

บทที่ ๑ บทนำ

๑.๑ หลักการและความเป็นมา

คำว่า Creative Economy หรือ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจมากขึ้น หลังจากที่มีรัฐบาลได้ประกาศนโยบายให้ประเทศไทยขับเคลื่อนประเทศโดยใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัจจุบัน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ถูกระบุในยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๑ ปี พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙ ซึ่งสามารถสรุปใจความได้ว่า ประเทศไทยเน้นเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศให้อยู่บนแนวคิดของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ส่งเสริมและพัฒนาสาขาธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พัฒนาบุคลากรให้สามารถตอบสนองความต้องการของการภาคการผลิตและบริการทั้งในระดับวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์และผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม¹ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้สรุปความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่าหมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งานและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่² เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเกิดจากสองปัจจัยหลัก นั่นคือ ทุนทางความรู้และความรู้ร่วมกับทักษะความคิดสร้างสรรค์ การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงควรมุ่งเน้นการสร้างผู้ประกอบการรายย่อยและกลางให้สามารถบรรลุ “ความคิดสร้างสรรค์” เข้าไปในตัวสินค้าตัวเดิมหรือผลิตสินค้าตัวใหม่จากรากฐานทางวัฒนธรรมเดิม เพื่อที่จะทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้านั้น

จากการที่ประเทศไทยมีนโยบายในการขับเคลื่อนให้ประเทศเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังกล่าว ทำให้หน่วยงานหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้พยายามผลักดันให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้ประเทศไทยได้ก้าวสู่ประเทศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาล ภาคเอกชนและภาคการศึกษา ล่าสุดรัฐบาลได้ตั้งสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้น ซึ่งขึ้นตรงกับสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีให้เป็นหน่วยงานการบูรณาการการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศทั้งระบบไว้เป็นหน่วยงานเดียว โดยมีภารกิจครอบคลุมตั้งแต่การกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนงาน การศึกษาวิจัย ขับเคลื่อนการพัฒนา และการบริหารกองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติหรือ ศสช. เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานหนึ่งที่ได้พยายามขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวโดยการสร้างระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ขึ้น โดยจากรายงานฐานข้อมูลดังกล่าวระบุว่า ในปี ๒๕๓๓ กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย มีมูลค่าเพิ่มรวม ๑,๑๑๖,๘๘๒ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๓๓ ของสัดส่วนมูลค่าเพิ่มต่อ GDP มีมูลค่าการนำเข้า ๕๒,๕๗๗ ล้านบาท มูลค่าการส่งออก ๑๖๓,๐๕๘ ล้านบาท โดยมีจำนวนสถานประกอบการทั้งสิ้น ๑๓๖,๗๔๘ แห่ง³ จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เริ่มมีความสำคัญและมีบทบาทในการพัฒนาประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะ

¹ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๓

² อาคม เดิมพิทยาไพสิฐ, ๒๕๕๓

³ ระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๓

(ออนไลน์) แหล่งที่มา : <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>

อุตสาหกรรมหัตถกรรมไทยที่มีแนวโน้มมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จากมูลค่าเพิ่ม ๘๓,๖๕๐ ล้านบาท ในปี ๒๕๕๐ เป็น ๙๙,๒๔๙ ล้านบาทในปี ๒๕๕๓

ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกถือเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่มีความสำคัญอีกชนิดหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมหัตถกรรมไทย ปัจจุบันผ้าบาติกเป็นที่นิยมกันมากในท้องตลาด ทั้งตลาดในและต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศประชาคมยุโรป ออสเตรเลียและญี่ปุ่น มีการนำเข้าผ้าบาติกจากไทยไปจำหน่ายในรูปของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เช่น เครื่องตกแต่งบ้าน ภาพบาติกประดับผนัง ผ้าพันคอ ผ้าคลุมผม เน้นคอ ผ้าปูโต๊ะ และเสื้อผ้าสำเร็จรูป ฯลฯ ทำให้มีการผลิตผ้าบาติกกันอย่างกว้างขวาง เช่น จังหวัดเชียงใหม่ มีโรงงานผ้าบาติกขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ถึง ๒๐ ราย นอกจากนี้ยังมีจังหวัดสุรินทร์ ภูเก็ต กรุงเทพมหานคร ฯลฯ แนวโน้มทางการตลาดของผ้าบาติกมีความก้าวหน้าขึ้นไปเรื่อยๆ ทั้งสินค้าประเภทเครื่องใช้และของตกแต่งบ้าน โดยจะเห็นได้จากยอดขายที่มีรายได้ต่อปี ถึง ๓๕๐,๐๐๐ บาท และจากค่านิยมที่ผู้บริโภคได้ยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกมีเพิ่มมากขึ้น⁴ สำหรับจังหวัดปัตตานี มีการผลิตผ้าบาติกกันมานานแล้ว ถือเป็นจังหวัดแรกๆ ในประเทศไทยที่ได้มีการเริ่มทำผ้าบาติกโดยได้รับอิทธิพลมาจากประเทศมาเลเซีย ปัจจุบันจังหวัดปัตตานีมีการผลิตผ้าบาติกกันอย่างแพร่หลาย มีผู้ประกอบการผลิตผ้าบาติกทั้งสิ้น ๑๑ ราย⁵ ผ้าบาติกเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ถูกสร้างจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้จัดอยู่ในกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในหลากหลายพื้นที่ทั่วประเทศ ผ้าบาติกได้รับความนิยมไม่แพ้ผ้าประเภทอื่นๆ เพราะมีเอกลักษณ์โดดเด่น ทุกขั้นตอนทำด้วยมือและมีความประณีต ละเอียดยิ่ง พิถีพิถัน โดยในปี ๒๕๔๕ รัฐบาลได้ประกาศให้ผ้าบาติกเป็นผ้าพื้นเมืองประจำจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส มีภาครัฐเข้ามาให้การสนับสนุนส่งเสริม เพื่อพัฒนาสินค้าชุมชนภูมิปัญญาไทยสู่สากล เพิ่มรายได้ให้กับประชาชน จนสามารถเป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับประชาชนสนองตอบต่อนโยบายการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของรัฐบาลได้ในระดับหนึ่ง

จากการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมในจังหวัดปัตตานีและการสนับสนุนจากภาครัฐ ประกอบกับจังหวัดปัตตานีมีผู้ประกอบการผลิตผ้าบาติกที่มีศักยภาพดังที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี ที่จะได้พัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าในสินค้าและบริการของตนด้วยการศึกษาภูมิปัญญาในการวาดผ้าบาติก นำเทคนิคและลวดลายการทำผ้าบาติกที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่มีอยู่ร่วมกับการมีส่วนร่วมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนก็จะสามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาธุรกิจได้และเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน จากกรอบความคิดในลักษณะที่เป็น Traditional สู่แนวความคิดที่เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เพื่อให้งานศิลปะในการผลิตผ้ามีเอกลักษณ์สามารถขยายตลาดให้เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ อีกทั้งผู้คนยังสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านลวดลายการวาดผ้าบาติกลงในของใช้ในครัวเรือนได้อีกด้วย

⁴ แนวโน้มการตลาดและการผลิตผ้าบาติก, ม.ป.ป. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://ah-batik.tarad.com/article-th-78098-%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B9%82%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9C%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%9C%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81.html>

⁵ ข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ปี ๒๕๕๕ จังหวัดปัตตานี สำนักงานพัฒนาการจังหวัดปัตตานี

ดังนั้น โครงการวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นเพื่อศึกษาเทคนิคและลดตายการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี ศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคนิคและลดตายการวาดผ้าบาติกต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ตลอดจนพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนด้วยการนำเทคนิคและลดตายการวาดผ้าบาติกเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ต่อไป

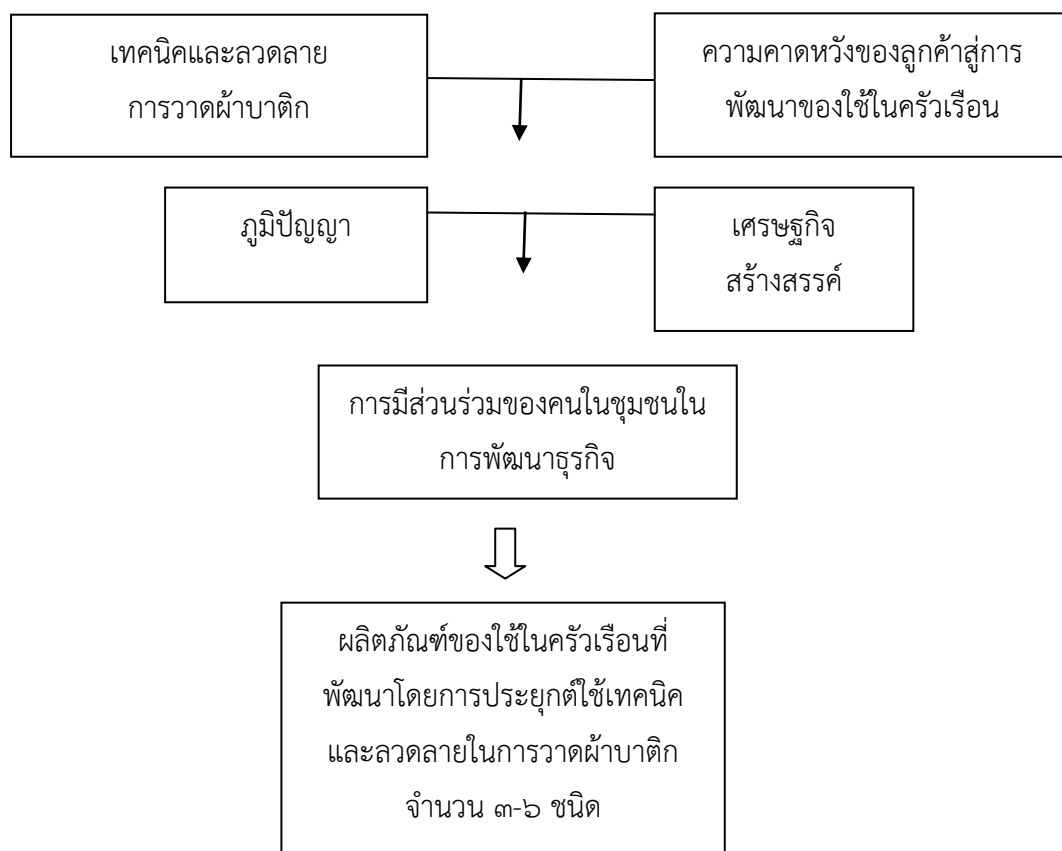
๑.๒ วัตถุประสงค์

๑. เพื่อศึกษาเทคนิคและลดตายการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี
๒. เพื่อศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคนิคและลดตายการวาดผ้าบาติกต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน
๓. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนด้วยการนำเทคนิคและลดตายการวาดผ้าบาติกมาใช้

๑.๓ คำถามหลักในการวิจัย

๑. เทคนิคและลดตายในการวาดผ้าบาติกเป็นอย่างไร
๒. ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกในอดีต ปัจจุบัน และความคาดหวังของผู้บริโภคและชุมชนสู่แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือนเป็นอย่างไร
๓. จะนำเทคนิคและลดตายในการวาดผ้าบาติกมาประยุกต์ในการตกแต่งของใช้ในครัวเรือนได้อย่างไร

๑.๔ กรอบแนวความคิดของการวิจัย



๑.๕ นิยามศัพท์

๑. ธุรกิจชุมชน หมายถึง ผู้ผลิตผ้าบาติกที่จังหวัดปัตตานี
๒. ผ้าบาติก หมายถึง เป็นคำที่ใช้เรียกผ้าชนิดหนึ่งที่มีวิธีการทำโดยใช้เทียนปิดในส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสี และใช้วิธีการแต้ม ระบาย หรือย้อมในส่วนที่ต้องการให้ติดสี คำว่า “บาติ” (Batik) เดิมเป็นคำภาษาชวา ใช้เรียกผ้าที่มีลวดลายเป็นจุด คำว่า “ติก” มีความหมายว่า เล็กน้อย หรือ จุดเล็กๆ มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า “ตริติก” หรือ “ตาริติก” ดังนั้นผ้าบาติก จึงมีความหมายว่า ผ้าที่มีลวดลายเป็นจุดๆ ต่างๆ
๓. เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ และตัดสินใจซื้อสินค้าสามารถใช้เพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้ด้วยการออกแบบและสร้างสรรค์ ลวดลายที่สวยงามมีเอกลักษณ์จะช่วยให้สินค้าโดดเด่นและดึงดูดใจลูกค้าของใช้ในครัวเรือน หมายถึง ของที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น จาน แก้ว แจกัน ผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น

๑.๖ ขอบเขตการวิจัย

๑. ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการทำวิจัยคือ จังหวัดปัตตานี โดยได้เลือกผู้ประกอบการผลิตผ้าบาติกสามราย ได้แก่ ๑. กลุ่มรายาบาติก ซึ่งอยู่ในเขตอำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี ๒. กลุ่มบาราโหมบาติก อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี และ ๓. กลุ่มสายบุรีบาติก อยู่ในเขตอำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี การกำหนดพื้นที่วิจัยทั้งสามแห่งดังกล่าว ผู้วิจัยได้คำนึงถึงลักษณะทางภูมิศาสตร์ของแต่ละพื้นที่เพื่อให้การศึกษาเทคนิคและลวดลายการทำผ้าบาติกมีความหลากหลายมากขึ้นประกอบกับศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่ดังกล่าว โดยได้เลือกพื้นที่อำเภอยะรัง เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีสภาพเป็นที่ราบลุ่มและมีภูเขาล้อมรอบ ลวดลายในการทำผ้าบาติกส่วนใหญ่จะเป็นลายภูเขา ต้นไม้และดอกไม้ การเลือกพื้นที่อำเภอเมือง เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของประชาชนและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ลวดลายในการวาดผ้าบาติกส่วนใหญ่จะเป็นลาย กริช เรือกอและ เป็นต้น และสำหรับการเลือกพื้นที่อำเภอสายบุรี เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ติดทะเล ลวดลายในการวาดผ้าบาติกจึงเป็นลาย ทะเล ต้นไม้ และสัตว์น้ำต่างๆ

๒. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเทคนิคและลวดลายในการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี โดยการสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน ครูภูมิปัญญา และผู้รู้ในชุมชนที่รู้เทคนิคการวาดผ้าบาติก ทั้งนี้เพื่อรวบรวมเทคนิคในการวาดผ้าบาติก ไม่ว่าจะเป็นเทคนิคการเขียนด้วยเทียน เทคนิคการระบายสี เทคนิคการทำบาติกลายพิมพ์ บาติกลายเขียน บาติกสกรีน เป็นต้น สำหรับการรวบรวมลวดลายในการวาดผ้าบาติก จะประกอบไปด้วยลวดลายในระยะเริ่มต้นของการทำผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี แหล่งที่มาของลวดลายต่างๆ พัฒนาการของลวดลายเหล่านั้น ตลอดจนลวดลายในการวาดผ้าบาติกในปัจจุบัน

สำหรับการศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน ผู้วิจัยได้เน้นการประยุกต์ใช้เทคนิคและลวดลายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตผ้าบาติก ปราชญ์/ผู้รู้ในชุมชน รวมถึงผู้บริโภคผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี

เพื่อหาแนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้สามารถขยายตลาดให้เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

และในส่วนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน ผู้วิจัยใช้การประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ เช่น ภาพประดับผนัง ผ้าพันคอ ผ้าคลุมผมนีเกไท ผ้าปูโต๊ะ กระเป๋า โคมไฟ เป็นต้น แต่ทั้งนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนข้างต้นขึ้นอยู่กับกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและศักยภาพของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ

๑.๗ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

โครงการวิจัยนี้คาดว่าจะมีคุณูปการต่อผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ได้แก่

๑. ภาครัฐ

- สามารถนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน
- กระทรวงวัฒนธรรมสามารถนำองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป
- เป็นแนวทางให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นส่งเสริมธุรกิจชุมชนในอนาคต

๒. ชุมชน

- สามารถนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน
- ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

๓. ธุรกิจชุมชน

- เห็นคุณค่าของการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่มาใช้ในการพัฒนาธุรกิจของตนเอง
- สามารถเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและมีโอกาสขยายธุรกิจทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

๔. นักศึกษา

- เกิดความตระหนักในชุมชนและเห็นคุณค่าในภูมิปัญญาท้องถิ่น
- นำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้กับการประกอบอาชีพของตนเองต่อไป

๕. ผู้วิจัย

- ได้บูรณาการความรู้ที่ได้จากการวิจัยร่วมกับชุมชนไปใช้ในการเรียนการสอน
- เกิดกระบวนการเรียนรู้ในการเข้าถึงชุมชนและร่วมกันแก้ปัญหา

๑.๘ วิธีดำเนินการวิจัย

๑. กำหนดขอบเขตของการนำภูมิปัญญาการวาดผ้าบาติกมาประยุกต์ใช้กับการตกแต่งของใช้ในครัวเรือน ศึกษาภูมิปัญญา แนวคิด และแรงบันดาลใจที่ใช้ในการวาดลวดลายผ้าบาติกและกระบวนการออกแบบให้มีลักษณะความเป็นท้องถิ่น ที่ได้จากวิถีชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพ สภาพแวดล้อม ภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรม ในจังหวัดปัตตานี และคัดเลือกธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพและเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือนจำนวน ๓-๖ ชนิด

๒. กำหนดขอบเขตของสถานที่ในการทำวิจัย

จังหวัดปัตตานี

๓. ประชากรตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก ที่อาศัยอยู่จังหวัดปัตตานี ธุรกิจชุมชนที่ผลิตผ้าบาติก ในจังหวัดปัตตานี และปราชญ์ชาวบ้าน ผู้รู้ในชุมชนที่รู้เทคนิคการวาดผ้าบาติก

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการเรียนรู้ภายในชุมชน โดยการเก็บข้อมูลจากประชาชนในจังหวัดปัตตานี ซึ่งประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ธุรกิจชุมชนที่ผลิตผ้าบาติก รวมถึงประชาชนในชุมชนด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

๑. ชี้แจงวัตถุประสงค์การดำเนินงานวิจัยและกำหนดแผนงานการดำเนินงานพร้อมทั้งแบ่งหน้าที่ประชุมคณะทำงานเพื่อรับผิดชอบ คณะวิจัยจะดำเนินงานประชุมเพื่อปรึกษาหารือเรื่องกระบวนการการดำเนินการวิจัยตั้งแต่เริ่มจนเสร็จสิ้น การประชุมยังจะได้มอบหมายงานกันทำเพื่อให้การทำงานสามารถดำเนินไปอย่างราบรื่นพร้อมกำหนดระยะเวลาของงานที่แต่ละคนรับผิดชอบไปดำเนินการ

๒. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาจากตำราทางวิชาการ รายงานการวิจัย ภาคนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ วารสาร และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกภูมิปัญญาท้องถิ่น

๓. จัดเตรียมเครื่องมือในการวิจัย โดยการออกแบบและจัดทำแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งประกอบด้วย ภูมิปัญญาการวาดผ้าบาติก วิวัฒนาการของผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก ความต้องการผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน รวมทั้งวิเคราะห์สถานการณ์ (swot) การทำธุรกิจผ้าบาติก

๔. ออกสำรวจพื้นที่เป้าหมายและชี้แจงโครงการและสรรหาธุรกิจชุมชนผลิตผ้าบาติกในพื้นที่ดำเนินการ โดยแบ่งพื้นที่สำรวจจำนวน ๓ แหล่ง ที่มีความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในด้านการทำผ้าบาติกและคำนึงถึงศักยภาพในการทำธุรกิจเป็นสำคัญ

๕. ค้นหาปราชญ์ชาวบ้าน ผู้รู้ในชุมชน ธุรกิจชุมชนในจังหวัดปัตตานีโดยการปรึกษาศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดปัตตานี ในการได้มาซึ่งครุภูมิปัญญา เพื่อศึกษาและรวบรวมภูมิปัญญาการวาดผ้าบาติก

๖. คัดเลือกธุรกิจชุมชน เพื่อที่จะนำภูมิปัญญาในการวาดผ้าบาติกมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน โดยทำการคัดเลือกธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนจำนวน ๖ ชนิด

๗. นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการสำรวจความคิดเห็นความคาดหวังคนในชุมชนในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าบาติกในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต เพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน

๘. ประชุมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าผ้าบาติกร่วมกับธุรกิจชุมชน รวมถึงประชาชนในชุมชนเพื่อค้นหาการตกแต่งของใช้ในครัวเรือนที่เหมาะสม และสามารถต่อยอดการทำธุรกิจ

๙. นำข้อมูลมาสังเคราะห์เพื่อพัฒนาของใช้ในครัวเรือน รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำภูมิปัญญาการวาดผ้าบาติกมาประยุกต์ใช้ที่ได้จากผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในแต่ละรูปแบบ

๑๐. จัดเวทีแบ่งกลุ่มร่วมแสดงความคิดเห็นถึงปัญหา วิธีการแนวทางแก้ไข ที่ได้จากการพัฒนาการตกแต่งของใช้ในครัวเรือน ด้วยภูมิปัญญาการวาดผ้าบาติก

๑๑. จัดเวทีสรุปผลการทำงานให้ธุรกิจชุมชนได้รับทราบและหาแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพธุรกิจชุมชน และขยายโอกาสทางการตลาด

๑๒. อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

๑๓. จัดทำรายงานโครงการวิจัยเพื่อนำเสนอผลงานวิจัยและรายงานผลการเงิน

บทที่ ๒

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากหัวข้อวิจัย การนำเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกมาใช้ในการตกแต่งของใช้ในครัวเรือน เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี คณะผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยในเรื่องแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

๑. แนวคิดผ้าบาติก

- ๑.๑. ประวัติผ้าบาติก
- ๑.๒. วิวัฒนาการการทำผ้าบาติกในอินโดนีเซีย
- ๑.๓. ศิลปะการทำผ้าบาติกของอินโดนีเซีย
- ๑.๔. การแพร่หลายของผ้าบาติก
 - ๑.๔.๑. ผ้าบาติกในซีกโลกตะวันตก
 - ๑.๔.๒. ผ้าบาติกในมาเลเซีย
 - ๑.๔.๓. ผ้าบาติกในประเทศไทย

๒. แนวคิดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

- ๒.๑. ความหมายของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม
- ๒.๒. การขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ
- ๒.๓. ความหมายและขอบข่ายของภูมิปัญญาไทย
- ๒.๔. ลักษณะและความสัมพันธ์ของภูมิปัญญาไทย
- ๒.๕. วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

๓. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- ๓.๑. คำจำกัดความเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ๓.๒. องค์ประกอบและการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ๓.๓. เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับโลกสมัยใหม่
- ๓.๔. เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับประเทศไทย
- ๓.๕. เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับความมั่นคงของชุมชน

๔. แนวคิด ทฤษฎีทางการตลาด

- ๔.๑. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

๕. แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

- ๕.๑. พฤติกรรมผู้บริโภค

๖. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๑. แนวคิดผ้าบาติก

๑.๑ ประวัติผ้าบาติก

ผ้าบาติกหรือผ้าปาเต๊ะ เป็นคำที่ใช้เรียกผ้าชนิดหนึ่งที่มีวิธีการทำโดยใช้เทียนปิดส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสี และใช้วิธีการแต้ม ระบาย หรือย้อมในส่วนที่ต้องการให้ติดสี ผ้าบาติกบางชิ้นอาจจะผ่านขั้นตอนการปิดเทียน แต้มสี ระบายสีและย้อมสีนับเป็นสิบ ๆ ครั้ง ส่วนผ้าบาติกอย่างง่ายอาจทำโดยการเขียนเทียนหรือพิมพ์เทียนแล้วจึงนำไปย้อมสีที่ต้องการ

คำว่าบาติก (Batik) หรือปาเต๊ะ (Batek) มาจากคำว่า Ba = Art และ Tik = จุด เดิมเป็นคำในภาษาชวาใช้เรียกผ้าที่มีลวดลายที่เป็นจุด คำว่า “ติก” มีความหมายว่า เล็กน้อย หรือจุดเล็กๆมีความหมายเช่นเดียวกับคำว่าตริติก หรือ ตาริติก ดังนั้นคำว่า บาติก จึงมีความหมายว่าเป็นผ้าที่มีลวดลายเป็นจุดๆ ต่างๆ

วิธีการทำผ้าบาติกในสมัยดั้งเดิมใช้วิธีการเขียนด้วยเทียน (Wax- writing) ดังนั้นผ้าบาติกจึงเป็นลักษณะผ้าที่มีวิธีการผลิตโดยใช้เทียนปิดในส่วนที่ไม่ต้องการให้ติด สี แม้ว่าวิธีการทำผ้าบาติกในปัจจุบันจะก้าวหน้าไปมากแล้วก็ตาม แต่ลักษณะเฉพาะประการหนึ่งของผ้าบาติกก็คือ จะต้องมีการผลิตโดยใช้เทียนปิดส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสีหรือปิดส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสีซ้ำ แหล่งกำเนิดของผ้าบาติกมาจากไหนยังไม่เป็นที่ยุติ นักวิชาการชาวยุโรปหลายคนเชื่อว่ามีในอินเดียก่อน แล้วจึงแพร่หลายเข้าไปในอินโดนีเซียอีกหลายคนว่ามาจากอียิปต์หรือเปอร์เซีย แม้ว่าจะได้มีการค้นพบผ้าบาติกที่มีอายุเก่าแก่ในประเทศอื่น ทั้งอียิปต์ อินเดีย และญี่ปุ่นแต่บางคนก็ยังเชื่อว่า ผ้าบาติกเป็นของดั้งเดิมของอินโดนีเซีย และยืนยันว่าศัพท์เฉพาะที่เรียกวิธีการและขั้นตอนในการทำผ้าบาติกเป็นศัพท์ภาษาอินโดนีเซีย สีที่ใช้ย้อมก็มาจากพืชที่มีในอินโดนีเซียแห่งซึ่งชนิดที่ใช้เขียนลายก็เป็นของอินโดนีเซียไม่เคยมีในอินเดียเลย เทคนิคที่ใช้ในอินโดนีเซียสูงกว่าที่ทำกันในอินเดีย และจากการศึกษาค้นคว้าของ N.J.Kron นักประวัติศาสตร์ชาวดัตช์ก็สรุปไว้ว่า การทำโลงบาติกหรือโลงปาเต๊ะเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก่อนติดต่อกับอินเดีย

จากการศึกษาของบุคคลต่าง ๆ อาจกล่าวได้ว่า แม้ว่าจะมีการค้นพบลักษณะผ้าบาติกในดินแดนอื่นๆ นอกจากอินโดนีเซีย แต่ก็คงเป็นลักษณะเฉพาะท้องถิ่น วิธีการปลีย่อยจะแตกต่างกันตามวิธีการทำผ้าของชาติต่างๆ ที่จะให้มีลวดลายสีส่น ผ้าบาติกของอินโดนีเซียเอง คงไม่ได้รับการถ่ายทอดจากชาติอื่นในทางกลับกันในระยะต่อมาการทำผ้าบาติกของอินโดนีเซียได้รับการเผยแพร่ไปยังชาติอื่นๆ ส่วนการทำผ้าโลงบาติกนั้นคงมีกำเนิดจากอินโดนีเซียค่อนข้างแน่นอน (นันทา โรจนอุดมศาสตร์ : ๙-๑๑)

๑.๒.วิวัฒนาการการทำผ้าบาติกในอินโดนีเซีย

ผ้าบาติกเป็นผ้าชนิดหนึ่ง ที่นิยมใช้กันมากในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยเฉพาะอินโดนีเซีย บรูไนดารุสซาลาม หมู่เกาะทางใต้ของฟิลิปปินส์ จีนทางตอนใต้ ออสเตรเลีย และอินเดีย เป็นต้นรวมทั้งภาคใต้ของประเทศไทย กระบวนการทำผ้าบาติก มีทั้งพิมพ์เทียน แด้มสี ระบายสี จึงมีลักษณะเป็นงานหัตถกรรม อุตสาหกรรมและงานทางศิลปะอยู่ในตัว ลักษณะการซึมของสี การแด้ม การระบาย และการย้อมที่สีบางสีซึมเข้าไปตามรอยแตกของเทียน สิ่งเหล่านี้ ทำให้ผ้าบาติกมีลักษณะรายละเอียดปลีกย่อยไม่เหมือนกัน แม้ว่าจะใช้แม่พิมพ์อันเดียวกันก็ตาม ในแง่นี้จึงทำให้ผ้าบาติกแตกต่างกับผ้าที่พิมพ์ลายต่าง ๆ ในระบบอุตสาหกรรมที่สามารถทำให้ลายและสีส่นเหมือนกัน ตลอดผืนเส้นของผ้าบาติกประการหนึ่งก็คือ ความไม่เหมือนใคร ไม่ซ้ำกัน และเป็นหนึ่งเดียว ผ้าที่ใช้พิมพ์เทียนอันเดียวกัน แด้มสีเดียวกัน ระบายสีเดียวกัน ย้อมสีเดียวกัน แต่ถ้าพิจารณาอย่างละเอียดแล้ว ผ้าเหล่านั้นหรือดอกแต่ละดอก ลายแต่ละลายจะแตกต่างกัน ซึ่งจากการแด้มหรือระบายที่กินเนื้อที่ไม่เท่ากัน น้ำหนักของสีที่แด้มหรือระบายแตกต่างกัน รวมทั้งสีที่ย้อมทับกัน ผสมผสานกัน ทำให้สีที่ซึมเข้าไปตามรอยแตกของเทียนแตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้ทำให้ผ้าบาติกแต่ละชิ้นแต่ละผ้าไม่เหมือนกัน การทำผ้าบาติกในระยะแรกคงทำกันเฉพาะในหมู่ชนชั้นสูงหรือทำเฉพาะในวัง แต่ก็มิใช่ให้ความเห็นขัดแย้งว่าน่าจะเป็นศิลปะพื้นบ้านใช้กันเป็นสามัญ ผู้ที่ทำบาติกมักจะเป็นผู้หญิงและทำหลังจากว่างจากการทำนา

ในคริสต์ศตวรรษที่ ๑๒ ประชาชนชาวดัตช์ได้ปรับปรุงวิธีการทำผ้าบาติก แกไขวิธีการผสมสี แต่ทั้งนี้ วิวัฒนาการมาจากความรู้ดั้งเดิม ในคริสต์ศตวรรษที่ ๑๓ การทำผ้าบาติกผูกขาดโดยสุลต่าน และถือว่า

การทำผ้าบาติกเป็นศิลปะในราชสำนัก โดยมีสตรีในราชสำนักเป็นผู้ผลิต ผ้าบาติกในยุคนี้เรียกว่า “คราทอน” (Kraton) เป็นผ้าบาติกที่นิยมเขียนด้วยมือ (Batik tulis) แต่เมื่อผ้าบาติกได้รับความนิยมมากขึ้นและมีลูกค้ามากมาย การทำผ้า บาติกก็ได้ขยายวงกว้างขึ้นการผูกขาดโดยครอบครัวสุลต่านก็สิ้นสุดลง ศิลปะการทำผ้า บาติกได้แพร่หลายไปสู่ประชาชนโดยทั่วไป

ผ้าบาติกในระยะแรกมีเพียงสีครามและสีขาว ในศตวรรษที่ ๑๗ ได้มีการค้นพบสีอื่น ๆ อีก เช่น สีแดง สีน้ำตาล สีเหลือง สีต่าง ๆ เหล่านี้ได้มาจากพืชทั้งสิ้น ต่อมาก็รู้จักผสมสีเหล่านี้ ทำให้ออกเป็นสี ต่างๆภายหลังจึงมีการค้นพบสีม่วง สีเขียว และสีอื่น ๆ อีกในระยะต่อมาปลาย ศตวรรษที่ ๑๗ ได้มีการสั่งผ้า ลินินสีขาวจากต่างประเทศเข้ามา นับเป็นการก้าวหน้าในการทำผ้าบาติกอีกก้าวหนึ่ง โดยเฉพาะเทคนิคการ ระบายสีผ้าบาติก เพราะเริ่มมีการใช้สีเคมีในการย้อม การระบายสีซึ่งสามารถทำให้ผลิตผ้าบาติกได้จำนวนมาก ขึ้น และได้พัฒนาระบบธุรกิจผ้าบาติกจนกลายเป็นสินค้าส่งออกในปี ค. ศ. ๑๘๓๐ ชาวยุโรปได้เลียนแบบผ้า บาติกของชวา และได้ส่งมาจำหน่ายที่เกาะชวาและในปี ค.ศ. ๑๙๔๐ ชาวอังกฤษได้พยายามเลียนแบบให้ดี ยิ่งขึ้น เพื่อส่งมาจำหน่ายในเกาะชวาเช่นเดียวกัน

ตั้งแต่ คริสต์ศตวรรษ ที่ ๑๙ เป็นต้นมา ได้มีการทำเครื่องมือในการพิมพ์ผ้าบาติก โดยทำเป็น แม่พิมพ์โลหะทองแดงซึ่งเรียกว่า “จ๊ับ” (Cap) ทำให้สามารถผลิตผ้าบาติกได้รวดเร็วขึ้น ต้นทุนก็ถูกลง ทดแทน ผ้าบาติกลายเขียนแบบดั้งเดิม การทำผ้าบาติกด้วยแม่พิมพ์ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์พื้นเมืองในลักษณะของ อุตสาหกรรมในครัวเรือน ประชาชนก็เริ่มทำผ้าบาติกเป็นอาชีพมากขึ้น การผลิตผ้าบาติกจากเดิมที่เคยใช้ฝีมือ สตรีแต่เพียงฝ่ายเดียว เริ่มมีผู้ชายเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต โดยเฉพาะการพิมพ์เทียนและการย้อมสี สำหรับการแต้มสีลวดลายยังใช้ฝีมือสตรีเช่นเดิม

ความนิยมในการใช้ผ้าบาติกโดยเฉพาะในเกาะชวา เมื่อก่อนใช้กันเฉพาะสตรีและเด็กเท่านั้น ต่อมาได้ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของหนุ่มสาวมี ๓ ชนิด คือ

๑. โสร่ง (Sarung) เป็นผ้าที่ใช้ปูนึ่งโดยการพันรอบตัว ขนาดของผ้าโสร่งโดยทั่วไป นิยมผ้า หน้ากว้าง ๔๒ นิ้ว ยาว ๒ หลาครึ่งถึง ๓ หลาครึ่ง ผ้าโสร่งมีลักษณะพิเศษ ส่วนที่เรียกว่า “ปาเต๊ะ” หมายถึง ส่วนที่ต้องนึ่งให้ตรงกับสะโพกโดยมีลวดลายสีสันแปลกต่างไปจากส่วนอื่น ๆ ในผ้าผืนเดียวกัน

๒. สลีนดั่ง (Salindang) หมายถึง ผ้าซึ่งใช้ปูนึ่งทับกางเกงของบุรุษหรือเรียกว่า “ผ้า ทับ” เป็นผ้าที่เน้นลวดลายประดับเป็นกรอบหรือชาย ผ้าสลีนดั่ง มีความยาวประมาณ ๓ หลา กว้างประมาณ ๘ นิ้ว สตรีนิยมนำเอาผ้าสลีนดั่งคลุมศีรษะ

๓. อุเต็ง (Udeng) หรือผ้าคลุมศีรษะ โดยทั่วไปจะเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ผ้าชนิดนี้ สุภาพ - บุรุษใช้โพกศีรษะเรียกว่า “ซุรบัน ” สำหรับสตรีจะใช้ทั้งคลุมศีรษะ และปิดหน้าอกเรียกว่า “คิม เบ็น” (Kemben) ผ้าอุเต็งนิยมลวดลายที่เป็นกรอบสี่เหลี่ยม ผ้าคลุมไม่ปิดบ่าและไหล่ เหมาะสำหรับเกษตรกร ที่ทำงานหนัก เพื่อจะได้เคลื่อนไหวได้สะดวก สำหรับผ้าสลีนดั่ง ภายหลังได้ทำขนาดให้ยาวขึ้นนั้น โดยใช้ผ้า หน้ากว้าง ๔๒ นิ้ว ยาว ๔-๕ หลา ต่อมาได้มีการดัดแปลงเป็นเครื่องแต่งกายอื่นๆได้ การใช้ผ้าบาติกได้นิยมใช้ กันอย่างกว้างขวางทั้งบุรุษ สตรี เด็ก จนกลายเป็นเครื่องแต่งกายประจำชาติ แม้กระทั่งเครื่องแบบนักเรียน นับเป็นความพยายามของคนรุ่นต่อมาที่ได้พยายามปรับปรุงและพัฒนาการทำผ้าบาติกให้มีความก้าวหน้าไป พร้อมๆ กับการพัฒนาด้านอื่นๆ จนกลายเป็นสินค้าที่ถูกใจชาวต่างชาติได้จัดจำหน่ายเป็นสินค้าออกซึ่งทำให้ผ้า บาติกและเทคนิคการทำผ้าบาติกแพร่หลายออกไปสู่ประเทศอื่น

ปัจจุบัน อินโดนีเซียได้มีการส่งเสริมให้ผลิตผ้าบาติกในระบบอุตสาหกรรม โดยผนวกเอา เทคนิคการทำผ้าบาติกแบบดั้งเดิมซึ่งเขียนเทียนด้วยเครื่องมือที่ เรียกว่า “จันตัง” (Canting) ผสมกับ

กระบวนการพิมพ์เทียนด้วยแม่พิมพ์ที่ทำด้วยโลหะทองแดง (Cap , Print , Block) รัฐบาลอินโดนีเซียได้วางนโยบายในการค้นคว้า ปรับปรุงผ้าบาติก โดยตั้งเป็นหน่วยงานที่เรียกว่า “ ศูนย์พัฒนาบา - ติกแห่งรัฐยอกยาการ์ตา (Balai Pene ltian Batik Kerajian –Yogyakarta) การ พัฒนาด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้เกิดเทคนิคในการผลิตผ้าซึ่งมีลวดลายผ้า แบบใหม่มองคล้ายผ้าบาติก แต่ความจริงเป็นเทคนิคการพิมพ์แบบซิลค์สกรีน (Silk screen) ซึ่งมีลักษณะลวดลายคล้ายผ้าบาติก งานเลียนแบบชนิดนี้ไม่เป็นที่นิยมชาว อินโดนีเซียนิยมผ้าบาติกชนิดเขียนด้วยมือ และจัดว่าเป็นบาติกชั้นสูง (Classical- batik) แต่ก็มีราคาแพงกว่าบาติกที่ใช้ระบบการพิมพ์ด้วยแม่พิมพ์ทองแดง การทำผ้าบาติกนอกจากจะเน้นด้านประโยชน์ใช้สอยแล้ว ปัจจุบันศิลปินชาวอินโดนีเซีย มาเลเซีย ได้ทำผ้าบาติกในลักษณะของงานจิตรกรรม (Painting) และแพร่หลายไปยังศิลปินชาวยุโรปและอเมริกา (ประวัติความเป็นมาบาติก. , ม.ป.ป. : ออนไลน์)

๑.๓. ศิลปะการทำผ้าบาติกของอินโดนีเซีย

การเลือกผ้า

ผ้าที่นำมาใช้ทำผ้าบาติกในยุคแรก ๆ ใช้ผ้าที่ทอขึ้นเองในเกาะชวา โดยทอจากใยฝ้ายดิบซึ่งเรียกว่า “ผ้าคราตอน” (Kiam Kraton) ลักษณะเส้นใยหนาและหนัก ไม่เหมาะกับการเขียนเทียนและระบายสี ดังนั้น ภายหลังจึงได้มีการปรับปรุงให้ผ้ามีลักษณะอ่อน บาง และเรียบ ต่อมาเมื่อมีการติดต่อค้าขายกับอังกฤษและฮอลันดาจึงมีการสั่งผ้าจากต่างประเทศมาใช้ ผ้าฝ้ายสีขาวที่นำมาทำผ้าบาติกมีชื่อในภาษาชวาว่า “มุสลิน” (Mulis) หรือ “โมรี” (Mori) ซึ่งคงจะแปลมาจากคำว่า “เมาเซลิน” ผ้าขาวเหล่านี้จะต้องนำมาซักให้สะอาด เพื่อให้สีติดผ้าได้ง่ายเมื่อนำไปย้อมสีหรือระบาย

เมื่อเกิดสงครามโลกครั้งที่ ๒ ญี่ปุ่นได้เข้ามายึดครองอินโดนีเซียในระหว่าง คศ. ๑๙๔๒-๑๙๔๕ ญี่ปุ่นไม่อนุญาตให้นำเข้าผ้าจากยุโรปเข้ามาในประเทศอินโดนีเซีย ช่วงที่ทำผ้าบาติกจึงต้องใช้ผ้าเนื้อหนาจึงทำให้ผ้าบาติกที่มีลวดลายไม่ละเอียดนัก ช่วงจึงหันไปนิยมลายที่หยาบขึ้น ซึ่งนับเป็นวิวัฒนาการการทำผ้าบาติกในระยะต่อมา โดยเฉพาะการนำเอาดอกไม้ญี่ปุ่นมาทำลวดลายผ้าบาติก ผ้าบาติกรุ่นนี้เรียกว่า ดจาวา บารู หรือ ดจาวา ฮ็อกโคคุ (Djawa Hokkoku)

ลักษณะสีผ้าบาติก

ผ้าบาติกของอินโดนีเซียมีกลุ่มสีที่นิยมกันจัดเป็น ๘ กลุ่ม คือ

- ๑.กลุ่มสีดำ
- ๒.กลุ่มสีน้ำเงิน น้ำเงินเข้ม และน้ำเงินอมฟ้า
- ๓.กลุ่มสีน้ำตาล ประกอบด้วย สีน้ำตาลเข้ม และน้ำตาลอมเหลือง
- ๔.กลุ่มสีเหลือง
- ๕.กลุ่มสีส้มและสีกุหลาบ
- ๖.กลุ่มสีแดง
- ๗.กลุ่มสีเขียว
- ๘.กลุ่มสีม่วง

ผ้าบาติกที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นบาติกชั้นสูงผลิตจากเกาะชวา ชวาตอนเหนือ และสุราบายานิยมกลุ่มสีน้ำเงิน เกาะชวาทางตอนใต้นิยมสีน้ำตาล การที่กลุ่มสีของผ้าบาติกในแต่ละท้องถิ่น มีความแตกต่างกันนั้น ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของศิลปะต่างชาติที่เข้าไปในอินโดนีเซีย กล่าวคือ ชวาทางภาคเหนือได้รับอิทธิพลของศิลปะชาวจีน ชวาภาคกลาง และชวาภาคใต้ได้รับอิทธิพลจากศิลปะอินเดียและอาหรับ

ลักษณะลวดลาย

ลวดลายผ้าบาติกในยุคแรกๆที่เก่าแก่ที่สุดของอินโดนีเซีย เรียกว่า ผ้าซิมบูท (Kain Simbut) อินโดนีเซียจะเป็นลวดลายที่ได้มาจากสภาพแวดล้อมภายหลัง เมื่ออิทธิพลอินเดียแพร่หลายเข้ามาตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๕๐ โดยเฉพาะศาสนาพราหมณ์และฮินดู และเป็นลวดลายที่นำมาจากเทพนิยายปรัมปรา ตลอดจนความเชื่อพื้นเมืองเช่น ลายครุฑ พญานาค สิงห์ ตลอดจนเรื่องราววรรณคดี เรื่องรามายณะของอินเดียเมื่อมีการติดต่อค้าขายกับจีน ทำให้มีการนำเอารูปแบบลวดลายจีน รวมทั้งรูปสัตว์ จากวรรณคดีจีน มาใช้กับผ้าบาติก เช่น รูปมังกร กิเลน ลายประแจจีน ภาพทิวทัศน์ที่มีต้นไม้ ภูเขาได้รูปแบบมาจากเครื่องปั้นดินเผาและภาพเขียน ซึ่งในระยะต่อมา เมื่อศาสนาอิสลามได้แพร่หลายและเจริญรุ่งเรืองในอินโดนีเซีย อิทธิพลของศิลปะมุสลิมได้เข้าสู่การบาติกด้วย โดยเฉพาะหลังจาก ค.ศ. ๑๒๗๕ กล่าวคือ ลายแบบเรขาคณิต ลายจากพรรณไม้และที่สำคัญคือ ลายอักษรประดิษฐ์ (Arabic Calligraphy) โดยทำเป็นภาพแขวนประดับฝาผนัง ภายหลังเมื่อมีการติดต่อค้าขายกับตะวันตก เช่น โปรตุเกส ดัตช์ และอังกฤษ รูปแบบของศิลปะยุโรปก็มีอิทธิพลต่อลายผ้าบาติกเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะจากเทพนิยายฝรั่ง เช่น ซิลเดอร์เรลลา สโนว์ไวท์ กามเทพ เป็นต้น ลักษณะผ้าบาติกเมื่อมองในลักษณะภาพรวมแล้ว จะเป็นลักษณะลายและลวดลายที่ได้รับอิทธิพล ทั้งศิลปะอินเดีย ศิลปะจีน ศิลปะมุสลิม มาจากความเชื่อพื้นเมืองจากแหล่งผลิต

การออกแบบลวดลาย

การออกแบบลวดลาย หมายถึง การใช้ส่วนประกอบและหลักการทางศิลปะสร้างสรรค์เป็นลวดลายและวิธีการจัดวางลาย ร่วมกันในรูปแบบและโครงสร้างของลายที่เหมาะสมกับวัสดุประโยชน์ใช้สอย ตลอดจนมีความงามและคุณค่าตามสมัยนิยม

การออกแบบลวดลายบาติกนอกจากจะช่วยให้ได้ผ้าบาติกทั้งงดงามและเหมาะสมแล้ว โดยเฉพาะอินโดนีเซีย เกาะชวาและบาหลี เชื่อว่าลายบาติกแต่ละลายมีความหมายแสดงความเป็นชนชั้นในสังคม ซึ่งสงวนไว้สำหรับสุลต่านและราชวงศ์ ลักษณะลายผ้าบาติกชั้นสูงของอินโดนีเซีย อาจแบ่งลักษณะลายได้เป็น ๒ ประเภท ดังต่อไปนี้ คือ

๑. ลายเรขาคณิต

๒. ลายพรรณพฤกษา และภาพสัตว์นานาพันธุ์

(ค้นหา ไรจนอุดมศาสตร์ : ๑๑-๑๓)

๑.๔. การแพร่หลายของผ้าบาติก

๑.๔.๑. ผ้าบาติกในซีกโลกตะวันตก

ฮอลแลนด์เป็นประเทศแรกๆที่นำผ้าบาติกของอินโดนีเซียเข้าไปยังซีกโลกตะวันตก ความนิยมผ้าบาติกของชาวตะวันตกแตกต่างไปจากความนิยมในอินโดนีเซีย คือ ชาวตะวันตกนิยมผ้าที่มีลวดลายแสดงรอยแตกของเทียน (Crack) ซึ่งเป็นรอยที่เกิดโดยบังเอิญในขณะที่ย้อมในปัจจุบันการทำผ้าบาติกเป็นเทคนิคทางศิลปหัตถกรรมที่แพร่หลายเข้าไปในสหรัฐอเมริกา

๑.๔.๒. ผ้าบาติกในมาเลเซีย

มาเลเซียเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ได้รับแบบอย่างการทำผ้าบาติกจากอินโดนีเซีย อินโดนีเซียได้ส่งผ้าบาติกไปจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย ซึ่งจะได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และเรียกผ้าบาติกที่ส่งมาจากอินโดนีเซียว่า “ผ้าจาอ” หรือ “ยาวอ”(Jawa) ส่วนมากมักเป็นผ้าสีม่วงมากกว่าผ้าชนิดอื่น

การทำผ้าบาติกในมาเลเซีย มีการทำในรัฐตรังกานู และรัฐกลันตัน การทำผ้าบาติกในมาเลเซียยุคแรกเป็นการทำผ้าบาติกลายพิมพ์ ในระยะต่อมาจึงได้มีการทำผ้าบาติกลายเขียน

การทำผ้าบาติกในมาเลเซียปัจจุบันมี ๓ แบบ คือ บาติกลายพิมพ์ บาติกลายเขียน และบาติกซิลค์สกรีน บาติกซิลค์สกรีนมีกรรมวิธีต่างจากบาติกลายพิมพ์เล็กน้อย คือ เป็นเทคนิคการผสมระหว่างการพิมพ์ซิลค์สกรีนและการพิมพ์ผ้าบาติก โดยเริ่มจากการพิมพ์จากแม่พิมพ์ซิลค์สกรีนประมาณ ๓-๕ สี เมื่อสีแห้งแล้วจึงนำผ้าลงแช่น้ำยากันสีก ประมาณ ๘-๑๒ ชั่วโมง จากนั้นจึงนำผ้าไปล้างให้สะอาด ผึ่งลมให้แห้ง และนำไปพิมพ์โลหะแม่พิมพ์ที่มีลักษณะเป็นแม่พิมพ์ปิด พิมพ์เทียนปิดดอกหรือลวดลายที่ได้จากการพิมพ์ซิลค์สกรีนเพื่อกันสีลวดลายเหล่านั้นไว้ เสร็จแล้วจึงนำผ้าย้อมสีพื้น ๑-๒ ชั้นต่อไป การพิมพ์ซิลค์สกรีนสีจะติดผ้าด้านบนเท่านั้น ด้านล่างสีติดจางๆ ผ้าบาติกแท้ๆ สีด้านหน้าและด้านหลังจะเหมือนกันชาวมาเลเซียนิยมผ้าบาติกเขียนเป็นเครื่องแต่งกายเครื่องแบบข้าราชการ เครื่องเรือนและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก รสนิยมเรื่องสีนิยมใช้สีสดใส ลักษณะลวดลายผ้าบาติกของมาเลเซียนั้นมีรูปคล้ายคลึงกับอินโดนีเซีย คือลวดลายจากพรรณพฤกษาลายที่นิยมกันมากคือลายดอกเบญจมาศ ดอกชบา ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำชาตินอกจากนั้นยังนิยมลายประเภทลายเส้น ลายเรขาคณิตและลวดลายตามแบบของศิลปะอิสลาม

๑.๔.๓. ผ้าบาติกในประเทศไทย

ประเทศไทย มีการทำผ้าบาติกเป็นอุตสาหกรรมกันมานานแล้ว มีการผลิตในหลายจังหวัดทางภาคใต้ เช่น ยะลา ปัตตานี สงขลา นราธิวาส และในภาคกลาง เช่น กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังมีการผลิตผ้าบาติกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น ภูเก็ต เกาะสมุย เชียงใหม่ พัทยา เป็นต้น แต่การแพร่หลายของผ้าบาติกนั้นเริ่มเข้ามาทางจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยได้รับอิทธิพลมาจากมาเลเซีย ซึ่งมาเลเซียเองก็ได้รับอิทธิพลมาจากอินโดนีเซียอีกทอดหนึ่ง

คนไทยรู้จักผ้าบาติกในลักษณะของ “ผ้าพันหรือผ้าปาเต๊ะพัน” โดยเรียกตามวิธีนุ่ง คือ พันรอบตัว คำว่า “โสร่ง” ก็มาจากภาษาอินโดนีเซียเช่นเดียวกัน หมายถึง ผ้านุ่ง คนในท้องถิ่นภาคใต้ เรียกบาติกว่า “ผ้าปาเต๊ะ” หรือ “ผ้าปาเต๊ะ” ส่วนคนรุ่นเก่าเรียกผ้าปาเต๊ะที่ไม่ได้ผลิตในประเทศไทยว่า “ผ้ายาวอ” หรือ “ยาวอ” (Java) ซึ่งหมายถึง ผ้าขาวและเรียกชื่อตามลักษณะของผ้าเป็นภาษาพื้นเมืองชายแดนภาคใต้ ๔ ชนิด คือ

๑.ยาวอตูลิส (Java Tulis) ใช้เรียกผ้าบาติกที่ใช้เทคนิคการเขียนเทียนด้วยจันตั่งตลอดทั้งผืน

๒. ยาวอตูเก (ผ้าขาวกระบอกไม้ไผ่) ใช้เรียกชื่อผ้าปาเต๊ะที่มีคุณภาพดีชิ้นหนึ่ง เนื้อดีเบาบาง และผ้าผืนหนึ่ง ๆ สามารถม้วนได้เพียง ๑ กำมือเท่านั้น

๓. ยาวอปือละ ซึ่งหมายความว่า ผ้าพันขาว ใช้เรียกผ้าบาติกที่มีความยาวตั้งแต่ ๓.๕ – ๔ หลา เป็นลักษณะของผ้าที่ไม่เป็นตะเข็บผ้าให้ติดกันเป็นถุง แต่ใช้วิธีนุ่งแบบพันรอบตัว บางแห่งเรียกผ้าชนิดนี้ว่า ผ้าบาติกพัน (ผ้าพัน)

๔.ยาวอซือแย ผ้าขาวตราดอกจิก เป็นผ้าที่ม้วนที่มีคุณภาพดี มีตราดอกจิกเป็นเครื่องหมายการค้า และเป็นที่ยอมรับกันมากในหมู่ชาวไทยที่มีฐานะดี

ชาวไทยมุสลิม โดยเฉพาะในจังหวัดชายแดนภาคใต้ รู้จักการทำผ้าบาติก โดยได้รับเทคนิคมาจากมาเลเซียและได้ตั้งโรงงานผลิตเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนอยู่ใต้ถุนบ้านหรือโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ซึ่งมีคนงานระหว่าง ๕๐ – ๑๐๐ คน แบ่งหน้าที่การผลิตออกเป็นแผนกๆ ล้วนแต่อยู่ในจังหวัดนราธิวาส เสียเป็นส่วนมาก โดยเฉพาะที่อำเภอสุไหงโก-ลก จังหวัดนราธิวาส ผลิตผ้าบาติกโดยใช้แม่พิมพ์โลหะ ดังนั้น

ลายผ้าในยุคแรก จึงมีลักษณะของศิลปะแบบมาเลเซีย ผ้าบาติกในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๑๐ – ๒๕๒๒ เป็นช่วงที่มี ยอดการจำหน่ายสูงสุด

ในปัจจุบันบาติกลายเขียนได้รับการพัฒนาและแพร่หลายมาก ทำให้สามารถผลิตผ้าได้ หลายรูปแบบดีกว่าเดิม และสามารถขายได้ราคาที่ดีกว่าบาติกพิมพ์ ทำให้โรงงานอุตสาหกรรมผ้าบาติกในภาคใต้ หันมาผลิตผ้าบาติกลายเขียน เกิดการแข่งขันในตลาดโดยแสดงลักษณะงาน รูปแบบและเอกลักษณ์ของตนเอง จนผ้าบาติกบางชิ้นกลายเป็นจิตรกรรมที่มีราคาสูงกว่าทั่วไปมาก ผ้าที่นิยมทำกันมาก ได้แก่ ผ้าโสร่ง ผ้าซิ่น และเครื่องนุ่งห่มต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น

ส่วนเทคนิคการทำผ้าบาติกในประเทศไทย มีการทำ ๔ วิธี คือ

๑. บาติกลายพิมพ์ด้วยแม่พิมพ์โลหะไม้ และเชือกแล้วนำไปย้อม ๓-๔ ครั้ง
๒. บาติกลายเขียนคือเขียนเทียนลงบนผ้า นำไปย้อม อาจมีการปิดเทียน เพื่อเก็บสี และย้อมอีก ๑-๒ ครั้ง
๓. บาติกลายเทียนและระบายสีเป็นการเขียนเทียนลงบนผ้า แล้วระบายสีทั่วทั้งผืน
๔. บาติกกันเทียนและกีดสีของจังหวัดลำพูน

บาติกประเทศไทยจำหน่ายในรูปแบบของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เช่น เครื่องตกแต่งบ้าน ภาพ ประดับผนัง ผ้าพันคอ ผ้าคลุมผม เนคไท ผ้าปูโต๊ะ และเสื้อสำเร็จรูป ทำให้มีการผลิตกันอย่างกว้างขวาง (ประวัติความเป็นมาบาติก. , ม.ป.ป. : ออนไลน์)

๒. แนวคิดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

บริบทแห่งภูมิปัญญาคุณค่าของท้องถิ่น ความเชื่อมโยงเกี่ยวพันกันในการศึกษาเรื่องภูมิปัญญา จาก พื้นฐานภูมิปัญญาในระดับข่าวสารเป็นภูมิปัญญาที่สถาปนาขึ้นเป็นองค์ความรู้ในทางศิลปะ ทั้งองค์ความรู้เรื่อง ยาพื้นบ้าน สมุนไพร การอยู่ร่วมกัน การปกครอง การมีความสัมพันธ์ที่ราบรื่น การแก้ปัญหาในชีวิตจริงต่าง ๆ

ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการปรับตัวโดยรับความรู้และปัญญาที่เป็นสากล ซึ่ง หนังสือวิจัยของคุณหมอประเวศ วะสี ได้กล่าวไว้ว่า “วัฒนธรรมเป็นภูมิปัญญาที่สั่งสมมาจากการปฏิบัติจริง และถ่ายทอดกันมาเป็นเวลาช้านาน ความรู้ของมนุษย์ไม่ได้มีแต่ที่เกิดจากการทดลองในห้องทดลองทาง วิทยาศาสตร์เท่านั้น ความรู้อีกกระแสหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นมาก่อน คือความรู้ที่เกิดจากการทดลองปฏิบัติจริงใน ห้องทดลองทางสังคม คือความรู้กระแสวัฒนธรรม หรือความรู้ดั้งเดิม หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน ความรู้เหล่านี้ถูก ค้นพบ ลองใช้ ดัดแปลง ถ่ายทอดกันมา ด้วยเวลานานเป็นพันเป็นหมื่นปี จึงมีค่ายิ่งนัก”(สำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ, ๒๕๔๗ ; เอกวิทย์ ณ ถลาง, ๒๕๔๗ : ๑๔)

๒.๑. ความหมายของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม หมายถึง การปฏิบัติ การแสดงออก ความรู้ ทักษะ ตลอดจนเครื่องมือ วัตถุ สิ่งประดิษฐ์ และพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านั้น ซึ่งชุมชน กลุ่มชน หรือในบางกรณีปัจเจก บุคคลยอมรับว่า เป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมของตน มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ซึ่งถ่ายทอดจาก คนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งนี้ เป็นสิ่งที่ชุมชนและกลุ่มสร้างขึ้นอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองต่อ สภาพแวดล้อมของตน เป็นปฏิสัมพันธ์ของพวกเขาที่มีต่อธรรมชาติและประวัติศาสตร์ของตน และทำให้คน

เหล่านั้นเกิดความภูมิใจในตัวตนและความรู้สึกสืบเนื่องก่อให้เกิดความเคารพต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์

มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ หมายความว่า ความรู้ การแสดงออก หรือทักษะทางวัฒนธรรมที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือชุมชนยอมรับและรู้สึกร่วมกันซึ่งมีการสืบทอดกันมาจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง

๒.๒. การขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ

ความเป็นมา

กระทรวงวัฒนธรรม โดยกรมส่งเสริมวัฒนธรรมได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้า อนุรักษ์ ส่งเสริม เผยแพร่ พัฒนา ฟื้นฟู และพัฒนาวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมพื้นบ้านมาอย่างต่อเนื่องตลอดมา โดยการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการ โครงการ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะตอบสนองต่อการกิจดังกล่าว ตั้งแต่ปีพุทธศักราช ๒๕๔๘ – พ.ศ. ๒๕๕๒ กรมส่งเสริมวัฒนธรรมได้ดำเนินการจัดเก็บข้อมูล และจัดทำฐานข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม โดยปัจจุบัน ได้มีการจัดเก็บข้อมูลด้านศิลปะการแสดง จำนวน ๓๕๐ เรื่อง ด้านงานช่างฝีมือดั้งเดิม จำนวน ๕๐๐ เรื่อง และด้านมุขปาฐะ จำนวน ๔๐ เรื่อง นอกจากนี้ ในปีงบประมาณ ๒๕๕๓ กรมส่งเสริมวัฒนธรรมสนับสนุนให้มีการจัดทำทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในระดับจังหวัด โดยให้ดำเนินการนำร่องในการทำทะเบียนสาขาศิลปะการแสดง งานช่างฝีมือดั้งเดิม วรรณกรรมพื้นบ้านและกีฬาภูมิปัญญาไทย เพื่อเป็นการต่อยอดการดำเนินงาน กรมส่งเสริมวัฒนธรรมจึงกำหนดภารกิจในการปกป้องคุ้มครองมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมขึ้น โดยมีกิจกรรมสำคัญ คือ การขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นหลักฐานสำคัญของชาติ และเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนให้เกิดความภูมิใจในวัฒนธรรมของตน รวมทั้งเป็นการปกป้องคุ้มครองมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและของชาติ อันจะนำไปสู่การสร้างความรู้ ความเข้าใจ เห็นคุณค่า ยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการอยู่ร่วมกันอย่างมีสันติสุขของคนในสังคมต่อไป

เหตุผลสำคัญของการประกาศขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เป็นสมบัติอันล้ำค่าที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ สืบสาน และสืบทอดมาถึงลูกหลานรุ่นต่อรุ่น สิ่งที่เป็นมรดกภูมิปัญญา หมายถึง สิ่งที่เป็นความรู้ ความคิด ทักษะ ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญ ที่แสดงออกผ่านทางภาษา วรรณกรรม ศิลปะการแสดง ขนบธรรมเนียมประเพณี พิธีกรรม งานช่างฝีมือดั้งเดิม และความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ และจักรวาล

ในยุคที่โลกกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่นปัจจุบัน สิ่งที่เป็นภูมิปัญญาของมนุษยชาติดังกล่าวข้างต้น กำลังถูกคุกคามจากภัยอันตรายต่าง ๆ ทั้งด้วยการถูกรุกรานจากวัฒนธรรมต่างชาติ การฉกฉวยผลประโยชน์จากผู้ที่มีเทคโนโลยีที่เหนือกว่า หรือการนำภูมิปัญญาของกลุ่มหนึ่ง ๆ ไปใช้อย่างไม่

เหมาะสม และไม่มี การแบ่งปันผลประโยชน์ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้กลุ่มชนที่ได้รับผลกระทบถูกรวบจำ จนเกิดการสูญเสียลักษณะ และสูญเสียภูมิปัญญาที่เป็นองค์ความรู้ของตนไปอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์

การประกาศขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม จึงเป็นหนทางหนึ่งในการปกป้อง ค้ำครอง และเป็นหลักฐานสำคัญของประเทศในการประกาศความเป็นเจ้าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ต่างๆ ในขณะที่ยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่จะคุ้มครองมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ รวมทั้งใน อนาคต หากประเทศไทยได้เข้าเป็นภาคีสมาชิกอนุสัญญาว่าด้วยการสงวนรักษามรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ก็จะเป็นโอกาสอันดียิ่งในการเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติภูมิของประเทศชาติให้ปรากฏในสังคมโลก เช่นเดียวกับที่ ประเทศต่างๆ ที่เป็นภาคีสมาชิกแล้วในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ

๑. เพื่อบันทึกประวัติความเป็นมา ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ของมรดกภูมิปัญญาทาง วัฒนธรรม

๒. เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่อยู่ในอาณาเขตของ ประเทศไทย

๓. เพื่อเสริมสร้างบทบาทสำคัญ และความภาคภูมิใจของชุมชน กลุ่มคน หรือบุคคล ที่เป็นผู้ ถือครองมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

๔. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาสิทธิชุมชนในการอนุรักษ์ สืบสาน ฟื้นฟู และปกป้องคุ้มครองมรดก ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและของชาติ

๕. เพื่อรองรับการเข้าเป็นภาคีอนุสัญญาเพื่อการสงวนรักษามรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ของยูเนสโก

หมวดของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม จำแนกออกเป็น ๗ สาขา ดังนี้

๑. ภาษา ภาษาถิ่น และภาษาชาติพันธุ์ หมายถึง เครื่องมือที่ใช้สื่อสารในวิถีการ ดำรงชีวิตของชนกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนโลกทัศน์ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชน ทั้งในแง่วจน ภาษา (ภาษาที่ใช้ถ้อยคำ) และอวัจนภาษา (ภาษาที่ไม่ใช้ถ้อยคำ)

ประเภท

- ภาษาไทย หมายถึง ภาษาราชการที่ใช้ในประเทศไทย
- ภาษาไทยถิ่น หมายถึง ภาษาที่ใช้ติดต่อสื่อสารตามท้องถิ่นต่าง ๆ สามารถสื่อความหมาย สร้างความเข้าใจกันในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยแต่ละท้องถิ่นอาจพูดแตกต่างกันไปจากภาษาราชการ ทั้งในด้านเสียง คำ และการเรียงคำ ได้แก่ ภาษาไทยถิ่นภาคเหนือ ภาษาไทยถิ่นภาคอีสาน ภาษาไทยถิ่นภาคกลาง และ ภาษาไทยถิ่นภาคใต้

- ภาษากลุ่มชาติพันธุ์ หมายถึง ภาษาที่ใช้ติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น ๕ ตระกูลภาษา ได้แก่ กลุ่มภาษาตระกูลไท กลุ่มภาษาตระกูลออสโตรเอเชียติก กลุ่มภาษาตระกูลจีน-ทิเบต กลุ่มภาษาออสโตรเนเซียนติก และกลุ่มภาษาม้ง-เมี่ยน

๒. **วรรณกรรมพื้นบ้าน** หมายถึง วรรณกรรมที่ถ่ายทอดอยู่ในวิถีชีวิตชาวบ้านโดยครอบคลุมวรรณกรรมที่ถ่ายทอดโดยวิธีการบอกเล่าและที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษร

ประเภท

- นิทานพื้นบ้าน หมายถึง เรื่องเล่าที่สืบทอดต่อ ๆ กันมา ประกอบด้วย นิทาน เทวปกรณัม/ตำนาน นิทานศาสนา นิทานคติ นิทานมหัศจรรย์ นิทานชีวิต นิทานประจำถิ่น นิทานอธิบายเหตุ นิทานเรื่องสัตว์ นิทานเรื่องผี มุขตลก และเรื่องโม้ นิทานเข้าแบบของไทย

- ประวัติศาสตร์บอกเล่า หมายถึง เรื่องเล่าเกี่ยวกับประวัติการตั้งถิ่นฐาน การอพยพ ความเป็นมา และบุคคลสำคัญของชุมชน

- บทสวดหรือบทกล่าวนิพิตกรรม หมายถึง คำสวดที่ใช้ประกอบในพิธีกรรมต่างๆ เช่น บททำขวัญ คำบูชา คำสมา คำเวหนาน บทสวดสรภัญญ์ คาถาอาถรรพ์ บทประกอบการรักษาโรคพื้นบ้าน คำให้พร คำอธิษฐาน ฯลฯ

- บทร้องพื้นบ้าน หมายถึง คำร้องที่ถ่ายทอดสืบทอดต่อกันมาในโอกาสต่างๆ เช่น บทกล่อมเด็ก บทร้องเล่น บทเกี่ยวพาราสี บทจ้อย คำแข็ง ฯลฯ

- สำนวนและภาษิต หมายถึง คำพูดหรือคำกล่าวที่สืบทอดกันมามีสัมผัส คล้องจองกัน เช่น โวหาร คำคม คำพังเพย คำอุปมาอุปไมย คำขวัญ คติพจน์ คำสวดสาบาน คำสาปแช่ง คำชม คำคะนอง ฯลฯ

- ปริศนาคำทาย หมายถึง คำหรือข้อความที่ตั้งเป็นคำถาม คำตอบ ที่สืบทอดกันมา เพื่อให้ผู้ตอบได้ทายหรือตอบปัญหา เช่น คำทาย ปัญหาเขาวงกต ฆะหมี่

- ตำรา หมายถึง องค์ความรู้ที่มีการเขียนบันทึกในเอกสารเช่น ตำรา โหราศาสตร์ ตำราดูลักษณะคนและสัตว์ ตำรายา ฯลฯ

๓. **สาขาศิลปะการแสดง** การแสดงออกซึ่งอารมณ์ ความรู้สึก และเรื่องราวต่างๆ โดยมีผู้แสดงเป็นสื่อผ่านทางเสียง ได้แก่ การขับร้อง หรือการเล่นดนตรี และทางร่างกาย เช่น การรำรำ การเชิด การเต้น การแสดงท่าทาง ฯลฯ

ประเภท

- ดนตรี หมายถึง เสียงที่ประกอบกันเป็นทำนองเพลง และ/หรือ ลีลา จังหวะ เครื่องบรรเลงซึ่งมีเสียงดัง ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน หรือเกิดอารมณ์รัก โศก หรือรื่นเริง เป็นต้น ดนตรีมีบทบาทหน้าที่ในการบรรเลงเพื่อการขับกล่อมความบันเทิง ประกอบพิธีกรรม และประกอบการแสดง

- การแสดง หมายถึง การแสดงออกทางร่างกาย ท่วงท่าการเคลื่อนไหว ท่าเต้น ท่ารำ การแสดงกิริยาของการเต้น การรำ การเชิด ฯลฯ ซึ่งแสดงถึงอารมณ์ความรู้สึก และการเล่าเรื่อง การแสดงอาจแสดงร่วมกับดนตรีและการขับร้องหรือไม่ก็ได้

- ดนตรีและการแสดงในพิธีกรรม หมายถึง การผสมผสานระหว่างการแสดง การร้อง การรำ ร่ายรำ และดนตรีที่ใช้ประกอบอาชีพ เป็นต้น

- เพลงร้องพื้นบ้าน หมายถึง บทเพลงที่เกิดจากคนในท้องถิ่นนั้นๆ ที่คิดรูปแบบการร้อง การเล่น เป็นบทเพลงที่มีท่วงทำนอง ภาษาที่เรียบง่าย มุ่งความสนุกสนานเพลิดเพลินในโอกาสต่างๆ หรือการร่วมแรงร่วมใจการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งในการประกอบอาชีพ

๔. **แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล** การประเพณีปฏิบัติในแนวทางเดียวกันของคนในชุมชนที่สืบทอดต่อกันมาบนหนทางของมรดกวิถี นำไปสู่สังคมแห่งสันติสุขแสดงให้เห็นอัตลักษณ์ของชุมชนและชาติพันธุ์นั้น ๆ

ประเภท

- มารยาท หมายถึง การประเพณีปฏิบัติที่พึงงามต่อผู้อื่น
- ขนบธรรมเนียมประเพณี หมายถึง การประเพณีปฏิบัติและการกระทำกิจกรรมที่สืบทอดต่อ ๆ กันมาในวิถีชีวิตและสังคมของชุมชนนั้นๆ

- งานเทศกาล หมายถึง กิจกรรมที่กระทำตามกำหนดในรอบปี

๕. **งานช่างฝีมือดั้งเดิม** ภูมิปัญญา ทักษะฝีมือช่าง การเลือกใช้วัสดุและกลวิธีการสร้างสรรค์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ สะท้อนพัฒนาการทางสังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มชน

ประเภท

- ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า หมายถึง ผลผลิตที่เกิดจากการทอ ย้อม ถัก ปัก ตีเกลียว ยก จก มัดหมี่ พิมพ์ลาย ชิด เกาะ/ล้วง เพื่อใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม แสดงสถานภาพทางสังคม ลวดลายผ้ามีความเกี่ยวข้องกับตำนานพื้นถิ่น ความเชื่อและธรรมชาติ ซึ่งลวดลายดังกล่าวมักเกิดจากเส้นพุ่งเป็นหลัก

- เครื่องจักรสาน หมายถึง ภาชนะเครื่องใช้ประจำบ้านของคนไทยทำจากวัสดุดิบในท้องถิ่น เช่น ไม้ หวาย กระจูด ลำเจียก โดยนำมาจักและสาน จึงเรียกว่า เครื่องจักรสาน กลวิธีในการทำเครื่องจักรสาน ได้แก่ การถัก ผูก รัด มัด ร้อย โดยใช้ดอก หวาย เพื่อให้เครื่องจักรสานคงทนและคงรูปอยู่ได้ตามต้องการ

- เครื่องรัก หมายถึง หัตถกรรมที่ใช้รักเป็นวัสดุสำคัญในการสร้างผลงาน เช่น ปิดทองรดน้ำ ภาพกำมะลอ ประดับมุก ประดับกระจกสี ปั้นกระแหนะ และเขิน รักหรือยางรัก มีคุณลักษณะเป็นยางเหนียว สามารถเกาะจับพื้นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ประสงคจะทาหรือถมทับหรือเคลือบผิวได้ดี ทำให้เป็นผิวมันภายหลังรักแห้งสนิท มีคุณภาพคงทนต่อความร้อน ความชื้น กรดหรือด่างอ่อนๆ และยังเป็นวัสดุที่ใช้เชื่อมสมุกหรือสีเข้าด้วยกัน

- เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง หัตถกรรมที่ใช้ดินเหนียวเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต มีทั้งชนิดเคลือบและไม่เคลือบ โดยที่เนื้อดินเหนียวต้องมีส่วนผสมของทรายแม่น้ำที่เป็นทรายเนื้อละเอียดและช่วยให้เนื้อดินแกร่งสนิทไม่แตกร้าว ดินเหนียวที่ใช้ทำเครื่องปั้นดินเผาจากที่ต่างๆ ให้สีแตกต่างกัน

- เครื่องโลหะ หมายถึง สิ่งที่มีวัสดุหลักเป็นเหล็ก ทองเหลือง หรือทองแดง เครื่องโลหะที่ทำจากเหล็กนิยมทำ โดยการเผาไฟให้อ่อนตัวและตีเหล็กเป็นรูปทรงต่างๆ เครื่องโลหะที่ทำจากทองเหลือง นิยมนำทองเหลืองมาเผาจนหลอมเหลวแล้วจึงนำไปเทลงในแบบรูปตามลักษณะที่ต้องการแล้วนำมาตกแต่ง ส่วนเครื่องโลหะที่ทำจากทองแดง มีการนำทองแดงมาใช้เป็นโลหะเจือหลักสำหรับผลิตตัวเรือนเครื่องประดับโลหะเงินเจือ

- เครื่องไม้ หมายถึง งานฝีมือที่ทำจากไม้ซุงหรือไม้แปรรูปเป็นท่อน เป็นแผ่น เพื่อใช้ในงานช่าง ก่อสร้างประเภทเครื่องสับ เครื่องเรือน เครื่องบูชา เครื่องตั้ง เครื่องประดับ เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องศาสตรา เครื่องดนตรี เครื่องเล่น และยานพาหนะ โดยอาศัยเทคนิควิธีการแกะ สลัก สับ ขุด เจาะ คลึง ถาก ขุด และขัด

- เครื่องหนัง หมายถึง งานหัตถกรรมพื้นบ้านที่ทำมาจากหนังสัตว์ โดยผ่านกระบวนการหมักและฟอกหนังเพื่อไม่ให้เน่าเปื่อย และให้เกิดความนิ่มนวลสามารถปีบงอได้ตามที่ต้องการ เครื่องหนังนิยมนำไปใช้เกี่ยวกับศิลปะการแสดง รวมถึงอุปกรณ์อื่นๆ ที่มีหนังเป็นส่วนประกอบ

- เครื่องประดับ หมายถึง งานช่างฝีมือที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อการตกแต่งให้เกิดความงดงาม เริ่มต้นจากการใช้วัสดุที่พบได้ง่ายในท้องถิ่นนำมาผลิตเป็นเครื่องประดับตามส่วนต่างๆ ของร่างกายและพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ เป็นการใช้อัญมณีและโลหะมีค่าชนิดอื่น

- งานศิลปกรรมพื้นบ้าน หมายถึง งานที่มีการแสดงถึงอารมณ์สะท้อนออกทางฝีมือ การช่างให้ประจักษ์ เห็นเป็นรูปธรรมเพื่อตอบสนองในด้านการยังชีพและความต้องการคุณค่าด้านความงาม เช่น ภาพเขียน งานปั้น งานแกะสลักงานหล่อ เป็นต้น

- ผลิตภัณฑ์อย่างอื่น หมายถึง งานช่างฝีมือดั้งเดิมที่ไม่สามารถจัดอยู่ใน ๙ ประเภทแรกได้ ซึ่งอาจเป็นงานช่างฝีมือที่ประดิษฐ์หรือผลิตขึ้นจากวัสดุในท้องถิ่นหรือจากวัสดุเหลือใช้ เป็นต้น

๖. ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล องค์ความรู้ วิธีการ ทักษะ ความเชื่อ แนวปฏิบัติและการแสดงออกที่พัฒนาขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติและเหนือธรรมชาติ

ประเภท

- อาการและโภชนาการ
- การแพทย์แผนไทยและการแพทย์พื้นบ้าน
- โหราศาสตร์และดาราศาสตร์
- การจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

- ชัยภูมิและการตั้งถิ่นฐาน

๗. กีฬาภูมิปัญญาไทย การเล่น การกีฬา และศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว ที่มีการปฏิบัติกันอยู่ในประเทศไทยและมีเอกลักษณ์สะท้อนวิถีไทย

ประเภท

- การเล่นพื้นบ้าน หมายถึง การเล่นของคนไทยในแต่ละวัยที่มีวัตถุประสงค์ต่างๆ กันออกไป โดยมีผลลัพธ์สุดท้าย คือ ความรัก ความสามัคคี และความสนุกสนานเพลิดเพลิน
- กีฬาพื้นบ้าน หมายถึง การเล่น และการแข่งขันของคนไทยในแต่ละวัย โดยมีอุปกรณ์และกฎกติกาที่เป็นลักษณะเฉพาะถิ่น
- ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว หมายถึง วิธีการหรือรูปแบบการต่อสู้ที่ใช้ร่างกายหรืออุปกรณ์ ซึ่งได้รับการฝึกฝนตามวัฒนธรรมที่ได้รับการถ่ายทอดกันมา

๒.๓. ความหมายและขอบข่ายของภูมิปัญญาไทย

๒.๓.๑ ความหมายของภูมิปัญญาไทย

๑.) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ (ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๔๒ : ๘๒๖) อธิบายความหมายของภูมิปัญญาไว้ว่า

“ภูมิ หมายถึง พื้น ชั้น พื้นเพ ความรู้
ภูมิปัญญา หมายถึง พื้นความรู้ความสามารถ”

เมื่อนำคำข้างต้นมารวมกันกับคำไทย จะได้ความหมายว่า “ภูมิปัญญาไทย หมายถึง พื้นความรู้ความสามารถของคนไทย ชาติดไทย และประเทศไทย”

ซึ่งการให้ความหมายดังกล่าวเป็นการให้ความหมายโดยคำศัพท์ ส่วนความหมายโดยนัยและสาระสำคัญมีความหมายกว้างและครอบคลุมไปถึงสาระอื่นที่เกี่ยวข้องด้วยดังที่นักวิชาการ ผู้นำทางภูมิปัญญาของไทย รวมทั้งองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กัน ดังจะได้กล่าวต่อไปนี้

๒.) ประเวศ วะสี (ในสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, ๒๕๓๔ : ๗๙; วิวัฒน์ ลิ้ม, ๒๕๔๒: ๑๙) ได้อธิบายความหมายของภูมิปัญญาเพื่อความเข้าใจง่ายๆ ว่า

“สัจธรรมที่เด่นชัด ไม่ว่าสังคมหรือชุมชนใดก็ตามที่ เมื่อเกิดขึ้นและดำรงอยู่มานาน ล้วนจำเป็นต้องมีภูมิปัญญาของตนเอง ไม่เช่นนั้นก็อยู่ไม่ได้ ตัวภูมิปัญญามีลักษณะเป็นกระบวนการที่สะสมระยะเวลายาวนานว่าทำอะไรประชาชนจึงมีชีวิตอยู่ได้โดยสอดคล้องกับธรรมชาตินั้น...ภูมิปัญญาเกิดจากการสะสมประสบการณ์และการเรียนรู้มายาวนาน ความรู้ด้านต่างๆ ไม่ได้แยกออกเป็นวิชาๆ ตามที่ร่ำเรียนกัน ดังนั้น ความรู้ทางเศรษฐกิจ อาชีพ ความเป็นอยู่ การใช้จ่าย การศึกษาและวัฒนธรรม มันผสมกลมกลืนหรือเชื่อมโยงกัน ...”

๓) เสรี พงศ์พิศ (พระครูวินัยธรประจักษ์ จกฺกธมฺโม, ๒๕๔๕ : ๒๐) ให้ความหมายไว้ว่า “ภูมิปัญญาไทย หมายถึง องค์ความรู้ในด้านต่างๆ ของการดำรงชีวิตของคนไทย ที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ประกอบกับแนวคิด วิเคราะห์ ในการแก้ไขปัญหาที่เป็นลักษณะของตนเอง ที่สามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกาลสมัยมาแก้ปัญหาของการดำรงชีวิต”

๔) เอกวิทย์ ณ ถลาง (๒๕๔๕ : ๑๑-๑๒) ให้ความหมายไว้ว่า “ภูมิปัญญา หมายถึง ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจนที่กลุ่มชนได้จากประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ใน การปรับตัวและดำรงชีพในระบบนิเวศ หรือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางสังคม-วัฒนธรรม ที่ได้มีพัฒนาการสืบสานกันมา ภูมิปัญญาเป็นความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจนที่เป็น ผลของการใช้สติปัญญาปรับตัวกับสภาวะต่างๆ ในพื้นที่ที่กลุ่มชนนั้นตั้งหลักแหล่งถิ่นฐานอยู่ และได้ แลกเปลี่ยนสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมกับกลุ่มชนอื่น จากพื้นที่สิ่งแวดล้อมอื่นที่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กันแล้วรับ เอาหรือปรับเปลี่ยนนำมาสร้างประโยชน์หรือแก้ปัญหาได้ในสิ่งแวดล้อมและบริบททางสังคม – วัฒนธรรมของ กลุ่มชนนั้น ภูมิปัญญาจึงมีทั้งภูมิปัญญาอันเกิดจากประสบการณ์ในพื้นที่ ภูมิปัญญาที่มาจากภายนอก และภูมิ ปัญญาที่ผลิตใหม่หรือผลิตซ้ำเพื่อการแก้ปัญหาและการปรับตัวให้สอดคล้องกับความจำเป็นและความ เปลี่ยนแปลง”

๕) สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ (๒๕๔๑ : ๕๗๕๕- ๕๗๕๖) ให้ความหมายไว้ว่า “ภูมิปัญญา ชาวบ้าน หมายถึง วิธีการจัดการ วิธีการขึ้นา และการริเริ่ม เสริมต่อของนักปราชญ์ในท้องถิ่นหรือกลุ่มชน ภูมิ ปัญญาชาวบ้านล้วนสั่งสมงอกงามขึ้นจากความรอบรู้ ประสบการณ์ ผนวกด้วยญาณทัศนะ (ความเฉียบคมใน การหยั่งเห็น หยั่งรู้ ที่ลุ่มลึกกว่าวิสัยทัศน์) เป็นรากฐานรากเหง้าของภูมิปัญญาชาวบ้าน จึงมักเกี่ยวเนื่องกับ การนำสภาวะตามธรรมชาติที่อยู่ในวิสัยที่จัดการได้ หรือภาวะที่เกิดจากการกระทำการเสาะสร้างของรุ่น ก่อนๆ มาปรับแปรอให้เกื้อกูลแก่การดำรงชีพ ขึ้นพื้นฐาน หรือปัจจัย ๔ อันได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยาบำบัดโรคภัยไข้เจ็บ แล้วภูมิปัญญาเหล่านั้นค่อยๆ แตกหน่อต่อยอดเป็นภูมิปัญญาเพื่อ จรรโลงจิตใจ เป็นเครื่องประเทืองอารมณ์ อันได้แก่ ภูมิปัญญาประเภทงานช่างฝีมือและศิลปกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนภูมิปัญญาอันเป็นปทัสถานที่ยึดถือเป็นความดี ความงาม ตามคติชนหรือคติชาวบ้าน ”

๖) สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (๒๕๓๓ : ๕๕) ให้ความหมายของ ภูมิปัญญาไว้ว่า “ภูมิปัญญาชาวบ้าน (popular wisdom) หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (local wisdom) หมายถึง พื้นเพรากฐานความรอบรู้ของชาวบ้าน หรือความรอบรู้ของชาวบ้านที่เรียนรู้และมีประสบการณ์สืบทอดกันมา ทั้งทางตรงคือประสบการณ์ด้วยตนเองและทางอ้อมซึ่งเรียนรู้จากผู้ใหญ่ หรือความรู้ที่สะสมที่สืบทอดกันมา กล่าวอีกนัยหนึ่ง ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านสามารถคิดเองทำเอง โดยอาศัย ศักยภาพที่มีอยู่ แก้ปัญหาการดำรงชีวิตในท้องถิ่นได้เหมาะสมกับกาลสมัย”

๗) สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติและสำนักงานสภาพัฒนาการสังคม (๒๕๔๕ : ๑๘๓) ให้ความหมายของภูมิปัญญาไว้ว่า “ภูมิปัญญา: เป็นระบบและวิธีคิด ที่เป็นเชิงแสวงหาคำตอบ ที่เป็นขั้นเป็นตอนและทำหายุการพิสูจน์ ภูมิปัญญาชาวบ้านมีอยู่มากมายกระจายอยู่ทุกชุมชนทั่วประเทศ จำเป็นต้องนำมาสืบสานและพัฒนาให้เกิดศักยภาพและเกิดประโยชน์ยิ่งขึ้นต่อไป วิธีการ: มักเรียกว่า เทคโนโลยี ระหว่างภูมิปัญญากับวิธีการต้องใช้ควบคู่ไปด้วยกันขาดอย่างหนึ่งอย่างใดไม่ได้”

๘) สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (๒๕๔๗ : ๑๐) ให้ความหมายของภูมิปัญญา ไว้ว่า “ภูมิปัญญาไทย หมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถ และทักษะของคนไทยอันเกิดจากการสั่งสม ประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ เลือกสรร ประยุกต์ พัฒนา และถ่ายทอดสืบทอดกันมา เพื่อใช้แก้ปัญหา และพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทย ให้สมดุลกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับยุคสมัย ภูมิปัญญาไทยมีลักษณะ เป็นองค์รวมมีคุณค่าทางวัฒนธรรม เกิดขึ้นในวิถีชีวิตไทย ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นอาจเป็นที่มาขององค์ความรู้ที่ งอกงามขึ้นใหม่ ที่จะช่วยให้การเรียนรู้ การแก้ปัญหา การจัดการ และการปรับตัวในการดำเนินวิถีชีวิตของคน ไทย”

จากคำจำกัดความหรือคำกล่าวของนักวิชาการ ผู้รู้ หรือผู้นำทางปัญญาของไทย ตลอดจนสถาบันที่เกี่ยวข้องข้างต้นนี้ จะเห็นว่าคำว่าภูมิปัญญาชาวบ้านอาจปรากฏในรูปคำว่าภูมิปัญญาท้องถิ่น แล้วแต่บริบทของการใช้คำนั้นๆ และในบางครั้งเมื่อกล่าวถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ขยายครอบคลุมไปทั้งชาติจะเรียกว่า ภูมิปัญญาไทย และเกิดจากที่กล่าวมาทั้งหมดพอประมวลได้ว่า ภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นองค์ความรู้และแบบแผนการดำเนินชีวิต ที่สะสมขึ้นมาจากประสบการณ์ของชีวิตในสังคมและในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน และถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็นวัฒนธรรมในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งโดยเฉพาะ โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่ในตัวบุคคลและธรรมชาติก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินชีวิต ในแนวทางที่สอดคล้องกับธรรมชาติและวิถีชาวบ้าน นอกจากนี้ยังมีอีกคำหนึ่งที่สัมพันธ์กับภูมิปัญญาชาวบ้านซึ่งมักจะใช้ควบคู่กันเสมอ คือ เทคโนโลยีชาวบ้านหรือเทคโนโลยีท้องถิ่น ซึ่งบางครั้งเรียกว่า เทคนิควิทยาพื้นบ้าน (คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ, ๒๕๔๔ : ๑๕๓ -๑๕๕) ซึ่งโดยความหมายแล้วน่าจะหมายถึง ความรู้ความคิดของชาวบ้านหรือท้องถิ่น ที่ว่าจะทำสิ่งต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการในการดำรงชีวิตได้อย่างไร เช่น เทคโนโลยีท้องถิ่นในการทำนา เทคโนโลยีท้องถิ่นในการสร้างบ้าน ภูมิปัญญาจึงเป็นเรื่องที่ควรศึกษาทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เพราะภูมิปัญญาเป็นเรื่องของกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นความรู้ที่ขึ้นอยู่กับ การปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ หากได้ศึกษาทำความเข้าใจภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งก็คือภูมิปัญญาไทยอย่างแท้จริงแล้ว จะพบกระบวนการเรียนรู้ การปรับตัวและการผสมผสานแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น ซึ่งเป็นผลให้คนในท้องถิ่นหรือชุมชนรู้สึกได้ว่าตัวเองมีบทบาท มีส่วนร่วม และสามารถที่จะอยู่ได้โดยไม่ต้องพึ่งพาสังคมภายนอกมากนัก อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตามในความเห็นของนักวิชาการบางคนที่ได้ศึกษาติดตามในเรื่องดังกล่าวตลอดมา ดัง นิธิ เอียวศรีวงศ์ (๒๕๓๙ : ๒๓๔ -๒๔๐) ได้ให้ความเห็นด้วยว่า

“เรามักพูดถึงภูมิปัญญาไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน กันอยู่บ่อยๆ และมองว่าเป็นทางออกที่สำคัญในการพัฒนาดูแลทรัพยากรหรือ การสาธารณสุขก็ตาม แต่ในความเป็นจริงแล้ว ความเข้าใจทางวิชาการเกี่ยวกับภูมิปัญญามีน้อยมาก ในเรื่องของตัวหลักคิดที่ใช้ในการศึกษาภูมิปัญญา มิใช่เพียงพอ โดยในเรื่องของภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมีความสำคัญมาก การพัฒนาจะให้สำเร็จและสมดุลนั้น ทุกฝ่ายต้องมีโอกาสปรับตัวเอง คุณภาพชีวิต ความเป็นมนุษย์ให้ดีขึ้น มิใช่เป็นเพียงแต่การรวบรวมตัวเลขรายได้ประชาชาติแต่เพียงอย่างเดียว”

๒.๓.๒ ขอบข่ายของภูมิปัญญาไทย

จากการศึกษาพบว่ามีกำหนดขอบข่ายของภูมิปัญญาไทยไว้อย่างหลากหลาย ทั้งการกำหนดคร่าวๆ และการจำแนกแยกแยะรายละเอียด ซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่นักวิชาการหรือองค์กรหรือหน่วยงานนำมากำหนด ที่น่าสนใจมีดังต่อไปนี้

๑) วิจิต นันทสุวรรณ (ถวัลย์ มาศจรัส, ๒๕๔๖ : ๔) ได้จำแนกภูมิปัญญาชาวบ้านออกเป็น ๓ ลักษณะ ได้แก่

- (๑) ภูมิปัญญาจากการใช้ชีวิตในธรรมชาติ
- (๒) ภูมิปัญญาจากประสบการณ์การอยู่ร่วมกัน
- (๓) ภูมิปัญญาเฉพาะด้าน

๒) พัทยา สายหู (ในสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, ๒๕๓๔ : ๑๑๐) ได้อธิบายว่า ภูมิปัญญาของมนุษย์ในระดับบุคคลหรือกลุ่มประกอบด้วย ๓ ส่วน ได้แก่

- (๑) ส่วนที่เป็นประสบการณ์โดยตรงของผู้นั้นหรือกลุ่มนั้นเอง

(๒) ส่วนที่ได้รับจากความรู้ความคิดของผู้อื่น จากประสบการณ์
ของบุคคลหรือกลุ่มอื่น

(๓) ส่วนที่ตนสังเคราะห์ขึ้นใหม่ จากประสบการณ์ของตัวเองและ
คำบอกเล่าสั่งสอนของผู้อื่น

๓) เอกวิทย์ ณ ถลาง (๒๕๔๐ : ๑๓) ได้กำหนดขอบข่ายภูมิปัญญาไว้ ๔
ลักษณะเพื่อเป็นหัวข้อในการศึกษาวิจัย เรื่อง ภูมิปัญญาชาวบ้านสี่ภูมิภาค: วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของ
ชาวบ้านไทย โดยชี้แจงประกอบว่า เป็นการประมวลภูมิปัญญาชาวบ้านไทยบางส่วนที่คนไทยระดับพื้นฐานให้
คุณค่าในการดำรงชีวิต เนื่องเวลาที่จำกัดในการค้นหาข้อมูลซึ่งได้แก่

(๑) ความเชื่อ –โลกทัศน์ ที่บ่งบอกลักษณะความสัมพันธ์ระหว่าง
มนุษย์กับสิ่งแวดล้อมในธรรมชาติ เหนือธรรมชาติ และระหว่างมนุษย์ด้วยกัน

(๒) วิธีการดำรงชีวิต การแก้ปัญหา การปรับตัวกับสิ่งแวดล้อม
และกระแสนการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม

(๓) ศิลปหัตถกรรม ประดิษฐ์กรรม ในรูปเครื่องมือของใช้
ศิลปวัตถุที่มีแรงบันดาลใจจากสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ตามพื้นภูมิที่หลากหลายระหว่างภูมิภาค

(๔) กระบวนการและพฤติกรรมการเรียนรู้ การถ่ายทอดภูมิปัญญา
ประสบการณ์ การให้การศึกษาการอบรมและการแก้ปัญหา ตามพื้นฐานวัฒนธรรม – ปรัชญาของชาวบ้าน

๔) สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ (๒๕๔๑ : ๕๗๖๑ – ๕๗๖๘) ได้ทำการศึกษา
ค้นคว้าเกี่ยวกับภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยเฉพาะภูมิปัญญาชาวดำ และได้นำคิดว่า ภูมิปัญญาชาวดำหาก
จำแนกออกตามอรรถประโยชน์จะได้น้อย ๕ ประเภทใหญ่ๆ โดยแต่ละประเภทยังแยกย่อยออกไปอีกตาม
กลุ่มชน ตามกาลและสถานที่ ดังนี้

(๑) ภูมิปัญญาเพื่อการยังชีพ เป็นภูมิปัญญาเพื่อการอยู่รอดของ
ชีวิต ซึ่งเป็นการเสาะหาปัจจัยพื้นฐานในการยังชีพเกี่ยวกับปัจจัย ๔ คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และ
ยารักษาโรค

(๒) ภูมิปัญญาเพื่อการพิทักษ์ชีวิตและทรัพย์สิน เป็นภูมิปัญญาที่
พยายามให้มีชีวิตยั่งยืนมั่นคง ได้แก่ ภูมิปัญญาการพึ่งตนเอง การหลบเลี่ยงอันตราย การรวมพลังและการ
พึ่งพิง การทำและใช้ศาสตราวุธ รวมทั้งการดูแลบำรุงรักษาชีวิตและทรัพย์สิน

(๓) ภูมิปัญญาเพื่อการพิทักษ์ฐานะและอำนาจ เป็นภูมิปัญญาที่
อาศัยฐานะและอำนาจเพื่อช่วยในการดำรงชีวิต ได้แก่ ภูมิปัญญาการสร้างและขยายอำนาจ เช่น การขยาย
จำนวนวงศ์ญาติญาติให้ได้มากๆ ที่เด่นชัดคือ ธรรมเนียมการผูกคอง และผูกเกลอของชาวดำ ซึ่งเป็นเครื่องมือ
ในการผูกมิตร และเป็นภูมิปัญญาในการบ่มเพาะให้กุลธิดาเป็นคนดีมีคุณธรรม

(๔) ภูมิปัญญาจัดการเพื่อสาธารณะประโยชน์ เป็นภูมิปัญญาที่
ก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันสำหรับชาวดำ ได้แก่ การร่วมกันสร้างศาลากลางหน เพื่อเป็นที่หลบแดดกำบังฝน
และหยุดพักแรมของคนเดินทาง การเลี้ยงรอรับแขกหรือหมู่มากเมื่อมีกิจกรรมที่เป็นส่วนรวม ด้วยการนำ
ข้าวหม้อแกงหม้อมาร่วมกันเลี้ยงดู

(๕) ภูมิปัญญาที่เป็นการสร้างสรรค์พิเศษ เป็นภูมิปัญญาที่ใช้
วิสัยทัศน์เฉพาะตัวสร้างสรรค์สร้างขึ้นสำหรับชาวดำ ได้แก่ ภูมิปัญญาที่ให้ตระหนักรู้ว่านักปราชญ์เป็นบุคคลที่มี

คุณค่า ดังปรากฏในวรรณกรรมท้องถิ่นเรื่องพญาฉัตรัน ภูมิปัญญาการวิพากษ์วิจารณ์สังคมโดยอาศัยการร้องเรื่อ หรือเพลงกล่อมเด็ก หรือแตงนิทาน

๕) ทรงจิต พูลลาภ และคณะ (๒๕๔๖ : บทที่ ๑- ๘) ได้ทำการศึกษาวิจัย ภูมิปัญญาไทยทั่วทั้งประเทศจาก ๔ ภาค คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ในหัวข้อเรื่อง การศึกษาวิจัยศักยภาพและสถานภาพของภูมิปัญญาไทย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืน ในปี ๒๕๔๔ – ๒๕๔๖ โดยได้จัดแบ่งสาขา ภูมิปัญญาไทยออกเป็น ๖ ด้าน ได้แก่

- (๑) ด้านเกษตรกรรม โภชนาการ อาหารแปรรูป
- (๒) ด้านหัตถกรรม (ผ้า ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ)
- (๓) ด้านแพทย์แผนไทย ด้านสมุนไพร
- (๔) ด้านการบริหารจัดการองค์การชุมชน สวัสดิการชุมชน
- (๕) ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วรรณกรรม
- (๖) ด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ – สิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ภูมิปัญญาไทยจากแหล่งข้อมูล ๓ ด้าน คือ

(๑) ภูมิปัญญาไทยจากบุคคล เช่น ครูภูมิปัญญาไทย คนดีศรีสังคม ศิลปินแห่งชาติบุคคลดีเด่นด้านต่าง ๆ

(๒) ภูมิปัญญาไทยจากองค์กรพัฒนาหรือองค์กรชุมชน ซึ่งแต่ละองค์กรจะบ่งบอกถึงภารกิจ กิจกรรม วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ได้ว่า เป็นภูมิปัญญาไทยสาขาใด

(๓) ภูมิปัญญาไทยจากผลผลิต ผลิตภัณฑ์ของบุคคลหรือองค์กรชุมชน ซึ่งบางกรณีหนึ่งผลิตภัณฑ์อาจเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาไทยหลายสาขา

โดยการวิจัยดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและสถานภาพของภูมิปัญญาไทย หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ในชุมชนท้องถิ่นต่างๆ เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ภูมิปัญญาไทยในท้องถิ่นระดับอำเภอ และเพื่อจัดทำข้อมูลชุมชนท้องถิ่นร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือองค์กรพัฒนาในภูมิภาคต่างๆ ให้เป็นพื้นฐานการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นระดับชาติและระดับสากล โดยคณะผู้วิจัยและบุคลากรผู้ทำงานด้านการพัฒนาและสร้างผลิตภัณฑ์ต่างๆ (RLDP: Research and Learning for Development to Public Product) ทั้งนี้ผลการศึกษาดังกล่าวนับว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งและยั่งยืน โดยเฉพาะการใช้ข้อมูลพื้นฐานของการวางแผนการดำเนินการโครงการการพัฒนา ตลอดจนการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ เพื่อการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นรากเหง้าของสังคมไทยที่จะนำไปต่อยอดและพัฒนาผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ต่อไป

๖) สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (๒๕๔๗ : บทที่ ๑๐- ๑๑) ได้กำหนดขอบข่ายครูภูมิปัญญาไทยไว้ ๙ ด้าน เพื่อยกย่องเชิดชูเกียรติบุคคลผู้ทรงภูมิปัญญาไทย ด้านต่าง ๆ ที่เป็นผู้สร้างเสริมทุนภูมิปัญญาชาติอย่างต่อเนื่อง จนเป็นที่ยอมรับของสังคมและชุมชน ทั้งนี้โครงการส่งเสริมกิจกรรมเรียนรู้ครูภูมิปัญญาไทยได้เริ่มดำเนินตั้งแต่ปี ๒๕๔๒ เป็นต้นมา ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ครูภูมิปัญญาไทยนับว่าเป็นผู้ที่มิบทบาทเป็นพลังสำคัญของการศึกษาที่ได้ทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจและภูมิปัญญา

อย่างเต็มที่ เพื่อให้ย่าวชนของชาติได้เติบโตอย่างมีคุณภาพ ขอบข่ายขององค์รวมของครุภูมิปัญญาไทย มีความเด่นชัดในหลายด้าน ได้แก่

(๑) ด้านการเกษตรกรรม ได้แก่ ความสามารถในการผสมผสาน องค์ความรู้ ทักษะ และเทคนิค ด้านการเกษตรและเทคโนโลยี โดยการพัฒนาบนพื้นฐานคุณค่าดั้งเดิม ซึ่งคนสามารถพึ่งพาตนเองในสภาวะการณ์ต่างๆ ได้ เช่น การทำการเกษตรแบบผสมผสาน การแก้ปัญหาการเกษตร ด้านการตลาด การแก้ปัญหาด้านผลิต และการรู้จักปรับใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการเกษตร

(๒) ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ได้แก่ การรู้จักประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการแปรรูปผลผลิต เพื่อการบริโภคอย่างปลอดภัย ประหยัด และเป็นธรรมอัน กระบวนการในชุมชนท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจได้ ตลอดทั้งการผลิตและการจำหน่ายผลผลิต ทางหัตถกรรม เช่น การรวบรวมกลุ่มของกลุ่มโรงงานยางพารา กลุ่มโรงสี กลุ่มหัตถกรรม

(๓) ด้านการแพทย์ไทย ได้แก่ ความสามารถในการจัดการป้องกัน และรักษาสุขภาพของคนในชุมชน โดยเน้นให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองทางด้านสุขภาพและอนามัยได้ เช่น ยาจากสมุนไพรอันมีอยู่หลากหลาย การนวดแผนโบราณ การดูแลรักษาสุขภาพแบบพื้นบ้าน

(๔) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ความสามารถเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งการอนุรักษ์ การพัฒนา และการใช้ ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน เช่น การบวชป่า การสืบชะตาแม่น้ำ การทำแนวปะการังเทียม การอนุรักษ์ป่าชายเลน การจัดการป่าต้นน้ำและป่าชุมชน

(๕) ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน ได้แก่ ความสามารถด้านการ สะสมและบริหารกองทุนและสวัสดิการชุมชน ทั้งที่เป็นเงินตราและโภคทรัพย์ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้แก่ ชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในกลุ่ม เช่น การจัดการกองทุนของชุมชนในรูปแบบสหกรณ์ออมทรัพย์ รวมถึง ความสามารถในการจัดสวัสดิการในการประกันคุณภาพชีวิตของคน ให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยการจัดตั้งกองทุนสวัสดิการการรักษายาบาลของชุมชนและการจัดระบบสวัสดิการบริการ ชุมชน

(๖) ด้านศิลปกรรม ได้แก่ ความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงาน ทางด้านศิลปะสาขาต่างๆ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม นาฏศิลป์ ดนตรี ทัศนศิลป์ คีตศิลป์ การละเล่น พื้นบ้าน และนันทนาการ

(๗) ด้านภาษาและวรรณกรรม ได้แก่ ความสามารถในการ อนุรักษ์และสร้างสรรค์ผลงานด้านภาษา วรรณกรรมท้องถิ่น และการจัดทำสารานุกรมภาษาถิ่น การปริวรรต หนังสือโบราณ การฟื้นฟูการเรียนการสอนภาษาถิ่นของท้องถิ่นต่างๆ

(๘) ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณี ได้แก่ ความสามารถ ประยุกต์และปรับใช้หลักธรรมคำสอนทางศาสนา ปรัชญาความเชื่อ และประเพณีที่มีคุณค่าให้เหมาะสมกับ บริบททางเศรษฐกิจและสังคม เช่น การถ่ายทอดวรรณกรรมคำสอน การบวชป่า การประยุกต์ประเพณีบุญ ประทายข้าว

(๙) ด้านโภชนาการ ได้แก่ ความสามารถในการเลือกสรร ประดิษฐ์และปรุงแต่งอาหารและยา ได้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายในสภาวะการณ์ต่างๆ ตลอดจน ผลิตเป็นสินค้าและบริการส่งออกที่ได้รับความนิยมแพร่หลาย รวมถึงการขยายคุณค่าเพิ่มของทรัพยากรด้วย

๒.๔. ลักษณะความสัมพันธ์ของภูมิปัญญาไทย

วิถีการดำรงชีวิตของชาวบ้าน คือ การดำเนินอยู่ร่วมกันอย่างได้คุณภาพทั้งระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยต้องเอื้ออาทรและมีขนบธรรมเนียมประเพณีต่อกัน อย่างไรก็ดีคนทั้งหลายจึงจะอยู่ได้อย่างสันติ จะทำมาหากินอย่างไรจะสอดคล้องกับธรรมชาติ และจะเคารพนับถืออะไรร่วมกันที่จะผูกพันจิตวิญญาณของคนในชุมชน ให้คำนึงถึงการอยู่ร่วมกันกับธรรมชาติ ซึ่งภูมิปัญญาดังกล่าวนี้นี้เป็นภูมิปัญญาที่สะสมมาจากการปฏิบัติจริงและถ่ายทอดกันมาเป็นเวลาช้านาน ดังเห็นได้จากคำกล่าวของ เสรี พงศ์พิศ (เสรี พงศ์พิศ, บรรณาธิการ ๒๕๓๖ : ๓๖) ที่ว่า

“วัฒนธรรมพื้นบ้านดั้งเดิมอันมีเอกลักษณ์องค์กรวนั้น แสดงออกถึงการเกื้อกูลกันระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ ชาวบ้านไม่ได้ปลูกข้าวเพื่อพอกินในครอบครัวตัวเอง แต่เพื่อไว้สำหรับทำบุญที่วัด แบ่งปันให้ญาติพี่น้องมิตรสหายที่อาจขาดแคลน และนำไปแลกกับของอื่นๆ และอาจเพื่อไว้สำหรับปีต่อไป ซึ่งอาจทำนาไม่ได้ผล เพราะแล้งน้ำท่วม หรือ ภัยอื่นๆ”

ภูมิปัญญาชาวบ้านนั้น เป็นความรู้ที่ประกอบไปด้วยคุณธรรมซึ่งสอดคล้องกับชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้าน ในวิถีดั้งเดิมนั้นชีวิตของชาวบ้านไม่ได้แบ่งแยกเป็นส่วนๆ หากแต่ทุกอย่างมีความสัมพันธ์กัน นับตั้งแต่การทำมาหากิน การอยู่ร่วมกันในชุมชน การปฏิบัติเกี่ยวกับศาสนา พิธีกรรมและประเพณี ผู้คนจะใช้ความรู้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ ความสัมพันธ์ที่ดีที่เป็นความสัมพันธ์ที่มีความสมดุลทำให้ทุกฝ่ายทุกส่วนอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ชุมชนดั้งเดิมจึงมีกฎเกณฑ์ในการอยู่ร่วมกัน มีผู้สูงอายุเป็นผู้นำ คอยให้คำแนะนำตักเตือน ตัดสินและลงโทษหากมีการละเมิด ชาวบ้านเคารพธรรมชาติรอบตัว เช่น ดิน น้ำ ป่า เขา ข้าว ฯลฯ

ในการที่จะเข้าใจภูมิปัญญาชาวบ้าน จำเป็นต้องเข้าใจความคิดของชาวบ้านเกี่ยวกับโลกหรือที่เรียกว่า โลกทัศน์ และเกี่ยวกับชีวิต หรือที่เรียกว่าชีวทัศน์ สิ่งเหล่านี้เป็นนามธรรม อันเกี่ยวข้องสัมพันธ์โดยตรงกับการแสดงออกในลักษณะต่างๆ ที่เป็นรูปธรรม แนวคิดเรื่องความสมดุลของชีวิตเป็นแนวคิดพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้าน การแพทย์แผนไทยหรือที่เคยเรียกกันว่า การแพทย์แผนโบราณนั้น มีหลักการว่า คนมีสุขภาพดีเมื่อร่างกายมีความสมดุลระหว่างธาตุทั้ง ๔ คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ คนเจ็บไข้ได้ป่วยเพราะธาตุขาดความสมดุล จึงมีการปรับธาตุโดยใช้ยาสมุนไพรหรือวิธีการอื่นๆ เช่น คนเป็นไข้ตัวร้อน หมอยาพื้นบ้านจะไชยาเย็นเพื่อลดไข้ เป็นต้น

การดำเนินชีวิตประจำวันก็เช่นเดียวกัน ชาวบ้านเชื่อจะต้องรักษาความสมดุลในความสัมพันธ์ ๓ ด้าน (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ, ๒๕๓๙ : ๒๕๒ -๒๕๔) คือ ในด้านความสัมพันธ์กับคนในครอบครัว ญาติพี่น้องและเพื่อนบ้านในชุมชน ความสัมพันธ์ที่ดีมีหลักเกณฑ์ตามที่บรรพบุรุษได้สั่งสอนมา เช่น ลูกควรปฏิบัติอย่างไรกับพ่อแม่ ญาติพี่น้อง ผู้สูงอายุ และเพื่อนบ้าน ความเอื้ออาทรต่อกันและกันช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยเฉพาะในยามทุกข์ยากหรือมีปัญหา เป็นสิ่งที่พบเห็นทั่วไป ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน ในครอบครัวและชุมชน มีกฎเกณฑ์และข้อปฏิบัติและข้อห้ามอย่างชัดเจน มีการแสดงออกทางประเพณี พิธีกรรม และกิจกรรมต่างๆ เช่น การรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ การบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น

ส่วนในด้านความสัมพันธ์กับธรรมชาติ ผู้คนสมัยก่อนพึ่งพาอาศัยธรรมชาติแทบทุกด้าน ตั้งแต่อาหารการกิน ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยียังไม่พัฒนาก้าวหน้าดังเช่นทุกวันนี้ ยังไม่มีระบบการค้าแบบสมัยใหม่ ชาวบ้านไปจับปลาล่าสัตว์เพื่อเป็นอาหารไปวันๆ ตัดไม้เพื่อสร้างบ้านและใช้สอยตามความจำเป็นเท่านั้น ไม่ได้ทำเพื่อการค้า ชาวบ้านยังไม่รู้จักสารเคมี ใช้

สิ่งของในธรรมชาติให้เกื้อกูลกัน ใช้มูลสัตว์ไปไม่ ไบหญ้าที่เนาเปื่อยเป็นปุ๋ย ซึ่งทำให้อุดมสมบูรณ์และน้ำสะอาด นอกจากนี้ชาวบ้านเคารพธรรมชาติ เชื่อว่ามีเทพเจ้าสถิตอยู่ในสถานที่ทุกแห่ง จะทำอะไรต้องขออนุญาตทำด้วยความเคารพ ชาวบ้านรู้คุณธรรมชาติที่ได้ให้ชีวิตแก่ตน พิธีกรรมต่างๆ ล้วนแสดงออกถึงแนวคิดดังกล่าว เช่น งานบุญพิธีที่เกี่ยวกับข้าว ดิน น้ำ ป่า เขา รวมถึง สัตว์ บ้านเรือน และเครื่องใช้ต่างๆ

สำหรับในด้านความสัมพันธ์กับสิ่งที่เหนือธรรมชาติ ชาวบ้านรู้ว่ามีมนุษย์เป็นเพียงส่วนเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งของจักรวาล ซึ่งเต็มไปด้วยความเร้นลับ มีพลังและอำนาจที่ไม่อาจอธิบายได้ รวมถึง ปูย่า ตายาย ญาติพี่น้องและผู้ล่วงลับไปแล้ว ชาวบ้านยังสัมพันธ์กับพวกเขาโดยการทำบุญและรำลึกถึงอย่างสม่ำเสมอกล่าวโดยสรุป ภูมิปัญญามีลักษณะ ๒ ประการ คือ

(๑) ลักษณะที่เป็นนามธรรม เป็นโลกทัศน์ ชีวทัศน์ และปรัชญาในการดำเนินชีวิต เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเกิด แก่ เจ็บ ตาย คุณค่าและความหมายของทุกสิ่งในชีวิตประจำวัน

(๒) ลักษณะที่เป็นรูปธรรม เป็นเรื่องเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ เช่น การทำมาหากิน การเกษตร หัตถกรรม ศิลปะ ดนตรี และอื่นๆ

รากเหง้าของภูมิปัญญาชาวบ้านมักเกี่ยวเนื่องกับการนำสภาวะธรรมชาตินาปรับปรุงสร้างสรรค์ ประยุกต์ให้เกื้อกูลต่อการดำรงชีพขั้นพื้นฐานหรือปัจจัย ๔ อันได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค และภูมิปัญญาดังกล่าวได้พัฒนาเพิ่มพูนเพื่อการประเทือนจิตใจและอารมณ์เป็นงานพื้นบ้านตามคติความเชื่อของชุมชน และการแสดงออกของภูมิปัญญาชาวบ้านจะสะท้อนออกมาซึ่งความสัมพันธ์อันใกล้ชิด ๓ ลักษณะ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, ๒๕๓๓ : ๕๖)

(๑) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับโลก สิ่งแวดล้อม สัตว์ พืช ธรรมชาติ

(๒) ความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมกันในสังคม หรือชุมชน

(๓) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สิ่งเหนือธรรมชาติ สิ่งที่ไม่

สามารถสัมผัสได้ทั้งหลาย

ทั้ง ๓ ลักษณะนี้ คือ สามมิติของเรื่องเดียวกัน ซึ่งหมายถึงชีวิตชุมชนที่สะท้อนออกถึงภูมิปัญญาในการดำเนินชีวิตอย่างมีเอกภาพเหมือนมุนของรูปสามเหลี่ยม ภูมิปัญญาจึงเป็นรากฐานในการดำเนินชีวิตของคนไทย ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ, ๒๕๔๑ : ๒๑)

ลักษณะของภูมิปัญญาไทย มีดังนี้

๑. ภูมิปัญญาไทยมีลักษณะเป็นทั้งความรู้ ทักษะ ความเชื่อ และพฤติกรรม

๒. ภูมิปัญญาไทยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ

๓. ภูมิปัญญาไทยเป็นองค์รวมหรือกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิตคน

๔. ภูมิปัญญาไทยเป็นเรื่องของการแก้ปัญหา การจัดการ การปรับตัว และการเรียนรู้เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชน และสังคม

๕. ภูมิปัญญาไทยเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำรงชีวิต เป็นพื้นฐานความรู้ต่าง ๆ

๖. ภูมิปัญญาไทยมีลักษณะเฉพาะ หรือมีเอกลักษณ์ในตัวเอง

๗. ภูมิปัญญาไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการปรับสมดุลในการพัฒนาการทางสังคม

(ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดยะลา, ม.ป.ป. : ออนไลน์)

ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทย

ภูมิปัญญาไทยเป็นเรื่องของการใช้ความรู้ ความคิด และทักษะการปฏิบัติเป็นการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของตนเองและชุมชน จึงมีการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับการพัฒนาทางสังคมอยู่ตลอดเวลา ซึ่งในแต่ละท้องถิ่นก็มีเอกลักษณ์ของตนเอง ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ภูมิปัญญา พอสรุปได้ดังนี้

๑. การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาที่เกิดจากการดำรงชีวิต

คนไทยในภูมิภาคต่างๆ มีวิถีการดำรงชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีที่แตกต่างกัน แต่ก็ล้วนมีความผูกพันและพึ่งพาอาศัยธรรมชาติ เรียนรู้จากธรรมชาติ ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับการทำมาหากิน และการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับธรรมชาติ

ปัญหาด้านต่างๆทำให้ผู้คนจำเป็นต้องปรับตัว และสร้างสรรค์ภูมิปัญญาเพื่อความอยู่รอด และอยู่อย่างมีความสุข สะดวกสบาย รวมทั้งเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยคิดประดิษฐ์หรือพัฒนาสิ่งแวดลอมเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ เช่น การนำพืชพรรณธรรมชาติมาปรุงเป็นอาหาร ทำยารักษาโรค การนำเส้นใยจากพืช เช่น ปอ ฝ้าย ป่าน มาประดิษฐ์เป็นเสื้อผ้า กระเป๋า และยังประดิษฐ์เป็นเครื่องใช้ต่างๆ ได้แก่ การทำเครื่องมือดักจับสัตว์ป่า สัตว์น้ำ เครื่องมือทุ่นแรงในการทำไร่ทำนา การปลูกพืช และการหาของป่า เป็นต้น

๒. การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาที่เกิดจากความเชื่อและศาสนา

คนไทยมีความเชื่อดั้งเดิมในเรื่องของการนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติ เช่น ผีบ้านผีเรือน ผีฟ้า เจ้าป่า เจ้าเขา เจ้าที่เจ้าทาง เทวดา แม่มโสม แม่คงคา พระภูมิ ต้นไม้ใหญ่ๆ เช่น ต้นโพธิ์ ต้นไทร เป็นต้น ซึ่งเชื่อว่ามีเทวดาหรือนางไม้พักอาศัยอยู่ ถ้าใครไปตัดต้นไม้ใหญ่ หรือทำสกปรกรอบๆบริเวณนั้น อาจถูกลงโทษถึงแก่ชีวิตได้ นับได้ว่าเป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติโดยทางอ้อมอย่างหนึ่ง

อนึ่ง คนไทยส่วนใหญ่นับถือพระพุทธศาสนา จึงนำหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนาเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินชีวิต เช่น การไม่ทำความชั่ว การทำความดี และการทำจิตใจให้ผ่องใส

- ภูมิปัญญาที่ได้รับอิทธิพลจากพระพุทธศาสนา เช่น การเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังในโบสถ์ที่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับพุทธประวัติ ชาดก สวรรค์ นรก เป็นต้น
- การสร้างประติมากรรม เช่น พระพุทธรูป
- การสร้างสถาปัตยกรรม เช่น โบสถ์ เจดีย์ตามยุคสมัยต่างๆ
- การแสดงออกของศิลปิน เช่น การแต่งคำประพันธ์ บทเพลง การแสดงละคร ลิเก ลำตัด ที่นำหลักคำสอนหรือชาดกมาสร้างเป็นบทประพันธ์ โดยสมมุติตัวละครให้แสดงออกทั้งทางด้านผลของกรรมดีและกรรมชั่ว

๓. การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาที่เกิดจากสภาพภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อม

ประเทศไทยมีสภาพทางภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย ทำให้มีการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาที่แตกต่างกัน เช่น

- บริเวณภาคกลางของประเทศเป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำลำคลองหลายสาย บางพื้นที่มีน้ำท่วมในฤดูฝน ทำให้มีการแก้ปัญหาด้วยการสร้างบ้านเรือนที่ยกพื้นสูงขึ้น เพื่อป้องกันน้ำท่วม ส่วนผู้ที่อาศัยอยู่ริมน้ำก็จะสร้างเรือนแพ หรือต่อเรือไว้เป็นพาหนะในการเดินทาง

- บริเวณทางภาคเหนือเป็นเทือกเขา มีที่ราบระหว่างหุบเขาที่แม่น้ำไหลผ่าน ทำให้เกิดภูมิปัญญาในการสร้างฝาย เพื่อกักเก็บน้ำที่ไหลจากที่สูงลงสู่ที่ราบ มีการปลูกพืชตามไหล่เขาแบบขั้นบันได ซึ่งทำให้สามารถรักษาหน้าดินที่อุดมสมบูรณ์ไว้ได้ในขณะที่มีฝนตก นับว่าเป็นการรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างฉลาดและคุ้มค่า เพราะสามารถใช้ที่ดินได้ทุกพื้นที่ ไม่เพียงแต่ที่ราบเท่านั้น

๔. การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทยที่เกิดจากอิทธิพลภายนอก

การที่ประเทศไทยมีสัมพันธ์ไมตรีกับต่างประเทศมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย จนกระทั่งถึงสมัยรัตนโกสินทร์ ทั้งด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ เช่น มีการติดต่อค้าขาย การร่วมลงทุนหรือร่วมส่งเสริมกิจกรรมทางด้านต่างๆ ทำให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรม มีการผสมผสานวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ เรื่อยมาจนกระทั่งในปัจจุบัน การติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ความรู้ด้านวิชาการ วัฒนธรรมและรูปแบบของการดำเนินชีวิตจากภูมิภาคต่างๆ ของโลก หลั่งไหลเข้ามาในประเทศไทยอย่างรวดเร็ว ทำให้มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เกิดจากภูมิปัญญาไทยให้เหมาะสมกับยุคสมัย เช่น

- การใช้เครื่องทุ่นแรงมาใช้ในการเกษตร เช่น การใช้รถไถแทนการใช้ความไถนา การใช้เครื่องมือขนาดข้าวแทนการนวดด้วยมือ การใช้เครื่องแยกเมล็ดฝ้ายแทนการแยกด้วยมือ
- การนำเครื่องยนต์มาติดตั้งกับพาหนะ เช่น การใช้รถยนต์แทนเรือพาย การใช้รถสามล้อเครื่องแทนรถสามล้อถีบ
- การใช้เครื่องไฟฟ้าเข้ามาประกอบอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานและการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้แก่ การใช้กระแสไฟฟ้ารับส่งคนและของขึ้นลงในที่สูง
- การแปรรูปผลิตภัณฑ์ เช่น ฟ้ายะลวยโจรสอดใส่แคปซูลใช้รักษาโรคได้ ยาสระผมว่านหางจระเข้ผสมดอกอัญชัน ครีมนวดผมที่ทำจากประดาดิควาย สมุนไพร เครื่องดื่มที่ทำจากสมุนไพร เป็นต้น

๕. การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาโดยอาศัยประสบการณ์ เช่น

- หมั่นศึกษาแสวงหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ โดยเรียนรู้ทั้งในระบบและนอกระบบ
- ลงมือทดลองความรู้ตามที่เรียนมา และสอบถามปรึกษาผู้รู้
- ลงมือทำงาน และผลิตผลงานอยู่เสมอ ปรับปรุงและพัฒนาผลงานให้มีคุณภาพมากขึ้น อีกทั้งมุ่งทำงานของตนอย่างต่อเนื่อง จนเกิดประโยชน์แก่ตนเองและสังคม สามารถถ่ายทอดความรู้ได้

จึงสังเกตได้ว่าภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นมานั้น มักจะมีเหตุปัจจัยมาจากสภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ และสภาพสังคมความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสมัยนั้นๆ รวมทั้งการติดต่อสื่อสารผสมผสานวัฒนธรรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับการดำรงชีวิตในยุคสมัยนั้นๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและการแก้ปัญหาชีวิตที่เหมาะสมนั่นเอง (ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทย. , ม.ป.ป. : ออนไลน์)

๒.๕. วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

สังคมแต่ละสังคมย่อมมีประวัติความเป็นมาไม่เหมือนกัน ทั้งสภาพพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ทำเลที่ตั้งของชุมชน วิธีการดำเนินชีวิต ความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมจะแตกต่างกันไป สิ่งต่างๆ เหล่านี้ แต่ละสังคมก็จะต้องมีทางออก มีวิธีการคิดค้นและสร้างขึ้นมาและร่วมกันใช้เป็นที่ยอมรับของสมาชิกในชุมชน และก็มีวิธีการถ่ายทอดระหว่างสมาชิกจากชนรุ่นหนึ่งไปสู่ชนอีกรุ่นหนึ่ง ขณะเดียวกันก็จะมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์แต่ละยุคแต่ละสมัย เพื่อให้สมาชิกภายในชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข สิ่งเหล่านี้เรียกว่า วัฒนธรรม

วัฒนธรรม เป็นวิถีทางและแบบฉบับในการดำเนินชีวิตของชุมชนที่ได้ปฏิบัติสั่งสมกันมา รวมทั้งความคิดต่างๆ ที่คนได้กระทำ สร้างถ่ายทอด สะสมและรักษาไว้จากชนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง อาจอยู่ในรูปแบบของความรู้ การปฏิบัติ และความเชื่อ ตลอดจนวัตถุสิ่งของอันเกิดจากการคิด การกระทำของมนุษย์ เมื่อพิจารณาในแง่นี้ วัฒนธรรม คือ ความรู้สึนึกคิด การปฏิบัติของมนุษย์เอง เป็นชีวิตส่วนรวมของมนุษย์ในการอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน มนุษย์สร้างวัฒนธรรมจากชีวิตของเขา จึงกล่าวว่า วิถีของวัฒนธรรมจะครอบคลุมถึงวิถีชีวิตการทำมาหากินและระบบเศรษฐกิจ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง การที่ชาวบ้านสามารถรักษาหมู่บ้านคงสภาพท้องถิ่นไว้ได้ สืบกันมาช้านานจนถึงทุกวันนี้ เพราะชาวบ้านมีการแสวงหาทางออกตอบสนองสิ่งที่ท้าทาย มีการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมตามกาลเวลา และสภาพแวดล้อมรอบตัวอยู่ตลอดเวลา วิธีการปฏิบัติซึ่งชาวบ้านได้จากประสบการณ์ แนวทางแก้ไขในแต่ละเรื่อง แต่ละสถานการณ์ แต่ละสภาพแวดล้อม ซึ่งมีเงื่อนไขปัจจัยเฉพาะแตกต่างกันไปนั้น เรียกโดยสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น (ธัมภา ศิริวงศ์, ๒๕๕๔)

วัฒนธรรม หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ในสังคมแต่ละท้องถิ่นซึ่งมีแบบประเพณีปฏิบัติร่วมกันมายาวนานนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น วัฒนธรรมพื้นบ้านภาคเหนือ วัฒนธรรมพื้นบ้านภาคอีสาน วัฒนธรรมพื้นบ้านภาคกลาง วัฒนธรรมพื้นบ้านภาคใต้ เป็นต้น วัฒนธรรมพื้นบ้านแต่ละภาคจะเป็นแนวประเพณีปฏิบัติของคนในภาคนั้น ๆ ที่สั่งสอนกันมายาวนานทำให้มีชีวิตอยู่ได้จนถึงปัจจุบัน ซึ่งอาจจะมีคล้ายคลึงหรือแตกต่างไปจากวัฒนธรรมพื้นบ้านท้องถิ่นอื่นๆ ก็ได้ วัฒนธรรมพื้นบ้านเป็นมรดกของท้องถิ่นด้วยการบอกเล่ากันต่อมา จารึกหรือเขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร หรือปฏิบัติเป็นแบบอย่างต่อกันจนเป็นที่ยอมรับร่วมกัน

ชุมชนหรือท้องถิ่นแต่ละแห่งจะมีวิถีชีวิตของคนในแต่ละชุมชนหรือแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกันไปตามสภาพวัฒนธรรมของชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นๆ กล่าวคือ ในสังคมเมืองหรือท้องถิ่นที่มีความเจริญสภาพวัฒนธรรมจะมีความหลากหลายสลับซับซ้อน เนื่องจากเป็นที่รวมของผู้คนหลายประเภทที่แตกต่างกัน ทั้งทางด้านเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา การศึกษาและอาชีพ จึงเกิดการผสมผสานปนเปกันทางวัฒนธรรมจนยากที่จะเห็นเอกลักษณ์ที่แท้จริงของชุมชนและท้องถิ่นได้ ส่วนในสังคมชนบทหรือท้องถิ่นที่มีความเจริญแบบสังคมเมืองเข้าไปไม่ถึงหรือยังเข้าไปถึงน้อย วิถีชีวิตของผู้คนจะเรียบง่าย ไม่ค่อยมีความสลับซับซ้อน สภาพวัฒนธรรมในสังคมชนบทจึงมีเอกลักษณ์แห่งวิถีชีวิตของชาวบ้านอย่างเด่นชัด

ดังนั้นจากการศึกษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ในงานวิจัยการนำเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกมาใช้ในการตกแต่งของใช้ในครัวเรือน เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การศึกษาจังหวัดปัตตานีเป็นการเชื่อมโยงการศึกษางานฝีมือดั้งเดิมซึ่งมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้จากงานฝีมือในการทำผ้าบาติกในแต่ละขั้นตอน โดยการสะสมความรู้และประสบการณ์ผ่านกระบวนการเรียนรู้ใน

ความหลากหลายของชิ้นงานที่แสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นธรรมชาติ มนุษย์ สังคมและวัฒนธรรมในจังหวัดปัตตานี

การบูรณาการความรู้ ลวดลาย ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผ่านลายเส้นที่ประสมประสานภูมิรู้กับภูมิปัญญาของบุคคลเพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ของงานฝีมือ จากการถ่ายทอดของคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งในรูปแบบของการปฏิบัติ การปฏิสัมพันธ์ เฉกเช่นงานผ้าบาติกเป็นหนึ่งในมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในสาขาช่างฝีมือ เป็นการนำเสนอศาสตร์ที่ใช้ในการพัฒนาธุรกิจ จึงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนและประเทศ นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญา และสามารถสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ อันเป็นผลมาจากความคิดโดยอาศัยปัจจัยพื้นฐานที่มีอยู่นำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตสู่การต่อยอดผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ต่อไป

๓. เศรษฐกิจสร้างสรรค์

๓.๑ คำจำกัดความเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นคำภาษาไทยที่ใช้แทนคำในภาษาอังกฤษหลายๆ คำดังนี้ Creative Economy, Creative Industries, Cultural Industries โดยแต่ละคำในภาษาอังกฤษก็ถูกบัญญัติขึ้นโดยหน่วยงานหลายๆ หน่วยงาน และมีความแพร่หลายในหลายๆ มิติ และในร่างกรอบทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ ซึ่งจะนำมาใช้ในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ ก็ได้มีการระบุยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาประเทศ ๗ ยุทธศาสตร์ และยุทธศาสตร์แรก "ยุทธศาสตร์การสร้างฐานการผลิตที่ส่งเสริมการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างเข้มแข็งและสมดุล" ที่ได้มีการกล่าวถึงร่างแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๑ ก็เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง โดยสามารถสรุปใจความได้ดังนี้ ประเทศไทยจะเน้นเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยให้อยู่บนแนวคิดของ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีการกล่าวถึงการพัฒนาภาคการผลิตสินค้าและบริการบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ การส่งเสริมและพัฒนาสาขาธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พัฒนาบุคลากรให้สามารถตอบสนองความต้องการของการภาคการผลิตและบริการทั้งใน ระดับวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์และผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุน วัฒนธรรม(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๓)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ Creative Economy คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ ตามคำนิยามของ John Howkins ผู้แต่งหนังสือ Creative Economy: How People Make Money from Idea สามารถสรุปแนวคิดนี้ได้ว่า

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของโลก พลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ของโลกที่ไม่ขึ้นอยู่กับเครื่องจักร การรักษาต้นทุนให้ต่ำ และทรัพยากรที่ร่อยหรอ หากแต่ขึ้นอยู่กับ “พลังสมองในการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่” ซึ่งมีนวัตกรรมจากเทคโนโลยีและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบ “เป็นวิธีการสร้างด้วยผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้สินทรัพย์ที่เป็นตัวเงิน (Capital Assets) ในปริมาณที่น้อย แต่ใช้ทรัพย์สินทางความคิด (Intellectual Assets) ในปริมาณที่มาก”

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่

ความหมายอย่างง่ายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่ง John Howkins นิยามไว้ ก็คือ “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์” สาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะเรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ซึ่งหมายถึงกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ

ทั้งนี้ หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ได้ให้คำจำกัดความของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามความหมายของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติหมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation) (อาคม เติมพิทยาไพสิฐ, ๒๕๕๓)

UNCTAD ให้คำนิยาม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า เป็นแนวคิดการพัฒนาบนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้ สร้างงาน และการสร้างรายได้จากเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนส่งเสริมความสมานฉันท์ที่เกิดขึ้นในสังคม เป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลายทางวัฒนธรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มิติทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมเข้ากับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญา และการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้ฐานความรู้ดั้งเดิมมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในระดับจุลภาค และ มหภาค เป็นทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจของโลกยุคใหม่

ส่วน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ UNCTAD ให้คำนิยามว่า เป็นวงจรการผลิต การประดิษฐ์ และการสร้างรายได้จากสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่มาเป็นวัตถุดิบ ใช้กิจกรรมและฐานความรู้ทางศิลปะที่มีศักยภาพทางการค้ามาสร้างรายได้ รวมถึงค่าแห่งลิขสิทธิ์ของทรัพย์สินทางปัญญาผลิตภัณฑ์ และการบริการทางความคิดและศิลปะ นอกจากนี้ยังเป็นการรวมกันระหว่างสาขาศิลปะ บริการ และอุตสาหกรรม

ในขณะที่ WIPO Copyright Model –WIPO หรือองค์กรทรัพย์สินทางปัญญาโลก ได้ให้คำจำกัดความของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้ว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหมด ทั้งในรูปแบบสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งาน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างขึ้นมาโดยทันทีทันใด หรือผ่านกระบวนการผลิตมาก่อน ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นไปที่อุตสาหกรรมผลิตที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา

ส่วนกระทรวงวัฒนธรรม สื่อสารและการกีฬาของประเทศไทย ให้นิยามอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และความสามารถของบุคคล ซึ่งมีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่นคง ผ่านการสร้างและประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

John Howkins ได้พูดถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์และเศรษฐศาสตร์ไว้ในหนังสือของเขาว่า ทั้งความคิดสร้างสรรค์และเศรษฐกิจต่างใช้สิ่งใหม่ แต่ความคิดใหม่ก็คือ การพัฒนาระดับและรูปแบบ

ความสัมพันธ์ รวมถึงการหลอมรวมกัน และการใช้ความคิดสร้างสรรค์ร่วมไปกับแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์เพื่อสร้างมูลค่าและความมั่นคงอันน่าทึ่งต่างหาก ที่เป็นเรื่องใหม่น่าศึกษา

ในรายงานของ UNCTAD ได้ให้คำนิยามของเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่พูดถึงศักยภาพในการใช้สินทรัพย์ทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Assets) เพื่อพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เอื้อให้เกิดการสร้างรายได้ และเพิ่มยอดการส่งออก ขณะเดียวกันก็ยังรวมถึงการมีส่วนร่วมทางสังคม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วย

นอกจากนี้ UNCTAD ยังได้ให้คำจำกัดความของอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) ว่าเป็นวงจรของการสร้างสรรค์ การผลิต และการจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีปัจจัยหลักคือความคิดสร้างสรรค์และทุนทางปัญญา (Intellectual Capital)

๓.๒. องค์ประกอบและการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพราะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเภทต่าง ๆ จะทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถพัฒนา ก้าวหน้า และเป็นที่ยอมรับในวงกว้างต่อไปได้ แต่ขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ก็มีข้อจำกัดและมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศนั้น ๆ

ทั้งนี้ ได้มีการจัดแบ่งของประเภทอุตสาหกรรม และกำหนดสาขาอุตสาหกรรมและบริการ โดยองค์กรต่าง ๆ ดังนี้

UNCTAD แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น ๔ ประเภท ได้แก่

๑) ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม เป็นต้น แบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มการแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional) เช่น ศิลปหัตถกรรมและงานฝีมือ งานจัดสวน ถักทอ เครื่องที่ใช้ในการเดินทางจากหนัง ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ดอกไม้ใบไม้ประดิษฐ์ เซรามิก ที่ใช้วิธีการผลิตด้วยมือ เครื่องประดับ โลหะมีค่า เพชรพลอยเจียระไน หรือเพชรพลอยร่วน เทศกาลงานพิธีและงานฉลองเฉพาะกลุ่มชน (Cultural Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน หอสมุด การแสดงนิทรรศการ เป็นต้น

๒) ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะ และวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น ภาพวาด รูปปั้น ภาพถ่าย และวัตถุโบราณ และอีกกลุ่มหนึ่งคือ งานศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรี การแสดงละคร การเต้นรำ โอเปร่า ละครสัตว์ และการเชิดหุ่นกระบอก เป็นต้น

๓) ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มสื่อผลงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่แบ่งออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ งานสิ่งพิมพ์ (Publishing and Printed Media) เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิว ปฏิทิน และสิ่งตีพิมพ์อื่น ๆ รวมถึงการบริหารการพิมพ์ต่าง ๆ กลุ่มที่ ๒ คือ การกระจายเสียงทั้งทางโทรทัศน์และวิทยุ ตลอดจนงานบริหารการกระจายเสียง สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ รายการต่าง ๆ ที่ออกอากาศ เป็นต้น และกลุ่มที่ ๓ งานภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ งานโสตทัศน์ (Audiovisual) การบริการ การผลิตหรือจำหน่าย การให้เช่าภาพยนตร์และแถบวีดิทัศน์ สถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับการขายหรือให้เช่าภาพยนตร์ เป็นต้น

๔) ประเภทงานสร้างสรรค์ แบ่งตามลักษณะของงาน (Functional Creation) เป็นกลุ่มของสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม คือ กลุ่ม

๑. การออกแบบ (Design) เช่น การผลิตและขายเฟอร์นิเจอร์ การออกแบบตกแต่งภายใน เครื่องครัว เครื่องแก้ว การออกแบบกราฟิก ออกแบบบรรจุภัณฑ์ อัญมณี และของเด็กเล่น เป็นต้น

๒. แฟชั่น (Fashion) เช่น การผลิตเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย การออกแบบการจัดทำตัวอย่าง การจัดเตรียมการผลิต การขายเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป และการรับจ้างตัดเสื้อผ้าให้ลูกค้า

๓. งานโฆษณา (Advertising) เช่น การดำเนินงานเกี่ยวกับการโฆษณา ทั้งทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบันทึกภาพและเสียงอื่น ๆ รวมถึงการออกแบบงานโฆษณา งานบริการทางโฆษณาและการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง ส่วนกลุ่ม New Media ได้แก่ ซอฟต์แวร์ วิดีโอเกม และ ผลิตภัณฑ์ดิจิทัล เป็นต้น

๔. งานสถาปัตยกรรม (Architecture) การดำเนินงานเกี่ยวกับการก่อสร้าง รวมถึงการบริหารโครงการก่อสร้าง การออกแบบก่อสร้าง และการให้คำปรึกษาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้อง

WIPO ได้จัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้ประเด็นด้านลิขสิทธิ์เป็นตัวกำหนด แบ่งออกเป็น ๒๐ สาขา คือ โฆษณา งานสะสม ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์และวิทยุ งานศิลปะและกราฟิก สื่อบันทึก เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องดนตรี กระดาษ เครื่องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพ สถาปัตยกรรม เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า งานออกแบบ แฟชั่น สินค้าแต่งบ้านและของเล่น

ส่วนกระทรวงวัฒนธรรม สื่อสารและการกีฬาของประเทศไทย แบ่งประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ออกเป็น ๑๓ สาขา คือ โฆษณา สถาปัตยกรรม งานศิลปะและวัตถุโบราณ งานฝีมือ แฟชั่น งานออกแบบ ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์และวิทยุ และวิดีโอเกม คอมพิวเตอร์ เกม

สำหรับประเทศไทย ยังไม่ได้กำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้ชัดเจน แต่สภาพัฒน์ฯ ได้พยายามจัดกลุ่มของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามลักษณะของบัญชีรายได้ประชาชาติ โดยแบ่งออกเป็น ๙ กลุ่ม ได้แก่

- ๑) งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts)
- ๒) งานออกแบบ (Design)
- ๓) แฟชั่น (Fashion)
- ๔) ภาพยนตร์และวิดีโอ (Film & Video)
- ๕) การกระจายเสียง (Broadcasting)
- ๖) ศิลปะการแสดง (Performing Arts)
- ๗) ธุรกิจโฆษณา (Advertising)
- ๘) ธุรกิจการพิมพ์ (Publishing)
- ๙) สถาปัตยกรรม (Architecture)

๓.๓. เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับโลกสมัยใหม่

ระบบทุนนิยมที่ใช้กลไกตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เน้นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจเป็นตัววัดการพัฒนาประเทศใช้รายได้ประชาชาติต่อหัวเป็นตัวตัดสินความสำเร็จของการพัฒนา จึงเกิดสิ่งที่เรียกว่าการแข่งขัน เพื่อให้นามาส่งความร่ำรวยของประเทศตน ผลที่ตามมาคือ ทรัพยากรของโลกถูกทำลาย เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์จนเกิดภาวะเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมและสภาพจิตใจ และเกิด

ปัญหาอีกมากมาย เช่น มลพิษจากโรงงาน ปัญหาสังคม ยาเสพติด อาชญากรรม ปัญหาหนี้สิน และตามมาด้วยโรคภัยไข้เจ็บอีกมากมาย

การพัฒนาเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ทำให้เกิดการแข่งขันในทุกๆด้าน รวมทั้งการแข่งขันในเทคโนโลยีการผลิตแบบ Mass Production ที่ใช้ทั้งแรงงานและเครื่องจักรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและรูปแบบเหมือนกัน ได้ครั้งละมากๆ จนเกินความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค และการที่มีสินค้าตลาดเหมือนกัน ทำให้ผู้บริโภคเริ่มแสวงหาสิ่งใหม่ที่มีความแตกต่างไปจากเดิม ทั้งในด้านการใช้งานตามปกติ ด้านความสวยงาม และตอบสนองตามต้องการเฉพาะของแต่ละบุคคล (Individual) และเฉพาะกลุ่ม (Segment) มากขึ้น

การเกิดขึ้นของวิถีชีวิตสมัยใหม่ในโลกไร้พรมแดน ซึ่งมาพร้อมกับการปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารแบบไร้พรมแดน ความหลากหลายทางชีวภาพ ทำให้ผู้คนสามารถค้นหาสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของตนได้มากขึ้น จากแหล่งผลิตที่หลากหลายทั่วทุกมุมโลก นอกจากนี้ กระแสการอนุรักษ์ทรัพยากรและปกป้องสิ่งแวดล้อมก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าที่มีกระบวนการผลิตแบบไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ต่อต้านสินค้าและบริษัทผู้ผลิตที่ทำลายสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าและบริการมากขึ้น

สิ่งเหล่านี้เองเป็นสิ่งที่กดดันเศรษฐกิจทุนนิยมที่มีการผลิตแบบ Mass Production ต้องมาถึงจุดพลิกผัน ทำให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลกต้องค้นหารูปแบบทางเศรษฐกิจสำหรับโลกยุคใหม่ เพื่อรักษาสถานะและความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศตนไว้

การแสวงหาเศรษฐกิจใหม่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และในทศวรรษนี้ประเทศที่พัฒนาแล้วหันไปสู่ระบบเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งจะเห็นได้จากตัวเลขช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดแบบสร้างสรรค์ (Creative Industry) เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตเร็วที่สุดในประเทศที่พัฒนา อย่างสหภาพยุโรป เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอัตราการขยายตัวร้อยละ ๑๒ ซึ่งสูงกว่าเศรษฐกิจโดยรวม และในสหรัฐอเมริกา อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์ที่มีสัดส่วนร้อยละ ๑๑: ๑๒ ของ GDP และมีการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ ๓๐ ของการจ้างงานทั้งหมดในประเทศ

ในส่วนของอัตราการขยายตัวในด้านการส่งออกสินค้าและบริการสินค้าสร้างสรรค์ (Creative good) มีมูลค่าในปี ๒๕๔๘ ถึง ๔๔๕.๒ พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยประเทศที่พัฒนาแล้วครองส่วนแบ่งการตลาดอยู่ถึงร้อยละ ๘๒ และคาดการณ์ว่าอีก ๑๐ ปี ข้างหน้า การแข่งขันด้านเศรษฐกิจของโลกจะเคลื่อนไปสู่การแข่งขันกันด้วยความคิดสร้างสรรค์

ณ วันนี้ ประเทศต่างๆ ทั่วโลกยอมรับว่าความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเพื่อคงความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศตนเองไว้ ทุกประเทศล้วนต้องปรับระบบเศรษฐกิจของตนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งสิ้น

ทั้งนี้ในเอเชีย มีประเทศที่เริ่มปรับระบบเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้วหลายประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ เกาหลีใต้ และฮ่องกง เป็นต้น

เมื่อแนวโน้มของเศรษฐกิจโลกกำลังพัฒนาจากระบบเศรษฐกิจทุนนิยม ที่เน้นผลิตจำนวนมากไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำเป็นอยู่เองที่ประเทศไทยจะต้องปรับเปลี่ยนแนวทางและรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ เพราะรูปแบบเศรษฐกิจเดิมที่พึ่งพาการส่งออกโดยใช้แรงงานต้นทุนต่ำและการผลิตจำนวนมาก กำลังสูญเสียความสามารถในการแข่งขันลงไปทุกวัน เพราะมีประเทศคู่แข่งอื่นๆ ที่มีแรงงานราคาถูกกว่า ผลิตสินค้าต้นทุนต่ำกว่า

ถึงเวลาที่ประเทศไทยจะต้องหันกลับมาพิจารณาจุดเด่นของประเทศที่บุคคลากรมากมายมีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะในการทำงานศิลปะ มีวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น มีศิลปะหัตถกรรมที่ประณีตงดงาม ซึ่งสามารถนำมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย จึงเป็นสิ่งสำคัญและเป็นวาระเร่งด่วนที่ทุกฝ่ายควรให้ความสนใจ เร่งจัดทำแผนยุทธศาสตร์และลงมือทำอย่างเป็นระบบต่อไป

๓.๔. เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่อยู่ในลำดับที่ ๑๗ ใน ๒๐ ประเทศที่มีผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ส่งออกมากที่สุดของโลก โดยมีมูลค่าในการส่งออก ๔,๓๒๓ ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ข้อมูลจาก Creative Economy Report ๒๐๐๘ โดย UNCTAD)

เมื่อเป็นเช่นนี้ เราลองมาคิดว่า อะไรคือจุดแข็งของประเทศเราที่จะสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ แล้วถ้าเราเชื่อมโยงจุดแข็งของเราเข้ากับกระแสโลกได้ โอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ก็เกิดขึ้นทันที

ท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจโลกปัญหาเศรษฐกิจของประเทศไทยในขณะนี้ การแสวงหาโอกาสใหม่ๆ วิธีการใหม่ๆ และความคิดใหม่ๆ เพื่อใช้แข่งขันในสนามการค้าและเศรษฐกิจ ไม่ใช่เรื่องที่ควรปล่อยปละละเลยอีกต่อไป

ความแตกต่างและเอกลักษณ์ที่ชัดเจนเท่านั้นที่สามารถทำให้เราอยู่รอดได้ “ความคิดสร้างสรรค์” จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตามแนวคิดเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “ความคิดสร้างสรรค์ Creative Economy”

ปัจจุบันทุกประเทศทั่วโลกต่างสามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพทัดเทียมกันได้ เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการผลิตและสารสนเทศ ส่งผลให้ผู้บริโภคมองหาสิ่งใหม่ที่ตอบสนองความต้องการและรสนิยมเฉพาะตน เป็นการกระตุ้นให้โครงสร้างเศรษฐกิจทุนนิยมแบบฟุ้งพาดตลาดที่มีกระบวนการผลิตแบบ Mass Production เพื่อลดต้นทุนและการเพิ่มผลผลิตต่อหน่วยให้มากที่สุดมาถึงทางตัน

ทางรอดในวันนี้จึงเป็นการนำเอา “ความคิดสร้างสรรค์” มาเป็นพื้นฐานในการผลักดันและสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ ดังจะเห็นได้จากการที่หลายประเทศทั่วโลกต่างหันไปสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างมั่นคง

ประเทศไทยเองก็เริ่มต้นตัวและกำลังทำความเข้าใจ ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Economy) กันมากขึ้น หลังจากรัฐบาลนายฯ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ประกาศเดินหน้าและพร้อมผลักดันในเรื่องนี้เป็น “วาระแห่งชาติ” เพราะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งยังเป็นประโยชน์ที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตไปข้างหน้าอย่างมั่นคงอีกด้วย

ข้อเท็จจริงที่ชัดเจนก็คือ จากข้อมูลสำนักงานบัญชีประชาชาติปี ๒๕๔๙ ระบุว่ามูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ ๑๐.๔ ของรายได้ประชาชาติ โดยมีมูลค่ารวมประมาณ ๘๔๘,๐๐๐ ล้านบาท และมีมูลค่าส่งออกในปี ๒๕๔๙ ประมาณ ๒๘๙,๐๐๐ ล้านบาท

นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีวัตถุดิบที่สามารถพัฒนาขึ้นเป็นสินทรัพย์สร้างสรรค์ (Creative Assets) อยู่อีกเป็นจำนวนมาก เป็นต้นว่า เรามีพระบรมมหาราชวังพระแก้วมรกต พระพุทธรูปงดงาม พระราชวังและวัดต่าง ๆ เรามีอาหารไทย รำไทย มวยไทย นวดไทย ข้าวไทย ผลไม้ไทย ผ้าไหมไทย สุนัขพันธุ์ไทยหลังอาน แมวไทย และมีคนไทยที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ฯลฯ

เรามีแหล่งท่องเที่ยวมากมายที่ไม่มีใครเหมือน ซึ่งชาวต่างชาติอยากไปเยี่ยมชม เช่น พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต พังงา กระบี่ อยุธยา สุโขทัย เขาวราช ลำเพ็ง พาหุรัด เมืองโบราณ ตลาดน้ำ ฟาร์มจระเข้ ฯลฯ วัตถุประสงค์เหล่านี้กำลังรอกอยการพัฒนาขึ้นเป็นสินทรัพย์สร้างสรรค์ ที่เป็นเอกลักษณ์ของเราจริงๆ เรามีศิลปหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นที่ไม่มีใครเหมือนและไม่เหมือนใคร

การพัฒนาที่ผ่านมานั้นประเทศไทยเร่งพัฒนาประเทศจนเศรษฐกิจเติบโตในอัตราที่สูง โดยการพึ่งพิงปัจจัยการผลิตทั้งทรัพยากรธรรมชาติและแรงงานที่มีราคาถูกและใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง จนทรัพยากรหลายอย่างหมดสิ้นไป ประเทศไทยเคยเป็นผู้ส่งออกดีบุกและไม้สัก แต่ในปัจจุบันไม่ได้เป็นเช่นนั้นอีกต่อไปแล้ว ทรัพยากรธรรมชาติหลายอย่างหมดไป หรือลดน้อยลง และไม่สามารถฟื้นฟูมาได้

ภายใต้กระแสการพัฒนาที่ต้องการความมั่นคงอย่างยั่งยืนในอนาคตจำเป็นต้องมีที่ เศรษฐกิจไทยต้องมีการปรับโครงสร้างไปสู่ระดับเศรษฐกิจที่สูงขึ้น คือ ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างนวัตกรรม นั่นคือ เราหนีไม่พ้นที่ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ สร้างสรรค์อย่างจริงจัง

ทั้งนี้เพราะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ให้ความสำคัญกับการลงทุนและการผลิตเป็นจำนวนมาก แต่เป็นเศรษฐกิจที่เป็นพื้นฐานสำคัญอยู่ที่การใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่ ถึงเวลาแล้วที่เราต้องทำให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ครอบคลุมภาคเศรษฐกิจจริงและเชื่อมโยงกันทั้งเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ อยู่บนพื้นฐานของความหลากหลายทางชีวภาพ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมกับการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมสมัยใหม่เข้าไปจัดการ สิ่งที่น่าสนใจศึกษาก็คือ วัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชน และการประสานอย่างลงตัวกับองค์ความรู้ และนวัตกรรมใหม่ที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ชุมชนและ วัฒนธรรมท้องถิ่นของเรามีศักยภาพที่หยิบนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากน้อยขนาดไหน หากเรามองไปที่ ประเทศเกาหลีใต้ เราจะเห็นได้ว่าเกาหลีใต้เป็นตัวอย่างของประเทศที่รู้จักนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มา ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุดประเทศหนึ่ง การส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีไปทั่วโลกในรูปของภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เพลง นักร้อง แฟชั่น การท่องเที่ยว ศิลปะการแสดง ศิลปะการทำอาหาร ฯลฯ ล้วนสร้าง การจ้างงานและรายได้เข้าประเทศอย่างมหาศาล

การแผนงานกระตุ้นเศรษฐกิจระยะที่ ๒ (๒๕๕๓ – ๒๕๕๕) ของรัฐบาลชุดนายกฯ อภิสิทธิ์นี้ งานสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้รับเงินจัดสรรรวม ๑๗,๕๘๕ ล้านบาท โดยจัดสรรให้แก่การส่งเสริมและพัฒนาการตลาดวัฒนธรรม การส่งเสริมเอกลักษณ์ด้านศิลปะและวัฒนธรรม การส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรม ช่างฝีมือไทย การส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงและซอฟต์แวร์ การส่งเสริมอุตสาหกรรมรวมออกแบบและ สินค้าเชิงสร้างสรรค์และขับเคลื่อนสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หากเราหวังให้ประเทศของเราอยู่ ได้ดี มีเศรษฐกิจมั่นคงในหลายทศวรรษข้างหน้า ความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศเรา จำเป็นต้องพัฒนาจากระดับต่ำสุด คือการใช้การผลิตด้วยต้นทุนต่ำเป็นปัจจัยสำคัญ สู่ระดับความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นคือ เศรษฐกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพ ความคิด สร้างสรรค์และนวัตกรรมในที่สุด

การสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

แม้ว่าประเทศไทยจะไม่มีนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ชัดเจน เนื่องจากเป็นแนวความคิดใหม่ อีกทั้งยังไม่ได้มีการกำหนดขอบเขตวาทะของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และเศรษฐกิจที่เป็นเอกภาพ แต่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๐ ก็ได้มีการกำหนดนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการใหม่ๆ ที่อยู่บนพื้นฐานองค์ความรู้และนวัตกรรม ซึ่งบางสาขาถือเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

กรอบนโยบายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๐

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๐ ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการพัฒนาเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน ซึ่งมีแนวทางหลักอยู่ที่การปรับ และการส่งเสริม ได้แก่ การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับภาคเศรษฐกิจที่แท้จริง การเสริมสร้างความเท่าเทียม เป็นธรรมในระบบเศรษฐกิจ และการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันของระบบเศรษฐกิจ โดยวางกรอบนโยบายไว้ดังนี้

นโยบายด้านการศึกษา รัฐบาลมีนโยบายขยายการเรียนรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ผ่านองค์กรต่างๆ เช่น สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ระบบห้องสมุดสมัยใหม่ อุทยานการเรียนรู้ พิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้แห่งชาติ ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ เป็นต้น

นโยบายด้านศิลปวัฒนธรรม รัฐบาลได้ส่งเสริม ฟื้นฟู อนุรักษ์ และเรียนรู้ความหลากหลายของวัฒนธรรมไทย สนับสนุนการนำภูมิปัญญาไทยและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการที่มีศักยภาพทางการตลาด เช่น อาหารสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและสปา บริการสุขภาพแผนไทย งานหัตถกรรม และการท่องเที่ยวโดยการรักษาคูณค่าและเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ ขณะเดียวกันก็นำภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดขยายผลในเชิงพาณิชย์

นโยบายสำหรับภาคอุตสาหกรรมและบริการ ปรับปรุงประสิทธิภาพ คุณภาพและความสามารถในการผลิต โดยการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์เข้าไปในผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ ให้มีความแตกต่างจากท้องถิ่นอื่นๆ และมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง

สำนักงานศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ Thailand & Design Center – TCDC ตั้งขึ้นเมื่อเดือนกันยายน ๒๕๔๖ โดยเป็นหน่วยงานเฉพาะด้านภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ หรือ Office of Knowledge Management and Development: OKMD ซึ่งเป็นองค์กรมหาชน TCDC มีวัตถุประสงค์หลัก ในการสร้างโอกาสให้ประชาชนได้เข้าถึง “ความรู้” เพื่อที่จะเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้สัมผัส และสนุกกับการดักตวงประสบการณ์จากผลงาน และความสำเร็จของนักคิด นักออกแบบจากทั่วโลก

ทั้งนี้ TCDC ร่วมมือโดยตรงกับภาครัฐกิจ ผู้ประกอบการ SME และนักออกแบบ โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนให้คนไทยได้ตระหนักถึงคุณค่าของการดีไซน์มาใช้ ในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ตลอดจนการส่งเสริมเผยแพร่ผลงานดีไซน์ของนักออกแบบไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งภายในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (Software Industry Promotion Agency: SIPA) ของไทยให้มีมูลค่า ๓ หมื่นล้านบาท ภายในปี ๒๕๕๓ และจะทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์และการศึกษาด้านมีเดียในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยวางยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ดังนี้

๑) ตั้งคณะทำงาน รัฐบาลได้ตั้งคณะอนุกรรมการดิจิทัลคอนเทนต์ขึ้นมาทำหน้าที่ในการให้คำแนะนำและร่วมมือในการวางแผนกำหนดนโยบาย ควบคุมการทำงาน กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อทำการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ศึกษาวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์

๒) การพัฒนาทักษะบุคลากร โดยสนับสนุนการศึกษาและฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงาน

๓) อำนวยความสะดวกแก่ภาคอุตสาหกรรม โดยจัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวก ๒ แห่ง คือ Northern Animation Studio (NAS) ที่เชียงใหม่ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการผลิตแอนิเมชันในภาคเหนือ อำนวยความสะดวกทั้งในเรื่องสถานที่ถ่ายทำและการให้เช่าอุปกรณ์การผลิตในราคาที่ถูก ส่วนกรุงเทพได้ตั้ง Bangkok Digital Content (BDCC) เพื่อเป็นศูนย์อำนวยความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีระดับสูงและให้เช่าอุปกรณ์ในราคาถูก เป็นต้น

๔) สนับสนุนการสร้างผลงานและเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัล โดยให้การสนับสนุนงบประมาณบางส่วนแก่ผู้ประกอบการ เช่น ภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่องก้านกล้วย และสนับสนุนการวิจัย และให้การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ดูแลเรื่องลิขสิทธิ์ รวมทั้งจัดประกวด Thailand Animation & Multimedia Award (TAM Award) เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการผลิตผลงานที่มีคุณภาพ

๕) สร้างโอกาสทางการตลาดให้กับธุรกิจแอนิเมชัน และเกมไทย ในต่างประเทศ โดยสนับสนุนงบประมาณให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงหรือนิทรรศการระดับโลก และจัดให้มีการจับคู่ทางธุรกิจ ขยายขอบเขตความร่วมมือและแลกเปลี่ยนความรู้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมกับองค์กรที่เกี่ยวข้องและรัฐบาลต่างประเทศ

การสนับสนุนด้านการเงินและการลงทุน

โครงการแปลงสินทรัพย์ให้เป็นทุน

รัฐบาลได้รับมอบหมายให้กรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหลักในการดำเนินการตามนโยบายแปลงสินทรัพย์ให้เป็นทุน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโอกาสให้กับเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้จดทะเบียน หรือแจ้งข้อมูลไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญาสามารถใช้เอกสารแสดงสิทธิ์เพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้ระบบได้ ตลอดจนสามารถนำทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่เข้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ และเกิดมูลค่าสูงสุด นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้มีการคิดค้น สร้างสรรค์ และใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มขึ้น

กองทุนเงินกู้ตามนโยบายของรัฐ

กองทุนเงินกู้ต่าง ๆ ที่ตั้งขึ้นตามนโยบายของรัฐในการสนับสนุนชุมชน เช่น กองทุนหมู่บ้าน ซึ่งก็จะมีบางส่วนที่นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจที่ใช่วงเงินน้อยๆ หรือใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ เป็นประโยชน์สำหรับหมู่บ้านที่มีงานศิลปหัตถกรรม หรือประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับงานสร้างสรรค์และบริการที่เกี่ยวข้อง

สถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์

ให้การสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็กต่าง ๆ ในรูปของเงินกู้เป็นหลัก ยกเว้น SMEs เท่านั้นที่มีส่วนของการร่วมลงทุน

กองทุนร่วมลงทุน

มีการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุนที่ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs เช่น กองทุนร่วมลงทุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจไทย บริหารโดยสำนักงานส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กองทุนร่วมลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือกองทุนวอร์ธ เป็นต้น

โดยกองทุนร่วมลงทุนของภาครัฐจะมีหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขในการให้การสนับสนุนอย่างชัดเจน เช่นกองทุนร่วมลงทุนของ สสว. จะกำหนดกลุ่มธุรกิจเป้าหมายที่จะร่วมลงทุนว่า เป็นธุรกิจที่เป็นยุทธศาสตร์หลักของประเทศ เช่น ธุรกิจการออกแบบและแฟชั่น ธุรกิจด้านซอฟต์แวร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มธุรกิจด้านอาหารและสมุนไพร ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและบริการ กลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์ โดยมีเงื่อนไขว่าธุรกิจดังกล่าวควรมีศักยภาพในการส่งออก หรือขดเชยการนำเข้าจากต่างประเทศ มีลักษณะของการเป็นนวัตกรรม ทั้งในส่วนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมในกระบวนการผลิต รวมทั้งต้องมีศักยภาพในเชิงพาณิชย์ เป็นต้น

การสนับสนุนด้านการตลาดและสร้างเครือข่าย

การตลาด

การส่งเสริมด้านการตลาดของไทย รัฐบาลได้ดำเนินการทั้งการส่งเสริมในประเทศและต่างประเทศคู่กันไป โดยการจัดให้มีการแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ การทำเว็บไซต์ การดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion) การจัดแสดงสินค้า OTOF ทั้งในและต่างประเทศ

นอกจากนี้ยังจัดให้มีผู้แทนการค้าไทยไปเจรจาการค้าในต่างประเทศและนำตัวแทนการค้าต่างประเทศเข้ามาเจรจากับผู้ประกอบการไทย โดยหน่วยงานรับผิดชอบ เช่น กรมการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงมหาดไทย และศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ เป็นต้น

การสร้างเครือข่าย

การรวมตัวกันเพื่อสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยภาคเอกชน ยังมีลักษณะที่ไม่เป็นเอกภาพกระจายกันไปตามแต่ละสาขาอุตสาหกรรม เช่น สมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งประเทศไทย สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการพยายามสร้างเครือข่ายความร่วมมือกันในระดับภูมิภาค หรือในแต่ละท้องถิ่นในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในลักษณะของการดำเนินธุรกรรมทางการค้ามากกว่าการเชื่อมโยงเพื่อช่วยเหลือกันในการแก้ปัญหา และการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ร่วมกัน มีการจัดกิจกรรมร่วมกันเป็นครั้งคราว เช่น คลัสเตอร์เชรามิก ลำปาง คลัสเตอร์หัตถกรรมบ้านถวาย และคลัสเตอร์กระดาษสาบ้านต้นเปา เชียงใหม่ และคลัสเตอร์อัญมณีเครื่องประดับจันทบุรี

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

ปัจจัยพื้นฐานด้านโทรคมนาคม

โครงสร้างพื้นฐานที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม เพราะพบว่าโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม ของไทยยังด้อยกว่าประเทศอื่นๆ อยู่มาก โดยเฉพาะคู่สายโทรศัพท์พื้นฐานที่มีเพียง ๑๑ คู่สาย ต่อประชากร ๑๐๐ คน ในขณะที่สิงคโปร์มี ๔๑.๙๑ คู่สาย ฮองกงมี ๕๓.๗๗ คู่สาย และอังกฤษมี ๕๕.๔๓ คู่สาย เป็นต้น

ในด้านการใช้อินเทอร์เน็ต ในปี ๒๕๕๑ มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพียง ๒๑คน ต่อประชากร ๑๐๐ คน และเพียง ๐.๙๙ คน จากประชากร ๑๐๐ คน ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในระบบบรอดแบนด์ (Broadband) ซึ่งมีอัตราต่ำกว่าประเทศที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อื่นๆ มาก และยิ่งต่ำกว่าเฉลี่ยของโลกอีกด้วย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมของประเทศไทยเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีโอกาสก้าวหน้าทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ อยู่่มาก หากเราต้องการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างจริงจัง ควรให้ความสำคัญกับเรื่องเหล่านี้ให้มากขึ้น

ปัจจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ประเทศไทยยังไม่มีนโยบายและการดำเนินการเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นองค์รวม และยังไม่ได้มีการกำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างชัดเจน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นไปอย่างไม่เป็นเอกภาพ กระจายคนต่างทำ แม้จะมีการจัดการอบรมผู้ประกอบการพัฒนาทักษะในด้านต่างๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา และการส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงองค์ความรู้เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในสังคมไทยผ่านงานนิทรรศการ สัมมนาเชิงปฏิบัติการ ตั้งห้องสมุดเพื่อการออกแบบ ตั้งสถาบันฝึกอบรมความรู้ต่าง ๆ เช่น สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ เป็นต้น แต่ทั้งหมดก็ไม่ได้ประสานกันอย่างเป็นเอกภาพ หรือมีการกำหนดเป้าหมายชัดเจนเหมือนในประเทศอังกฤษ ที่จะพัฒนาบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแต่ละปีจำนวนเท่าใด สาขาใดบ้าง

การวิจัย พัฒนา และการจัดเก็บข้อมูล

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย แม้ที่ผ่านมามีประเทศไทยจะให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจในทุกๆด้าน แต่การดำเนินงานก็มักจะเป็นไปในลักษณะแยกส่วนต่างหน่วยงานต่างทำไปในแต่ละสาขาเศรษฐกิจ ไม่ได้ดำเนินการอย่างเป็นองค์รวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ยังไม่มีการวิจัยเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการเฉพาะเจาะจง ทำให้ขาดทิศทางในการดำเนินกลยุทธ์การพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม

ในด้านการจัดเก็บข้อมูล ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ ข้อมูลที่ยังไม่ตรงกับความต้องการที่จะนำไปประยุกต์ใช้ ทั้งนี้เพราะประเทศไทยยังไม่มีที่ให้คำนิยามและกำหนดขอบเขตที่ชัดเจนของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั่นเอง

๓.๕. เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับความมั่นคงของชุมชน

ประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย สิ่งสำคัญที่สุดก็คือ การสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มั่นคง พึ่งตนเองได้ เป็นเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ไม่ว่าจะสถานการณ์ใด ๆ ที่มีผลกระทบจากเศรษฐกิจโลก เราก็จะสามารถอยู่รอดด้วยพื้นฐานความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศ

ในปัจจุบันหลายประเทศได้หันมาดำเนินนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์กันมากขึ้น แต่ระบบเศรษฐกิจเช่นนี้ไม่เหมือนที่ผ่านมา เพราะเป็นระบบใหม่ที่เปิดให้คนที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยการใช้สินทรัพย์ที่มีศักยภาพโดดเด่นของประเทศนั้นๆ เช่น ประวัติศาสตร์ อารยธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเรามักเรียกว่า “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” ที่ฝังแน่นและสืบสานจากอดีตถึงปัจจุบัน เป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาเพื่อสร้างอาชีพและรายได้แก่ประชาชนโดยที่รัฐบาลไม่ต้องลงทุนใหม่ แต่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์เศรษฐกิจภายในประเทศ และสร้างชุมชนให้เข้มแข็งขึ้นมาได้

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ศิลปหัตถกรรมและหัตถกรรมพื้นบ้าน ที่กลุ่มงานนี้ต้องอาศัยภูมิปัญญาดั้งเดิมของไทย ต้องใช้ความพิถีพิถันถนัดงานอันเกิดจากวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตศิลปหัตถกรรมที่สืบทอดกันยาวนานจนเป็นเอกลักษณ์ เป็นความสุข เป็นความภูมิใจในตนเอง เป็นความรักและการช่วยเหลือกันของชุมชน

หากแต่การพัฒนาประเทศที่ผ่านมาส่วนใหญ่เดินตามรอยการพัฒนากระแสหลัก คือ การแข่งขันทางเศรษฐกิจทุนนิยมที่มุ่งเน้นความเจริญด้านวัตถุที่มีองค์ประกอบซับซ้อนในระบบการตลาด การพัฒนาดังกล่าวเป็นต้นแบบที่ทำให้เราเดินตามรอยไปอย่างไม่รู้ตัว ไม่รู้ว่าเดินไปเพื่อวัตถุประสงค์ใดด้วยซ้ำไป

แท้จริงแล้วการพัฒนาที่ผูกไว้กับความสุขของการได้มีหรือได้เป็นเจ้าของวัตถุ เป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ไม่สามารถสร้างขึ้นได้อย่างแท้จริง สำหรับประเทศที่ยังไม่มีความพร้อม แต่การพัฒนาที่ไม่สามารถสร้างขึ้นได้อย่างแท้จริง สำหรับประเทศที่ยังไม่มีความพร้อม แต่การพัฒนาบนรากฐานที่เราสามารถสร้างขึ้นได้เองทั่วถิ่นฐาน คือการพัฒนาบนฐานที่ของวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมงานฝีมือ ความคิดสร้างสรรค์ เป็นเป้าหมายที่สามารถสร้างได้จริง

จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและเข้าใจถึงทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จโดยอิงกับวัฒนธรรมประเพณีและศิลปหัตถกรรมของประเทศไทย และใช้ความคิดสร้างสรรค์ดังกล่าวนี้เป็นฐานและกลไกการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ด้านศิลปหัตถกรรมและวัฒนธรรมของไทยให้สามารถแข่งขันและยืนหยัดอยู่ได้อย่างยั่งยืนในสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบัน

ตามที่กล่าวมาว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ โดยมีความแตกต่างกันออกไปขึ้นกับลักษณะของโครงสร้างทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคมในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งสามารถประสบความสำเร็จได้ในบ้านเราหากได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายอย่างจริงจัง ภายใต้เป้าหมายในการพัฒนา คือ ๑) ให้รู้จักตนเอง ๒) ให้รู้จักคนอื่น และ ๓) ให้รู้จักคิด

หากชุมชนใดที่สามารถนำสิ่งที่เป็ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตนมาต่อยอดพัฒนาเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าได้ นอกจากเป็นประโยชน์กับชุมชนแล้วยังเป็นประโยชน์กับและเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับชุมชนอื่นอีกด้วย ในฐานะเป็นแหล่งทุนทางปัญญาสำหรับคนไทยในการแสวงหาความรู้และเสริมทักษะอย่างเป็นจริงเป็นจัง เท่ากับการกระจายโอกาสให้คนไทยทั่วประเทศได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านต่างๆ ซึ่งเป็นผลผลิตทางภูมิปัญญาของไทย และเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่สอดประสานอยู่ในจิตใจและวิถีชีวิตของคนไทย จากลักษณะเด่นของงานศิลปกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนแล้วมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้น จะพบว่าเครื่องปั้นดินเผา เป็นงานศิลปกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนเป็นอย่างยิ่ง นับตั้งแต่ความเป็นศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่ทุกคนในชุมชนสามารถผลิตได้เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความงามทางจิตใจ และประโยชน์การใช้สอยในชีวิตประจำวัน อาทิ การทำภาชนะต่างๆ เครื่องประดับ เครื่องราง ตุ๊กตา เป็นต้น

การผลิตเครื่องปั้นดินเผายังเป็นงานหัตถกรรมฝีมือที่ชุมชนสามารถผลิตด้วยเครื่องมืออย่างง่าย รวมทั้งวัตถุดิบที่สามารถหาได้ในชุมชน เป็นการลดการพึ่งพาจากสังคมภายนอกได้เป็นอย่างดี อีกทั้งขั้นตอนการผลิต นับตั้งแต่การหาแหล่งวัตถุดิบ การออกแบบการปั้น การเคลือบ การเผา การจำหน่าย ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มการผลิตและการมีกิจกรรมร่วมกันในเรื่องการวิจารณ์รูปแบบที่ผลิต การแบ่งงานกันทำตามความ

ถนัด เช่น การขึ้นรูปทรง การเขียนลาย การช่วยกันเผาและการรวมกลุ่มจำหน่าย เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลขึ้นในชุมชน อันจะส่งผลถึงความผูกพันต่อชุมชนอีกด้วย

นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมผูกพันในงานศิลปกรรมนั้นๆ เกิดความภาคภูมิใจ รักและหวงแหน เพราะเห็นในคุณค่าของศิลปกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนของตน เกิดความเข้าใจวิถีชีวิตของตนเอง เกิดทัศนคติที่ดีต่อตนเองและชุมชนที่มีสิ่งอันควรค่าต่อการดูแลรักษา อีกทั้งเป็นสิ่งที่ชุมชนคิดและเชื่อมร่วมกันในคุณค่าของศิลปกรรมนั้น สัมผัสสืบทอดมาจากภูมิปัญญาและวิถีชีวิตแห่งตน

๔. แนวคิด ทฤษฎีทางการตลาด

๔.๑. ส่วนประสมทางการตลาด

Kotler, ๒๐๐๖ (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, ๒๕๕๕) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ ๔ ประเภท ดังที่รู้จักกันคือ “๔Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เสรี วงษ์มณฑา (๒๕๕๒ : ๑๑) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (๒๕๕๓ : ๒๖) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (๔P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

๑. ผลิตภัณฑ์ (Product) ลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความสลับซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และสลับซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง ถ้าเรารู้เรื่องเหล่านี้แล้วในฐานะนักการตลาดเราควรจะเสนอทางเลือกที่ง่ายกว่า ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยเพื่อให้ผู้บริโภคที่ไม่ต้องการเสาะแสวงหาทางเลือกอย่างกว้างขวางในการพิจารณา ส่วนในเรื่องของรูปร่างของผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค หีบห่อที่สะดุดตาอาจทำให้ผู้บริโภคเลือกไว้เพื่อพิจารณา ประเมินเพื่อการตัดสินใจซื้อ ป้ายฉลากที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญก็จะทำให้ผู้บริโภคประเมินสินค้าเช่นกัน สินค้าคุณภาพสูงหรือสินค้าที่ปรับเข้ากับความต้องการบางอย่างของผู้ซื้อจะมีอิทธิพลต่อการซื้อด้วย

๒. ราคา (Price) ราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อก็ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ นักการตลาดจึงควรคิดราคาน้อย ลดต้นทุนการซื้อหรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยลักษณะอื่นๆ สำหรับการตัดสินใจอย่างกว้างขวางผู้บริโภคมักพิจารณารายละเอียด โดยถือเป็นอย่างหนึ่งในลักษณะทั้งหลายที่เกี่ยวข้องสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย ราคาสูงไม่ทำให้การซื้อลดน้อยลง นอกจากนี้ราคายังเป็นเครื่องประเมินคุณค่าของผู้บริโภคซึ่งก็ติดตามด้วยการซื้อ

๓. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Placement-Channel of Distribution) กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แนนอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่นำเสนอก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าที่มีของแถมในร้านเสริมสวยชั้นดีในห้างสรรพสินค้าทำให้สินค้ามีชื่อเสียงมากกว่านำไปใช้บนชั้นวางของในซูเปอร์มาร์เก็ต

๔. การส่งเสริมการตลาด (Promotion-Marketing Communication) การส่งเสริมการตลาดสามารถก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ข่าวสารที่นักการตลาดส่งไปอาจเตือนใจให้ผู้บริโภครู้ว่าเขามีปัญหา สินค้าของนักการตลาดสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้และมันสามารถส่งมอบให้ได้มากกว่าสินค้าของคู่แข่ง เมื่อได้ข่าวสารหลักการซื้อเป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้อง

๔.๒. แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

๔.๒.๑. พฤติกรรมผู้บริโภค

ในปัจจุบันต้องยอมรับว่าความสำเร็จของการทำธุรกิจใดๆ การเรียนรู้ถึงตัวผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญประการแรก และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อแนวคิดทางการตลาดได้เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตที่เน้นการปรับปรุงคุณภาพสินค้าบริการของตนตามความเชื่อที่ว่า “สินค้าดี อย่างไรก็ต้องมีคนซื้อ” เปลี่ยนแปลงมาเป็น “การผลิตสินค้าต้องดูความต้องการ ความพอใจของผู้บริโภค” จนกลายเป็นวาทะที่นิยมพูดกันว่า “ผู้บริโภคคือ พระราชา” หรือ “ลูกค้าเป็นคนถูกเสมอ” ทำให้นักการตลาดต้องให้ความสนใจกับปัจจัยนี้มากขึ้น พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งที่ซับซ้อนและไม่แน่นอนสำหรับนักการตลาด

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

Kotler, ๒๐๐๖ (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, ๒๕๔๕) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การศึกษาเกี่ยวกับการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์ และได้รับการบริการของผู้บริโภค ทั้งปัจเจกบุคคล กลุ่มและองค์กร อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจ ความต้องการตามความคิด และประสบการณ์ของผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงค์กุล, ๒๕๔๓ : ๕ ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ เหล่านั้น และผู้บริโภคคือ บุคคลต่างๆ ที่มีความสามารถในการซื้อหรือทุกคนที่มีเงินและความเต็มใจในการซื้อสินค้าและบริการ

จึงกล่าวได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น จะเกี่ยวกับการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ โดยผ่านกระบวนการต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งอาศัยการรับรู้และประสบการณ์ของผู้บริโภค เพื่อช่วยในการประเมินทางเลือกและตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้าและบริการนั้นๆ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งเป้าหมายของการตลาดในปัจจุบัน คือการเข้าถึงและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยจะยึดหลัก ๖Ws และ ๑H (สุวิมล แม้นจริง, ๒๕๔๖ : ๑๓๗) คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ ๖Ws และ ๑H ซึ่งประกอบไปด้วย

๑. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market Target?) หมายถึง ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์และพฤติกรรมศาสตร์

๒. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง

๓. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) หมายถึง วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล

๔. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) หมายถึง บทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้

๕. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) หมายถึง โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปีหรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง

๖. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) หมายถึง ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด ฯลฯ

๗. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) หมายถึง ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก ตัดสินใจซื้อและความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (๒๕๔๒ : ๓๒-๔๖) ได้จำแนกถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคออกเป็นปัจจัยที่มีอยู่ภายในบุคคล และปัจจัยภายนอก โดยสรุปได้ดังนี้

๑. ปัจจัยที่อยู่ภายในบุคคล

๑.๑. ความต้องการ (Needs) หมายถึง สิ่งจำเป็นใด ๆ สำหรับร่างกายทางกายภาพหรือจิตใจถ้าในแง่ของความรู้สึกแล้ว ความต้องการ คือ การขาดในบางสิ่งบางอย่างที่มีผลประโยชน์ที่จำเป็นต้องมีหรือปรารถนาที่อยากได้ด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยได้ว่า ความต้องการเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นต้องได้รับการบำบัด

๑.๒. แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำ หรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน แรงจูงใจทำให้เรารู้ถึงความต้องการของเราเองและเป็นการให้เหตุผลสำหรับการกระทำที่แสดงออกอันเนื่องมาจากความต้องการดังกล่าวเหล่านั้น

๑.๓. บุคลิกภาพ (Personality) คือ ลักษณะพิเศษของมนุษย์หรือลักษณะอุปนิสัยที่ได้สร้างขึ้นในตัวบุคคลที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแตกต่างไปจากคนอื่น ๆ แรงจูงใจเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำตามที่เขามีความต้องการ แต่บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลมีการกระทำให้ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล

๑.๔. การรู้ (Awareness) การมีความรู้ในบางสิ่งบางอย่างได้โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง ๕ ซึ่งการรู้นั้นจะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงมากที่สุดของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก การรู้ของ

ผู้บริโภคจะสามารถแยกย่อยเป็น ๓ ประการ คือ การรับรู้ ทศนคติ และการเรียนรู้ ซึ่ง ๓ ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยภายในของบุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกของผู้บริโภค

๑.๕. การรับรู้ (Perception) การตีความของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็นได้หรืออะไรก็ตามที่ถูกนำมาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง ๕

๑.๖. การเรียนรู้ (Learning) การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภค การตอบสนองหรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติ ประสบการณ์หรือการเกิดขึ้นของสัญชาตญาณ หรืออีกนัยหนึ่ง ความรู้ที่ได้จากการรับรู้ถึงสิ่งที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนนั่นเอง

๑.๗. ทศนคติ (Attitude) กลุ่มกว้างๆ ของความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวของมนุษย์หรือความเห็นที่เป็นรูปธรรมของพฤติกรรมของบุคคล

๒. ปัจจัยที่อยู่ภายนอกบุคคล

๒.๑. อิทธิพลของครอบครัว (Family Influences) เป็นอิทธิพลที่เกิดขึ้นมาจากสมาชิกภายในครัวเรือน

๒.๒. อิทธิพลของสังคม (Social Influences) เป็นผลลัพธ์ที่ได้มาจากการติดต่อกันของบุคคลทุกคนกับคนอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากครอบครัวและธุรกิจ อิทธิพลของสังคมเกิดขึ้นได้ ดังตัวอย่างเช่น จากสถานที่ทำงาน จากวัด จากโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษา เป็นต้น

๒.๓. อิทธิพลของธุรกิจ (Business Influences) การติดต่อโดยตรงของบุคคลที่มีต่อธุรกิจไม่ว่าจะเป็นสถานที่ของร้านค้า โดยผ่านการขายของบุคคลและการโฆษณาที่ตาม

๒.๔. อิทธิพลของวัฒนธรรม (Cultural Influences) เป็นเรื่องราวของความเชื่อที่มีอยู่ในตัวของบุคคลและการลงโทษในสังคมที่ได้มีการพัฒนาขึ้นอยู่ตลอดเวลาด้วยระบบของสังคมนั้น

๒.๕. อิทธิพลทางเศรษฐกิจหรืออิทธิพลของรายได้ (Economic or Income Influences) เป็นข้อจำกัดหรือตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องด้วยระบบเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการกินดีอยู่ดีเป็นอย่างมาก ถ้าบุคคลไม่มีงานทำ ไม่มีรายได้ย่อมไม่สามารถหาปัจจัยมาตอบสนองความต้องการต่างๆ

๕. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคนิคและลดทอนการวาดผ้าบาติกมาใช้ในการตกแต่งของใช้ในครัวเรือนเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปได้ ดังนี้

เกษมณี ยานะโส (๒๕๕๓ : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้บริโภครวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการค้าขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคจำนวน ๔๐๐ ราย และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน ๑๐ ราย ใช้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การจัดอันดับแบบ Likert Scale และแบบจำลอง (Logit Model)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง ๒๐ - ๓๐ ปี สถานภาพโสด มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๕,๐๐๐ - ๑๐,๐๐๐ บาท จบการศึกษาระดับ

ปริญญาตรี โดยระยะเวลาตั้งแต่ ๑ ม.ค. ๒๕๕๒ – ๑๐ พ.ค. ๒๕๕๓ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ ที่เคยซื้อเพื่อนำไปใช้เอง มีความไม่แน่นอนในการเลือกซื้อหรือไม่เลือกซื้อตามแบรนด์ มีความถี่ในการซื้อน้อยกว่า ๕ ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่มักจะมาซื้อคือวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ สถานที่ที่มักจะเดินทางไปซื้อคือ ร้านค้าขายปลีกทั่วไป แหล่งข้อมูลในการซื้อ คือ แบบปากต่อปาก ผลการศึกษาโดยใช้แบบจำลองโลจิต พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ฯ สูงขึ้นถ้าเป็นเพศหญิง มีรายได้ที่เพิ่มขึ้น และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยจะพิจารณาปัจจัยด้านการบริการเป็นอันดับแรก

สำหรับปัญหาและอุปสรรค ของผู้ประกอบการคือ ปัญหาด้านการเงิน การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและยอมรับ ราคาสินค้าที่แพงกว่าสินค้าชนิดเดียวกันจากคู่แข่งต่างประเทศ ความยุ่งยากของกฎระเบียบ มาตรการของรัฐ การบริหารจัดการเพื่อขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (๒๕๕๓ : บทคัดย่อ) ได้สรุปถึงโครงการส่งเสริมมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรมว่า ประเทศไทยถือเป็นประเทศหนึ่งที่เพียบพร้อมไปด้วย “ต้นทุนทางวัฒนธรรม” ประเทศหนึ่งในเอเชีย อาจเป็นรองก็เพียง จีนและอินเดีย ซึ่งเป็นต้นแบบวัฒนธรรมที่สร้างอิทธิพลให้กับวัฒนธรรมของประเทศต่างๆในเอเชีย อย่างไรก็ตาม การใช้ประโยชน์ของต้นทุนวัฒนธรรมดังกล่าวนั้นขึ้นอยู่กับศักยภาพด้านการบริหารจัดการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ตัวสินค้าและบริการ อันได้แก่ กลไกทางการตลาด เทคนิคในการออกแบบและจัดทำสินค้าแบบ Mass Production

โครงการนี้ได้ฉายภาพลักษณะของสินค้าและบริการไทย จากการจัดอันดับความเป็นแบรนด์ในต่างชาติ ซึ่งเป็นผลงานวิเคราะห์จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พบว่า ไม่มีสินค้าและบริการใดของไทยเลยที่ติดอันดับเรียกว่าเป็นแบรนด์ ซึ่งระบุว่า อัตลักษณ์ในตัวสินค้าที่ชัดเจนติดตา ทำให้ผู้ซื้อยอมจ่ายแพงกว่าเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการนั้น เมื่อถึงขีดสุดของการพัฒนา ทำให้ผู้คนหันมาแข่งขันและทำลายกันเอง เช่น การตัดราคากันในสถานที่ท่องเที่ยว การผลิตผลงานหัตถกรรมในราคาถูกแต่ขาดคุณภาพ การสร้างภาพยนตร์เลียนแบบฮอลลีวูด จนทำให้เสียภาพลักษณ์ ทำให้ภาพรวมในอุตสาหกรรมไม่มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นแต่อย่างใด ดังนั้น คณะทำงานจึงมองไปยังการปรับที่ทัศนคติของผู้คนในอุตสาหกรรม ให้สามารถเอื้อประโยชน์ต่อกันในขณะที่รักษาผลประโยชน์ของตนเองไว้ได้

พงษ์วิน ชัยวิรัตน์และคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ (๒๕๕๒ : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุก พบว่าการศึกษาภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุก ได้แสดงให้เห็นพลังของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่มีการรวมตัวกันด้วยความสมัครใจอย่างเป็นอิสระด้วยจิตอาสาที่สามารถพลิกฟื้นสถานะของชุมชนที่ตกต่ำถึงขีดสุดให้กลับมามีชีวิตชีวาได้อีกครั้งหนึ่ง บทเรียนที่ได้จากชุมชนแห่งนี้แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมชุมชนและกระบวนการเรียนรู้ที่ชุมชนได้เริ่มขึ้นและพัฒนาเป็นลำดับจนทำให้ชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ สามารถรุกคืบภารกิจต่างๆ ไปสู่เป้าหมายจนบรรลุผลสำเร็จเป็นความภาคภูมิใจของชุมชนตลาดสามชุก นับเป็นความสำเร็จของชุมชนเล็กๆ แห่งหนึ่งที่เกิดขึ้นในประเทศ เมื่อมองย้อนกลับไปที่จะพบว่าชุมชนส่วนใหญ่ของประเทศยังอยู่ในสถานะที่อ่อนล้าไม่สามารถพึ่งตนเองได้ อันเป็นผลมาจากภัยคุกคามในหลายๆด้าน โดยเฉพาะภัยจากระบบทุนนิยมในยุคโลกาภิวัตน์ ทำอย่างไรจึงจะช่วยกันกอบกู้สถานการณ์ที่ชุมชนส่วนใหญ่กำลังเผชิญอยู่ได้ การให้ความรู้ความเข้าใจผ่านกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนที่ประสบความสำเร็จ (Best Practice) น่าจะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้ชุมชนจำนวนมากก้าวสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างรู้เท่าทันในยุคโลกาภิวัตน์

จากบทเรียนที่ผ่านมาทำให้ชุมชนตลาดสามชุก เรียนรู้ว่าการบวนการมีส่วนร่วมในชุมชน เป็นสิ่งที่สามารถสร้างได้ สัมผัสได้ เกิดขึ้นได้ ถ่ายทอดได้ แก้ปัญหาชุมชนได้ สามารถฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชน เสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชุมชนได้ การมีส่วนร่วมที่เกิดขึ้นในชุมชนเป็นเรื่องที่ทุกฝ่ายต้องร่วมมือกัน หันหน้า เข้าหากัน เรียนรู้ซึ่งกันและกัน เรียนรู้ที่จะเป็นผู้นำและผู้ตาม เรียนรู้ที่จะเป็นผู้ให้และผู้รับ เรียนรู้ที่จะทำ ประโยชน์เพื่อส่วนรวม เรียนรู้ที่จะแสดงพลังบริสุทธิ์เมื่อเห็นว่ามีสิ่งที่ไม่ถูกต้องเกิดขึ้นในชุมชน เรียนรู้ที่จะ กำหนดทิศทางของตนเอง เรียนรู้ที่จะไม่ยอมให้กับอำนาจที่ไม่เป็นธรรม มีความเป็นอิสระ ปลอดภัยจากการ ครอบงำหรือการแทรกแซงใดๆ ซึ่งทำให้ชุมชนสามารถแสดงศักยภาพในการพัฒนาชุมชนของตนเองอย่าง เต็มที่จนมีผลงานเป็นที่ปรากฏ ความเข้มแข็งของชุมชนบางครั้งก่อให้เกิดแรงเสียดทานจนถูกปฏิเสธจากบุคคล หรือหน่วยงานที่ต้องการสั่งการเพื่อให้ชุมชนปฏิบัติตาม ดังนั้นเมื่อชุมชนต้องการพัฒนาชุมชนตามที่ชุมชน ต้องการ ชุมชนต้องดำเนินการเอง หาทุนเอง บริหารจัดการเอง ทำให้การทำงานเป็นไปด้วยความยากลำบากมี ปัญหาและอุปสรรคมากมายแต่ด้วยความร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจ ของชุมชนตลาดสามชุกจึงฝ่าฟันปัญหาและ อุปสรรคมาได้ด้วยความภาคภูมิใจ

โสภณ ศุภวิริยากร (๒๕๕๒ : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบลวดลายผ้าบาติกในกลุ่ม จังหวัดอันดามัน การศึกษาในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษาเชิงเปรียบเทียบรูปแบบลวดลายผ้าบาติกของ แต่ละจังหวัด โดยเฉพาะรูปแบบลวดลายของเสื้อผ้าบาติก ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ ผู้วิจัยเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก บันทึกภาพ สังเกตและศึกษาจากเอกสาร เพื่อประกอบการวิเคราะห์และสรุป ผลการวิจัย โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ ช่างเขียนผ้าบาติก ๑๕ คน สัมภาษณ์ช่างเขียนจังหวัดละ ๕ คน รวมทั้งหมด ๑๕ คน

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบลวดลายของผ้าบาติกในกลุ่มจังหวัดอันดามัน ลวดลายดัดแปลง จากธรรมชาติพบว่า จังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ ส่วนใหญ่ลวดลายที่พบมาก ได้แก่ ปู ปลา กุ้ง หอย เต่า ปะการัง ลวดลายดอกไม้ ได้แก่ ดอกกล้วยไม้ ดอกกุหลาบ ดอกสลิมาดี ดอกเฟื่องฟ้า ดอกจำปา ดอกศรีตรัง ลวดลายสัตว์ที่พบมากที่สุด ได้แก่ ภาพนก ช้าง ม้า ฝัเสื้อ ปู ปลา กุ้ง หอย ทั้งสามจังหวัดไม่มีความแตกต่าง ลวดลายไทย จังหวัดภูเก็ตจะนิยมเขียน ลายกนกประยุกต์ จังหวัดพังงาและกระบี่ไม่นิยมเขียน จึงมีความ แตกต่างกัน ลวดลายเรขาคณิต จังหวัดภูเก็ตและกระบี่ไม่นิยมเขียน ส่วนจังหวัดพังงานิยมเขียน ลวดลาย จุดเด่นของผ้าบาติกในจังหวัดภูเก็ต นิยมเขียนลวดลายแหลมพรหมเทพ อาคารชิโนปอร์ตเกิส จังหวัดพังงานิยม เขียนเขาตะปู เขาช้าง ส่วนจังหวัดกระบี่นิยมเขียนรองเท้านารี นกแก้วแล้ว เขาขนาบ น้ำ สำหรับสีสันทรูปแบบ ลวดลายจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ พบว่า สีพื้นนิยมสีชมพู สีฟ้า สีน้ำเงิน สีม่วง สีเหลือง และสีเขียว ส่วนตัว ลายให้สีตัดกับพื้นและสีกลมกลืน

จากการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะคือ ช่างเขียนผ้าบาติกควรเพิ่มศักยภาพในการออกแบบ รูปแบบลวดลายผ้าบาติกให้ทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดตลอดจนเพิ่มทักษะฝีมืองานบา ติก ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบลวดลายของผ้าบาติกในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ควรศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบลวดลายของผ้าบาติกในจังหวัดภูเก็ตกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และจีน นอกจากนี้ควรมีการศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภท ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น กระเป๋า ภาพที่ระลึก ควรมีการเปรียบเทียบความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ใช้ลักษณะเกี่ยวกับรูปแบบ ลวดลายของผ้าบาติกต่อผู้สวมใส่ในการเลือกซื้อทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ประสาธสุข นิยมราษฎร์ (๒๕๕๑ : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ สินค้า OTOP : กรณีศึกษาขนมถั่ว – งา อำเภอสตงพระ จังหวัดสงขลา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

ข้อมูลพื้นฐาน สภาพทั่วไปการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ตลอดจนทราบถึงปัญหาและอุปสรรค การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ความต้องการใช้และการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์ ขนมถั่ว – งา ของกลุ่มสตรีบ้านชะแม ตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ผู้ผลิต ผู้บริโภค ผู้จำหน่าย และผู้ทรงคุณวุฒิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบ มีโครงสร้าง ส่วนที่เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา แล้วบรรยายเป็นความเรียง

ผลจากการศึกษาปรากฏว่า บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังขาดเอกลักษณ์รูปแบบ สินค้า รวมทั้งไม่มีการพัฒนาสีสน ขนาดของผลิตภัณฑ์ และยังไม่มียี่ห้อหรือเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ปัญหาและอุปสรรคที่พบในกระบวนการผลิต การขนส่งต่อสินค้าคือการไม่มียานพาหนะเป็นของกลุ่ม และขาดงบประมาณในการทำบรรจุภัณฑ์ ส่วนของการศึกษาความต้องการ พบว่า ทางกลุ่มต้องการใช้บล็อก ตัดขนมถั่วงาและเครื่องตัดขนมงาชิ้นเล็ก นอกจากนี้ยังต้องการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์พลาสติกมากที่สุด รวมทั้งตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เยื่อและกระดาษ ข้อเสนอแนะควรมีการฝึกอบรมให้ความรู้และแลกเปลี่ยน เรียนรู้เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน เป็นไปตามความต้องการของตลาดและผู้บริโภค

ศิริกุล มูลโรจน์ (๒๕๕๑ : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาค้นคว้านี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากแบบสอบถาม สำหรับผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน ๔๐๐ ราย โดยคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างของประชากรแบบไม่สามารถนับจำนวนได้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ๒๑ – ๔๐ ปี มีสถานภาพ สมรส จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือตอนปลาย ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงาน มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท

กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยตัดสินใจซื้อจากคุณภาพ เลือกซื้อเพื่อใช้ เอง ส่วนใหญ่ซื้อประเภทเสื้อ นิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติมากกว่าสีเคมี และนิยม ซื้อที่ทอลายแบบธรรมดามากกว่าทอแบบยกดอก ความถี่ที่ซื้อโดยเฉลี่ยคือ ๑ ครั้ง/ปี มูลค่าเฉลี่ยที่ซื้อในการ ท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีมูลค่าที่ต่ำกว่า ๕๐๐ บาท บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือตนเอง แหล่ง ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ส่วนใหญ่คือ การบอกต่อของบุคคลอื่น สถานที่ ที่เลือกซื้อส่วนใหญ่คือ ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป

กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมากทั้งหมด ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ปัจจัย ย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญลำดับแรก ได้แก่ การบริการ อธิบาย และกิจกรรมการตลาดของพนักงาน ขาย

ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ ราคาไม่เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และไม่มีการให้ส่วนลด

ศุภฤกษ์ ทองประยูร (๒๕๕๐ : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบลวดลาย กระบวนการผลิตผ้าบาติกในจังหวัดสงขลา กรณีศึกษา : แหล่งผลิตชุมชนวังเขียว-วังขาว ตำบลบ่อยาง อำเภอ เมือง จังหวัดสงขลา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อที่จะพัฒนารูปแบบลวดลายกระบวนการผลิตผ้าบาติกใน

จังหวัดสงขลา โดยเฉพาะแหล่งผลิตชุมชนวังเขียว-วังขาว ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ให้มีรูปแบบลวดลาย สามารถนำทฤษฎีการจัดองค์ประกอบศิลป์มาใช้ในการจัดวางลวดลายได้อย่างเหมาะสม ผลผลิตได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าบาติก (มผช.) ที่มีคุณภาพและมูลค่าการผลิตเพิ่มขึ้น เป็นการวิจัยประยุกต์เน้นกระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มผู้ผลิตผ้าบาติกของชุมชน โดยมีผลการวิจัยหลังการพัฒนาดังนี้

ผลการศึกษาและคัดสรรรูปแบบลวดลายผ้าบาติกของชุมชนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม พบว่ารูปแบบลวดลายที่กลุ่มผู้ผลิตต้องการพัฒนาเป็นต้นแบบและเอกลักษณ์ของกลุ่ม คือรูปแบบลวดลายจากความเชื่อที่เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดสงขลา คือ รูปแบบลวดลายนางเงือก และรูปแบบลวดลายจากธรรมชาติ คือรูปแบบลวดลายดอกชบา โดยกลุ่มผู้ผลิตมีแนวคิดที่จะนำเอาเอกลักษณ์หรือสัญลักษณ์อื่นที่คนทั่วไปรู้จักในนามของจังหวัดสงขลาหรือความเป็นภาคใต้ มาผสมผสานกับรูปแบบเดิมพัฒนาเป็นรูปแบบลวดลายใหม่ ได้ลิสต์ภาพของนางเงือกที่แตกต่างกัน ส่วนรูปแบบลวดลายดอกชบา มีแนวคิดในการปรับเปลี่ยนรูปแบบลักษณะของดอกใหม่ให้ใกล้เคียงและมีความรู้สึกเหมือนจริงตามธรรมชาติมากกว่าเดิม โดยการศึกษาถึงลักษณะของดอกแบบต่างๆ ทั้งดอกตูมและดอกบานที่เป็นจริงตามธรรมชาติ แล้วนำมาประกอบและจัดเรียงใหม่เป็นช่อดอกที่มีดอกตูมและดอกบานอยู่บนก้านและใบตามลำดับ ได้ลิสต์และความรู้สึกที่แตกต่างกัน เป็นต้นแบบในการผลิตของกลุ่มต่อไป

ผลการพัฒนาและสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบลวดลายผ้าบาติกของชุมชน พบว่าสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตมีความรู้ความเข้าใจและทักษะเพิ่มเติมในเรื่องของวิธีการ กระบวนการตลอดจนเทคนิคการออกแบบรูปแบบลวดลายหลังจากฟังการบรรยายและฝึกปฏิบัติการจริง เกิดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเชื่อมั่นว่าจะสามารถสร้างต้นแบบรูปแบบลวดลายที่เป็นของกลุ่มได้ ส่วนการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบลวดลายผ้าบาติกของชุมชนที่เป็นต้นแบบใหม่ พบว่าโดยภาพรวมรูปแบบลวดลายต้นแบบทั้ง ๑๐ รูปแบบมีระดับความเหมาะสมและน่าสนใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงชื่อผลงานตามลำดับได้ดังนี้ รูปแบบลวดลายสัญลักษณ์จังหวัดสงขลา ๒ , รูปแบบลวดลายสัญลักษณ์จังหวัดสงขลา ๓ , รูปแบบลวดลายดอกชบา ๑, รูปแบบลวดลายดอกชบา ๒, รูปแบบลวดลายมโนราห์ , รูปแบบลวดลายพญานาค , รูปแบบลวดลายสัญลักษณ์จังหวัดสงขลา ๑ , รูปแบบลวดลายการ์ตูน , รูปแบบลวดลายเด็กไทย และรูปแบบลวดลายปลาทะเล

ชูเกียรติ กาญจนกรางกูร (๒๕๕๐: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างองค์ความรู้ให้กับชุมชน สามารถที่จะรู้ถึงขอบเขต ความจำเป็น ศักยภาพในการออกแบบการผลิต และการเลือกใช้วัสดุเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน วิธีการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้คัดเลือกบรรจุภัณฑ์ของสินค้าในท้องถิ่น จังหวัดนครราชสีมา มาพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยเป็นบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสินค้าที่จะใช้บรรจุภัณฑ์ในลักษณะใกล้เคียงกัน ให้มีเอกลักษณ์และเพิ่มมูลค่ามากขึ้น

ผลการศึกษาพบว่าโครงการ “การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น” ทำให้ชุมชนได้รวมกลุ่มและใช้ความรู้ ภูมิปัญญาที่มีในชุมชนมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและมีเอกลักษณ์ของกลุ่ม มีการบริหารจัดการ เกิดการเรียนรู้ที่จะสร้างเครือข่ายระบบการผลิต และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงธุรกิจ การตลาด เกิดการปรับตัวจากการผลิตที่ไม่ได้คำนึงถึงมาตรฐาน คุณภาพ รูปแบบผลิตภัณฑ์ และความต้องการของผู้บริโภค มาเป็นการผลิตที่มีแบบแผน เป้าหมายและใส่ใจต่อคุณภาพมาตรฐาน เพื่อการคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่ี้ออกสู่ตลาด

นิภา ทองก้อน (๒๕๔๘ : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จตามเป้าหมายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ผลิตสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ผลิตสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรี อยู่ในระดับสูงทั้งโดยภาพรวม และรายด้าน คือด้านการสร้างรายได้เพิ่มเส้นความยากจน ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต และด้านการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ชุดตัวแปรอิสระทั้ง ๗ ตัว คือ ประสบการณ์ในการผลิตสินค้า สื่อกีฬาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเครือข่าย แหล่งจำหน่ายสินค้าประจำ การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณ การได้รับการฝึกอบรม และมาตรฐานสินค้าที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จตามเป้าหมายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระดับค่อนข้างต่ำ ตัวแปรที่สามารถทำนายตัวแปรความสำเร็จตามเป้าหมายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้ดีที่สุดคือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเครือข่าย สามารถทำนายความสำเร็จตามเป้าหมายโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้ร้อยละ ๖๐๐ ปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือตลาดเพื่อจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ และเงินทุน

ศุภนิธย์ กิตติจริยโสภณ (๒๕๔๗ : บทคัดย่อ) ศึกษากระบวนการผลิตผ้าบาติกในจังหวัดภูเก็ต การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหากระบวนการผลิตผ้าบาติกในจังหวัดภูเก็ตและเสนอแนวทางพัฒนากระบวนการผลิตผ้าบาติกที่มีคุณภาพในจังหวัด การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษา ณ จังหวัดหนึ่งในภาคใต้ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงมากในด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย วิธีการหลักที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ การสัมภาษณ์ระดับลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน ๓ กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการผลิตผ้าบาติกในจังหวัดภูเก็ต ช่างผู้ผลิตผ้าบาติก และผู้ที่มีผลงานเป็นที่ยอมรับในวงการผ้าบาติก รวมทั้งผู้ที่คลุกคลีกับวงการธุรกิจผ้าบาติก รวมทั้งสิ้น ๒๕ คน ผลการวิจัยพบว่า ปัญหากระบวนการผลิตผ้าบาติกของจังหวัดภูเก็ต มี ๓ ขั้นตอน คือ

๑) ปัญหาวัตถุดิบในการผลิต คือ สี ผ้า ราคา เครื่องมือ ในการผลิตผ้าบาติกที่มีคุณภาพนั้น ต้องเริ่มต้นตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ อันได้แก่ ผ้า สี และอุปกรณ์ในการวาดลวดลาย ในการคัดเลือกผ้า ต้องเลือกให้เหมาะสมกับชนิดของผลิตภัณฑ์เพราะปัจจุบันผลิตภัณฑ์จาก ผ้าบาติกไม่ได้มีเฉพาะเสื้อผ้านั้น แต่ยังรวมไปถึงอุปกรณ์ตกแต่งบ้านพร้อมของใช้กระจุกกระจิก

๒) ปัญหากระบวนการผลิตด้านออกแบบ มีปัญหาผ้าพิมพ์ลาย ควรจัดการฝึกอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการแยกแยะระหว่างผ้าวาดกับผ้าพิมพ์ลายซึ่งมีคุณค่าและใช้เวลาในการผลิตต่างกัน และประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าทำไมราคาถึงต่างกัน ที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจในสินค้าและสร้างผลงานให้เด่นตระการเป็นที่รู้จักและน่าซื้อเสี่ยงให้กับจังหวัด

๓) ปัญหาการนำผลผลิตที่มีคุณภาพออกสู่ท้องตลาด และปัญหาอื่นๆ เช่น ความช่วยเหลือจากรัฐ ปัญหาในกระบวนการผลิตที่พบคือ ผู้บริโภคไม่สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างผ้าบาติกวาดมือกับผ้าที่พิมพ์ลาย ซึ่งแน่นอนว่าใช้เวลาผลิตต่างกัน ราคาซื้อขายต่างกันไปด้วย ผ้าพิมพ์ลายจึงมีส่วนในการดึงราคาผ้าบาติกให้ต่ำลง นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีปัญหาอื่นๆ ได้แก่ ปัญหาการจัดการด้านการตลาด โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กๆ จะมีปัญหามากเพราะไม่มีความรู้ในด้านการจัดการธุรกิจ ส่วนปัญหาอื่นๆ ได้แก่ ผู้ประกอบการรายย่อยยังไม่เป็นที่รู้จัก

เมื่อทราบสภาพปัญหาแล้วทำให้ได้แนวคิดในการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ ซึ่งมีขั้นตอนคือ ขั้นตอนแรก การคัดเลือกวัตถุดิบผ้าต้องเลือกให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยและชนิดของผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่สอง คือ การคัดเลือกวัตถุดิบสี ต้องเลือกให้เหมาะสมกับชนิดผลิตภัณฑ์ และเป็นวัตถุดิบที่

มีคุณภาพ มีการจัดเก็บสีและเครื่องมือเครื่องใช้เป็นหมวดหมู่ และมีการแก้ปัญหาต่างๆ อย่างเหมาะสม ขั้นตอนที่สาม คือ การออกแบบลวดลาย มีความสำคัญมากในการทำผ้าบาติก ต้องมีหลากหลายรูปแบบในเชิงความคิดสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายดึงดูดลูกค้าให้สนใจมากขึ้น เป็นการแข่งขันด้านความคิดเชิงธุรกิจ และขั้นตอนที่ ๔ คือ กระบวนการตัดเย็บที่มีความประณีต สวยงาม ทนทาน มีแบบให้เลือกอย่างหลากหลาย เป็น วิธีหนึ่งที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกได้อีกทางหนึ่งเช่นกัน ส่วนด้านราคาก็ควรกำหนดราคา มาตรฐานเดียวกันทั่วจังหวัด

รัมภา ศิริวงศ์ (๒๕๔๔: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมอาหารล้านนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมอาหารล้านนา โดยศึกษาบ้านลำปางหลวง หมู่ที่ ๑ ตำบลลำปางหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

ชุมชนบ้านลำปางหลวงยังมีการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมอาหารล้านนาโดยคนในชุมชนยังมีความสัมพันธ์กันระหว่างระบบความเชื่อดั้งเดิมและความเชื่อใหม่ โดยมีครอบครัวและชุมชนทำหน้าที่ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารล้านนาและการสืบทอดด้านพิธีกรรม คนในชุมชนมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารล้านนา เป็นการสร้างความรู้สึกที่มีคุณค่าและมีความสุขในการดำเนินชีวิตอยู่ร่วมกันในชุมชน จึงเห็นได้ว่าการประกอบอาหารและการบริโภคอาหารล้านนาเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยส่งผลให้วัฒนธรรมอาหารล้านนาสามารถดำรงอยู่ได้ในชุมชน

ปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมอาหารล้านนาได้แก่ การถ่ายทอดวัฒนธรรมและสืบทอดด้านพฤติกรรม การเห็นประโยชน์และเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมอาหารล้านนา การท่องเที่ยว การสื่อสารและการคมนาคม โดยมีเงื่อนไขซึ่งเป็นตัวกำหนดให้เกิดสถานการณ์ ประกอบด้วย การดำเนินชีวิตของคนในชุมชน สภาพแวดล้อมในการประกอบอาหาร การส่งเสริมด้านวัฒนธรรมการบริโภคอาหารล้านนาจากภาครัฐและเอกชน

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ม.ป.ป. : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าบาติก และจักสานเตยปาหนันของจังหวัดกระบี่ การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์ ๒ ประการ คือ เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกของจังหวัดกระบี่ ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สามารถเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้แก่ประชาชนของจังหวัด และเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าบาติกและจักสานเตยปาหนัน โดยคำนึงถึงกลยุทธ์ด้านการตลาดควบคู่ไปกับความเป็นไปได้ในการผลิต การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ประกอบไปด้วย ผู้จำหน่ายสินค้าที่ระลึกจำนวน ๘ ราย นักท่องเที่ยวจำนวน ๔๗ ราย และมีคฤหัสถ์จำนวน ๑๖ ราย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้จำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง ๔๑ - ๕๐ ปี ประกอบกิจการมานาน ๔ - ๖ ปี มากที่สุด โดยเป็นเจ้าของธุรกิจเองแต่เพียงผู้เดียว ในร้านมีผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกจำหน่ายระหว่าง ๔- ๑๐ ประเภท เช่น เสื้อผ้า ผ้าเช็ดหน้า ผ้าขี้ริ้ว และผ้าพันคอ มีผลิตภัณฑ์จักสานเตยปาหนันมีจำหน่ายระหว่าง ๔ - ๑๐ ประเภท เช่น หมอน ซองแว่นตา กระดาษทิชชู และกระเป๋า และผู้ที่เข้ามาซื้อของในร้านมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกคือ ราคาขาย ขนาดของผลิตภัณฑ์ สีสนสะดุดตา และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานเตยปาหนันคือ ราคาขาย ขนาดของผลิตภัณฑ์ สีสนสะดุดตา และประโยชน์ใช้สอย เป็นต้น นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ๓๑-๔๐ ปี มากที่สุด ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ / ลูกจ้าง / พนักงานรัฐ มีรายได้รวมอยู่ระหว่าง ๑๐,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท มากที่สุด ใช้จ่ายในกิจกรรมต่างๆ

น้อยกว่าร้อยละ ๒๖ ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด และผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่นักท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ผ้าฝ้าย / ผ้าซิ่น / ผ้าเช็ดหน้า เครื่องแต่งกาย และกรอบรูป มีเหตุผลในการเลือกซื้อคือ สีสดใสดูดีตา ขนาดของผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ใช้สอย ส่วนผลิตภัณฑ์จักสานเตยปาหนันที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ กระเป๋า อุปกรณ์ตกแต่งโต๊ะอาหาร และเครื่องประดับศีรษะ มีเหตุผลในการเลือกซื้อคือ สีสดใสดูดีตา ประโยชน์ใช้สอย และร้านจำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่า ๒๑ ปี มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน / นักศึกษาอยู่ มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย ฝรั่ง และประเทศอังกฤษ และประเทศฝรั่งเศส นักท่องเที่ยวรวบรวมข้อมูลจังหวัดกระบี่จากอินเทอร์เน็ต ผ่านพับโฆษณา และเพื่อนแนะนำ และส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อสินค้าท้องถิ่น หรือของที่ระลึก ที่ต้องมีคุณภาพดี ราคาไม่แพงเกินควร มีความแปลกใหม่ และมีเอกลักษณ์ ชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน และของตกแต่งบ้าน โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คือ ราคา การออกแบบ / สร้างสรรค์ ขนาด และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ในส่วนของผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกได้รับความนิยมคือ เครื่องแต่งกาย ม่าน กระเป๋าถือ และกรอบรูป ส่วนผลิตภัณฑ์จักสานเตยปาหนันที่ได้รับความนิยมคือ โคมไฟหิ้วเตย กระเป๋าถือ รองเท้า และเฟอร์นิเจอร์ มัคคุเทศก์ส่วนใหญ่ทำงานอาชีพนี้มาแล้ว ๒ – ๔ ปี มักเป็นมัคคุเทศก์อิสระ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชีย ซึ่งชาวจีนนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกมากที่สุด ส่วนประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อคือ สินค้าตกแต่ง สินค้าเครื่องแต่งกาย และสินค้าของใช้ต่างๆ

บทที่ ๓
ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การนำเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกมาใช้ในการตกแต่งของใช้ในครัวเรือนเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมด้วยชุมชน ๓ กลุ่ม โดยแบ่งตามลักษณะความโดดเด่นของจังหวัดปัตตานี เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ คือ เพื่อศึกษาเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี ศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนด้วยการนำเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกมาใช้ รายละเอียดผลการวิจัยมีดังนี้

๓.๑ การศึกษาเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี

คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลปราชญ์ชาวบ้านและครุภูมิปัญญาท้องถิ่นในหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดปัตตานี และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปัตตานี โดยได้รวบรวมข้อมูลของผู้ประกอบการผ้าบาติกทั้งหมดที่ได้จดทะเบียนเป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปัตตานี ดังตาราง

ตารางที่ ๑ แสดงข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ปี ๒๕๕๕ จังหวัดปัตตานี

ที่	ชื่อกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ	ที่ตั้ง				ชื่อผลิตภัณฑ์
		เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
๑	บาราโหมบาติก	๑๑๙	๒	บาราโหม	เมืองปัตตานี	ผ้าบาติก
๒	กลุ่มตานีบาติก	๑๘๑/ ๑๕๙	๑	รูสะมิแล	เมืองปัตตานี	เสื่อบูรุษ
๓	กลุ่มบาติกเดอนารา	๕๙/๑		จะบังติกอ	เมืองปัตตานี	ผ้าพันคอ
๔	ปาเต๊ะ@ปัตตานี	๑/๑		อาเนาะรู	เมืองปัตตานี	ผ้ากันเปื้อนปาเต๊ะ
๕	กลุ่มผ้าบาติก	๙๙/๖	๘	บ่อทอง	หนองจิก	ผ้าบาติก
๖	ทุ่งพลาบาติก	๑๐๖/๑	๕	ทุ่งพลา	โคกโพธิ์	กระเป๋ผ้าปาเต๊ะ
๗	ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าบาติก		๕	ควนโนรี	โคกโพธิ์	ปลอกหมอนบาติก
๘	กลุ่มรายาบาติก	๑๒๕/๑๑	๓	เขาตุม	ยะรัง	ผ้าซิ่น
๙	กลุ่มผ้าบาติกเมืองยอน	๖๗	๒	ลุโบะยิไร	มายอ	ผ้าบาติก
๑๐	กลุ่มบางเก่าบาติก	๙๕	๓	บางเก่า	สายบุรี	เสื่อบาติก
๑๑	กลุ่มสายบุรีบาติก	๑๔๗	๓	ปะเสยะวอ	สายบุรี	ผ้าบาติก

ซึ่งจากการสอบถามหน่วยงานดังกล่าว พบว่า ยังไม่มีการรวบรวมข้อมูลปราชญ์ชาวบ้านหรือครุภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี เนื่องจากการรวบรวมข้อมูลดังกล่าวต้องมาจากความต้องการของคนในชุมชนที่อาศัยการเรียนรู้มาก่อนเป็นอันดับแรก มีเพียงแต่ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมานานแล้วเท่านั้น จึงทำให้คณะผู้วิจัยจำเป็นต้องเลือกปราชญ์หรือผู้รู้ในชุมชนหรือจังหวัดใกล้เคียงคือ จังหวัดยะลา เนื่องจากจังหวัดปัตตานีเป็นเมืองเก่าซึ่งเคยเป็นอาณาจักรเดียวกันกับจังหวัดยะลาจึงมีเทคนิคและ

ลวดลายในการวาดผ้าบาติกที่ไม่แตกต่างกัน จากการศึกษาเทคนิคและลวดลายในการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี พบว่า จังหวัดปัตตานี เป็นจังหวัดแรกๆ ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีการผลิตผ้าบาติก จึงมีความหลากหลายในเรื่องของเทคนิคและลวดลายในการวาดผ้าบาติก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

๓.๑.๑ เทคนิคในการวาดผ้าบาติก

๓.๑.๑.๑ เทคนิคบาติกลายเขียน การทำผ้าบาติกลายเขียนหรือเขียนเทียนเป็นเทคนิคการทำผ้าบาติกแบบดั้งเดิมก่อนที่จะวิวัฒนาการมาเป็นบาติกลายพิมพ์เทียน ทำโดยการเขียนเทียนด้วยจันติ้งแล้วย้อมสี ด้วยวิธีย้อมลอกน้ำในอ่างย้อมสีภายหลัง เมื่อมีการผลิตสีสังเคราะห์ จึงได้ใช้วิธีเขียนเทียนแล้วจึงระบายสีด้วยแปรงซึ่งเรียกว่าเทคนิคระบายสี

(๑) บาติกลายเขียนเทคนิคย้อมสี เป็นการทำผ้าบาติกที่ใช้เทคนิคการเขียนเทียนเพื่อกันสีหรือปิดส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสี และเพื่อสร้างรูปแบบลวดลาย หลังจากนั้นนำผ้าไปย้อมสีบาติกโดยการย้อม สามารถทำให้หลากสีได้ โดยเริ่มต้นจากการย้อมสีอ่อนเมื่อแช่ผ้าที่ย้อมไว้ตามกำหนดเวลาจะนำผ้าไปซักเพื่อนำกากสีที่ย้อมออก และหากต้องการให้ผ้าบาติกที่ย้อมมีหลายสีสามารถทำได้โดยนำผ้าที่ย้อมครั้งแรกที่ตากไว้จนแห้งสนิทมาเขียนลวดลายเส้นเทียนปิดทับลงไปอีกครั้งเมื่อเขียนเทียนเสร็จ นำไปย้อมสีเป็นครั้งที่ ๒ และใช้เทคนิคเดียวกันในการย้อมสีครั้งต่อไป จนได้สีตามต้องการ

(๒) บาติกลายเขียนเทคนิคระบายสี การทำบาติกแบบระบายเป็นการพัฒนาบาติกจากงานหัตถอุตสาหกรรม เป็นงานเชิงจิตรกรรมโดยจะเปลี่ยนจากการย้อมสีเป็นการระบายด้วยพู่กันโดยใช้เทคนิคการเขียนเทียน โดยทั่วไปนิยมการเขียนเทียนด้วยปากกาเขียนเทียน (Tjanting) มากกว่าการเขียนเทียนเพื่อเป็นการสร้างลวดลายและใช้เป็นตัวกันสี หรือปิดสีเก็บสีในส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสีซ้ำอีก ลักษณะงานบาติกแบบระบายมักจะเป็นงานที่มีเอกลักษณ์รูปแบบ ไม่ซ้ำซ้อน ให้คุณค่าทางศิลปะสูงและมีการพัฒนารูปแบบและเทคนิคอย่างต่อเนื่อง

(๓) บาติกหลายชั้นหรือบาติกซ้อนสี เป็นบาติกที่พัฒนามาจากบาติกพื้นฐาน ที่เขียนเทียนบนผ้าสีขาว ระบายสี กันสีตก และดัมชักล่างซึ่งเรียกว่าบาติกชั้นเดียว สำหรับภาพประดับผนังหรือจิตรกรรมเทคนิคบาติกนั้นเป็นบาติกที่แสดงเทคนิคและการสร้างสรรค์ให้มีมิติ (Dimension) ระยะใกล้-ไกล ตื้นลึก ซึ่งต้องเขียนเทียนและระบายสีซ้อนทับหลายชั้นโดยการใช้เทียนเป็นตัวปิดเก็บสีเดิมที่ไม่ต้องการให้เปลี่ยนสีเมื่อมีการระบายสีทับ โดยหลังระบายสีชั้นที่ ซึ่งเป็นสีที่มีค่าอ่อนหรือสว่าง เช่น สีเหลือง สีฟ้า สีชมพู สีเหล่านี้เป็นสีที่มีค่าความเข้มน้อย เมื่อสีแห้งสนิทแล้ว จึงเขียนเทียนเป็นรูปร่าง ลวดลายทับลงไป แล้วระบายสีที่มีค่าเข้มขึ้น เช่น สีแดงหรือสีม่วงรอให้สีแห้งสนิทแล้วจึงระบายทับสีเดิมอีก ทำเช่นนี้จนกว่าจะได้งานตามที่ต้องการ

(๔) บาติกลายเขียนแนวใหม่

(๔.๑) บาติกลายหินแตก เป็นผ้าบาติกที่มีลวดลายเกิดจากรอยแตกของเทียนที่ใช้เขียนลายหรือวาดตลอดจนระบายเทียนบนพื้นขาว พื้นสีหรือบนลวดลายบางส่วน รอยแตกอาจเกิดโดยบังเอิญในขณะที่ย้อมสีหรือตั้งใจสร้างสรรค์รอยแตกในลวดลายอย่างจงใจของศิลปิน เพื่อให้ได้ชิ้นงานบาติกที่แปลก ถ้า

ใช้เนื้อผ้าบางเบาผ้าที่สำเร็จให้ความรู้สึกร่มนวล ถ้าเนื้อผ้าหนาเส้นใยไม่เรียบสม่ำเสมอจะทำให้ดูผ้ามีน้ำหนักซึ่งเหมาะสำหรับงานที่ไม่ต้องการความละเอียดมากนัก

(๔.๒) บาติกพื้นขาว หมายถึง ผ้าบาติกที่เขียนเทียนและระบายสีเฉพาะส่วนที่เป็นดอกหรือลวดลาย ส่วนที่ว่างอื่นๆ เป็นสีขาวหรือสีเดิมของเนื้อผ้า ในการทำผ้าบาติกบนพื้นสีขาวจึงต้องระมัดระวังความสะอาด การที่มีสีหยดลงไปบนพื้นสีขาวจะทำให้เป็นผ้าเสียได้

(๔.๓) บาติกบนผ้าพื้นสี เป็นลักษณะผ้าบาติกชนิดหนึ่งที่ใช้ผ้าสีมาทำเป็นผ้าบาติกโดยการเขียนเทียนแล้วนำไประบายหรือย้อมสี ลักษณะพิเศษสำหรับบาติกพื้นสีพอที่จะสังเกตได้คือ เส้นหรือรอยเทียนจะเป็นสีพื้นเดิม ซึ่งเป็นสีผ้าเดิม หรือผ้าที่เกิดจากการย้อมหรือการระบายสีทั้งผืน บาติกชนิดนี้จะไม่ปรากฏเส้นสีขาว

(๔.๔) บาติกเส้นสีทอง เป็นวิธีการใช้เส้นทองคำเส้นแทนเทียน วิธีนี้เป็นวิธีที่สะดวกรวดเร็วและมีขั้นตอนในการปฏิบัติงานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน โดยการใช้เส้นสีทองที่บรรจุในกรวยพลาสติกเขียนลวดลายลงบนผ้าแทนเทียน แล้วจึงนำสีย้อมระบายลงในพื้นที่ว่างนั้น ดังนั้นส่วนใดที่เขียนลวดลายด้วยเส้นสีทองจะไม่ติดสีย้อม และส่วนใดที่เว้นว่างไว้จะปรากฏสีจากการย้อมการแต้มสี หรือการระบายสีตามต้องการ ผลงานสำเร็จจะปรากฏเป็นผ้าที่มีสีสันสวยงามล้อมรอบด้วยเส้นสีทอง

(๔.๕) เทคนิคการบาติก เป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมความก้าวหน้าทางด้านงานบาติกที่เป็นเทคนิคแบบใหม่หรือเรียกอีกอย่างว่า “นวัตกรรมกาบาติก” เทคนิคนี้จะใช้กากันสีแทนเทียนเช่นเดียวกับบาติกเส้นสีทอง ซึ่งจะไม่มีการผ่านความร้อนใดๆ เลย เป็นการผสมผสานระหว่างเทคนิคดั้งเดิมและเทคนิคนวัตกรรมกาบาติก ทำให้ผลิตงานออกมาได้หลายรูปแบบและรวดเร็วตามความต้องการของตลาด

๓.๑.๑.๒ เทคนิคบาติกลายพิมพ์ บาติกลายพิมพ์เป็นลักษณะงานหัตถอุตสาหกรรมในครัวเรือนเพื่อให้ได้ผลผลิตเป็นจำนวนมากโดยใช้แม่พิมพ์ที่ทำจากไม้และทองแดง แม่พิมพ์อันหนึ่งๆ มีน้ำหนักระหว่าง ๑ – ๑.๕ กิโลกรัม การที่แม่พิมพ์มีน้ำหนักมากนับว่าเป็นผลดีต่อการพิมพ์ลายลงบนผ้า เพราะเพียงแต่วางแม่พิมพ์ลงบนผ้าเบาๆ ลวดลายก็จะติดบนผ้าโดยไม่ต้องกดน้ำหนักลงไป

(๑) บาติกลายพิมพ์เทคนิคย้อมสี ลักษณะบาติกลายพิมพ์ เป็นงานบาติกที่ต้องการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตจำนวนมากในระยะเวลาอันสั้น ลักษณะเทคนิคการทำงานคล้ายบาติกลายเขียนย้อมสี แต่จะใช้วิธีการพิมพ์เทียนให้เกิดลวดลายแทนการเขียนด้วยปากกาหรือกรวยลักษณะของแม่พิมพ์ที่ใช้จะทำด้วยโลหะประเภททองแดง ทองเหลือง สังกะสี ไม้ฉลุหรืออาจจะทำมาจากเชือก แม่พิมพ์ หรือ บล็อกพิมพ์ แม่พิมพ์ที่ทำจากโลหะเป็นแม่พิมพ์คุณภาพดี โดยเฉพาะทองแดง สามารถเก็บความร้อนและน้ำเทียนได้ดีที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดได้มากกว่า หลังจากตีพิมพ์เทียนเรียบร้อยแล้วจะนำผ้าไปย้อมสีตามต้องการ การย้อมจะใช้เทคนิคเดียวกันกับบาติกลายเขียนย้อมสี

(๒) บาติกลายพิมพ์เทคนิคระบายสี เป็นบาติกที่ใช้การพิมพ์เทียนเพื่อสร้างลวดลายส่วนใหญ่พบในระบบอุตสาหกรรมหรือโรงงานที่ต้องการปริมาณการผลิตจำนวนมากๆ เมื่อพิมพ์เทียนด้วยแม่พิมพ์แล้วจะทำการระบายสีเพื่อให้เกิดรูปแบบสีสันที่สวยงามหลากหลายสีกว่าการพิมพ์ย้อมสี

๓.๑.๑.๓ บาติกเทคนิคผสม

เป็นการทำผ้าบาติกมากกว่า ๑ เทคนิค ซึ่งอาจเป็นการระบายสีและย้อมสี หรือทั้งพิมพ์ และเขียนลวดลายซึ่งจะทำให้ได้ผลงานอีกรูปแบบหนึ่ง

ภาพเทคนิคต่างๆ ที่ใช้ในการวาดผ้าบาติก



ภาพที่ ๑ บาติกลายเขียนพื้นขาว



ภาพที่ ๒ บาติกเส้นสีทอง



ภาพที่ ๓ เทคนิคการระบายสี



ภาพที่ ๔ บาติกลายเขียนระบายสี



ภาพที่ ๕ เทคนิคการใช้กาวยแทนเทียน



ภาพที่ ๖ บาติกลายเขียนพื้นขาว



ภาพที่ ๗ เทคนิคการพิมพ์เทียน



ภาพที่ ๘ บาติกเทคนิคการพิมพ์เทียน

๓.๑.๒ ลวดลายในการวาดผ้าบาติก ลวดลายมีความสำคัญในการทำผ้าบาติก ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการทำผ้าบาติกที่จะทำให้ชิ้นงานน่าสนใจ เป็นเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ให้บาติกมีความแปลกตา มีความงดงามและสร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ใช้สอย คณะผู้วิจัยได้รวบรวมลวดลายในการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี ปรากฏรายละเอียดดังนี้

๓.๑.๒.๑ ลวดลายจากเส้นเรขาคณิต เป็นลวดลายที่นำเอาเส้น เช่น เส้นตรง เส้นคด เส้นโค้งมาจัดให้ต่อเนื่องกันหรือประกอบกันเป็นรูปร่างและรูปทรง เช่น รูปกลม รูปเหลี่ยม รูปทรงกระบอก รูปกรวย มาจัดให้ด้านชนกับด้าน ด้านชนกับมุม มุมชนกันซ้อนกัน บังกัน หรือคาบเกี่ยว โดยใช้รูปทรงล้วนๆ หรือใช้จุด เส้น เป็นส่วนตกแต่งรายละเอียดอย่างมีจังหวะและต่อเนื่อง ซึ่งสื่อและแสดงความงามด้วยสี รูปทรงเรขาคณิตเป็นลักษณะของลวดลายบาติกสมัยใหม่

๓.๑.๑.๒ ลวดลายจากธรรมชาติ เป็นลักษณะลายที่ดัดทอนดัดแปลงรูปแบบธรรมชาติ นำมาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์งานออกแบบโดยนำเอาความงามในธรรมชาติให้มีลักษณะเรียบง่ายโดยอาจเพิ่มบางส่วนเข้าไปเพื่อให้ได้รูปทรงที่แปลกตา

(๑) พืชพรรณพฤกษา เป็นการนำเอาลักษณะรูปทรงของใบ กิ่ง ก้าน เถา ผล ราก ดอก ลวดลาย สี และลักษณะเฉพาะของพืชแต่ละประเภทที่มีอยู่ในท้องถิ่น รวมทั้งสภาพแวดล้อมของพรรณพืชเหล่านั้น เช่น ลายดอกชบา ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดปัตตานี ดอกกุหลาบ ดอกพุทธรักษา ใบกล้วย ใบมะพร้าว เป็นต้น

(๒) สัตว์ เป็นการนำเอารูปทรงของแมลง สัตว์ปีก สัตว์ ๔ เท้า สัตว์น้ำ ซึ่งต้องสังเกตรูปทรง สี และลักษณะท่าทางของรูปสัตว์แต่ละประเภท ตลอดจนสภาพแวดล้อม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสัตว์ทะเล และสิ่งแวดล้อมในทะเล เนื่องจากปัตตานีเป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับทะเล เช่น กุ้ง ปลา ปู นก นกยูง ฝิเลื้อ เป็นต้น

(๓) สภาพแวดล้อมในธรรมชาติ ประกอบด้วยลายป่าไม้ ภูเขา ทะเล เกาะแก่งต่างๆ ดวงอาทิตย์ ดวงจันทร์ สี และแสง ในระยะเวลาที่แตกต่าง ภาพสวนยาง เป็นต้น

๓.๑.๒.๓ ลวดลายจากสิ่งของเครื่องใช้หรือรูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้น ความเชื่อ ประเพณี และศาสนา กิจกรรมการเล่นต่างๆ เช่น ลายกริชโบราณ ลายไทย ลายเครือเถา ภาพวาดบนผนัง การเลี้ยงนกเขา การเล่นหมากขุม การเล่นว่าว สิ่งก่อสร้าง เช่น ลวดลายตกแต่งของบ้าน วังโบราณ มัสยิด เรือกอและ เป็นต้น

๓.๑.๒.๔ ลวดลายจากการสร้างพื้นผิว เป็นการสร้างลวดลายโดยใช้เทคนิคสมัยใหม่ ทำให้เกิดลวดลายที่มีความแตกต่าง

(๑) การใช้เกลือหรือน้ำตาล เป็นการออกแบบลวดลายบนพื้นผิวผ้าด้วยเกลือ ซึ่งมีคุณสมบัติละลาย และดูดสี ดังนั้นการออกแบบลวดลายบนผ้าโดยใช้เทคนิคเกลือหรือวัสดุตกผลึกนั้น ต้องทำในวันที่อากาศแจ่มใสไม่มีความชื้นหรือฝนตกเพราะเกลือจะละลายปนกับสีแทนที่จะดูดสี เกลือที่นำมาใช้ดูดสีมี ๓ ชนิด คือ เกลือผง เป็นเม็ดละเอียดแห้ง ชนิดที่ ๒ เป็นเกลือปนในครีว ชนิดที่ ๓ เป็นเกลือเม็ด ลวดลายจากเกลือเม็ดใหญ่จะชัดกว่าเกลือเม็ดเล็ก

(๒) การใช้น้ำและแอลกอฮอล์ ของเหลวบางชนิด เช่น แอลกอฮอล์ แอมโมเนีย และน้ำ มีคุณสมบัติซึมซับและละลายสีทำให้เกิดคราบสีขึ้นบนขอบ ซึ่งสามารถนำมาควบคุมสร้างเป็นลวดลายขึ้นบนผ้าได้

ภาพลวดลายต่างๆ ในการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี



ภาพที่ ๙ ลวดลายจากวงโบราณและมัสยิด



ภาพที่ ๑๐ ลวดลายใบไม้



ภาพที่ ๑๑ ลวดลายสัตว์ทะเล



ภาพที่ ๑๒ ลวดลายเรือกอลและแลกริช



ภาพที่ ๑๓ ลวดลายดอกไม้



ภาพที่ ๑๔ ลวดลายเรือกอลและ

๓.๑.๓ เรื่องราวบนลวดลาย ลวดลายไม่ใช่แค่มีความสวยงาม แต่ลวดลายยังสามารถบอกถึงเนื้อหา เรื่องราว ความเจริญ ความทนทุกข์ ในแต่ละยุคแต่ละสมัยโดยผ่านสัญลักษณ์ที่แฝงในลวดลาย หากเรากล่าวว่า ภาพถ่าย คือ ส่วนหนึ่งที่ช่วยบันทึกประวัติศาสตร์ ลวดลายก็ทำหน้าที่บันทึกประวัติศาสตร์เช่นเดียวกัน เพียงแต่ต่างกันตรงที่อุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสารและบันทึกข้อมูลเท่านั้น

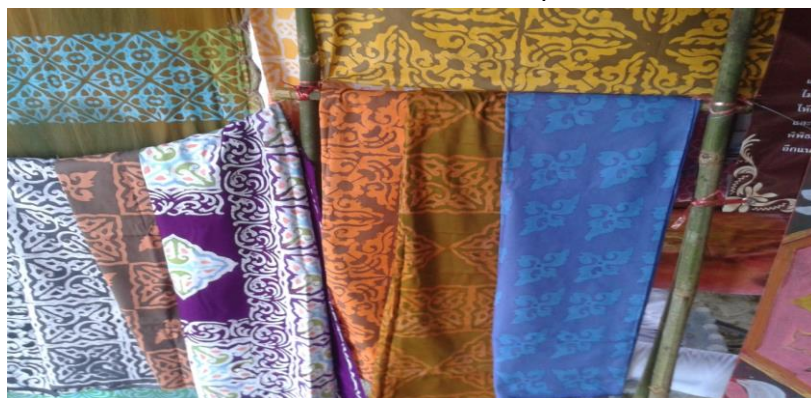
๓.๑.๓.๑ เทคนิคบาติกลายพิมพ์ลวดลายวังระแงะ



ภาพที่ ๑๕ บาติกลายพิมพ์ลวดลายวังระแงะ

วังระแงะ ถือเป็นวังที่สร้างโดยใช้ผังโบราณ เป็นเรือนขนาดใหญ่ ๒ ชั้น คล้ายเรือน ๔ หลัง ติดต่อกัน มีลวดลายตกแต่งโดยรอบทั้งภายในและภายนอกวัง เช่น ลายอักษรอาหรับ ลายพรรณพฤกษา เรขาคณิต เป็นต้น ประดับอยู่บนวังหลายจุด เช่น ช่องลม ลูกกรง เเชิงชาย ปัจจุบันวังได้รับความเสียหายผู้พังไปมากกับกาลเวลา ทำให้สถาปัตยกรรมต่างๆ บนวังได้รับความเสียหายอย่างหนัก โดยเฉพาะลวดลายที่สวยงามอันทรงคุณค่าที่ประดับบนวังถูกโจรกรรมไปขาย ณ ต่างแดน แต่ก็ได้มีการติดตามซื้อกลับมาเก็บรักษาไว้ได้บางส่วน โดยนำไปติดตั้งใหม่บนวังให้คงเดิม จนได้รับความสนใจจากผู้คนมาลอกเลียนแบบลวดลายต่อไปเพื่อไปตกแต่งอาคารของตัวเองเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันได้มีการนำลวดลายอันทรงคุณค่าบนวังมาลงบนผืนผ้า เพื่อผูกเรื่องราวให้ผู้คนได้ให้ความสนใจ เป็นการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่กับท้องถิ่นต่อไป

๓.๑.๓.๒ เทคนิคบาติกลายพิมพ์ลวดลายลังกาสุกะ



ภาพที่ ๑๖ บาติกลายพิมพ์ลวดลายลังกาสุกะ

ลังกาสุกะเป็นอาณาจักรที่เก่าแก่และเจริญรุ่งเรืองที่สุด ก่อตั้งมาตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ ๑ หรือต้นคริสต์ศตวรรษที่ ๒ ลังกาสูกะมีความหมายว่า เป็นบ้านเมืองที่มีแต่ความสุขความรื่นรมย์ ในคริสต์ศตวรรษที่ ๑๑ พระเจ้าราเชนทร์ โจพะที่ ๑ จากอินเดียตอนใต้ ได้ทำสงครามรุกรานดินแดนต่างๆ บนคาบสมุทรมลายูรวมทั้งอาณาจักรลังกาสุกะ หลังจากคริสต์ศตวรรษที่ ๑๑ เรื่องราวของอาณาจักรลังกาสุกะได้หายไปจากเอกสารทางประวัติศาสตร์อย่างไม่มีหลักฐานแน่นอน ทราบแค่เพียงว่าเคยรุ่งเรืองมาก เป็นเมืองท่าที่มีชื่อเสียง แต่ประมาณพุทธศักราช ๒๐๒๓ ชื่อของปัตตานีค่อยๆ ปรากฏในประวัติศาสตร์ขึ้นมาแทนที่ ถึงแม้ว่าอาณาจักรลังกาสุกะจะหายไปจากเอกสารทางประวัติศาสตร์ไป แต่งานภูมิปัญญาและศิลปะของลังกาสุกะในอดีตก็ยังคงปรากฏอยู่ตามสถานที่ต่างๆ มาจนถึงทุกวันนี้ เฉากเช่นดอกกลายลังกาสุกะ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน และได้ใช้สืบเนื่องกันมาเป็นเวลาที่ยาวนาน ดังที่ปรากฏให้เห็นตามสถานที่ต่างๆ เช่น บนหลักหลุมฝังศพ มัสยิดไม้โบราณ เช่น มัสยิดเออาร์ ตลาดนัดตันหยง จังหวัดปัตตานี และมัสยิดตะโลมะนาเาะ เป็นต้น บนแท่นรองคัมภีร์อัลกุรอาน แท่นบรรยายธรรม กระต่ายชุดมะพร้าว กริช และอื่นๆ อีกมากมาย ปัจจุบันมีการนำลวดลายลังกาสุกะมาแกะสลักบนอาคารบ้านเรือนและมาพิมพ์ลงบนผืนผ้า เพื่อผูกเรื่องราววัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีคุณค่าให้ผู้คนได้อนุรักษ์สืบไป

๓.๑.๓.๓ เทคนิคบาติกกลายพิมพ์ลวดลายมัสยิดตะโลมะนาเาะ



ภาพที่ ๑๗ เทคนิคบาติกกลายพิมพ์ลวดลายมัสยิดตะโลมะนาเาะ

มัสยิดตะโลมะนาเาะ หรือ มัสยิดวาติลลฮูเซ็น ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาบูโด ตำบลลูโบะสาวอ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส นับเป็นมัสยิดที่มีอายุเก่าแก่มากแห่งหนึ่งของประเทศ ประมาณเกือบ ๔๐๐ ปี สร้างด้วยไม้ตะเคียนทั้งหลัง อาคารจะใช้สลักไม้ยึดแทนตะปูหรือสกรูเหล็ก เป็นมัสยิดในสมัยของอิสลามระยะต้นๆ ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีลักษณะที่คล้ายกัน ที่บ่งบอกถึงรูปแบบสถาปัตยกรรม วัฒนธรรมที่มาจากสถานที่เดียวกัน ลวดลายที่ประดับประดาบนอาคารมัสยิดตะโลมะนาเาะแห่งนี้ ประกอบไปด้วย

ลวดลายพรรณพฤกษา ลวดลายเรขาคณิต ลวดลายของชาวมลายูดั้งเดิม คือ ลวดลายลังกาสุกะ ปัจจุบันได้มีการนำลวดลายอันทรงคุณค่านี้มาลงบนผืนผ้า เพื่อให้ผู้คนได้เล็งเห็นถึงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของชุมชนตนเองต่อไป

๓.๑.๓.๔ เทคนิคบาติกลายเขียนลวดลายเรือกอลและ



ภาพที่ ๑๘ เทคนิคบาติกลายเขียนลวดลายเรือกอลและ

เนื่องจากภูมิประเทศทางภาคใต้ของไทย มีพื้นที่ส่วนใหญ่ติดกับชายฝั่งทะเล ชาวบ้านจึงมักประกอบอาชีพทำการประมงชายฝั่ง อีกทั้งพาหนะในการเดินทาง วิถีชีวิต และเรื่องราวของคนชายฝั่งทะเลนั้นจะต้องมีความเกี่ยวพันกับเรืออย่างหลีกเลี่ยงมิได้ สำหรับคนภาคใต้ตามชายฝั่งทะเลส่วนใหญ่แล้ว เรือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการทำประมง โดยเฉพาะบริเวณชายฝั่งทะเลของจังหวัดชายแดนภาคใต้นั้น มีเรืออยู่ประเภทหนึ่ง ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น นั่นก็คือ เรือกอลและ เรือกอลและเดิมเป็นเรือที่ชาวพื้นเมืองปัตตานีใช้เป็นพาหนะในการเดินทางและทำการประมง ยามว่างจากการประกอบอาชีพในยามคลื่นลมสงบ และเวลามีนักชกตฤกษ์ของท้องถิ่นชาวเมืองปัตตานี จะนำเรือกอลและเข้ามาใช้ประโยชน์ในการพักผ่อนหย่อนใจ โดยนำมาจัดแข่งขันพายเรือ เพื่อชิงความเป็นหนึ่งในด้านความเร็ว

สมัยก่อนที่จังหวัดปัตตานีมีการแข่งขันเรือกอลและในวันฮารีรายอและวันรายอฮัจยีเป็นประจำทุกปี ต่อมาความนิยมในการต่อเรือกอลและขยายไปเกือบทุกจังหวัดที่อยู่ใกล้ทะเลนับตั้งแต่ชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกของอ่าวไทย บริเวณอำเภอหัวไทร เขตจังหวัดนครศรีธรรมราชเรื่อยลงมายังอำเภอเทพาจังหวัดสงขลา และอำเภอเมือง อำเภอยะหริ่ง อำเภอปะนาเระ อำเภอสายบุรี ของจังหวัดปัตตานี ตลอดจนอีกหลายอำเภอในจังหวัดนราธิวาส เรือกอลและเป็นเรือประมงที่ใช้ในแถบจังหวัดภาคใต้ตอนล่างมีลักษณะเป็นเรือยาวที่ต่อด้วยไม้กระดานโดยทำให้ส่วนหัวและท้ายสูงขึ้นจากลำเรือให้ดูสวยงาม นิยมทาสีแล้วเขียนลวดลายด้วยสีฉูดฉาดเป็นลายไทยหรือลายอินโดนีเซีย ซึ่งนำมาประยุกต์ให้เหมาะกับลำเรือ เรือกอลและมี ๒ แบบคือ แบบหัวสั้นและแบบหัวยาว

๓.๒ แนวทางการประยุกต์ใช้เทคนิคและลดสายการवादผ้าบาติกต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

๓.๒.๑ การสำรวจพื้นที่เป้าหมายเพื่อคัดเลือกธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจและคัดเลือกเพื่อค้นหาธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพและมีลดสายที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะท้องถิ่น มีความสามารถในการดำเนินงานต่อยอดในการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ด้วยการคัดเลือกพื้นที่ซึ่งแบ่งตามลักษณะภูมิศาสตร์ของจังหวัดปัตตานี ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ภูเขา ทะเล และย่านเมือง ปรากฏรายละเอียดดังนี้

๓.๒.๑.๑ ตำบลบาราโหม อำเภอเมือง

(๑) ข้อมูลพื้นฐานของตำบลบาราโหม อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี

ประวัติความเป็นมาตำบลบาราโหม ตำบลบาราโหม มาจากคำว่า บัรโหมหรืออัลบัรโหม ซึ่งแปลว่า "ผู้ที่กลับไปหาอัลลอฮ์" หรือ"ผู้ลี้ภัยไปแล้ว" เป็นที่ตั้ง สุสานหลวง ซึ่งมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์และปัจจุบันคือ สุสานพญาอินทรี และมัสยิดปราชญ์ที่มีผลงานด้านการเขียนวิชาการอิสลามหลายแขนงได้รับการยอมรับ ว่าเป็นไข่มุกทางวิชาการแห่งนุซันตารา (หมู่เกาะมาลายูและโลกอิสลาม) ตำราของท่านยังคงใช้อยู่ในปัจจุบัน

สภาพภูมิประเทศ ตำบลบาราโหม เป็นตำบลหนึ่งใน ๑๓ ตำบลของอำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอเมือง ประมาณ ๘ กิโลเมตร ตั้งอยู่บริเวณติดแนวทะเลและพื้นที่ราบมีที่นาโดยรอบ มีพื้นที่ทั้งหมด ๕ ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองเป็น ๓ หมู่บ้าน มีประชากรประมาณ ๒,๘๖๐ คน นับถือศาสนาอิสลาม ประมาณ ๙๒ % และนับถือศาสนาพุทธ ๘%

สภาพภูมิอากาศ โดยทั่วไปสภาพอากาศอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ มีสภาพอากาศแบบเขตร้อนชื้นเมืองร้อน มีฤดูกาล ๒ ฤดู คือ ฤดูร้อน และฤดูฝน

จำนวนประชากรของตำบล มีประชากรในเขต อบต. ๒,๘๖๐ คน และจำนวนหลังคาเรือน ๕๒๐ หลังคาเรือน

ข้อมูลอาชีพของตำบล ประชาชนประกอบอาชีพหลัก คือ ประมงชายฝั่ง และมีอาชีพเสริมคือ รับจ้าง เกษตรกรรม

ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในเขตอำเภอเมืองปัตตานี คือ กลุ่มบาราโหมบาติก ตั้งอยู่ที่ ๑๑๙ หมู่ ๒ ตำบลบาราโหม อำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี

(๒) กลุ่มบาราโหมบาติก จัดตั้งเมื่อ ปี พ.ศ. ๒๕๔๗ เป็นกลุ่มบาติกระดับห้าดาวของจังหวัดปัตตานี มีคุณไมตรี หะยียามา ประธานกลุ่ม เป็นผู้ก่อตั้ง กลุ่มบาราโหมบาติก ผลิตผ้าบาติกจากลดสายที่ปราณีตและไม่ซ้ำแบบผ้าบาติกจากแหล่งผลิตอื่นๆ เพราะได้นำลดสายต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น เช่น ลายเรือกอลและ กริชลายไทย ลายทองทะเลภาคใต้ เป็นต้น นำมาประยุกต์เขียนลดสายบนผ้าบาติก กลุ่มบาราโหมบาติกจะผลิตสินค้าที่ให้สีสันตามความต้องการของตลาดและลูกค้า หรือตามความนิยมในพื้นที่ กลุ่มฯ ค่อนข้างมีความชำนาญในการเขียนบาติกลายเส้นทอง ซึ่งเป็นผ้าที่ลูกค้าชอบมาก เพราะดูหรูหรา สวยงาม มีราคา ซึ่งการเขียนลายเส้นทอง สามารถเขียนได้ทั้งผ้าไหมแท้ และผ้าฝ้าย การเขียนบาติกบนผ้าไหมและผ้าฝ้าย

ซึ่งโดยเฉพาะผ้าปูยี่นั้น ทำค่อนข้างยากเพราะสีจะเลอะจำเป็นจะต้องใช้เทคนิคและความปราณีตจึงจะทำได้ดี แต่เนื่องจากกลุ่มฯ ยังขาดนักออกแบบผู้เชี่ยวชาญในการลงเส้นลายทอง ที่ต้องใช้ทักษะเฉพาะตัวบุคคล ทำให้บางครั้งไม่สามารถผลิตสินค้าได้ทันตามความต้องการ นอกจากนี้ด้วยทักษะเฉพาะเกี่ยวกับลวดลาย และ พนักงานผู้ออกแบบลวดลายที่มีจำกัด จึงมักเกิดปัญหาความล่าช้า หากลูกค้าสั่งสินค้าเป็นจำนวนมาก ทางกลุ่ม จึงต้องมีการดัดแปลงเพื่อให้สมาชิกสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้น

๓.๑.๑.๒ ตำบลปะเสยะว อำเภอสายบุรี

(๑) ข้อมูลพื้นฐานของตำบลปะเสยะว อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี

ประวัติความเป็นมาตำบลปะเสยะว จัดตั้งมาตั้งแต่สมัยใดไม่ทราบแน่ชัด แต่ตั้งมาหลายชั่วอายุคนแล้ว สาเหตุที่มาของชื่อตำบลนั้น มาจากคำว่า "ปะเสปลาขอ" เป็นคำมลายูแปลว่า ทราชนกัน กล่าวคือ ที่หมู่บ้านปะเสยะว (หมู่ที่ ๓) เป็นจุดที่แม่น้ำสายบุรี และคลองทุ่งเค็จไหลมาชนกัน ทำให้เกิดเป็นสันทรายที่แม่น้ำทั้งสองพัดมา ทำให้เกิดทราชนกัน เรียกว่า "ปะเสปลาขอ" ซึ่งต่อมาคำดังกล่าวก็เพี้ยนเป็น "ปะเสยะว" ไปในที่สุด

สภาพทั่วไปของตำบลตำบลปะเสยะว มีพื้นที่ทั้งหมด ๑๖.๘๔ ตารางกิโลเมตรหรือจำนวน ๖,๘๒๑ ไร่ พื้นที่ติดชายฝั่งทะเลด้านอ่าวไทย เป็นที่ลุ่มมีแม่น้ำสายบุรีไหลผ่าน

สภาพภูมิประเทศและจำนวนประชากร สภาพพื้นที่โดยทั่วไป เป็นที่ราบสูง ติดชายฝั่งทะเล สลับกับที่ราบลุ่มติดฝั่งทะเลอ่าวไทย มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น ๖, ๙๙๗ คน แยกเป็นชาย ๓,๔๙๘ คน หญิง ๓,๔๙๙ คน

การประกอบอาชีพ ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลัก คือ ประมงชายฝั่ง ทำสวนมะพร้าว ทำนา ทำน้ำบูดู อาชีพเสริม ได้แก่ เลี้ยงปลากระพง ปลาทับทิม ทำเรือกอลและจำลอง

ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในเขตอำเภอสายบุรี คือ กลุ่มสายบุรีบาติก มีที่ทำการตั้งอยู่ที่ ๑๔๗ หมู่ ๓ บ้านปะเสยะว ตำบลปะเสยะว อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี มีจำนวนสมาชิก ๑๕ คน มีประธานกลุ่มคือ นายอัมมัน อับดุลมาเยะ

(๒) กลุ่มสายบุรีบาติก

กลุ่มสายบุรีบาติก ตำบลปะเสยะว อ.สายบุรี จังหวัดปัตตานี ก่อตั้งขึ้นในปี ๒๕๔๑ โดยคุณอัมมัน อับดุลมาเยะ อดีตครูสอนศิลปะ ที่มีความคิดที่แตกต่างกันในเรื่องเทคนิคและลวดลายการทำผ้า บาติก กล่าวว่า สายบุรีจะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในเรื่องของปลา ทะเล ลายกราฟฟิก โดยทางกลุ่มจะใช้เทคนิคในการสร้างสรรค์ชิ้นงานนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น การสกรีน การใช้ Back light และการใช้ฟองน้ำในการทาสี เป็นต้น ซึ่งการใช้เทคนิคดังกล่าวสามารถให้การทาสีแต่ละครั้งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่เนื่องจากกระบวนการออกแบบชิ้นงาน จำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งบางครั้งการรับออเดอร์จากลูกค้าเป็นจำนวนมาก ทำให้สมาชิกไม่สามารถผลิตงานได้ เพราะมีงานประจำที่ต้องทำ จึงทำให้เกิดความล่าช้า นอกจากนี้ด้วยทักษะเฉพาะเกี่ยวกับลวดลายและรูปแบบที่แต่ละคนมีความสามารถที่ต่างกัน ทำให้สมาชิกคนอื่นๆ ที่ไม่มีความถนัดในลายที่เป็นทักษะเฉพาะนั้น ไม่สามารถช่วยในการออกแบบได้ จึงเกิด

ความล่าช้าหากลูกค้าสั่งเป็นจำนวนมาก ดังนั้นทางกลุ่มจึงต้องพยายามสอนสมาชิกให้ออกแบบ ดัดแปลง ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ

๓.๒.๑.๓ ตำบลเขาตูม อำเภอยะรัง

(๑) ข้อมูลพื้นฐานของตำบลเขาตูม อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี

ประวัติความเป็นมา มาจากภาษามลายูพื้นเมือง คือ “บูเก๊ะตง” คำว่า “บูเก๊ะ” แปลว่า ภูเขา “ตง” แปลว่า หีบหรือกล่อง ปัจจุบันภูเขาตูมอยู่ในเขตหมู่ที่ ๗ ตำบลเขาตูม และหมู่ที่ ๕ ตำบลเกาะมาวี มีตำนานเล่าว่า บณบูเก๊ะตง มีธำมณีในมือหีบสมบัติของนางไม้ เช่น เครื่องประดับ จาน ชาม ผู้ใดจะใช้สามารถไปยืมเอามาใช้ได้ เมื่อใช้เสร็จต้องนำไปเก็บคืนไว้ที่เดิม นานไปสมบัติเหล่านี้ได้หายสาบสูญ ชาวบ้านจึงเรียกภูเขาภูนี้ว่า “บูเก๊ะตง หรือ “ภูเขาตง” ต่อมาได้เพี้ยนเป็น “เขาตูม” จนถึงปัจจุบัน

สภาพทั่วไปของตำบล พื้นที่ตำบลเขาตูม มีประมาณ ๘๙.๔๓ ตร.กม. อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอยะรัง ๑๒ กิโลเมตร ห่างจากจังหวัดปัตตานี ประมาณ ๓๗ กิโลเมตร อยู่ใกล้กับเทศบาลนครยะลา เพียง ๑ กิโลเมตร มีภูเขาล้อมรอบตรงกลางจะเป็นที่ราบลุ่ม

สภาพภูมิประเทศ สภาพบริเวณทั่วไปจะเป็นป่าแต่ปัจจุบันบริเวณที่เป็นป่าถูกเปลี่ยนเป็นค่ายทหาร ส่วนแม่น้ำ ภูเขา และห้วย หนอง ยังคงมีอยู่ แต่สภาพอาจเปลี่ยนไปจากเดิมบ้างแล้ว โดยเฉพาะหนองน้ำได้อยู่ในเขตชลประทาน

จำนวนประชากรของตำบล จำนวนประชากรทั้งสิ้น ๑๔, ๑๗๓ คน แยกเป็นชาย ๗,๐๐๖ คน หญิง ๗,๑๖๗ คน

ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในเขตอำเภอยะรัง คือ กลุ่มรายาบาติก มีที่ทำการตั้งอยู่ที่ ๗๕/๒ หมู่ ๔ บ้านบาโงยะหา ตำบลเขาตูม อำเภอ ยะรัง จังหวัดปัตตานี มีสมาชิก ๓๐ คน ประธานกลุ่มคือ นางอาณี ชูเมือง

(๒) กลุ่มรายาบาติก เป็นกลุ่มที่มี คุณอาณี ชูเมือง ประธานกลุ่ม ร่วมกับสมาชิกจำนวน ๓๐ คน ที่มีอุดมการณ์การสร้างสรรค์งานฝีมือด้วยงานศิลปะโดยการใช้เทคนิคลวดลายการออกแบบงานผ้าบาติกที่มีแนวคิดการลองผิดลองถูก เริ่มจากความชอบและสนใจงานศิลปะที่ได้สั่งสมประสบการณ์ในช่วงวัยเรียน นอกจากนั้นทางกลุ่มยังมีความชำนาญในการออกแบบ โดยการวาดภาพ เพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจเลือกซื้อด้วย จึงได้รับการเชิญให้เป็นตัวแทนในการจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานราชการ การออกร้านจำหน่ายสินค้าจะมีความโดดเด่น จนได้รับการสนับสนุนให้เป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จากแนวคิดการลองผิดลองถูก จนมีอุดมการณ์ในการสร้างสรรค์งานศิลปะ แม้บางครั้งจะไม่ค่อยคำนึงถึงความต้องการของตลาดมากนัก เนื่องจากการออกแบบเทคนิคและลวดลายคำนึงถึงความต้องการลูกค้าเป็นหลัก ไม่ได้สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชิ้นงาน ทำให้งานขาดซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ และบางครั้งชิ้นงานที่ออกแบบมักซ้ำกัน เช่น ผ้าโสร่ง เสื้อเชิ้ต พวงกุญแจ เป็นต้น จึงไม่สามารถหาความโดดเด่นเฉพาะของตัวเองได้



ภาพที่ ๑๙ กลุ่มบาราโหมบาติก



ภาพที่ ๒๐ กลุ่มสายบุรีบาติก



ภาพที่ ๒๑ กลุ่มรายาบาติก

๓.๒.๒ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสำรวจความคิดเห็นและความคาดหวังในการเลือกซื้อผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี

ในการสำรวจความคิดเห็น/ความคาดหวังคนในชุมชนในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าบาติกในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตเพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้สำรวจจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก จำนวน ๔๕ คน แบ่งเป็นผู้บริโภคในอำเภอเมือง อำเภอยะรังและอำเภอยะบوري อำเภอละ ๑๕ คน โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น ๓ ส่วน ดังนี้

๑. การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกของผู้บริโภคในจังหวัดปัตตานี

๒. ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าบาติก

๓. ความต้องการสินค้าเพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก

ส่วนที่ ๑ การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกของผู้บริโภคในจังหวัดปัตตานี

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ ๒ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	๑๗	๓๗.๘
หญิง	๒๘	๖๒.๒
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๒ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน ๒๘ คน (คิดเป็นร้อยละ ๖๒.๒) และเพศชาย จำนวน ๑๗ คน (คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๘) ตามลำดับ

ตารางที่ ๓ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ๒๖ ปี	๑๒	๒๖.๗
๒๖ – ๔๐ ปี	๒๔	๕๓.๓
๔๑ ปีขึ้นไป	๙	๒๐.๐
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๓ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ ระหว่าง ๒๖-๔๐ ปี จำนวน ๒๔ คน (คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๓) รองลงมาอายุน้อยกว่า ๒๖ ปี จำนวน ๑๒ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๗) และมีอายุ ๔๑ ปี ขึ้นไป จำนวน ๙ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	๙	๒๐.๐
ปริญญาตรี	๒๘	๖๒.๒
สูงกว่าปริญญาตรี	๘	๑๗.๘
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๒๘ คน (คิดเป็นร้อยละ ๖๒.๒) รองลงมา จบการศึกษาด้านต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน ๙ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐) และจบการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน ๘ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๘) ตามลำดับ

ตารางที่ ๕ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	๒๔	๕๓.๓
พนักงานหน่วยงานเอกชน	๙	๒๐.๐
นักศึกษา	๔	๘.๙
ธุรกิจส่วนตัว / รับจ้าง	๑	๒.๒
อื่นๆ	๗	๑๕.๖
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๕ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ จำนวน ๒๔ คน (คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๓) รองลงมาประกอบอาชีพเป็นพนักงานหน่วยงานเอกชน จำนวน ๙ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐) ประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน ๗ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๖) เป็นนักศึกษา จำนวน ๔ คน (คิดเป็นร้อยละ ๘.๙) และน้อยที่สุดประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / รับจ้าง จำนวน ๑ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒.๒) ตามลำดับ

ตารางที่ ๖ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า ๘,๐๐๐ บาท	๖	๑๓.๓
๘,๐๐๐ - ๑๒,๐๐๐ บาท	๑๔	๓๑.๑
๑๒,๐๐๑ บาท ขึ้นไป	๒๕	๕๕.๖
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๖ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า ๑๒,๐๐๑ บาท ขึ้นไป จำนวน ๒๕ คน (คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๖) รองลงมาได้ระหว่าง ๘,๐๐๐ - ๑๒,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๔ คน (คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๑) และรายได้น้อยกว่า ๘,๐๐๐ บาท จำนวน ๖ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๓) ตามลำดับ

ตอนที่ ๒ การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกของผู้บริโภคในจังหวัดปัตตานี

ตารางที่ ๗ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
ชุมชน	๑๑	๒๔.๔
อินเทอร์เน็ต	๙	๒๐.๐
เพื่อนๆ	๒๕	๕๕.๖
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๗ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกจากเพื่อนๆ จำนวน ๒๕ คน (คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๖) รองลงได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารจากชุมชน จำนวน ๑๑ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๔) และได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต จำนวน ๙ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐) ตามลำดับ

ตารางที่ ๘ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก

ผู้มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
คู่สมรส	๑๐	๒๒.๒
เพื่อน /ญาติ	๙	๒๐.๐
ตัวท่านเอง	๒๖	๕๗.๘
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๘ พบว่า ผู้มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกคือ ตัวผู้บริโภคเอง จำนวน ๒๖ คน (คิดเป็นร้อยละ ๕๗.๘) รองลงมาคือ คู่สมรส จำนวน ๑๐ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๒) และผู้มีอิทธิพลน้อยที่สุดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกคือ เพื่อน จำนวน ๙ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐) ตามลำดับ

ตารางที่ ๙ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก

วิธีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก	จำนวน	ร้อยละ
ลวดลาย	๒๒	๔๘.๘
ความประณีต	๑๓	๒๘.๙
สีสันท	๑๐	๒๒.๓
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๙ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกโดยดูจาก
ลวดลาย จำนวน ๒๒ คน (คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๘) รองลงมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกโดยดูจากความประณีต
จำนวน ๑๓ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๙) และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกโดยดูจากสีสัน จำนวน ๑๐ คน (คิด
เป็นร้อยละ ๒๒.๓) ตามลำดับ

ส่วนที่ ๒ ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าบาติก

ตารางที่ ๑๐ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่
ได้รับความนิยม

ประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อผ้า	๓๐	๖๖.๗
กระเป๋	๓	๖.๖
ผ้าชุด	๖	๑๓.๔
ผ้าโสร่ง	๔	๘.๘
อื่นๆ เช่น ผ้าเช็ดหน้า หมอน	๒	๔.๕
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๑๐ พบว่า ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ เสื้อผ้า จำนวน ๓๐
คน (คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๗) รองลงมาประเภทผ้าชุด จำนวน ๖ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๔) ประเภทผ้าโสร่ง
จำนวน ๔ คน (คิดเป็นร้อยละ ๘.๘) ประเภทกระเป๋ จำนวน ๓ คน (คิดเป็นร้อยละ ๖.๖) และประเภทอื่นๆ
เช่น ผ้าเช็ดหน้า หมอน เป็นต้น จำนวน ๒ คน (คิดเป็นร้อยละ ๔.๕) ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๑ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทลวดลายผ้าบาติกที่เป็นที่
นิยม

ประเภทลวดลายผ้าบาติก	จำนวน	ร้อยละ
ลายดอกกล้วยไม้แคทลียา	๑๗	๓๗.๘
ลายดอกชบา	๑๒	๒๖.๗
ลายทะเล	๗	๑๕.๕
ลายแม่น้ำ	๕	๑๑.๑
ลายเรือกอลและ	๔	๘.๙
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๑๑ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติลายดอกกล้วยไม้
แคทลียา จำนวน ๑๗ คน (คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๘) รองลงมา เลือกซื้อลายดอกชบา จำนวน ๑๒ คน (คิดเป็น
ร้อยละ ๒๖.๗) ลายทะเล จำนวน ๗ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๕) ลายแม่น้ำ จำนวน ๕ คน (คิดเป็นร้อยละ
๑๑.๑) และลายเรือกอลและ จำนวน ๔ คน (คิดเป็นร้อยละ ๘.๙) ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๒ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติที่ว่าผ้าบาติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้ทุกเพศทุกวัย

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	๓๔	๗๕.๕
ไม่ใช่	๕	๑๑.๒
ไม่แน่ใจ	๖	๑๓.๓
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๑๒ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าผ้าบาติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้ทุกเพศทุกวัย จำนวน ๓๔ คน (คิดเป็นร้อยละ ๗๕.๕) รองลงมา มีความคิดเห็นว่าเป็นไม่แน่ใจ จำนวน ๖ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๓) และมีความคิดเห็นว่าเป็นไม่ใช่ จำนวน ๕ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๒) ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๓ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติที่ว่า การเขียนลวดลายประจำท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสามารถจำหน่ายสู่ตลาดได้มากขึ้น

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	๓๖	๘๐.๐
ไม่ใช่	๔	๘.๙
ไม่แน่ใจ	๕	๑๑.๑
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๑๓ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการเขียนลวดลายประจำท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกทำให้สามารถจำหน่ายออกสู่ตลาดได้มากขึ้น จำนวน ๓๖ คน (คิดเป็นร้อยละ ๘๐.๐) รองลงมา มีความคิดเห็นว่าเป็นไม่แน่ใจ จำนวน ๕ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๑) และมีความคิดเห็นว่าเป็นไม่ใช่ จำนวน ๔ คน (คิดเป็นร้อยละ ๘.๙) ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๔ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติที่ว่าผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมจึงมีการแข่งขันที่รุนแรง

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	๒๘	๖๒.๓
ไม่ใช่	๑๑	๒๔.๔
ไม่แน่ใจ	๖	๑๓.๓
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๑๔ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมจึงมีการแข่งขันที่รุนแรง จำนวน ๒๘ คน (คิดเป็นร้อยละ ๖๒.๓) รองลงมา มีความคิดเห็นว่าเป็นไม่ใช่ จำนวน ๑๑ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๔) และเห็นว่าเป็นไม่แน่ใจ จำนวน ๖ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๓) ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๕ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติที่ว่าผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันอาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่ง

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	๓๑	๖๘.๙
ไม่ใช่	๖	๑๓.๓
ไม่แน่ใจ	๘	๑๗.๘
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๑๕ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันอาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่ง จำนวน ๓๑ คน (คิดเป็นร้อยละ ๖๘.๙) รองลงมา มีความคิดเห็นว่าไม่แน่ใจ จำนวน ๘ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๘) และมีความคิดเห็นว่าไม่ใช่ จำนวน ๖ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๓) ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๖ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทัศนคติที่ว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อและการเขียนลวดลายที่ละเอียดจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่ามากขึ้น

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	๓๙	๘๖.๗
ไม่ใช่	๑	๒.๓
ไม่แน่ใจ	๕	๑๑.๐
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๑๖ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อและการเขียนลวดลายที่ละเอียดจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่ามากขึ้น จำนวน ๓๙ คน (คิดเป็นร้อยละ ๘๖.๗) รองลงมา มีความคิดเห็นว่าไม่แน่ใจ จำนวน ๕ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๐) และมีความคิดเห็นว่าไม่ใช่ จำนวน ๑ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒.๓) ตามลำดับ

ส่วนที่ ๓ ความต้องการสินค้าเพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก

ตารางที่ ๑๗ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทของที่ระลึก

ประเภทของที่ระลึก	จำนวน	ร้อยละ
ตุ๊กตา	๑๑	๒๔.๔
พวงกุญแจ	๒๕	๕๕.๖
ผ้าเช็ดหน้า	๖	๑๓.๐
รวม	๔๒	๑๐๐

จากตารางที่ ๑๗ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทของที่ระลึกที่เป็นพวงกุญแจ จำนวน ๒๕ คน (คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๖) รองลงมาต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่เป็นตุ๊กตา จำนวน ๑๑ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๔) และต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่เป็นผ้าเช็ดหน้า จำนวน ๙ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐) ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๘ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทของตกแต่งภายในบ้าน

ประเภทของตกแต่งภายในบ้าน	จำนวน	ร้อยละ
โคมไฟ	๑๐	๒๒.๒
รูปติดผนัง	๒๐	๔๔.๔
ผ้าม่าน	๑๕	๓๓.๔
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๑๘ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทของตกแต่งภายในบ้านที่เป็นรูปติดผนัง จำนวน ๒๐ คน (คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๔) รองลงมาต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่เป็นผ้าม่าน จำนวน ๑๕ คน (คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๔) และต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่เป็นโคมไฟ จำนวน ๑๐ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๒) ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๙ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทเครื่องแต่งกาย

ประเภทเครื่องแต่งกาย	จำนวน	ร้อยละ
ผ้าคลุม	๒๘	๖๒.๓
รองเท้าวแตะ	๑๒	๒๖.๗
กระเป๋	๕	๑๑.๐
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๑๙ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทเครื่องแต่งกายที่เป็นผ้าคลุม จำนวน ๒๘ คน (คิดเป็นร้อยละ ๖๒.๓) รองลงมาต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่เป็นรองเท้าวแตะ จำนวน ๑๒ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๗) และต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่เป็นกระเป๋ จำนวน ๕ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๐) ตามลำดับ

ตารางที่ ๒๐ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทของใช้ในครัวเรือน

ประเภทของใช้ในครัวเรือน	จำนวน	ร้อยละ
ผ้าปูโต๊ะ	๓๓	๗๓.๓
จานรองแก้วกาแฟ	๔	๘.๙
ที่รองจาน	๘	๑๗.๘
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๒๐ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทของใช้ในครัวเรือนที่เป็นผ้าปูโต๊ะ จำนวน ๓๓ คน (คิดเป็นร้อยละ ๗๓.๓) รองลงมาต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่เป็นที่รองจาน จำนวน ๘ คน (คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๘) และต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่เป็นจานรองแก้วกาแฟ จำนวน ๔ คน (คิดเป็นร้อยละ ๘.๙) ตามลำดับ

ตารางที่ ๒๑ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทของใช้ในห้องนอน

ประเภทของใช้ในห้องนอน	จำนวน	ร้อยละ
หมอนอิง	๙	๒๐.๐
ผ้าคลุมเตียง	๒๐	๔๔.๔
ปลอกหมอน	๑๖	๓๕.๖
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๒๑ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทของใช้ในห้องนอนที่เป็นผ้าคลุมเตียง จำนวน ๒๐ คน (คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๔) รองลงมาต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่เป็นปลอกหมอน จำนวน ๑๖ คน (คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๖) และต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่เป็นหมอนอิง จำนวน ๙ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐) ตามลำดับ

ตารางที่ ๒๒ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทของใช้ส่วนตัว

ประเภทของใช้ส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
ปลอกโทรศัพท์	๓๐	๖๖.๗
กระปุกออมสิน	๔	๘.๙
กระเป๋ใส่เหรียญ	๑๑	๒๔.๔
รวม	๔๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๒๒ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทของใช้ส่วนตัวที่เป็นปลอกโทรศัพท์ จำนวน ๓๐ คน (คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๗) รองลงมาต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่

เป็นกระเป๋าสีเหลือง จำนวน ๑๑ คน (คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๔) และต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่เป็นกระปุก
อมสิน จำนวน ๔ คน (คิดเป็นร้อยละ ๘.๙) ตามลำดับ

๓.๒.๓ การประชุมกลุ่มระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนา การหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ตกแต่งของใช้ในครัวเรือนที่เหมาะสม

๓.๒.๓.๑ การพัฒนาเพื่อการค้นหาผลิตภัณฑ์ตกแต่งของใช้ในครัวเรือน

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการค้นหา
ผลิตภัณฑ์ตกแต่งของใช้ในครัวเรือน ผู้เข้าประชุมประกอบด้วย ตัวแทนผู้ประกอบการทั้ง ๓ กลุ่ม ผู้รู้เกี่ยวกับ
เทคนิคการทำผ้าบาติกและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี ผลการประชุมกลุ่มปรากฏ
รายละเอียดดังนี้

กลุ่มบาราโหมบาติก จากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่ม คณะผู้วิจัยได้
กำหนดเทคนิคและลวดลายผ้าบาติกมาใช้ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของตลาดผู้บริโภค
โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โคมไฟแบบเจาะรูปกลด ชุดผ้าปูโต๊ะ ที่รองจาน ที่รองแก้ว เป็นต้น ทั้งนี้ให้
ทางกลุ่มเป็นผู้ตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความถนัดเฉพาะกลุ่ม และร่วมกันวิเคราะห์ ความคิดเห็นอย่าง
สร้างสรรค์ พร้อมกับแนะนำทางกลุ่มให้สามารถต่อยอดกับสินค้าให้เหมาะสมต่อไป

กลุ่มสายบุรีบาติก คณะผู้วิจัยได้ร่วมเสนอความคิดเห็นเพื่อเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์
โดยการหาความถนัดของสมาชิกแต่ละบุคคล เพื่อออกแบบสร้างสรรค์ผลงานชิ้นใหม่ ๆ ผ่านเทคนิคและ
ลวดลายเฉพาะของสายบุรี ทะเล แม่น้ำ ต้นมะพร้าว เป็นต้น ซึ่งทางกลุ่มจึงมีความคิดที่ต้องการต่อยอด
ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แก้วกาแฟ แก้วน้ำ และกระเป๋ เป็นต้น

กลุ่มรายาบาติก คณะผู้วิจัย จึงได้เปิดประเด็นการพูดคุยกับทางกลุ่ม เพื่อให้เห็นถึง
ความสำคัญของเอกลักษณ์งานผ้าบาติก ด้วยการนำเทคนิคและลวดลายที่เป็นลักษณะตรงตามสภาพภูมิศาสตร์
ของพื้นที่ ที่ล้อมรอบด้วยภูเขา เพื่อการออกแบบชิ้นงาน ด้วยให้เน้นถึงความสวยงาม ความประณีต คลาสสิก
ของภูเขาและต้นไม้ ดอกไม้ ผ่านการสร้างสรรค์งานชิ้นใหม่ เช่น กระเป๋าสีไนต์บัก ผ้าปูโต๊ะ และปลอกหมอน
ซึ่งทางกลุ่มก็ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันจึงทำให้บรรยากาศเป็นไปด้วยดีต่างฝ่ายต่างยอมรับ พร้อมกับนำ
ข้อเสนอเพื่อเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์ต่อไป

๓.๒.๓.๒ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

จากการวิจัย คณะผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคนในพื้นที่ที่ยังมี
อุปสรรคอยู่มาก เนื่องจากขาดเครื่องมือในการสร้างผลิตภัณฑ์และทักษะในการออกแบบ เมื่อเปรียบเทียบกับ
ธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลางในปัจจุบัน และความสามารถในการแข่งขันที่ยังไม่คุ้มค่ากับการลงทุน เช่น
ผลิตภัณฑ์รองเท้าเมื่อพิจารณาจากกลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการรองเท้าที่เป็นมาตรฐาน ทางชุมชนยังไม่
สามารถทำได้ ด้วยเครื่องมือและยังขาดการฝึกอบรม ทางโครงการวิจัยจึงเล็งเห็นว่าควรมองผลิตภัณฑ์ที่คนใน
ชุมชนมีส่วนร่วมและต่อยอดได้ ที่สำคัญปัญหาที่เกิดจากการสร้างผลิตภัณฑ์อีกชิ้นหนึ่งคือ แก้ว ปัญหาที่พบคือ

เทคนิคในการวาดเมื่อลงในแก้ว ความยากของชิ้นงาน ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่หลายฝ่ายทั้งชุมชนและผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้สามารถต่อยอดและสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในตลาดได้

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังพบปัญหาการวางผ้าบาติกลงบนผลิตภัณฑ์ เช่น กระเป๋าน้ำดื่ม แอปเปิ้ล จากการประชุมกลุ่มมีความเห็นว่าตลาดให้ความสนใจเกี่ยวกับอุปกรณ์เทคโนโลยีมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาช่วงแรก การวางผ้า การเลือกสี และอุปกรณ์สำหรับปิดกระเป๋ายังไม่ได้เป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ชุมชนจึงได้มีการคัดสรรอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายลูกค้า เพื่อสามารถตั้งราคาสินค้าให้สูงขึ้นตามระดับของลูกค้า

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือนอีกชิ้น คือ ผ้าปูโต๊ะ ด้วยการขาดประสบการณ์ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย ทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าปูโต๊ะที่พัฒนาออกมาจึงยังไม่สามารถเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าได้

๓.๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนด้วยการนำเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกมาใช้

จากข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในที่ประชุมกลุ่ม ทำให้ทั้ง ๓ กลุ่ม ได้มีการรวบรวมแนวคิด เทคนิคและลวดลายเพื่อนำไปใช้ในการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนามีดังนี้

กลุ่มบาราโหมบาติก ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาของกลุ่มบาราโหมบาติก คือ โคมไฟ มีการใช้เทคนิคบาติกลายเขียนแบบระบายสี สร้างสรรค์งานโดยออกแบบลวดลายท้องทะเลภาคใต้ สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ ลักษณะภูมิประเทศ และธรรมชาติของจังหวัดปัตตานี เป็นการบอกเล่าเรื่องราวผ่านงานบาติกที่ทรงคุณค่ายิ่ง



ภาพที่ ๒๒ โคมไฟจากลวดลายท้องทะเลภาคใต้

กลุ่มสายบุรีบาติก ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาของกลุ่มสายบุรีบาติกในตอนแรก คือ แก้วน้ำและแก้วกาแฟ แต่เนื่องจากการใช้เทคนิคการเขียนบาติกลงบนแก้วซึ่งมีลักษณะพื้นผิวที่ต่างไปจากพื้นของผ้า ต้องใช้อุปกรณ์ที่แตกต่างไปจากการเขียนบาติกทั่วไปและทางกลุ่มไม่มีอุปกรณ์ชนิดนั้น จึงทำให้ผลงานที่ได้ไม่สามารถสะท้อนถึงการใช้อนุภูมิปัญญาการทำบาติกอย่างแท้จริง คณะผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้ คือ กระเป๋าถือสำหรับสุภาพสตรี ประกอบด้วยกระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าลวดลายดอกไม้และกระเป๋าทรงสูงลวดลายเรขาคณิตที่ผสมผสานลวดลายสมัยใหม่เข้าด้วยกันเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เน้นที่การใช้งานที่ง่าย หลายวัตถุประสงค์ มีรูปทรงทันสมัย แต่แฝงด้วยลวดลายที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของท้องถิ่น



ภาพที่ ๒๓ กระเป๋าสำหรับสุภาพสตรีทรงสี่เหลี่ยมลายดอกไม้และลวดลายเรขาคณิต



ภาพที่ ๒๔ กระเป๋าสะพายข้างพร้อมที่ใส่เหรียญ

กลุ่มรายาบาติก ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาของกลุ่มรายาบาติก จากเดิมที่มีการออกแบบลวดลายออกมาซึ่งผลิตภัณฑ์กระเป๋าใส่โน้ตบุ๊ก และผ้าปูโต๊ะ โดยชิ้นงานไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เนื่องจากขาดทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มจึงมีข้อเสนอที่จะปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่

สามารถใช้งานในครัวเรือนได้ และสร้างผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่ คือ ปลอกหมอน โดยยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ประจำกลุ่มที่เน้นลวดลายเขียน ลายดอกไม้ ธรรมชาติ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายชัดเจนยิ่งขึ้น



ภาพที่ ๒๕ ปลอกหมอนลายก้นหอย



ภาพที่ ๒๖ ปลอกหมอนลายเขียน

บทที่ ๔

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การนำเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกมาใช้ในการตกแต่งของใช้ในครัวเรือน เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี ศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนด้วยการนำเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกมาใช้ เก็บข้อมูลโดยการสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการประชุมกลุ่ม (Focus Group) สามารถสรุปอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

๔.๑ สรุปอภิปรายผลการวิจัย

๔.๑.๑ เทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี

จากการศึกษาเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี พบว่า จังหวัดปัตตานีเป็นจังหวัดแรกๆ ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีการผลิตผ้าบาติก โดยมีอิทธิพลมาจากประเทศมาเลเซีย มีความหลากหลายในเรื่องของเทคนิคและลวดลายในการวาดผ้าบาติก นอกจากนี้ยังมีเทคนิคและลวดลายที่คล้ายคลึงกับจังหวัดยะลา เนื่องจากในอดีตจังหวัดปัตตานีเป็นเมืองเก่าซึ่งเคยเป็นอาณาจักรเดียวกันกับจังหวัดยะลา เทคนิคการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานีที่สำคัญ ได้แก่ เทคนิคบาติกลายเขียน เทคนิค บาติกลายพิมพ์และบาติกเทคนิคผสม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

เทคนิคบาติกลายเขียน เป็นเทคนิคการทำผ้าบาติกแบบดั้งเดิม เป็นการทำผ้าบาติกโดยการเขียนเทียนด้วยจันติ้งลงบนผ้าเพื่อกันสีหรือปิดส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสีและเพื่อสร้างรูปแบบลวดลาย หลังจากนั้นอาจนำผ้าไปย้อมสีเพื่อให้ผ้ามีสีสันลวดลายต่างๆ ตามต้องการ ซึ่งจะเรียกวิธีนี้ว่า บาติกลายเขียนเทคนิคย้อมสี หรืออาจนำผ้าที่เขียนเทียนไประบายสีด้วยฟองน้ำหรือพู่กันให้มีลวดลายต่างๆ ตามต้องการ เรียกวิธีนี้ว่า บาติกลายเขียนเทคนิคระบายสี นอกจากนี้ยังมีการทำบาติกหลายชั้นหรือบาติกซ้อนสี ซึ่งเป็นการย้อมสีหรือระบายสีหลายๆ ชั้น เป็นการสร้างสรรค์ให้งานบาติกมีมิติ ละเอียด ไกลหรือตื้นลึก สำหรับการทำบาติกลายเขียนแนวใหม่ เป็นอีกหนึ่งเทคนิคที่ทำให้ผ้าบาติกมีความหลากหลายและที่ได้รับความนิยมในหมู่ผู้ประกอบการผ้าบาติกในปัจจุบัน ได้แก่ การทำบาติกลายหินแตก เป็นผ้าบาติกที่มีลวดลายเกิดจากรอยแตกของเทียนที่ใช้เขียนลายหรือวาด อาจเกิดโดยบังเอิญหรือตั้งใจสร้างสรรค์รอยแตกในลวดลายเพื่อให้ได้งานบาติกที่แปลกออกไป การทำบาติกพื้นขาว เป็นการทำผ้าบาติกที่เขียนเทียนและระบายสีเฉพาะส่วนที่เป็นดอกหรือลวดลาย ส่วนที่ว่างอื่นๆ เป็นสีขาวหรือสีเดิมของเนื้อผ้า การทำบาติกบนผ้าพื้นสี เป็นลักษณะผ้าบาติกที่ใช้ผ้าสีมาทำเป็นผ้าบาติก โดยการเขียนเทียนแล้วนำไประบายหรือย้อมสี การทำบาติกเส้นสีทอง เป็นวิธีการใช้เส้นทองกันสีแทนเทียน ส่วนใดที่เขียนลวดลายด้วยเส้นสีทองจะไม่ติดสีย้อม และส่วนใดที่เว้นว่างไว้จะปรากฏสีจากการย้อมการแต้มสี หรือการระบายสีตามต้องการ ผ้าบาติกที่ได้จะเป็นเป็นผ้าที่มีสีสันสวยงามล้อมรอบด้วยเส้นสีทอง การทำบาติกโดยใช้กาว เป็นนวัตกรรมใหม่ในการทำผ้าบาติก โดยใช้กาวกันสีแทนเทียน

เช่นเดียวกับบาติกเส้นสีทอง ถือเป็นเทคนิคใหม่มีเพียงผู้ประกอบการบางกลุ่มเท่านั้นที่ได้ใช้เทคนิคนี้ การทำผ้าบาติกที่เป็นลายเขียนนี้ จะมีเอกลักษณ์เฉพาะคือ ทำให้ได้ผ้าบาติกที่มีความหลากหลาย แต่ละชั้นมีเพียงหนึ่งเดียวในโลก อย่างที่นักเขียนบาติกบางคนให้ความเห็นว่า งานบาติกเขียน ๑๐ ครั้ง ก็ได้งาน ๑๐ ชิ้น ที่ไม่เหมือนกัน

เทคนิคบาติกลายพิมพ์ เป็นการทำผ้าบาติกโดยใช้แม่พิมพ์ในการพิมพ์เทียนแทนการเขียนเทียน ทำให้สะดวกและรวดเร็วได้ผ้าบาติกจำนวนมาก เนื่องจากประหยัดเวลาในการเขียนเทียน มักทำในลักษณะงานหัตถกรรมในครัวเรือน แม่พิมพ์ที่ใช้อาจทำมาจากไม้หรือเหล็กก็ได้ บาติกลายพิมพ์สามารถทำได้ทั้งเทคนิคการย้อมสีและการระบายสี นอกจากเทคนิคบาติกลายเขียนและเทคนิคบาติกลายพิมพ์แล้ว ยังมี **บาติกเทคนิคผสมอีกประเภทหนึ่ง** ซึ่งเป็นการทำผ้าบาติกมากกว่า ๑ เทคนิค อาจเป็นการระบายสีและย้อมสีหรือทั้งพิมพ์และเขียนลวดลายซึ่งจะทำให้ได้ผลงานอีกรูปแบบหนึ่ง

ในการทำผ้าบาติก นอกจากเทคนิคต่างๆ แล้ว ลวดลายในการวาดผ้าบาติกก็มีความสำคัญถือเป็นจุดเริ่มต้นของการทำผ้าบาติกที่จะทำให้ชิ้นงานน่าสนใจ เป็นเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ให้บาติกมีความแปลกตามีความงามและสร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ใช้สอย สำหรับลวดลายในการวาดผ้าบาติกในจังหวัดปัตตานี สามารถสรุปได้ดังนี้

ลวดลายจากเส้นเรขาคณิต เป็นลวดลายที่นำเอาเส้น เช่น เส้นตรง เส้นคด เส้นโค้งมาจัดให้ต่อเนื่องกันหรือประกอบกันเป็นรูปร่างและรูปทรง เช่น รูปกลม รูปเหลี่ยม รูปทรงกระบอก รูปกรวย เป็นต้น

ลวดลายจากธรรมชาติ เป็นลักษณะลายที่ดัดทอนดัดแปลงรูปแบบธรรมชาติ นำมาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์งานออกแบบโดยนำเอาความงามในธรรมชาติให้มีลักษณะเรียบง่ายโดยอาจเพิ่มบางส่วนเข้าไปเพื่อให้ได้รูปทรงที่แปลกตา เช่น ลายพืชพรรณพฤกษา ได้แก่ ลายดอกชบา ดอกกุหลาบ ดอกพุทธรักษา ใบกล้วย ใบปาล์ม ลายสัตว์ ได้แก่ สัตว์ทะเลและสิ่งแวดล้อมในทะเล กุ้ง ปลา ปู ลายสภาพแวดล้อมในธรรมชาติ ได้แก่ ลายป่าไม้ ภูเขา ทะเล เกาะแก่งต่างๆ ดวงอาทิตย์ ดวงจันทร์ เป็นต้น

ลวดลายจากสิ่งของเครื่องใช้หรือรูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้น ความเชื่อ ประเพณีและศานา กิจกรรมการเล่นต่างๆ เช่น ลายกริชโบราณ ลายไทย ลายเรือเกา ภาพวาดบนผนัง การเลี้ยงนกเขา การเล่นหมากขุม การเล่นว่าว สิ่งก่อสร้าง เช่น ลวดลายตกแต่งของบ้าน วังโบราณ มัสยิด เรือกอและ

และสุดท้ายคือลวดลายจากการสร้างพื้นผิว เป็นการสร้างลวดลายโดยใช้เทคนิคสมัยใหม่ทำให้เกิดลวดลายที่มีความแตกต่าง เช่น การใช้เกลือหรือน้ำตาล การใช้น้ำและแอลกอฮอล์

ลวดลายต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ไม่ใช่เพียงแค่ทำให้ผ้าบาติกมีความสวยงามเท่านั้น แต่ลวดลายบางอย่างยังสามารถบอกเล่าถึงเนื้อหา เรื่องราว ความเจริญ ความทนทุกข์ ประวัติศาสตร์ในแต่ละยุคแต่ละสมัยโดยผ่านสัญลักษณ์ที่แฝงในลวดลาย เช่น บาติกลายพิมพ์ลวดลายวังระแงะ บาติกลายพิมพ์ลวดลายลังกาสุกะ บาติกลายพิมพ์ลวดลายมัสยิดตะโละมานะ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราว สถาปัตยกรรมที่สวยงามที่มาและประวัติศาสตร์ที่ยาวนานของจังหวัดปัตตานี บาติกลายเขียนลวดลายกริชและเรือกอและ ที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตของคนในจังหวัดปัตตานีที่มีความผูกพันกับท้องทะเลมาอย่างยาวนานอีกด้วย

๔.๑.๒ แนวทางการประยุกต์ใช้เทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน

จากการศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนและมีลวดลายที่มีเอกลักษณ์ ได้แก่ กลุ่มบาราโหมบาติก กลุ่มสายบุรีบาติกและกลุ่มรายาบาติก โดยทั้ง ๓ กลุ่ม ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความแตกต่างตามลักษณะภูมิศาสตร์ของจังหวัดปัตตานี คือ ภูเขาทะเลและย่านเมือง ทั้งนี้เพื่อให้มีความหลากหลายในเรื่องของเทคนิคและลวดลายในการวาดผ้าบาติก

กลุ่มบาราโหมบาติก เป็นกลุ่มที่ตั้งอยู่ในตำบลบาราโหม อำเภอเมือง เป็นกลุ่มบาติกระดับห้าดาวของจังหวัดปัตตานี มีคุณไมตรี หะยียามา ประธานกลุ่ม เป็นผู้ก่อตั้งกลุ่ม ผลิตผ้าบาติกจากลวดลายที่ประณีตและไม่ซ้ำแบบผ้าบาติกจากแหล่งผลิตอื่นๆ เพราะได้นำลวดลายต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น เช่น ลายเรือกอและ กริชลายไทย ลายท้องทะเลภาคใต้ เป็นต้น นำมาประยุกต์เขียนลวดลายบนผ้าบาติก ผลิตสินค้าที่ให้สีสันตามความต้องการของตลาดและลูกค้า หรือตามความนิยมในพื้นที่ กลุ่มค่อนข้างมีความชำนาญในการเขียนบาติกลายเส้นทอง ซึ่งเป็นผ้าที่ลูกค้าชอบมากเพราะดูหรูหรา สวยงาม มีราคา สำหรับกลุ่มสายบุรีบาติก เป็นกลุ่มที่ตั้งอยู่ในตำบลปะเสยะวอ อำเภอสายบุรี มีคุณอัซมัน อับดุลมาเยะ อดีตครูสอนศิลปะ เป็นประธานกลุ่ม เอกลักษณ์ของกลุ่มคือจะใช้เทคนิคในการสร้างสรรค์ชิ้นงานด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น การสกรีน การใช้ Black light และการใช้ฟองน้ำในการทาสี เป็นต้น ซึ่งการใช้เทคนิคดังกล่าวสามารถทำให้การทำสีแต่ละครั้งเป็นไปในทิศทางเดียวกันทำให้ได้ผ้าบาติกที่มีสีเสมอกันมากขึ้น และกลุ่มรายาบาติก เป็นกลุ่มที่ตั้งอยู่ในตำบลเขาตูม มีคุณอาณี ชูเมือง เป็นประธานกลุ่มใช้เทคนิคลวดลายการออกแบบงานผ้าบาติกที่มีแนวคิดมาจากการลองผิดลองถูกที่เริ่มจากความชอบและสนใจงานศิลปะที่ได้สัมผัสประสบการณ์ในช่วงวัยเรียน ทางกลุ่มยังมีความชำนาญในการออกแบบ โดยการวาดภาพ เพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจเลือกซื้อด้วย จึงได้รับการเชิญให้เป็นตัวแทนในการจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานราชการ การออกร้านจำหน่ายสินค้าจะมีความโดดเด่น จนได้รับการสนับสนุนให้เป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการผ้าบาติกทั้งสามกลุ่ม มีพื้นฐานและประสบการณ์ในการทำผ้าบาติกที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีความชำนาญในเทคนิคและการเขียนลวดลายที่ไม่เหมือนกัน งานบาติกที่เขียนออกมาจึงสะท้อนถึงเอกลักษณ์และความเป็นตัวตนของแต่ละกลุ่มด้วย

จากการศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกของผู้บริโภคในจังหวัดปัตตานี พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกโดยดูจากลวดลายเป็นสำคัญ นอกจากนี้ความประณีตและสีสันของผ้าบาติก ก็ยังมีส่วนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก ประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในจังหวัดปัตตานีมากที่สุดคือ เสื้อผ้า รองลงมา ได้แก่ ผ้าชุด ผ้าโสร่ง กระเป๋าและผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ผ้าเช็ดหน้า ปลอกหมอน เป็นต้น ส่วนลวดลายของผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ลายดอกกล้วยไม้แคทลียา รองลงมาได้แก่ ลายดอกชบา ลายทะเล ลายแม่น้ำ และลายเรือกอและ ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้ทุกเพศทุกวัย การเขียนลวดลายผ้าบาติกเป็นลายประจำท้องถิ่นจะทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสามารถจำหน่ายได้มากขึ้น แต่ตลาดผลิตภัณฑ์มีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจาก

ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมและยังเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตามการเขียนลวดลายผ้าบาติกด้วยเส้นทองจะทำให้ผ้าบาติกดูสวยงาม หรูหรา สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้ นอกจากนี้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์และการเขียนลวดลายที่ละเอียดจะทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกมีคุณค่ามากขึ้นและสามารถจำหน่ายไปสู่ตลาดที่กว้างขวางขึ้น

จากการสอบถามเกี่ยวกับความต้องการสินค้าเพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกประเภทของที่ระลึกที่เป็นพวงกุญแจมากที่สุด รองลงมา คือ ตุ๊กตา และผ้าเช็ดหน้า สำหรับประเภทของตกแต่งภายในบ้าน ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปติดผนังมากที่สุด รองลงมา คือ ผ้าผ่าน และโคมไฟ ประเภทเครื่องแต่งกาย ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นผ้าคลุมผมมากที่สุด รองลงมา คือ รองเท้าแตะ และกระเป๋ สำหรับประเภทของใช้ในครัวเรือน ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นผ้าปูโต๊ะมากที่สุด รองลงมา คือ ที่รองจาน และจานรองแก้วกาแฟ ประเภทของใช้ในห้องนอน ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นผ้าคลุมเตียงมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปลอกหมอน และหมอนอิง และประเภทของใช้ส่วนตัว ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นปลอกโทรศัพท์มากที่สุด รองลงมา คือ ประเป๋าใส่เหรียญ และกระเป๋าออมสิน

๔.๑.๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนด้วยการนำเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกมาใช้

จากพื้นฐานของผู้ประกอบการทั้ง ๓ กลุ่ม การศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกของผู้บริโภค รวมทั้งผลการประชุมกลุ่มได้มีการรวบรวมแนวคิด เทคนิคและลวดลายเพื่อนำไปใช้ในการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนามีดังนี้

กลุ่มบารโหมบาติก มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ โคมไฟ เป็นการใช้เทคนิคบาติกลายเขียนแบบระบายสี สร้างสรรค์งานโดยออกแบบลวดลายท้องทะเลภาคใต้ สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ลักษณะภูมิประเทศ และธรรมชาติของจังหวัดปัตตานี เป็นการบอกเล่าเรื่องราวผ่านงานบาติกที่ทรงคุณค่า กลุ่มสายบุรีบาติก พัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกระเป๋าถือสำหรับสุภาพสตรี ประกอบด้วยกระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ลวดลายดอกไม้และกระเป๋าทรงสูงลวดลายเรขาคณิตที่ผสมผสานลวดลายสมัยใหม่เข้าด้วยกัน เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เน้นที่การใช้งานที่ง่าย หลายวัตถุประสงค์ มีรูปทรงทันสมัย แต่แฝงด้วยลวดลายที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของท้องถิ่น กลุ่มรายาบาติก ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ ปลอกหมอน เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานในครัวเรือนได้ โดยยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ประจำกลุ่มที่เน้นลวดลายดอกไม้ ธรรมชาติ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายชัดเจนยิ่งขึ้น

๔.๒ ข้อเสนอแนะ

๔.๒.๑ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

ผู้ประกอบการผ้าบาติกควรเพิ่มศักยภาพในการออกแบบลวดลายในการวาดผ้าบาติกให้มีความหลากหลายและทันสมัยมากขึ้น เพิ่มทักษะและมีทีมงานบาติก มีการพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์จากงานบาติกใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอยู่เสมอ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ตลอดจนมีการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อลวดลายของผ้าบาติกของลูกค้าผู้สวมใส่อีกด้วย นอกจากนี้การที่จะให้งาน

บาติกได้พัฒนาก้าวไป สิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ คือ องค์กรของรัฐและเอกชน ที่ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการทำผ้าบาติก ควบคุม ดูแลในเรื่องราคาให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน และจัดอบรมส่งเสริมอาชีพการทำผ้าบาติกในเรื่องเทคนิคและลวดลายให้มีความทันสมัยขึ้น

๔.๒.๒ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

๑. ควรมีการศึกษาวิจัยแนวทางการสร้างบรรจุกุณธ์ที่เกิดขึ้นจากการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากลวดลายผ้าบาติก และใช้ตำนานผ้าบาติกนั้นเป็นสื่อในการบอกเล่าเรื่องราวเชิงวัฒนธรรมผ่านบรรจุกุณธ์ให้เป็นที่แพร่หลายและเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

๒. ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อการรวบรวมเทคนิคและลวดลายการวาดผ้าบาติกต่าง ๆ ในท้องถิ่นนอกเหนือจากผ้าบาติก เช่น ผ้าจวนตานี เพื่อการบอกเล่าเรื่องราวของผ้าในท้องถิ่น