวรางวัลกินรี ปี 56. สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2560 จาก <http://www.manager.co.th/China/ViewNews.aspx?NewsID=9560000122117>การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ประวัติความเป็นมารางวัลกินรี. สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2560 จาก <http://tourismawards.tourismthailand.org/index.php/th/about>
- สุวิทย์ วงศ์จุริจาวณิช.(2555). ตอบโจทย์-AECโอกาสทองของ-สปาไทย-ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2560 จาก <http://www.tcdc.or.th/articles/others/15028/#ตอบโจทย์- AECโอกาสทองของ-สปาไทย-ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน>
- สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559) รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยวฉบับที่ 3 มีนาคม 2559.กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรุงเทพมหานคร
- ไทยรัฐออนไลน์. (2558) วัตโพธิ์ ติดอันดับ 21 นทท.ทั่วโลกแห่เยือน - นครวัด กัมพูชา ครองใจ 1 สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2560 จาก <https://www.thairath.co.th/content/550054>
- ภาพจิตรกรรมฝาผนังลวดลายของหม้อปูลงหมู่แห่งวัดปรางค์กู่ สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2560 จาก <http://news.voicetv.co.th/thailand/497449.html>