

รายงานการวิจัย

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ
เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Development of Thai Song Dam Woven Fabric Products
to Add Value Following the Creative Economy Concept.

โดย

นางสาวจุรีวรรณ จันทลา และคณะ

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกรมส่งเสริมวัฒนธรรม
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๔

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในลักษณะของวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ๒) ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ ๓) พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ ๔) ทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้น โดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ (๑) กลุ่มชาวไทยทรงดำในตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน และตำบลดอนข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม (๒) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการศึกษาความต้องการชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ จำนวน ๑๕๐ คน (๓) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) จำนวน ๑๐๐ คน และ (๔) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ จำนวน ๓ คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า

๑. ผ้าทอและเครื่องแต่งกายของชาวไทยทรงดำถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ที่มีเอกลักษณ์ในการใช้ผ้าสีดำในการนุ่งห่มทั้งในชีวิตประจำวันและในการประกอบพิธีกรรม จนเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวไทยทรงดำ โดยชาวไทยทรงดำนิยมใช้ผ้าพื้นสีดำทอขึ้นอย่างง่าย ๆ มีสีล้วนและลวดลายบ้าง โดยลวดลายของผ้าทอไทยทรงดำที่ปรากฏบนผืนผ้าสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ความผูกพัน ตลอดจนความเป็นมาของวัฒนธรรม หรือเหตุการณ์ที่สำคัญๆ ทางประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อวิถีการดำรงชีวิต จึงทำให้ผู้ทอผ้าเกิดแรงบันดาลใจที่จะนำสิ่งเหล่านั้น มาถ่ายทอดเป็นลวดลายบนผ้าทอไทยทรงดำ ซึ่งจากการศึกษาลวดลายผ้าไทยทรงดำพบว่าลวดลายต่างๆ ได้สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและมีบางลวดลายได้คิดค้นมาใหม่ และมีการปรับปรุงประยุกต์เพื่อให้เข้ากับสมัยปัจจุบันมากขึ้นแบ่งได้ ๓ ประเภทคือ ลายพืช ลายสัตว์ และลายผสมอื่นๆ ในส่วนของการสื่อความหมายในการใช้สีในการทอผ้าและประดับตกแต่งของชาวไทยทรงดำ ซึ่งแต่ละสีมีความหมายแตกต่างกัน โดยเฉพาะสีครามเข้มหรือสีดำซึ่งเป็นสีหลักของผืนผ้าและการใช้งานของชาวไทยทรงดำ โดยสื่อความหมายว่าเกิดจากการเก็บกตที่ต่อพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอนมาเป็นชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย

๒. การศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ พบว่าในการออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำนั้น อันดับแรกผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบโดยทั่วไปที่สำคัญคือ ประโยชน์ใช้สอย (Function) ซึ่งต้องพิจารณาทั้งในส่วนของประโยชน์ใช้สอยด้านจิตใจ (Psychological Function) โดยการทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความพึงพอใจหรือถูกใจ เช่น การมีลวดลายสีล้วนที่สะดุดตาน่าสนใจ มีมูลค่ามากกว่าราคาที่ตั้งไว้ และดูดีมีระดับ เป็น

สัญลักษณ์แสดงภาพพจน์ของความเป็นฐานะ และประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพ (Practical Function) ซึ่งเป็นประโยชน์ใช้สอยโดยตรงต่อผู้ใช้ สามารถจับต้องใช้งานได้ตามที่กำหนดไว้ อีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงคือ การคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายและสีเส้นต่างๆ ตามความเชื่อของชาวไทยทรงดำ เนื่องจากลายผ้าไทยทรงดำมีลายต่างๆ ไม่มาก และมีการใช้สีเส้นที่จำกัด การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำจึงต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ โดยเฉพาะในเรื่องของการคงเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำและความแตกต่างของวัฒนธรรมความเชื่อของแต่ละพื้นที่ๆ ที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรมีการศึกษาในเรื่องรายละเอียดของลวดลายแต่ละลายว่ามีความเป็นมาอย่างไร มีความเชื่ออย่างไร สื่อความหมายว่าอย่างไร และใช้ในโอกาสใด ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาในเรื่องของการนำลวดลายที่ใช้ในโอกาสต่างกัน เช่น งานมงคล และงานอวมงคล มาอยู่ในผลิตภัณฑ์ชิ้นเดียวกัน

๓. ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใน ๕ พื้นที่พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำส่วนใหญ่มีปัญหา ดังนี้ (๑) สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกล (๒) มีสินค้าให้เลือกน้อยชนิด (๓) รูปแบบ/รูปทรงไม่ทันสมัย (๔) ประโยชน์ใช้สอยที่มีน้อย (๕) ราคาไม่เหมาะสม และ (๖) ดูแลรักษายาก โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในภาพรวมในระดับมาก และมีความต้องการผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำสูงสุด ๕ ลำดับแรกได้แก่ (๑) หมอนอิง (๒) กล่องทิชชู (๓) กระเป๋าสตรี (๔) เสื้อ และ (๕) กางเกง ในส่วนของระดับราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการมากที่สุดคือ ๒๐๑ - ๓๐๐ บาทต่อชิ้น ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำ ๔ ชนิดตามที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการดังนี้ ๑) หมอนอิง ๒) กล่องทิชชู ๓) กระเป๋าสตรี และ ๔) เสื้อผ้า โดยผู้วิจัยได้นำลวดลายการทอและการปักที่โดดเด่นของชาวไทยทรงดำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ลวดลายหลักที่ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์คือ ลายดอกพรม ลายชอกูด และลายดอกมะลิ โดยนำลวดลายดังกล่าวมาประยุกต์ใหม่ ให้มีความทันสมัยขึ้น แต่ยังคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายเดิมไว้

๔. ผลการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และการตรวจสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำโดยผู้เชี่ยวชาญ ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังนี้

๔.๑ หมอนอิง โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือ หมอนอิงแบบที่ ๑ และแบบที่ ๒ โดยเป็นรูปแบบที่ทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจมากที่สุด อีกทั้งยังมีลวดลายและสีเส้นที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำได้ดี ซึ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีสีน้ำเงิน ขาว และดำ

๔.๒ กล่องทิชชู โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือ กล่องทิชชูแบบที่ ๑ แบบที่ ๓ และแบบที่ ๔ โดยกล่องทิชชูแบบที่ ๑ นั้นผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีรูปร่างที่ค่อนข้างแปลกตาสอนใจ ส่วนแบบที่ ๓ แม้ว่ารูปร่างจะค่อนข้างธรรมดา เป็นแบบเดิมๆ ที่มีอยู่ทั่วไป แต่เป็นรูปแบบที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ความสนใจมากที่สุด ในส่วนของแบบที่ ๔ นั้นมีลักษณะเด่นคือลวดลายและสีเส้นแสดงออกถึงความเป็นไทยทรงดำได้ดี

๔.๓ กระเป๋าสตรี ในส่วนของกระเป๋าสตอร์นั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความพึงพอใจในกระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ และแบบที่ ๓ มากที่สุด ซึ่งก็สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญที่มีความเห็นว่าเป็นรูปแบบที่มีรูปทรงดูดี สวยงาม และดูเหมาะสม จัดวางดูสบายและสีสันทันได้กลมกลืน เหมาะสมดีมาก ดูแล้วน่าใช้ มีความเป็นไทยทรงคำอยู่ครบถ้วน

Abstract

This study was a research and development in aspect of mixed method between qualitative and quantitative researches. The objectives of the study were to 1) study the identity initiation and signification of the Thai Song Dum style in Bang Len and Kamphaeng Saen Districts, Nakhon Pathom Province, 2) study and synthesize the concept of how to establish added value of Thai Song Dum woven fabric products, 3) develop product patterns from Thai Song Dum woven fabrics following the creative economy concept, and 4) examine the product concepts from Thai Song Dum woven fabrics developed by investigating the identity and meaning recognitions of targeted customers. Population and samples in this study were 1) Thai Song Dum people in Phai Hu Chang Subdistrict, Bang Len District and Don Khoi Subdistrict, Kamphaeng Saen District, Nakhon Pathom, 2) 150 customers to investigate the need of Thai Song Dum product types, 3) 150 customers to study the new product test, and 4) 3 woven-product design experts. The research tools were structured interview and questionnaires. An analysis was performed by descriptive statistics, e.g., frequency, percentage, mean, and standard deviation. As for qualitative investigation, content analysis was carried out. The results revealed that;

1) Woven fabrics and apparels of Thai Song Dum people were the uniqueness of Thai Song Dum ethnic group; black fabrics have been used both in everyday activities and in rituals. It, eventually, was the identity of Thai Song Dum people. Garments of Thai Song Dum people were basically woven from black fabrics, together with few colors and decorations. The decorations found on Thai Song Dum woven fabrics reflected their lifestyles, thoughts, beliefs, values, and originations of cultures, along with important historical events affecting their ways of life. These inspired the weavers to embellish Thai Song Dum fabrics. The study of decorations on Thai Song Dum woven fabrics disclosed that some were inherited from their ancestors, other were newly invented and modernized. Decorations on Thai Song Dum woven fabrics were categorized into 3 groups: plants, animals, and mixed styles. The implication of Thai Song Dum woven fabrics was performed by the coloration. Different colors conveyed different meanings; indigo or black signified the repression of migrating to be the minority in Thailand.

2) A study and synthesis of establishing added value of Thai Song Dum woven fabrics disclosed that the designers were required to consider the principles of design. First was function, especially psychological function. It had to please and satisfy the customers, such as outstanding decorative styles and elegant appearances. Besides,

practical function, which was directly beneficial to the end users, should also be considered. Second, identity maintenance and signification of decorations and colorations according to Thai Song Dum's beliefs. Due to meager decorations and limited colors of Thai Song Dum style, product design must be cautious, especially in terms of the identity maintenance and the difference in cultures of different areas. Accordingly, the designers should have a number of information relevant to history, meanings, and utilization of the decorations of Thai Song Dum style so that the confusion of using each decoration would not take place.

3) The desire of Thai Song Dum woven fabrics of targeted customers from 5 areas revealed that most found out what the problems of Thai Song Dum woven fabrics were (1) remote selling location, (2) few items, (3) obsolete style, (4) less utilization, (5) inappropriate price, and (6) difficult to preserve. Nevertheless, most of the clients were considerably satisfied by Thai Song Dum woven fabrics in a holistic manner. Top five of Thai Song Dum woven fabric products according to customers' need were backrest pillows, napkin boxes, lady's bags, shirts, and pants, respectively. In addition to customers' point of view, the price of Thai Song Dum woven fabrics which customers were willing to pay was 201-300 THB per piece. Backrest pillows, napkin boxes, lady's bags, and clothes, in the present study, were designed by the authors from outstanding weaving and sewing styles of Thai Song Dum people. Major styles were made as Dok Prom, Kho Kood, and Jasmine styles. They were all modernized but remained its identity and signification.

4) The examination of product concepts of Thai Song Dum woven fabrics developed by the study of identity and meaning recognition of targeted customers, together with such examination from the experts led to the synopses of Thai Song Dum woven fabric patterns following economy concepts:

4.1 Backrest pillows – the most suitable patterns were type 1 and 2 which both customers and experts satisfied them the most. In addition, decorations and colorations well represented the uniqueness of Thai Song Dum woven fabrics, emphasizing on blue, white, and black products.

4.2 Napkin boxes – the most appropriate patterns were type 1, 3, and 4. Experts commented that type 1 had an interesting pattern. Type 3 was very attractive to the targeted customers, even though its pattern was rather ordinary. Besides, the outstanding patterns of type 4 were its decorations and colors which well represented the uniqueness of Thai Song Dum style.

4.3 Lady's bags – the most satisfactory patterns for the customers were type 2 and 3. This corresponded to the expert's opinion that they possessed the elegant pattern, well decoration, and the identity of Thai Song Dum style.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกรมส่งเสริมวัฒนธรรม ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๔

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ การตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ดร.อุดมสมพร นางขวัญยืน ทองดอนจุย และอาจารย์เมตตา แซ่ฮ่วย ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ส่งผลให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลิต ชัยครรชิต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ และคุณพรรณฉวี ประยูรพรหม ที่ได้ให้คำแนะนำในการทำวิจัยเรื่องนี้ ส่งผลให้งานวิจัยเรื่องนี้มีคุณภาพสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

คณะผู้วิจัย

ธันวาคม ๒๕๕๔

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
คำถามหลักในการวิจัย	๓
วัตถุประสงค์การวิจัย	๓
ขอบเขตการวิจัย	๓
นิยามศัพท์	๓
กรอบแนวคิดในการวิจัย	๔
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๕
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	๖
ความเป็นมาของชาวไทยทรงดำ	๖
วัฒนธรรมผ้าทอ ลวดลาย และสีของผ้าไทยทรงดำ	๑๒
แนวคิดเรื่องเอกลักษณ์ชุมชน	๒๒
แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม	๒๔
ทฤษฎีสัญญาวิทยา	๒๖
ทฤษฎีสัมพันธสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction Theory)	๓๑
แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)	๓๓
แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)	๔๗
แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์	๕๑
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๕๒
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย	๕๖
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	๕๖
วิธีการดำเนินการวิจัย	๕๖
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๕๙
การตรวจสอบข้อมูล	๕๙
การวิเคราะห์ข้อมูล	๕๙

บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	๖๑
ตอนที่ ๑ การศึกษาการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลาย ผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลน และอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม	๖๑
ตอนที่ ๒ การศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ผ้าทอไทยทรงดำ	๑๑๒
ตอนที่ ๓ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	๑๒๐
ตอนที่ ๔ การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษา การรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	๑๓๒
บทที่ ๕ สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	๑๔๗
สรุปผลการวิจัย	๑๔๗
อภิปรายผลการวิจัย	๑๕๕
ข้อเสนอแนะในการวิจัย	๑๕๗
บรรณานุกรม	๑๕๙
ภาคผนวก	๑๖๒
ผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบรูปแบบผลิตภัณฑ์	๑๖๓
ผนวก ข รายชื่อผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์	๑๖๔
ผนวก ค แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	๑๖๕
ผนวก ง แบบสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ	๑๖๙
ผนวก จ แบบทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) สำหรับกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย	๑๗๒
ผนวก ฉ แบบทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) สำหรับผู้เชี่ยวชาญ	๑๗๗
ประวัติผู้วิจัย	๑๘๕

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ ๓ - ๑ แสดงวิธีการดำเนินการวิจัย	๕๘
ตารางที่ ๔ - ๑ แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	๑๒๐
ตารางที่ ๔ - ๒ แสดงการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบันของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	๑๒๑
ตารางที่ ๔ - ๓ แสดงปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบัน	๑๒๓
ตารางที่ ๔ - ๔ แสดงความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบัน	๑๒๓
ตารางที่ ๔ - ๕ แสดงความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ	๑๒๔
ตารางที่ ๔ - ๖ แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	๑๒๘
ตารางที่ ๔ - ๗ แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	๑๓๒
ตารางที่ ๔ - ๘ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิง	๑๓๓
ตารางที่ ๔ - ๙ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชู	๑๓๔
ตารางที่ ๔ - ๑๐ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรี	๑๓๕
ตารางที่ ๔ - ๑๑ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า	๑๓๖
ตารางที่ ๔ - ๑๒ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภท	๑๓๖
ตารางที่ ๔ - ๑๓ แสดงร้อยละของความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภทของ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	๑๓๗
ตารางที่ ๔ - ๑๔ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิง	๑๓๗
ตารางที่ ๔ - ๑๕ แสดงความคิดเห็นอื่นๆ ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิง	๑๓๘
ตารางที่ ๔ - ๑๖ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชู	๑๓๙
ตารางที่ ๔ - ๑๗ แสดงความคิดเห็นอื่นๆ ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชู	๑๓๙
ตารางที่ ๔ - ๑๘ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรี	๑๔๐
ตารางที่ ๔ - ๑๙ แสดงความคิดเห็นอื่นๆ ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรี	๑๔๑
ตารางที่ ๔ - ๒๐ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า	๑๔๒
ตารางที่ ๔ - ๒๑ แสดงความคิดเห็นอื่นๆ ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า	๑๔๒
ตารางที่ ๔ - ๒๒ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภท	๑๔๓
ตารางที่ ๔ - ๒๓ แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	๑๔๔

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ ๑ - ๑ แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	๔
ภาพที่ ๒ - ๑ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างของจริง - ตัวหมาย - ตัวหมายถึง	๒๙
ภาพที่ ๒ - ๒ แสดงรหัสการนับญาติของสังคมไทย	๓๑
ภาพที่ ๒ - ๓ แสดงแบบจำลองของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ตามแนวคิดของบลูมเมอร์	๓๒
ภาพที่ ๒ - ๔ แสดงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	๔๙
ภาพที่ ๔ - ๑ แสดงลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชาวไทยทรงดำในตำบลไผ่หูช้าง	๖๓
ภาพที่ ๔ - ๒ แสดงลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชาวไทยทรงดำหมู่บ้านดอนทอง	๖๔
ภาพที่ ๔ - ๓ แสดงภาพครอบครัวของปู่ช้าว หรือนายฮอด ทองดอนน้อย	๖๕
ภาพที่ ๔ - ๔ แสดงวิถีชีวิตของชาวไทยทรงดำ	๖๕
ภาพที่ ๔ - ๕ แสดงลักษณะการเช่นไหว้บรรพบุรุษของชาวไทยทรงดำ	๖๖
ภาพที่ ๔ - ๖ แสดงลักษณะบ้านชาวไทยทรงดำในอดีต	๖๖
ภาพที่ ๔ - ๗ แสดงการประกอบอาชีพของชาวไทยทรงดำในปัจจุบัน	๖๗
ภาพที่ ๔ - ๘ แสดงภาพหญิงชาวไทยโซ่งกำลังตำพริกแกงไว้ใช้ในงานประเพณีเสนเรือน	๖๘
ภาพที่ ๔ - ๙ แสดงหนังสือลายลักษณ์อักษรเป็นภาษาไทยคำ	๖๘
ภาพที่ ๔ - ๑๐ แสดงการแต่งกายในชุดอยู่บ้านและทำงานบ้านของไทยโซ่งไผ่หูช้าง	๖๙
ภาพที่ ๔ - ๑๑ แสดงการแต่งกายและไว้ผมของชายหญิงไทยทรงดำในงานพิธี	๖๙
ภาพที่ ๔ - ๑๒ แสดงการแต่งกายและไว้ผมของชายหญิงไทยทรงดำในปัจจุบันในงานพิธี	๗๐
ภาพที่ ๔ - ๑๓ แสดงทรงผมของชาวไทยทรงดำ	๗๐
ภาพที่ ๔ - ๑๔ แสดงพิธีการเสนเรือนของผู้ตัวไทยโซ่งบ้านไผ่หูช้าง (หมอลำคือปู่เพียร)	๗๒
ภาพที่ ๔ - ๑๕ แสดงพิธีการเสนเรือนของผู้ตัวไทยโซ่งบ้านไผ่หูช้าง	๗๒
ภาพที่ ๔ - ๑๖ แสดงการป่าดงข้าวใหม่โดยนำของไปเช่นไหว้ในกะล่อห้อง (ห้องผี)	๗๓
ภาพที่ ๔ - ๑๗ แสดงการแต่งงานของหญิงสาวไผ่หูช้างกับชายหนุ่มเพชรบุรีซึ่งจัดพิธีที่บ้านไผ่หูช้าง	๗๔
ภาพที่ ๔ - ๑๘ แสดงสาวเป่เหล็บ (หญิงสาวทำหน้าที่สะพายกะเหล็บใส่ของ) ในพิธีแต่งงาน	๗๔
ภาพที่ ๔ - ๑๙ แสดงแม่ดทำพิธีเสนตัว	๗๕
ภาพที่ ๔ - ๒๐ แสดงการทำนกกหงส์เพื่อส่งวิญญาณไปเมืองฟ้า (ในพิธีงานศพ)	๗๖
ภาพที่ ๔ - ๒๑ แสดงหมอลำพิธีบอกทางวิญญาณไปเมืองแฉง (เมืองฟ้า)	๗๖
ภาพที่ ๔ - ๒๒ แสดงการผสมผสานความเชื่อเรื่องผีกับพระพุทธศาสนาของไทยโซ่งในพิธีงานศพ	๗๖
ภาพที่ ๔ - ๒๓ แสดงศาลเจ้าพ่อบ้านไผ่หูช้าง	๗๘
ภาพที่ ๔ - ๒๔ แสดงการรำแคนในงานประเพณีไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้าง	๗๙
ภาพที่ ๔ - ๒๕ แสดงลักษณะผ้าชิ้นลายแดงโม	๘๑
ภาพที่ ๔ - ๒๖ แสดงลักษณะผ้าขาวม้าทอมือ	๘๒
ภาพที่ ๔ - ๒๗ แสดงลักษณะของเสื้อน้อยและเสื้อซ้อนของชาวไทยทรงดำในยุคปัจจุบัน	๘๒
ภาพที่ ๔ - ๒๘ แสดงลักษณะของส้วงก้อมหรือกางเกงขาสั้น	๘๓

ภาพที่ ๔ - ๒๙ แสดงลักษณะของผ้าเปียวหรือผ้าสไบ	๘๓
ภาพที่ ๔ - ๓๐ แสดงลักษณะเสื้อกั๊กผู้ชาย	๘๔
ภาพที่ ๔ - ๓๑ แสดงลักษณะเสื้อกั๊กผู้หญิง	๘๕
ภาพที่ ๔ - ๓๒ ลักษณะเสื้อฮีผู้ชาย	๘๖
ภาพที่ ๔ - ๓๓ แสดงลักษณะเสื้อฮีของผู้หญิงด้านนอกและด้านใน	๘๗
ภาพที่ ๔ - ๓๔ แสดงลักษณะเสื้อไต	๘๗
ภาพที่ ๔ - ๓๕ แสดงลักษณะหลวมหรือกระเป๋าคาดเอว	๘๘
ภาพที่ ๔ - ๓๖ แสดงลักษณะหมอนของชาวไทยทรงดำ	๘๙
ภาพที่ ๔ - ๓๗ แสดงลักษณะถุงย่ามหรือถุงผ้าฝ้ายมีสายสะพาย	๘๙
ภาพที่ ๔ - ๓๘ แสดงลักษณะมุ้งของชาวไทยทรงดำใช้ในพิธีแต่งงาน	๘๙
ภาพที่ ๔ - ๓๙ แสดงลักษณะลวดลายแตงโม	๙๑
ภาพที่ ๔ - ๔๐ แสดงลักษณะลวดลายดอกผักแว่น	๙๑
ภาพที่ ๔ - ๔๑ แสดงลักษณะลายดอกจัน	๙๑
ภาพที่ ๔ - ๔๒ แสดงลักษณะลายดอกพรม	๙๒
ภาพที่ ๔ - ๔๓ แสดงลักษณะลายขาบัว (ดอกบัว)	๙๒
ภาพที่ ๔ - ๔๔ แสดงลักษณะลายขอกูด	๙๒
ภาพที่ ๔ - ๔๕ ลักษณะลายดอกมะลิปักบนหน้าหมอน	๙๓
ภาพที่ ๔ - ๔๖ แสดงลักษณะลายม้าบนเครื่องจักรสาน	๙๓
ภาพที่ ๔ - ๔๗ แสดงลวดลายหน้าหมอนของชาวไทยทรงดำ	๙๔
ภาพที่ ๔ - ๔๘ ผ้าทอลายแตงโม	๙๖
ภาพที่ ๔ - ๔๙ ผ้ามัดย้อมมัดหมี่	๙๖
ภาพที่ ๔ - ๕๐ ผ้าทอมัดหมี่	๙๖
ภาพที่ ๔ - ๕๑ ผ้าขาวม้า	๙๗
ภาพที่ ๔ - ๕๒ ผ้าพื้นปักด้วยลายดอกเปียว	๙๗
ภาพที่ ๔ - ๕๓ กระเป๋าสะพายข้างจำหน่ายในหมู่บ้านท่องเที่ยวไผ่หุซ้าง	๙๗
ภาพที่ ๔ - ๕๔ ย่ามจำหน่ายในหมู่บ้านท่องเที่ยวไผ่หุซ้าง	๙๘
ภาพที่ ๔ - ๕๕ กระเป๋าผ้าไทยทรงดำจำหน่ายในหมู่บ้านท่องเที่ยวไผ่หุซ้าง	๙๘
ภาพที่ ๔ - ๕๖ ผลิตภัณฑ์หมอนไทยทรงดำ	๙๘
ภาพที่ ๔ - ๕๗ หมอนไทยทรงดำเพื่อจำหน่าย	๙๙
ภาพที่ ๔ - ๕๘ ของใช้เบ็ดเตล็ดประดับลวดลายดอกพรม	๙๙
ภาพที่ ๔ - ๕๙ ตุ๊กตาประดับลวดลายดอกพรม	๙๙
ภาพที่ ๔ - ๖๐ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่จำหน่ายในหมู่บ้าน	๑๐๐
ภาพที่ ๔ - ๖๑ ผ้าทอลวดลายต่างๆ ในหมู่บ้านไผ่หุซ้าง	๑๐๐
ภาพที่ ๔ - ๖๒ นางสิ่งแวดล้อม ทองยอดเครื่อง	๑๐๑
ภาพที่ ๔ - ๖๓ คุณมา รอดเจริญพันธ์ ประธานกลุ่มทอผ้าสตรีบ้านไผ่หุซ้าง	๑๐๑
ภาพที่ ๔ - ๖๔ ด้ายที่ใช้ในการทอผ้า	๑๐๓

ภาพที่ ๔ - ๖๕ การทอผ้า ๔ ตะกอ (เขา)	๑๐๓
ภาพที่ ๔ - ๖๖ การทอผ้าลายแดงโม	๑๐๔
ภาพที่ ๔ - ๖๗ ผ้าซิ่นลายแดงโม	๑๐๔
ภาพที่ ๔ - ๖๘ แสดงอุปกรณ์การทอเส้นไหมและฝ้าย	๑๐๔
ภาพที่ ๔ - ๖๙ แสดงการร้อยพันหวี (ฟืม)	๑๐๕
ภาพที่ ๔ - ๗๐ แสดงการเตรียมด้ายพุ่ง	๑๐๕
ภาพที่ ๔ - ๗๑ แสดงการทอผ้าด้วยกี่พุ่ง (โบราณ)	๑๐๖
ภาพที่ ๔ - ๗๒ แสดงการทอผ้าด้วยกี่กระตุก (ปัจจุบัน)	๑๐๖
ภาพที่ ๔ - ๗๓ แสดงการขึ้นด้ายเพื่อทอตีนผ้าซิ่น	๑๐๖
ภาพที่ ๔ - ๗๔ แสดงที่ทอตีนซิ่นลายแดงโม	๑๐๗
ภาพที่ ๔ - ๗๕ แสดงการทอตีนซิ่นลายแดงโม	๑๐๗
ภาพที่ ๔ - ๗๖ แสดงการทอตีนซิ่นลายแดงโม	๑๐๗
ภาพที่ ๔ - ๗๗ แสดงการวัดระยะห่างผ้าซิ่นลายแดงโม	๑๐๘
ภาพที่ ๔ - ๗๘ แสดงการใช้ผ้าปะลวดลายต่างๆ	๑๐๘
ภาพที่ ๔ - ๗๙ แสดงการปะผ้าเป็นลวดลายทั้งด้านหน้าและหลัง	๑๐๙
ภาพที่ ๔ - ๘๐ แสดงการปักและปะผ้าเป็นลวดลายเพื่อประดับตกแต่ง	๑๐๙
ภาพที่ ๔ - ๘๑ แสดงกลุ่มหัตถกรรมผ้าทอมือไทยทรงดำบ้านดอนทอง	๑๐๙
ภาพที่ ๔ - ๘๒ แสดงพิพิธภัณฑ์ไทยทรงดำไผ่หู่ช้าง	๑๑๐
ภาพที่ ๔ - ๘๓ เยาวชนในหมู่บ้านเรียนรู้การทอผ้า	๑๑๐
ภาพที่ ๔ - ๘๔ แสดงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือไทยทรงดำ	๑๑๐
ภาพที่ ๔ - ๘๕ แสดงลวดลายดอกพรม ลายขอกูด ลายดอกบัว และลายดอกมะลิ (แบบเดิม)	๑๒๖
ภาพที่ ๔ - ๘๖ แสดงลวดลายดอกพรม ลายขอกูด ลายดอกบัว และลายดอกมะลิ (แบบเดิมใหม่)	๑๒๗

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การทอผ้าเป็นหัตถกรรมและศิลปะอย่างหนึ่งที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ เนื่องจากการทอผ้าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของมนุษย์ เพราะถือเป็นการผลิตเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่สำคัญของมนุษย์ นอกจากนี้การทอผ้ายังถือเป็นการศิลปะประเภทหนึ่ง เนื่องจากการทอผ้าในแต่ละกลุ่มชนล้วนมีรูปแบบลวดลายของผืนผ้าที่แตกต่างกัน ซึ่งรูปแบบและลวดลายบนผืนผ้าจะบ่งบอกเรื่องเล่าหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่ผ่านระยะเวลาที่ยาวนาน รวมทั้งยังบ่งบอกถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรม ความเชื่อ ความเป็นมาของกลุ่มชนนั้นๆ โดยลวดลายและสัญลักษณ์เหล่านี้ บางลายก็มีชื่อเรียกสืบต่อกันมาหลายชั่วคน บางลวดลายก็มีชื่อเป็นภาษาท้องถิ่น ซึ่งไม่เป็นที่เข้าใจของคนไทยในภาคอื่นๆ เช่น ลายเอี้ย ลายบักจัน ฯลฯ บางชื่อก็เรียกกันมาโดยไม่รู้ประวัติ เช่น ลายแมงมุม ลายปลาหมึก ซึ่งแม้แต่ผู้ทอก็อธิบายไม่ได้ว่าทำไมจึงเรียกชื่อนั้น บางลวดลายก็มีผู้ตั้งชื่อให้ใหม่ เช่น ลาย "ขอพระเทพ" เป็นต้น นอกจากนี้สัญลักษณ์และลวดลายบางอย่างก็เชื่อมโยงกับคติและความเชื่อของคนไทยพื้นบ้านที่นับถือสืบต่อกันมาหลายๆ ชั่วอายุคน และยังสามารถเชื่อมโยงกับลวดลายที่ปรากฏอยู่ในศิลปะอื่นๆ เช่น บนจิตรกรรมฝาผนัง และสถาปัตยกรรม หรือบางทีก็มีกล่าวถึงในตำนานพื้นบ้านและในวรรณคดี เป็นต้น และบางลวดลายก็เป็นคติร่วมกับความเชื่อสากลและปรากฏอยู่ในศิลปะของหลายชาติ เช่น ลายขอหรือลายกันหอย เป็นต้น ซึ่งนับว่าเป็นลายเก่าแก่แต่โบราณของหลายๆ ประเทศทั่วโลก ซึ่งหากเรารู้จักสังเกตและศึกษาเปรียบเทียบแล้วก็จะเข้าใจลวดลายและสัญลักษณ์ในผ้าพื้นเมืองของไทยได้มากขึ้น และมองเห็นคุณค่าได้ลึกซึ้งขึ้น (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ ๒๑)

ในปัจจุบันการทอผ้าพื้นบ้านพื้นเมืองหลายแห่งยังคงทอลวดลายแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะในชุมชนที่มีเชื้อสายชาติพันธุ์บางกลุ่มที่กระจายตัวกันอยู่ในภาคต่างๆ ของประเทศไทย โดยการทอผ้าในภาคกลางตอนล่าง (จังหวัดอุทัยธานี ชัยนาท สุพรรณบุรี สระบุรี ลพบุรี นครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี ฯลฯ) ซึ่งมีกลุ่มชนชาวไทยยวนและชาวไทยลาวอพยพไปตั้งถิ่นฐานอยู่ในช่วงต่างๆ ของประวัติศาสตร์ไทย โดยเฉพาะพวกไทยลาวนั้นมีหลายเผ่า เช่น พวน โข่ง ผู้ไท ครั่ง ฯลฯ ซึ่งอพยพย้ายถิ่นเข้ามา พวกไทยลาวนี้ยังรักษาวัฒนธรรมและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นไว้ได้ โดยเฉพาะลวดลายที่ตกแต่งบนผืนผ้าซึ่งจะมีลักษณะและสีสันแตกต่างกัน

ชาวไทยทรงดำเป็นชนกลุ่มหนึ่งในอดีตได้อพยพมาจากเมืองแกงลุ่มแม่น้ำดำและแม่น้ำแดงในประเทศเวียดนามเหนือ ได้มีการอพยพเข้ามาหลายครั้ง อันเป็นผลมาจากศึกสงครามในช่วงสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี จนถึงรัชกาลที่ ๕ แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ชาวไทยทรงดำหรือลาวโห่งที่เข้ามา ก็จะมาตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนที่มีลักษณะคล้ายกับท้องถิ่นของตนเองในจังหวัดเพชรบุรีก่อน จากนั้นมาก็ได้ขยายไปอยู่ตามจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดสุพรรณบุรี นครปฐม ชัยนาท นครสวรรค์ พิษณุโลก และพิจิตร เป็นต้น ซึ่งแต่เดิมชาวไทยทรงดำนิยมผลิตเครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ ด้วยตนเอง อันมีงานหัตถกรรมที่โดดเด่นคือ การทอผ้า ที่แต่เดิมจะเริ่มตั้งแต่การปลูกพืชเลี้ยงไหมเพื่อผลิตเส้นใยและทอผ้าเอง โดยการทอผ้านั้นเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาวไทยทรงดำอย่างแน่นแฟ้น เป็นการทอผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่ม มีความโดดเด่น

เด่นในเรื่องของลวดลายการทอ การตกแต่งผ้าด้วยการปักผ้า และการปะผ้าที่ไม่เหมือนที่อื่น โดยเน้นการใช้ผ้าสีดำเป็นหลัก ซึ่งยังคงรักษาดั้งเดิมไว้ ดังนั้นการทอผ้าไทยทรงดำจึงเป็นผลงานที่มีคุณค่าที่บรรพบุรุษได้ประดิษฐ์และสืบทอดจากบรรพบุรุษสู่ลูกหลาน โดยกลุ่มไทยทรงดำนั้นได้กระจายอยู่ทั่วไปโดยเฉพาะในภาคกลาง จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งที่ชาวไทยทรงดำอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นจำนวนมาก โดยกระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ หลายแห่ง เช่น อำเภอกำแพงแสน อำเภอบางเลน เป็นต้น

ทั้งนี้การทอผ้าและเครื่องแต่งกายของชาวไทยทรงดำแสดงถึงวัฒนธรรมประเพณี คติความเชื่อต่างๆ ในการดำรงชีวิตประจำวัน ลักษณะที่โดดเด่น คือ การแต่งกายด้วยเสื้อผ้าสีดำทั้งชายและหญิง โดยเฉพาะผู้หญิงจะนุ่งผ้าซิ่นที่เรียกว่า ซิ่นแตงโม มีลักษณะการทอจากฝ้ายย้อมครามสอด้วยไหมสีแดง ที่ตัวซิ่นมีลายเส้นสีขาว ปัจจุบันนิยมใช้สีฟ้า เป็นลายเส้นคู่ และเส้นเดี่ยว ซึ่งผ้าซิ่นมีคติความเชื่อว่า เมื่อผ้ากระทบกับแสงแดดจะเกิดประกายเหลือบสีแดง เป็นการระลึกถึงของหญิงชาวไทยทรงดำที่มีต่อฝ่ายชายเมื่อออกไปทำงานนอกพื้นที่เป็นเวลานานๆ เป็นการบอกความในใจ โดยไม่ได้พูดกันตรงๆ การนุ่งผ้าซิ่นลายแตงโมจะใส่กับเสื้อก้อม ส่วนเสื้อฮีจะใส่เมื่อมีพิธีการ ฝ่ายชายจะมีกางเกงสีดำขลิบ เรียกว่า กางเกงส้วงฮี ใส่กับเสื้อก้อม และเสื้อฮีเหมือนกัน ผลิตภัณฑ์ของชาวไทยทรงดำส่วนใหญ่จะเป็นเสื้อผ้า ข้าวของเครื่องใช้ ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้ กลุ่มผู้ซื้อมักเป็นกลุ่มชาวไทยทรงดำด้วยกัน ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวมีน้อยที่จะซื้อไปเป็นของที่ระลึกบ้าง โดยผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะแสดงถึงวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำอย่างชัดเจน จากการใช้สีและลวดลายการปักและปะผ้าสีต่างๆ เช่น สีแดง สีส้ม สีเขียว สีเหลือง และสีขาว เป็นต้น ส่วนลายที่ทำเป็นลายเฉพาะของกลุ่ม เช่น ลายดอกจัน ลายขอกูด ลายดอกแปด ฯลฯ

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันการทอผ้าของชาวไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เริ่มจางหายไป เนื่องจากบริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม อิทธิพลของการศึกษาและการสื่อสารที่พัฒนาขึ้น การมีเสื้อผ้าราคาถูกที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมเข้ามาจำหน่ายมากขึ้น และในปัจจุบันชาวไทยทรงดำมีความสนใจที่ประกอบอาชีพอื่นๆ นอกภาคเกษตรมากขึ้นเรื่อยๆ จึงมีผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) และวัฒนธรรมของชุมชนไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐมเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในเรื่องการทอผ้าที่ลดน้อยลง ดังจะเห็นได้จากชาวไทยทรงดำรุ่นหนุ่มสาวในปัจจุบันที่แต่งกายตามสมัยนิยม ไม่ได้นุ่งผ้าซิ่นหรือใส่ผ้าทอของไทยทรงดำอีกต่อไป จะมีเพียงผู้สูงอายุเท่านั้นที่ยังคงใส่ผ้าทอไทยทรงดำอยู่

ดังนั้นเพื่อเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดการทอผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ไม่ให้เสื่อมสลายไปตามสภาพสังคมและกาลเวลา ดังที่ วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (๒๕๓๐) ได้ให้แนวคิดในการสืบสานและดำรงอยู่ของศิลปหัตถกรรมไว้ว่า ท้องถิ่นใดที่สามารถนำงานมาส่งเสริมให้เป็นสินค้าได้ จึงเป็นการเท่ากับสืบทอดและฟื้นฟูฝีมือด้านศิลปหัตถกรรมดั้งเดิม และที่สำคัญเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุที่เป็นทรัพยากรท้องถิ่นซึ่งมีอยู่เดิมแล้ว แต่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่า ต่อเมื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าของที่ระลึก ก็จะได้ราคาดี เพราะนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง รวมทั้งเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับแรงงานท้องถิ่น ซึ่งว่างงานหรืออาจว่างงานในฤดูเก็บเกี่ยวนั้น

คณะผู้วิจัยจากคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นหน่วยงานทางการศึกษา ที่รับผิดชอบดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางวิชาการเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและสังคม อันรวมถึงการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายการค้นคว้าและงานวิจัย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและสังคม จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐม ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของผ้าทอไทยทรงดำไว้ได้ อันจะทำให้ผ้าทอไทยทรงดำสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันที่มีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปได้ในหลายรูปแบบ ซึ่งจะทำให้การทอผ้าของชาวไทยทรงดำสามารถเป็นอาชีพเสริมที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสำหรับชาวไทยทรงดำต่อไปได้ อันจะเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดการทอผ้าของชาวไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ไม่ให้เสื่อมสลายไปได้

คำถามหลักในการวิจัย

การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร?

วัตถุประสงค์การวิจัย

(๑) เพื่อศึกษาการสร้างเอกลักษณ์ การสื่อความหมาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ของลวดลายผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

(๒) เพื่อศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ

(๓) เพื่อพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(๔) เพื่อทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐมตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย

(1) หมู่บ้านไทยทรงดำในตำบลไผ่ซำ อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

(2) หมู่บ้านไทยทรงดำในตำบลดอนข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

๑. กลุ่มชาวไทยทรงดำในตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน และตำบลดอนข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยมุ่งศึกษาที่ผู้นำชุมชน ราษฎรชาวบ้าน ชาวบ้าน และครูประจำโรงเรียนในพื้นที่
๒. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการศึกษาความต้องการชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ คือนักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ จำนวน ๑๕๐ คน
๓. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) คือนักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ จำนวน ๑๐๐ คน
๔. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ จำนวน ๓ คน

นิยามศัพท์

ชาวไทยทรงดำ หมายถึง ชาวไทยในตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน และตำบลดอนข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ที่มีวัฒนธรรมการแต่งกายด้วยสีดำหรือครามเข้ม อันมีลักษณะที่เด่นกว่าชาวไทยกลุ่มอื่น

ผ้าทอไทยทรงดำ หมายถึง ผ้าที่ชุมชนไทยทรงดำในตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน และตำบลดอนข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ที่ทอขึ้นโดยใช้กี่กระตุก มีความโดดเด่นในเรื่องของลวดลายการทอ การตกแต่งผ้าด้วยการปักผ้า และการปะผ้าที่ไม่เหมือนที่อื่น โดยเน้นการใช้ผ้าสีดำเป็นหลัก

เอกลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเด่นของสังคมที่เห็นได้ชัด ซึ่งแตกต่างไปจากสังคมอื่น เพราะเกิดจากการสั่งสมของวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีมาเป็นเวลาช้านาน ซึ่งในที่นี้หมายถึงเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำ ที่เกิดจากวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำ

การสื่อความหมายเอกลักษณ์ หมายถึง การถ่ายทอดเอกลักษณ์และความหมายของลวดลายผ้าทอไทยทรงดำไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ทุนวัฒนธรรม หมายถึง ทุนที่เกิดขึ้นจากการที่คนได้นำเอาวัฒนธรรมประเพณีของตนมาแปรรูปเป็นสินค้าเพื่อนำเสนอสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งในที่นี้หมายถึง เอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำเพื่อนำมาใช้เป็นทุนทางวัฒนธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

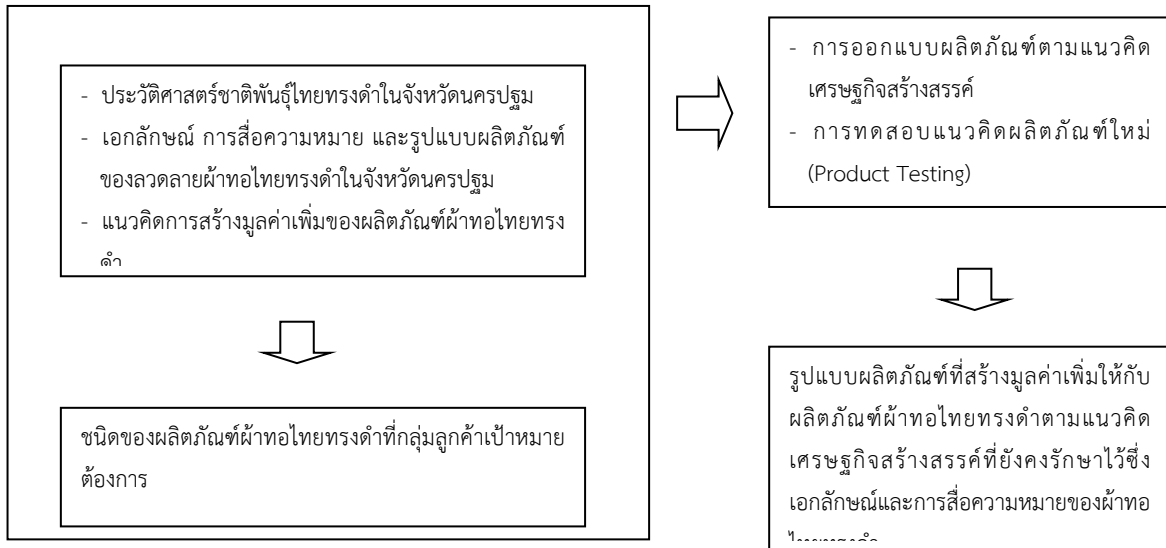
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ดีขึ้น โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าไปในสายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ และผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ในสายผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีลักษณะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ โดยสามารถสนองความต้องการเดิม หรือความต้องการใหม่ของผู้ซื้อได้

การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง วิธีการต่างๆ ที่ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยเกิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หมายถึง การแสดงความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่พัฒนาขึ้นมาเป็นต้นแบบในด้านต่างๆ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งความ

คิดเห็นที่มีต่อการออกแบบ รูปแบบ ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย และการสื่อความหมายเอกลักษณ์ของ ลวดลายผ้าทอไทยทรงดำ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ ๑ - ๑ แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(๑) ผลการศึกษาทำให้ได้ทราบถึงเอกลักษณ์ การสื่อความหมาย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของ ลวดลายผ้าทอไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

(๒) ผลการศึกษาทำให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำใน อำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

(๓) ผลการศึกษาทำให้ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำตาม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของผ้าทอไทยทรงดำ ซึ่ง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งยังเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดการทอผ้า ไทยทรงดำและทำให้การทอผ้าสามารถเป็นอาชีพเสริมที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจได้

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสาระสำคัญของงานวิจัยที่มีการเผยแพร่ในรูปแบบต่างๆ โดยจะได้ศึกษาอย่างหลากหลายและครอบคลุมเนื้อหาสาระของงานวิจัยโดยละเอียด ดังนี้

๑. ความเป็นมาของชาวไทยทรงดำ
๒. วัฒนธรรมผ้าทอ ลวดลาย และสีของผ้าไทยทรงดำ
๓. แนวคิดเรื่องเอกลักษณ์ชุมชน
๔. แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม
๕. ทฤษฎีสัญญาวิทยา
๖. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ (Symbolic Interaction Theory)
๗. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)
๘. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)
๙. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
๑๐. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ความเป็นมาของชาวไทยทรงดำ

๑.๑ ประวัติความเป็นมาของชาวไทยทรงดำ

ไทยทรงดำ เป็นชาวไทสาขาหนึ่ง ซึ่งมีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไปหลายชื่อ เช่น ลาวโซ่ง ลาวซ่ง ลาวทรงดำ ไทยโซ่ง ไทยดำ ไทยซ่งดำ ไตดำ ไตซ่งดำ ผู้ไทยดำ (อัญญา พานิช, ๒๕๓๗) แต่มีผู้ให้ความคิดเห็นถึงการเรียกชื่อชนกลุ่มนี้ที่อาศัยอยู่นอกประเทศไทยว่า “ไทดำ” หรือ “ผู้ไทดำ” (Black Tai) เพราะนิยมสวมเสื้อสีดำล้วน เมื่อชาวไทยกลุ่มนี้อพยพเข้ามาในประเทศไทยก็เรียกว่า “ลาวโซ่ง” หรือ “ไทยทรงดำ” (สมทรง บุรุษพัฒน์, ๒๕๔๐) ซึ่งเห็นชัดเจนในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้เรียกว่า “ไทย” นำหน้าชื่อกลุ่มชนหรือกลุ่มภาษา เพื่อการเน้นถึงความเป็นชาติและความเป็นไทย จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์และข้อมูลทางภาษาศาสตร์ มีความเห็นพ้องกันว่าควรพิจารณาคำนำหน้าชื่อภาษาไทยถิ่นต่างเหล่านี้ใหม่ ตามกลุ่มภาษาที่แท้จริง คือ กลุ่มภาษาลาวก็ควรใช้คำนำหน้าชื่อว่า “ลาว” ได้แก่ ลาวใต้ ลาวเวียง และลาวครั้ง กลุ่มภาษาไทยก็ควรใช้คำนำหน้าว่า “ไทย” ได้แก่ ภาษาไทดำ และไทยวน (วิภาวรรณ อยู่เย็น, ๒๕๒๘)

ไทยทรงดำเดิมตั้งบ้านเมืองอยู่ตั้งแต่บริเวณ มณฑลลาวงสี ยูนนาน ตังเกี๋ย ลุ่มแม่น้ำดำและแม่น้ำแดง (ถวิล เกษรราช, ๒๕๑๒) จนถึงแคว้นสิบสองจุไท เมืองที่ตั้งอยู่ในบริเวณดังกล่าวนี้ได้แก่เมืองแฉง (แฉง

หรือทนต์) เมืองกวายหรือเมืองกาย เมืองเติ๊ก เมืองม่วนหรือเมืองเจียน เมืองลา เมืองมุน เมืองลอ และเมืองซาง โดยมีเมืองแกลงเป็นศูนย์กลางการปกครองตนเองอย่างอิสระ เมืองของไทยทรงดำเหล่านี้เคยตกอยู่ใต้อำนาจของลาว จีน และเวียดนาม จึงทำให้เจ้าเมืองต้องส่งเครื่องบรรณาการไปผูกไมตรีกับสามประเทศนี้ เพื่อป้องกันการรุกรานและรับความคุ้มครอง ดินแดนแคว้นสิบสองจุไทนี้จึงเรียกกันว่า “เมืองสามส่วยฟ้า” หรือ “เมืองสามฝ่ายฟ้า” (ประชุมพงศาวดาร เล่ม ๙, ๒๕๐๗ อ้างถึงใน บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น แคว้นสิบสองจุไท แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนที่ติดกับพม่าและจีน เรียกว่า แคว้นสิบสองพันนา คือ พวกลื้อ และส่วนที่ติดต่อกับจีนและญวน เรียกว่า แคว้นสิบสองจุไท และแคว้นสิบสองจุไททางใต้ กษัตริย์เมืองหลวงพระบางได้แต่งตั้งท้าวพระยาขึ้นครองเมืองในตำแหน่งหัวพันปกครอง เดิมมีอยู่ ๕ เมือง ภายหลังเพิ่มขึ้นอีก ๑ เมือง จึงเรียกว่า “หัวพันทั้งห้าทั้งหก” ซึ่งต่อมาเป็นชื่อจังหวัดหนึ่งของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีชื่อเรียกเป็นทางการว่า “เวียงไชย” หรือ “ซ่าเหนือ” (มนตรี ศรีบุษราคัม, ๒๕๒๒)

พลเมืองของเมืองเวียงไชย (ซ่าเหนือหรือหัวพันทั้งห้าทั้งหก) ส่วนมากเป็นชาวไทดำ ซึ่งชาวลาวเรียกว่า “ไทยเหนือ” เพราะตั้งบ้านเรือนอยู่ติดกับเมืองแกลง แห่งสิบสองจุไท มีสำเนียงพูดคล้ายภาษาเชียงใหม่ (มนตรี ศรีบุษราคัม, ๒๕๒๒)

๑.๒ การอพยพเข้าสู่ประเทศไทย

ชาวไทยทรงดำอพยพเข้าสู่ประเทศไทย อันเนื่องมาจากเหตุที่บ้านเมืองของชาวไทยทรงดำในสิบสองจุไทมีขนาดเล็กและตั้งอยู่ในบริเวณกึ่งกลางระหว่างเวียดนามกับลาว ซึ่งต่างทำสงครามกันอยู่เสมอ ชาวไทยทรงดำจึงไม่อาจหลีกเลี่ยงภัยที่เกิดจากสงครามได้ ด้วยสาเหตุนี้จึงทำให้มีการอพยพโยกย้ายถิ่นฐานไปมาระหว่างสองประเทศนี้ ในลักษณะสมัครใจ และถูกกวาดต้อน แม้การอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยก็มีสาเหตุและลักษณะการโยกย้ายที่ไม่แตกต่างกัน โดยเฉพาะการโยกย้ายด้วยเหตุผลทางสงครามมีจำนวนมากที่สุด ซึ่งตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ พบว่าชาวไทยทรงดำได้โยกย้ายถิ่นฐานเข้ามาอยู่ในประเทศไทยหลายครั้งๆ ที่สำคัญๆ มีอยู่ ๓ ครั้ง คือ (บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

ครั้งที่ ๑ สมัยกรุงธนบุรี ขณะนั้นลาวแบ่งออกเป็นอาณาจักรหลวงพระบาง เวียงจันทน์ และจำปาศักดิ์ แต่ละอาณาจักรมีเจ้าเมืองปกครองอย่างอิสระไม่ขึ้นต่อกัน มีอาณาเขตแผ่ขยายออกไปครอบคลุมเมืองเล็ก เมืองน้อย สภาพของเมืองลาวหาความสงบมิได้มักแก่งแย่งชิงอำนาจกันและกัน จึงมักถูกแทรกแซงจากอาณาจักรใกล้เคียง เช่น พม่า และไทย อยู่เป็นประจำ อาณาจักรดังกล่าวนี้มุ่งหวังจะครอบครองหัวเมืองลาว ในที่สุดราว พ.ศ.๒๓๒๒ พระเจ้ากรุงธนบุรี โปรดให้สมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึก และเจ้าพระยาสุรสีห์ยกทัพไปตีเมืองลาวและหัวเมืองขึ้นทั้งปวงไว้ในอำนาจทั้งหมดและได้กวาดต้อนครอบครัวชาวลาวกลุ่มต่างๆ รวมทั้งชาวลาวทรงดำ (ไทยทรงดำ) บริเวณที่ราบพรวนพินท์ ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของชาวลาวทรงดำเอง เพราะถิ่นฐานเดิมของลาวทรงดำอยู่ติดกับญวนจึงเกิดสงครามขึ้นบ่อยครั้ง พระเจ้ากรุงธนบุรีทรงต้องการกำลังคนเพื่อมาทดแทนพลเมืองที่เสียชีวิตเนื่องจากสงคราม เพราะใน พ.ศ.๒๓๑๐ เกิดสงครามขึ้นจึงทำให้เสียรัพลไปจำนวนมาก พลเมืองบางส่วนต้องตายเพราะขาดแคลนอาหาร เมืองต่างๆ จึง

มีพลเมืองเหลืออยู่น้อยมาก สงครามชิงหัวเมืองลาวในสมัยกรุงธนบุรีก็เป็นเหตุให้ทหารที่รบเสียชีวิตอีกมาก ดังนั้นพระเจ้ากรุงธนบุรีจึงต้องรวบรวมผู้คนมาเพิ่มเติมทดแทนเพื่อให้มีจำนวนมากพอ แม้จะเป็นกำลังป้องกันเมืองแล้ว ยังใช้เกณฑ์ไพร่พลสงครามอีกด้วย สำหรับลาวทรงดำ โปรดให้ตั้งบ้านเรือนอยู่ที่จังหวัดเพชรบุรี ดังปรากฏในพระราชพงศาวดาร ว่า

“...ในจุลศักราช ๑๑๔๑ ปีกุล เอกศก (พ.ศ.๒๓๒๒) ...กองทัพสมเด็จพระเจ้าพระยามหากษัตริย์ศึก และเจ้าพระยามหากษัตริย์ศึก และเจ้าพระยาสุรสีห์พิฆณาธิราช ตีเมืองล้านช้างได้แล้ว...ให้กองทัพเมืองหลวงพระบางไปตีเมืองทันต์ (ญวนหรือเมืองซื่อหัง) เมืองม่วยสองเมืองนี้เป็นลาวทรงดำ อยู่ริมเขตแดนเมืองญวน ได้ครอบครว้ลาวทรงดำลงมาเป็นอันมาก พาครอบครว้ลาวเวียง ลาวทรงดำลงมาถึงกรุงในเดือนยี่ ปีกุน เอกศก (พ.ศ.๒๓๒๒) นั้น ลาวทรงดำนั้นโปรดให้ไปตั้งบ้านเรือนอยู่เพชรบุรี...” (เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ ๒๔๗๕ อ้างถึงใน บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

ครั้งที่ ๒ รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก หลังจากไทยสามารถมีอำนาจเหนือเมืองลาวได้ตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี เมื่อถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก พระองค์ทรงมีนโยบายให้เมืองเวียงจันทน์เป็นศูนย์กลางการควบคุมหัวเมืองลาวทั้งหลาย จึงแต่งตั้งให้เจ้านันทเสน ราชบุตรองค์โตของเจ้าสิริบุญสาร เป็นเจ้าเมืองเวียงจันทน์ ในปี พ.ศ.๒๓๓๕ เมืองพวน เมืองแฉก เอาใจออกห่างจะไปขึ้นกับญวน ซึ่งอยู่ใกล้กัน เจ้านันทเสนจึงยกกองทัพไปได้ แล้กวาดต้อนลาวพวน ลาวทรงดำ และส่งลาวเหล่านี้ลงมายังกรุงเทพฯ เพื่อเป็นบรรณาการ และเป็นข้อแลกเปลี่ยน โดยจะทูลขอชนชาวลาวเวียงจันทน์ที่ถูกกวาดต้อนไปจากเมืองเวียงจันทน์ ตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรีกลับคืนไปเวียงจันทน์ ปรากฏว่าพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกไม่ทรงอนุญาต จึงเป็นเหตุให้เจ้านันทเสนคิดก่อการรบ แต่แผนการล้มเหลว พระองค์จึงถูกถอดถอนออกจากเจ้าเมืองเวียงจันทน์

วัตถุประสงค์หลักในการกวาดต้อนลาวทรงดำเข้ามาเป็นเหตุผลเดียวกับสมัยกรุงธนบุรี คือ เพื่อมิให้เป็นกำลังขวัญของญวน ต้องการหาที่อยู่ใหม่เพื่อความปลอดภัย และเพื่อเพิ่มพูนกำลังคน โดยโปรดให้ลาวทรงดำไปอยู่ที่เมืองเพชรบุรี กับพวกที่ไปอยู่ก่อนแล้ว (ประชุมพงศาวดารเล่ม ๔, ๒๕๐๗) จำนวนลาวทรงดำและลาวพวนที่ถูกกวาดต้อนมาคราวนี้ มีมากถึง ๔,๐๐๐ คนเศษ (เจ้าพระยาทิพากรวงศ์, ๒๕๐๓ อ้างถึงใน บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

ครั้งที่ ๓ รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ยุคนี้เกิดสงครามครั้งสำคัญระหว่างไทยกับลาว เรียกว่า “สงครามกบฏเจ้าอนุวงศ์” (พ.ศ.๒๓๖๙ - ๒๓๗๑) โดยที่เจ้าจันทน์ใน พ.ศ.๒๓๔๗ ก็ได้สืบทอดแนวความคิดนี้ต่อมา และได้เตรียมการกอบกู้เอกราชที่จะแยกลาวให้เป็นอิสระจากไทยอย่างเงียบๆ จนกระทั่งเหตุการณ์ถึงขั้นวิกฤต เมื่อเจ้าอนุวงศ์ไม่ประสบความสำเร็จในการกราบทูลขอของชาวลาวเวียงจันทน์ที่ถูกกวาดต้อนมาครั้งแร้อยู่ที่เมืองสระบุรี ซึ่งเป็นชุมชนที่ใหญ่ที่สุดตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี เจ้าอนุวงศ์จึงดำเนินการกอบกู้เอกราช พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงส่งกองทัพขึ้นไปปราบถึง ๔ กองทัพ

โดยมีกรมพระราชวังบวรฯ เป็นแม่ทัพหลวง สามารถตีเวียงจันทน์และหัวเมืองรายทางที่ขึ้นกับเวียงจันทน์ รวมทั้งหัวเมืองลาวไกลเคียงทั้งหมดลงมากรุงเทพฯ เพื่อขจัดปัญหาที่เกิดขึ้นภายหลัง ตัวเจ้านูนวงศ์ได้ขนย้ายทรัพย์สินลงเรือหนีไปพึ่งเมืองญวนก่อนเสียเมือง

ขณะเมื่อกองทัพไทยทำศึกสงครามปราบกบฏเจ้านูนวงศ์อยู่นั้น เมืองพวนได้ก่อปัญหาโดยไปเข้ากับฝ่ายญวน และสร้างชนวนสงครามระหว่างไทยกับญวน จึงทำให้ญวนถือโอกาสยึดหัวเมืองลาวต่างๆ ที่อยู่ใกล้เขตแดนของตน เช่น หัวพันทั้งห้าทั้งหก ประกอบด้วยเมืองเหิม เมืองเชียงตอง เมืองซำเหนือ เมืองซำใต้ เมืองไสย และเมืองซอน ซึ่งอยู่ในเขตสิบสองจุไทและเมืองพวน พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงโปรดฯ ให้พระธรรมมาเป็นแม่ทัพคุมกองทัพไปตั้งอยู่ที่เมืองหลวงพระบาง แล้วจึงแต่งตั้งให้เจ้าราชภัย ยกกองทัพไปตีเมืองพวน และให้เจ้าอุ่นแก้ว เจ้าสัญญาชัย และเจ้าแก่นคำ ยกกองทัพขึ้นไปตีเมืองแฉ่ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๓๗๖ จนถึงปี พ.ศ. ๒๓๗๘ กองทัพไทยจึงได้รับชัยชนะพร้อมทั้งได้กวาดต้อนชาวลาวพวน และลาวทรงดำลงมาที่กรุงเทพฯ อีก ดังปรากฏในพระราชพงศาวดารเมืองหลวงพระบางว่า

“...ครั้งศักราช ๑๑๗๙ ปีมะแม สัปตศก (พ.ศ. ๒๓๗๘) พระยาธรรมมาเป็นแม่ทัพคุมทหารขึ้นไปตั้งอยู่เมืองหลวงพระบาง แล้วแต่งตั้งให้เจ้าราชภัย อูปราชท้าว พระยาคุมกองทัพขึ้นไปตีเมืองพวน แต่ให้เจ้าอุ่นแก้ว น้องเจ้าอูปราช เจ้าสัญญาชัย บุตรเจ้าอูปราชนาทที่ ๗ เจ้าแก่นคำ บุตรเจ้าหอหน้าอภัยที่ ๒ ขึ้นไปตีเมืองแฉ่ง จับได้ลาวพวน ลาวทรงดำ ส่งมา ณ กรุงเทพฯ...” (ประชุมพงศาวดารเล่ม ๔, ๒๕๐๗ อ้างถึงในบุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

หลังจากปราบหัวเมืองลาวต่างๆ ได้แล้ว ทางกรุงเทพฯ ได้มอบให้เมืองพวนอยู่ในความดูแลของเมืองหลวงพระบาง ในปี พ.ศ. ๒๓๗๙ เมืองหิมา เมืองดอย เมืองควม มีความกระด้างกระเดื่องต่อเมืองหลวงพระบาง เจ้าอูปราช เจ้าราชวงศ์ แห่งเมืองหลวงพระบาง จึงแต่งตั้งให้ท้าวพระยาศรีมหานาม นำลาวทรงดำลงมามอบต่อกรุงเทพฯ ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๓๘๑ เจ้าอูปราชกับเจ้าราชวงศ์ทะเลาะวิวาทกัน เจ้าราชวงศ์ถือโอกาสคุมลาวทรงดำไปอยู่ที่ตำบลท่าแร่ อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เพื่อเอาความดีความชอบให้แก่ตัวเอง แต่เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง ลาวทรงดำจึงอพยพเคลื่อนย้ายครอบครัวไปอยู่ที่บ้านสะพานยายหน (สะพานยี่หน) เวียงคอย และวังตะโก (เรไร สิบสุข และคณะ, ๒๓๒๕) และอีกครั้งหนึ่งในปี พ.ศ. ๒๓๘๒ จดหมายเหตุเกี่ยวกับเขมรและญวนได้บันทึกไว้ว่า เมืองหลวงพระบางส่งตัวลาวทรงดำที่กวาดต้อนมาได้จากเมืองแฉ่งจำนวนร้อยคนเศษ ลงมาถวายพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวที่กรุงเทพฯ (ประชุมพงศาวดารเล่ม ๔๒, ๒๕๐๗ อ้างถึงในบุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

ไทยทรงดำที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวนั้น มีชาวไทยทรงดำตระกูลหนึ่งมีศักดิ์เป็นท้าวเพี้ย (ตำแหน่งข้าราชการหัวเมืองสมัยโบราณ) ซึ่งเป็นบุตรหลานของพระยาเถิน เป็นหัวหน้าควบคุมชาวไทยทรงดำลงมา เมื่อมาถึงจังหวัดเพชรบุรีก็พาพวกตนมาอยู่ที่ตำบลท่าแร่ อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรีอีกครั้งหนึ่ง แต่บรรดาเพี้ยและผู้ใหญ่ที่ติดตามมาด้วยไม่พอใจ เพราะว่าที่

ตำบลท่าแร่เป็นทีโล่งแจ้งเกินไป แต่กลับพอใจภูมิประเทศทางด้านตะวันตกของตัวเมืองมากกว่า เพราะมีความเห็นว่ามีลักษณะคล้ายคลึงกับถิ่นฐานเดิม ซึ่งมี ป่าเขา ลำเนาไพร จึงขอตั้งถิ่นฐานอยู่ที่ตำบลสะพานยายหน (ปัจจุบันขึ้นอยู่กับตำบลไร่ส้ม) ทางการก่อกองทัพ ต่อมาท้าวเพี้ยได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น “หลวงไชยก๊กดี” (นามเดิมว่า พอน หรือ ผ่อน) จนเมื่ออายุประมาณ ๗๐ ปี ก็ถึงแก่กรรม บุตรชายของท่านชื่อว่า “นุด” ได้ตำแหน่งหลวงไชยก๊กดีแทนบิดา จนกระทั่งบุตรของหลวงไชยก๊กดี (นุด) รุ่นหลานเป็นผู้สืบทอดตำแหน่งหลวงก๊กดีรุ่นสุดท้ายของชาวไทยทรงดำ เมื่อบ้านเมืองได้เปลี่ยนระบบการปกครองตำแหน่งนี้จึงสิ้นสุดลงแต่นั้นมา (เหรียญเพชร ตาลวันนา, ๒๕๐๗ อ้างถึงในบุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระนครคีรีบนเขาวังเป็นที่ประทับแรม และทรงโปรดเกล้าฯ ให้บุตรหลานของชาวไทยทรงดำมาเป็นเด็กชา ซึ่งมีหน้าที่รับใช้ในพระราชวัง ตลอดจนหามพระคานขึ้นลงเขาวัง ทำให้เป็นที่โปรดปรานของเจ้านายหลายๆ พระองค์

ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระเมตตาแก่พวกไทยทรงดำที่เป็นเด็กชาเป็นอันมาก เด็กชาเหล่านี้แต่งกายตามความนิยมของเผ่าตน คือสวมกางเกงขาวาวสีดำ ขาแคบเกือบถึงข้อเท้า สวมเสื้อดำแขนยาวถึงข้อมือ ลำตัวเสื้อยาวปิดสะโพก ติดกระดุมเงินมียอดตุ้มแหลมๆ กลมๆ และคาดกระเป๋ ซึ่งทำจากผ้ามีสายกระเป๋าสองข้างเพื่อคาดเอวไว้ แต่ถ้าเป็นการรับเสด็จจะสวมเสื้อยาวซึ่งเรียกกันว่า “เสื้อฮี” (เหรียญเพชร ตาลวันนา, ๒๕๐๗ อ้างถึงในบุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

จากหลักฐานดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ชาวไทยทรงดำในจังหวัดเพชรบุรี ได้รับความไว้วางใจให้ปฏิบัติราชการเทียบเท่าชาวไทยโดยทั่วไป ทำให้ชาวไทยทรงดำสืบลูกหลานมาอย่างต่อเนื่อง จึงเกิดการขยายกลุ่มชนไทยทรงดำไปยังอำเภอต่างๆ ของจังหวัดเพชรบุรี ในช่วงระยะเวลากว่า ๒๐๐ กว่าปีที่ผ่านมามีชาวไทยทรงดำอพยพออกจากพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี ในช่วงระยะเวลากว่า ๒๐๐ กว่าปีที่ผ่านมามีชาวไทยทรงดำอพยพออกจากพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี ไปตั้งหลักแหล่งในจังหวัดใกล้เคียงและขยายพื้นที่ออกไปไกลถึงจังหวัดเลย โดยมีข้อสันนิษฐานว่าพวกเขาพยายามกลับเมืองแกลงแต่ก็ไปไม่ถึง (มนตรี ศรีบุษรา, ๒๕๒๒) นอกจากนี้ ยังพบชาวไทยทรงดำที่อพยพจากจังหวัดเพชรบุรีไปอยู่ในจังหวัดราชบุรี กาญจนบุรี นครปฐม สุพรรณบุรี สระบุรี ลพบุรี พิษณุโลก พิจิตร สุโขทัย ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และสุราษฎร์ธานี (นำพวัลย์ กิจรักษ์กุล, ๒๕๓๒)

๑.๓ โครงสร้างทางสังคมของไทยทรงดำ

(๑) ระบบครอบครัว

เดิมระบบครอบครัวของชุมชนไทยทรงดำเป็นแบบครอบครัวขยาย (Extended Family) มากกว่าครอบครัวเดี่ยว (Nuclear Family) จึงทำให้มีลักษณะเป็นระบบหมุนเวียนจากครอบครัวขยายไปสู่ครอบครัวเดี่ยว และกลับมาเป็นครอบครัวขยายอีกครั้งหนึ่ง เพราะในอดีตจากที่ฝ่ายชายกล่าวอาสาไปทำงานที่บ้านฝ่ายหญิงในระยะ ๑ - ๓ ปี หรือมากกว่านั้น เมื่อครบเวลาที่กล่าวอาสาแล้ว ฝ่ายหญิงก็จะแยกครอบครัวจากพ่อแม่ของตนมาอยู่กับพ่อแม่ฝ่ายชายอย่างถาวร ในขณะเดียวกันถ้าในบ้านฝ่ายชายมีลูกชายคนต่อไปแต่งงานอีก ลูกชายคนที่แต่งงานก่อนก็จะแยกครอบครัวออกมาปลูกบ้านอยู่ในที่ของพ่อแม่ตน เมื่อ

พ่อแม่ของตนเสียชีวิตลง ลักษณะของครอบครัวขยายจะสลายลง กลายเป็นครอบครัวเดี่ยวที่ประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก อีกครั้งหนึ่ง และเข้าสู่ระบบหมุนเวียนแบบเดิมก็ต่อเมื่อลูกชายของตนแต่งงาน ก็จะนำภรรยาเข้ามาอยู่ในบ้านพ่อแม่ ทำให้กลายเป็นครอบครัวขยาย แต่จะมีข้อยกเว้นในลักษณะที่ฝ่ายชายเป็นลูกคนเดียวของครอบครัวไม่มีใครเลี้ยงดูพ่อแม่ เมื่อแต่งงานแล้วสามารถนำภรรยาเข้ามาอยู่ในบ้านของฝ่ายชายได้เลย ไม่ต้องกล่าวอสาที่จะทำงานให้พ่อแม่ฝ่ายหญิง ในลักษณะเดียวกันนี้ถ้าฝ่ายหญิงเป็นลูกคนเดียวของครอบครัว เมื่อแต่งงานฝ่ายชายก็ต้องกล่าวอสาชาติ คือไปทำมาหากินอยู่กับพ่อแม่ฝ่ายหญิงตลอดชีวิต (นำพวลัย กิจรักษ์กุล, ๒๕๓๒)

สภาพในระบบครอบครัว ผู้ชายจะมีสถานภาพสูงกว่าผู้หญิง โดยเฉพาะครอบครัวของชาวไททรงดำ จะขึ้นชอบลูกชายมากกว่าลูกสาว เพราะลูกชายจะเป็นที่พึ่งของพ่อแม่ไปจนแก่เฒ่า เมื่อพ่อแม่ตายไป ลูกชายจะต้องเป็นผู้เลี้ยงดูพ่อแม่ ส่วนลูกสาวเมื่อแต่งงานแล้วก็ต้องไปอยู่กับฝ่ายสามี หรืออยู่ฝ่ายผู้เลี้ยงดูพ่อแม่และเลี้ยงดูพ่อแม่ฝ่ายสามีสืบไป (มยุรี วัดแก้ว, ๒๕๒๑)

(๒) ระบบเครือญาติ

สังคมของชาวไททรงดำจะขึ้นอยู่กับระบบเครือญาติ ซึ่งประกอบด้วยญาติทางสายโลหิต (Consanguinity) และญาติทางการแต่งงาน (Affinity) ทำให้หมู่บ้านหนึ่งๆ จะประกอบด้วยหลายครอบครัวที่เกี่ยวข้องเป็นญาติกัน เมื่อมีการประกอบพิธีกรรม เครือญาติจากที่ต่างๆ จะมาร่วมพิธีนั้นๆ เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้หญิงที่เป็นฝ่ายผู้เลี้ยงดู (อัญชลี บุรณะสิงห์, ๒๕๓๑) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(๒.๑) ญาติทางสายโลหิต (Consanguinity) ถือเป็นเครือญาติทางฝ่ายพ่อ โดยมีการสืบเชื้อสายหรือการสืบฝ่ายพ่อ (Patrilineal Kinship) ระบบเครือญาติที่ถือความสัมพันธ์ทางสายโลหิตของชาวไททรงดำนี้ จะมีวิธีการกำหนดระดับความสำคัญของสมาชิกไว้แน่นอน โดยยึดหลักการจัดลำดับด้านอาวุโส (Descent Kinship)

(๒.๒) ญาติทางการแต่งงาน (Affinity) เป็นญาติทางฝ่ายหญิงคือบรรดาสะใภ้ ซึ่งได้แก่ พี่สะใภ้ น้องสะใภ้ หลานสะใภ้ นับรวมญาติเป็นฝ่ายเดียวกัน มีสิทธิ์เข้าร่วมในการประกอบพิธีกรรม ยกเว้นฝ่ายชายที่เป็นชายต่างๆ ไม่ต้องเข้าร่วมในการประกอบพิธีกรรม (มยุรี วัดแก้ว, ๒๕๒๑)

(๓) ระบบชุมชน

ในสังคมหนึ่งๆ ที่อาศัยอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดมีขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมร่วมกัน ชาวไททรงดำก็เป็นกลุ่มชนกลุ่มหนึ่งที่มีโครงสร้างเป็นระบบชุมชน โดยมีลักษณะความสัมพันธ์ร่วมกันอยู่ ๓ ประการ คือ

(๓.๑) หลักเกณฑ์การจัดระเบียบชุมชนชาวไททรงดำ ชุมชนไทยทรงดำขึ้นอยู่กับระบบเครือญาติ ซึ่งประกอบด้วย ประกอบด้วยญาติทางสายโลหิต ได้แก่ บุคคลในกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้อง โดยมีบรรพบุรุษร่วมกัน และมีสกุลเดียวกัน ส่วนญาติทางการแต่งงาน ได้แก่ สะใภ้ต่างๆ ต้องเป็นญาติฝ่ายเดียวกับฝ่ายชาย ดังนั้นชุมชนไทยทรงดำจึงประกอบด้วยครอบครัวหลายๆ ครอบครัวที่เป็นเครือญาติกัน แม้ว่าอาจจะอพยพหรือ

โยกย้ายไปอยู่จังหวัดใดๆ ก็ตาม เมื่อมีการประกอบพิธีกรรมที่สำคัญๆ จะมีเครือญาติมาร่วมพิธีนั้นๆ เพื่อเป็นการระลึกถึงบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว และเป็นการดำรงรักษาไว้ซึ่งพิธีกรรมเหล่านั้นด้วย

(๓.๒) การจัดระบบชั้นทางสังคมของไทยทรงดำ การจัดระบบชั้นทางสังคม (Social Stratification) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็น “ลำดับชั้น” (Strata) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลตามที่ตั้งสังคมได้แบ่งไว้ เช่น สูงหรือต่ำกว่า ลำดับชั้นทางสังคมของชาวไทยทรงดำนั้นใช้วงศ์ตระกูลหรือครอบครัวเป็นเกณฑ์ในการแบ่งชั้นออกเป็น ๒ ชั้น

(๓.๒.๑) ชั้นผู้ต่ำ หมายถึง บุคคล และกลุ่มบุคคลซึ่งชาวไทยทรงดำเชื่อว่าเป็นผู้สืบเชื้อสายมาจากเจ้า หรือผู้ปกครองเมืองในสมัยก่อน โดยมีการจัดลำดับอาวุโสเป็น ๖ ชั้น คือ (๑) ต้าวน่อ คือ ต้นตระกูลของผู้ต่ำ (๒) ต้าวก่า คือ ลูกภรรยาหลวงของต้าวน่อ (๓) ต้าวแรด คือ ภรรยาน้อยของต้าวน่อ (๔) ต้าวเขือย คือ ผู้สืบผีประจำตระกูลที่เป็นฝ่ายหญิง (๕) ต้าวโตง คือ ผู้สืบผีประจำตระกูลที่เป็นฝ่ายชาย (๖) ต้าวแอมต้าว คือ ชั้นผู้น้อยที่ได้รับความไว้วางใจเป็นผู้คอยรับใช้ใกล้ชิดผู้ต่ำ

(๓.๒.๒) ชั้นผู้น้อย หมายถึง บุคคล และกลุ่มบุคคลที่เกิดในตระกูลสามัญชน ซึ่งเป็นชาวไทยทรงดำเชื่อว่าเป็นผู้อยู่ใต้การปกครองของผู้ต่ำ

ชาวไทยทรงดำทุกคนจะต้องรู้ว่าตนเป็นชนชั้นผู้ต่ำหรือผู้น้อย โดยดูจากการสืบตระกูล (สิง) ซึ่งสิงของไทยทรงดำมีทั้งหมด ๑๒ สิง สิงของผู้ต่ำที่สืบมาจากสายเลือดคือสิงล่อและสิงเลื่อง ส่วนสิงของผู้น้อยคือ สิงวี สิงเยื่อง สิงกำ สิงแลง สิงลี สิงตอง (ทอง) สิงแดง สิงลู สิงโกย และสิงกวาง

การจัดลำดับชั้นทางสังคมของชาวไทยทรงดำ เป็นชนชั้นผู้ต่ำหรือชนชั้นผู้น้อยนี้ไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างในการดำรงชีวิต แต่ก่อให้เกิดข้อแตกต่างในการปฏิบัติตามพิธีกรรมต่างๆ ระหว่างผู้ต่ำกับผู้น้อย การจัดพิธีกรรมของผู้ต่ำจะใหญ่กว่าของผู้น้อย ซึ่งตามความเชื่อของชาวไทยทรงดำเชื่อว่ามีศักดิ์สูงกว่าผู้น้อย ดังนั้นผู้ต่ำและผู้น้อยจะไม่เข้าร่วมปฏิบัติพิธีกรรมพร้อมกัน โดยเฉพาะพิธีเสนเรือน ซึ่งเป็นพิธีกรรมที่แสดงถึงความกตัญญูต่อผีบรรพบุรุษ จึงทำให้เห็นถึงการจัดลำดับชั้นทางสังคมของชาวไทยทรงดำ ช่วยให้เข้าใจถึงลักษณะความสัมพันธ์ของบุคคลและกลุ่มคน สิทธิ หน้าที่ อันพึงมีต่อกันในสังคมได้เป็นอย่างดี

(๓.๓) ลักษณะของชุมชนชาวไทยทรงดำ ในชุมชนของชาวไทยทรงดำนั้น จะมีการแต่งงานระหว่างบุคคลในกลุ่มของตน และนอกกลุ่ม โดยมีข้อห้ามการแต่งงานระหว่างบุคคลในครอบครัว และอยู่ในผีเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งห้ามแต่งงานระหว่างบุคคลที่สืบสายโลหิตโดยตรง เช่น ห้ามพ่อแต่งงานกับลูกสาว แม่กับลูกชาย หรือพี่น้องร่วมพ่อแม่เดียวกัน หม่อมสาวชาวไทยทรงดำต้องแต่งงานกับบุคคลที่ต่างสกุลต่างผีกัน ซึ่งจะเป็นคนในท้องถิ่นหรือคนต่างถิ่นก็ได้ รวมทั้งการแต่งงานระหว่างบุคคลต่างชนชั้นได้ในชุมชนของชาวไทยทรงดำไม่มีข้อห้ามการแต่งงานระหว่างผู้ต่ำ และผู้น้อย มีแต่เพียงข้อแม้ว่าถ้าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเป็นผู้ต่ำ ต้องจัดพิธีแต่งงานตามแบบผู้ต่ำ

จะเห็นได้ว่าลักษณะชุมชนของชาวไทยทรงดำเป็นชุมชนแบบเปิด ประกอบด้วยกลุ่มคนหลายระดับ คือ ชั้นระดับผู้ต่ำและระดับผู้น้อย สถานภาพการเป็นผู้ต่ำและผู้น้อยนี้จะเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวขึ้นลงได้ โดยเฉพาะผู้หญิงที่ผ่านการแต่งงานแล้วเป็นชนชั้นผู้น้อย ฝ่ายชายเป็นชนชั้นผู้ต่ำ ฝ่ายหญิงต้องไปเข้าผีฝ่าย

ชาย และได้เลื่อนฐานะขึ้นเป็นผู้ตัว รวมทั้งลูกที่เกิดมาก็ต้องอยู่ในชนชั้นผู้ตัวด้วย แต่ถ้าผู้หญิงเป็นผู้ตัว แต่งงานกับผู้ชายที่เป็นผู้น้อย ฝ่ายหญิงก็ต้องเข้าข้างฝ่ายชาย และต้องลดฐานะลงมาเป็นผู้น้อย รวมทั้งลูกที่เกิดมาก็ต้องอยู่ในชนชั้นผู้น้อยด้วยเช่นกัน

จากการศึกษาถึงภูมิหลัง ตามเอกสารและหลักฐานทางประวัติศาสตร์ สรุปได้ว่าผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำรับรูปแบบมาจากบรรพบุรุษซึ่งเป็นชาวไทยทรงดำดำในสิบสองจุไทย ซึ่งเป็นชนชาติไทยสาขาหนึ่ง ที่มีเชื้อสายลาว และเวียดนาม มีถิ่นฐานเดิมอยู่บริเวณมณฑลทลวงสี ยูนนาน ตั้งเกี่ย กลุ่มแม่น้ำดำ และแม่น้ำแดง จนถึงแคว้นสิบสองจุไทย ชื่อดั้งเดิมเรียกว่า “ไทดำ” หรือ “ผู้ไทยดำ” เมื่ออพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยมีชื่อเรียกว่า “ลาวโซ่ง” หรือ “ไทยทรงดำ” ถูกกวาดต้อนเข้ามาในประเทศไทยด้วยเหตุผลของความแตกแยกภายในประเทศ และการก่อกบฏต่อราชอาณาจักรไทย ตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี จนถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้อพยพชาวไทยทรงดำไปรวมอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากมีภูมิประเทศคล้ายคลึงบ้านเมืองเดิม และยังกระจายอยู่กันตามจังหวัดต่างๆ เช่น จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดพิจิตร จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดชัยนาท ส่วนที่จังหวัดเพชรบุรีก็เป็นพื้นที่ที่ชาวไทยทรงดำอยู่กันหนาแน่นโดยเฉพาะที่ตำบลหนองปร่ง อำเภอเขาย้อย จนเป็นที่รู้จักกันในปัจจุบัน จังหวัดราชบุรี มีชาวไทยทรงดำอยู่ในอำเภอบึง อำเภอดำเนินสะดวก และอำเภอบางแพ ที่เขาภูทอง เขตอำเภอบางแพที่ดอนคา จังหวัดนครปฐม อยู่ในเขตอำเภอบางเลน และอำเภอกำแพงแสน จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในเขตอำเภอดูทอง ที่บ้านดอนสระยายโสม และดอนมะเกลือ เขตอำเภอมือง ที่ตำบลบางกุ้ง

๒. วัฒนธรรมผ้าทอ ลวดลาย และสีของผ้าไทยทรงดำ

๒.๑ ความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับเส้นใยในวัตถุดิบ

การสร้างงานศิลปะแบบพื้นเมืองของช่างไทยที่อยู่ตามท้องถิ่นต่างๆ ส่วนใหญ่ช่างพื้นบ้านจะให้ความสำคัญกับเครื่องมือเครื่องใช้ในลักษณะของการยกย่อง เคารพบูชา จนกลายเป็นเรื่องของคติความเชื่อ รวมอยู่ด้วยกันเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตผู้คนที่มีความเชื่อเกี่ยวกับการสร้างงานศิลปะหัตถกรรม เมื่อนำมาพิจารณาเปรียบเทียบเข้ากับการผลิตผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำแล้ว พบว่าชาวบ้านที่ผลิตผ้าและเครื่องนุ่งห่มส่วนใหญ่ ยังคงถือปฏิบัติในเรื่องความเชื่อและพิธีกรรมที่เกี่ยวกับเส้นใยและวัตถุดิบในการทอผ้า ดังนี้ (บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

(๑) การสู่ขวัญต้นหม่อน

ในการปลูกหม่อนแต่ละครั้ง ผู้เลี้ยงไหมจะต้องเตรียมหรือหาฤกษ์ยามในการปลูก เช่น จะต้องปลูกต้นหม่อนในวันพุธ ชาวไทยทรงดำถือว่าเป็นวันที่เป็นมงคลในเดือนต่างๆ คือ วันอังคาร เดือน ๒ วันพุธ เดือน ๓ และเดือน ๘ วันพฤหัสบดี เดือน ๔ และเดือน ๙ วันศุกร์ เดือน ๕ และเดือน ๑๐ วันเสาร์ เดือน ๖ และเดือน ๑๑ วันอาทิตย์ เดือน ๗ และเดือน ๑๒ วันดังกล่าวเมื่อประกอบกิจกรรมอะไรก็ทำให้เจริญก้าวหน้า นอกจากหาฤกษ์ยามในการปลูกแล้วจะต้องมีพิธีกรรมในการขอมาเจ้าที่เจ้าทาง เพราะชาวไทยทรงดำเชื่อว่า ทุกสรรพสิ่งในโลกล้วนแต่มีเจ้าของ ถ้าจะทำอะไรลงไปต้องขอมา หรือบอกกล่าวให้ทราบ เหมือนกับการปลูกหม่อนลงดินนี้ จะต้องบอกและขอมาต่อเจ้าของที่ดิน คือพระธรณี ผู้เลี้ยงไหมต้องทำพิธีสู่ขวัญ

ให้กับต้นหม่อน เพื่อเป็นสิริมงคลและให้ได้ผลผลิตสูง ในการทำพิธี ผู้กระทำพิธีจะต้องเตรียมเครื่องสู่ขวัญให้เรียบร้อยเสียก่อน สิ่งของแต่ละอย่าง มีความหมายและเกี่ยวข้องกับความสำเร็จและพิธีกรรม ดังนี้

(๑.๑) อ้อย ชาวไทยทรงดำนำเอาอ้อยเข้ามาเกี่ยวข้องกับในการทำพิธีสู่ขวัญต้นหม่อน เพราะมีความเชื่อว่า ในการเลี้ยงหม่อนเลี้ยงไหมจะต้องให้มีความเจริญเติบโตรวดเร็วเหมือนกับต้นอ้อย และต้องเลี้ยงไหมหรือปลูกต้นหม่อนให้เจริญงอกงามเหมือนปล้องของลำอ้อยที่มีมากในแต่ละลำแต่ละกอ

(๑.๒) กล้วย กล้วยเป็นพืชที่มีการปลูกมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ดังนั้นเมื่อจะทำพิธีกรรมต่างๆ จะต้องใช้ต้นกล้วยเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ ทั้งนี้เพราะมีความเชื่อว่า ต้นกล้วยเป็นพืชที่มีความอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากมีน้ำหล่อเลี้ยงตลอด และเป็นพืชที่มีการเจริญเติบโตแตกหน่อได้อย่างรวดเร็ว จึงทำให้ชาวไทยทรงดำนำต้นกล้วยเข้ามาเกี่ยวข้องในการปลูกต้นหม่อนเพื่อให้ต้นหม่อนมีความอุดมสมบูรณ์แตกกิ่งก้านสาขาออกไปเหมือนกับน้ำหล่อเลี้ยงของต้นกล้วย และที่สำคัญคือจะได้มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมต่อไปอย่างไม่หยุดชะงัก

(๑.๓) ยอดยอ ต้นยอเป็นไม้ยืนต้นที่ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่า จะนำความเจริญมาสู่ตนเองและครอบครัว ทั้งนี้เพราะเมื่อทำกิจกรรมหรือประกอบกิจการอันใดก็ตาม ถ้ามีการสร้างฐานะของตัวเองขึ้นมา จะได้รับค่ายก่องสรรเสริญเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นในการปลูกต้นหม่อนจะต้องใช้ยอดยอเข้าร่วมพิธี เพื่อให้การปลูกหม่อนเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

(๑.๔) หมาก ผู้หญิงสูงอายุชาวไทยทรงดำส่วนมากชอบกินหมาก การให้หมากแก่กันถือเป็นเรื่องหมายแสดงถึงความรัก ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อต่อกัน ฉะนั้นในการปลูกหม่อน จึงมีการนำหมากพลูเข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะเชื่อว่าเป็นการตอบแทนบุญคุณต่อต้นหม่อนที่ทำให้ตนและครอบครัวมีอาชีพที่ดีต่อกัน

(๑.๕) ไช้ต้ม ชาวไทยทรงดำใช้ไช้ไก่ ทั้งนี้เพราะเชื่อว่าเป็นสัตว์ต้นกำเนิดที่สืบเชื้อสายจากบรรพบุรุษสายพ่อโดยตรง (ชัยศิริ สมุทวณิช, ๒๕๔๐) ดังนั้นไช้ต้มจึงหมายถึง การคุ้มครองดูแลและการเกิดซึ่งเปรียบกับเกราะป้องกันของเปลือกไข่ที่ห่อหุ้มก่อนที่จะเกิดมาเป็นตัว การสู่ขวัญต้นหม่อนเพื่อให้ได้ผลผลิตดีจึงต้องได้รับความคุ้มครองดูแลเอาใจใส่อยู่ตลอดเวลา

๒. อุปกรณ์ทอผ้า

อุปกรณ์ทอผ้าของชุมชนชาวไทยทรงดำ เป็นเครื่องมือแบบพื้นบ้านที่มีได้จำหน่ายทั่วไปตามท้องตลาด ส่วนใหญ่ชาวบ้านซึ่งเป็นผู้ชายที่เป็นพ่อบ้านเป็นผู้ผลิตขึ้นใช้ในครัวเรือน ดังนั้นเมื่อนำอุปกรณ์ที่ผลิตขึ้นเองมาใช้ในการทอผ้า จึงต้องใช้อย่างระมัดระวัง เพราะถ้าหากไม่ระมัดระวังในการใช้งานอาจทำให้ชำรุดเสียหายได้ หากเครื่องมือที่ใช้ในการทอผ้าชำรุดเสียหาย จะทำให้เสียเวลากับการสร้างเครื่องมือใหม่ขึ้นมาทดแทน สำหรับความเชื่อเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการทอผ้านั้น ชาวไทยทรงดำกำหนดขึ้นในลักษณะข้อห้ามโดยใช้บทลงโทษเป็นตัวกำหนด ทำให้กลายเป็นความเชื่อสืบต่อมา โดยมารายละเอียดดังนี้

(๒.๑) การห้ามโหนกที่ทอผ้า ชาวไทยทรงดำที่มีอาชีพทอผ้ามีความเชื่อสืบต่อกันมาว่า โครงก็มีไว้สำหรับการทอผ้า ดังนั้นจึงห้ามยีนโหนกเด็ดขาด เพราะจะทำให้ผู้ที่ไปโหนกที่ทอผ้าไม่มีความเจริญก้าวหน้า และจะทำให้อดอยาก ทำมาหากินไม่เจริญก้าวหน้า

ลักษณะความเชื่อซึ่งเป็นข้อห้ามโหนกที่ทอผ้านี้ คาดว่าเป็นอุปบายที่ชาวไทยทรงดำรุ่นก่อนซึ่งมีความชำนาญในการทอผ้ากำหนดขึ้น เพื่อเป็นการดูแลรักษาอุปกรณ์ทอผ้าให้มีความคงทนถาวร เนื่องจากก็

ทอผ้าของชาวไทยทรงดำมีลักษณะเช่นเดียวกับที่ทอผ้าของกลุ่มชนอื่นๆ คือใช้ไม้เป็นส่วนประกอบ ลักษณะของที่ทอผ้าเป็นโครงไม้กว้างๆ ต่อเข้าด้วยกันแบบไม่แน่นหนานัก ถ้าเป็นที่ทอผ้าที่สร้างมาตั้งแต่ดั้งเดิม ก็จะใช้วิธีเชื่อมต่อเข้าด้วยการบากหน้าไม้ ซึ่งทำให้ที่ทอผ้าไม่แข็งแรงนัก หากมีใครไปยืนเหยียบหรือห้อยโหนส่วนหนึ่งส่วนใดของโครงก็จะทำให้เสียการทรงตัว อาจชำรุดหรือหักลงมาได้ ส่งผลกระทบถึงเส้นไหมหรือเส้นฝ้ายที่ซึ่งพาดอยู่เป็นผลให้ไม่อาจทอผ้าไปได้

เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ห้ามโหนที่ทอผ้าก็คือ ผู้วิจัยคาดว่า ผู้ทอผ้าต้องใช้สมาธิในการคิดประดิษฐ์ ผูกมัดลาย ถ้ามีใครโหนที่ทอผ้า ก็จะทำให้ผู้ทอผ้าต้องเสียสมาธิไป ชาวไทยทรงดำถือเป็นข้อห้ามโหนที่ทอผ้า โดยสร้างข้อกำหนดในลักษณะของความเชื่อที่มีโทษกำกับไว้ด้วย

(๒.๒) การห้ามนั่งบนคานที่ทอผ้า ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ก็ทอผ้ามีลักษณะเป็นโครงไม้ที่สร้างขึ้นอย่างง่าย ๆ สำหรับแผ่นไม้ที่รองนั่งก็เป็นการนำมาวางพาดไว้เท่านั้น ไม่มีการมัดหรือตอกยึดไว้แต่อย่างใด การรับน้ำหนักผู้ที่นั่งบนคานที่ทอผ้าจะรับได้เพียงคนเดียวเท่านั้น เพราะถ้าหากมีคนอื่นไปนั่งบนส่วนหนึ่งส่วนใดของที่ทอผ้าเพิ่มขึ้นอีกแม้แต่คนเดียว อาจทำให้แผ่นไม้รองนั่งนั้นกระดกหรือหักลงมาทำให้เกิดอันตรายกับผู้ที่นั่งทอผ้าได้ และทำให้ผ้าที่กำลังทอและที่ทอผ้าต้องชำรุดเสียหายได้ ผู้ทอผ้าจึงถือเป็นข้อห้ามคนอื่นๆ ไปนั่งบนคานที่ทอผ้า โดยเชื่อว่า หากผู้ใดไม่ได้ทอผ้าแล้วขึ้นไปนั่งบนคานที่ทอผ้าจะทำให้ทำมาหากินไม่เจริญก้าวหน้า และถ้าหากเป็นหญิงสาวจะไม่ได้แต่งงานตลอดชีวิต

(๒.๓) การห้ามยืนสูบบุหรี่ใกล้ที่ทอผ้า ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่า ถ้าหากใครมายืนสูบบุหรี่ใกล้ๆ กับที่ทอผ้าจะทำให้ไหมตกใจ ไหมในที่นี้หมายถึง ตัวไหมซึ่งเป็นที่มาของรังไหมที่มาสาวเป็นใย เมื่อไหมตกใจก็จะทำให้ผ้าที่ทอออกมานั้นไม่สวย

เมื่อพิจารณาถึงความเชื่อซึ่งมีลักษณะเป็นข้อห้ามดังกล่าว น่าจะมีลักษณะเป็นอุปายป้องกันไม่ให้คุณไปยืนสูบบุหรี่ใกล้ๆ ที่ทอผ้า ซึ่งเกรงว่าถ้าหากผู้สูบบุหรี่เผลอ อาจโยนกำันบุหรี่หรือสะเก็ดไฟจากบุหรี่ อาจจะไปปลุกไฟไหม้ไหม ไหมที่ผูกโยงอยู่บนที่ทอผ้า หรือไปปลุกไฟไหม้ที่เตรียมไว้ให้เป็นเส้นพุ่งแล้วทำให้ไฟไหม้ไหมนั้นเสียหายได้ เนื่องจากไหมมีเส้นใยแห้งและเบาบางเหมาะที่จะเป็นเชื้อไฟได้เป็นอย่างดี และถ้าหากไฟไหม้แล้วอาจจะลามไปถึงผืนผ้าไหมที่ทอแล้วไว้ในเครื่องอีกด้วย จึงต้องป้องกันไม่ให้คุณไปยืนสูบบุหรี่ใกล้ที่ทอผ้า โดยมีการสร้างข้อกำหนดในลักษณะเป็นความเชื่อของชาวบ้านกำกับไว้

เหตุผลดังกล่าวมาจากพื้นฐานความเชื่อตามภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่เข้าใจว่าใยไหมเป็นสิ่งมีชีวิต ดังนั้นเมื่อได้กลิ่นควันบุหรี่ หรือสะเก็ดไฟจากบุหรี่กระเด็นไปโดนก็จะตกใจ ซึ่งเกิดจากความคิดของชาวบ้านที่ยังอยู่ในความทรงจำว่า ใยไหมเป็นส่วนที่ได้มาจากตัวไหม ดังนั้น จึงมีความรู้สึก ตามความสำนึกของช่างทอผ้า

ความเชื่อว่าใยไหมเป็นสิ่งมีชีวิต นอกจากจะมีอยู่ในกลุ่มชนชาวไทยทรงดำแล้ว กลุ่มชนที่มีอาชีพในการทอผ้าบ้านหาดเสี้ยว อำเภอศรีสขณาสัย จังหวัดสุโขทัย ก็เชื่อว่า ใยไหมที่นำมาทอผ้าเป็นสิ่งมีชีวิตด้วย โดยกล่าวถึงความเชื่อที่ว่า ชาวบ้านหาดเสี้ยวที่เคยนำเส้นใยไหมมาทอเป็นผืนผ้าแล้ว พอตกถึงเวลากลางคืนก็จะได้ยินเสียงร้องไห้ระงม หรือบางคนก็ได้ยินเสียงร้องคร่ำครวญกลางดึกเสมอๆ ชาวบ้านหาดเสี้ยวจึงลงความเห็นว่าเป็นเสียงของตัวไหมที่รังของมันถูกพอก ปั่น และย้อมเป็นเส้นใยเพื่อนำมาใช้ทอเป็นผืนผ้า จาก

ความเชื่อดังกล่าวทำให้ชาวบ้านหาค่าเสียไม่นิยมนำใยไหมมาทอ แต่กลับนิยมนำเส้นใยจากฝ้ายมาทอผ้ามากกว่า (ชลธิรา สัตยาวัฒนา, ๒๕๓๗)

ตามความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับเส้นใยและวัตถุดิบของชาวไทยทรงดำนั้น จะเห็นได้ว่าตั้งแต่การสู่ขวัญต้นหม่อน และอุปกรณ์การทอผ้า ลักษณะความเชื่อและพิธีกรรมดังกล่าว เป็นข้อกำหนดหรือแนวทางในการดำเนินการทอผ้าอย่างเป็นระบบแบบแผน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ผืนผ้าที่สวยงามและมีคุณภาพดี ทั้งยังเป็นความเชื่อที่มีลักษณะเป็นข้อห้าม เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายหรือเป็นอุปสรรคต่อการผลิต ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ในขณะที่มีการทอผ้า ทั้งนี้ในการสร้างข้อกำหนดหรือแนวทางในการทอผ้าและการสร้างข้อห้ามนั้น ได้แสดงออกมาในลักษณะของการปลุกฝัง เป็นคติความเชื่อที่ถ่ายทอดมาจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง และยอมรับปฏิบัติสืบต่อกันมา โดยแฝงความหมายที่เป็นมงคล เช่น ความเจริญก้าวหน้า ความร่ำรวย ความมีน้ำใจ การเอื้อเฟื้อต่อกัน การคุ้มครอง การเกิด และการแต่งงาน ที่ยังคงอยู่และยอมรับตามแนวความคิดแบบดั้งเดิมสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

๒.๒ ความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับการทำสีย้อมผ้า

ตามหลักจิตวิทยา สีจะมีอิทธิพลเหนือจิตใจของมนุษย์ทุกๆ ไป กล่าวคือ ทุกคนจะรู้สึกมีอารมณ์เดียวกันเมื่อสายตาไปกระทบสีนั้น การย้อมสีลงบนผืนผ้าก็ส่งผลต่อจิตใจของช่างทอเช่นเดียวกัน เพราะรูปแบบ และลวดลายหลากสีสันทัน เกิดจากอารมณ์ผลักดันให้ช่างทอผ้าสร้างจินตนาการคล้อยตามผ่านลงบนผืนผ้า นักจิตวิทยาจึงกำหนดสีต่างๆ เพื่อสื่อถึงอารมณ์ของช่างทอและผู้พบเห็นโดยเฉพาะ (น. ณ ปากน้ำ ม.ป.ป., อ้างถึงในบุญเสริม ตินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕) ดังนี้

สีเหลืองและสีส้ม	แสดงความไพบุลย์
สีแดงเข้ม	แสดงถึงความสง่าผ่าเผยและปิติอิ่มเอิบ
สีเขียว	แสดงถึงความสงบเยียบ
สีคราม	แสดงถึงความเดี๋ยวตาย อ้างว้าง
สีขาว	แสดงถึงความบริสุทธิ์และความเบิกบาน
สีดำกับสีขาว	แสดงอารมณ์ที่ถูกกดดัน
สีเขียวแก่กับสีเทา	แสดงถึงความรันทดใจและความชรา
สีเทาปานกลาง	แสดงถึงความนิ่งเฉย และความสงบ
สีเข้มคู่กับสีอ่อน	แสดงถึงความกระชุ่มกระชวย และความแจ่มใส
สีทองและสีเงิน	แสดงถึงความมั่งคั่ง

การย้อมสีของชาวไทยทรงดำจะทำหลังจากการฟอกไหมหรือมัดไหมให้เป็นลายเรียบร้อยแล้ว จึงจะทำการย้อมสีได้ การย้อมสีแต่ละครั้งต้องทำตามกระบวนการแบบโบราณ สีที่ย้อมได้มาจากส่วนต่างๆของพืช คือ เปลือก แก่น ราก ผล ดอก ใบ และได้จากสัตว์ คือ ครั่ง การย้อมสีในแต่ละครั้งช่างทอผ้าจะทำน้ำย้อมด้วยตนเอง สีที่บ่งบอกให้รู้ว่าเป็นชาวไทยทรงดำคือ สีครามเข้ม ซึ่งมีคติความเชื่อเกี่ยวกับการย้อมครามแฝงไว้ด้วยภูมิปัญญาอย่างแยบยล เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมน้ำครามจนถึงการนำน้ำครามไปย้อมในหม้อนิล

โดยมีความเชื่อว่า ครามมีผีสิง เพราะผู้ที่ทำน้ำครามได้จะต้องให้ความรักและดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี เช่น ต้องคอยสังเกตว่าครามทึบน้ำค้างแล้วหรือยัง หากยังทึบน้ำแล้วผู้ย้อมจะต้องรีบเติมน้ำค้างให้ ถ้าผู้ย้อมขาดความเอาใจใส่เมื่อใด จะเกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “น้ำครามหนี” ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญแก่ผู้ย้อม โดยหาสาเหตุไม่ได้ คนสมัยก่อนจึงได้แต่สันนิษฐานว่าน้ำจะเป็นผีพาน้ำครามหายไป เหมือนกับลักษณะของผีที่สามารถหายไปหรือกลับมาอย่างไร้ร่องรอย จนเมื่อวันเวลาผ่านไปก็พบกับข้อบกพร่อง จึงได้ปรับปรุง โดยนำวัตถุดิบพื้นบ้าน เช่น น้ำตาลทราย น้ำตาลโตนดหรือข้าวหมากผสมให้เข้ากัน จึงจะนำไปย้อมผ้าได้ ซึ่งมีวิธีการทดสอบโดยทาลงที่มือ สีที่สามารถย้อมได้ต้องมีสีเขียวเหลืองหรือสีเรืองแสง ถ้าสีติดทั้งหน้าและหลังมือแสดงว่าน้ำย้อมนั้นใช้ได้ แต่ถ้าติดแค่หลังมือแสดงว่าเค็มเกินไป ต้องใส่น้ำตาลทราย น้ำตาลโตนดหรือข้าวหมาก เพื่อลดความเป็นกรดลงจึงจะทำให้สีติดทน ดังนั้น ผู้ที่ย้อมผ้าจะต้องมีจิตใจเยือกเย็น ไม่รีบเร่งทำให้เกิดสีครามเข้มมากจนเกินไป จึงจะได้สีเพื่อใช้ย้อมผ้าตามต้องการ (บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

กรรมวิธีย้อมสีครามเข้มตามธรรมชาติ จึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่คนสมัยก่อนได้กระทำและถ่ายทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน ผู้ย้อมต้องพบกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อควบคุมให้เกิดสีครามเข้มทุกครั้งสำหรับการย้อม ผ้าทุกผืนของชาวไทยทรงดำมิใช่เป็นเพียงสัญลักษณ์เท่านั้น แต่ยังเป็นผ้าที่แฝงไว้ด้วยการทุ่มเทแรงงานและแรงใจของผู้ทำและผู้ย้อมคราม สำหรับสีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อของชาวไทยทรงดำมี ๖ สี คือ สีครามเข้ม สีเหลือง สีส้ม สีเขียว สีแดงหรือสีแดงเลือดหมู และสีขาว ซึ่งแต่ละสีมีความเชื่อดังนี้ (บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

(๑) สีคราม

เป็นสีที่ชาวไทยทรงดำใช้เป็นสีหลักในพื้นที่ส่วนใหญ่ของผืนผ้า โดยมีความเชื่อว่าเกิดจากการเก็บกตทางอารมณ์ของผู้ย้อมโดยแสดงความรู้สึกออกมาทางผืนผ้า ซึ่งหมายถึง ความเดียวดายของกลุ่มชนไทยทรงดำที่ต้องพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอนจนกลายเป็นชนกลุ่มน้อยของประเทศไทย

(๒) สีครามและสีขาว

เป็นสีที่เกิดจากการวางลายบนผืนผ้าขึ้นด้วยผ้าฝ้ายสีครามเข้มสลับกับสีขาวชาวไทยทรงดำถ่ายทอดอารมณ์ที่ถูกกดตันจากชนกลุ่มใหญ่ของประเทศ เนื่องจากถูกกวาดต้อนเข้ามาด้วยเหตุผลทางสงครามตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรีเรื่อยมาจนถึงสมันรัตนโกสินทร์ตอนต้น แต่พวกเขาก็พยายามสร้างครอบครัวและที่ทำกินด้วยความมานะอดทนจนสร้างครอบครัวและชุมชนได้สำเร็จ แต่ด้วยเหตุที่เป็นชนกลุ่มน้อยของประเทศ พวกเขากลับถูกผลักดันให้อพยพหรือเคลื่อนย้ายไปหาแหล่งที่ทำกินไกลจากชุมชนครั้งแล้วครั้งเล่า ทำให้วิถีชีวิตของชาวไทยทรงดำ มีความสุขอยู่ไม่นาน ความทุกข์มักจะติดตามมาเสมอ การวางสีครามสลับสีขาว จึงเป็นการบ่งบอกถึง ความเดียวดายที่ต้องพลัดพรากจากญาติพี่น้องและบ้านเกิดเมืองนอน

(๓) สีเหลือง

เป็นสีที่มีความสว่างไสว ชาวไทยทรงดำนิยมนำมาแทรกไว้ในส่วนหนึ่งของผ้าและเครื่องนุ่งห่ม เพื่อเน้นให้ลายผ้าแต่ละส่วนมีความเด่นชัดขึ้น ทำให้ผ้าที่มีการแทรกสีเหลืองไว้มีความสดใส มีชีวิตชีวา ให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายอารมณ์เคร่งเครียด นอกจากนี้ชาวไทยทรงดำยังเชื่อว่าสีเหลืองเป็นสีที่แสดงถึงความ

เจริญเติบโต สติปัญญา ความก้าวหน้า และยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงความศักดิ์สิทธิ์ ที่มีความสัมพันธ์กับ พระพุทธศาสนา

(๔) สีส้ม

เป็นสิ่งที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น ชาวไทยทรงดำจึงนิยมนำมาประดิษฐ์ไว้ใกล้สิ่งที่ตนผูกพันและนับถือ เช่น การประดิษฐ์มะหั้นหงอซึ่งเป็นเครื่องรางผูกไว้กับผ้าอ้อมเด็ก เพื่อป้องกันภูตผี แสดงถึงความรักที่มั่นคงของแม่สู่ลูก หมอนลายปะหรือลายปัก เพื่อถวายแด่พระภิกษุ หรือนำไปมอบให้ญาติผู้ใหญ่ที่นับถือ สิ่งเหล่านี้เป็นการบ่งบอกถึงความสัมพันธ์และความกตัญญู ทำให้ชาวไทยทรงดำเชื่อว่า จะนำความเจริญรุ่งเรืองให้พวกตนมีพลังในการดำรงชีวิตที่ตรงต่อไป

(๕) สีเขียว

เป็นสิ่งที่สื่อถึงพันธุ์พฤษชา เช่น ต้นไม้ ใบไม้ ดอกไม้ และผลไม้ ให้ความรู้สึกสดชื่น ร่มรื่น เยือกเย็น ดูแล้วสบายตาสบายใจ ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย ชาวไทยทรงดำจึงนิยมนำลวดลายพันธุ์พฤษชา มาประดิษฐ์ลงบนผืนผ้าไว้เพื่อระลึกถึงคุณประโยชน์ดังเช่น

(๕.๑) ลายดอกเต้า เป็นความเชื่อตามตำนานว่าต้นกำเนิดของพวกตนได้ไหลออกมาจากผลของน้ำเต้า มีความหมายในเชิงสัญลักษณ์ตามรูปร่างคล้ายอวัยวะเพศหญิง

(๕.๒) ลายขอกูด ผักกูดเป็นผักที่ขึ้นตามชายป่า ลำธาร หรือบริเวณคันน้ำ มียอดออร่อยมาก ชาวไทยทรงดำมีความผูกพันจึงนำลักษณะของยอดมาทำเป็นลายติดไว้เหนือหน้าจั่ว เพื่อสื่อความหมายถึงบุญคุณของผักกูดที่มีต่อชาวไทดำในเวียดนาม

(๕.๓) ลายงา งานเป็นพืชที่แสดงถึงการรวมกันอยู่เป็นกลุ่มก้อน และเกิดได้รวดเร็ว และลายดอกพิกุล เป็นลายที่มีขนาดเล็กมาก หญิงสาวผู้ใดประดิษฐ์ลายนี้ได้ ถือว่าหลุดพ้นจากการเรียนรู้การทอผ้าพร้อมที่จะแต่งงานมีครอบครัวได้แล้ว

(๖) สีแดงหรือสีแดงเลือดหมู

เป็นสิ่งที่โดดเด่นสามารถดึงดูดสายตาได้มากที่สุด จึงใช้เป็นที่สื่อความหมายต่างๆ จากการสอบถามผู้สูงอายุหลายท่านได้กล่าวถึงสีแดงหรือสีแดงเลือดหมูว่ามีความหมายถึง เลือดเนื้อหรือสิ่งมีชีวิต ความเชื่อดังกล่าวจึงเป็นการย้ำให้เห็นว่าผ้าและเครื่องนุ่งห่มที่ทอขึ้นเพื่อใช้กับผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่และเพื่อสื่อความหมายของการเป็นพวกพ้องเผ่าพันธุ์เดียวกัน นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งที่แสดงถึง การหยุด การสิ้นสุด และการหลุดพ้น เช่น การใช้ผ้าแพรสีแดงปิดหน้าศพ การใช้ผ้าฝ้ายสีแดงปิดโลงศพ หรือในพิธีส่งวิญญาณ ใช้ธงกาวที่มีขอบสีแดง ใช้ธงหรือใบไม้วางเป็นชั้นบันได้ เพื่อส่งผู้ตายไปเฝ้าถน

(๗) สีขาว

เป็นสิ่งที่แสดงถึงความสงบเยือกเย็น ความบริสุทธิ์ผุดผ่อง ความสุภาพ และความเบิกบาน ชาวไทยทรงดำนิยมนำผ้าสีขาวมาประกอบพิธีกรรมในการไหว้ผี เพราะมีความเชื่อว่า สีขาว หมายถึง วิญญาณ นอกจากนี้สีขาวของลวดลายต่างๆ ที่ประดิษฐ์เป็นพันธุ์พฤษชา ยังสื่อถึงความผูกพันกับธรรมชาติ ชาวไทยทรงดำนำลายดอกแก้ว ลายดอกจัน ลายดอกพรม ลายดอกมะลิ และลายขาบัว ซึ่งล้วนแต่เป็นดอกไม้สีขาว

ที่มีความหมายแสดงถึงความบริสุทธิ์ และความเบิกบาน มาประดิษฐ์เพื่อใช้ในงานมงคล หรือไว้ถวายพระภิกษุ

สำหรับความเชื่อและพิธีกรรมในการย้อมสี ชุมชนไทยทรงดำจะใช้สถานที่ที่มีดงไม้ โดยห้ามย้อมผ้า ในขณะที่พระสงฆ์เดินผ่าน เพราะเชื่อว่าจะทำให้สีไม่ติดเส้นใย คนโบราณมีความเคารพและศรัทธาต่อพระสงฆ์มาก เวลาพระสงฆ์เดินผ่านจะต้องพนมมือไหว้ ถึงแม้ว่าจะทำอะไรอยู่ก็ตาม สาเหตุนี้ทำให้คนแก่คนเฒ่าห้ามหรือไม่ให้ทำการย้อมสีเลยก็มี นอกจากนี้ยังมีการห้ามย้อมสีในวันพระ ซึ่งจะทำให้สีไม่ติดทนนาน เนื่องจากคนสมัยก่อนเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา มาก ทุกคนจะต้องไปเข้าวัดฟังเทศน์ ฟังธรรม ถ้าผู้ใดย้อมสีในวันนี้จะเกิดความกังวลใจ ย้อมสีได้ไม่เต็มที่ และย้อมได้ไม่ดีเท่าที่ควร จึงให้สีไม่ติดและไม่สวยงามเท่าที่ต้องการ

ตามความเชื่อเกี่ยวกับการทำสีย้อมผ้าพบว่า ชาวไทยทรงดำใช้สีครามเข้าเป็นสีหลัก โดยมีสีส้ม สีเหลือง สีเขียว สีแดงหรือสีแดงเลือดหมู และสีขาว เป็นสีประกอบ การใช้สีย้อมผ้าที่เน้นไปทางสีครามเข้ม เป็นการสื่อความหมายให้เห็นถึงความเก๋กตทางอารมณ์ที่เป็นชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย ส่วนการย้อมสีไม่ควรย้อมสีในวันพระ หรือเวลาที่พระเดินผ่าน ซึ่งมักจะเป็นเวลาที่พระมาบิณฑบาตในช่วงเช้า เพราะชาวไทยทรงดำเลื่อมใสต่อพุทธศาสนา มาก อาจทำให้จิตใจกังวล ทำให้ย้อมสีได้ไม่ดี

๒.๓ ความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับลายผ้า

ลายผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชุมชนไทยทรงดำ โดยทั่วไปมีจำนวน ๕ ลาย คือ ลายพันธุ์พฤษชาติ ลายสัตว์ ลายเครื่องมือเครื่องใช้ ลายของสถานที่และสิ่งของ และลายเบ็ดเตล็ด โดยมีชื่อเรียกแตกต่างกัน ๓๓ ลาย การสื่อความหมายที่เป็นคติความเชื่อเกี่ยวกับลายผ้ามีดังนี้ (บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ๒๕๔๕)

(๑) ลายพันธุ์พฤษชาติ

ลวดลายที่เกิดจากการทอผ้าในทุกกลุ่มชนจะมีลายที่สื่อความหมายถึง ต้นไม้ ใบไม้ ดอกไม้ หรือผลไม้ หรือเรียกโดยภาพรวมว่า “ลายพันธุ์พฤษชาติ” สำหรับผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำมีลายพันธุ์พฤษชาติทั้งหมด ๑๒ ลาย แต่ละลายเลียนแบบมาจากสิ่งต่างๆ ดังกล่าวมาแล้ว ที่มีความผูกพันกับชาวบ้าน และมีความสำคัญต่อวิถีการดำรงชีวิต จึงทำให้ช่างผู้ทอผ้าเกิดแรงบันดาลใจที่จะนำสิ่งที่พบเห็นมาบรรจงแต่งแต้มให้เกิดลวดลายบนผ้า ดังนี้

(๑.๑) ลายดอกเต้า (ดอกน้ำเต้า) น้ำเต้าเป็นพืชประเภทไม้เลื้อยที่ขึ้นได้อยู่ทั่วไป ลำต้นมีลักษณะเป็นเครือยาวออกไปอย่างไร้จักจบสิ้น และออกผลไม้ไร้จักหมด ชาวไทยทรงดำจึงเปรียบเทียบความไร้จักจบสิ้นลงได้ เนื่องจากน้ำเต้ามีลักษณะในเชิงสัญลักษณ์คล้ายอวัยวะเพศหญิง ลายดอกเต้าจึงนิยมนำมาประดิษฐ์ผ้าที่ใช้ในวันแต่งงาน เพราะเชื่อว่าการแต่งงานเป็นจุดเริ่มต้นของการให้กำเนิดเพื่อขยายเผ่าพันธุ์

(๑.๒) ลายดอกแก้ว ต้นแก้วเป็นพุ่มไม้ขนาดเล็ก ดอกมีกลิ่นหอม ผู้หญิงชาวไทยทรงดำที่เริ่มเรียนรู้การขีดและปัก ต้องผ่านลายนี้เป็นลำดับแรก เนื่องจากมีความเชื่อว่าดอกแก้วเป็นดอกไม้ที่มีกลิ่นหอมเยือกเย็นในยามค่ำคืน ผู้ใดจะขีดหรือปักจะต้องมีความอดทน และเยือกเย็นจึงจะสามารถทำลายนี้ได้สำเร็จ

(๑.๓) ลายขอกูด ผักกูดมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนไทดำค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นดินแดนในเวียดนาม หรือแม้แต่ชาวไทยทรงดำที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทย โดยมีเรื่องเล่าเกี่ยวกับตำนานผักกูดไว้ว่า ลูกหรือหลานสาวจะมีหน้าที่ไปเก็บผักกูดให้พ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย นำมาเป็นอาหาร มาวันหนึ่งลูกสาวออกไปหาผักกูดเพื่อจะนำมาให้พ่อแม่กินหาไปจนทั่วป่า ก็ไม่พบสักต้นเดียว จึงนั่งร้องไห้อยู่ในป่า ฝ่ายผักกูดเมื่อเห็นนางนั่งร้องไห้ จนน้ำตาตกลงสู่พื้นดิน จึงเห็นใจในความกตัญญูของนางยิ่งนัก ต่างพากันแข่งยอดขึ้นมามากมายให้นางได้เก็บไปให้พ่อแม่ เมื่อนางกลับมาถึงบ้าน นางก็รำลึกถึงบุญคุณของผักกูด จึงนำรูปลักษณะของผักกูดมาทอเป็นลาย “ผักกูด” หรือ “ลายขอกูด” ขึ้นบนผืนผ้าทุกชิ้นของตน

(๑.๔) ลายดอกจัน ต้นจันเป็นไม้ยืนต้นสูงได้ถึง ๒๐ เมตร ดอกตัวผู้เป็นช่อกลีบเชื่อมติดกันเป็นรูปคนโทสีขาวนวล ดอกตัวเมียเป็นดอกเดี่ยวลักษณะคล้ายดอกตัวผู้แต่มีขนาดใหญ่กว่า ชาวไทยทรงดำเชื่อว่าดอกจัน เป็นตำนานรักอมตะของชาวไทดำในเวียดนาม สีขาวของดอกจันจึงแทนความรักอันบริสุทธิ์มั่นคง ชาวไทยทรงดำในประเทศไทย จึงนิยมประดิษฐ์ลายนี้เพื่อมอบให้แก่เจ้าบ่าวและเจ้าสาว หรือผู้อาวุโสในหมู่บ้าน

(๑.๕) ลายแดงโม แดงโมเป็นพันธุ์ไม้เลื้อย นิยมนำผลมารับประทาน ชาวไทยทรงดำนำลายของผลแดงโมมาทอเป็นลายผ้าตามแนวตั้ง สลับระหว่างผ้าฝ้ายสีครามเข้มกับสีขาว ทำให้คนทั่วไปเรียกลายผ้านี้ว่า “ลายแดงโม” ชาวไทยทรงดำจึงยอมรับชื่อนี้จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชนสืบมาจนถึงปัจจุบัน โดยแฝงความเชื่อทางอารมณ์ที่ถูกต้องดีงาม เนื่องจากเป็นชนกลุ่มน้อยที่ถูกกวาดต้อนเข้ามาในประเทศไทยด้วยเหตุผลเกี่ยวกับสงคราม ผ่านลงบนลายผ้าชิ้นทั้ง ๓ ลาย ซึ่งมีความหมายแตกต่างกัน คือ ลายเส้นหนาอยู่แนบชิดกัน ๒ เส้น เรียกว่า ลายตาเก็บ หรือลายตาคืบ เป็นลายที่สะท้อนให้เห็นการรวมกลุ่มหรือความใกล้ชิด นอกจากนี้ยังหมายถึง ความเป็นพี่น้องของไทย ลาว และเวียดนาม ลายเส้นเล็กเส้นเดียว เรียกว่า ลายตาเดี่ยว เป็นลายที่สะท้อนให้เห็นถึงการถูกแยกหรือตัดขาดจากส่วนหนึ่งส่วนใด ซึ่งเปรียบเสมือนกับความเดียวดายของชาวไทยทรงดำที่ต้องพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอน ส่วนลายเส้นหนาห่างกัน ๒ เส้น เรียกว่า ลายตาหมู่ หรือลายตาคู่ ชาวไทยทรงดำเชื่อว่า เป็นลายที่สะท้อนให้เห็นถึงการถูกแยกหรือทำให้เกิดคู่ขนานซึ่งไม่มีโอกาสจะมาบรรจบกันได้ นอกจากนี้ยังหมายถึง ความพลัดพรากระหว่างพี่น้องไทดำในเวียดนาม และลาว กับไทยทรงดำในประเทศไทย

(๑.๖) ลายดอกผักแว่น ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่า รูปร่างของดอกที่มีขนาดเล็กเกิดเป็นกลุ่มและโตเร็วนี้ ถ้าใครสามารถปลูกผักแว่นได้ก็จะแสดงถึงความอดทน ความเอื้อเฟื้อ ประณีต ละเอียดอ่อน เจริญอกงาม และสร้างความกลมเกลียวให้ครอบครัวเป็นปึกแผ่น ดังนั้นผ้าลายดอกผักแว่นจึงนิยมมอบให้แก่คู่บ่าวสาวในวันแต่งงาน หรือผู้ใหญ่ที่นับถือ

(๑.๗) ลายดอกพรม การปะผ้าของชาวไทยทรงดำนิยมใช้วิธีการประดิษฐ์ลายดอกพรมเป็นส่วนมาก เนื่องจากเป็นลายที่ง่ายและไม่ซับซ้อน โดยมีความเชื่อเกี่ยวกับดอกพรมว่า “ถึงแม้จะมีกลิ่นหอม แต่ก็หนามแหลมคมรอบตัว” คนสมัยก่อนจึงสอนหญิงสาวโดยเปรียบเทียบดอกพรมไว้ว่า ความสวยความงามนั้นไม่คงทน แต่การเป็นแม่บ้านแม่เรือนจะทำให้ชีวิตการครองคู่มีความสุขและยั่งยืนได้

(๑.๘) ลายขาบัว (ดอกบัว) ตรงกับความเชื่อของชาวไทยทรงดำอีกด้านหนึ่งที่เปรียบเทียบกับดอกบัวไว้ว่า เกิดจากตมอันสกปรกและตกตะกอนในท้องน้ำ แต่บัวก็พยายามยืนก้านให้ยาวออก จนกระทั่งสามารถโผล่ใบและดอกขึ้นมาเหนือผิวน้ำ กำเนิดของบัวจึงเป็นสิ่งที่เปรียบเทียบเรื่องการประพาศติพิศเพียงใด แต่ก็ยังมีโอกาสที่จะเป็นคนดีได้ทุกคน ถ้าผู้นั้นมีความตั้งใจจริง ชาวไทยทรงดำจึงนำลายขาบัวหรือดอกบัวตามจินตนาการนี้ มาเป็นการขอขมา หรือถวายพระ เพื่อเป็นการแสดงถึงความสำนึกในความผิดเพื่อเริ่มต้นกลับเป็นคนดี

(๑.๙) ลายดอกแปด ดอกแปดเป็นลายที่เตจจากจินตนาการของชาวไทยทรงดำ โดยอัญเชิญแกนทั้ง ๘ องค์ มาประดิษฐ์เป็นลายผ้า ชาวไทยทรงดำเชื่อว่า ถ้าผู้ใดใช้เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มลายนี้ จะได้รับการดูแลจากแกน เมื่อเสียชีวิตลงวิญญาณของผู้ตายจะได้รับความคุ้มครองจากแกนชาติ เพราะสวมเครื่องแต่งกายที่เป็นลายนี้ โดยเฉพาะเสื้อฮีที่สวมและคลุมโคงศพส่วนมากจะใช้ลายนี้ทอ ทำให้ชาวไทยทรงดำนิยม ปะผ้าลายดอกแปดบนผ้าและเครื่องนุ่งห่ม เพื่อไว้ใช้ในงานพิธีกรรมเป็นส่วนใหญ่

(๑.๑๐) ลายดอกมะลิ ด้วยลักษณะของดอกมะลิ เปรียบเหมือนผู้หญิง ๔ วัย คือ วัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ และวัยชรา ดอกมะลิจึงเป็นเครื่องเตือนใจของชาวไทยทรงดำ ให้ตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นลูกผู้หญิง ที่จะไม่ประพฤติปฏิบัตินอกกรอบทาง เพราะเมื่อวัยร่วงเลยไป ทุกสิ่งก็ยอมโรยตามกาลเวลาด้วย

(๑.๑๑) ลายงา งาเป็นพืชล้มลุก ชาวบ้านปลูกไว้รับประทานเมล็ดและมีความเชื่อตามรูปร่างว่า เมล็ดงามีขนาดเล็ก แต่รวมกันอยู่เป็นกลุ่มก้อน เกิดความงอกงามได้รวดเร็ว ถ้านำเอาทำเป็นลายบนผืนผ้า จะแสดงถึงความสามัคคี และมีความเจริญก้าวหน้า

(๑.๑๒) ลายดอกพิกุล นิยมปักไว้บนหน้าหมอน สาบเสื้อฮี เนื่องจากมีความเชื่อว่า ผู้ใดสามารถปักลายดอกพิกุลได้ จะแสดงถึงความอดทน และการหลุดพ้น เพราะว่าเป็นลายที่มีความละเอียด ต้องใช้เวลาในการปักค่อนข้างนาน หญิงสาวผู้ใดสามารถปักลายพิกุลได้ จะบ่งบอกให้ทราบถึงคุณสมบัติพร้อมที่จะออกเรือนได้

(๒) ลายสัตว์

ในบรรดาลวดลายที่สื่อความหมายเกี่ยวกับสัตว์บนผ้าทอของชาวไทยทรงดำนั้น ประกอบด้วยลายสัตว์บก เช่น ลายหมาป่า ลายตัวลิง ลายม้า ลายช้าง ลายสิงโต และลายหน้าเสือ ลายสัตว์น้ำ เช่น ลายปลา ลายสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ เช่น ลายกบ ลายปู ลายสัตว์ปีก เช่น ลายผีเสื้อ ลายตานกแก้ว ลายสัตว์ประเภทแมลง เช่น ลายแมงมุม ลายแมงป่อง ลายสัตว์เลื้อยคลาน เช่น ลายงูเหลือม และลายสัตว์ในจินตนาการ เช่น ลายนาค ลายสัตว์ประเภทต่างๆ ที่ปรากฏบนผ้าทอของชาวไทยทรงดำมีความเชื่ออยู่หลายลักษณะ เช่น เชื่อเรื่องบุญคุณ ถิ่นกำเนิด ความยำเกรง ความรัก ความสวยงาม การคุ้มครอง ความคิดถึง อำนาจวาสนา เป็นต้น ความเชื่อตามลักษณะดังกล่าวนี้ แฝงอยู่ในรูปร่างและการกระทำของสัตว์ ทำให้ผู้หญิงซึ่งได้พบเห็นและฟังเรื่องเล่าจากบรรพบุรุษ เกิดจินตนาการสร้างสรรค์ลวดลายด้วยวิธีทอ ปัก ปะ และขีด เพื่อสื่อความหมายถึงเรื่องราวบนผืนผ้าแต่ละประเภทไว้จำนวน ๑๕ ลาย แต่ละลายมีความเชื่อดังนี้

(๒.๑) ลายตานกแก้ว นกแก้วเป็นสัตว์ที่มีความสามารถพิเศษคือ สามารถเลียนเสียงพูดภาษาคนได้ตลอดจนเป็นนกที่มีความซื่อสัตย์ต่อผู้เลี้ยงเป็นอย่างมาก สามารถเป็นยามคอยเฝ้าระวังบุคคลแปลกหน้า

เพื่อรายงานให้ผู้เลี้ยงได้ทราบ นอกจากนี้ยังอยู่รวมกันเป็นฝูง ทำให้ชาวไทยทรงดำเชื่อว่า นกแก้วเป็นสัตว์ที่มีความซื่อสัตย์และมีความสามัคคี สมควรนำมาเป็นแบบอย่าง จึงได้คิดประดิษฐ์ลายหน้าหมอนเพื่อไว้ในพิธีแต่งงาน

(๒.๒) ลายหมาย่า ในขณะที่ผู้หญิงนั่งทอผ้าอยู่ที่ถุนบ้าน หม่าจะมานอนอยู่ข้างๆ ก็ทอผ้า ในลักษณะของการเฝ้าระวังและปกป้องดูแล ดังนั้นชาวไทยทรงดำประดิษฐ์ลายหมาย่าขึ้นมาบนผืนผ้าโดยมีความหมายถึง ความผูกพันและความจงรักภักดีระหว่างหม่ากับคน

(๒.๓) ลายนาค ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่านาคเป็นเจ้าแห่งงูทั้งหลาย ที่นำความอุดมสมบูรณ์มาให้ชาวโลก คือนาคเป็นผู้กำหนดฝนให้ตกต้องตามฤดูกาล ฉะนั้นถ้าใครสามารถทำลวดลายเป็นรูปพญานาคได้ คนนั้นจะได้รับการยกย่องว่าเป็นตัวแทนของความอุดมสมบูรณ์

(๒.๔) ลายแมงมุม เป็นลายที่เกิดจากการเล่าถึงคุณงามความดีมีน้ำใจและระลึกถึงบุญคุณที่แมงมุมได้ช่วยเหลือไว้โดยชายผู้หนึ่งได้ถูกเสือไล่จนหนีเข้าไปในถ้ำ แมงมุมเกิดความสงสารจึงชักใยปิดปากถ้ำช่วยเหลือให้รอดพ้นจากเสือได้ ชายคนนั้นกลับบ้านได้เล่าให้เมียฟัง เมียจึงคิดลวดลายทอเป็นลายแมงมุม

(๒.๕) ลายผีเสื้อ มีความหมายถึง ความรักและชีวิตการแต่งงานที่มีความสุข ถ้าเป็นความหมายมงคล หมายถึง อายุยืน และยังเป็นสัญลักษณ์โบราณที่หมายถึง บรรพบุรุษ นอกจากนี้ ผีเสื้อยังหมายถึง เสือเมือง หรือแถน ที่คอยช่วยคุ้มครองดูแลทุกข์สุข สามารถดับยุคเข็ญหรือทำลายล้างอุปสรรคทั้งปวงได้ตลอดจนคอยช่วยเหลือมนุษย์เมื่อประสบความเดือดร้อนหรือภัยพิบัติ ชาวไทยทรงดำจึงนิยมประดิษฐ์ลายผีเสื้อลงบนผืนผ้าเพื่อมอบให้กับญาติผู้ใหญ่หรือผู้ที่ตนนับถือ

(๒.๖) ลายตัวลิง ลายเกิดจากการเล่าว่ากระรอกถึงลูกๆ จากหญิงหม้ายซึ่งมีฐานะยากจนไม่มีข้าวให้ลูกๆ กิน ลูกๆ จึงหนีเข้าไปกลายเป็นลิงซึ่งมีผลไม้ในป่าเป็นอาหาร จึงไม่กลับมาหาแม่อีก นางจึงเกิดความคิดที่จะทอผ้าเป็นรูปลิงเมื่อยามคิดถึงลูก

(๒.๗) ลายม้า ในอดีตม้าเป็นพาหนะเดินทางขนส่งสัมภาระ ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าม้าวิ่งห้อ หมายถึง ความเร็ว ความอดทนพยายาม ความแข็งแกร่ง ความกล้าหาญ จึงได้ใช้ลวดลายม้าเพื่อยกย่องและทดแทนบุญคุณ

(๒.๘) ลายแมงป่อง สาเหตุที่ชาวไทยทรงดำนำมาทำเป็นลายนี้ก็เพราะว่าจะได้ข่มขู่ศัตรู ไม่ให้เข้ามาใกล้ตนเอง อีกประการหนึ่ง เป็นการแสดงฝีมือในการปักลาย เพราะเป็นลายที่มีความละเอียดและประณีตมาก คนสมัยก่อนจึงนิยมเอามาทำเป็นลายต้นแบบและปรากฏบนผ้าซิดของชาวไทยทรงดำเป็นจำนวนมาก

(๒.๙) ลายปลา เป็นลายที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อสร้างจิตสำนึกให้มีความกล้าในการฟันฝ่าอุปสรรคทั้งหลาย จนไปถึงจุดหมายปลายทางได้สำเร็จ เนื่องจากในอดีตมีเรื่องเล่าเกี่ยวกับปลาที่ว่ายทวนกระแสน้ำเพื่อกระโดดข้ามแก่งหินที่ขวางกั้นอยู่ในแม่น้ำดำ ด้วยความยากลำบากเพื่อไปวางไข่ที่ต้นน้ำ จึงมีคติสอนใจว่า “คนจนมีสิทธิรวยได้” ถ้ามีความมุ่งมั่นและความพยายามเหมือนปลาที่ฟันฝ่าอุปสรรคได้

(๒.๑๐) ลายช้าง ชาวไทยทรงดำเชื่อว่า ช้างเป็นสัตว์ศักดิ์สิทธิ์และมีประวัติเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ช้างมีความหมายที่แสดงถึงพลังอำนาจ เชื่อถือเคารพศรัทธาและซื่อสัตย์ภักดีต่อเจ้าของ ชาวไทยทรงดำได้

ประดิษฐ์ลายข้างขึ้นมาเพราะเชื่อว่า จะแสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่และความเจริญรุ่งเรือง ตลอดจนการเอาชนะอุปสรรคทั้งหลายได้

(๒.๑๑) ลายสิงโต ชาวไทยทรงดำจึงนำลายสิงโตมาผลิตบนผืนผ้าเพื่อใช้เป็นสื่อสัญลักษณ์ของอำนาจความเข้มแข็ง ความศักดิ์สิทธิ์ความกล้าหาญ ความอดทน และความแข็งแรง ดังนั้นถ้าหากต้องการทอผ้าให้คนที่เรานับถือและผู้อาวุโส ก็จะต้องทอลายนี้ ผู้ที่สวมเสื้อผ้าที่ทอด้วยลายนี้ แสดงว่าจะได้รับความคุ้มครองจากสิ่งชั่วร้ายได้

(๒.๑๒) ลายงูเหลือม ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อเกี่ยวกับงูมาก ถ้าจะนำงูมาทำเป็นลายของผ้า ขิดต้องดูความเหมาะสม ทำไปถวายพระสงฆ์ได้ แต่จะไม่ทำให้กับหญิงสาว เนื่องจากงูมักเลื้อยขดไปขดมา เป็นการเปรียบเทียบและสั่งสอนผู้หญิงไม่ให้ประพฤติปฏิบัติเหมือนกับงู แต่ลายงูเหลือมสามารถมอบให้กับหญิงที่แต่งงานแล้วได้ เพราะหญิงที่แต่งงานแล้วสามารถเผชิญกับอุปสรรคและแก้ปัญหาได้ นับว่าเป็นคนมีชีวิตที่สมบูรณ์แล้ว

(๒.๑๓) ลายกบ ชาวไทยทรงดำเชื่อกันว่าเสียงร้องของกบเป็นการประกาศขอฝน และอวยพรให้ข้าวในนาได้ผล นอกจากนี้ชาวไทยทรงดำเชื่อกันว่ากบเป็นสัญลักษณ์ของการเกิด หรือการเริ่มต้นใหม่ ลายกบปรากฏบนผ้าขาวม้า ซึ่งเป็นผลงานของเจ้าสาวที่ต้องเตรียมไว้เป็นของขวัญให้แกญาติผู้ใหญ่ฝ่ายชายในวันแต่งงาน

(๒.๑๔) ลายหน้าเสือ มีเรื่องเล่าว่าในหมู่บ้านเกิดการแห้งแล้งขาดน้ำทำการเกษตร ทำให้ชาวบ้านต้องเดินทางไปถามแถนถึงบนฟ้า เมื่อถึงประตูทางเข้ามีกลองแขวนอยู่หน้าทางเข้าชาวบ้านจึงตีกลอง แถนร้องถามว่าใครแล้วสั่งให้เสือซึ่งยืนเป็นยามเฝ้าหน้าประตูออกมาดู แต่เสือไม่ทำอันตรายเพราะคนร้องขอ บอกว่าช่วยพูดกับแถนขอให้น้ำให้กับหมู่บ้านของตนเพราะเกิดความแห้งแล้ง ชาวไทยทรงดำจึงถือว่าเสือเป็นวิญญาณผู้พิทักษ์ แห่งการเกษตรโดยใช้ภาพเสือเป็นเครื่องหมายของฤดูกาลเกี่ยวเกี่ยว จึงทอผ้าเป็นรูปหน้าเสือเพื่อเป็นการระลึกถึงน้ำใจและความดีของเสือ

(๒.๑๕) ลายปู ชาวไทยทรงดำนำลายปูมาประดิษฐ์เป็นลายลงบนผ้า ไว้เป็นอุทาหรณ์ เพื่อเตือนสติคิดให้รอบคอบเสียก่อนจะทำการหนึ่งสิ่งใดลงไป ดังเช่นชายที่ฆ่าปูโดยลืมนึกว่าตัวเองผูกเคียวไว้กับปลายอีกข้างหนึ่งบนคานหาบข้าวที่นำไปกระแทกปู เคียวจึงตัดคอของชายคนนั้นขาด และลักษณะของตัวปูที่เดินเร็ววิ่งเร็วแสดงถึงความคล่องแคล่ว จึงทำเพื่อมอบให้แก่ผู้บ่าวสาวในงานวันแต่งงานเชื่อว่าทำมาหากินได้สำเร็จรวดเร็ว

(๓) ลายเครื่องมือเครื่องใช้

รูปแบบลายผ้าที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของผู้หญิง ส่วนมากเป็นลายที่พบเห็นโดยทั่วไป ยกเว้นลายเครื่องมือเครื่องใช้เป็นลายที่มีไม่เป็นวัตถุดิบ แต่เนื่องจากภาษาชนที่มีคุณประโยชน์ในการใช้สอย ตลอดจนมีลวดลายที่สื่อถึงความหมายได้หลากหลาย จึงเกิดรูปแบบเป็นลายผ้า จำนวน ๑ ลาย คือ ลายข้าวหลามตัด ชาวไทยทรงดำเชื่อว่า ลายข้าวหลามตัดคือ ขันหมาก และเขียนหมาก ซึ่งมีลักษณะคล้ายขันหมากหรือพานสำหรับใช้ใส่สิ่งของเพื่อนำไปเช่นไหว้ผีเรือน หรือไว้ใช้ในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ เช่น การแต่งงาน การต้อนรับแรก เป็นต้น

(๔) ลายของสถานที่และสิ่งของ

ชาวไทยดำในประเทศเวียดนามนับถือผีเป็นสิ่งที่บูชาสูงสุด ส่วนชาวไทยทรงดำในประเทศไทยได้รับอิทธิพลพุทธศาสนาเข้ามาผสมผสานกับการนับถือผี ทำให้ช่างทอผ้าชาวไทยทรงดำมีความผูกพันกับพุทธศาสนาเป็นอย่างมาก จึงได้คิดประดิษฐ์ลวดลายของสถานที่และสิ่งของผ่านลงบนผืนผ้าจำนวน ๔ ลาย แต่ละลายมีความเชื่อดังนี้

(๔.๑) ลายหอปราสาท ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่า ปราสาทเป็นสถานที่อาศัยของพระเจ้าแผ่นดิน พระและขุนนาง (เพี้ย) เทียบเท่ากับชนชั้นผู้ดีของชาวไทยทรงดำซึ่งเป็นผู้ที่มีศักดิ์สูงกว่าชาวบ้านทั่วไป ดังนั้นเวลาชาวบ้านทอผ้าไปถวายพระหรือมอบให้ผู้อาวุโสซึ่งเป็นชนชั้นผู้ดี ต้องทอด้วยลายนี้ ลายหอปราสาทมีการทอในผ้าซิ่นตาหมี ผ้าซิ่นลาว และผ้าสไบ

(๔.๒) ลายโบสถ์ ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่า โบสถ์ เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เพราะการสร้างวัดชาวบ้านจะสร้างโบสถ์เป็นแห่งแรก ทั้งนี้เพราะว่าโบสถ์เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปที่เป็นองค์ประธานของวัด ถ้าชาวบ้านคนใดสามารถทำผ้าซิ่นตาหมี ผ้าซิ่นลาว หรือผ้าซัดหน้า และผ้าสไบ เป็นลายนี้ได้ ถือว่าคนนั้นจะได้บุญกุศล เมื่อตายไปจะได้ขึ้นสวรรค์ ส่วนมากลายนี้จะทำเก็บไว้เป็นมรดก และถวายพระในกิจกรรมของสงฆ์เท่านั้น

(๔.๓) ลายธรรมาสัน ธรรมาสันเป็นที่แสดงธรรมของพระสงฆ์ ถ้าชาวบ้านคนใดทำผ้าซิ่นตาหมีด้วยลายนี้แล้วจะได้บุญกุศล ทั้งนี้เพราะว่าธรรมาสันเป็นของสูง คนสามัญธรรมดาจะขึ้นไปนั่งเล่นไม่ได้ จากการสังเกตลายเก่าๆ ของการมัดตาหมี โดยมากจะใช้ลายเดียวตลอดทั้งคืน หรือตลอดแถว

(๔.๔) ลายใบเสมา ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่า ใบเสมาเป็นใบปักเขตของสงฆ์หรือของวัด ให้มีขอบเขตเป็นสัดส่วน ถ้าใครทำได้ในลักษณะนี้แล้วจะได้บุญกุศลอย่างมาก ทั้งนี้เป็นความเชื่อของคนสมัยก่อนที่ทำบุญเพื่อชาติหน้า เช่น ถวายผ้าสำหรับกิจของสงฆ์

(๕) ลายเบ็ดเตล็ด

สำหรับลายที่ประดิษฐ์ลงบนผืนผ้าของชาวไทยทรงดำที่เป็นลายเบ็ดเตล็ด เป็นลายเกี่ยวกับธรรมชาติบนท้องฟ้ามี ๒ ลาย คือ

(๕.๑) ลายดาวลอย ชาวไทยทรงดำเชื่อว่า ดาวเป็นสิ่งที่อยู่บนฟ้าให้แสงสว่าง และยังนำความเจริญ ความก้าวหน้า และความเฉลียวฉลาดมาสู่ผู้คนได้ ลักษณะความเชื่อของชาวบ้านที่ติดต่อลายดาวลอยที่ปรากฏบนผืนผ้า ที่มีต่อความเชื่อถือดวงดาวบนท้องฟ้า ลักษณะดาวแต่ละประเภทจึงเป็นตัวกำหนดตามความเชื่อ โดยมีความหมายถึง ความมีโชคลาภ ความอุดมสมบูรณ์ ความชุ่มฉ่ำจากน้ำฝน แสงส่องทางแห่งอำนาจซึ่งล้วนแต่มีความหมายที่เป็นสิริมงคลทั้งสิ้น

(๕.๒) ลายสายรุ้ง ชาวไทยทรงดำเชื่อว่า สายรุ้งคือ บันไดที่แกนคอยส่งมนุษย์ลงมาเกิด และคอยรับผู้เสียชีวิตขึ้นไปอยู่กับแกน เมื่อเกิดรุ้งกินน้ำขึ้นเมื่อใด ชาวบ้านต้องคอยก้มศีรษะเพื่อแสดงความเคารพแกนเสมอ ดังนั้นลายสายรุ้งที่ปรากฏบนผ้าและเครื่องนุ่งห่ม จึงมีเฉพาะผ้าเปียว หรือผ้าพันศีรษะเท่านั้น เพราะชาวบ้านเชื่อว่า สายรุ้งเป็นของสูง เป็นทางเดินของแกน

ชาวไทยทรงดำได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษในประเทศลาวและเวียดนามเหนือ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการประดิษฐ์ลายนั้นมีการถ่ายทอดกันในชุมชน ส่วนการเปลี่ยนแปลงลายจะมีเฉพาะลายปะผ้าเท่านั้น โดยมีวิธีการนำลายมาผสมกันเช่น ลายดอกพรมกับลายดอกแปด ลายขาบัวกับลายดอกแปด ในการประดิษฐ์ลาย ส่วนการเปลี่ยนแปลงลายจะมีเฉพาะแต่ลายผ้าเท่านั้น โดยนำลายมาผสมกันเช่น ลายดอกพรมกับลายดอกแปด ลายขาบัวกับลายดอกแปด

จากความเชื่อและพิธีกรรม ตามแนวคิดที่เกี่ยวกับการสื่อความหมายจากลวดลายที่ปรากฏบนผืนผ้าของชาวไทยทรงดำ ทำให้ทราบได้ว่าลวดลายบนผืนผ้ามีอยู่หลากหลาย เป็นสิ่งที่ผู้หญิงชาวไทยทรงดำได้ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อและพิธีกรรมต่างๆ ที่มีอยู่ในวิถีชีวิตประจำวันของพวกเขา รวมทั้งประสบการณ์ที่อยู่รอบๆ ตัว ซึ่งได้สั่งสมมาตลอดระยะเวลายาวนานจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งภายใต้กรอบประเพณีที่ชาวไทยทรงดำได้พบเห็นและถือปฏิบัติต่อๆ กันมา เพื่อใช้เป็นแนวคิดในการทอ ปัก ปะ และขีด เป็นลวดลายให้ปรากฏบนผืนผ้าทั้งหมดนั้นจึงเป็นการถ่ายทอดความคิด ความเชื่อและพิธีกรรมที่เป็นนามธรรมของผู้หญิงชาวไทยทรงดำ โดยอาศัยภูมิปัญญาในการทอผ้าให้ออกมาเป็นรูปธรรมในลักษณะของลวดลายบนผืนผ้า ลวดลายทั้งหมดล้วนแต่สื่อความหมายที่เกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลทั้งสิ้น

๓. แนวคิดเรื่องเอกลักษณ์ชุมชน

เอกลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัว (Character of Community) อันเกิดจากภาพรวมที่ปรากฏอยู่ในรูปแบบลักษณะทางกายภาพ เป็นอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างอื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในเมือง โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลายๆ อย่างประกอบกัน ที่ทำให้พื้นที่นั้นมีลักษณะที่พิเศษแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ ทั้งนี้หมายรวมถึงความต่อเนื่องของการดำรงชีวิตในสังคมที่อยู่ในพื้นที่หรือเมือง เช่น กิจกรรมของเมือง ซึ่งเป็นแบบแผนความเป็นอยู่ที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องจากอดีตจนถึงปัจจุบัน (วรชัย โจรจนพรทิพย์, ๒๕๔๘)

ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นสามารถมองเห็นได้จากองค์ประกอบทางกายภาพที่มีลักษณะเฉพาะ Kevin Lynch (๒๐๐๐) อ้างถึงใน วรชัย โจรจนพรทิพย์ (๒๕๔๘) ได้ศึกษาเกี่ยวกับจินตภาพของเมือง (The Image of the City) ซึ่งได้มาจากการวิเคราะห์ระบบมโนทัศน์ที่เกิดจากเอกลักษณ์ (Identity) โครงสร้าง (Structure) และความหมาย (Meaning) กล่าวคือ สิ่งต่างๆ ที่ประกอบขึ้นมาในเมืองนั้น มีลักษณะเฉพาะเป็นของตัวเอง (Individuality) และมีความสัมพันธ์ทางกายภาพของตำแหน่งที่มีต่อกัน รวมทั้งต่อผู้รับรู้ด้วย โดยสื่อถึงความเข้าใจ ก่อให้เกิดความรู้สึกและทัศนคติด้านการใช้สอยหรือทางอารมณ์ องค์ประกอบที่แสดงลักษณะเฉพาะมี ๕ อย่าง ประกอบด้วย ทางสัญจร (Pathways) ย่าน (Districts) ขอบเขต (Edges) จุดหมายตา (Landmarks) และจุดศูนย์รวม (Nodes)

เนื่องจากองค์ประกอบทั้ง ๕ ประการ สะท้อนภาพรวมที่เกิดขึ้นในมโนทัศน์ของผู้สังเกต ดังนั้นหากสภาพแวดล้อมของเมืองที่มีการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมสอดคล้องกันก็จะทำให้เกิดเอกลักษณ์ทางด้านจินตภาพอย่างชัดเจน ส่งผลให้เมืองนั้นๆ มีความประทับใจต่อผู้พบเห็นในที่สุด

สรุปว่า การศึกษาเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น จากองค์ประกอบทางกายภาพของชุมชนจะเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบทางกายภาพที่มีลักษณะควรแก่การอนุรักษ์และพัฒนาให้ดำรงความสำคัญต่อชุมชนต่อไป

Harry L. Gamham (๑๙๗๖) อ้างถึงใน วรชัย โรจนพรทิพย์ (๒๕๔๘) กล่าวว่าไว้ว่า เอกลักษณ์ หรือ ลักษณะเฉพาะจะประกอบไปด้วยส่วนต่างๆ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ กิจกรรม และการสื่อความหมาย โดยปฏิสัมพันธ์ขององค์ประกอบนี้เองได้สร้างสรรค์จิตวิญญาณแห่งสถานที่ เพื่อให้บรรลุความสำเร็จในการดำเนินการอนุรักษ์ และฟื้นฟูกิจกรรมในสภาพแวดล้อมของชุมชน ได้แก่

๑. ลักษณะเฉพาะทางกายภาพและรูปลักษณ์ โครงสร้างทางกายภาพที่แท้จริงของสถานที่ ลักษณะจริงของอาคาร ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ และคุณลักษณะของสุนทรียภาพ

๒. กิจกรรมและหน้าที่ซึ่งสังเกตได้ ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์ต่อพื้นที่อย่างไร สถาบันทางวัฒนธรรมมีผลอย่างไร และอาคารภูมิทัศน์ถูกใช้งานอย่างไร

๓. การสื่อความหมายหรือสัญลักษณ์ เป็นแง่ที่ซับซ้อนกว่า เริ่มต้นด้วยผลจากความมุ่งหมายหรือประสบการณ์ของมนุษย์ คุณลักษณะของสถานที่ มีจำนวนมากที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากที่ประชากรตอบสนองต่อลักษณะทางกายภาพและหน้าที่ใช้สอย

การศึกษาองค์ประกอบของเมืองที่ทำให้เกิดเอกลักษณ์นั้น ได้แบ่งองค์ประกอบของเมืองเพื่อการวิเคราะห์เป็น ๓ ประเภทใหญ่ ดังนี้

๑. องค์ประกอบทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่รองรับกิจกรรมในการดำรงชีวิตของพลเมือง ได้แก่ ลักษณะอาคารบ้านเรือน สิ่งแวดล้อม การตั้งถิ่นฐาน การใช้ที่ดิน ถนนหนทาง การคมนาคม และพื้นที่โล่งว่าง

๒. องค์ประกอบทางด้านเศรษฐกิจ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ การประกอบอาชีพ กิจกรรมทางเศรษฐกิจของคนในชุมชน

๓. องค์ประกอบด้านสังคมวัฒนธรรม เป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้สังคมอยู่ได้ อย่างสงบสุข ได้แก่ เชื้อชาติ กิจกรรมในชีวิตประจำวัน ประเพณี วัฒนธรรม และความเชื่อของคนในชุมชน

๔. แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม

๔.๑ ความหมายของวัฒนธรรม

วัฒนธรรม ตามความหมายของพระยาอนุนานราชชน (๒๕๑๕) ได้ให้ความหมายว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์ในสวนรวมผลิตสร้างมันขึ้นมา โดยการเรียนรู้จากกันและสืบต่อเป็นความเจริญก้าวหน้า หรืออาจกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมเป็นส่วนทั้งหมดที่ซับซ้อน ซึ่งประกอบด้วยความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ศีลธรรม กฎหมาย ประเพณี

วัฒนธรรม ในความหมายที่ สุพัตรา สุภาพ (๒๕๑๘) ได้ให้ไว้ครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือสังคมหนึ่ง มนุษย์ได้คิดสร้างระเบียบ กฎเกณฑ์ วิธีในการปฏิบัติ การจัดระเบียบตลอดจนระบบความเชื่อ ความนิยม ความรู้ เทคโนโลยีต่างๆ ในการควบคุมและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ

ก่อน สวัสดิพานิช (๒๕๒๕) ได้ให้คำนิยามของ วัฒนธรรมไว้ว่า วัฒนธรรมได้แก่ผลรวมของลักษณะอันเด่นชัดทางจิตใจ วัตถุ ปัญญา และอารมณ์ ซึ่งเป็นคุณลักษณะของกลุ่มชนหรือสังคมหนึ่ง โดยวัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมจะมีองค์ประกอบอยู่ ๓ ประการคือ

๑. ความเชื่อทางวัฒนธรรม คือ ความคิดของมนุษย์หรือกลุ่มชนในสังคมหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ และมนุษย์กับวัตถุสิ่งของ เป็นความคิดในด้านความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจอย่างมีเหตุผล จากความคิดความเชื่อของมนุษย์หรือกลุ่มชนในด้านความต้องการนี้ จะส่งผลไปสู่การแสดงออกเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งพฤติกรรมที่แสดงออกมานี้ก็คือรูปแบบทางวัฒนธรรม หรือถ้าจะกล่าวโดยสรุป ความเชื่อทางวัฒนธรรม เป็นความต้องการของมนุษย์และกลุ่มชนที่อยากได้อะไรก็ เพื่อสนองความต้องการทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ความต้องการนี้จะมีผลสอดคล้องเหมาะสมกับศักยภาพของชุมชน

๒. รูปแบบทางวัฒนธรรม คือ ปรัชญาการณที่เกิดขึ้นในชุมชน เป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่สัมพันธ์กับมนุษย์ หรือมนุษย์สัมพันธ์กับวัตถุสิ่งของ พฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออกนี้ก็เพื่อที่จะให้ได้มาในสิ่งที่ต้องการ ปรัชญาการณที่เกิดขึ้นนี้ย่อมเกี่ยวข้องกับปัจจัย (Input) กระบวนการ (Process) และผลลัพธ์ (Product) อีกทั้งศักยภาพของมนุษย์และชุมชนด้วย

๓. คุณค่าทางวัฒนธรรม จะเป็นการประเมินคุณค่าของความเชื่อและรูปแบบทางวัฒนธรรม โดยบุคคลหรือสมาชิกของชุมชนว่า รูปแบบทางวัฒนธรรม เมื่อบังเกิดผลแล้วได้ตอบสนองความต้องการของบุคคลหรือชุมชนตรงตามความเชื่อทางวัฒนธรรมหรือไม่ ผลที่เกิดขึ้นเหล่านี้ ก่อให้เกิดผลดีมีความพอใจได้รับความสุขความสงบสำหรับตนเองและสังคมหรือไม่ ถ้าผลการประเมินความเชื่อ และรูปแบบทางวัฒนธรรมนั้นปรากฏออกมาว่า มีคุณค่าทำให้บุคคลและกลุ่มชนในสังคมมีความสุขสงบความเชื่อและรูปแบบทางวัฒนธรรมนั้นก็จะมีการสืบทอดต่อไปได้

ประเวศ วะสี (๒๕๓๓) กล่าวว่า วัฒนธรรม คือ พลังของสังคมทางภูมิปัญญา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจจิตใจ การเมือง สังคม สิ่งแวดล้อมพร้อมกัน

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (๒๕๔๒) ให้ความหมายของ วัฒนธรรม ไว้ว่า คือ สิ่งที่ทำความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะ

โดยสรุป วัฒนธรรม หมายถึง วิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคม ถือเป็นแบบแผนปฏิบัติในสถานการณ์ต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถดำเนินการร่วมกัน ดังนั้นวัฒนธรรมไทย หมายถึง วิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยที่ได้สั่งสม เลือกสรรให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในสังคมไทย และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการที่จะดำรงไว้ซึ่งสังคมอันดีงาม เจริญ สืบทอดกัน เป็นมรดกทางสังคมมาตั้งแต่ในอดีตจนกระทั่งปัจจุบัน

๔.๒ แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม

ทุนทางวัฒนธรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์กล่าวว่า ทุนทางวัฒนธรรมจะเกี่ยวข้องกับการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและบริการที่มีมิติทางวัฒนธรรม ทั้งนี้เพราะสินค้าและบริการเหล่านี้มีการฝังตัวของวัฒนธรรม การลงทุนที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม การลงทุนรายจ่ายทางวัฒนธรรม คือค่าใช้จ่ายที่ช่วยให้กิจกรรมด้านวัฒนธรรมได้รับการจรรโลงและเกิดการเติบโตงอกงาม ในระยะต่อมาได้มีการกล่าวถึงทุนวัฒนธรรมว่าเป็นทุนที่ใช้ในการผลิตและบริการ ที่มีนัยทางวัฒนธรรม และจะเติบโตใหญ่ได้ต้องอาศัยการเติบโตของอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Products) ซึ่งสินค้าทางวัฒนธรรมนี้เป็นสินค้าหรือบริการที่มี “การฝังตัวทางวัฒนธรรม” (Cultural Embodiment) สินค้าหรือบริการบางประเภทอาจมีนัยยะเกี่ยวกับวัฒนธรรมไม่ชัดเจน แต่บางประเภทมีความชัดเจนยิ่ง เช่น ผัก ผลไม้ มิได้มีนัยที่ชัดเจน เพราะล้วนเป็นผลผลิตทางธรรมชาติ แต่อาหารที่ปรุงแต่งโดยมนุษย์มีนัยทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพราะกระบวนการที่ปรุงแต่งอาหารมีเรื่องของวัฒนธรรมมาเกี่ยวข้องด้วย การก่อเกิดและเติบโตของทุนวัฒนธรรมจากเหตุปัจจัย ๔ ประการด้วยกัน ดังนี้

(๑) กระบวนการแปรรูปวัฒนธรรมเป็นสินค้า (Commoditization of Culture) ถือได้ว่าเป็นปัจจัยปฐมฐานที่เกื้อกูลการก่อเกิด และการเติบโตของทุนทางวัฒนธรรม หากวัฒนธรรมมิได้แปรสภาพเป็นสินค้า อุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรมย่อมมีโอกาสเกิดขึ้นได้ ด้วยเหตุที่ว่าวัฒนธรรมเป็นเรื่องของการดำเนินวิถีชีวิตตามปกติของมนุษย์ กระบวนการยอมรับแบบแผนการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมแล้วนั้น วัฒนธรรมต้องแปร

(๒) กระบวนการเทคโนโลยีานวัตกรรม (Technologization of Culture) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ก่อให้เกิดผลผลิตใหม่ ซึ่งมีผลกระทบต่อมนุษย์และสังคมในด้านต่างๆ กระบวนการปรับตัวทางเทคโนโลยี จึงมีผลกระทบต่อวัฒนธรรม เพราะทำให้โครงสร้างความต้องการทางวัฒนธรรมเปลี่ยนไป

(๓) กระบวนการพาณิชย์านวัตกรรม (Commercialization of Culture) วัฒนธรรมจะกลายเป็นสินค้าได้ มีจำเพาะแต่จะต้องมีความต้องการหรืออุปสงค์ หากยังต้องมีตลาดขนาดใหญ่พอสมควร การผลิตสินค้าวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นได้ ข้อสำคัญต้องเป็นการผลิตเพื่อที่จะขายไม่ใช่เพื่อเอาไว้กินใช้ กระบวนการสร้างอุปสงค์จึงต้องโยงใยที่หยั่งรากลึกและมีฐานอันกว้างขวาง

(๔) กระบวนการโทรทัศน์านวัตกรรม (Televisualization of Culture) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคมนาคม ผนวกกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอากาศ ก่อให้เกิดบริการโทรทัศน์ระหว่างประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่ทศวรรษ ๒๕๑๐ เป็นต้นมา การขยายตัวของเครือข่ายและบริการโทรทัศน์ระหว่างประเทศมีส่วนช่วยเริ่มกระบวนการโลกานวัตกรรม บทบาทและอิทธิพลของบริการโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการยอมรับวัฒนธรรมของชาติมหาอำนาจ

นอกจากนี้ รังสรรค์ ธนพรพันธุ์ (๒๕๔๖) ได้กล่าวถึงการเกิดของทุนทางวัฒนธรรมแล้ว ยังได้กล่าวถึงลักษณะบางประการของทุนทางวัฒนธรรม โดยแยกลักษณะเด่นของทุนทางวัฒนธรรม ออกเป็น ๗ ประการด้วยกันประกอบด้วย

(๑) สินค้าวัฒนธรรมจะต้องมีนัยทางวัฒนธรรม กล่าวคือต้องมีการฝังตัวของวัฒนธรรม สินค้าวัฒนธรรม หมายถึง สินค้าและบริการที่มีนัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมในด้านใดด้านหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นจารีตขนบธรรมเนียมประเพณี ระบบความเชื่อและศรัทธา ระบบคุณค่า บรรทัดฐานทางจริยธรรม แบบแผนการพักผ่อนหย่อนใจ การละเล่นและการกีฬา การแต่งกาย วรรณกรรมและสิ่งพิมพ์ ศิลปะ ฯลฯ

(๒) ทุนทางวัฒนธรรมมีขายทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ

(๓) บรรดากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่กลุ่มทุนวัฒนธรรมยังรากลึกถึง ส่วนใหญ่มีการกระจุกตัวของทุน (Concentration of Capital) อย่างสูง จึงมีอำนาจผูกขาดระดับหนึ่ง

(๔) กลุ่มทุนวัฒนธรรมมีการผนึกตัวอยู่ตลอดเวลาสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจด้วยการควบและครอบกิจการ

(๕) กลุ่มทุนวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การทุ่มเทรายจ่ายในด้านกาวิจัยพัฒนาวงจรชีวิตของสินค้าบางอย่างค่อนข้างสั้น

(๖) กลุ่มทุนวัฒนธรรมต้องพยายามสร้างอุปสงค์ ที่มีต่อสินค้าของตนอยู่ตลอดเวลา มิฉะนั้นย่อมยากที่จะดำรงส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ได้

(๗) กลุ่มทุนวัฒนธรรม แม้จะเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ระหว่างประเทศและเป็นหัวหอกของกระแสโลกาภิวัตน์ แต่มักเลือกจะทำสัญญาพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์กับกลุ่มทุนท้องถิ่นในประเทศโลกที่สาม เพราะต้องการหาประโยชน์จากเครือข่ายความสัมพันธ์ของกลุ่มทุนท้องถิ่น ในการนี้อาจต้องปรับผลผลิตให้สอดคล้องกับบรรณนิยมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

๕. ทฤษฎีสัญญวิทยา

๕.๑ ความเป็นมาของสัญวิทยา

สราวุธ ยหะกร (๒๕๕๔) กล่าวว่า สัญศาสตร์ หรือสัญวิทยา มาจากคำว่า Semiotics และ Semiology ตามลำดับ ทั้งสองคำมาจากรากศัพท์ภาษากรีกคำเดียวกัน คือ Semeion แปลว่า Sign หรือสัญณะนั่นเอง Semiotics เป็นคำที่นักปรัชญาชาวอเมริกัน ชื่อ ชาร์ลส์ แซนเดอร์ เพอร์ซ (Charles Sanders Peirce) ใช้และทำให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในวงวิชาการในสหรัฐอเมริกา

ส่วน Semiology เป็นคำที่นักภาษาศาสตร์ชาวสวิสผู้มีชื่อเสียงคือ เฟอร์ดินัน เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) ตั้งขึ้นและนิยมใช้ในหมู่นักวิชาการชาวยุโรป (สรณี วงศ์เบ็ญสัจจ, ๒๕๕๔)

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการท่านอื่นๆ ให้ความหมายของสัญวิทยาไว้ด้วยเช่นกัน

สมเกียรติ ตั้งนโม (www.midnightuniv.org) ได้อธิบายว่า Semiology ถูกรู้จักในชื่อของ Semiotics ด้วย และเป็นวิธีการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์เรื่องภาษา แต่ปัจจุบันได้ถูกนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์ เรื่อง “ระบบเครื่องหมายต่างๆ ว่ามันทำงานอย่างไร” (how all sign systems work) และจะสำรวจถึงหลักตรรกะและระเบียบวิธีที่อยู่เบื้องหลังการสื่อสาร และแสดงให้เห็นว่าจะสามารถทำความเข้าใจอย่างเป็นระบบได้อย่างไร โดยผ่านวิธีการทางสัญศาสตร์ (Semiotic Method) รวมไปถึงสิ่งที่การ

สื่อสารต่างๆ หมายความว่าถึง Semiology เป็นศาสตร์ที่สนใจในเรื่องของความหมาย และเรื่องของวิธีการต่างๆ ที่ความหมายได้รับการผลิตขึ้นมาและถูกส่งต่อหรือหรือถ่ายทอด

Semiology (สัญวิทยา) ได้รับการนิยามในฐานะที่เป็นศาสตร์ของเครื่องหมาย (The Science of Signs) หรือการศึกษาเรื่องเครื่องหมาย (The Study of Signs) หรือระบบเครื่องหมาย (Sign Systems) สัญวิทยา (Semiology) เสนอว่า การสื่อสารทั้งหมดได้วางอยู่บนรากฐานของระบบเครื่องหมาย ต่างๆ ซึ่งทำงานโดยผ่านกฎเกณฑ์และโครงสร้างบางอย่าง

ภาษาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดและเป็นระบบเครื่องหมายที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับมนุษย์ แต่โลกของเรานั้นมันเต็มไปด้วยระบบเครื่องหมายอื่นๆ เช่น สัญญาณไฟจราจร เครื่องหมายบนท้องถนน แถบป้ายและอื่นๆ อีกมากมาย รูปแบบทั้งหมดของสื่อคือระบบของเครื่องหมาย ระบบทั้งหมดสามารถถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้หลักการทางสัญวิทยา

สำหรับผู้ที่ยังวางรากฐานสัญวิทยา (Semiology) ที่สำคัญได้แก่ นักวิชาการ ๒ ท่าน (ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น) คือ เฟอร์ดินันด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) นักภาษาศาสตร์ และได้รับการพัฒนาโดยชาร์ลส์ แซนเดอร์ เพอร์ซ (Charles Sanders Peirce) นักปรัชญาชาวอเมริกัน ซึ่งเขาพยายามทำความเข้าใจระบบเครื่องหมายที่ไม่ใช่ภาษา (non – language sign systems) (Peirce, ๑๙๕๘ อ้างถึงในสราวุธ ยะหะกร, ๒๕๕๔) ซึ่งแนวคิดของนักวิชาการทั้ง ๒ ท่านมีดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, ๒๕๔๗)

เฟอร์ดินันด์ เดอ โซซูร์ เป็นอาจารย์สอนวิชาภาษาศาสตร์ ไม่ได้เขียนงานเอาไว้ในขณะที่มีชีวิต แต่หลังจากที่เสียชีวิตไปแล้ว ลูกศิษย์ของท่านได้รวบรวมคำบรรยายของท่านมาตีพิมพ์รวมเล่ม ถึงแม้ โซซูร์ จะทำงานด้านภาษาศาสตร์เช่นเดียวกับนักภาษาศาสตร์คนอื่นๆ คือศึกษา “ภาษา” ในฐานะระบบสัญญาณอย่างหนึ่งแต่จุดที่ทำให้ท่านแตกต่างจากนักภาษาศาสตร์ในขณะนั้นก็คือ โซซูร์ ได้ขยายวิธีการในการศึกษาออกไปให้กว้างขวางกว่า “ภาษา” กล่าวคือ มีสิ่งอื่นๆ ที่จะสามารถมีความหมายได้ไม่ใช่เฉพาะภาษาเท่านั้น

เขาได้เสนอว่ายังมีระบบสัญญาณรูปแบบอื่นๆ ที่สามารถจะแสดงความหมายและความคิดของผู้ส่งสารได้ ไม่ว่าจะเป็นภาษาใบ้ พิธีกรรม สัญญาณทหาร อาหาร อากาศเจ็บป่วย ฯลฯ กล่าวอย่างง่ายที่สุดก็คือทุกสิ่งทุกอย่างสามารถจะเป็นสัญญาณได้หากถูกนำมาแสดงความหมาย นอกจากนี้ โซซูร์ ยังได้ให้คำนิยามของวิชาใหม่ที่เรียกว่า สัญวิทยา ว่าเป็นศาสตร์ที่ศึกษาวิถีชีวิตของสัญญาณที่อยู่ในบริบทหนึ่งๆ (Life of Sign) คำถามที่นักสัญวิทยาจะตั้งก็คือ อะไรเป็นตัวสถาปนาสัญญาณ (Constitute) มีกฎอะไรบังคับอยู่ และสัญญาณนั้นผกผันไปได้อย่างไร (สิ้นสุดความหมายหนึ่ง หรือแปรเปลี่ยนไปในอีกความหมายหนึ่ง)

โซซูร์ ได้อธิบายสัญวิทยาว่า เป็นศาสตร์ที่ศึกษาถึงวิถีชีวิตของสัญญาณภายในสังคมที่สัญญาณนั้นถือกำเนิดขึ้นมา สัญญาณ (Sign) ประกอบขึ้นมาจากองค์ประกอบ ๒ ส่วนคือ “รูปสัญญาณ” (Signifier) ที่เราสามารถรับรู้ผ่านสัมผัสนั่นเอง เช่น เสียงของคำพูดที่เปล่งออกมาและผู้รับสารได้ยินกับ “ความหมายสัญญาณ” (Signified) ที่เกิดขึ้นภายในใจของผู้รับสาร

ส่วน ชาร์ลส์ แซนเดอร์ เพอร์ซ ได้กล่าวว่า นอกจากสัญญาณ (Sign) หนึ่งจะมีองค์ประกอบ ๒ ส่วนคือ ส่วนที่เป็นตัวหมาย หรือรูปสัญญาณ (Signifier) และตัวหมายถึง หรือความหมายสัญญาณ (Signified) เช่น เมื่อเรายกมือไหว้ (Signifier) ก็จะมี ความหมายถึงการแสดงความเคารพ (Signified)

๑. รูปเหมือน (Icon) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงว่ามีความเหมือนหรือคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกับสิ่งที่มันบ่งถึง เช่น ภาพถ่าย ภาพเหมือน ภาพยนตร์ เป็นต้น เพราะภาพถ่ายต่าง ๆ มันก็ดูเหมือนกับสิ่งที่มันบ่งชี้

๒. ดรรชนี (Index) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง หรือเป็นการบ่งชี้บางสิ่งบางอย่างที่เป็นเหตุเป็นผลกัน เช่น คิวไฟ เป็นเครื่องบ่งชี้ว่ามีไฟไหม้ หรือรูปภาพ ที่แสดงผลลัพธ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รอบเท้าของสัตว์ที่ประทับลงบนพื้นดิน หรือดรรชนีที่อยู่ท้ายเล่มของหนังสือที่บอกให้เราทราบถึงข้อความที่เราต้องการจะค้นหา คุณสมบัติอีกประการหนึ่งที่น่าสนใจของสัญลักษณ์ประเภทดรรชนี ก็คือ เมื่อเราเห็นรูปสัญลักษณ์ประเภทดรรชนี ความหมายสัญลักษณ์ที่เรานึกถึงไม่ใช่สิ่งที่เรามองเห็นในขณะนั้น เช่น เมื่อพบรอยเท้าสัตว์ เราจะไม่นึกถึงรอยเท้าในขณะนั้น แต่เรานึกไปถึงตัวสัตว์ที่เป็นเจ้าของรอยเท้านั้น

๓. สัญลักษณ์ (Symbol) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง ที่แสดงถึงบางสิ่งบางอย่างแต่มันไม่ได้มีความหมายคล้ายคลึงกับสิ่งที่มันบ่งชี้เลย ซึ่งการใช้งานเป็นไปในลักษณะของการถูกกำหนดขึ้นเองซึ่งได้รับการยอมรับจนเป็นแบบแผน และต้องมีการเรียนรู้เครื่องหมายเพื่อทำความเข้าใจ หรือเป็นการแสดงถึงการเป็นตัวแทน ซึ่งสังคมยอมรับความสัมพันธ์นี้ ตัวอย่างเช่น เครื่องทางคณิตศาสตร์หรือสัญลักษณ์จรรยาบรรณ เป็นต้น

การเข้าใจธรรมชาติของสัญลักษณ์แต่ละชนิดจะทำให้เราเลือกใช้สัญลักษณ์แต่ละอย่างให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ในเรื่องของการโฆษณา แต่ก่อนภาพโฆษณาบ้านจัดสรรในหน้าหนังสือพิมพ์ เมื่อต้องการจะบรรยายว่ามีบริการอะไรจัดไว้ให้บ้าง ก็จะใช้สัญลักษณ์ที่เป็น Icon หรือรูปเหมือน คือภาพถ่ายบริการทั้งหมด เช่น สวนสาธารณะ สระว่ายน้ำ ที่ออกกำลังกาย โทรศัพท์ ศูนย์การค้า เป็นต้น ซึ่งทำให้กินพื้นที่เป็นอย่างมาก ในขั้นต่อมานักออกแบบโฆษณาจึงได้เริ่มใช้สัญลักษณ์แบบ Index หรือ Symbol เข้ามาแทนที่ เช่น ใช้รูปผู้หญิงแต่ชุดว่ายน้ำแทนสระว่ายน้ำ หรือออกแบบทำเป็นรูปวาดคนว่ายน้ำในกรอบเล็กๆ แต่การที่จะเปลี่ยนการใช้สัญลักษณ์จาก Icon มาเป็น Index หรือ Symbol ได้นั้น ต้องมีเงื่อนไขว่าภายในบริบทสังคมนั้นต้องมีการรับรู้และมียุทธศาสตร์ความรู้เกี่ยวกับบริการต่างๆ ของบ้านจัดสรรในระดับหนึ่งมาแล้ว จึงจะถอดรหัส Index และ Symbol ได้ การเปลี่ยนสัญลักษณ์ที่ใช้เป็นป้ายห้องน้ำหญิง - ชาย จาก Symbol ที่เป็นตัวอักษรมาเป็น Icon/Index ที่เป็นรูปวาดหญิงชายก็ทำให้สัญลักษณ์ดังกล่าวเปลี่ยนคุณสมบัติจากลักษณะท้องถิ่น (เช่น ตัวอักษรไทย) มาเป็นลักษณะสากลมากขึ้น (ภาพวาดใช้ได้ทั่วโลก) และเรียกร้องการเรียนรู้จากผู้รับสารน้อยลง เป็นต้น

๕.๒ แนวคิดพื้นฐานของสัญลักษณ์วิทยา

ในการศึกษาเรื่องสัญลักษณ์นั้น มีแนวคิดที่สำคัญ ซึ่งพื้นฐานดังต่อไปนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, ๒๕๔๗)

๑. สัญลักษณ์ (Sign) สัญลักษณ์มีรายละเอียดอีกหลายประการ ดังนี้

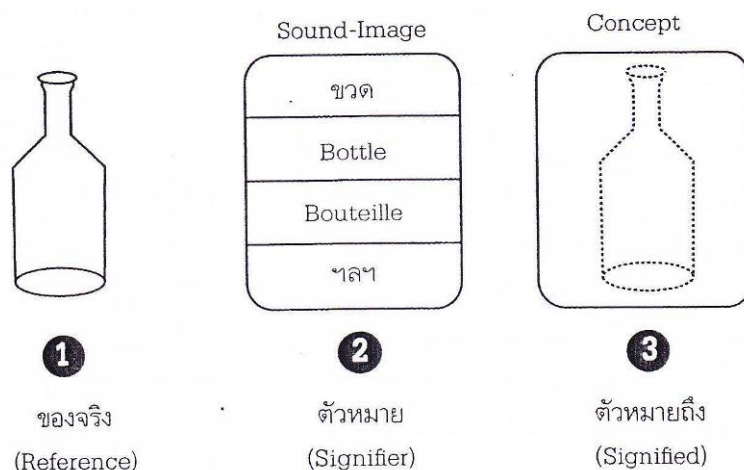
๑.๑ คำนิยามของสัญลักษณ์ เพอร์ซ (๑๙๓๑) ได้ให้ความหมายที่ง่ายที่สุดและเข้าใจได้โดยง่ายที่สุดคือ “สัญลักษณ์ คือสิ่งที่มีความหมายมากกว่าตัวของมันเอง” (Sign is something which stands to

somebody for something in some respect) ตัวอย่างเช่น รูปผู้หญิง - ผู้ชายที่ติดอยู่หน้าห้องน้ำในสนามบินนั้น ไม่ได้หมายถึงแค่รูปนั้นคือ ผู้หญิง-ผู้ชายเท่านั้น แต่มีความหมายว่า “ห้องน้ำสำหรับผู้หญิง/ห้องน้ำสำหรับผู้ชาย” หรือแหวนวงหนึ่งจะยังไม่มีสภาพหรือมีคุณสมบัติเป็น “สัญญาะ” หากว่าแหวนวงนั้นยังมีค่าและความหมายว่า “เป็นแหวนวงหนึ่ง” แต่เมื่อใดก็ตามที่แหวนวงนั้นมีความหมายมากไปกว่าแหวนวงหนึ่ง เมื่อถูกนำไปใช้ในสถานการณ์และบริบทจำเพาะหนึ่งๆ เช่น เป็นแหวนที่ผู้ชายผู้หนึ่งสวมให้หญิงคนหนึ่งในงานแต่งงานภายในโบสถ์ต่อหน้าพระสงฆ์ผู้ทำพิธี เป็นการประกาศให้คนทั่วไปได้รับรู้ความเป็นหนึ่งนั้น เป็นความหมายแห่งชีวิตครอบครัว

๑.๒ องค์ประกอบของสัญญาะ ตามแนวคิดของโซซูร์ สัญญาะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ ๓ ส่วน ซึ่งอธิบายด้วยภาพ ดังนี้

ส่วนแรก คือ บรรดาของจริงทั้งหลาย เช่น ขวดแก้วจริงๆ ในภาพ ① ที่เราเรียกว่า Reference ระดับต่อนั้น ในแต่ละวัฒนธรรมก็จะสร้างสัญญาะขึ้นมาแทนตัวขวดจริงๆ เช่น ในบริบทสังคมไทยจะสร้างสัญญาะที่เขียนเป็นตัวอักษรว่า “ขวด” สังคมอังกฤษเขียนว่า “Bottle” สังคมฝรั่งเศสเขียนว่า “Bouteille” (และสังคมอื่นๆ ก็จะมีวิธีสร้างสัญญาะที่แตกต่างกันออกไป เช่น สังคมของชาวมาลา ยาวกรีกโบราณ) สัญญาะในภาพ ② อาจจะเป็น “เสียง” (Sound) คือ เป็นการเปล่งเสียงออกมาเป็นถ้อยคำว่า “ขวด” หรือเป็น “ภาพ” (Image) เช่น เป็นตัวอักษรหรือรูปภาพ ซึ่งโซซูร์ เรียกองค์ประกอบในส่วนที่ ๒ นี้ว่า ตัวหมาย (Signifier) และเมื่อคนในแต่ละวัฒนธรรมได้ผ่านกระบวนการเรียนรู้สัญญาะ (เช่น อ่านออก) เมื่อเห็นสัญญาะ “ขวด/Bottle/Bouteille” ในหัวสมองหรือความคิดคำนึงของเขาก็จะเกิดแนวคิดจินตนาการภาพของ “ขวด” ขึ้นมา ที่เราเข้าใจกันว่า “เป็นภาพในใจหรือภาพในความคิด” (Concept) ซึ่งโซซูร์ เรียกว่า “ตัวหมายถึง” (Signified) ดังภาพ ③

ในการศึกษาเรื่องระบบสัญญาะนั้น โซซูร์สนใจแต่เฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่ ๒ และ ๓ เท่านั้น



ภาพที่ ๒ - ๑ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างของจริง - ตัวหมาย - ตัวหมายถึง
ที่มา: ประมวลสาระชุดวิชาวิธีวิทยาในการวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

คุณลักษณะที่สำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึงมี ๓ คุณลักษณะดังนี้

๑) Arbitrary เป็นความสัมพันธ์ที่ถูกสร้างขึ้นอย่างไม่มีความหมายใดๆ กล่าวคือ เป็นไปตามอำเภอใจ คำว่า “ขวด” ไม่ได้มีหลักเกณฑ์หรือความคล้ายคลึงอันใดกับรูปร่างของขวดเลย เช่นเดียวกับสัญลักษณ์ “Bottle” หรือ “Bouteille”

๒) Unnatural เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ซึ่งหมายความว่า จะต้องเรียนรู้เอา

๓) Unmotivated เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ได้เกิดจากมูลเหตุจูงใจพิเศษใดๆ ของผู้สร้างความหมาย และผู้ใช้ความหมาย กล่าวคือ ไม่เกี่ยวข้องกับแรงกระตุ้นในใจของผู้ใช้สัญลักษณ์

๑.๓ ความสำคัญของสัญลักษณ์ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในตอนต้นว่า สัญลักษณ์นั้นแตกต่างจากภาษาศาสตร์ที่มีมาก่อนหน้านั้น คือขยายขอบเขตของสิ่งที่สามารถมีความหมายให้กว้างขวางออกไป นอกเหนือจากภาษาเท่านั้น ทุกสิ่งทุกอย่างหากโคจรเข้ามาอยู่ในแวดวงของการให้ความหมายแล้ว จะมีคุณสมบัติเป็นสัญลักษณ์ได้ทั้งสิ้น เช่น หมุดที่ตอกอยู่หน้าพระลานพระบรมรูปทรงม้า เสาชิงช้า โทรศัพทมีมือถือ ภาพโฆษณาในโทรทัศน์ สติกเกอร์ติดหลังรถ ฯลฯ ดังนั้นวิธีการวิเคราะห์สัญลักษณ์และรหัสจึงขยายขอบเขตและความสำคัญออกไปอย่างกว้างขวางมาก และสิ่งที่นำมาศึกษาทุกชนิดเรียกว่า “ตัวบท” (Text)

๒. ความสัมพันธ์ (Relation) ความสำคัญของ “ความสัมพันธ์” ในขณะที่สรรพสิ่งทุกอย่างรวมทั้งสัญลักษณ์จะประกอบด้วยองค์ประกอบ ๒ อย่าง คือ ส่วนประกอบย่อย (Element) และความสัมพันธ์ (Relation) ดังตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดในเรื่องภาษา เช่น หากเรียงประโยค ๒ ประโยค ในรูปแบบต่อไปนี้

ประโยคที่ ๑ พ่อ ตี ลูก

ประโยคที่ ๒ ลูก ตี พ่อ

ประโยคทั้ง ๒ นี้ ส่วนประกอบย่อยไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปเลย กล่าวคือ คำว่า “พ่อ” “ตี” และ “ลูก” แต่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปก็คือความสัมพันธ์ในแง่ของลำดับของความสัมพันธ์ (Order Relation) ผลจากการเปลี่ยนแปลงลำดับของความสัมพันธ์ ให้ความหมายของทั้ง ๒ ประโยคเปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง ดังนั้นสิ่งที่สัญลักษณ์ให้ความสนใจวิเคราะห์เป็นอย่างมาก จึงเป็นเรื่องการวิเคราะห์ “ความสัมพันธ์”

ความสัมพันธ์นั้นถูกนำมาใช้อธิบายเรื่อง “ความหมาย” กล่าวคือ สิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นจะมีความหมายก็ต่อเมื่อนำไปสัมพันธ์กับระบบอีกระบบหนึ่งต่างหาก ดังนั้นการกล่าวว่า นาย ก. มีเงิน ๑ หมื่นบาท จึงให้ความหมายไม่ได้เลยว่า นาย ก. รวยหรือจน จนกว่าจะนำเอา นาย ก. ไปเทียบกับคนอื่น หรือกรณีความสัมพันธ์ในลักษณะคู่ตรงข้าม (Binary Opposition) เช่น ขาว กับ ดำ หากนำมาคู่กันจึงจะอ่านความหมาย “ขาว” ได้ชัดเจนที่สุด

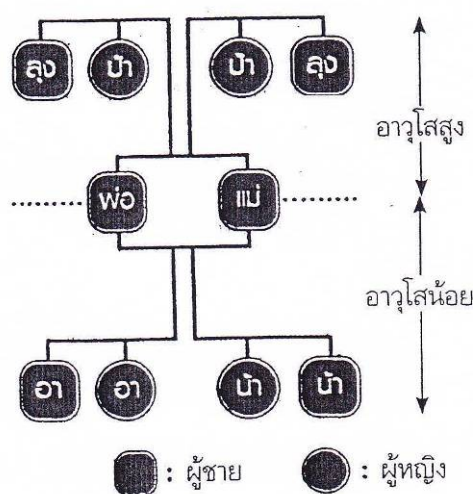
ยังมีความสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นสิ่งที่สัญวิทยาสนใจวิเคราะห์คือ ความสัมพันธ์ระหว่าง “ตัวบท” (Text) กับ “บริบท” (Context) คำว่า “Con” หรือ “บริ” นั้น มีความหมายถึงสิ่งที่อยู่รอบๆ ดังนั้น Context หรือบริบทจึงมีหมายถึงสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัวนั่นเอง

ตัวบทหนึ่งๆ จะมีความหมายอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับบริบทด้วย ดังนั้นหากบริบทเปลี่ยนแปลงไป แม้ตัวบทจะเป็นตัวบทเดิม แต่ความหมายก็อาจจะเปลี่ยนไปได้ เช่น เม็ดพลอย เมื่ออยู่ในมือของพ่อค้าเพชรย่อมมีความหมายว่า “มีค่า” แต่ถ้าอยู่ในมือคนที่ไม่รู้คุณค่า ก็จะไม่มีความหมายหรือคุณค่าเลย

๓. ลักษณะส่วนตัว/ส่วนรวมของสัญญาณ (Private/Public)

โซซูร์ ได้เสนอว่า สัญญาณทุกอย่างจะประกอบด้วย ๒ มิติเสมอ มิติหนึ่งคือมิติที่เป็นส่วนรวมซึ่งเขาเรียกว่า “Language” (หรือ La Langue ในภาษาฝรั่งเศส) และมิติที่เป็นส่วนตัวซึ่งเรียกว่า “Speech” (หรือ Le Parole ในภาษาฝรั่งเศส) เช่น กรณีภาษาไทยมีทั้งมิติที่เป็นส่วนรวม และมิติที่เป็นส่วนตัว โคนมิติที่เป็นส่วนรวมนั้น ก็คือหลักไวยากรณ์ของภาษานั้นเอง ที่ประกอบด้วยพยัญชนะ ๔๔ ตัว สระ ๓๒ ตัว วรรณยุกต์ ๕ เสียง มีหลักการเรียงลำดับประธาน กริยา กรรม เป็นต้น ส่วนมิติที่เป็นส่วนตัว ก็คือการนำเอาภาษาไทยโดยส่วนรวมมาใช้ ซึ่งจะเป็นลักษณะเฉพาะตัวของคนที่ใช้แต่ละคน ซึ่งแตกต่างกันไป

๔. รหัส (Code) ในการใช้ชีวิตของคนเรานั้นล้วนถูกควบคุมหรือกำกับอยู่ด้วยรหัสต่างๆ ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการพูด การยิ้ม การพยักหน้า การกิน การนอน ยกตัวอย่างรหัสในการนับญาติของไทย



ภาพที่ ๒ - ๒ แสดงรหัสการนับญาติของสังคมไทย

ที่มา: ประมวลสาระชุดวิชาวิธีวิทยาในการวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ตามรูปจะพบว่า หากถอดรหัสที่ควบคุมการนับญาติออกเราจะพบ ดังนี้

หากเรายึดเรื่อง “อาวุโส” จะพบว่า “สายญาติ” (สายพ่อหรือสายแม่) และ “เพศของญาติ” จะเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปรแตกต่างกัน

ถ้านับความอาวุโส “เพศของญาติ” จะสำคัญกว่า “สายญาติ” ดังนั้น เราจึงทราบว่า “ป้า” เป็นผู้หญิง “ลุง” เป็นผู้ชาย แต่ไม่ทราบว่าป้า/ลุง สายพ่อหรือแม่ แต่ถ้านับอาวุโสน้อย “สายญาติ” จะสำคัญกว่า “เพศของญาติ” เราจึงทราบว่า “น้า” เป็นน้องของแม่ “อา” ก็เป็นน้องของพ่อ แต่ไม่ทราบว่า เป็นอา/น้า ผู้หญิงหรือผู้ชาย

๖. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ (Symbolic Interaction Theory)

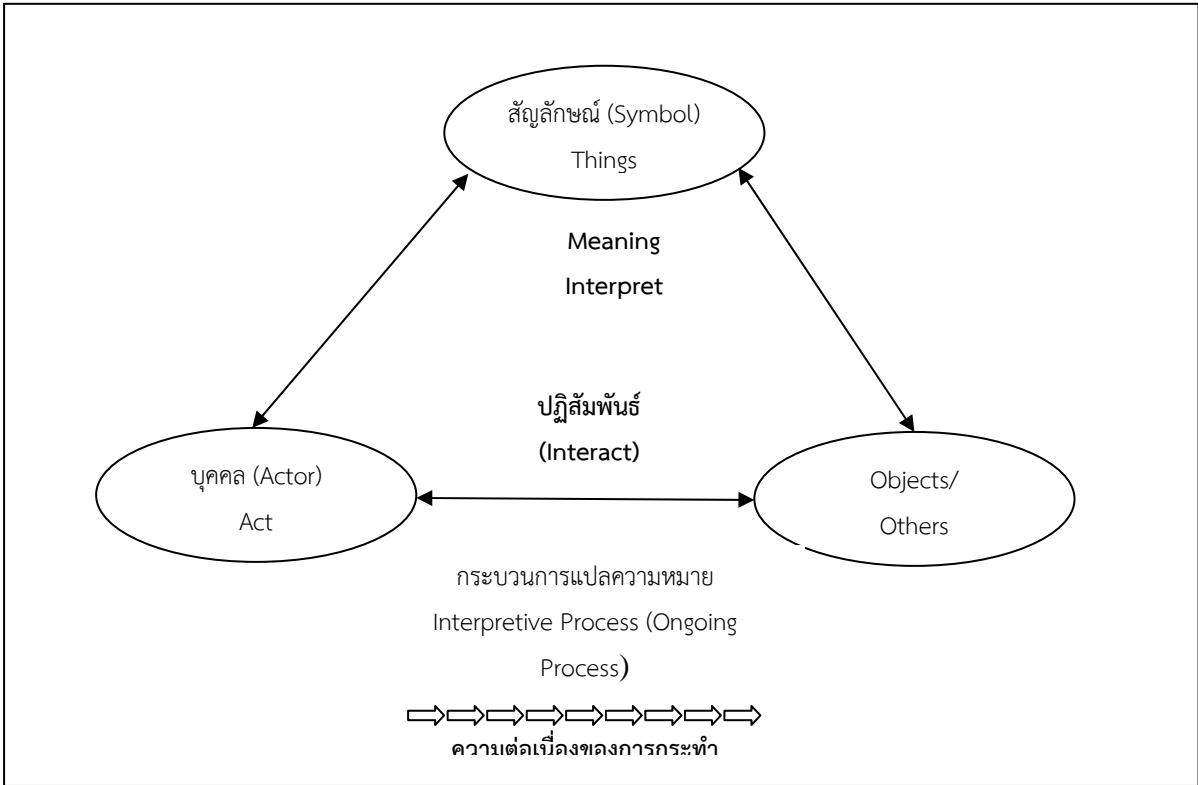
ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ (Symbolic Interaction Theory) ได้ถูกนำมาใช้เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่อธิบายเกี่ยวกับวิถีชีวิตหรือพฤติกรรมของบุคคล หรือกลุ่มคนในสังคม และใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยโดยเฉพาะในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) หรือการศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นต้น (วรรณภา ศรีธีรรัตน์, ๒๕๔๐)

เฮร์เบิร์ต บลูมเมอร์ (๑๙๖๙) (Herbert Blumer) อธิบายว่า ปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ลักษณะเฉพาะ กล่าวคือ บุคคลจะมีการสร้างสัญลักษณ์แปลความและให้ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมที่บุคคลอื่นแสดงออก และมีพฤติกรรมตอบสนองต่อความหมายที่ตนสร้างขึ้นนั้นๆ มากกว่าที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งหรือพฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออกโดยตรง ซึ่งจะมีความแตกต่างจากแนวคิดทางจิตวิทยา ที่มักจะมองว่าพฤติกรรมของบุคคลมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ที่เป็นสิ่งเร้าหรือกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ขึ้น

ทั้งนี้บลูมเมอร์ได้อธิบายหลักการสำคัญ ๓ ประการของปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ดังนี้ (กิตติพัฒน์ นนทปัทมะดุล, ๒๕๕๐)

๑. มนุษย์มีพฤติกรรมกระทำต่อสิ่งต่างๆ ขึ้นอยู่กับ “การให้ความหมาย” ของสิ่งนั้น
๒. การให้ความหมายของวัตถุหรือสิ่งต่างๆ ของมนุษย์เป็นการกระทำผ่าน “สัญลักษณ์” และเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
๓. การอธิบายให้ความหมายต่อสิ่งใดๆ นั้นเป็นผลผลิตอันเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์ในสังคม

โดยทฤษฎีปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์จะถูกนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมหรือการกระทำใน ๒ ระดับคือ (๑) ระดับปฏิสัมพันธ์ (Behavioral or Interaction Level) และ (๒) ระดับรูปสัญลักษณ์ (Symbolic Level) ดังนั้นการเรียกชื่อทฤษฎีนี้ว่า “ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism) ทำให้สามารถเข้าใจถึงมโนคติย่อยต่างๆ ที่จะประกอบด้วย มโนคติที่เกี่ยวกับบุคคล ปฏิสัมพันธ์ สัญลักษณ์ พฤติกรรม หรือการกระทำ กระบวนการแปลความหมาย สถานการณ์ และบริบท (Context) หรือสิ่งแวดล้อมที่เกิดปฏิสัมพันธ์นั้นๆ ซึ่งสามารถเขียนเป็นแบบจำลองของความสัมพันธ์ของมโนคติต่างๆ ดังภาพที่ ๒ – ๓ ที่อธิบายถึงความสัมพันธ์ของแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ไว้ดังนี้ (วรรณภา ศรีธีรรัตน์, ๒๕๔๐)



ภาพที่ ๒ - ๓ แสดงแบบจำลองของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ตามแนวคิดของบลูมเมอร์
ที่มา: วรณภา ศรีธีญรัตน์, ๒๕๔๐

๑. บุคคลจะปฏิบัติหรือลงมือกระทำหรือมีปฏิกริยาต่อสิ่งต่างๆ เช่น วัตถุ สถาบัน แนวคิด สถานการณ์ ต่อบุคคลอื่น หรือแม้แต่ต่อตนเองตามความหมายทางวัฒนธรรม (Cultural Meaning) ของสิ่งนั้นๆ ที่มีต่อตนเอง

๒. ความหมายของสิ่งนั้นๆ เป็นผลมาจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลนั้นๆ กับผู้อื่น

๓. ความหมายดังกล่าวจะถูกถ่ายทอดและปรับเปลี่ยนไปตามกระบวนการแปลความหมายของบุคคลนั้นต่อสิ่งต่างๆ ที่เผชิญอยู่

บลูมเมอร์อธิบายมโนคติเกี่ยวกับบุคคลว่า เป็นผู้แสดง (Actor) ซึ่งจะแสดงพฤติกรรมหรือมีการกระทำ (Act) ตอบสนองต่อการมีปฏิสัมพันธ์ (Interact) กับวัตถุ (Objects) หรือกับบุคคลอื่นๆ (Others) เช่น การแสดงออกทางร่างกาย ทางสังคมของบุคคลอื่น หรือแม้กระทั่งมีการกระทำที่ตอบสนองต่อการแสดงออก หรือต่อการกระทำของตนเอง (Self) หรือต่อสิ่งที่เป็นนามธรรม (Abstract) ที่ไม่สามารถมองเห็นได้ เช่น แนวความคิดที่ได้จากการพูดคุยหรือมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เป็นต้น การรับรู้ของบุคคลจะมีความจำกัดในการรับรู้ ในเรื่องที่บุคคลมีความรู้ หรือมีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ อยู่ หรือเฉพาะเรื่องที่ตนเองสามารถจะระลึกหรือจดจำได้เท่านั้น จึงเป็นเหตุให้บุคคลมีการแปลความหมาย (Interpret) และให้ความหมาย (Meaning) เกี่ยวกับสิ่งที่รับรู้ (Things) นั้นๆ แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

๗. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

๗.๑ นิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไว้ดังนี้

จอห์น ฮอว์กิน (John Hawkins) ชาวอังกฤษ (เขียนหนังสือ The Creative Economy : How People Make Money From Ideas) อธิบายว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy or CE) หมายถึง แนวคิดที่จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อภาคการผลิต บริการ ภาคการขายอุตสาหกรรม บันเทิง เป็นแนวคิดที่อยู่บนการทำงานแบบใหม่ที่มีปัจจัยหลักมาจากความสามารถ และทักษะพิเศษของบุคคล เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มีกระบวนการนำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจและเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) หรือ อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry) (ผู้จัดการรายสัปดาห์ ๙ มิถุนายน ๒๕๕๑)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดย อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ (๒๕๕๓) ให้ความหมายว่า หมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation)

ซึ่งสามารถสรุปสั้นๆ ความหมายของคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

ทั้งนี้หน่วยงานและรัฐบาลของประเทศต่างๆ ได้ให้คำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

สหราชอาณาจักรเป็นประเทศต้นแบบที่ได้รับการยอมรับให้เป็นศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ของโลก (World Creative Hub) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า เศรษฐกิจที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะความชำนาญ และความสามารถพิเศษ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงาน ให้เกิดขึ้นได้ โดยที่สามารถสั่งสมและส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Creative Thailand, ๒๕๕๓)

องค์การยูเนสโก (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization or UNESCO) เน้นบริบทของทรัพย์สินทางปัญญาว่าประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหมด ทั้งในรูปแบบสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งาน ไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีในขณะนั้นหรือผ่านกระบวนการผลิตมาก่อน (Creative Thailand, ๒๕๕๓)

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization or WIPO) ได้ยึดนิยามที่นำเสนอโดยกระทรวงวัฒนธรรม สื่อและการกีฬาของสหราชอาณาจักรว่า คืออุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญและความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่ง โดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (Creative Thailand, ๒๕๕๓)

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development or UNCTAD) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือ ระบบเศรษฐกิจที่สะท้อนถึงกระบวนการซึ่งรวมเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีเข้าไว้ด้วยกัน และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน (ประชาชาติธุรกิจ ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๕๑) ได้ให้ความหมายในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ว่า “เป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์” (Creative Thailand, ๒๕๕๓)

โดยสรุปเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งานและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสมัยใหม่

นอกจากนี้ยังมีคำว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries or CI) หมายถึง กลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ (วรากรณ์ สามโกเศศ, ๒๕๕๒) โดยรวมถึงกระบวนการสร้างสรรค์ การผลิต การจำหน่ายสินค้าและบริการที่ใช้ทุนทางปัญญาเป็นปัจจัยการผลิตพื้นฐาน เป็นกิจกรรมที่อยู่บนพื้นฐานของความรู้อันประกอบด้วย ศิลปะ การตลาดและลิขสิทธิ์อันเป็นทรัพย์สินทางปัญญา

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์สามารถผลิตได้ทั้งสินค้าที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้อันมีเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ และมีเป้าหมายทางการตลาดนอกจากนี้สินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์ยังสามารถเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นเป็นพิเศษ หรือผลิตครั้งละจำนวนมาก ซึ่งเกิดจากการเชื่อมต่อกันระหว่างช่างฝีมือหรือหัตถกรรมกับภาคอุตสาหกรรมได้ กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงระหว่างกันจะประกอบไปด้วยกลุ่มองค์ความรู้ดั้งเดิม เช่น ศิลปะหัตถกรรม กลุ่มการแสดงศิลปะ เช่น การละคร กลุ่มสิ่งพิมพ์และวรรณกรรม เช่น หนังสือ กลุ่มดนตรี เช่น คอนเสิร์ต และซีดี กลุ่ม Visual Arts เช่น ภาพเขียน, กลุ่ม Audio - Visuals เช่น ภาพยนตร์และโทรทัศน์ กลุ่มงานออกแบบ เช่น สถาปัตยกรรม และกลุ่มดิจิทัลและมัลติมีเดีย เช่น ซอฟต์แวร์ และเกม เป็นต้น (ประชาชาติธุรกิจ ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๕๑) จึงเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้นเป็นเพียงสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงมีความหมายแคบกว่าคำว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์”

๗.๒ ประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมกลุ่มต่างๆ ที่ได้รับการจัดกลุ่มและแยกประเภทบนพื้นฐานของแนวคิดหลัก ๒ แนวคิดกว้างๆ คือ ๑) กลุ่มที่แยกประเภทตามชนิดสินค้าหรือบริการ ๒) กลุ่มที่

แยกประเภทตามกิจกรรมการผลิตและห่วงโซ่การผลิต โดยมีตัวอย่างรูปแบบการแบ่งประเภทที่เป็นที่รู้จักในปัจจุบันทั้งหมด ๖ รูปแบบ ดังนี้ (Creative Thailand, ๒๕๕๓)

(๑) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักร (Department for Culture, Media and Sport United Kingdom or UK DCMS Model) แบ่งออกเป็น ๑๓ กลุ่ม แยกตามสินค้าและบริการ คือ ๑) โฆษณา ๒) สถาปัตยกรรม ๓) งานศิลปะและวัตถุโบราณ ๔) งานฝีมือ ๕) แฟชั่น ๖) งานออกแบบ ๗) ภาพยนตร์และวิดีโอ ๘) ดนตรี ๙) ศิลปะการแสดง ๑๐) สื่อสิ่งพิมพ์ ๑๑) ซอฟต์แวร์ ๑๒) โทรศัพท์และวิทยุ ๑๓) วิดีโอและคอมพิวเตอร์เกมส์

(๒) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้วัฒนธรรมเป็นหลัก (Symbolic Texts Model) แบ่งออกเป็น ๑๐ กลุ่ม ได้แก่ ๑) ภาพยนตร์ ๒) อินเทอร์เน็ต ๓) ดนตรี ๔) สื่อสิ่งพิมพ์ ๕) โทรศัพท์และวิดีโอ ๖) ศิลปะสร้างสรรค์ ๗) เครื่องใช้ไฟฟ้า ๘) แฟชั่น ๙) ซอฟต์แวร์ ๑๐) กีฬา

(๓) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะเป็นหลัก (Concentric Circle Model) แบ่งออกเป็น ๑๔ กลุ่ม ๑) วรรณกรรม ๒) ดนตรี ๓) ศิลปะการแสดง ๔) งานศิลปะ ๕) ภาพยนตร์ ๖) พิพิธภัณฑสถานและห้องสมุด ๗) การดูแลศิลปวัตถุ/โบราณสถาน ๘) สื่อสิ่งพิมพ์ ๙) การบันทึกเสียง ๑๐) วิดีโอและคอมพิวเตอร์เกมส์ ๑๑) โฆษณา ๑๒) สถาปัตยกรรม ๑๓) งานออกแบบ ๑๔) แฟชั่น

(๔) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก ใช้ประเด็นด้านลิขสิทธิ์เป็นตัวกำหนด (WIPO Copyright Model) แบ่งออกเป็น ๒๐ กลุ่ม ได้แก่ ๑) โฆษณา ๒) งานสะสม ๓) ภาพยนตร์และวิดีโอ ๔) ดนตรี ๕) ศิลปะการแสดง ๖) สื่อสิ่งพิมพ์ ๗) โทรศัพท์และวิทยุ ๘) งานศิลปะ ๙) กราฟิก ๑๐) สื่อบันทึก ๑๑) เครื่องใช้ไฟฟ้า ๑๒) เครื่องดนตรี ๑๓) กระดาษ ๑๔) เครื่องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพ ๑๕) สถาปัตยกรรม ๑๖) เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ๑๗) งานออกแบบ ๑๘) แฟชั่น ๑๙) สินค้าตกแต่งบ้าน ๒๐) ของเล่น

(๕) การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดย UNCTAD ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น ๔ กลุ่มหลัก ดังนี้

(๕.๑) ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อและสภาพสังคม เป็นต้น แบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มการแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Expression) เช่น ศิลปะและงานฝีมือ เทศกาลงานและงานฉลอง เป็นต้น และกลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน ห้องสมุด และการแสดงนิทรรศการ เป็นต้น

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

(๕.๓) ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มสื่อผลิตงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ แบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ งานสื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing and Printed Media) เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ และสิ่ง

ตีพิมพ์อื่นๆ เป็นต้น และงานโสตทัศน (Audiovisual) เช่น ภาพยนตร์โทรทัศน์ วิทยุ และการออกอากาศ
อื่นๆ เป็นต้น

(๕.๔) ประเภท Functional Creation เป็นกลุ่มของสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ำที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มการออกแบบ (Design) เช่น การออกแบบภายใน กราฟิก แฟชั่น อัญมณี และของเด็กเล่น เป็นต้น ส่วนกลุ่ม New Media ได้แก่ ซอฟต์แวร์ วิดีโอเกม และเนื้อหาดิจิทัล เป็นต้น และกลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Services) ได้แก่ บริการทางสถาปัตยกรรม โฆษณา วัฒนธรรมและนันทนาการ งานวิจัยและพัฒนา และบริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลและความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น (วรากรณ์ สามโกเศศ, ๒๕๕๒)

(๖) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ใช้การจัดประเภทโดยยึดรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบ โดยแบ่งเป็น ๔ กลุ่มหลัก และ ๕ กลุ่มย่อย ทั้งนี้ การจัดประเภทนี้ เป็นเพียงข้อเสนอเบื้องต้นเพื่อใช้ประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสามารถใช้เป็นกรอบสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยได้ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จัดกลุ่มประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามลักษณะของบัญชีรายได้ประชาชาติ 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)

จากการทบทวนกรอบแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์พบว่า องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีพื้นฐานแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน โดยเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม แม้จะมีพื้นฐานแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน แต่ก็มีความแตกต่างของการจัดประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

๗.๓ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในต่างประเทศ

แนวคิดระบบเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์มีการนำไปใช้อย่างจริงจังในหลายประเทศของโลกในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา ประเทศตัวอย่างได้แก่

(๑) สหราชอาณาจักร ถือว่าเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ โดยมีมูลค่าตลาดรวมกว่า ๑ ใน ๓ ของประเทศ คิดเป็นร้อยละ ๗.๓ ของจีดีพีทั้งประเทศ อาศัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และมีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ ๕ ต่อปี คิดเป็นสองเท่าของอุตสาหกรรมอื่นๆ และมีการจ้างงานในอุตสาหกรรมดังกล่าวถึง ๑.๘ ล้านคน และเป็นประเทศแรกที่ครองส่วนแบ่งตลาดโลกมากที่สุดในอุตสาหกรรมบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ คือร้อยละ ๑๘ (ผู้จัดการรายสัปดาห์ ๙ มิถุนายน ๒๕๕๑) โดยอุตสาหกรรมสินทรัพย์ทางปัญญาของอังกฤษมีมูลค่ากว่า ๓๖๐ ล้านเหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

(ศศิขวิญ ศรีกระจ่าง, ๒๕๕๐) และตั้งเป้าในอีก ๑๓ ปีข้างหน้าจะกลายเป็นภาคที่สร้างรายได้หลักเข้าประเทศ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอังกฤษเริ่มต้นขึ้นตั้งแต่ปี ๒๐๐๕ โดยรัฐบาลอังกฤษจัดให้มีโปรแกรมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (The Creative Economy Program) มีการทำแผนสร้างสรรค์ (Creative Mapping) โดยกำหนดให้ลอนดอนเป็นศูนย์กลาง (Hub) อย่างชัดเจน มีการจัดตั้งหน่วยงาน Department of Culture, Media and Sport (DCMS) เป็นหน่วยงานยุทธศาสตร์ กำกับดูแลอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ โดยมีการขับเคลื่อนธุรกิจที่อยู่ในเครือข่ายที่ได้จำแนกออกเป็น ๑๓ กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ ๑) ทิว - วิทย์ ๒) โฆษณา ๓) สถาปนิก ๔) แฟชั่นดีไซน์เนอร์ ๕) คอมพิวเตอร์ และวิดีโอเกมส์ ๖) ภาพยนตร์และวิดีโอ ๗) ออกแบบสร้างสรรค์ ๘) ศิลปะ งานฝีมือ ๙) ดนตรี ๑๐) ช่างศิลป์ ๑๑) ซอฟต์แวร์ ๑๒) สิ่งพิมพ์ ๑๓) ศิลปะร่วมสมัย โดยมุ่งให้ความสำคัญกับทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งจากภาคศิลปะพื้นบ้านและวัฒนธรรม รวมทั้งซอฟต์แวร์และคอมพิวเตอร์ วิดีโอเกมส์ (ผู้จัดการรายสัปดาห์ ๙ มิถุนายน ๒๕๕๑)

ความสำเร็จของอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ของอังกฤษเกิดขึ้นจากภาครัฐบาลที่มีการกำหนดนโยบายสนับสนุน และส่งเสริมอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์อย่างจริงจัง โดยอุตสาหกรรมขนาดเอสเอ็มอี NESTA ได้มีการพัฒนาโปรแกรมบริหารจัดการโดยเฉพาะ โดยเริ่มจาก ๖ อุตสาหกรรมแรก อาทิ ทิว-วิทย์ โฆษณา สถาปนิก แฟชั่นดีไซน์เนอร์ คอมพิวเตอร์ และวิดีโอเกมส์ และ ภาพยนตร์ และวิดีโอ โดยโครงการนำร่อง ได้แก่ การจัดตั้งสภาภาพยนตร์อังกฤษ เพื่อทำหน้าที่สนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ภาพยนตร์อังกฤษ ทั้งยังมีการจัดเสริมทักษะ ฝึกอบรมสร้างสรรค์ และพัฒนาช่องทางใหม่แบบดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการบริษัทที่ทำธุรกิจภาพยนตร์ที่มีศักยภาพเติบโตดี อีกทั้งยังมีการออกกฎหมายการสื่อสาร (Communications Act ๒๐๐๓) เพื่อสนับสนุนใช้สื่อรัฐสนับสนุนกิจกรรม อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างกว้างขวาง ทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการอิสระอื่นเข้าร่วมสร้างสรรค์ได้อย่างกว้างขวาง ด้านการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อการค้นคว้าวิจัยได้มีการจัดทำเป็นแผนอย่างเป็นระบบ มีงบประมาณแผนงานดำเนินงานชัดเจน มีระบบภาษี ช่วยดูแลสิทธิประโยชน์แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (ผู้จัดการรายสัปดาห์ ๙ มิถุนายน ๒๕๕๑)

(๒) ญี่ปุ่น โดยนายเทตซึกิ ฮิราโน ประธาน บริษัท Hirano & Associates ประเทศญี่ปุ่น อ่างบพเรียนของญี่ปุ่นที่ต้องพึ่งพาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในอดีตญี่ปุ่น ต้องเจอกับ ๒ ปัญหาใหญ่ คือ การย้ายฐานการผลิตของบริษัทอุตสาหกรรมไปยังประเทศจีน ซึ่งต้นทุนการผลิตต่ำกว่าญี่ปุ่น และทำให้เทคโนโลยีไหลออก ในขณะที่ยวสินค้าในญี่ปุ่นก็ถูกแบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศตี จนเงินไหลออก ปัญหาดังกล่าวทำให้ญี่ปุ่นต้องหันมาองพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ ด้วยการสร้างเครื่องมือวิจัยที่ชื่อว่า KENSEI (เคนไซ) หรือ Sense of Value ซึ่งประกอบด้วย สไตล์ (Style) ประสาทสัมผัสทั้ง ๕ (๕ Senses) และศิลปะ (Art) ทำให้พบว่าคนญี่ปุ่นจะมองเรื่องของจิตใจมากกว่าฟังก์ชันผลิตภัณฑ์ “KANSEI” ช่วยให้สามารถนำเอาความรู้สึก และการรับรู้ต่างๆ เข้าไปผสมผสานกับการออกแบบสินค้าและบริการ ตลอดจนวิธีการดำเนินงานขององค์กร เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถและสร้างความได้เปรียบให้กับองค์กรได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ" (ธนภัทร คงศรีเจริญ, ๒๕๕๓) อีกทั้งยังครอบคลุมถึงการสกัดการรับรู้ออกมาให้เป็นรูปธรรม และเป็นกลยุทธ์ให้ได้

(๒.๑) การออกแบบสไตล์ (Design in Style) เป็นการออกแบบสินค้าและอุปกรณ์ต่างๆ เครื่องมือทางอุตสาหกรรม โดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความทนทาน

(๒.๒) การออกแบบการใช้ชีวิต (Design in Life) เป็นการออกแบบพื้นที่ทั้งบ้าน สำนักงาน หรือสถานที่ต่างๆ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมและความปลอดภัยของผู้พักอาศัย

(๒.๓) การออกแบบการสื่อสาร (Communication Design) เป็นการออกแบบสื่อ เนื้อหา หรือระบบที่จะช่วยให้เกิดการสื่อสาร เช่น ป้าย โฆษณา Interactive design

(๒.๔) การออกแบบความคิดของตัวเอง (Design in Thoughts) เป็นการออกแบบแผนงาน หรือขั้นตอนที่จะสนับสนุนแผนงาน เช่น การให้บริการของภาครัฐ ที่ต้องมีการออกแบบแผนงานและขั้นตอน ในการให้บริการให้เป็นที่ยอมรับของประชาชน

(๓) เกาหลีใต้ เป็นตัวอย่างของประเทศที่รู้จักใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง โดยใน ๕ - ๖ ปีที่ผ่านมา เกาหลีใต้การส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีไปทั่วโลกในหลากหลายรูปแบบเหมือนกับที่ จีน อินเดีย อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฯลฯ ได้ทำก่อนหน้านี้มาแล้วในประวัติศาสตร์ โดยเกาหลีส่ง วัฒนธรรมไปในรูปของภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เพลง นักร้อง แฟชั่น การท่องเที่ยว ศิลปะการแสดง อาหาร ฯลฯ ด้วยอาศัยความได้เปรียบด้านภาพยนตร์และวงดนตรี ในการครองจำทางวัฒนธรรม สอดแทรก สินค้าเทคโนโลยี สถานที่ท่องเที่ยว และอาหารมากับสื่อดังกล่าว

เกาหลีใต้สามารถสร้างตำแหน่งการตลาด (Positioning) ที่เหมาะสมสอดคล้องกับความ ได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของตนเอง (Comparative Advantage) จึงเห็นได้ว่าเกาหลีสามารถสร้างสรรค์ทุก อย่างที่มีทั้งศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต รวมไปถึงเทคโนโลยี เพื่อเป็นสินค้าและบริการออกจำหน่ายไปทั่วโลก

(๔) จีน จุดเริ่มต้นการพัฒนาอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ในจีน เริ่มต้นที่ฮ่องกงตั้งแต่ปี ๑๙๙๐ โดยได้รับแรงจูงใจจากอังกฤษ เนื่องจากในช่วงที่ฮ่องกงเผชิญภาวะวิกฤติการเงิน อสังหาริมทรัพย์ ตกต่ำ รัฐบาลจึงมีการผลักดันแนวคิดระบบเศรษฐกิจแนวใหม่ โดยมีการนำเอาประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เข้ามา มีบทบาทผลักดันเศรษฐกิจอย่างจริงจัง ทำให้รัฐบาลจีนให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจบนพื้นฐาน ความคิดสร้างสรรค์ โดยนิยามให้เป็นอุตสาหกรรมบนพื้นฐานวัฒนธรรม (Cultural Industry) และกำหนด เป็นแนวทางในการพัฒนามาตั้งแต่ ในปี ๒๐๐๐ ด้วยเล็งเห็นความสำคัญว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมนั้นเป็น สิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดวัฒนธรรมทางสังคมนิยมที่ช่วยสร้างความเจริญรุ่งเรือง ในตลาดทางเศรษฐกิจ อีกทั้ง จะส่งเสริมในการตอบสนองให้วัฒนธรรม และจิตใจ ดังนั้นวัฒนธรรมทางสังคมนิยม จึงมีบทบาทสำคัญใน การพัฒนาขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีการปรับปรุงนโยบายต่างๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมทาง วัฒนธรรม เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขัน (ผู้จัดการรายสัปดาห์ ๙ มิถุนายน ๒๕๕๑)

จีนได้มีการพัฒนาแนวคิดเรื่องเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) อย่างลึกซึ้งจริงจัง โดยเฉพาะการ ปรับปรุงภูมิทัศน์ ภูมิสถาปัตยกรรมให้มี "เอกลักษณ์" ความเป็นจีนที่น่าหลงใหล ผสานกับความทันสมัยแบบ

ตะวันตกที่แสนสะดวกสบาย แต่ในส่วนการสื่อสารยังมีจุดอ่อนในเรื่องความเป็นอิสระของสื่อสารมวลชน อันแตกต่างจากประเทศอื่นๆ ที่มีกึ่งเติบโต เพราะมีอิสระในด้านความคิดสร้างสรรค์

ที่ผ่านมาสินค้าจีนที่กำลังครองตลาดโลกด้วย “ราคาถูก คุณภาพต่ำ” และเน้นการผลิตในเชิงปริมาณ แต่ปัจจุบันจีนกำลังปรับสินค้าของตนให้มีคุณภาพและภาพลักษณ์ที่ได้รับการยอมรับในตลาดระดับบนทั่วโลก ด้วยการเปลี่ยนมาพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เพื่อผลิตสินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้านวัตกรรมออกสู่ตลาดโลก (ศศิขวิญ ศรีกระจำง, ๒๕๕๐)

๗.๘ Space เป็นส่วนหนึ่งของโครงการจัดตั้งพื้นที่เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry Zone) ในเมืองปักกิ่ง รวมทั้งเมืองเซี่ยงไฮ้ เซินเจิ้น ชิงเต่า และเมืองอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่รัฐบาลกลางเป็นผู้ลงทุนทั้งหมด รัฐบาลลงทุนเงินมหาศาลเพื่อเปลี่ยนเมืองอุตสาหกรรมเหล่านี้ไปสู่เขตเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ ด้วยเพราะตระหนักว่า แม้ประเทศจีนจะส่งออกของเท้าได้ถึง ๖.๙ พันล้านคู่ให้กับ ๒๐๐ ประเทศทั่วโลก แต่ทว่ารองเท้าที่ตีตรา Made in China กลับไม่ได้มีมูลค่ามากนัก ซ้ำยังถูกกล่าวถึงในฐานะสินค้านำเข้าราคาถูกที่เข้าไปท่วมตลาดในประเทศต่างๆ จนถูกกีดกันจากประเทศผู้นำเข้าอีกด้วย (ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ, ๒๕๕๑)

(๕) สิงคโปร์ แม้จะเป็นชาติที่ไม่มีทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเป็นของตัวเอง แต่ความพยายามของสิงคโปร์ในปัจจุบัน คือการสร้างอัตลักษณ์ของชาติ ด้วยการผสมความหลากหลายให้เป็นหนึ่งก่อนส่งออกภาพลักษณ์สู่โลกด้วยความเป็นเมืองแห่งนวัตกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม (ศศิขวิญ ศรีกระจำง, ๒๕๕๐)

ความสำเร็จของอังกฤษและเกาหลีใต้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สิ่งหนึ่งที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน (Creative Infrastructure) ในการเติบโตของทั้งสองประเทศนี้ก็คือ หลักสูตร “วัฒนธรรมศึกษา” ที่มุ่งเน้นการศึกษาค้นคว้าวัฒนธรรมร่วมสมัยและวิถีชีวิตของกลุ่มคนต่างๆ ในสังคม ซึ่งแม้ว่าในจุดเริ่มต้นจะเป็นเพียงการวิจัยในรั้วมหาวิทยาลัย แต่สุดท้าย “รากฐานความรู้” ที่บ่มเพาะมายาวนานนับสิบปีนี้เอง ได้ถูกนำมาใช้ต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Product) ของธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งหลายให้มีความโดดเด่นหลากหลายและสะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะตัวของคนในชาตินั้นจากรากฐานการวิจัยค้นคว้าที่แข็งแกร่งเช่นนี้เอง จึงไม่น่าแปลกใจที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศเกาหลีใต้และอังกฤษจะเจริญรุดหน้าประเทศอื่นไปหลายช่วงตัว

๗.๔ มาตรการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยในปัจจุบันแม้ว่าจะยังอยู่ในระยะเริ่มต้น แต่ถือได้ว่าเป็นการดำเนินการพัฒนาที่ต่อเนื่องและต่อยอดจากแนวทางการพัฒนาด้วยการเพิ่มคุณค่า (Value Creation) ของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรมซึ่งได้ขับเคลื่อนการพัฒนา

ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ ๘ จนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๐ ในปัจจุบันทั้งนี้ในระยะเริ่มต้นของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการขยายองค์ความรู้และสร้าง ความเข้าใจกับภาคีการพัฒนาทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนและขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างจริงจัง

และมีบูรณาการ เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติและสามารถปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรคได้อย่างเป็น รูปธรรม ทั้งนี้แนวทางและกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาการสร้างสรรคในปัจจุบัน มีดังนี้ (Creative Thailand, ๒๕๕๓)

(๑) แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรคของไทยในปัจจุบัน ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาภายใต้กรอบการพัฒนา ๓ ด้านหลัก ได้แก่ ๑) นโยบายรัฐบาล ๒) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ ๓) แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง ระบุไว้ในแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ ๒: SP๒ ทั้งนี้แนวทางการพัฒนามีสาระสำคัญ ดังนี้

(๑.๑) นโยบายรัฐบาล

(๑.๑.๑) นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรคของรัฐบาล ได้เริ่มปรากฏให้เห็นเด่นชัดมาตั้งแต่ปี ๒๕๔๕ โดยมีการจัดตั้งองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรคหลายองค์กร เช่น สำนักงานพัฒนาองค์ความรู้ ศูนย์สร้างสรรคงานออกแบบ องค์กรพิพิธภัณฑวิทยศาสตร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เพื่อเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรคของแต่ละกลุ่มในระยะยาว อย่างไรก็ตามนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรเหล่านี้ในระยะที่ผ่านมายังขาดความต่อเนื่องและการบูรณาการ

(๑.๑.๒) นโยบายรัฐบาลของคณะรัฐมนตรี นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มีการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรคที่ชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้รัฐบาลปัจจุบันได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรคมาตั้งแต่แรกเริ่มเข้าบริหารประเทศ โดยได้ระบุไว้ในคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภาในวันที่ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๕๑ ในหัวข้อ ๔.๒.๓.๑ ว่า “ขยายฐานบริการในโครงสร้างการผลิตของประเทศ และเชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการ อุตสาหกรรม และเกษตรเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหารและการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่” ซึ่งการกำหนดนโยบายดังกล่าวส่งผลให้มีการใช้ศักยภาพและการพัฒนาต่อยอดของอุตสาหกรรมและบริการสร้างสรรคไทยได้มีการริเริ่มและต่อยอดจากการดำเนินงานที่มีอยู่บ้างแล้ว ให้เป็นไปอย่างมีทิศทางและจริงจังมากขึ้น

(๑.๒) แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรคภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๘ จนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับปัจจุบัน (ฉบับที่ ๑๐) มีการดำเนินการผลักดันเรื่องการเพิ่มคุณค่า (Value Creation) ของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ในปี ๒๕๕๐ ได้ทำการศึกษาและเริ่มขับเคลื่อนการสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจจากทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับจุดแข็งและข้อได้เปรียบทางวัฒนธรรมของประเทศแล้วนำมาใช้ประโยชน์โดยหาแนวทางเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ ในระดับภาคเศรษฐกิจจริงภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ได้มุ่งปรับโครงสร้างการผลิตสู่การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการและสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสาขาการผลิตเพื่อให้มูลค่าการผลิตสูงขึ้น

(๑.๓) การขับเคลื่อนพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจ

(๑.๓.๑) รัฐบาลได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะเร่งด่วน ในช่วงระยะ ๖ - ๙ เดือนแรกของปี ๒๕๕๒ และต่อมาได้มีการจัดทำแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ ๒ เพื่อสร้างงานและสร้างรายได้โดยการลงทุนของภาครัฐในโครงการที่จะสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในอนาคต พร้อมกับสร้างโอกาสของภาคเอกชนในการลงทุน ทั้งนี้ ได้กำหนดให้มีการดำเนินการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแผนงานภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ ๒ (SP๒)

(๑.๓.๒) แผนงานพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ครอบคลุมสาขาการพัฒนา ๖ ด้าน ได้แก่ ๑) มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ ๒) เอกลักษณ์ศิลปะและวัฒนธรรม ๓) งานช่างฝีมือและหัตถกรรม ๔) อุตสาหกรรมสื่อ บันเทิง และซอฟต์แวร์ ๕) การออกแบบและพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ และ ๖) การขับเคลื่อนและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้ แผนงานพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับการอนุมัติกรอบวงเงินจากคณะรัฐมนตรี จำนวน ๔๕ โครงการ และต่อมามีการรวมกลุ่มโครงการเหลือ ๓๙ โครงการ กรอบวงเงิน ๒๐,๑๓๔.๑๐ ล้านบาท จากหน่วยงานรับผิดชอบ ๗ กระทรวง ได้แก่ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข สำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

(๑.๓.๓) คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๖ พฤษภาคม ๒๕๕๒ อนุมัติโครงการประกอบด้วย ๑) โครงการประเภทที่ ๑ มีความพร้อมในการดำเนินงานสูงสามารถเริ่มดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและเบิกจ่ายได้ภายในปีงบประมาณ ๒๕๕๓ รวมทั้งโครงการที่สามารถเริ่มดำเนินการได้ในปี ๒๕๕๒ จำนวน ๒๐ โครงการ วงเงินที่อนุมัติ ๓,๘๑๗.๗๐ ล้านบาท และ ๒) โครงการประเภทที่ ๒ มีความพร้อมระดับรอง และไม่สามารถเริ่มดำเนินการได้ภายในปีงบประมาณ ๒๕๕๓ จำนวน ๑๔ โครงการ วงเงินอนุมัติ ๑๓,๓๑๖.๖๐ ล้านบาท ซึ่งโครงการประเภทที่ ๒ นี้ หน่วยงานเจ้าของโครงการจะต้องดำเนินการปรับปรุงรายละเอียดและแนวทางการดำเนินงานของโครงการแล้วนำเข้าสู่การพิจารณาของคณะกรรมการกลั่นกรองโครงการภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ ๒ ต่อไป นอกจากนี้ หน่วยงานยังสามารถเสนอโครงการเพิ่มเติมเพื่อขอบรรจุเข้ารับพิจารณาภายใต้ SP๒ ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้อีกด้วย

(๒) กลไกการขับเคลื่อนในปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐและองค์การมหาชนหลายแห่งที่เริ่มมีบทบาทหน้าที่และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการดำเนินงานทั้งในระดับนโยบายและปฏิบัติ รวมทั้งการให้บริการด้านโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่หน่วยงานเหล่านี้ยังคงแยกส่วนกันทำงานเนื่องจากขาดการมองภาพรวมกัน โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาในมิติต่างๆ ดังนี้

(๒.๑) หน่วยงานด้านนโยบาย ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) หน้าที่สนับสนุนเชิงนโยบายและช่วยผลักดันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีกระทรวงที่เกี่ยวข้องโดยตรงเป็นเจ้าของภาพหลักรับผิดชอบด้านการส่งเสริมให้มีการประสานงานกันระหว่างองค์กรภาครัฐ เช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และกระทรวงวัฒนธรรม เป็นต้น ทั้งนี้รัฐบาลได้จัดตั้ง

คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนภารกิจเร่งด่วนที่ไม่มีหน่วยงานเจ้าภาพในการดำเนินการอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และได้มีการตั้ง คณะอนุกรรมการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้นมาดูแล เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์และแผนที่นำทางการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยที่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งขับเคลื่อนการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยตลอดห่วงโซ่มูลค่า เนื่องจากเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นนโยบายสำคัญที่รัฐบาล ผลักดันอย่างจริงจัง คณะกรรมการนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติ ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ได้ แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ โดยมีนายอลงกรณ์ พลบุตร รัฐมนตรีช่วยว่าการ กระทรวงพาณิชย์ เป็นประธาน มีหน้าที่จัดทำกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ ส่งเสริมและสนับสนุน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย รวมถึงสนับสนุนและบูรณาการกิจกรรม แผนงาน และ โครงการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทยไปสู่ การสร้างรายได้ให้กับประเทศและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(๒.๒) หน่วยงานด้านทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นเลขานุการของคณะกรรมการนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติที่นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และ คณะอนุกรรมการเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ดังกล่าวข้างต้น กรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหน่วย ประสานงานหลักในการจัดโครงการต่างๆ ร่วมกับภาคเอกชนเพื่อผลักดันนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ เกิดผลรูปธรรม รวมถึงโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็งปี ๒๕๕๕ ที่อยู่ในระหว่างการพิจารณา ของสำนักงบประมาณอยู่ เช่น โครงการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญาเชิงพาณิชย์ของกระทรวงพาณิชย์ โครงการสร้างความรู้ความเข้าใจและใช้ประโยชน์โครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย โครงการ พัฒนาหลักสูตรการศึกษาเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในการจัดหา ซอฟต์แวร์ด้านการออกแบบที่ถูกกฎหมาย เป็นต้น

ศูนย์ทรัพย์สินทางปัญญาของกรมทรัพย์สินทางปัญญามีภารกิจในการส่งเสริมและสนับสนุน การสร้างสรรค์ การใช้ประโยชน์และสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์จากทรัพย์สินทางปัญญา สร้างวัฒนธรรม ทรัพย์สินทางปัญญาด้วยการจัดกิจกรรมปลูกจิตสำนึก และความตระหนักถึงคุณค่าของทรัพย์สินทางปัญญา และการเคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น นอกจากนี้กรมทรัพย์สินทางปัญญายังมีแนวคิดที่จะ จัดตั้ง “สถาบันส่งเสริมการสร้างสรรค์” เป็นศูนย์บ่มเพาะความรู้ ความคิดต่อยอด และทักษะต่างๆ รวมถึง ให้คำแนะนำด้านบริหารจัดการ และ “ตลาดทุนทรัพย์สินทางปัญญา” เพื่อระดมเงินลงทุนซึ่งเป็นโครงสร้าง พื้นฐานให้บริการครบวงจรธุรกิจแก่ภาคเอกชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนสืบไป

(๒.๓) หน่วยงานด้านการพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ในการสนับสนุน การพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ พร้อมทั้งปลูกฝังและถ่ายทอดองค์ความรู้แก่สาธารณชน ในรูปแบบของกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การสร้างแหล่งค้นคว้าและแหล่งเรียนรู้ครบวงจร การเผยแพร่ ผลงานวิจัย การจัดนิทรรศการ การบรรยาย และการจัดอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เป็นต้น โดยหน่วยงาน ที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาองค์ความรู้ของประเทศ ได้แก่ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) สำนักงาน

บริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD) อุทยานการเรียนรู้ (TK PARK) สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) รวมถึงสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นต้น

(๒.๔) หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านการเงิน เช่น สถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์ กองทุนร่วมลงทุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจไทย ที่บริหารโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กองทุนร่วมลงทุนของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นต้น

(๒.๕) หน่วยงานด้านการวิจัยและพัฒนา เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เป็นต้น

(๒.๖) หน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมมาตรฐานต่างๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานอาหารและเกษตรแห่งชาติ สำนักพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม และสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นต้น

(๒.๗) หน่วยงานด้านการตลาด เช่น กระทรวงการต่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมพัฒนาธุรกิจการค้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

ดังนั้น การมุ่งหวังให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนที่ทรงประสิทธิภาพในระยะยาว จึงควรพิจารณาให้มีหน่วยงานหรือกลไกที่ทำหน้าที่ประสาน เชื่อมโยง บูรณาการทั้งในระดับยุทธศาสตร์/นโยบายและระดับปฏิบัติที่ชัดเจน

โดยสรุป แม้ว่าปัจจุบันรัฐบาลจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเริ่มตระหนักถึงความสำคัญและขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสาขาต่างๆ ตามหน้าที่แล้วก็ตาม หากแต่ยังขาดการกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศอย่างเป็นองค์รวมที่จะใช้เป็นแผนที่นำทางการพัฒนาสำหรับการดำเนินงานขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาที่มุ่งส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในทุกมิติ ซึ่งครอบคลุมไปถึงสังคมและคนที่มีความสร้างสรรค์ด้วยแล้ว จะมีส่วนสำคัญในการทำให้ประเทศไทยก้าวสู่ประเทศที่เน้นการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ที่สอดรับกันในทุกมิติอย่างจริงจัง

(๓) ประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยที่มาจากการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและข้อจำกัด เพื่อชี้ประเด็นความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์และโอกาสรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย รวมทั้งการสัมมนาเชิงปฏิบัติการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในหลายโอกาส มีข้อเสนอประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ดังนี้

(๓.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาระดับมหภาค

(๓.๑.๑) พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้ เนื่องจาก การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์กว้างต้องอยู่บนพื้นฐานขององค์ความรู้และนวัตกรรม เพื่อนำไปเพิ่มคุณค่าให้กับทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่มีอยู่ และให้มีการสร้างสรรค์เกิดขึ้นในภาคการผลิตจริงในตลอดห่วงโซ่

การผลิต ดังนั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการสร้างองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้งการศึกษาในระบบและนอกระบบด้วย

(๓.๑.๒) กำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศและบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงาน เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีกรอบการดำเนินงานที่ค่อนข้างกว้างและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนมาก การดำเนินงานขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับปฏิบัติจำเป็นต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักและมีกรอบนโยบายและกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนงานโครงการเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยอย่างมีบูรณาการ และเกิดผลทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นควรมีแนวทางการดำเนินงานโดยการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนาสำหรับการดำเนินงานขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีบูรณาการในระยะต่อไป

(๓.๑.๓) ปรับโครงสร้างการผลิตและบริการของประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยผนวกเอาความคิดสร้างสรรค์ที่มีที่มาจากองค์ความรู้และนวัตกรรมนำเข้าสู่ทุกขั้นตอนของห่วงโซ่การผลิต โดยนำเอานัยสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนาในวงกว้างให้ครอบคลุมภาคเศรษฐกิจจริงและเชื่อมโยงกันทั้งเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ อยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผนวกเข้ากับการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ทั้งนี้การพัฒนาจะต้องมุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Creative and Green Economy) ซึ่งเป็นกระแสการพัฒนาของโลกในปัจจุบัน

(๓.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและคมนาคม การส่งเสริมการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา การจัดหาแหล่งเงินทุน การพัฒนาการศึกษาอย่างเป็นระบบและครบวงจรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การพัฒนาการตลาดสมัยใหม่ให้ทันต่อคู่แข่งชั้นและการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยให้ความสำคัญในประเด็นต่อไปนี้

(๓.๒.๑) พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่กระตุ้นให้ภาคเอกชนลงทุนผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์ โดยเพิ่มมาตรการกระตุ้นเพื่อดึงดูดบริษัทข้ามชาติให้ร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและชุมชนไทยในการพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้สมัยใหม่ และเร่งพัฒนาสำนักงานสินทรัพย์ทางปัญญาให้มีความสามารถในการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ทางปัญญาเชิงสร้างสรรค์ และผลักดันให้มีการบังคับใช้กฎหมายเพื่อพิทักษ์สินทรัพย์ทางปัญญาและป้องกันการละเมิด ตลอดจนส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ และพัฒนาระบบปล่อยสินเชื่อและบทบาทการประกันสินเชื่อของสถาบันการเงินให้รองรับธุรกิจสร้างสรรค์ที่ใช้สินทรัพย์ทางปัญญาเป็นปัจจัยการผลิตสำคัญ

(๓.๒.๒) พัฒนาระบบฐานข้อมูล สื่อสาร และคมนาคมที่มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับภาคการผลิตสร้างสรรค์ ตลอดจนส่งเสริมแหล่งเรียนรู้สาธารณะและพัฒนาพื้นที่สาธารณะรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้าง

เวทีนักคิดและสร้างสรรค์ต่างๆ ตลอดจนการส่งเสริมการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น

(๓.๒.๓) ให้คุณค่าต่อทรัพย์สินทางปัญญาจากความคิดสร้างสรรค์ โดยมีกฎหมายและกฎระเบียบที่ช่วยในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และกระบวนการบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายและกระบวนการที่มีอยู่นอกจากนี้ ควรคำนึงถึงการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาหรือความคิดเพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุน ตลอดจนศึกษาบทบาทประเด็นปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบและข้อบังคับให้เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาต่อไป

(๓.๒.๔) ศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม โดยทำการศึกษาใน ๕ ประเภท ได้แก่ ๑) มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ ๒) เอกลักษณ์ศิลปะและวัฒนธรรม ๓) งานช่างฝีมือและหัตถกรรม ๔) อุตสาหกรรมสื่อ บันเทิงและซอฟต์แวร์ ๕) การออกแบบและพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและนำผลิตภัณฑ์และบริการสู่ตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ในการศึกษาวิจัยในเชิงลึกนี้ จำเป็นต้องมีการจัดทำฐานข้อมูลและมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการกำหนดมาตรฐานขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้ชัดเจน และวิธีการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประเมิน ติดตามผล และกำหนดนโยบายการพัฒนาต่อไปด้วย

(๓.๒.๕) จัดและพัฒนาพื้นที่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียน พื้นที่สร้างสรรค์งาน รวมทั้งสร้างเมืองสร้างสรรค์ เพื่อให้เป็นการสร้างแรงบันดาลใจ เป็นเวทีแสดงออกและเป็นศูนย์รวมการแลกเปลี่ยนให้กับนักคิดอย่างสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง

(๓.๓) ประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการทางธุรกิจและบุคลากรด้านสร้างสรรค์

(๓.๓.๑) ขับเคลื่อนและสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการ การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneurs) เป็นเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้มีจุดเด่นและสามารถต่อยอดด้วยความคิดและนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และก้าวทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก เช่น การปรับเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การปรับเปลี่ยนรสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการสินค้าและบริการที่มีความสร้างสรรค์มากขึ้น เป็นต้น ในการนี้ผู้ประกอบการไทยต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพเพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสใหม่โดยการสร้างความได้เปรียบจากความหลากหลายและเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและความเป็นไทยเพื่อสร้างเศรษฐกิจและสังคมสร้างสรรค์ (Creative Economy and Creative Society) ให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในเวทีระดับโลกได้ต่อไป

(๓.๓.๒) พัฒนาบุคลากรวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถตอบสนองความต้องการภาคเศรษฐกิจจริงและประชาชนได้นั้น จำเป็นต้องมีการสร้างระบบประสานความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับ

ภาคการผลิตเพื่อปรับทิศทางการศึกษาให้ตอบสนองความต้องการบุคลากรในสาขาที่ขาดแคลน เช่น การให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการร่างหลักสูตรการเรียนการสอน เป็นต้น หากประเทศไทยขาดบุคลากรที่มีทักษะในการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้สมัยใหม่และภูมิปัญญาท้องถิ่น และไม่สามารถใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้แล้ว การผลักดันหรือขับเคลื่อนการผลิตทั้งเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ เชิงสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นได้ยาก

(๓.๔) ประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาด้านสถาบันและการติดตามประเมินผล

(๓.๔.๑) พัฒนาสถาบันและบูรณาการบทบาทของสถาบันที่เกี่ยวข้องให้เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมสถาบันที่มีบทบาทสนับสนุนภาคเอกชนในการผลิตสินค้าสร้างสรรค์ให้เพียงพอกับความต้องการ นอกจากนี้ ควรจัดตั้งหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ซึ่งรวมถึงการจัดทำนโยบายและกำหนดกลยุทธ์ระดับชาติ ประสานงานและบูรณาการกระทรวงและหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง ตลอดจนติดตามประเมินผลความก้าวหน้าของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยรวม

(๓.๔.๒) ให้มีกลไกในการดำเนินการติดตามและประเมินผลผลการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ซึ่งจำเป็นต้องมีเครื่องมือในการติดตาม ดัชนีชี้วัดศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในรายสาขา รวมทั้งระบบฐานข้อมูลที่เป็นระบบ ทันสมัย และมีความต่อเนื่องของข้อมูล ซึ่งจะนำไปสู่การปรับแผนงานและการวางยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์อันจะนำไปสู่ผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม (Creative Thailand, ๒๕๕๓)

ส่วนในเมืองไทย หลังจากที่มีนโยบายและแผนการดำเนินงาน Creative Thailand กินระยะเวลา ๓ ปี ตั้งแต่ปี ๒๕๕๒ - ๒๕๕๕ แบ่งออกเป็นระยะต้นน้ำ ส่วนใหญ่จะเป็นโครงการให้ความรู้ ให้คำปรึกษาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับองค์กร ธุรกิจ และผู้นำสังคม ระดับกลางน้ำ เช่น การสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ การให้ทุน และปลายน้ำ เน้นการจัดเทศกาลต่างๆ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ เช่น เทศกาลภาพยนตร์ไทย โครงการอบรมนักคิดสร้างสรรค์ (Creator) เชิงธุรกิจ และธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Business) เป็นอีกหนึ่งในโครงการระยะต้นน้ำ ที่เชื่อว่าการปลูกฝังความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มผู้นำสังคม จะช่วยกระจายความคิดไปยังจุดเล็กๆ ในสังคม (ธนภัทร คงศรีเจริญ, ๒๕๕๓)

๓.๕ โครงสร้างพื้นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การสร้างเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งเสริมให้คนมีความคิดสร้างสรรค์ อาทิ เสถียรภาพการเมืองมั่นคง มีความเป็นประชาธิปไตย รวมทั้งการศึกษาและความเข้าใจของคนอย่างทั่วถึง และที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน คือความเป็นอิสระทางความคิดและการแสดงออก (ผู้จัดการรายสัปดาห์ ๙ มิถุนายน ๒๕๕๑) และนอกจากโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวแล้ว ยังต้องมีโครงสร้างพื้นฐานของการสร้างสรรค์ (Creative Infrastructure) เพื่อรองรับการขยายตัวและเติบโตของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นภาพรวมของการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นรูปธรรม ทั้งนี้โครงสร้างพื้นฐานของการสร้างสรรค์ประกอบด้วย

(๑) พื้นที่สร้างสรรค์ (Creative Space) เป็นเวทีทางความคิดสร้างสรรค์ที่รวมนักสร้างสรรค์ (Creative Talent) ให้มาพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดที่หลากหลายมุมมองและแบ่งปันประสบการณ์กันอย่างเสรี เป็นพื้นที่เปิดกว้างทางความคิด ที่นอกจากจะทำให้ความคิดสร้างสรรค์ได้รับการปรุงแต่งขัดเกลาจากความหลากหลาย และต่อยอดไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Product) และธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Business) ร่วมกันได้อีกมากมาย ดังนั้นพื้นที่สร้างสรรค์จึงเป็นเสมือนกลไกตลาดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ในการจัดสรรทรัพยากรในระบบนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผน ออกแบบบรรยากาศและกิจกรรมที่สร้างสรรค์ลึกซึ้งเพียงพอที่จะดึงดูดนักสร้างสรรค์จากทุกแวดวงให้เข้ามาร่วมมือกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ

หนทางที่รัฐบาลมองเห็นคือการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ โดยรัฐบาลต้องลงทุนจัดสร้างขึ้นมา จะต้องทุ่มเทพัฒนาอย่างจริงจัง และทำการออกแบบพื้นที่สร้างสรรค์อย่างเหมาะสมทั้ง ๑) ด้านสถานที่ที่ต้องออกแบบให้มีความสวยงามเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีเอื้อต่อการสร้างความคิดบังเกิดแรงบันดาลใจในการคิดสร้างสรรค์อันจะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ ๒) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งอุปกรณ์เทคโนโลยี และเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อนักสร้างสรรค์ Creative Space สามารถดึงดูดนักสร้างสรรค์ให้เข้ามาเยือน เข้ามาร่วมงานแล้ว ยังสามารถผลิตสร้างนักสร้างสรรค์ขึ้นมาได้อีกด้วย โดยหากผู้คนธรรมดาที่เข้าร่วมแลกเปลี่ยนในกิจกรรมของพื้นที่สร้างสรรค์ก็ย่อมได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเองให้กลายเป็น นักสร้างสรรค์ได้ และหัวใจสำคัญของพื้นที่สร้างสรรค์คือการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยเฉพาะการบริหารคนนั่นก็คือนักสร้างสรรค์ทั้งหลาย ซึ่งมีความหลากหลาย

หากประเทศใดไม่สามารถผลิตนักสร้างสรรค์ได้เพียงพอกับการใช้งานก็มีความจำเป็นต้องทำสงครามเพื่อแย่งชิงตัวจากประเทศอื่น โดยใช้เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) หรือพื้นที่การสร้างสรรค์ (Creative Space) เป็นปัจจัยสำคัญในการช่วงชิง

(๒) นักสร้างสรรค์ (Creative Talent) เป็นตัวจักรสำคัญและมีค่าที่สุดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นักสร้างสรรค์ในพื้นที่สร้างสรรค์แบ่งเป็น ๔ กลุ่ม ดังนี้

(๒.๑) ศิลปินพื้นบ้าน (Artist Culture) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์ด้านศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่น

(๒.๒) บุคคลจากสถาบันการเรียนรู้ต่างๆ (Academic) ได้แก่ นักออกแบบ นักวิทยาศาสตร์ นักวิชาการ ครูอาจารย์ เป็นต้น เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ทั้งภาควิชาการและภาคปฏิบัติ

(๒.๓) นักธุรกิจ (Entrepreneur) ได้แก่ นักธุรกิจ นักลงทุน ผู้ประกอบการ เป็นต้น ปัจจุบันนักธุรกิจไม่ได้ขาดแคลนเงินทุน แต่ขาดความคิดและบุคลากรสร้างสรรค์ที่จะมาช่วยสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ อีกทั้งมีวิสัยทัศน์และกำลังแสวงหาธุรกิจแห่งอนาคต ทั้งนี้กลุ่มนักธุรกิจจะเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น ถ่ายทอดประสบการณ์ทางธุรกิจให้แก่กลุ่มนักสร้างสรรค์กลุ่มอื่นได้เรียนรู้ ร่วมเป็นผู้ประเมินความคิดสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ และเป็นผู้นำความคิดของนักสร้างสรรค์ไปลงทุนผลิตเป็นสินค้า

และบริการออกจำหน่ายหรือให้บริการแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นแหล่งทุนที่สำคัญของโครงสร้างพื้นฐานของการสร้างสรรค์

(๒.๔) ผู้จัดการสร้างสรรค์ (Creative Manager) ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานให้นักสร้างสรรค์ต่างสาขาวิชาชีพ ต่างความคิดให้มาทำงานร่วมกันได้ เป็นผู้ช่วยในการเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์ของผู้คนที่หลากหลาย ผู้จัดการสร้างสรรค์ ได้แก่ นักบริหารจัดการ นักโฆษณา นักสื่อสารการตลาด เป็นต้น ทั้งนี้ผู้จัดการสร้างสรรค์จะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๒.๔.๑) ต้องบริหารจัดการคนที่มาจากหลากหลายวิชาชีพอย่างเหมาะสม ให้ร่วมมือกันเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ ทั้งแรงจูงใจและแรงบันดาลใจ เพื่อให้บรรลุความสำเร็จ

(๒.๔.๒) สามารถประสานความคิดที่แตกต่างทั้งในวงการวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ให้สามารถเรียนรู้และต่อยอดซึ่งกันและกันได้

(๒.๔.๓) ต้องทำให้ศิลปินรู้จักความต้องการของลูกค้า เข้าใจความสำคัญของการตรงต่อเวลา

(๒.๔.๔) ต้องทำให้นักวิทยาศาสตร์ วิศวกรทั้งหลายยอมรับว่าอารมณ์ความรู้สึกอันละเอียดอ่อนของมนุษย์ก็เป็นสิ่งที่มีคุณค่าและประสิทธิภาพในแบบของตน เช่นเดียวกับเครื่องยนต์กลไก

(๒.๔.๕) สามารถดึงดูดนักสร้างสรรค์ให้เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนกันอย่างต่อเนื่อง

(๒.๔.๖) ต้องเป็นคนเปิดกว้างและรู้รอบ

นักสร้างสรรค์จะใช้พื้นที่การสร้างสรรค์ในการผลิตความคิดสร้างสรรค์ (Creative Idea) ที่ผสมผสานสุนทรีย์ (Aesthetics) และความเป็นไทย (Thai Originality) ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Product) ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ไทย และจากสินค้าหรือบริการที่ผลิตได้จะนำไปสู่ธุรกิจที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ (Creative Business) หรืออุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) ซึ่งหากประเทศไทยสามารถมีธุรกิจหรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ก็จะเป็นการพัฒนาาระบบเศรษฐกิจจากที่เน้นผลิตจำนวนมากไปสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในที่สุด

๘. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

ในสภาวะการแข่งขันทางการตลาดปัจจุบัน จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะต้องผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเสมอ เพราะความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงเป็นหน้าที่ของนักการตลาดที่จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยกิจการที่ทำการค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่ตลอดเวลาเท่านั้นที่จะรักษาความเป็นผู้นำตลาดได้

๘.๑ ความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) ไว้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (๒๕๔๓) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่แบบบริเริ่ม การปรับปรุงของธุรกิจให้มีคุณสมบัติดีขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) มีลักษณะดังนี้ (๑) มีลักษณะริเริ่มหรือเป็นเอกลักษณ์ (Innovated Product) กล่าวคือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ โดยสามารถสนองความต้องการเดิม หรือความต้องการใหม่ของผู้ซื้อได้ (๒) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถทดแทนผลิตภัณฑ์เดิม แต่มีลักษณะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมอย่างเห็นได้ชัด หรือมีการปรับปรุงใหม่ (Modified Product) (๓) ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Me - too) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใหม่สำหรับบริษัท แต่เก่าสำหรับตลาดสินค้านั้น

น้ำทิพย์ วิภาวิน (๒๕๔๖) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง การทำให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะและปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

พิบูล ทีปะपाल (๒๕๔๗) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อตลาดใหม่ที่จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และเพื่อผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพสูง ราคาต่ำ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย การค้นหาและประเมินความคิด การเลือกแนวความคิดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย การค้นหาและประเมินความคิด การเลือกแนวความคิดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เชื่อว่าจะประสบความสำเร็จมากที่สุด การกำหนดโปรแกรมการตลาด การนำผลิตภัณฑ์เพื่อทดสอบตลาดรวมทั้งการแนะนำผลิตภัณฑ์

พงษ์ ผาวิจิตร (๒๕๔๗) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง กระบวนการทำสิ่งใหม่และเป็นสิ่งใหม่ในตัวของมันเอง

ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ (๒๕๔๘) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

จากความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) ที่นักวิชาการได้กล่าวไว้ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดีขึ้น โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าไปในสายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ และผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ในสายผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีลักษณะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ โดยสามารถสนองความต้องการเดิม หรือความต้องการใหม่ของผู้ซื้อได้

๘.๒ ความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

ผลิตภัณฑ์ใหม่มีความสำคัญต่อกิจการดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๔๔)

๑. การทดแทนผลิตภัณฑ์เก่าของกิจการนั้นคือ ผลิตภัณฑ์เดิมที่วางตลาดไปแล้ว โดยปกติจะมีอายุขัย เช่นเดียวกับสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ตามแนวคิดและข้อเท็จจริงในเรื่อง “วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์” (Product Life Cycle) ดังนั้นเมื่อผลิตภัณฑ์ตัวเดิมเสื่อมความนิยมหรือกำลังจะตายไป กิจการก็จำเป็นต้องหาผลิตภัณฑ์ใหม่มาเสริมแทนที่ผลิตภัณฑ์เดิม

๒. ความอยู่รอดและการเจริญเติบโตของกิจการ ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์ใหม่มีความสำคัญอย่างมาก ต่อความอยู่รอดและการเจริญเติบโตของกิจการนั้นๆ กิจการใดก็ตามที่หวังพึ่งเฉพาะแต่ผลิตภัณฑ์เก่าๆ ที่เคยจำหน่ายอยู่เดิมก็จะต้องเลิกกิจการหรือเลิกการขายผลิตภัณฑ์นั้น

๓. ผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญตัวหนึ่งในการกำหนดความสามารถในการทำกำไรได้ของ กิจการนั้น ไม่ว่าจะวัดออกมาในรูปของอัตราผลตอบแทนทางด้านกำไร หรือในรูปของอัตราผลตอบแทนจาก การลงทุน

๔. การตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภค ในปัจจุบันความจำเป็นและความ ต้องการของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ลักษณะของความต้อการนับวันแต่จะมีมากขึ้น และ เปลี่ยนแปลงเพิ่มความสับสนยิ่งขึ้นตลอดเวลา ผู้บริโภคจึงต้องการที่จะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้าในตลาด เพื่อ เปิดโอกาสให้มีโอกาสได้ทำการเลือกสรรได้มากขึ้น

๕. ผลิตภัณฑ์ที่วางตลาดโดยทั่วๆ ไปมักจะมีอายุสั้นมาก ประกอบกับการหาแนวคิดสำหรับ ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสิ่งที่ทำได้ยากยิ่งขึ้น โดยการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องทุ่มเงินเป็นจำนวน มาก ดังนั้นการตัดสินใจทางด้านผลิตภัณฑ์ใหม่จึงเพิ่มความสำคัญยิ่งขึ้น

๖. ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการหรือเทคโนโลยีเป็นตัวเร่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เดิมตายเร็วยิ่งขึ้น หากกิจการไม่อาจมองเห็นปัญหาได้ทันการณ์ และเตรียมรับมือด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผ่านการศึกษาวิเคราะห์ อย่างถ่องแท้แล้ว โอกาสที่จะอยู่รอดและเจริญเติบโตตามที่ต้องการก็จะเป็นไปได้ยาก

๘.๓ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

โดยกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มี ๘ ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ๒๕๔๓)

ขั้นที่ ๑ การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation) เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ เป็นการค้นหาความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นความคิดที่มองเห็นช่องทางที่จะขายผลิตภัณฑ์ นั้น ในขั้นนี้จึงเข้าไปเกี่ยวข้องกับการค้นหาแหล่งความคิดและวิธีการในการค้นหาความคิด

ขั้นที่ ๒ การกลั่นกรองและการประเมินความคิด (Screening and Evaluation of Idea) เป็นการ พิจารณากลั่นกรองความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างขึ้นจากขั้นหนึ่งว่า ความคิดใดที่จะนำมาวิเคราะห์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นต่อไป

ขั้นที่ ๓ การพัฒนาแนวความคิดและการทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing) เป็นงานที่จะต้องกระทำหลังจากผ่านกระบวนการกลั่นกรองความคิดจากขั้นที่ ๒ แล้ว ในขั้นที่ ๓ นี้เป็นการพัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตได้สร้างขึ้นและการสร้างความคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์ให้ เกิดกับผู้บริโภครวมทั้งภาพลักษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมองผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมองผลิตภัณฑ์จริง ๆ ส่วนการทดสอบความคิด (Concept Testing) หมายถึง การนำความคิดไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคเพื่อดู ความรู้สึกนึกคิด และการยอมรับความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ถ้าความคิดนั้นมีความเป็นไปได้ก็จะนำไปสู่ขั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์

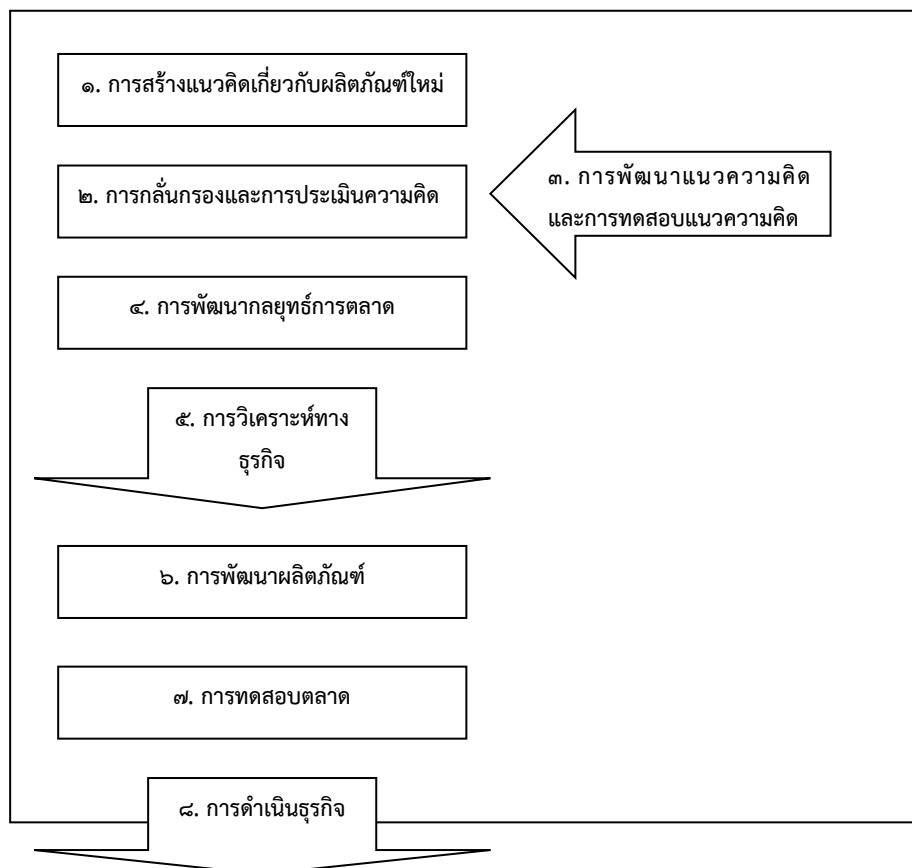
ขั้นที่ ๔ การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development) เป็นการพัฒนาเครื่องมือการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ๓ ส่วนคือ (๑) ขนาดโครงสร้างและพฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย (Target Market's Size, Structure and Behavior) (๒) การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) (๓) ยอดขายและกำไรตามเป้าหมายในระยะยาว (Long - run Sales and Profit Goods) และกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix Strategies)

ขั้นที่ ๕ การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis) เป็นการพิจารณาว่าความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คัดเลือกไว้จะมีความเป็นไปได้เพียงใดในทางธุรกิจ งานในขั้นนี้ประกอบด้วย (๑) กำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ (๒) คาดคะเนความต้องการซื้อของตลาด (๓) คาดคะเนต้นทุนและกำไร (๔) กำหนดภาวะความรับผิดชอบเพื่อศึกษาความเป็นไปได้สำหรับผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ ๖ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นการเปลี่ยนความคิดที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปเป็นร่าง (Physical Product) ขึ้นมาประกอบด้วย การพัฒนาด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Product Prototype) และการพัฒนาหน้าที่การทำงานของผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ ๗ การทดสอบตลาด (Market Testing) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วไปทดสอบการยอมรับของลูกค้าเป้าหมายในอาณาเขตที่จำกัด โดยมีการใช้โปรแกรมการตลาดที่กำหนดให้ ในขั้นนี้จะทำให้ทราบข้อบกพร่องที่จะต้องแก้ไขปรับปรุงต่างๆ

ขั้นที่ ๘ การดำเนินธุรกิจ (Commercialization) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดจริงตามแผนการตลาดที่กำหนดไว้



ภาพที่ ๒ - ๔ แสดงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
(New Product Development Process)

๘.๔ แหล่งที่มาของความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่

๑. ลูกค้า (Customers) ลูกค้าในที่นี้หมายถึง ลูกค้าที่ยังติดต่อซื้อขายอยู่ในปัจจุบันหรือลูกค้าที่เคยให้การอุดหนุนมาก่อนก็ได้ ในเมื่อการดำเนินงานด้านการตลาด ก็คือ การตอบสนองหรือการบำบัดความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า ลูกค้าจึงมักจะเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการเสาะแสวงหาความคิดใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อนำไปวางตลาด ในอดีตที่ผ่านมาปรากฏว่า สินค้าอุปโภคบริโภคหรือสินค้าอุตสาหกรรมหลายชนิดเกิดขึ้นจากข้อเสนอแนะของลูกค้า อาจโดยตั้งใจหรือโดยบังเอิญก็แล้วแต่ จึงควรเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้เกี่ยวข้องในกิจการนั้น จะต้องจัดวางระบบงานเพื่อได้มาซึ่งความรู้สึกรู้สึก ปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า ซึ่งอาจได้มาด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้

- การสำรวจหรือสอบถามลูกค้าโดยตรง (Direct Customer Survey)
- เทคนิคการถามเลียบเคียง (Projective Technique)
- การถกปัญหาแบบเจาะกลุ่ม (Focus Group Discussion)
- การรับข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็น (Suggestion System)
- การเปรียบเทียบผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันที่ลูกค้าต้องการจริง

(Perceptual and Preference Mapping)

ในทางปฏิบัติจากการสอบถามลูกค้าเกี่ยวกับปัญหาที่มีอยู่กับผลิตภัณฑ์ปัจจุบันอาจทำให้กิจการได้ความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มากกว่าในกรณีที่กิจการไปสอบถามเกี่ยวกับความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่โดยตรงไปตรงมา

๒. ผู้จัดจำหน่าย (Distributor) เนื่องจากร้านค้าเหล่านี้เป็นผู้ติดต่อซื้อขายกับลูกค้าโดยตรง มีโอกาสพบปะสนทนากับลูกค้าผู้ใช้จำนวนมาก และในหลายๆ กรณีเป็นที่รองรับการระบายความอัดอั้น ความรู้สึกที่ไม่ดี หรือปัญหาที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะ เป็นกิจการหรือของคู่แข่ง ถ้ารู้จักป้อนคำถามหรือใช้เทคนิคการสัมภาษณ์อย่างถูกต้องกับจังหวะเวลา กิจการอาจจะได้ความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวนมากจากแหล่งนี้ไม่ยากนัก

๓. คู่แข่งขัน (Competitors) ผู้บริหารที่ชาญฉลาดควรจะคอยเฝ้ามองว่าคู่แข่งของกิจการว่าทำอะไรอยู่บ้างในส่วนที่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่ว่าจะโดยการสนทนาสอบถามจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้กับกิจการคู่แข่ง จากร้านค้าผู้จัดจำหน่าย หรือโดยมอบหมายให้ผู้แทนขายของกิจการทำหน้าที่สืบความลับของคู่แข่ง คอยเฝ้าติดตามตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ของคู่แข่ง ใครเป็นผู้ซื้อในตลาดและซื้อไปเพื่อใช้ประโยชน์อะไร บางทีกลยุทธ์การตลาดในการนำเอาผลิตภัณฑ์ใหม่ของคู่แข่งมาดัดแปลงและปรับปรุงให้ดีขึ้น ก็อาจถือได้ว่าเป็นทางออกที่ดีทางหนึ่งสำหรับกิจการบางแห่งในการแสวงหาผลิตภัณฑ์ใหม่มาจำหน่าย ดังนั้นจึงไม่เป็นที่น่าแปลกใจเลยว่า ผู้ผลิตและจำหน่ายคอมพิวเตอร์บางแห่งถึงกับซื้อ

คอมพิวเตอร์ของคู่แข่งชั้นแล้วมา ถอดแยกแยะเป็นส่วนๆ เพื่อการศึกษาวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การพัฒนา
คอมพิวเตอร์ที่ดีกว่า มีสมรรถนะและประสิทธิภาพสูงกว่า

๔. พนักงานขายหรือผู้แทนขายของกิจการ (Salesman) บุคคลเหล่านี้ในฐานะที่เป็นพนักงานของ
กิจการที่ต้องออกไปติดต่อกับตลาด ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อขายสินค้ากับร้านค้าตามปกติหรือออกไปตรวจ
เยี่ยมตลาดในหลายๆ กรณี ก็มีโอกาสพูดคุยกับลูกค้าผู้ซื้อ ทำให้ได้ข้อมูลข่าวสารหรือข่าวกรองได้พอสมควร
ถ้ากิจการจัดให้มีการทำรายงานการออกตลาดให้รวมถึงข้อสังเกตหรือสิ่งที่ผู้แทนขายไปพบเห็นมา ก็อาจ
ช่วยให้ได้ความคิดใหม่ๆ ได้ รวมตลอดถึงความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง แต่ทั้งนี้เป็นหน้าที่ของฝ่ายจัดการที่
จะต้องมีวิธีการกระตุ้นให้พนักงานขายทำงานทางด้านเสนอความคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่
ต้องการของตลาดนอกเหนือไปจากงานทางด้านการขายและงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๕. ฝ่ายจัดการระดับสูง (Upper Management) ความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่อาจได้มาจาก
ผู้บริหารหรือฝ่ายจัดการระดับสูงภายในกิจการนั่นเอง ถ้าไม่ถูกจำกัดในเรื่องเวลาและความสามารถเฉพาะ
ด้านที่จำเป็นต่องานนี้ แต่ต้องเป็นที่ยอมรับว่าการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ผู้บริหารหรือฝ่าย
จัดการระดับสูง อาจนำมาซึ่งความเสียหายแก่กิจการนั้นได้ถ้าผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาต้องคล้อยตาม ไม่กล้า
คัดค้านความคิดนั้นๆ ทั้งๆ ที่ตนมีความเห็นว่า ถ้าวางตลาดอาจจะไปไม่รอด หรือกิจการนั้นได้นำความคิด
ผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นไปใช้ทันที โดยขาดข้อมูลหรือการวิจัยการตลาดที่เพียงพอ

๖. นักวิทยาศาสตร์ ที่ปรึกษา หรือผู้เชี่ยวชาญ สำหรับกิจการที่ขายสินค้าที่มีปัญหาเทคนิคเข้ามา
เกี่ยวข้องอย่างมาก อาจต้องอาศัยนักวิทยาศาสตร์ทำการวิจัยภายในห้องทดลองอย่างเป็นทางการลักษณะ
โดยจัดทำเป็นโครงการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ นอกจากนี้ที่ปรึกษาทางวิศวกรรม ผู้เชี่ยวชาญจาก
สถาบันต่างๆ รวมตลอดถึงจากสถาบันการศึกษาในระดับสูงก็อาจทำให้ความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้
นอกจากนี้ ก็อาจอาศัยบริษัทหรือกิจการอิสระที่ขายบริการทางด้านการวิจัยการตลาด หรือทำหน้าที่เป็น
บริษัทตัวแทนโฆษณา เป็นต้น

๙. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

๙.๑ แนวคิดการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

การเพิ่มมูลค่าหรือการเพิ่มคุณค่า (Added Value) เป็นวิธีการต่างๆ ที่ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ
ผลิตภัณฑ์ ถ้าเป็นเครื่องมือการตลาดก็จะเกิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การโฆษณา และ
การส่งเสริมการตลาดซึ่งมีผลทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น โดยการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินการ
ได้ใน ๒ ลักษณะ คือ

ด้านที่ ๑ คือ ราคาของผลิตภัณฑ์หรือการบริการสูงกว่าความเป็นจริง อีกความหมายหนึ่ง คือ
สินค้าของเรามีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพที่ได้รับ หรือเปรียบเทียบกับคุณภาพของสินค้าอื่นใน
ราคาเดียวกัน

ด้านที่ ๒ คือ ความต้องการคุณค่าหรือคุณภาพของสินค้าเป็นที่ต้องการของลูกค้า หรือคุณค่ามาก
พอที่จะให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ หรือคุณค่ามากพอที่จะดึงดูดความสนใจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจมาใช้สินค้าของเรา

ดังนั้นการเพิ่มคุณค่าจึงไม่ใช่การเพิ่มราคา คือ ราคาเท่าเดิมแต่ได้สินค้าที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น ทำให้ลูกค้ามีความต้องการมากขึ้น ดังนั้นการเพิ่มคุณค่าจึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มปัจจัยการผลิตหรือต้นทุนการผลิตคือ แนวทางการบริหารด้านต้นทุน โดยใช้ต้นทุนเท่าเดิมแต่ได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น

การเพิ่มคุณค่าของผลผลิตภัณฑ์หรือการบริการโดยไม่เพิ่มปัจจัยการผลิต (ต้นทุน) มีหลักการดังนี้

๑) ปัจจัยด้านบุคลากร เราสามารถเพิ่มคุณค่าของผลผลิตภัณฑ์หรืองานบริการได้โดยประสิทธิภาพของบุคลากร

๒) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี การบริหารให้เทคโนโลยีที่มีอยู่มีประสิทธิภาพมากพอกับการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนั้นยังต้องบริหารให้การใช้เทคโนโลยีใช้ได้เต็มสมรรถนะ เช่น ความเร็ว ความคงที่ และความคงทน

แนวทางการบริหารเทคโนโลยีเพื่อการเพิ่มผลผลิตได้แก่

- การจัดหาเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมทั้งด้านสมรรถนะและราคา
- มีการฝึกอบรมให้บุคลากรสามารถทำงานโดยใช้เทคโนโลยีอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ
- มีระบบการบำรุงรักษาให้เทคโนโลยีพร้อมใช้งานและมีประสิทธิภาพตลอดเวลา
- เปิดโอกาสให้ช่างเทคนิคที่ชำนาญงานปรับแต่งประสิทธิภาพของเทคโนโลยี

๓) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ คุณภาพของวัตถุดิบ ทำให้ผลผลิตภัณฑ์ และการบริการเพิ่มคุณค่า และเพิ่มคุณค่าได้ ดังนั้นการบริหารด้านการจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบเพื่อการเพิ่มคุณค่าที่ปัจจัยการผลิตคงที่ มีหลักการดังนี้

- พิจารณาคุณภาพของวัตถุดิบตรงกับความต้องการหรือมากกว่า
- พิจารณาผู้ส่งมอบว่ามีความสามารถส่งมอบวัตถุดิบตามความต้องการและตรงต่อเวลา
- ทำสัญญาหรือข้อกำหนดคุณภาพ / คุณลักษณะของวัตถุดิบที่ใช้ชัดเจน ป้องกันการผิดพลาด
- มีการตรวจสอบสินค้า โดยตรวจทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ
- สรุปผลการจัดส่งวัตถุดิบทุกครั้ง บันทึกรายละเอียดข้อผิดพลาด และคัดแยกวัตถุดิบที่ไม่ได้

คุณภาพออก

เมื่อเราใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงในราคาเท่าเดิม เราก็สามารถเพิ่มคุณค่าผลผลิตภัณฑ์และงานบริการได้โดยไม่ต้องเพิ่มต้นทุน

๙.๒ แนวคิดในการพัฒนา แก๊ไข รูปทรงผลิตภัณฑ์

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความแตกต่างไปจากเดิมนั้นต้องอาศัยวิธีการต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจ ดังนี้ (สกนธ์ ภู่งามดี, ๒๕๔๕)

(๑) การลดสัดส่วน หมายถึง การตัดออกหรือย่อส่วน เช่น การตัดส่วนที่ไม่จำเป็นออก การย่อสัดส่วนให้เล็กลง และการกระชับลงไปกว่าเดิม เป็นต้น

(๒) การขยายส่วน หมายถึง การเพิ่มเติมส่วนใหม่เข้าแทนของเดิม เช่น เพิ่มประโยชน์ใช้สอย ทางอ้อม เพิ่มความสูง ความยาว ความหนา ความแข็งแรง เป็นต้น

(๓) การเปลี่ยนแปลง หมายถึง การตัดแปลงแก้ไขบางส่วน อาจเป็นส่วนที่เล็กน้อยจากของเดิม เช่น เปลี่ยนสี เปลี่ยนทรง เปลี่ยนเสียง เป็นต้น

(๔) การจัดส่วนประกอบใหม่ หมายถึง การจัดส่วนประกอบให้ดูแปลกใหม่ไปจากเดิม โดยอาจจัดหรือสลับที่ทางใหม่ รวมถึงจังหวะช่องไฟ และองค์ประกอบต่างๆ เป็นต้น

(๕) การกลับไปในทางตรงกันข้าม หมายถึง การกลับตำแหน่งทิศทางหรือเรื่องราวที่จากเดิมเคยมีอยู่ให้เป็นไปในทางตรงกันข้าม เช่น ดำเป็นขาว เหลี่ยมเป็นโค้งมน ยาวเป็นสั้น เป็นต้น

(๖) การรวมกัน หมายถึง การรวมหรือผสมที่ละม้ายคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกันเข้าไว้ด้วยกัน คือ การรวมประโยชน์ใช้สอยเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งมีผลิตภัณฑ์หลายประเภทที่นิยมออกแบบในลักษณะนี้

(๗) การแทนที่ใหม่ หมายถึง การทดแทนด้วยสิ่งใหม่เป็นส่วนใหญ่ เป็นลักษณะการเปลี่ยนแปลงรูปโฉมหรือสิ่งอื่นๆ ใช้วัสดุใหม่ พลังงานใหม่ เปลี่ยนส่วนประกอบ เปลี่ยนระบบการทำงานใหม่ เป็นต้น

๑๐. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัชพล ปังพิบูลย์ (๒๕๓๘) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการถ่ายทอดวัฒนธรรมการทอผ้าของชาวไทยทรงดำ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของกลุ่มชน กระบวนการถ่ายทอดการทอผ้า และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการถ่ายทอดการทอผ้าของชาวไทยทรงดำในเขตอำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชน เพื่อสังเกต สัมภาษณ์ และรวบรวมจากเอกสารข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ จัดหมวดหมู่ และนำเสนอโดยการพรรณนา การศึกษาครั้งนี้พบว่า ชาวไทยทรงดำมีกระบวนการถ่ายทอดการทอผ้าสืบต่อกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในกระบวนการสอนการทอผ้า ได้มีการพูดคุย แลกเปลี่ยนกันระหว่างผู้ถ่ายทอดและผู้รับการถ่ายทอด ทำให้ผู้ให้สามารถถ่ายทอดความรู้ด้านต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงไว้ได้อีกด้านหนึ่ง ผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการถ่ายทอด ได้แก่ พ่อแม่ และญาติพี่น้องที่มีความรู้เป็นผู้ให้การถ่ายทอดต่อบุตรหลานที่ยังไม่ได้รับการเรียนรู้ตามขั้นตอน จนสามารถปฏิบัติเองได้ เพื่อจะได้มีผ้าทอของไทยทรงดำไว้ใช้ในการเข้าร่วมกิจกรรมและพิธีกรรมของชุมชน

วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการถ่ายทอดการทอผ้า ประกอบด้วย ค่านิยม ความเชื่อและพิธีกรรมต่างๆ ซึ่งในการประกอบกิจกรรมเหล่านี้จำเป็นต้องใช้ผ้าที่ทอเองมาประดิษฐ์เป็นเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์เครื่องใช้เพื่อใช้ในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ จะนำผ้าที่ซื้อจากตลาดมาใช้แทนไม่ได้ จึงทำให้เกิดความจำเป็นจะต้องมีการถ่ายทอดการทอผ้าสืบต่อกันมา มิเช่นนั้นจะไม่สามารถเข้าร่วมประกอบพิธีกรรมตามวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำได้

ทรงพล ศิวานนท์ (๒๕๔๓) ได้ศึกษาถึงลวดลายการทอผ้าขึ้นตีนจกอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์พบว่า ด้านรูปแบบลักษณะลวดลายดั้งเดิมและวิวัฒนาการของลวดลายการทอผ้าขึ้นตีนจกไม่แตกต่างไปจากเดิมมากนัก พบความแตกต่างในส่วนหัวขึ้นที่ทอลวดลายตลอดทั้งผืนโดยใช้สีแดงสีเดียว ในส่วนหัวและท้ายของตัวขึ้นซึ่งเป็นช่วงต่อกับหัวขึ้นและช่วงต่อตีนขึ้น ปัจจุบันนิยมทอลายมุก หรือเรียกว่าลายกลองข้าว ปัจจุบันลายในส่วนตัวขึ้นที่ยังทอ คือลายมุกห้าและลายมุกหกเท่านั้น ในส่วนตีนขึ้นที่เป็นลายหลักที่ยังนิยม

ทอมี ๕ ลวดลายประกอบด้วยลายหงษ์ ลายนก ลายขอ ลายดอกเกล็ดอุทวา และลายงูเหลือม หรือลายงู
ปันสาว ปัจจุบันมีการทอด้วยเทคนิคยก นิยมเรียกว่า “จก”

อุซอร์ แซ่โกย (๒๕๔๔) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอาชีพการทอผ้าที่เอวของชนเผ่ากระเหรี่ยง จังหวัดลำพูน
พบว่ากระบวนการทอผ้าและแนวทางการออกแบบลวดลายผ้าที่เอวของชนเผ่ากระเหรี่ยงในอดีตเป็น
กระบวนการที่ง่าย ๆ พึ่งพิงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวทั้งในเรื่องของวัสดุ อุปกรณ์ในการทอ และ
กระบวนการในการพัฒนาคุณภาพของเส้นใย รวมทั้งลวดลายผ้าที่ออกแบบมีจุดมุ่งหมายของการทอผ้าเพื่อ
ใช้ในครัวเรือน สำหรับการทอผ้าในปัจจุบันนั้นยังคงใช้กระบวนการแบบดั้งเดิมเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นการ
จัดทอวัสดุโดยการซื้อแทนการจัดทำขึ้นใช้เอง นอกจากนี้แล้ววัตถุประสงค์ของการทอผ้าได้เปลี่ยนเป็นการ
ทอเพื่อการพาณิชย์

เครือจิต ศรีบุญนาถ (๒๕๔๕) ได้ศึกษาวิจัยการพัฒนารูปแบบผ้าทอมือไทยเขมร – สุรินทร์ พบว่า
ประชาชนในชุมชนทอผ้าเองทุกชั้นตอนที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ลวดลายโบราณไว้ มีการพัฒนาผ้ามัดหมี่ข้อ
ให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านตาโต แต่พบปัญหาคือต้นทุนในการผลิตสูง ผ้าขายไม่ได้ราคา เพราะฝีมือ
การทอผ้ามัดหมี่ลายๆ กระบวนการการมัดย้อม ตลอดจนสีสันทันไม่ตรงตามความต้องการของตลาด การย้อมสี
ธรรมชาติยังย้อมไม่เป็น เงินทุนไม่เพียงพอกับการผลิต การรวมกลุ่มในการทอผ้าเป็นการรวมกลุ่มแบบ
หลวมๆ และด้านการตลาด ในการขายผ้าไหมยังไม่กว้างขวาง

จรัญญา สีพาแลว (๒๕๔๕) ได้ศึกษาถึงการทอผ้าของชาวละว้าบ้านมีดหลวง อำเภอแม่แจ่ม จังหวัด
เชียงใหม่ พบว่าการทอผ้าของชาวละว้าทั้งในอดีตและปัจจุบันยังคงใช้กี่ขนาดเล็ก ที่เรียกว่าก๊อวเป็น
อุปกรณ์หลัก ฝ่ายและด้ายที่ใช้ทอผ้าจะมีทั้งฝ่ายที่ปลูกเองและซื้อจากอำเภอแม่แจ่มเช่นเดียวกับสีที่ใช้ใน
การย้อมผ้าจะได้จากสีธรรมชาติและสีเคมี ในการทอผ้าชาวละว้าในอดีตจะทอไว้ใช้ในพิธีกรรมและใช้ใน
ชีวิตประจำวันเท่านั้น ในปัจจุบันมีพ่อค้าจากพื้นราบสนใจสั่งซื้อผ้าทอชาวละว้าบางประเภทเพื่อนำไป
จำหน่าย นอกจากนี้มีการรวมกลุ่มสตรีในหมู่บ้านเพื่อทอผ้าขายเป็นรายได้เสริมภายในครอบครัว โดยทั่วไป
แล้วชาวบ้านจะทอผ้าเมื่อมีเวลาว่างจากงานประจำ ในส่วนของลวดลายผ้าทอชาวละว้าจากอดีตจนปัจจุบัน
จะพบเพียง ๒ ลาย คือ ลายเส้นที่เกิดจากการมัดย้อมด้ายยีนบนผืนผ้าขึ้น โดยที่ผู้ทอต้องใช้ความชำนาญ
มากเป็นพิเศษในการทอเพื่อให้ได้ลายเส้นสวยงามและอีกลายคือลายข้าวหลามตัดซึ่งทอไว้สำหรับเป็นผ้า
คลุมศพคนตาย สันนิษฐานว่าอาจได้รับอิทธิพลมาจากศาสนาพุทธนิกายมหายานก็ได้

ณัฐวดี พัฒน์โพธิ์ (๒๕๔๕) ได้ศึกษาวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมสีจากธรรมชาติ พบว่าปัญหา
ของชุมชน คือ ผลิตภัณฑ์สีไม่ดึงดูดใจลูกค้า เนื่องจากสีที่ได้จากการทดลองไม่สวยงามโดดเด่น แต่ชุมชนและ
ผู้วิจัยต้องการที่จะอนุรักษ์สีที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนผู้ไทย และจะทำการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงการทอ
ผ้าของชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ

สุนทร เกตุอินทร์ (๒๕๔๕) ได้ศึกษาวิจัยโครงสร้างลวดลายผ้าทอกระเหรี่ยง อำเภอบ้านไร่ จังหวัด
อุทัยธานี พบว่าการทอผ้ากระเหรี่ยงจะใช้กี่ประเภทก๊อวเป็นอุปกรณ์หลัก ซึ่งก๊อวทำจากวัสดุที่หาได้จาก
ธรรมชาติ ลักษณะโครงสร้างหลักของผ้าทอมี ๒ แบบ คือ แบบแรกได้แก่ผ้าทอแบบธรรมดา ซึ่งเป็นการทอ
ผ้าเป็นผืนนำไปตัดเย็บเป็นชุดของเด็กหญิงชาวกระเหรี่ยง แบบที่สอง เป็นการทอแบบลวดลาย ผ้าที่กระเหรี่ยง

ยงนิยมทอใช้ส่วนใหญ่จะมีลวดลายประกอบ ซึ่งตัดเย็บเป็นของใช้และเครื่องนุ่งห่มต่างๆ ซึ่งแต่ละประเภทมีลักษณะการทอไม่เหมือนกัน โดยพิจารณาจากลักษณะของลวดลาย สีของผ้าที่ทอ

แก่นจันทร์ มะลิซอ (๒๕๔๖) ได้ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทใหญ่ อำเภอแม่ฮาด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเอกลักษณ์ผ้าทอของชาวไทใหญ่ เป็นผ้าทอที่มีลวดลายขวางตัดกับเส้นด้ายยืน มีสีพื้นเป็นสีอ่อน ลวดลายเป็นสีเข้ม ต่อมามีการประดิษฐ์และดัดแปลงจากผ้าทอยกดอก และผ้าทอตีนจก โดยปรับให้เหมาะสมกับรูปแบบผ้าทอไทใหญ่

ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์ (๒๕๔๗) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมผ้าทอพื้นบ้านสู่ระบบอุตสาหกรรมสินค้าชุมชน: ศึกษากรณีกลุ่มแม่บ้านเพิ่มพูนทรัพย์ ตำบลนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม พบว่าการพัฒนาผ้าทอพื้นบ้านของชุมชนเครือข่าย เพื่อเป็นวัตถุดิบในการรองรับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ที่ถูกออกแบบบนพื้นฐานการวิจัยตลาดและศักยภาพของกลุ่ม ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ตามที่ต้องการและยังได้พัฒนาผ้าทอพื้นบ้าน จากแบบดั้งเดิมสู่รูปแบบเชิงประยุกต์ ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น และทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๓๐ เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่จะได้รับการพัฒนา นอกจากนี้ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ยังทำให้สมาชิกกลุ่มเพิ่มพูนทรัพย์ ทั้งที่เป็นช่างแปรรูป และช่างทอผ้าพื้นบ้าน ได้มีต้นทุนทางความคิดเชิงออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์บนบริบทของความต้องการของผู้บริโภค แทนการผลิตไปตามวิถีความพอใจส่วนตน สามารถขยายผล และสืบทอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมผ้าทอพื้นบ้าน สู่ระบบอุตสาหกรรมสินค้าชุมชนไปได้อย่างต่อเนื่อง

สิริธัญญา ศิริพันธ์บุปผา (๒๕๔๙) ได้ศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจากผ้าทอชาวไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่าผู้สนใจและผู้จำหน่ายมีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจากผ้าทอชาวไทยทรงดำที่ออกแบบและพัฒนาความสวยงาม ประโยชน์ในการใช้สอย และด้านแสดงลักษณะเฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก

ไพโรจน์ ชาญสิขจร (๒๕๔๖) ได้ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าจากบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ที่ทำจากผ้าลายดอกแก้ว ลายกำขอลึก ลายกำขอลใหญ่ ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ ๕ ชนิด ประกอบด้วย กล่องใส่ทิชชู แฟ้มเอกสาร ปлокหมอนอิง ถุงใส่ขวดไวน์ และที่ใส่ของจดหมาย ผู้ประเมินผลิตภัณฑ์ผ้าจากตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ ๒๑ - ๓๐ ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๒๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป มีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไทยเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ชอบหรือสนใจ คือ เครื่องแต่งกายสำเร็จรูปซึ่งซื้อจากแหล่งผลิตหรือศูนย์จำหน่าย เหตุจูงใจที่ซื้อคือ ความสวยงามของลวดลาย ส่วนปัญหาที่มักพบคือ การดูแลรักษายาก

กานต์ธิดา ไชยมา (๒๕๕๐) ได้ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าม่อฮ่อม พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ทำจากผ้าม่อฮ่อม ทั้ง ๓ ชนิด คือ กระเป๋าสตรี หมอนอิง และที่รองจาน เมื่อจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์ ชนิดละ ๓ รูปแบบ นำไปศึกษาความพึงพอใจ พบว่ากระเป๋าสตรีรูปทรงสี่เหลี่ยม ตกแต่งโดยใช้เศษผ้าม่อฮ่อมที่เหลือจากการตัดเย็บตัดเป็นชิ้นสี่เหลี่ยมเล็กๆ และใช้เทคนิคการปะติดเป็นลวดลายลงบนชิ้นกระเป๋าทั้งสองด้าน สายกระเป๋าตกแต่งโดยใช้สายหนัง และมีการใช้เม็ดไม้ กระดุมกะลา ลูกเดือย ปักตกแต่ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด

สุพรรณ สมไทย และคณะ (๒๕๕๐) ได้ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านโดยใช้แนวคิดจากวัฒนธรรมชาวไทยทรงดำ ออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านด้วยภาพร่างแบบ ๒ มิติ และ ๓ มิติ ออกแบบเป็น ๓ สไตล์ คือ สไตล์คลาสสิก สไตล์ร่วมสมัย และสไตล์สมัยใหม่ พบว่าผลิตภัณฑ์ผ้าผ้าม่าน ผ้าปูโต๊ะ มีรูปแบบที่เหมาะสม มีหลายขนาด และหลายรูปทรง ในการผลิตสามารถทำได้ง่าย มีความเหมาะสมในการนำไปตกแต่งบ้าน ควรมีการออกแบบให้ใช้กับห้องชุด โรงแรม และร้านค้า ด้านการตลาดส่วนใหญ่คิดว่าขายได้ เป็นสินค้าที่มีความแตกต่าง สามารถแข่งขันในตลาดได้ และส่วนใหญ่เลือกรูปแบบสไตล์คลาสสิกมากที่สุด (ร้อยละ ๔๐) รองลงมาคือสไตล์สมัยใหม่ (ร้อยละ ๓๑) และสไตล์ร่วมสมัย (ร้อยละ ๒๙)

บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในลักษณะของวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ๒) ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ ๓) พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ ๔) ทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม ประกอบด้วย

๑. กลุ่มชาวไทยทรงดำในตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน และตำบลดอนข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยมุ่งศึกษาที่ผู้นำชุมชน ราษฎรชาวบ้าน ชาวบ้าน และครูประจำโรงเรียนในพื้นที่
๒. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการศึกษาความต้องการชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ คือนักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ จำนวน ๑๕๐ คน
๓. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) คือนักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ จำนวน ๑๐๐ คน
๔. ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ จำนวน ๓ คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้ (๑) ผู้เชี่ยวชาญด้านกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ จำนวน ๑ คน (๒) ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ จำนวน ๑ คน และ (๓) นักวิชาการด้านเทคโนโลยีสิ่งทอ จำนวน ๑ คน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะแบ่งการศึกษาออกเป็น ๔ ขั้นตอนหลัก ดังนี้ ขั้นตอนที่ ๑ (R๑) การศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน ขั้นตอนที่ ๒ (D๑) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ ๓ (R๒) การทดลองรูปแบบการพัฒนา และขั้นตอนที่ ๔ (D๒) การปรับปรุงรูปแบบการพัฒนา โดยมีวิธีการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ (R๑) การศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน ดังนี้

๑. ศึกษาประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐม ว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร อพยพมาจากที่ใด และมีวิถีชีวิตประจำวันอย่างไร มีการประกอบพิธีกรรมตามวัฒนธรรมอย่างไรบ้าง โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ดังนี้

- แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ชาวบ้าน และครูประจำโรงเรียนในพื้นที่ โดยใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งคณะผู้วิจัยจะเริ่มจากการเข้าไปทำความรู้จัก ร่วมพูดคุย และสร้างความคุ้นเคยกับสมาชิกชุมชนก่อน จากนั้นจึงลงไปสำรวจพื้นที่เพื่อศึกษาหาข้อมูลต่อไป

- แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

๒. ศึกษาเอกลักษณ์ การสื่อความหมาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ของลวดลายผ้าทอไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐม ว่ามีลวดลายในการทอผ้าอย่างไรบ้าง แต่ละลวดลายมีลักษณะเด่นอย่างไร แต่ละลวดลายสื่อความหมายอะไร และมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์อะไรบ้าง โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ดังนี้

- แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ชาวบ้าน และครูประจำโรงเรียนในพื้นที่ โดยใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งคณะผู้วิจัยจะเริ่มจากการเข้าไปทำความรู้จัก ร่วมพูดคุย และสร้างความคุ้นเคยกับสมาชิกชุมชนก่อน จากนั้นจึงลงไปสำรวจพื้นที่เพื่อศึกษาหาข้อมูลต่อไป

- แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

๓. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทอผ้าของชาวไทยทรงดำในพื้นที่ ทั้งในส่วนของความเป็นมา วิธีการทอผ้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่มีการผลิตอยู่ในปัจจุบัน โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ดังนี้

- แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ชาวบ้าน และครูประจำโรงเรียนในพื้นที่ โดยใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งคณะผู้วิจัยจะเริ่มจากการเข้าไปทำความรู้จัก ร่วมพูดคุย และสร้างความคุ้นเคยกับสมาชิกชุมชนก่อน จากนั้นจึงลงไปสำรวจพื้นที่เพื่อศึกษาหาข้อมูลต่อไป

- แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔. ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

๕. ศึกษาชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ ว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใดมากที่สุด เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด

ขั้นตอนที่ ๒ (D๑) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

หลังจากที่ได้ทราบถึงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าทอไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐม รวมถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำแล้ว คณะผู้วิจัยจะเริ่มดำเนินการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยจะออกแบบผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการมากที่สุด ๓ ชนิด

ขั้นตอนที่ ๓ (R๒) การทดลองรูปแบบการพัฒนา

ภายหลังจากที่ได้พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว ผู้วิจัยจะทำการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบ รูปแบบ ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย ราคา รวมถึงการรับรู้เอกลักษณ์ความหมาย โดยใช้แบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ ๔ (D๒) การปรับปรุงรูปแบบการพัฒนา

ผู้วิจัยจัดทำรายงานการสรุปความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบในด้านต่างๆ แล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการดังนี้

๑. ทำการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แต่ยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของผ้าทอไทยทรงดำไว้ได้
๒. ผู้เชี่ยวชาญผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพิจารณาตรวจสอบรูปแบบผลิตภัณฑ์และให้ข้อเสนอแนะ
๓. สรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

ตารางที่ ๓ -๑ แสดงวิธีการดำเนินการวิจัย

<p>ขั้นที่ ๑ (R๑) การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน</p>	<p>ขั้นที่ ๒ (D๑) การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์</p>	<p>ขั้นที่ ๓ (R๒) การทดลองรูปแบบผลิตภัณฑ์</p>	<p>ขั้นที่ ๔ (D๒) การปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์</p>
<p>๑. ศึกษาประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐม</p> <p>๒. ศึกษาเอกลักษณ์ การสื่อความหมาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ของลวดลายผ้าทอไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐม</p> <p>๓. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทอผ้าของชาวไทยทรงดำในพื้นที่ (ความเป็นมา วิธีการทอผ้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ) โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชน ปรชาญชาวบ้าน ชาวบ้าน และครูประจำโรงเรียนในพื้นที่ - แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง <p>๔. ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง</p> <p>๕. ศึกษาชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด</p>	<p>๑. การออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p>	<p>๑. การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยศึกษาความคิดเห็นของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบรูปแบบ ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย ราคา รวมถึงการสื่อความหมายเอกลักษณ์ของลวดลายผ้าทอไทยทรงดำโดยใช้แบบสอบถาม</p>	<p>๑. พิจารณาผลการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ แล้วทำการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์</p> <p>๒. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ</p> <p>๓. สรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์</p>

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๑. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มชาวไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
๒. แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาความต้องการชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ
๓. แบบสอบถามที่ใช้ในการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing)
๔. แบบประเมินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลตลอดกระบวนการวิจัยเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลการวิจัย โดยใช้การตรวจแบบสามเส้า (Triangulation) (Denzin, ๑๙๗๐) ด้วยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ กัน (Methodological Triangulation) ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เจาะลึก และการสังเกต เป็นต้น และผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ค้นพบโดยการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้จะดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ๓ ประเภท ดังนี้

(๑) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) จะเน้นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้อาจมาจากแหล่งต่างๆ ว่ามีความเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งถ้าทุกแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

(๒) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) จะเน้นการตรวจสอบจากผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลต่างคนกันว่าได้ข้อค้นพบที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งถ้าผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลทุกคนพบว่าข้อค้นพบที่ได้มามีความเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

(๓) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) จะเน้นการตรวจสอบว่าถ้ามีการใช้ทฤษฎีที่หลากหลายแล้ว ข้อมูลที่ได้มาเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ถ้าผู้วิจัยพบว่าไม่ว่าจะนำทฤษฎีใดมาใช้ ได้ข้อค้นพบที่เหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

(๑) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ ดังนี้

- การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นมาตราประเมินค่า ๕ ระดับ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ตามแนวคิดของเบสท์ (Best, ๑๙๘๑) มาใช้ในการแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง ๔.๕๐ - ๕.๐๐	หมายความว่า	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง ๓.๕๐ - ๔.๔๙	หมายความว่า	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง ๒.๕๐ - ๓.๔๙	หมายความว่า	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง ๑.๕๐ - ๒.๔๙ หมายความว่า น้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง ๑.๐๐ - ๑.๔๙ หมายความว่า น้อยที่สุด

(๒) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์เจาะลึก และการสังเกต โดยก่อนการวิเคราะห์จะดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
- การจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy)
- การวิเคราะห์สาเหตุและผล (Cause and Effect Analysis)

บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลน และอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ๒) ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ ๓) พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ ๔) ทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น ๔ ตอนหลักตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่

ตอนที่ ๑ การศึกษาการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลน และอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

ตอนที่ ๒ การศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ

ตอนที่ ๓ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตอนที่ ๔ การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ ๑ การศึกษาการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลน และอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

การศึกษการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลน และอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัยผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น ๕ ประเด็นย่อยดังนี้

๑. ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ไทยทรงดำในตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

๑.๑ สภาพทางภูมิศาสตร์ตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ตำบลไผ่หูช้างเป็นตำบลหนึ่งในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ที่มีชาวไทยทรงดำอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก มีเอกลักษณ์ทางด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีเฉพาะตัว เช่น การแต่งกายซึ่งนิยมใช้เสื้อผ้าสีดำที่ทอมือ และมีพิธีกรรมต่างๆ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยมีอาณาเขตตำบลดังนี้

ทิศเหนือ ติดกับองค์การบริหารส่วนตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน
จังหวัดนครปฐม

ทิศใต้ ติดกับองค์การบริหารส่วนตำบลสามง่าม อำเภอดอนตูม
จังหวัดนครปฐม

ทิศตะวันออก ติดกับองค์การบริหารส่วนตำบลหินมูล และองค์การบริหารส่วนตำบล
บางไทรป่า อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ทิศตะวันตก ติดกับองค์การบริหารส่วนตำบลสระสี่มุม และองค์การบริหารส่วนตำบล
ดอนข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

ตำบลไผ่หูช้างมีพื้นที่ ๓๓ ตารางกิโลเมตร มีประชากรประมาณ ๑,๐๒๓ หลังคาเรือน มี
จำนวนประชากร ๔,๑๑๑ คน การประกอบอาชีพของชาวตำบลไผ่หูช้างขึ้นอยู่กับภาคเกษตรกรรม
ส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา ทำสวน แต่ต่อมาในระยะหลังได้มีการเริ่มเปลี่ยนไปทำนาถั่วเป็นบางส่วน
นอกจากนี้ยังมีอาชีพนอกภาคเกษตรกรรม ได้แก่ อาชีพค้าขาย ซึ่งมักประกอบอาชีพตามที่ตั้ง
บ้านเรือนในเส้นทางคมนาคม เช่น ขายอาหาร ขายยา ขายเครื่องอุปโภคบริโภค นอกจากนี้ยัง
ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปทั้งในส่วนที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมและงานบริษัทตามการเปลี่ยนแปลง
ของสังคม ส่วนอาชีพเสริมได้แก่ การทอผ้า การทำเครื่องจักสาน ซึ่งมีการรวมกลุ่มและได้รับการ
สนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน

๑.๒ การตั้งถิ่นฐานของชาวไทยทรงดำตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

การเข้ามาตั้งถิ่นฐานของชาวบ้านไผ่หูช้าง ไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร อาศัยจากคำ
บอกเล่าของผู้สูงอายุว่าเมื่อประมาณปี พ.ศ.๒๔๔๖ สมัยรัชกาลที่ ๕ แห่งราชวงศ์จักรี ชาวไทยทรงดำ
หรือไทยโซ่งครอบครัวของปู่ชายได้อพยพจากบ้านหนองเลา (หนองปรัง) จังหวัดเพชรบุรี เดินทางรอน
แรมมาเพื่อหาทำเลที่เหมาะสมแก่การทำมาหากิน การเดินทางนั้นเดินทางโดยเกวียนมากับเพื่อนบ้าน
เมื่อมาถึงบริเวณที่แห่งนี้เห็นว่าทำเลเหมาะสมจึงหยุดการเดินทางเพื่อตั้งถิ่นฐาน ส่วนเพื่อนบ้านที่มา
ด้วยกันยังไม่พึงพอใจที่แห่งนี้จึงเดินทางต่อไป และไปอยู่ในบริเวณหมู่บ้านเกาะแรต อำเภอบางเลน
จังหวัดนครปฐม ระยะทางห่างจากตำบลไผ่หูช้างประมาณ ๑๐ กิโลเมตร โดยบริเวณที่ครอบครัวปู่
ชายเลือกนั้นมีต้นไผ่ขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นมีต้นสะแกและดงหญ้าปรีอ และมีสัตว์ที่พบ
เช่น หมูป่า ลิง กระต่าย ไม่พบเสือหรือสิงโต เมื่ออาศัยอยู่ได้ ๑ ปี ก็เกิดน้ำท่วมหนักจึงอพยพกลับไป
ที่จังหวัดเพชรบุรี โดยในปีต่อมาจึงกลับมาอีกครั้งหนึ่งและสร้างบ้านอยู่ห่างจากที่เดิมประมาณ ๒
กิโลเมตร ครอบครัวปู่ชายจึงถางป่าจับจองที่ทำมาหากิน

๕ ปีต่อมามีชาวไทยโซ่งอพยพจากบ้านตาล จังหวัดเพชรบุรีมาที่หมู่บ้านแห่งนี้อีก ๕
ครอบครัว ซึ่งเป็นการตั้งถิ่นฐานในช่วงที่ ๒ โดยมีครอบครัวของปู่โหมด ปู่เค็ม ปู่สม ปู่ซ่าว ปู่ใหญ่ ทั้ง
๕ ครอบครัวได้สร้างบ้านเรือนไม้ไผ่กันนัก โดยเฉพาะปู่เค็มได้สร้างบ้านอยู่ใกล้กับบ้านปู่ชาย
ประมาณ ๒๐ เมตร ทำให้บริเวณที่แห่งนี้มีชาวไทยโซ่งอาศัยอยู่ ๕ ครอบครัว ซึ่งเป็นครอบครัวขยาย
แต่ละครอบครัวมีสมาชิกหลายคน

หลายปีต่อมาทางราชการให้ตั้งชื่อหมู่บ้านและตั้งผู้ใหญ่บ้าน ชาวบ้านจึงให้ปู่ชายตัดสินใจตั้ง
ชื่อหมู่บ้านและขอให้ท่านเป็นผู้ใหญ่บ้านเนื่องจากท่านมาอยู่ที่แห่งนี้เป็นคนแรก โดยท่านตั้งชื่อ
หมู่บ้านแห่งนี้ว่า “ไผ่หูช้าง” โดยจากคำบอกเล่าของผู้สูงอายุในช่วงเวลานั้นมีคนนำช้างมาเลี้ยงและ
ผูกไว้ใกล้กับต้นไผ่ ซึ่งน่าจะเป็นแรงจูงใจในการตั้งชื่อหมู่บ้าน และก็ยังมีความที่เล่าต่อๆ กัน
สนุกสนานว่าที่ตั้งชื่อหมู่บ้านว่าไผ่หูช้าง เพราะมีหูช้างมาติดต้นไผ่ เนื่องจากเกิดสงครามที่บ้านไผ่

สงคราม หลังจากต่อสู้กันช้างก็วิ่งหนีมาที่หมู่บ้านไผ่ช้างแล่น เข้าศึกตามกันมาพันหูช้างขาดที่ไผ่หูช้าง และยังไล่ล่าพันช้างตัวนี้ต่อไป และไปพันช้างคอขาดตกอยู่ที่บ้านหนองหัวช้าง

ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ ๖ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระราชบัญญัติ นามสกุล ชาวบ้านไผ่หูช้างจึงตั้งนามสกุล ดังนี้

ปู่ชาย	ตั้งชื่อสกุลว่า	ทองคงหาญ
ปู่เค็ม	ตั้งชื่อสกุลว่า	ทองคงหาญ (ตามปู่ชาย)
ปู่สม	ตั้งชื่อสกุลว่า	ทองเต่าอินทร์
ปู่โหมด	ตั้งชื่อสกุลว่า	ทองคอนใหม่
ปู่ข้าว	ตั้งชื่อสกุลว่า	ทองคอนน้อย
ปู่ใหญ่	ตั้งชื่อสกุลว่า	ทองเต่าหมก

ซึ่งเป็นการตั้งชื่อสกุลเป็นไปตามลักษณะของคนไทย แต่ไทยโชนั้นมีสกุลเดิมของตนเอง เช่น สิงเรือ สิงล่อ สิงกวาง เป็นต้น การนับเครือญาตินับตามสกุลของไทยโชน มีได้นับตามสกุลของคนไทย เช่น ปู่ชายและปู่เค็มมีนามสกุล “ทองคงหาญ” แต่สกุลทางโชนของปู่เค็มคือ “สิงล่อ” ปู่ชายคือ “สิงเรือ” หลังจากนั้นก็มีผู้อพยพจากเพชรบุรีในสมัยรัชกาลที่ ๖ เข้ามาที่หมู่บ้านไผ่หูช้างคือ ครอบครัวของปู่ตันทองใช้ชื่อสกุลมาจากเพชรบุรีคือ “แป้นโก” ซึ่งครอบครัวปู่ตันทองเป็นญาติสนิทกับปู่เค็ม



ภาพที่ ๔ - ๑ แสดงลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชาวไทยทรงดำในตำบลไผ่หูช้าง

ในปัจจุบันตำบลไผ่หูช้างเป็นตำบลที่มีชาวไทยทรงดำหรือลาวโชนอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น และเป็นที่ตั้งของสมาคมไทดำ (ประเทศไทย) ที่มีการอนุรักษ์ สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำไว้ อย่างเหนียวแน่น ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทยทรงดำอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลามีสเทศกาล งานบุญ ก็นิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดสีดำน้อย่างพร้อมเพรียง

๒. ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ไทยทรงดำในตำบลดอนข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัด นครปฐม

๒.๑ สภาพทางภูมิศาสตร์ตำบลดอนข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

หมู่บ้านดอนทองตั้งอยู่ในตำบลดอนข่อย อยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของที่ว่าการอำเภอกำแพงแสน มีจำนวน ๑๖ หมู่บ้าน ๑,๓๖๑ ครัวเรือน จำนวนประชากรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ๖,๘๐๕ คน บ้านดอนทองเป็นที่ตั้งหมู่บ้านแต่เดิม ลักษณะพื้นที่เป็นสันดอนยาวเกือบ ๑ กิโลเมตร จากทิศตะวันตกทอดยาวไปทิศตะวันออก พื้นที่แต่เดิมนั้นเป็นป่าประกอบไปด้วยป่าไผ่ ไม้เจริญพันธุ์ และต้นข่อยน้อยใหญ่ที่อยู่เรียงรายตลอดแนวสันดอน บริเวณโดยรอบทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มเหมาะกับการทำอาชีพเกษตรกรรม มีประชาชนอพยพมาจับจองพื้นที่ทำมาหากินตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนอยู่รวมกันเป็นจำนวนมาก ส่วนหนึ่งจะเป็นเชื้อสายไทยทรงดำ (ลาวโซ่ง) ซึ่งปัจจุบันได้มีการฟื้นฟูประเพณีวัฒนธรรมไทยทรงดำเป็นประจำทุกปีในช่วงสงกรานต์ โดยมีอาณาเขตตำบลดังนี้

ทิศเหนือ ติดกับองค์การบริหารส่วนตำบลสระสี่มุม อำเภอกำแพงแสน
จังหวัดนครปฐม

ทิศใต้ ติดกับองค์การบริหารส่วนตำบลวังน้ำเขียว อำเภอกำแพงแสน
จังหวัดนครปฐม

ทิศตะวันออก ติดกับเทศบาลสามง่าม อำเภอดอนตูม และองค์การบริหารส่วน
ตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน

ทิศตะวันตก ติดกับเทศบาลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

โดยมีอาชีพหลักคือ เกษตรกรรม ทำนา กุ้ง อาชีพเสริมคือ ทอผ้าไหมประดิษฐ์ รั้วจาง และ
ค้าขาย

๒.๒ การตั้งถิ่นฐานของชาวไทยทรงดำหมู่บ้านดอนทอง ตำบลดอนข่อย อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

หมู่บ้านดอนทอง ตำบลดอนข่อย ตั้งอยู่ในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ชาวบ้านดอนทองหมู่ ๑, ๒, ๓, ๑๕ และ ๑๖ ส่วนใหญ่มีเชื้อสายชาวไทยทรงดำหรือไทยโซ่ง ตามประวัติความเป็นมาตามคำบอกเล่าของผู้สูงอายุในหมู่บ้านกล่าวว่า ชาวไทยทรงดำนี้อพยพมาจากบ้านเพี้ย บ้านคลอง และบ้านวังตะโก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี เมื่อประมาณร้อยกว่าปีที่แล้ว ครั้งแรกอพยพไปอยู่ที่บ้านหัวสวน จังหวัดสมุทรสงคราม แล้วย้ายมาอยู่ที่บ้านไผ่งาม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ต่อมาได้ย้ายมาอยู่ที่บ้านดอนทอง ซึ่งเดิมยังไม่ได้ตั้งเป็นหมู่บ้าน มีชื่อเรียกว่าบ้านคลองควายหรือบ้านไผ่ควาย เมื่อทางราชการให้จัดตั้งเป็นหมู่บ้านจึงตั้งชื่อว่าหมู่บ้านดอนทอง ตามชื่อของต้นทองซึ่งเป็นต้นไม้ที่มีอยู่มากในหมู่บ้าน และในปี พ.ศ.๒๕๓๘ ได้มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพสตรีบ้านดอนทอง มีสมาชิกจำนวน ๑๕ คน โดยได้รับทุนสนับสนุนจากกรมการพัฒนาชุมชน จำนวน ๒๕,๐๐๐ บาท เพื่อส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงไก่ ต่อมาในปี ๒๕๔๑ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครปฐม ได้สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ในการประกอบอาชีพ ซึ่งสมาชิกกลุ่มจึงเลือกที่จะสืบสานต่อเรื่องการทอผ้า จึงได้นำทุนมาซื้ออุปกรณ์

ทำกิจกรรมสำหรับการใช้ในการทอผ้า จำนวน ๕ ตัว และกลุ่มได้รับการพัฒนาทั้งในด้านทักษะการบริหารจัดการกลุ่ม จนในปัจจุบันกลุ่มได้มีการทอผ้าเป็นอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน



ภาพที่ ๔ - ๒ แสดงลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชาวไทยทรงดำหมู่บ้านดอนทอง

๓. สภาพสังคมวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐม

๓.๑ ลักษณะเชื้อชาติและรูปร่างหน้าตาของชาวไทยทรงดำ

ชาวไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนทอง สืบเชื้อสายไทยไซ่งะมาจากจังหวัดเพชรบุรี มีสัญชาติไทย เชื้อชาติไทย ตามสำเนาทะเบียนบ้าน มีรูปร่างสันทัด ส่วนใหญ่จะมีผิวขาว ใบหน้าแบน หรือบางคนมักกล่าวว่า ไทยไซ่งะ หน้าแบน หน้าเปียง ผมเหยียดตรง ตาชั้นเดียวเป็นส่วนมาก จมูกค่อนข้างแบน คนไทยไซ่งะบ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนทองในปัจจุบัน จะมีลักษณะคล้ายคนไทยทั่วไป มีทั้งผิวขาวและผิวสองสี



ภาพที่ ๔ - ๓ แสดงภาพครอบครัวของปู่ข้าว หรือนายฮอด ทองดอนน้อย

(ที่ ๒ จากซ้าย) กับคณะของมิชชันนารี

ที่มา: ศาสตราจารย์อรรถ ฤกษ์ยูแบงค์ ถ่ายภาพเมื่อ พ.ศ.๒๕๐๔

๓.๒ อุปนิสัยของชาวไทยทรงดำ

อุปนิสัยของชาวไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนทองเป็นคนโอบอ้อมอารี รักญาติพี่น้อง มีความกตัญญู และอ่อนน้อมต่อผู้มีพระคุณและผู้สูงอายุ เป็นคนร่าเริงแจ่มใส ชอบเรื่องสนุกสนาน มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน ให้อภัยกันเสมออยู่กันเป็นหมู่คณะ ปัจจุบันความเจริญทางวัตถุเข้ามามีบทบาททำให้อุปนิสัยบางอย่างยังคงอยู่ บางอย่างเริ่มเปลี่ยนแปลงไป สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปบ้าง เช่น ความคิด การอยู่รวมกัน ความโอบอ้อม

๓.๓ ลักษณะครอบครัวและเครือญาติของชาวไทยทรงดำ

ครอบครัวของชาวไทยโชนังเดิมเป็นแบบครอบครัวขยาย มีปู่ย่า ตายาย พ่อแม่ ลูก พี่ ป้า น้ำ อา อยู่บ้านเดียวกัน อำนาจของครอบครัวอยู่ที่ผู้นำ หากปู่ย่ายังอยู่อำนาจการตัดสินใจจะอยู่ที่ปู่ หรือ อีคนัยหนึ่งอาจกล่าวว่า อำนาจของครอบครัวอยู่ที่ผู้ชาย เพราะไทยโชนังให้ผู้ชายเป็นผู้สืบสายสกุล สำหรับผู้หญิงเมื่อแต่งงานไปอยู่ครอบครัวสามีก็สืบสายสกุลทางสามี



ภาพที่ ๔ - ๔ แสดงวิถีชีวิตของชาวไทยทรงดำ

ครอบครัวของไทยโชนังมีการแบ่งกลุ่มตระกูลหรือสิ่งต่างๆ คนสิ่งเดียวกันถือเป็นญาติพี่น้องสนิท หรือเรียกว่าน้องปี หากเป็นไทยโชนังด้วยกันก็นับญาติเรียกว่าปีน้อง ในปัจจุบันครอบครัวไทยโชนังเป็นแบบครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น มีพ่อ แม่ ลูก มีการใช้นามสกุลแบบไทย แต่ก็มีสิ่งอยู่ในการทำพิธีกรรมต่างๆ การนับเครือญาติจะนับเครือญาติทั้งฝ่ายพ่อและแม่ทั้งสองฝ่ายเช่นเดียวกับอดีต ในอดีตการแต่งงานกับคนไทยโชนังด้วยกันเองทำให้ประเพณีวัฒนธรรมและสังคมเปลี่ยนแปลงช้า ในปัจจุบันมีการแต่งงานกับคนไทยและคนจีนมากขึ้นทำให้สังคมวัฒนธรรมบางอย่างเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

๓.๔ โครงสร้างทางสังคมของชาวไทยทรงดำ

ในด้านสังคมชาวไทยโห่งจะให้ความสำคัญของผู้ชายมากกว่าผู้หญิง เพราะผู้ชายเป็นผู้สืบสกุล ต้องรับภาระการเช่นไหว้บรรพบุรุษ ดังนั้นการแบ่งทรัพย์สินสมบัติจึงแบ่งให้ผู้ชายมากกว่าผู้หญิง ๒ - ๓ เท่า ส่วนผู้หญิงในอดีตไม่มีปัญหาเกิดขึ้น เพราะเมื่อแต่งงานไปอยู่สกุลสามี สามีก็ได้ทรัพย์สินสมบัติมากพอ เมื่อสกุลเดิมมีการเลี้ยงผี (เช่นไหว้) บรรพบุรุษ เรียกว่า “เสนเรื่อน” ลูกสาวที่ออกเรือนไปก็มาร่วมพิธีและนำของมาร่วมเช่นไหว้เท่านั้น



ภาพที่ ๔ - ๕ แสดงลักษณะการเช่นไหว้บรรพบุรุษของชาวไทยทรงดำ



ภาพที่ ๔ - ๖ แสดงลักษณะบ้านชาวไทยทรงดำในอดีต

ลำดับชั้นทางสังคมของไทยโห่ง แบ่งเป็น ๒ ชั้นคือ ๑. ชั้นผู้ดำว (ผู้ทำว) ซึ่งถือว่าเป็นผู้สืบเชื้อสายมาจากเจ้าผู้ปกครอง และ ๒. ชั้นผู้น้อย ซึ่งถือว่าเป็นผู้สืบเชื้อสายมาจากสามัญชน โดยผู้โห่งจะรู้ว่าใครอยู่ชั้นไหนโดยดูตรงการใช้สิ่ง หากสิ่งลือคือตระกูลผู้ดำว สิ่งอื่นนั้นเป็นผู้น้อย ในการทำพิธีกรรมต่างๆ ผู้ดำวมักทำใหญ่กว่าผู้น้อย เช่น การป่าดตง ซึ่งเป็นการเช่นไหว้ผีเรื่อน ถ้าเป็นผู้ดำว ๕ วัน จะป่าดตง ๑ ครั้ง แต่ถ้าเป็นผู้น้อย ๑๐ วัน จะป่าดตง ๑ ครั้ง ในการทำพิธีกรรมจะมีหมอบำพิธี หมอบำพิธีผู้ดำวไปทำพิธีให้ผู้น้อยได้เพราะถือว่าตัวเองใหญ่กว่า แต่หมอบำพิธีของผู้น้อย

จะไปทำพิธีให้ผู้ตายไม่ได้ เพราะถือว่ายศศักดิ์ไม่เท่าเทียมกัน และผู้น้อยจะไม่ไปทำให้ผู้ตายเพราะมักจะคิดว่าจะเกิดสิ่งที่ไม่ดีกับผู้น้อยเองเรียกว่า แปะกัน (แพ้กัน) ในปัจจุบันชนชั้นนี้จะเห็นได้จากงานพิธีกรรมต่างๆ โดยภาพรวมทั่วไปในชีวิตประจำวันจะไม่พบความแตกต่าง

ชาวไทยโซ่งจะไม่นิยมเรียกชื่อญาติผู้ใหญ่โดยตรง จะเรียกชื่อตามบุตรคนโต เช่น นายพาทองดอนใหม่ มีบุตรชายคนโตชื่อ โส ผู้ที่เป็นหลานจะเรียกนายพาว่า ปู่โส นานวันไปลูกหลานบางคนลืมไปว่าปู่ของตนชื่อพา เพราะจะเรียกติดปากว่าปู่โส หากลูกหลานคนใดออกนามจริงของญาติผู้ใหญ่ แสดงถึงไม่ให้ความเคารพนับถือ

๓.๕ อาชีพของชาวไทยทรงดำ

ในอดีตชาวไทยทรงดำทำเพียงอาชีพเดียวคือ การทำนา โดยนาที่ทำเป็นนาหว่านหรือนาปี ทำกันปีละ ๑ ครั้ง โดยต้องรอให้ฝนตกจึงจะทำนาได้ ปีใดฝนไม่ตกต้องตามฤดูกาลการทำนาก็จะไม่ได้ผล โดยที่นาจะอยู่นอกหมู่บ้าน จึงต้องมีการลำเลียงข้าวจากทุ่งนาเข้ามาในบ้าน ซึ่งในบ้านจะมีลานตากข้าวและยุ้งข้าวไว้เก็บข้าวที่ตากแห้งแล้ว ปัจจุบันชาวไทยทรงดำมีอาชีพหลายอย่างนอกเหนือจากทำนา เช่น การเลี้ยงกุ้งกึ่งกุ้งขาว กุ้งก้ามกราม การเลี้ยงปลา การปลูกผัก การเลี้ยงไก่ การเลี้ยงสุกร การปลูกดอกมะลิ การทำนาบัว และการทำเกษตรอินทรีย์



ภาพที่ ๔ - ๗ แสดงการประกอบอาชีพของชาวไทยทรงดำในปัจจุบัน

๓.๖ อาหารของชาวไทยทรงดำ

อาหารของชาวไทยโซ่งในอดีตบริโภคข้าวเหนียว อาหารหลักที่สำคัญคือ ปลาไร่ และหน่อส้ม (หน่อไม้เปรี้ยว) อาหารของชาวไทยโซ่งส่วนใหญ่จะมีรสจัด ไม่นิยมอาหารที่ใส่กะทิ อาหารนิยมรับประทานกับผักสดและสมุนไพร อาหารที่มีชื่อของชาวไทยทรงดำ เช่น แจ่วปลา แกงหน่อส้ม ปลาไร่สับ แกงส้มกบใส่ใบมะขามอ่อน แกงนางหวาน แกงหยวกกล้วย ฯลฯ

ในปัจจุบันอาหารหลักชาวไทยโซ่งบ้านเฒ่าหู่ซ่างและบ้านดอนข่อยคือ ข้าวเจ้า โดยจะบริโภคข้าวเหนียวในงานพิธีกรรม แต่อาหารหลายชนิดในอดีตก็ยังเป็นที่ยอมรับประทานในครอบครัว เช่น แจ่วปลา แกงหน่อส้ม แกงส้มกบใบมะขามอ่อน แกงนางหวาน ฯลฯ





ภาพที่ ๔ - ๘ แสดงภาพหญิงชาวไทยโซ่งกำลังตำพริกแกงไว้ใช้ในงานประเพณีเสนเรื่อน
ที่มา: ศาสนาจารย์อรัญ ยูแบงค์ ถ่ายภาพเมื่อ พ.ศ.๒๕๐๔

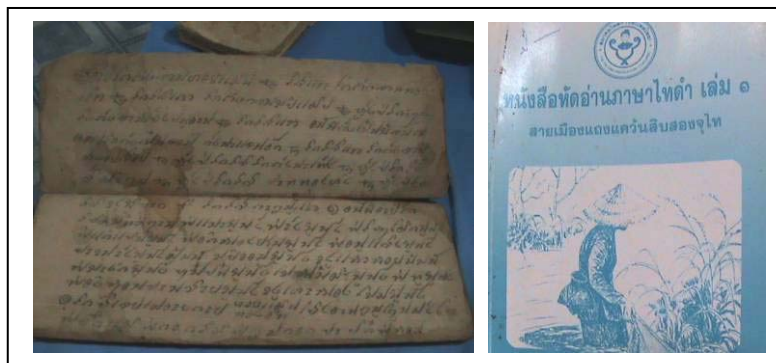
๓.๗ ภาษาของชาวไทยทรงดำ

ภาษาไทยโซ่งมีปรากฏในหมู่บ้านไผ่หูช้างเป็นภาษาไทยโซ่งที่บันทึกลงในสมุดข่อย มีผู้อ่านออกเขียนได้อยู่หลายคน การสอนใช้วิธีสอนด้วยการบอกต่อ ตัวหนังสือของไทยโซ่งที่พบเป็นตัวหนังสือไทดำสายตังเกี๋ย ในปัจจุบันมีการตั้งสมาคมไทดำขึ้นมา ที่ทำการสมาคมไทดำอยู่ในหมู่ที่ ๕ ตำบลไผ่หูช้าง โดยทางสมาคมไทดำมีการสอนภาษาไทดำและเผยแพร่เอกสารไทดำ ซึ่งเป็นแบบสากลแบบตัวอักษรเมืองแกง (เดียนเบียนฟู) และใช้ในประเทศต่างๆ ที่มีไทดำอาศัยอยู่ เช่น ในประเทศเวียดนาม ลาว อเมริกา แคนาดา และฝรั่งเศส

๓.๘ วรรณกรรมของชาวไทยทรงดำ

ในบ้านไผ่หูช้างมีการบันทึกวรรณกรรมเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นภาษาไทยดำหรือที่นิยมเรียกว่าภาษาไทยโซ่งลงในสมุดข่อย ซึ่งเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการไปเมืองฟ้าและเพลงขับ

ส่วนวรรณกรรมมุขปาฐะ เป็นเรื่องที่บอกเล่าด้วยวาจาไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ปริศนาคำทาย (โตฮังเลี้ย) นิทาน เช่น อิหล่อน อิดำ เชียงเมียง บ่คู ป่คี เป็นต้น ซึ่งจะเรียนรู้ด้วยวิธีศึกษาจากคำบอกเล่า สอนคนต่อคน ดังนั้นจึงยังมีคนที่ขับเพลงของไทยโซ่งได้ในปัจจุบัน



ภาพที่ ๔ - ๙ แสดงหนังสือลายลักษณ์อักษรเป็นภาษาไทดำ

๓.๙ ความเชื่อของชาวไทยทรงดำ

ความเชื่อของไทยโซ่งเป็นความเชื่อเรื่องผี ซึ่งผีของไทยโซ่งนั้นมีหลายประเภท เช่น ผีฟ้า ผีแถน ซึ่งเป็นเทวดาซึ่งสามารถดลบันดาลโชคหรือเคราะห์แก่มนุษย์ ลีขิตชะตาชีวิตมนุษย์ได้

ผีบรรพบุรุษ คือ ผีที่เป็นบรรพบุรุษของเราเมื่อตายแล้ววิญญาณส่วนหนึ่งไปเมืองฟ้า อีกส่วนหนึ่งจะอยู่ในกะล่อห้อง ส่วนผีปู่เจื้อ ลื้อบ้าน เป็นผีบ้านผีเมืองคอยดูแลปกป้องหมู่บ้าน มีศาลประจำหมู่บ้าน ส่วนผีเฮ้ ผีนา เป็นผีเจ้าที่เจ้าทางอยู่ในไร่นาที่ทำมาหากิน ส่วนผีมด ผีมนต์ เป็นผีที่ช่วยให้มนุษย์สื่อสารกับเมืองฟ้า ส่วนผีใต้ ผีขวัญ เป็นผีขวัญของเรา ซึ่งมี ๓๒ ขวัญ ส่วนผีตายโหงเป็นผีที่ตายโดยไม่เป็นไปตามธรรมชาติ เช่น ถูกยิง ผูกคอตาย เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีผีประจำสถานที่ต่างๆ เช่น ผีประจำประตู บันได และที่อื่นๆ

๓.๑๐ การแต่งกายของชาวไทยทรงดำ

การแต่งกายของไทยโซ่งแบบดั้งเดิมในการใช้ชีวิตประจำวันนิยมใส่เสื้อผ้าสีดำ หรือสีครามดำผู้ชายจะใส่ส้วงก้อมขาสั้น เอาผ้าคาดเอวหรือเป็นกระเป่าฝักคาดเอว ในกระเป่าฝักจะใส่ยาสูบ ไม่นิยมใส่เสื้อ หากเป็นงานประเพณีพิธีกรรมจะใส่เสื้อฮีชาย (ฮี แปลว่า ยาว) หากไปทำงานนอกบ้านจะใส่เสื้อแขนยาว กางเกงขายาว เรียกว่า เสื้อก้อมชาย ส้วงก้อมชาย ส่วนผู้หญิงชุดที่ใส่อยู่กับบ้านจะใส่ผ้าแถบคาดหน้าอก เรียกว่า ผ้าเปียว (สไบ) ใส่ผ้าซิ่นลายแตงโม เมื่อมีงานประเพณีพิธีกรรมจะใส่เสื้อฮีหญิง หากไปทำงานนอกบ้านจะใส่เสื้อแขนยาว ติดกระดุมถี่ราว ๑๐ - ๑๕ เม็ด เรียกเสื้อก้อมหญิง และหญิงสาวจะใช้ผ้าสีเป็นผ้าเปียวสำหรับคล้องคอหรือพาดบ่า ส่วนหญิงที่แต่งงานไปแล้วจะใช้ผ้าเปียวสีดำ



ภาพที่ ๔ - ๑๐ แสดงการแต่งกายในชุดอยู่บ้านและทำงานบ้านของไทยโซ่งไม้หูช้าง

ที่มา: ศาสตราจารย์อรรถ ยูแบงค์ ถ่ายภาพเมื่อ พ.ศ.๒๕๐๔



ภาพที่ ๔ - ๑๑ แสดงการแต่งกายและไว้ผมของชายหญิงไทยทรงดำในงานพิธี
ที่มา: ศาสตราจารย์อรรถ ยูแบงค์ ถ่ายภาพเมื่อ พ.ศ.๒๕๐๔



ภาพที่ ๔ - ๑๒ แสดงการแต่งกายและไว้ผมของชายหญิงไทยทรงดำในปัจจุบันในงานพิธี

ในส่วนของการไว้ผมนั้น ผู้หญิงที่เป็นสาวรุ่นจะขมวดผมไว้ท้ายทอย ส่วนหญิงที่แต่งงานแล้ว
จะตั้งปิ่นเกล้า (เกล้าผมมวย)



ภาพที่ ๔ - ๑๓ แสดงทรงผมของชาวไทยทรงดำ

ทั้งนี้ในปัจจุบันการแต่งกายแบบดั้งเดิมจะอยู่ในหมู่ผู้สูงอายุ หรือในงานประเพณี พิธีกรรม
ของไทยโซ่งเท่านั้น สำหรับในชีวิตประจำวันการแต่งกายเหมือนคนไทยทั่วไป

๓.๑๑ การนับถือศาสนาของชาวไทยทรงดำ

ชาวไทยโชนเริ่มนับถือพระพุทธศาสนามาบ้างแล้วจากเพชรบุรี แต่ยังไม่มีการบวชในพุทธศาสนา เมื่อมาตั้งถิ่นฐานเป็นหมู่บ้านไผ่หูช้าง จากคำบอกเล่าของผู้สูงอายุว่ามีพระธุดงค์เดินทางผ่านมาปักกลดบริเวณที่เป็นวัดในปัจจุบัน พระธุดงค์นี้ชาวบ้านเรียกว่า พระนกลัม เรื่องราวของท่านไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร

ในปี พ.ศ.๒๔๖๑ นายมาและนางสา ทองเต่าอินทร์ ได้บริจาคที่ดินสร้างวัดไผ่หูช้างขึ้นมา นับจากนั้นชาวบ้านก็มีศรัทธาต่อพระพุทธศาสนา โดยให้ลูกหลานบวชเป็นพระสงฆ์และนิยมให้บวชในช่วงเข้าพรรษา หลังจากออกพรรษาจึงลาสิกขาได้ และในพิธีกรรมของไทยโชนมีการผสมผสานระหว่างความเชื่อเรื่องผีและพระพุทธศาสนาเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน ยังไม่มีไทยโชนบ้านไผ่หูช้างครอบครัวใดที่จะละทิ้งประเพณีเดิมไป

ในปัจจุบันวัดไผ่หูช้างมีเจ้าอาวาสชื่อ พระครูภัทรกิจพิศาล เป็นพระนักพัฒนา สร้างวัดวาอารามต่างๆ มากมาย จนได้เป็นวัดพัฒนาตัวอย่าง คนในหมู่บ้านไผ่หูช้างในปัจจุบันการบวชเป็นพระภิกษุนั้นก็ยังคงปฏิบัติกันอยู่ แต่มีผู้อุปถัมภ์น้อยมาก การเรียนทางพระธรรมวินัยของลูกหลานบ้านไผ่หูช้างจึงมีน้อย จึงมีการส่งเสริมให้นักเรียนเรียนธรรมศึกษาชั้นตรี โท เอก มากขึ้น

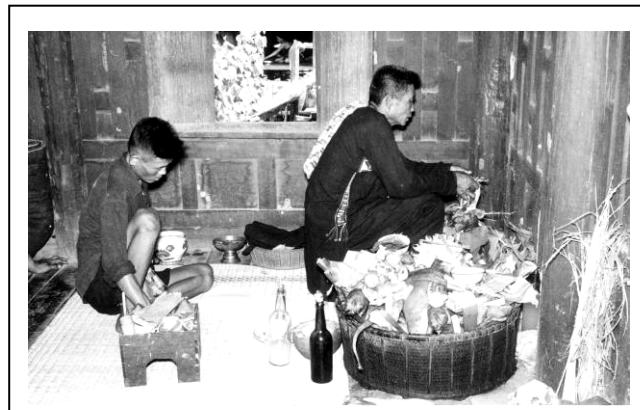
ประมาณปี พ.ศ.๒๕๐๔ ศาสนาคริสต์นิกายโปแตสแตนท์ ได้เข้ามาเผยแพร่ มีการสร้างสถานที่สำหรับเผยแพร่ศาสนา เรียกว่า เฮือนฝรั่ง การมาเผยแพร่ศาสนาในครั้งนี้มีมิชชันนารี คือ อาจารย์แซม เป็นผู้มาก่อน ต่อมาจึงมี ศาสนาจารย์อรัญ ยูแบงค์ ทำหน้าที่เผยแพร่พระคริสต์ธรรมคัมภีร์ จนมีผู้นับถือศาสนาคริสต์หลายคน คนแรกที่นับถือคือ นายฮอด ทองดอนน้อย หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า ปู่ซ่าว การมาเผยแพร่ศาสนาคริสต์นั้น มาพร้อมกับการช่วยเหลือด้านการแพทย์ และพยาบาลให้กับผู้เจ็บป่วย มีการสอนร้องเพลง การเขียนภาพระบายสี การนำไฟฟ้าเข้ามาครั้งแรกในหมู่บ้าน การนำการสาธารณสุข (ส้วมซึม) มาใช้เป็นแห่งแรก การนำภาพยนตร์กลางแปลงมาฉาย และการเล่นละครให้ชม ซึ่งสิ่งเหล่านี้สร้างความสนใจให้กับชาวบ้านไผ่หูช้างเป็นอย่างมาก หลังจากนายฮอด ทองดอนน้อย เสียชีวิต สะใภ้คือ นางแก้ว ได้ฝันเห็นปู่ซ่าว (นายฮอด) เดินรอบบ้าน ขึ้นบ้านไม่ได้ ลูกหลานจึงขออนุญาตจาก ศาสนาจารย์อรัญ ยูแบงค์ ขุดศพมาเผาทำพิธีเอาผีขึ้นเรือน ทำให้คนที่นับถือศาสนาคริสต์ กลัวว่าจะเหมือนปู่ซ่าว เลยออกจากศาสนาคริสต์ แท้จริงแล้วการที่ นายฮอด ทองดอนน้อย นับถือศาสนาคริสต์เพราะเชื่อว่าพระเจ้ากับแถนเป็นองค์เดียวกัน ไทยโชนเชื่อว่า เมื่อตายแล้ววิญญาณจะกลับไปเมืองแถน (เมืองฟ้า) พบญาติพี่น้องที่นั่น ซึ่งทางศาสนาคริสต์ก็เชื่อว่าเมื่อตายไปแล้วจะไปสู่อณาจักรของพระเจ้าพบกับญาติพี่น้องหรือคนที่เรารักรอเราอยู่

๓.๑๒ ประเพณีและความเชื่อของชาวไทยทรงดำ

ประเพณีที่ยังคงปฏิบัติในอดีตและปัจจุบันหมู่ชาวไทยโชนบ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนทองมีดังนี้ คือ

- (๑) ประเพณีการเสนเรื่อน คือ การเซ่นไหว้บรรพบุรุษครั้งใหญ่
- (๒) ประเพณีการป่าดตง คือ การเซ่นไหว้บรรพบุรุษ ๕ หรือ ๑๐ วันต่อการเซ่นไหว้ ๑ ครั้ง
- (๓) ประเพณีการแปงขวัญ คือ การเรียกขวัญที่หายไปกลับคืน
- (๔) ประเพณีการกินดอง คือ การแต่งงานแบบไทยโซ่ง
- (๕) ประเพณีไทยทรงดำ คือ ประเพณีสงกรานต์เดือน ๕
- (๖) ประเพณีการทำงานศพ คือ การบอกทางไปเมืองแกง
- (๗) ประเพณีการเอาผีขึ้นเรื่อน คือ การเชิญวิญญาณผู้ตายขึ้นเรื่อนเพื่ออยู่ในกะล้อห้อง
- (๘) ประเพณีการเสนแก่เคราะห์ คือ การเซ่นไหว้เพื่อแก้เคราะห์ร้าย
- (๙) ประเพณีการเสนเตง คือ การไถโทษให้กับบรรพบุรุษที่ต้องโทษในเมืองฟ้า
- (๑๐) ประเพณีการป่าดตงข้าวใหม่ คือ การเซ่นไหว้บรรพบุรุษในช่วงปีใหม่
- (๑๑) ประเพณีขึ้นบ้านใหม่ คือ การขึ้นบ้านใหม่ตามประเพณีไทยโซ่ง

โดยการเสนเรื่อน คือ การเซ่นไหว้บรรพบุรุษครั้งใหญ่ การเซ่นไหว้จะใช้หมู ๑ ตัว ในพิธีกรรม ผู้ที่ทำพิธีเสนเรื่อนคือ หมอเสน โดยหมอเสนเป็นผู้ชาย หมอเสนต้องเป็นคนตามตระกูลในชนชั้น ผู้ตัวหรือผู้น้อย หากจำเป็นจริงๆ ผู้ตัวสามารถเป็นหมอเสนให้ผู้น้อยได้ แต่ผู้น้อยไม่สามารถเป็นหมอเสนให้ผู้ตัวได้ หลังจากการทำพิธีกรรมเสร็จแล้วจะมีการเลี้ยงอาหารญาติพี่น้อง ซึ่งเชิญมาทั้ง หมูบ้านและต่างหมู่บ้านซึ่งเป็นญาติสนิท โดยไทยโซ่งยังรักษาประเพณีการเสนเรื่อนอย่างมั่นคงด้วยความกตัญญูต่อบิดามารดาและบรรพบุรุษทำให้สังคมมีความอบอุ่นและเป็นสังคมแบบเครือญาติ



ภาพที่ ๔ - ๑๔ แสดงพิธีการเสนเรื่อนของผู้ตัวไทยโซ่งบ้านไผ่หูช้าง (หมอเสนคือปู่เพียร)
ที่มา: ศาสนาจารย์อรัญ ยูแบงค์ ถ่ายภาพเมื่อ พ.ศ.๒๕๐๔



ภาพที่ ๔ - ๑๕ แสดงพิธีการเสนเรือนของผู้ตัวไทยโชนบ้านไผ่หูล้าง

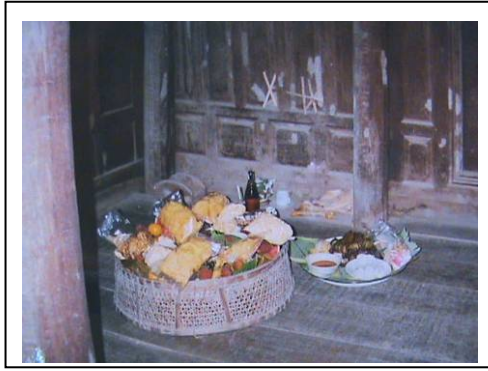
(หมอเสนคือ นายคำ บุตรชายปู่เพียร)

ที่มา: ปียวรรณ สุขเกษม ถ่ายภาพเมื่อ พ.ศ.๒๕๔๘

ชาวไทยโชนเชื่อว่าคนเราเมื่อตายไปแล้ววิญญาณจะแบ่งเป็น ๒ ส่วน ส่วนที่หนึ่งจะขึ้นไปอยู่เมืองแกน (เมืองฟ้าหรือเมืองเทวดา) อีกส่วนหนึ่งจะอยู่กับลูกหลานคอยปกป้องดูแลลูกหลานในบ้าน โดยวิญญาณผู้ที่เป็นบรรพบุรุษ ลูกหลานจะต้องเชิญขึ้นเรือน ผีบรรพบุรุษจะอยู่ในห้องผี เรียกว่า กะลือห้อง ลูกหลานที่อยู่ในบ้านต้องเซ่นไหว้ตามชนชั้นของตนเอง เรียกว่า การปาดตง อาหารที่เซ่นไหว้เป็นอาหารเช่นเดียวกับที่คนในบ้านรับประทาน และใน ๑ ปี หรือ ๓ ปี จะต้องทำพิธีเซ่นไหว้ครั้งใหญ่ เรียกว่า การเสนเรือน ผู้ที่ทำการเสนเรือนบ่อยครั้งเชื่อว่าจะทำให้มั่งมีศรีสุขเป็นมงคลแก่ชีวิต

การเซ่นไหว้บรรพบุรุษตามตระกูลผู้ตัวหรือผู้น้อย ถ้าเป็นผู้ตัว ๕ วัน จะปาดตง ๑ ครั้ง และถ้าเป็นผู้น้อย ๑๐ วัน จะปาดตง ๑ ครั้ง ซึ่งการปาดตงตามปกติจะมีการจัดอาหารใส่สำหรับเป็นถาดเล็กๆ ๒ ใบ และนำอาหารพร้อมน้ำดื่มไปวางที่กะลือห้อง เชิญให้บรรพบุรุษมารับอาหารที่เซ่นไหว้ การปาดตงจะมีการปาดตงเช้า (อาหารเช้า) และปาดตงข้าวเวน (อาหารกลางวัน) อีก ๑ ครั้ง หากบ้านใดไม่อยู่บ้านในช่วงกลางวัน ก็สามารถปาดตงครั้งที่ ๑ แล้วรอสักพักก็นำอาหารมาเปลี่ยนแล้วปาดตงครั้งที่ ๒ แล้วก็รอกยกออกมาเป็นอันเสร็จพิธี ทุกครั้งก่อนนำอาหารไปเซ่นไหว้ ต้องบอกกล่าวที่หน้ากะลือห้องก่อนแล้วจึงยกเข้าไป ส่วนใหญ่ผู้ที่มีหน้าที่ปาดตงคือ ผู้ที่เป็นสะใภ้ แต่ตามธรรมเนียมปฏิบัติ หากสะใภ้จะเข้าไปในกะลือห้องต้องใส่เสื้อฮีเป็นการยุ่งยาก ผู้ที่เป็นสะใภ้หากมีลูกแล้วก็จะใช้ให้ลูกๆ เป็นคนยกอาหารไปเซ่นไหว้บรรพบุรุษ เด็กๆ ในบ้านไทยโชนจึงถูกฝึกให้ยกถาดสำหรับไปปาดตงตั้งแต่วัยเด็ก

การปาดตงข้าวใหม่ เป็นการเซ่นไหว้บรรพบุรุษในช่วงปีใหม่ จะไม่ใช้ถาดสำหรับตามปกติ จะใช้พานเฟือนเป็นถาดใหญ่สานด้วยไม้ไผ่ การปาดตงข้าวใหม่จะมีอาหารมากมาย โดยถือว่าทำมากได้มาก การปาดตงข้าวใหม่ส่วนมากผู้นำพานเฟือนไปปาดตงคือเจ้าของบ้านซึ่งเป็นผู้ชาย โดยจะไปบอกกล่าวบรรพบุรุษให้มารับอาหารเซ่นไหว้ เมื่อเลี้ยงบรรพบุรุษแล้วจะยกพานเฟือนนั้นออกมา แล้วจัดแบ่งอาหารนั้นใส่ถาดเลี้ยงแขก และนอกจากอาหารในพานเฟือนแล้วเจ้าของบ้านจะทำอาหารเพิ่มเติมเพื่อไว้เลี้ยงญาติ ญาติที่มาในพิธีปาดตงข้าวใหม่ส่วนใหญ่จะเป็นญาติสนิทหรือผีบ้านเดียวกัน



ภาพที่ ๔ - ๑๖ แสดงการป่าดตงข้าวใหม่โดยนำของไปเซ่นไหว้ในกะล่อห้อง (ห้องผี)

การแต่งงาน (กินดอง) ชาวไทยโซ่งยังคงให้ความสำคัญกับการแต่งงาน (กินดอง) ระหว่างไทยโซ่งกับไทยโซ่ง เพราะเชื่อในผีบรรพบุรุษ ซึ่งมีขนบธรรมเนียมประเพณียังคงปฏิบัติคล้ายในอดีต โดยมีพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาเพิ่มเติมเข้ามา การทำตามประเพณีเดิมเป็นการเชื่อฟังในบรรพบุรุษและเป็นการปูพื้นฐานผู้ที่จะสร้างครอบครัวใหม่ให้เชื่อฟังบิดามารดา และสร้างสัมพันธ์ที่ดีในระหว่างหมู่เครือญาติ ไทยโซ่งเชื่อว่าผู้ที่เป็นลูกหลานไทยโซ่งและยอมปฏิบัติตามประเพณีนี้ เป็นผู้ที่มีความอดทน ฐานะ รุ่งเรือง รุ่งกาลเทศะ ผู้ที่เป็นพ่อแม่จะดีใจที่คู่ครองของลูกเป็นไทยโซ่งด้วยกัน นั่นหมายถึงการปกครองภายในบ้านจะเป็นไปได้โดยง่าย การแต่งงาน (กินดอง) เป็นการที่บุคคล ๒ คน ยินดีที่จะใช้ชีวิตร่วมกัน โดยผ่านขั้นตอนและพิธีกรรมตามความเชื่อของตนเอง ไทยโซ่งก็เช่นเดียวกัน การแต่งงานระหว่างโซ่งกับคนไทยในปัจจุบันจะใช้ธรรมเนียมไทย หากเป็นไทยโซ่งทั้งหญิงและชายจะทำพิธีกินดองเช่นในอดีต เพียงแต่ตัดขั้นตอนการไปโถ้วโถมและการทาบทามออกไป เพราะในปัจจุบันสังคมเจริญขึ้น หนุ่มสาวพบปะรักกันเองแล้วจึงมาสู่ขอคล้ายธรรมเนียมไทย วันกินดองจึงทำพิธีทางโซ่ง



ภาพที่ ๔ - ๑๗ แสดงการแต่งงานของหญิงสาวไผ่หูช้างกับชายหนุ่มเพชรบุรีซึ่งจัดพิธีที่บ้านไผ่หูช้าง



ภาพที่ ๔ - ๑๘ แสดงสาวเป้เหล็ก (หญิงสาวทำหน้าที่สะพายกะเหล็กใส่ของ) ในพิธีแต่งงาน

ในปัจจุบันนอกจากแต่งงานตามประเพณีไทยชองแล้ว ชาวไทยชองยังนิยมแต่งงานแบบคนไทย มีการจัดงานเลี้ยงเพื่อพบปะสังสรรค์ แสดงความยินดีแก่คู่บ่าวสาว ทั้งนี้ประเพณีการกินดองหรือแต่งงานนี้หากเป็นไทยชองทั้งสองฝ่ายจะเคร่งครัดในพิธีกรรม หากแต่งงานกับคนเชื้อสายอื่นจะมีพิธีกรรมเพียงเล็กน้อย

การเสนต์ คือ การเซ่นไหว้เพื่อแก้เคราะห์ร้าย โดยคนไทยชองบ้านไผ่หูช้างเชื่อว่า การเจ็บป่วยนั้นมี ๒ ลักษณะ ลักษณะที่ ๑ คือป่วยเพราะสุขภาพไม่แข็งแรงเป็นโรคร้ายไข้เจ็บ การเจ็บป่วยอีกประการหนึ่งเกิดจากเคราะห์กรรม และการกระทำของผี ซึ่งเมื่อมีคนเจ็บป่วยก็จะส่งไปรักษาทั้งแพทย์แผนปัจจุบันและแพทย์แผนโบราณ หากอาการไม่ดีขึ้นและไม่รู้สาเหตุแน่ชัดจึงคิดว่าน่าจะเป็นการเจ็บป่วยที่ไม่ธรรมดา จึงไปหาผู้รู้คือ หมอเอี้ยง ดูให้ หรือบางทีก็ไปให้หมอดูหรือมนต์ดูให้ก็ได้ การดูว่าเป็นเพราะอะไรจะใช้วิธีการเสี่ยงทายแล้วถามทีละอย่างว่าใช่หรือไม่ใช่ เมื่อรู้แน่ชัดแล้วว่าคนในบ้านเจ็บป่วย จะต้องนำเสนต์ผู้ป่วยไปขึ้นหิ้งไว้และบอกกล่าว ถ้าหากหายเจ็บป่วยจะเสนต์ให้เมื่อหายเจ็บป่วยแล้วจึงจัดพิธีเสนต์ตัวขึ้น พิธีเสนต์ตัวนั้นนอกจากเกิดจากเคราะห์กรรมแล้ว อาจเกิดจากการที่บรรพบุรุษอาทิ พ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย ขาดแคลนข้าวของเครื่องใช้ เสื้อผ้า เครื่องประดับ อยากรให้ลูกหลานส่งไปให้ แต่ไม่สามารถบอกด้วยวาจาได้หรือบางทีการบอกด้วยวาจาอาจจะไม่เชื่อ เลยส่งพลังจิตทำให้ลูกหลานเจ็บป่วย เพื่อเป็นการให้ไปหาข้อมูลสาเหตุและจะได้ปฏิบัติตามความต้องการของบรรพบุรุษ การส่งจิตของบรรพบุรุษจะมีผลต่อลูกหลานเท่านั้นไม่มีผลต่อคนในตระกูลอื่น ทั้งนี้หมอพิธีจะเป็นหมอผู้ชายหรือหมอผู้หญิง (เรียกว่า แม่มด) เป็นผู้ทำพิธีและเป็นผู้เสี่ยงทายในพิธีกรรม การเสนต์ตัว ผู้ทำพิธีร้ายกาจไปแต่จิตวิญญาณที่ติดตามคือครูของมด เป็นมดและมนต์จริงที่สามารถติดตามขวัญผู้ป่วยไปได้ทุกที่ มีอำนาจทำให้ตนเองผ่านได้ทุกดินแดน แม้แต่ดินแดนสูงสุดคือดินแดนของแดน มดก็สามารถเดินทางไปได้ มดสามารถตามหาขวัญจนพบและพากลับมาสู่ตัว เมื่อขวัญกลับมาลูกหลานก็ช่วยกันรับขวัญด้วยความยินดี หากตามขวัญไม่ได้คนผู้ขวัญหายจะมีอายุสั้น

พิธีเสนเรียกขวัญตามขวัญผู้ป่วย ชาวไทยโชนัเชื่อว่ เมื่อคนเรตคใจมกๆ หรือเจ็บป่วยมก ขวัญจะหายไปจากร่งจะต้องมีพิธีเรียกขวัญให้กลับคืนมาเข้าร่ง โดยผู้ทำพิธีต้องเป็นมตมต ผู้ทำพิธีใช้จิตของแม่มตหรือหมอมตในโลคมมนุษย์ติดต่อสื่อสารกับผู้เป็นครูอจกรยของตน ผู้มีฤทธิ์มกกว่ ให้ตามขวัญของผู้ที่กำล้งเจ็บป่วยให้คืนมา โดยมีระยะเวลาในการติดตม ๓ คีน หากพบก่อนอจไม่ถึง ๓ คีน หากพ้น ๓ คีนแล้วตมขวัญไม่พบ คนเจ็บนั้นจะไม่สมรถมีชีวิตต่อไปได้



ภพที่ ๔ - ๑๙ แสดงแม่มตทำพิธีเสนตัว

ในส่วนของควมเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับแณหรือผีฟ้าผีแณ ชาวไทยโชนับ้านไผ่หูช่งเชื่อว่ นอกจกดินแณที่ตนอศยอยู่ยังมีดินแณอีกแห่งหนึ่งที่อยู่เหนือโลคมมนุษย์ หรือที่ชาวไทยโชนั เรียกว่ เมืองฟ้า เมืองแณ ซึ่งเป็นที่อยู่ของเทวดาและบรรพบุรุษที่ล่วงลับไป วิญญณของผู้ตยส่วนหนึ่งจะอยู่ที่ห้องผีหรือกะล้อห้อง อีกส่วนหนึ่งจะอยู่ที่เมืองฟ้าสมรถรับรู้ได้เหมือนกัน เช่น ลูกหลน เช่นไหว้ที่กะล้อห้องจิตวิญญณที่เมืองฟ้าก็จะรับรู้ได้ หากชนชั้นสมรถตยไปอยู่ที่เมืองฟ้าจะมีวิถีชีวิตคล้ายกับในโลคมมนุษย์ ส่วนชนชั้นผู้ท่วหรือผู้สืบเชื้อสยจกเจ้าจะมีความสุขสบายมกกว่ ซึ่งบนเมืองฟ้าจะมีแณเป็นผู้มีอณาจเป็นผู้ส่งส่งและผู้ควบคุมดูแลในเมืองฟ้า หากวิญญณในเมืองฟ้ากระทำผิดจะถูกทำโทษด้วยการจงจำด้วยชื่อค ฤกกักข้งไว้ หนทงเดียวที่จะหลุดพ้นจกการถูกจงจำก็คือ ให้ลูกหลนยังโลคมมนุษย์ไถ้โทษให้โดยการเซ่นไหว้ขอขมลาโทษต่อแณ ลูกหลนต้องส่งของเซ่นไหว้เงินทองเพื่อไถ้โทษบรรพบุรุษ หากแณยินยอมรับเครื่องเซ่นไหว้และเงินทองก็จะปล่อยบรรพบุรุษออกจกที่คุมข้ง แล้วบรรพบุรุษจะส่งจิตวิญญณถึงลูกหลนในโลคมมนุษย์ได้โดยวิธีเข้าฝืนหรือดลบันดลให้เกิดสิ่งอัศจรรย์ การส่งจิตหรือการทำให้เกิดสิ่งต่งๆ บรรพบุรุษไม่สมรถบอกควมโดยตรงได้ ผู้ที่จะสื่อควมได้ต้องเป็นผู้รู้เป็นหมอมต หมอมตหรือแม่มต การเสนตงเป็นการเซ่นไหว้ต่อแณเพื่อขอขมลาโทษให้กับบรรพบุรุษที่บรรพบุรุษได้ล่วงเกินหรือกระทำควมผิดต่อแณ แม่มตผู้ทำพิธีจะเป็นตัวแทนลูกหลนขอขม แม่มตเป็นสื่อกล่งระหว่างมนุษย์กับเมืองฟ้า นอกจากแม่มตผู้ทำพิธีแล้วลูกหลนในบ้านต้องร่วมขอขมด้วย และต้องจัดหาม่มสวพรมหจกรยชย ๒ หลึง ๒ เรียกว่ ม่มเข้ร่น สวกวณจ มาร่วมในพิธี ของใช้ในพิธีประกอบด้วย เหล้า ไก่ กระบุงข้วม้ ขนม ผลไม้ เงินทอง ทำจกตอกไม้ไผ่ และใบไม้ แม่มตผู้ทำพิธีจะอ้อนวอนขอขมลาโทษจกแณ

โดยใช้คาถาตามที่รำเรียนมา และจะมีการเสี่ยงทายด้วยไม้แขนงๆ ๒ อัน หากแกนไม่ยกโทษให้ก็จะขอ
ขมาต่อไป จนกว่าแกนจะยอมรับเครื่องเซ่นไหว้และให้อภัย



ภาพที่ ๔ - ๒๐ แสดงการทำนทงส์เพื่อส่งวิญญาณไปเมืองฟ้า (ในพิธีงานศพ)
ที่มา: ศาสนาจารย์อรรถ ยูแบงค์ ถ่ายภาพเมื่อ พ.ศ.๒๕๐๔



ภาพที่ ๔ - ๒๑ แสดงหมอบทำพิธีบอกทางวิญญาณไปเมืองแดง (เมืองฟ้า)
ที่มา: ศาสนาจารย์อรรถ ยูแบงค์ ถ่ายภาพเมื่อ พ.ศ.๒๕๐๔



ภาพที่ ๔ - ๒๒ แสดงการผสมผสานความเชื่อเรื่องผีกับพระพุทธศาสนาของไทยไซ่งในพิธีงานศพ
ที่มา: ศาสนาจารย์อรรถ ยูแบงค์ ถ่ายภาพเมื่อ พ.ศ.๒๕๐๔

ความเชื่อการบอกทางไปเมืองแถน คนไทยโชนงเชื่อว่าเมื่อตายไปวิญญาณหรือขวัญจะขึ้นไปอยู่ที่เมืองฟ้าหรือเมืองแถน โดยคนที่ตายตามปกติ เช่น เจ็บป่วยตาย จะมีหมอพิธีบอกทางไปเมืองแถน หากตายโดยไม่เป็นธรรมชาติหรือตายโหง ไม่มีการบอกทางไปเมืองแถน หากไม่บอกทางไปเมืองแถน วิญญาณหรือขวัญจะเดินทางไปเมืองแถนไม่ได้ เพราะดินแดนของวิญญาณมีหลายแห่ง อาจจะมีหลงและได้รับความทุกข์ยาก เป็นวิญญาณที่รอนแรมเนจรไม่มีหลักแหล่ง ไม่สามารถไปพบญาติพี่น้องของตนเองได้ การบอกทางให้วิญญาณเดินทางไปตามที่บอกจิตวิญญาณจะมีพลังและมีความสามารถผ่านช่วงเวลาได้ตามที่หมอพิธีบอกวิญญาณจะไปอยู่ตามจุดต่างๆ ที่หมอพิธีบอกทางให้ไป สิ่งที่ทำให้วิญญาณล่องลอยขึ้นไปได้คือ เสาหลวง ธงขาว และนกหงส์ โดยธงขาวจะพัดพาวิญญาณล่องลอยไป และมีผู้คอยรับและพาไป บางครั้งก็เชื่อว่าสามารถเดินทางไปได้เองโดยลำพังตามคำบอกทางของเขยกก เชื่อกันว่าเมืองฟ้านั้นอยู่เหนือเมืองแถนขึ้นไป ขวัญแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ส่วนที่หนึ่งคือ ขวัญหัวจะอยู่กับลูกหลานที่กะล่อห้อง ส่วนขวัญปลายจะไปเมืองฟ้า การบอกทางไปเมืองแถนเป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมงานศพของไทยโชนง ชาวไทยโชนงบ้านไผ่หูช้างทุกบ้านเมื่อเสียชีวิตแล้วหลังจากเผาศพจะมีพิธีบอกทางไปเมืองแถนให้วิญญาณกลับสู่เมืองฟ้ากลับสู่ญาติพี่น้องซึ่งรออยู่ที่นั่น การทำพิธีต้องมีหมอทำพิธีเรียกว่า เขยกก จะเป็นผู้ทำพิธีบอกทางวิญญาณให้เดินทางไปยังเมืองแถน เหนือเมืองแถนคือเมืองฟ้า

การเสนกวัดคว้าย (กวัดไกว) ชาวไทยโชนงเชื่อว่าเมื่อคนในบ้านเสียชีวิต บ้านนั้นจะเศร้าหมองมีสิ่งชั่วร้ายเกิดขึ้นหลังจากเผาศพแล้วจะต้องมีพิธีแผ้วเฮือน (ปิดรั้วความสิ่งชั่วร้ายออกจากบ้าน) เมื่อแผ้วเฮือนแล้วจึงเสนแก่เคราะห์ เมื่อเสนแก่เคราะห์จึงจะทำพิธีเสนเรือนได้ หากมีคนตายไม่ได้ทำพิธีแผ้วเฮือนละเลยทิ้งไว้จนลึ่มเลือนจะเป็นเหตุให้คนในบ้านเจ็บป่วย จึงไปหาหมอเยื้องดูให้ แล้วต้องมีการเสนกวัดคว้ายบ้านจึงจะหมดเคราะห์ พิธีกรรมคล้ายกับการแผ้วเฮือน โดยพิธีเสนกวัดคว้ายเป็นการนำของมาเช่น ไห้วบรรพบุรุษ และให้แม่ตหรือหมอมาทำพิธีปิดรั้วความขับไล่สิ่งชั่วร้ายออกไปจากบ้านให้บ้านเป็นบ้านที่ดี การปิดรั้วความปิดสิ่งชั่วร้ายทุกอย่างแม้แต่ข้าวของเครื่องใช้ที่นอนหมอนมุ้งในบ้านก็ปิดรั้วความไล่ไป เมื่อทำพิธีปิดรั้วความแล้วจะมีพิธีเสี่ยงทายเกี่ยวกับชะตาของคนในบ้านเป็นการดูเคราะห์ให้กับบุคคลในบ้าน หากมีเคราะห์ร้ายจะได้หาทางแก้ไขทัน

ความเชื่อการเลี้ยงศาลประจำหมู่บ้าน (ปู่เจ้าเสือบ้าน) ชาวบ้านไผ่หูช้างเชื่อว่าในหมู่บ้านไผ่หูช้างมีเทวดาคู่มครองปกปักษ์รักษาหมู่บ้าน คนทั่วไปแต่เดิมเรียกเทวดาคู่มครองหมู่บ้านว่า ปู่เจ้าเสือบ้าน แต่ในปัจจุบันจะเรียกว่า เจ้าพ่อ บางคนก็เรียกว่า คุณพ่อ เจ้าพ่อที่สิงสถิตอยู่ที่ศาลประจำหมู่บ้านมีอยู่ ๒ องค์ คือ เจ้าพ่อสร้อยทอง และเจ้าพ่อศรีนวล ซึ่งตามความเชื่อเจ้าพ่อสร้อยทองและเจ้าพ่อศรีนวลเป็นชาย โดยชาวบ้านไผ่หูช้างให้ความเคารพนับถือในความศักดิ์สิทธิ์จะจัดให้มีพิธีเช่นไหว้ศาลเจ้าพ่อประจำหมู่บ้านทุกปี ปีละ ๑ ครั้ง หลังจากการสร่งน้ำพระประมาณเดือนเมษายนของทุกปี โดยการเซ่นไหว้เริ่มแต่ปี พ.ศ. ไตไม่แน่ชัด แต่ทำกันเรื่อยมานับตั้งแต่ผู้มาอยู่ครั้งแรกที่บ้านไผ่หูช้างจนถึงปัจจุบัน เจ้าพ่อทั้งสององค์ไม่ปรากฏกายโดยตรง ต้องผ่านร่างทรง โดยร่างทรงหากเป็นหญิง

ชาวบ้านจะเรียกว่า นางทรง โดยในอดีตมีนางทรงเป็นร่างทรงมาตลอด จนในปัจจุบันมีร่างทรงเป็นชาย ๑ หญิง ๑ การเช่นไหว้ศาลถือเป็นสิริมงคลแก่หมู่บ้าน หากบ้านใดมีความจำเป็นจริงๆ ไม่สามารถมาร่วมการเช่นไหว้ได้ก็ไม่มีผลอะไร แต่ส่วนมากจะมาเลี้ยงศาลเพื่อความสบายใจ ตามคำพูดที่มักติดปากคนสูงอายุ คือ เราเป็นคนตามืดตาดำ หมายความว่า เราเป็นมนุษย์เราไม่สามารถล่วงรู้ได้ว่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์มีจริงหรือไม่ เพื่อความปลอดภัยกับตนเองจึงไม่ควรลบหลู่ หรืออีกนัยหนึ่งคือเราเป็นมนุษย์ไม่อาจทลายใจเทวดาได้ การเลี้ยงศาลประจำหมู่บ้านไผ่หูช้างจึงเป็นการแสดงความเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ศาลเจ้าพ่อเป็นสถานที่รวมจิตใจของคนในหมู่บ้านเป็นขวัญเป็นกำลังใจให้ชาวบ้าน และการเลี้ยงศาลนี้ยังทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนในชุมชน เมื่อมาเลี้ยงศาลกลับไปก็เกิดความสุขสบายใจ ผู้ที่เป็นร่างทรงจะมาที่ศาลพร้อมขบวนแห่แต่งกายสวยงามแบบโบราณ เมื่อนำของเช่นไหว้ โดยมีร่างทรงนำไหว้ หลังจากเช่นไหว้เจ้าจะเข้าประทับร่างทรง ร่างทรงจะร่ายรำตามจังหวะกลอง หลังจากนั้นจะมีการให้พรชาวบ้าน ร่างทรงจะเล่าขานเรื่องการทำมาหากินของหมู่บ้าน ร่างทรงจะให้โอวาทแก่ชาวบ้าน เมื่อเจ้าพ่อออกจากร่างทรง ร่างทรงพร้อมขบวนแห่จึงกลับบ้านพร้อมชาวบ้านที่มาร่วมพิธี



ภาพที่ ๔ - ๒๓ แสดงศาลเจ้าพ่อบ้านไผ่หูช้าง

ความเชื่อการเลี้ยงผีโฮ่ ผีนา (ผีเจ้าที่เจ้าทาง) คนไทยโชนังมีความเชื่อเรื่องผีว่าผีอยู่หลายประเภทตั้งแต่ผีฟ้า ผีแถน ผีบรรพบุรุษ และผีประจำสถานที่ต่างๆ เช่น เมื่อเราทำนาทำไร่ก็มีผีไร่ผีนา รวมความได้ว่าผีไร่ผีนาคือ แม่วิเศษ ตามความเชื่อของคนไทย การทำมาหากินจะเจริญรุ่งเรืองได้ ต้องให้ความเคารพต่อผู้มีพระคุณคือ ผีประจำสถานที่หรือผีโฮ่ผีนานั้นเอง ในอดีตคนไผ่หูช้างจะเลี้ยงผีโฮ่ผีนาเมื่อถึงฤดูหว่านข้าว แล้วข้าวกำลังเริ่มโตขึ้นก็จะเลี้ยงผีโฮ่ผีนา แต่ในปัจจุบันสภาพการทำมาหากินเปลี่ยนไป มีอาชีพใหม่ๆ นอกจากการทำนา เช่น การเลี้ยงกุ้ง การเลี้ยงปลา การเลี้ยงเป็ด การเลี้ยงไก่ ฯลฯ การเลี้ยงผีโฮ่ผีนาจึงเปลี่ยนเป็นเลี้ยงเจ้าที่เจ้าทาง ใครจะประกอบอาชีพใดๆ ต่างก็มีการเช่นไหว้ การเช่นไหว้เจ้าที่นี้ส่วนใหญ่ทำนอกบ้านเพราะในบ้านจะมีเจ้าที่คือ ศาลพระภูมิในทุกๆ บ้าน โดยการเลี้ยงศาลพระภูมิแตกต่างจากการเลี้ยงเจ้าที่ การเลี้ยงศาลพระภูมิจะเลี้ยงในวันเดียวกับที่เลี้ยง

ศาลประจำหมู่บ้านหรือไม่เช่นนั้นก็จะเลี้ยงศาลพระภูมิในเทศกาลตรุษจีนสารทจีนเฉพาะบ้านที่มีเชื้อจีน คนบ้านไผ่หูช้างจะนิยมเลี้ยงเจ้าที่เจ้าทาง (ผีโฮ่ ผีนา) เหมือนในอดีต การเลี้ยงจะยิ่งใหญ่เพิ่มขึ้นจากอดีตเมื่อมีการขนานศาลกล่าว เช่น คนที่เลี้ยงกึ่งลงทุนมากก็เช่นไหว้มากกว่าคนทำนา อาหารที่นำมาเลี้ยงเจ้าที่ก็มากกว่า โดยนิยมเลี้ยงในวันพระทั้ง ๘ คำและ ๑๕ คำ หากบ่นไว้จะแก้บ่นในวันพฤหัสบดี การไปเช่นไหว้จะเช่นไหว้ไม่เกิน ๑๑.๐๐ น. โดยการเช่นไหว้สำหรับคนทำนาถือว่าเป็นเช่นไหว้แม่โพสพด้วย ส่วนการเช่นไหว้เจ้าที่สำหรับผู้ทำอาชีพอื่นๆ เช่น เลี้ยงกึ่ง เลี้ยงปลา ฯลฯ ก็เช่นไหว้เจ้าที่ โดยเจ้าที่นี้ชาวบ้านต่างไม่รู้ว่าจะอะไรบ้าง การเช่นไหว้จึงนำอาหารไปตั้งถวาย อาจจะมีจุดธูปหรือไม่ก็ได้ แล้วบอกกล่าวให้เจ้าที่ทราบที่เจ้าของบ้านที่ทำนาทำอะไรทำอาชีพต่างๆ เอาของมาเช่นไหว้ขอให้มารับและช่วยให้กิจการของตนเจริญรุ่งเรือง ข้าวปลาอาหารอุดมสมบูรณ์ ให้คุ้มครองป้องกันให้ครอบครัวมีแต่ความสุข พิธีกรรมนี้ถือเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับชาวบ้าน

ความเชื่อการขึ้นบ้านใหม่ การสร้างบ้านของไทยซึ่งไม่ได้ยึดรูปแบบเดิมในปัจจุบันการสร้างบ้านรูปแบบเช่นเดียวกับคนไทยทั่วไป แต่การสร้างบ้านใหม่ยังคงมีความเชื่อแบบโบราณคือต้องมีพิธีขึ้นบ้านใหม่เพื่อเอาฤกษ์ในการเข้าไปอยู่ในบ้านใหม่ ดูวันที่เห็นว่าเหมาะสมแล้วจัดพิธีขึ้นบ้านใหม่ เพราะการตั้งบ้านนั้นมียาจรู้อาจารย์ที่ปรึกษาแต่เดิมเป็นเช่นไรบ้าง อาจจะมีสิ่งเลวร้ายอยู่ก็เป็นไปได้ จึงต้องมีวิธีข่มขวงคือข่มไม้ให้สิ่งชั่วร้ายมารังควาน หลังจากหมอมายาทำพิธีข่มขวงแล้วก็มีพิธีเชิญผีขึ้นเรือน (ผีบรรพบุรุษ) หลังจากนั้นจะเลี้ยงอาหารแก่ญาติๆ ที่มาร่วมงาน การขึ้นบ้านใหม่ผู้ที่ต้องสืบเชื้อสายไทยซึ่งคือผู้ชายจะยึดถือประเพณีการขึ้นบ้านใหม่ไม่เปลี่ยนแปลง แต่ถ้าเป็นผู้หญิงไทยซึ่งที่แต่งงานกับคนเชื้อสายอื่น เมื่อปลูกบ้านไม่มีพิธีขึ้นบ้านใหม่แบบไทยซึ่งจะยึดถือตามธรรมเนียมของสามี แต่ในบางกรณีบางคนเมื่อบิดามารดาเสียชีวิตมีทั้งลูกหญิงและลูกชายตามความเชื่อวิญญาณบิดามารดาต้องไปอยู่กับลูกชายแต่หากวิญญาณมีความประสงค์จะอยู่กับลูกสาวจึงจะมาขออยู่ด้วย ถ้าลูกสาวตกลงรับก็ต้องเลี้ยงผีบรรพบุรุษ หากไม่รับก็ไม่มีไร แต่เป็นลูกชายถ้าไม่เลี้ยงผีบรรพบุรุษและไม่เชิญผีบรรพบุรุษขึ้นบ้าน เชื่อว่าอาจจะมีอันเป็นไปในทางเลวร้าย โดยผู้ที่ปลูกบ้านใหม่ต้องไปปรึกษาหมอปิธีก่อนการสร้างบ้าน ต้องเลือกวันดีเพื่อเป็นสิริมงคล วันดีมี ๑๐ วันตามวันที่ป่าดง การปลูกบ้านนิยมปลูกเดือนสี่หรือเดือนหก เมื่อปลูกบ้านเสร็จแล้วจะมีพิธีขึ้นบ้านใหม่ การขึ้นบ้านใหม่จะนิยมทำพิธีในช่วงบ่ายแดดไม่จัดประมาณ ๔ ถึง ๕ โมงเย็น

งานประเพณีไทยทรงดำไทย ชาวไทซึ่งเชื่อว่าคนที่เกิดมาเป็นไทยซึ่งทุกคนย่อมรักและผูกพันในสายเลือดของตนเอง ความเป็นญาติพี่น้องไม่มีวันสูญสลายตราบดีที่สายสัมพันธ์ยังคงอยู่ เมื่อญาติพี่น้องมาหาและเชิญไป ผู้ไทยซึ่งจะมาร่วมกัน โดยมีคำพูดสอนใจไว้ว่าจะดีหรือร้ายเราก็พี่น้องกัน งานประเพณีไทยทรงดำของไทยซึ่งจัดขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษสงกรานต์ ตั้งแต่เดือนมีนาคม - เมษายนของทุกปี เป็นงานที่อนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมของไทยซึ่ง เป็นงานรื่นเริง สนุกสนาน หมู่บ้านที่จัดงานจะบอกหมู่บ้านอื่นๆ การจัดงานจะไม่ให้ตรงกันเพื่อที่จะได้ไปร่วมงานกันได้ งานประเพณีไทยทรงดำเป็นงานรวมน้ำใจและเชื่อมสายสัมพันธ์ของไทยซึ่ง



ภาพที่ ๔ - ๒๔ แสดงการรำแคนในงานประเพณีไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้าง

กิจกรรมในงานประเพณีไทยทรงดำโดยทั่วไปมีดังนี้

๑. การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมประเพณีของไทยโซ่ง ประวัติความเป็นมาของ ไทยทรงดำ
๒. การอนุรักษ์ประเพณี เช่น แสดงการเสนาเรื่อน การแต่งงาน ฯลฯ
๓. การอนุรักษ์การแต่งกายไทยโซ่ง ซึ่งเป็นประชาสัมพันธ์ให้ผู้มาร่วมงานสวมเสื้อผ้าของไทย โซ่ง
๔. การเล่นคอนหรือการเล่นลูกมะกอน (ทำจากผ้าและนุ่น) ระหว่างชายและหญิง
๕. การเล่นแคน การฟ้อนแคน และเซิ้งแคน เป็นกิจกรรมใหญ่ของงาน
๖. การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และหัตถกรรมของไทยโซ่ง
๗. การประกวดธิดาไทยทรงดำ โดยการประกวดนี้บางครั้งเป็นไปเพื่อหารายได้เข้าสมทบทุน สร้างสาธารณประโยชน์ บางครั้งเพื่อคัดเลือกสาวงามเพื่อเป็นสีสันของงานไทยทรงดำ

งานประเพณีไทยทรงดำจัดขึ้นครั้งแรกที่บ้านหนองปรุง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ประมาณปี พ.ศ.๒๕๒๐ เป็นการจัดงานเป็นการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม ด้านวัฒนธรรมการแต่งกาย การพูด การเขียน การแสดงวิถีชีวิตในอดีต เช่น การทอผ้า การดำข้าว การทำเหล้าจากข้าวเหนียว การเลี้ยงอาหาร การทำอาหารแบบไทยโซ่งดั้งเดิม ดังนั้นบ้านหนองปรุงจึงเป็นต้นแบบของงานประเพณีไทยทรงดำ และมีไทยโซ่งจากทุกจังหวัดมาร่วมงานที่บ้านหนองปรุง จึงเกิดการรวมพลังครั้งใหญ่ และงานนี้ก็สืบสานต่อไปยังจังหวัดต่างๆ ที่มีไทยโซ่งอาศัยอยู่ โดยบ้านไผ่หูช้างจัดงานประเพณีไทยทรงดำครั้งแรกในปี พ.ศ.๒๕๓๐ โดยกำหนดวันที่ ๑๙ เมษายนของทุกปี เป็นวันงานประเพณีไทยทรงดำโดยมีแนวทางการจัดงานคล้ายกับที่บ้านหนองปรุง จังหวัดเพชรบุรี งานไทยทรงดำของบ้านไผ่หูช้างได้รับความร่วมมือจากชาวไทยโซ่งจากหลายจังหวัดในประเทศไทยเช่น เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร ราชบุรี สุพรรณบุรี นครสวรรค์ กำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลก และจังหวัดเลย ทำให้งานประเพณีไทยทรงดำของบ้านไผ่หูช้างยิ่งใหญ่ขึ้นและสนุกสนานรื่นเริง

๔. เอกลักษณ์ การสื่อความหมาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ของลวดลายผ้าทอไทยทรงดำ

๔.๑ เอกลักษณ์ผ้าทอไทยทรงดำ

ผ้าทอและเครื่องแต่งกายของชาวไทยทรงดำถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ที่มีเอกลักษณ์ในการใช้ผ้าสีดำในการนุ่งห่มทั้งในชีวิตประจำวันและการประกอบพิธีกรรม ซึ่งล้วนแต่มีความเกี่ยวข้องกับผ้าทอและเครื่องแต่งกาย จนเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวไทยทรงดำตามคำขวัญของกลุ่มหัตถกรรมผ้าทอมือไทยทรงดำบ้านดอนทองที่กล่าวว่า “ผ้าชิ้นร้อยปี วิถีไทยทรงดำ นำไทยใหม่คืนจก มรดกวัฒนธรรม งามล้ำผ้าไทยลายแดงโม” ซึ่งลักษณะของผ้าทอมือไทยทรงดำมีดังนี้

“ความเชื่อวัฒนธรรมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ที่สะท้อนว่าพวกเราเป็นไทยโซ่ง นอกจากนี้คนไทยการแต่งกายด้วยชุดสีดำ และลวดลายบนชิ้นสามารถแสดงให้เห็นถึงความเป็นไทยโซ่งได้ดี” (ปิยะวรรณ สุขเกษม, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“ชาวโซ่งจะถูกปลูกฝังให้รู้จักวัฒนธรรมของโซ่ง วัฒนธรรมต่างๆ ก็ปฏิบัติสืบต่อๆ กันมา พ่อแม่พาทำอย่างนี้ก็ต้องทำตามแบบ อย่างการแต่งกายนี้ก็ถือเป็นสัญลักษณ์ของชาวไทยทรงดำ เวลาทำพิธีกรรมต่างๆ เช่น เสนเรื่อน แต่งงาน หรืองานศพ ก็ต้องแต่งตามแบบไทยทรงดำ” (สุรีย์ ทองคงหาญ, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“ไทยโซ่งมีวัฒนธรรมที่เป็นแบบเฉพาะของเราเอง มีภาษา พิธีกรรมที่ต้องปฏิบัติ มีการแต่งกายด้วยชุดสีดำ เป็นวิถีชีวิตที่สืบทอดต่อๆ กันมาตั้งแต่ปู่ ย่า ตา ยาย ด้วยความภูมิใจเราก็อยากช่วยกันอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ดีงาม ให้เป็นแบบอย่างไว้ให้ลูกหลานได้สืบทอดต่อไป” (สังวาล ทองยอดเกรียง, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

๔.๒ ผ้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

ชาวไทยทรงดำนิยมใช้ผ้าพื้นสีดำทอขึ้นอย่างง่าย ๆ มีสีสันและลวดลายบ้าง ได้แก่ ผ้าชิ้น ผ้าขาวม้า เสื้อนอนย ส้วงก้อม และผ้าเปียว

ผ้าชิ้นหรือที่คนไทยเรียกว่าผ้าถุงคือผ้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และสามารถใช้ในพิธีกรรมต่างๆ เป็นผ้าที่ทอขึ้นไว้ใช้เองตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน จะเป็นผ้าฝ้ายหรือไหมทอมือย่อมครามจน

เกือบเป็นสีดำ มีลวดลายคล้ายกับแดงโม จึงนิยมเรียกว่า “ผ้าซิ่นลายแดงโม” โดยผ้าซิ่นจะประกอบด้วย ๓ ส่วน คือ หัวซิ่น ตัวซิ่น และตีนซิ่น เริ่มจากหัวซิ่นเป็นผ้าพื้นสีครามเข้มหรือสีดำขึ้นอยู่กับตัวผ้าซิ่น สีกลมกลืนกับตัวซิ่นมีความกว้างประมาณ ๘ - ๑๐ นิ้ว การต่อหัวซิ่นจะใช้เข็มสอยด้วยฝีมือนี้อะเอียดมาก และมีความคงทนถาวรไม่หลุดง่าย ถัดมาคือ ตัวซิ่น ส่วนที่เป็นผ้าสำหรับพันรอบตัวพื้นเป็นสีครามเข้มหรือสีดำและมีลายทางสีขาวหรือสีฟ้าแทรกตามทางยาวของลำตัว ลายสีขาวหรือสีฟ้าแต่ละลายห่างประมาณ ๑.๕ - ๒ นิ้ว คล้ายลายแดงโม โดยตัวซิ่นนี้เส้นด้ายยืนจะมีสีดำหรือสีแดง อาจจะเป็นฝ้ายหรือไหมส่วนด้ายพุ่งจะเป็นฝ้ายสีดำหรือสีครามเข้ม ขึ้นอยู่กับสีที่ต้องการว่าต้องการผ้าซิ่นสีครามเข้มหรือสีดำ ส่วนสุดท้ายเรียกว่าตีนซิ่นเป็นผ้าที่ทอขึ้นโดยเฉพาะต้องใช้สำหรับทอตีนซิ่นมีความกว้างประมาณ ๑.๕ นิ้ว โดยมีการสลับสีของเส้นด้ายยืนให้เป็นสีดำหรือสีครามเข้มและสีขาวหรือสีฟ้า ส่วนเส้นด้ายพุ่งเป็นสีดำหรือสีครามเข้มลวดลายที่เกิดจะเป็นลายที่เกิดตามยาวแล้วนำไปเย็บติดกับตัวซิ่นด้วยมืออย่างประณีตตามแบบของชาวไทยทรงดำ



ภาพที่ ๔ - ๒๕ แสดงลักษณะผ้าซิ่นลายแดงโม

“ปกติผู้หญิงโชนงสมัยก่อนจะทอผ้าเป็นกันหมดทุกคนเพื่อนำผ้าทอไว้ใช้ในครอบครัว โดยส่วนใหญ่ชาวบ้านนิยมทอผ้าลายแดงโม” (ปานถนอม รอดเจริญพันธ์, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“ผู้เฒ่าผู้แก่นิยมทอผ้าพื้นสีดำหรือสีครามเข้ม และทอผ้าซิ่นลวดลายดั้งเดิมคือลายแดงโมนั่น แต่เดี๋ยวนี้พัฒนาชุมชน

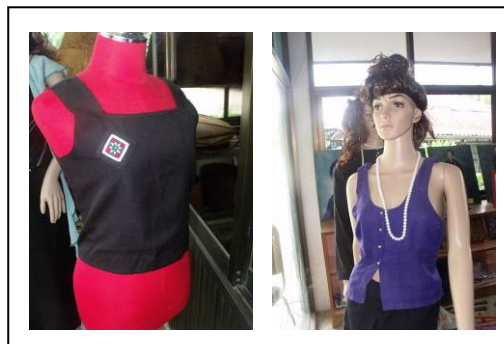
ก็ได้มีการสอนให้ชาวบ้านนำผ้าพื้นมามัดห่มเป็นลวดลายต่างๆ”
(สังวล ทองยอดเกรียง, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

ผ้าขาวม้าเป็นผ้าสารพัดประโยชน์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมีการตัดเย็บด้วยผ้าฝ้ายเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแล้วมัดย้อมหรือขีด ชาวไทยทรงดำนิยมนำผ้าขาวม้าสำหรับพันรอบเอวและผลัดอาบน้ำ ชาวไทยทรงดำส่วนมากใช้ผ้าขาวม้าในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ เช่น พิธีเสนเรือนเกี่ยวกับการเรียกขวัญ โดยจะใช้ร่วมกับเครื่องเซ่นต่างๆ ซึ่งเป็นเครื่องหมายแสดงตัวเจ้าของขวัญสำหรับในพิธีแต่งงาน บางครั้งใช้เป็นของกำนัลแก่ญาติผู้ใหญ่



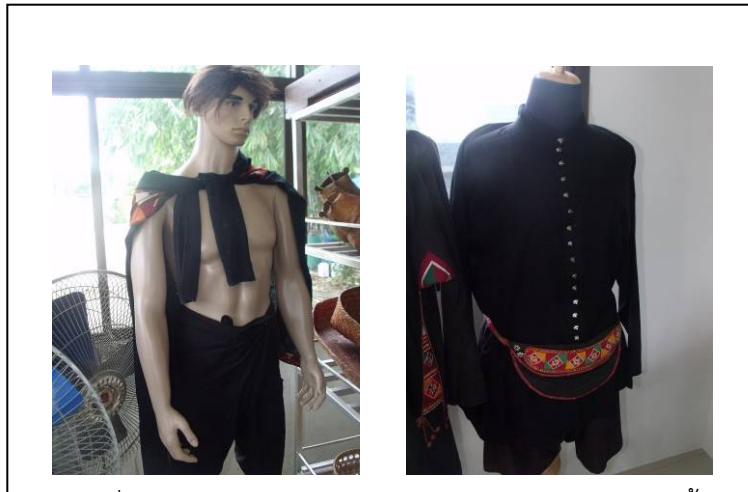
ภาพที่ ๔ - ๒๖ แสดงลักษณะผ้าขาวม้าทอมือ

เสื้อน่อยและเสื้อซ้อนเป็นเสื้อชั้นในของผู้หญิงไทยทรงดำใช้สำหรับทำงานอยู่กับบ้าน หากไปงานที่ไม่เป็นทางการมักจะใช้เสื้อน่อยห่มทับด้วยผ้าสไบ หรือใช้เสื้อก้อมพาดไว้ที่ไหล่ ซึ่งถือว่าเป็นชุดสุภาพ ลักษณะของเสื้อจะตัดเย็บด้วยผ้าฝ้ายสีครามหรือดำ ลักษณะของเสื้อน่อยคล้ายเสื้อสายเดี่ยวคอเสื้อจะเป็นคอกลมติดกระดุมด้านหน้าลำตัว เสื้อซ้อนมีลักษณะคล้ายเสื้อชั้นใน มีกระเปาะเล็กๆ อยู่ตรงกลางเสื้อ



ภาพที่ ๔ - ๒๗ แสดงลักษณะของเสื้อน่อยและเสื้อซ้อนของชาวไทยทรงดำในยุคปัจจุบัน

ส้วงก้อมหรือกางเกงขาสั้น เป็นกางเกงที่ตัดเย็บด้วยผ้าฝ้ายสีครามเข้มหรือสีดำ ตัดเย็บด้วยมือไม่มีการต่อขอบ มีความยาวเสมอหัวเข่า บริเวณเอวเป็นส่วนที่กว้างที่สุด เวลานุ่งต้องทาบผ้าไว้ด้านหลังแล้วคาดทับด้วยสายคาดหรือเข็มขัด ลักษณะคล้ายกับกางเกงขาก๊วย แต่ต่างกันตรงที่การประกอบผ้าแต่ละชิ้น โดยเฉพาะบริเวณเป้าด้านหลังมีการใช้ผ้าแทรกแล้วนำผ้าที่ทาบกันมาเย็บเป็นตะเข็บกลมทั้งหมด ในอดีตใช้สำหรับนุ่งทำงานทั่วไป การใส่ส้วงก้อมนั้นถ้าใส่กับเสื้อก้อมชายหรือชุดทำงาน ถ้าคาดหลวมหรือมีกระเป๋าคาดเอวจะเป็นชุดที่สามารถออกเที่ยวงานได้



ภาพที่ ๔ - ๒๘ แสดงลักษณะของส้วงก้อมหรือกางเกงขาสั้น

ผ้าเปียวหรือผ้าสไบ ผ้านี้เป็นผ้าหม่มของผู้หญิงจะมีสีครามเข้มหรือสีดำ นิยมหม่มเป็นผ้าสไบเฉียงเพื่อไปทำบุญที่วัด มีลักษณะเป็นผ้าฝ้ายทอมือ มีความกว้างประมาณ ๑๕ - ๒๕ นิ้ว มีความยาวตั้งแต่ ๑ - ๓ เมตร ปักลายด้วยวิธีขีดและปักลวดลายด้วยเส้นด้ายสีต่างๆ สลับสีกันที่ชายผ้า ผ้าเปียวเป็นผ้าที่ใช้ได้สารพัดประโยชน์ เช่น ใช้คลุมไหล่ ใช้คาดอก ใช้คลุมศีรษะหรือหม่มเฉียงไหล่ไปวัดหรือเวลามีพิธีกรรมต่างๆ



ภาพที่ ๔ - ๒๙ แสดงลักษณะของผ้าเปียวหรือผ้าสไบ

“ผ้าเปียวเป็นผ้าสารพัดประโยชน์ของหญิงไทยซึ่งสมัยก่อนนำมาคาดอก คล้องคอ เวลาไปวัดก็ทำเป็นผ้าสไบก็ได้ ถ้าไปทำนาแต่ร้อนก็เอาคลุมหัวกันร้อน หรือถ้าอากาศหนาวก็เอาผ้าเปียวมาคคลุมไหล่ เรียกว่าใช้งานได้ตลอด” (คำ ทองคงหาญ, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“ผู้หญิงสาวสมัยก่อนถ้ายังไม่ได้แต่งงานจะใช้ผ้าเปียวที่มีสีล้วน เช่น สีเหลือง สีเขียว และถ้าแต่งงานแล้วจะใช้ผ้าเปียวสีดำเท่านั้น” (ปิยะวรรณ สุขเกษม, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

๔.๓ ผ้าที่ใช้ในพิธีกรรมและงานประเพณี

ผ้าที่ใช้ในพิธีกรรมและงานประเพณี ผ้าที่ใช้ในพิธีเสนเรือน แต่งงานและงานศพ ส่วนใหญ่เป็นผ้าเฉพาะที่ทอขึ้นมักมีสีครามเข้มหรือสีดำ ส่วนผ้าที่ใช้ในการทำบุญ ฟ้อนรำ หรือเทศกาลต่างๆ ผ้าชนิดนี้มีสีล้วนและประดับลวดลายที่สวยงาม ได้แก่

เสื้อก้อมผู้ชาย เป็นเสื้อที่มีรูปทรงสั้น เป็นเสื้อแบบคอตั้งไม่มีปก ตัดเย็บด้วยผ้าฝ้ายสีครามเข้มที่แขนเสื้อต่อตรงไปถึงปลายแขน โดยใช้ผ้าทอสองชั้นให้เป็นรูปทรงกระบอกยาวถึงข้อมือ การต่อแขนเสื้อมีการแทรกผ้ารูปสามเหลี่ยมไว้ใต้รักแร้ทำให้โคนแขนใหญ่ขึ้น บริเวณชายเสื้อด้านข้างลำตัวทั้งสองข้างแทรกด้วยผ้ารูปสามเหลี่ยมตั้งแต่เอวลงมาถึงสะโพก เพื่อให้ชายเสื้อบานออก สบายเสื้อซึ่งเป็นผ้าทอที่อกเสื้อสำหรับติดกระดุม ใช้ผ้าแถบยาวถึงเอวไม่ติดชายเสื้อเย็บติดกับแผ่นเสื้อด้านหน้าข้างขวา แล้วเจาะรังดุม ๙ - ๑๒ ช่อง กระดุมทำด้วยเงินเป็นรูปยอดแหลมลายกลีบบัวติดห่วงที่ปลายยอด แล้วจึงนำมาเย็บติดกับผ้าด้านซ้ายให้ตรงกับรังดุม การเย็บตะเข็บเสื้อใช้มือเย็บตลอดแนว โดยเย็บแบบพันตะเข็บให้เป็นเส้นกลมส่วนการเย็บปลายแขนเสื้อเก็บริมผ้าโดยไม่ต้องพับแล้วเย็บ เสื้อก้อมนี้ใช้สำหรับสวมใส่ไปทำงาน เดินทางไปต่างหมู่บ้าน หรือใช้คู่กับเสื้อเชิ้ตสีขาวโดยสวมเสื้อเชิ้ตไว้ด้านใน แล้วจึงสวมเสื้อก้อมทับอีกชั้นหนึ่ง



ภาพที่ ๔ - ๓๐ แสดงลักษณะเสื้อก้อมผู้ชาย

เสื้อกั๊กผู้หญิง ทำจากผ้าพื้นสีครามเข้มหรือสีดำ ตัดเย็บด้วยมือ ฝีมืลละเอียด สามารถใส่ได้ทั้งสองด้าน เป็นเสื้อคอตั้งเข้ารูป ไม่มีปก แขนยาวทรงกระบอกรัดข้อมือ การต่อแขนติดกับลำตัวต่อซอกตะเข็บตรงๆ ไม่เว้าผ้า และมีผ้าแทรกใต้รักแร้เพื่อให้แนบลำตัว ตัวเสื้อมีความยาวเหนือสะโพก และผ่าหน้าตลอดติดกระดุมถี่ประมาณ ๑๐ - ๑๒ เม็ด กระดุมทำด้วยเงินแท้ เป็นยอดแหลมมีลายกลีบบัวติดห่วง มีความหมายและการใช้เหมือนกับเสื้อกั๊กผู้ชาย



ภาพที่ ๔ - ๓๑ แสดงลักษณะเสื้อกั๊กผู้หญิง

เสื้อฮีผู้ชายหรือเสื้อยาวหรือเสื้อฝี ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าเสื้อฮีด้านที่มีลวดลายมากนั้นขโมยมาจากผี ชาวไทยทรงดำทุกคนจะต้องปกปิดด้านที่มีลวดลายไว้เมื่อยังมีชีวิตอยู่ แต่ถ้าเสียชีวิตจะนำด้านที่มีลายมากมาคลุมโลงศพ เพื่อให้ผีได้รับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน เสื้อฮีจัดเป็นเสื้อสำคัญซึ่งแต่ละคนจะมีเสื้อฮีประจำตัว เสื้อฮีจะตกแต่งด้วยลวดลายที่สวยงาม เพื่อไว้ใช้ในงานพิธีกรรมต่างๆ เมื่อเจ้าของเสียชีวิตญาติจะนำเสื้อสวมใส่ให้เจ้าของเสื้อที่เสียชีวิตด้วย ลักษณะรูปแบบเสื้อฮี เป็นเสื้อยาวผ่าหน้าถึงเข่า ที่ขอบคอเสื้อหุ้มกั้นด้วยผ้าไหมสีต่างๆ เรียกว่า “ซ้อน” ใต้รักแร้ใช้ผ้าไหมขริบหรือเจียนเป็นลวดลายหลากสีโดยตัดเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสเรียกว่า “เปื้อนแขน” เย็บแทรกกระหว่างด้านแขนกับตัวเสื้อ ทำให้บริเวณใต้รักแร้กว้างแต่ปลายแขนแคบ บริเวณด้านข้างติดกับเอวตลอดแนวเรียกว่า “บ่วง” ซึ่งมีลายสลับตามแนวยาวเรียกว่า “กระดุก” ถ้าสลับเป็นแนวขวางตามลำตัวเรียกว่า “นาบ” ด้านข้างของตัวเสื้อทั้งสองด้านแทรกด้วยผ้ารูปสี่เหลี่ยมยาวถึงเอว ตกแต่งลวดลายด้วยผ้าสีต่างๆ ด้านในของเสื้อทุกตะเข็บใช้ผ้าไหมสีด้าหุ้มทับ และที่ตีนเสื้อด้านล่างมีการปะหรือปักด้วยลายต่างๆ ตลอดแนวเรียกว่า “แขน” เมื่อสวมใส่จะไม่สวมทางศีรษะ แต่จะสวมจากแขนแล้วใช้ผ้าด้านขวาทับด้านซ้ายเป็นแนวเฉียงไปถึงข้างเอว แล้วติดกระดุมห่วงทำด้วยเงินที่บริเวณคอเสื้อ ๑ เม็ด แนวเดียวกับไหปลาร้า ๑ เม็ด และข้างเอว ๑ เม็ด เสื้อฮีผู้ชายมีสีครามเข้มเป็นสีหลัก โดยใช้สีตัดบริเวณขอบคอเสื้อ ใต้รักแร้ ด้านข้างตัวเสื้อทั้งสองด้าน ด้านในตัวเสื้อทุกตะเข็บ และตีนเสื้อ ใช้สีแดง สี

เหลือง สีเขียว และสีขาว มีการวางลายไว้ตามส่วนต่างๆ คือ ใต้รักแร้ นิยมใช้ผ้าปะเป็นลายดอกแปดหรือลายขาบัว ด้านข้างของตัวเสื้อทั้งสองด้าน ปะด้วยลายดอกมะลิ ลายดอกพรม โดยมีลายผักกูดอยู่ด้านล่างและที่ตีนเสื้อด้านล่างมักจะมีการปะด้วยลายดอกแปด

เสื้อฮีเมื่อใส่แล้วมักจะไม่ซັกหรือซັกน้อยครั้งมาก เพราะจะทำให้สีตกหรือสีจางลง เพราะเป็นการย้อมสีจากธรรมชาติ ใส่แล้วจะนำมาผึ่งแดดหรือถ้าเปียกมากจะนำผ้าชุบน้ำเช็ดให้สะอาดแล้วนำไปผึ่งแดดให้แห้ง นอกจากนี้การใส่เสื้อฮีจะต้องสวมทับเสื้อตัวใน (เสื้อก้อม) ทั้งนี้หญิงหรือชายชาวไทยทรงดำจะมีเสื้อฮีประจำตัวทุกคนอย่างน้อยคนละ ๑ ตัว

“เสื้อฮีมีความสำคัญมากจะมีคนละหนึ่งตัว ใส่ตอนทำพิธีกรรมต่างๆ เช่น การแต่งงาน ใส่แล้วจะไม่ซັกหรือซັกน้อยครั้งมาก” (นายคำ ทองคำหาญ, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“เสื้อฮีเป็นเสื้อตัวยาวจะมีการปักลวดลาย แต่จะใส่ด้านที่มีลวดลายน้อยเป็นด้านนอกซึ่งจะใส่ในงานพิธีกรรมที่สำคัญๆ เท่านั้น” (สังวล ทองยอดเกรียง, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)



ภาพที่ ๔ - ๓๒ ลักษณะเสื้อฮีผู้ชาย

เสื้อฮีผู้หญิงเป็นเสื้อที่ถูกออกแบบให้สามารถสวมใส่ได้ทั้ง ๒ ด้าน มีลักษณะเป็นเสื้อคลุมแขนยาว ตัวเสื้อยาวถึงเข่า ไม่ผ่าหน้า คอแหลมรูปตัววี ไม่มีปก ด้านหนึ่งนั้นบนตัวเสื้อและขอบชายเสื้อด้านล่างจะปักและเย็บด้วยเส้นไหมมีลวดลายต่างๆ สวยงาม ส่วนอีกด้านหนึ่งนั้นจะปักลวดลายที่มีสีสันน้อยกว่าอีกด้านหนึ่ง ในการสวมใส่เสื้อฮีในพิธีกรรมเสนเรือน การแต่งงาน เจ้าของเสื้อจะสวมใส่เสื้อฮีด้านที่มีสีสันสวยงามน้อยกว่าอีกด้านหนึ่ง สีของเสื้อฮีเป็นสีครามเข้มหรือสีดำ

ลวดลายของเสื้อฮิมมีการตกแต่งลวดลายด้วยวิธีการปักและปะด้วยผ้าสีต่างๆ ทางด้านหน้าตัวเสื้อ บริเวณแผ่นอกทั้งสองข้าง ใต้แขนเสื้อทั้งสองข้างแนว ตะเข็บทุกแห่ง และชายด้านล่างรอบตัวเสื้อ บริเวณผ้าทาบที่อกเสื้อไว้ติดตรงคอกจะตกแต่งด้วยผ้าลายต่างๆ และประดับด้วยกระจกเงาอย่างสวยงาม ลายที่นิยมนำมาปัก ได้แก่ ลายดอกแก้ว ลายดอกผักแว่น ลายดอกพิกุล ลายนกแก้ว ลายปะ ได้แก่ ลายดอกพราหมณ์ ลายขาบัว ลายดอกแปด และลายดอกมะลิ



ภาพที่ ๔ - ๓๓ แสดงลักษณะเสื้อฮิมของผู้หญิงด้านนอกและด้านใน

เสื้อไตเรียกอีกชื่อว่าเสื้อไทเป็นเสื้อที่มีขนาดใหญ่ เป็นเสื้อลำลองของผู้ชายสวมใส่เมื่อไปงานต่างๆ ใส่ไปเที่ยว เกี่ยวสาว หรือใส่ไปงานที่ไม่เป็นพิธีการมากนัก จะตัดเย็บด้วยผ้าฝ้ายสีครามเข้มหรือสีดำไม่มีลวดลาย ลักษณะเป็นเสื้อคอตั้งแขนยาวทรงกระบอก ผ่าหน้าตลอด ติดกระดุมเงินเรียงกัน ประมาณ ๑๐ - ๑๙ เม็ด แล้วแต่ฐานะของผู้สวมใส่ ตัวเสื้อสั้นต่ำกว่าเอวลงไปเล็กน้อย การเย็บเสื้อจะตัดเข้ารูปกับเอวแล้วขยายออกให้ยาวลงมาคลุมถึงสะโพกด้านบน ด้านล่างของตัวเสื้อผ่าออกทั้งสองข้าง โดยใช้เศษผ้ารูปสี่เหลี่ยมเย็บติดกัน มีกระเป๋าทิ้งสองข้างบริเวณด้านล่างของตัวเสื้อ



ภาพที่ ๔ - ๓๔ แสดงลักษณะเสื้อไต

ส้วงขาฮีหรือกางเกงขายาวใช้สวมใส่ในงานที่เป็นพิธีการ เช่น พิธีแต่งงาน พิธีผี หรือผู้สืบสกุลของผู้ชายที่เป็นพ่อบ้าน งานศพญาติพี่น้องของตนซึ่งเป็นญาติจากตระกูลเดียวกันเรียกว่า “ผีเดียวกัน” มีลักษณะเป็นกางเกงขายาวเสมอข้อเท้า บริเวณเอวตัดเย็บด้วยฝ้ายยาวท่อนเดียว ไม่มีการต่อขอบเอวปลายขาจากกางเกงแคบเล็กน้อย

เสื้อดักเป็นเสื้อที่ใช้ในพิธีศพ ผู้ที่จะสวมใส่เสื้อดักได้คือญาติทางสายโลหิตเดียวกัน เป็นเสื้อที่ทำจากฝ้ายดิบสีขาว ไม่มีลวดลาย เป็นเสื้อคอวี ไม่มีแขน จะสวมใส่เมื่อพ่อแม่ถึงแก่กรรมโดยเฉพาะลูกชาย หลานชาย โดยลูกชายและลูกสาวที่ยังไม่ได้แต่งงานต้องสวมเสื้อดักในพิธีศพแล้วมีผ้าสามเหลี่ยมสีขาวโพกด้วย ๑ ผืน

ผ้าหลอยเป็นผ้าไหมหรือฝ้ายที่ทอขึ้นเพื่อใช้รองศพโดยใช้ปิดทั้งตัว ส่วนผ้าที่ใช้ปิดหน้าศพจะใช้ผ้าแพร

๔.๔ ผ้าอื่นๆ ที่ใช้ในวิถีชีวิตของชาวไทยทรงดำ

หลวมหรือกระเป๋าคาดเอวเป็นเครื่องแต่งกายของผู้ชายโดยใช้คาดทับเสื้อก้อมตรงเอว ตัดเย็บด้วยผ้าฝ้ายสีครามเข้ม ที่เน้นให้เห็นถึงศิลปะในการประดิษฐ์โดยทำเลียนแบบรังผึ้งที่อยู่บนต้นไม้ มีไว้ใช้สำหรับใส่ของใช้ประจำตัวเช่น เงิน ยาสูบ หมากพลู โดยกระเป๋าคาดเอวจะตกแต่งด้วยลายปักเป็นรูปดอกไม้ต่างๆ ตามจินตนาการของชาวไทยทรงดำ



ภาพที่ ๔ - ๓๕ แสดงลักษณะหลวมหรือกระเป๋าคาดเอว

มูหรือหมวกเป็นผ้าที่ตัดเย็บด้วยผ้าฝ้ายสีครามเข้มรูปสี่เหลี่ยมคางหมู ตกแต่งด้วยวิธีปะหน้ามูด้านบนมีฟูดิดไว้ สวมให้เด็กป้องกันแดด ส่วนมูของแม่หมดสวมเพื่อป้องกันขวัญออกจากร่างกาย ในขณะที่ทำพิธีกรรม มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ด้านบนไม่มีผ้าปิด ด้านข้างซ้ายและขวาใช้เศษผ้า

ไหมหลากสีประดับด้วยวิธีปะ ลวดลายที่นิยม เช่น ลายดอกพยอม ลายดอกมะลิ ลายขาบัว ลายดอกพิกุล และลายดาวลอย

หมอนและหมอนตัวเสื่อนั่ง ผู้หญิงเป็นผู้จัดทำขึ้นไว้ใช้ภายในครอบครัวหรือทำเตรียมไว้สำหรับเป็นเครื่องเรือนของตนเองก่อนแต่งงาน ลักษณะหมอนคล้ายท่อนไม้เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ตัวหมอนทำด้วยผ้าฝ้ายเย็บแต่ละท่อนต่อกันเป็นทรงกระบอก แล้วจึงยัดนุ่นจากนั้นทำการตกแต่งลวดลายของหมอนโดยใช้วิธีปะหรือปักให้เป็นลวดลายต่างๆ



ภาพที่ ๔ - ๓๖ แสดงลักษณะหมอนของชาวไทยทรงดำ

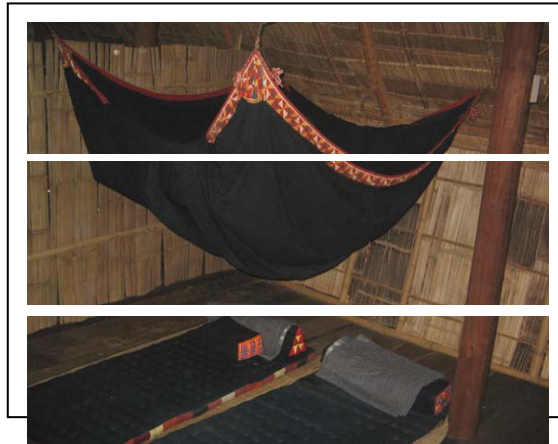
ถุงย่าม ย่าม หรือถุงผ้าฝ้ายมีสายสะพาย ไว้สำหรับใส่สิ่งของเล็กๆ น้อยๆ โดยจะมีการตกแต่งด้วยลวดลายต่างๆ ขึ้นอยู่กับผู้ผลิต



ภาพที่ ๔ - ๓๗ แสดงลักษณะถุงย่ามหรือถุงผ้าฝ้ายมีสายสะพาย

ผ้าชั้นลาวหรือผ้าเช็ดหน้า ตัดเย็บด้วยผ้าฝ้ายรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ลวดลายเกิดจากการปักและขีดวงไว้รอบๆ มีไว้สำหรับเช็ดหน้าหรือห่อเครื่องประดับ

หยันหรือมุ้งไทดำ โดยตัวมุ้งทำจากผ้าฝ้ายทอห่อหุ้ม มีลวดลายเป็นดอกทำจากไหม มุ้งนี้ต้อง
ต่อให้เสร็จภายใน ๑ วัน เล่ากันว่าเมื่อสาวคนใดจะแต่งงานเมื่อนัดวันเรียบร้อยแล้ว ฝ่ายเจ้าสาวต้อง
วานคนที่เย็บผ้าเก่งๆ หลายๆ คนมาช่วยกันทอ



ภาพที่ ๔ - ๓๘ แสดงลักษณะมุ้งของชาวไทยทรงดำใช้ในพิธีแต่งงาน

๔.๕ ลักษณะลวดลายของผ้าทอไทยทรงดำ

ลวดลายของผ้าทอไทยทรงดำที่ปรากฏบนผืนผ้าสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ความผูกพัน ตลอดจนความเป็นมาของวัฒนธรรม หรือเหตุการณ์ที่สำคัญๆ ทางประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อวิถีการดำรงชีวิต จึงทำให้ผู้ทอผ้าเกิดแรงบันดาลใจที่จะนำสิ่งเหล่านั้นมาถ่ายทอดเป็นลวดลายบนผ้าทอไทยทรงดำ โดยผ้าทอของไทยทรงดำมักจะทอเป็นลายขั้ดธรรมดา ลายทอผ้าชิ้นจะประกอบด้วยหลายลาย เช่น ลายตาหมู ลายตากีบ หรือตากู่ ลายก้านกางหรือตาฮั่ว ลายปักบนผ้าหรือลายแฉ่ว เป็นการปักโดยใช้เส้นด้ายหรือไหมปักแบบหน้าเดียว และปักแบบสองหน้าเหมือนกัน ลายที่ปักจะเป็นลายรูปทรงเรขาคณิต คล้ายผ้าทอของภาคอีสาน ในการทำลวดลายหน้าหมอน ผ้าเปียว (ผ้าสไบ) ลายประกอบตัวเสื่อฮี ได้แก่ ลายขอกูด ลายดอกเต้า (ลายดอกน้ำเต้า) และลายดอกผักแว่น ลายปะผ้า เป็นลวดลายที่นิยมกันมาก เป็นลวดลายที่ใช้ทำหน้าหมอน ลายเสื่อฮี ลายกระเป่าคาดเอวผู้ชาย และลายตกแต่งขอบมุ้งสำหรับพิธีแต่งงานมาตกแต่งให้เกิดลวดลายบนผืนผ้าต่างๆ เช่น เสื่อฮีชายและหญิง ผ้าสไบ ผ้าคาดอก ผ้าเปียว หน้าหมอน มุ้ง และถุงย่าม ซึ่งจากการศึกษาลวดลายผ้าไทยทรงดำหมู่บ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนข่อย พบว่าลวดลายต่างๆ ได้สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและมีบางลวดลายได้คิดค้นมาใหม่ และมีการปรับปรุงยุคเพื่อให้เข้ากับสมัยปัจจุบันมากขึ้นแบ่งได้ ๓ ประเภทคือ ลายพืช ลายสัตว์ และลายผสมอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๕.๑ ลายพืช

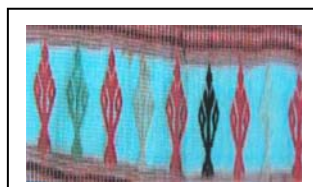
คือลวดลายที่ได้แนวคิดจากพืช เป็นการลอกเลียนแบบพืชที่อยู่ใกล้ตัวจะมีลายที่สื่อความหมายถึง ต้นไม้ ใบไม้ ดอกไม้ หรือผลไม้ เป็นต้น สามารถนำมาเป็นต้นแบบในการสร้างลวดลายผ้าได้ โดยเฉพาะลายแดงโมหรือลายชะโด ถือเป็นลายที่เป็นเอกลักษณ์อันเด่นชัดของชาวไทยทรงดำคือ

ผ้าซิ่นลายแตงโม เนื่องจากมีริ้วคล้ายกับลายของแตงโม ชาวไทยทรงดำนำลายของผลแตงโมมาทอเป็นลายผ้าตามแนวตั้งสลับระหว่างผ้าฝ้ายสีครามเข้มกับสีขาวทำให้คนทั่วไปเรียกผ้านี้ว่า “ลายแตงโม” ผ้าซิ่นลายแตงโมนั้นมีความโดดเด่นและไม่ซ้ำแบบใคร ลายแตงโมนี้จะมีหลักในการวางลายคือ ลายที่ ๑ จะเป็นเส้นหนา ๒ เส้น อยู่ชิดกัน หมายถึง ไทย - ลาวพี่น้องกัน ลายที่ ๒ เป็นเส้นเล็กเดี่ยว หมายถึง ความเดียวดาย และลายที่ ๓ เป็นเส้นหนา ๒ เส้น ที่อยู่ห่างกัน หมายถึง ไทย - ลาว ที่แยกจากกัน ซึ่งเส้นหนาทุกเส้นจะมีเส้นเล็กเคียงข้างเสมอ และจำนวนเส้นด้ายสีฟ้าที่มาทอเป็นลายนั้น ประกอบด้วยจำนวนเส้นที่เล็กที่สุดจะประกอบด้วยเส้นด้าย ๒ เส้น ส่วนเส้นหนาคู่ที่ชิดกัน ประกอบด้วยเส้นด้าย ๑๕ เส้น และเส้นหนาคู่ที่ห่างกันประกอบด้วยเส้นด้าย ๒๐ เส้น ปัจจุบันไม่ได้เคร่งครัดว่าจะต้องใช้เส้นด้ายตามจำนวนนั้นๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าและช่างทอเพื่อให้ได้ลายแตงโมที่สวยงาม นอกจากนี้ยังมีลายที่ซิ่นต่างๆ ที่ชาวไทยทรงดำส่วนใหญ่นิยมนำมาปักปะ และขีด เป็นลวดลายที่เสื่อฮี ผ้าคาดอกหรือผ้าเปียว หมอน และย่าม เช่น ลายดอกมะลิ ลายดอกพิกุล ลายดอกแปด ลายดอกจันทร์ เป็นต้น



ภาพที่ ๔ - ๓๙ แสดงลักษณะลวดลายแตงโม

ลายดอกผักแว่น เป็นผักพื้นบ้านประเภทไม้ล้มลุกจำพวกเฟิร์น ขึ้นอยู่ตามชายฝั่งลำน้ำ ห้วยหนอง คลองบึง มีดอกเล็กๆ สวยงามเกิดเป็นกลุ่มและโตเร็ว ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าใครสามารถปักลายดอกผักแว่นได้ย่อมแสดงถึงความอดทน ความเอื้อเฟื้อ ประณีต ละเอียดอ่อน ดังนั้นลายนี้นิยมมอบให้คู่บ่าวสาวในวันแต่งงาน หรือผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือ



ภาพที่ ๔ - ๔๐ แสดงลักษณะลวดลายดอกผักแว่น

ลายดอกจัน ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าดอกจันเป็นตำนานรักอมตะของชาวไทยทรงดำ
เวียดนามในอดีต ปัจจุบันจึงนิยมใช้ลายดอกจันประดิษฐ์เพื่อมอบให้เจ้าบ่าวและเจ้าสาว หรือผู้อาวุโส
ในหมู่บ้าน เป็นการแสดงความรักอันบริสุทธิ์มั่นคง



ภาพที่ ๔ - ๔๑ แสดงลักษณะลายดอกจัน

ลายดอกพรม เป็นไม้พุ่มมีหนามที่กิ่งก้าน ดอกออกช่อที่ปลายกิ่งกลีบดอกเชื่อมติดกันเป็น
หลอดสีขาว มีกลิ่นหอม ชาวไทยทรงดำนิยมปะผ้าประดิษฐ์เป็นลายดอกพรมเป็นส่วนมาก เพราะเห็น
ดอกพรมอยู่คู่กับทุ่งนามาแต่เด็ก และเป็นลายที่ง่ายในการใช้เป็นต้นแบบ



ภาพที่ ๔ - ๔๒ แสดงลักษณะลายดอกพรม

ลายขาบัว (ดอกบัว) ดอกบัวเป็นไม้น้ำจะบานในช่วงเช้าและหุบในตอนเย็น ชาวไทยทรงดำ
มีความเชื่อว่า ดอกบัวเป็นสัญลักษณ์ของเวลาหรือเปรียบถึงลักษณะการชูก้านดอกเพื่อหนีน้ำโคลนตม
เป็นการประพุดตีผิดพลาดแม้จะประพุดตีผิดเพียงใดถ้าทุกคนมีความตั้งใจจริง การคิดลายขาบัวหรือ
ดอกบัวตามจินตนาการนี้ เพื่อเป็นการขอขมาหรือทอถวายพระ



ภาพที่ ๔ - ๔๓ แสดงลักษณะลายขาบัว (ดอกบัว)

ลายขอกูด โดยผักกูดมีลักษณะยอดอ่อนจะงอชวยอดแข่งกันรับแสงแดด ลายขอกูดนิยมใช้บนผ้าทุกชิ้น โดยเฉพาะ ผ้าเปียว ผ้าห่ม และด้านข้างของเสื่อฮี



ภาพที่ ๔ - ๔๔ แสดงลักษณะลายขอกูด

ลายดอกมะลิ ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าลักษณะของดอกมะลิเปรียบเหมือนผู้หญิง ๔ วัย วัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ และวัยชรา เหมือนลักษณะการเจริญเติบโตของดอกมะลิจากดอกตูม แรกแย้ม บานเต็มที่ และแห้งร่วงลงพื้นดิน จึงให้ตระหนักถึงคุณค่าของลูกผู้หญิงที่ไม่ประพฤตินอกกลุ่มนอกทาง



ภาพที่ ๔ - ๔๕ ลักษณะลายดอกมะลิปักบนหน้าหมอน

๔.๕.๒ ลายสัตว์

ลายสัตว์เป็นลายที่ได้แนวคิดมาจากสัตว์ ส่วนมากเป็นลายที่พบเห็นและมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และสัตว์ในจินตนาการ ลวดลายที่ปรากฏบนผ้าทอของชาวไทยทรงดำ มีความเชื่ออยู่หลายลักษณะ เช่น เชื่อเรื่องบุญคุณ ถิ่นกำเนิด ความยำเกรง ความรัก ความสวยงาม การคุ้มครองความคิดถึง อำนาจวาสนา ซึ่งความเชื่อตามลักษณะดังกล่าวสามารถนำมาสร้างสรรค์ลวดลายด้วยวิธีการทอ ปัก ปะ และขีด เพื่อสื่อความหมายถึงเรื่องราวบนผืนผ้า เช่น ลายนาค ลายตานกแก้ว ลายผีเสื้อ และลายม้า เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันลายสัตว์หาได้ยาก เพราะไม่มีผู้สืบทอด



ภาพที่ ๔ - ๔๖ แสดงลักษณะลายม้าบนเครื่องจักรสาน

๔.๕.๓ ลายผสมอื่นๆ

เป็นรูปแบบลายผ้าที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของผู้หญิง เช่น ลายข้าวหลามตัด ลายปราสาท ลายขอ ลายดอกแปด และอื่นๆ โดยลายดอกแปด เป็นลายที่เกิดจากจินตนาการของชาวไทยทรงดำ โดยอัญเชิญแกนทั้ง ๘ องค์ มาประดิษฐ์เป็นลายผาประกอบด้วย แกนหลวง แกนสิง แกนแนน แกนชาด แกนบัวกำล่ำวี แกนแม่นาง แกนนุ่งขาว และแกนบุญ ผู้ใดใช้เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มลายนี้จะได้รับการดูแลจากแกน เมื่อเสียชีวิตลงวิญญาณจะได้รับความคุ้มครองจากแกน โดยเฉพาะเสื้อฮีที่มีลวดลายดอกแปดโดยใช้ในการคลุมโลงศพ หรือนำมาทำหน้าหมอนเป็นการเย็บปะผ้าสี ส่วนลายข้าวหลามตัด ชาวไทยทรงดำเชื่อว่าลายข้าวหลามตัด คือขันหมากและเขียนหมาก ซึ่งมีลักษณะคล้ายขันหรือพานสำหรับใช้ใส่สิ่งของเพื่อเซ่นไหว้ผีเรือน และประกอบพิธีกรรมต่างๆ เช่น การแต่งงาน การต้อนรับแขก

“ลวดลายที่ประดับตกแต่งบนผ้าของโชน ส่วนมากจะเป็นลายปักเป็นรูปดอกไม้ เช่น ดอกมะลิ ดอกแปด ได้รับการสืบทอด

มาจากบรรพบุรุษ โดยลายปักนี้จะสามารถเห็นได้ทั้งด้านหน้าและด้านหลังของผ้า” (นางชูศรี แป้นโก๋, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“ลวดลายของไทยทรงดำจะมีทั้งลายปัก และการพับผ้า เป็นชั้นๆ แล้วนำมาเย็บเป็นลวดลายต่างๆ แล้วนำมาประดับไว้ที่หน้าหมอนหรือที่นอน” (ปิยะวรรณ สุขเกษม, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)



ภาพที่ ๔ - ๔๗ แสดงลวดลายหน้าหมอนของชาวไทยทรงดำ

๔.๖ การสื่อความหมายในการใช้สีในการทอผ้าและประดับตกแต่งของชาวไทยทรงดำ

กลุ่มทอผ้าหมู่บ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนทองมีการทอผ้าหลายชนิด เช่น ผ้าลายแดงโม ผ้าลายแดงโมสอดดินเงินหรือดินทอง ผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้า ผ้าพื้นสีต่างๆ ซึ่งแต่ละสีมีความหมายดังนี้ สีครามเข้มหรือสีดำ เป็นสีหลักของผืนผ้าและการใช้งาน โดยมีความเชื่อว่าเกิดจากการเก็บ กัดที่ต้องพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอนมาเป็นชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย

สีครามเข้ม สีขาว และสีฟ้า เป็นลวดลายการวางสีขาวสลับสีครามเข้มบนผ้าซึ่ง โดยสื่อความหมายถึงความเดียวดายที่ต้องพลัดพรากจากญาติพี่น้อง

สีเหลือง เป็นสีที่แทรกอยู่ในลวดลายที่ใช้ตกแต่งผ้าและเครื่องนุ่งห่ม มีความหมายถึงความ สว่างไสว ความเจริญ การเติบโต ความก้าวหน้า ให้ความรู้สึกผ่อนคลายมีชีวิตชีวา

สีส้ม เป็นสีที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น นำมาใช้ประดิษฐ์กับสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว เช่น ในเครื่องรางผูกไว้กับผ้าอ้อมเด็ก เพื่อป้องกันภูตผีและใช้เป็นสีประกอบลวดลายบนหน้าหมอนลายปะหรือลายปักเพื่อถวายพระภิกษุหรือผู้ใหญ่ที่นับถือ

สีเขียว เป็นสีของธรรมชาติ พันธุ์ไม้ต่างๆ ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สดชื่น เยือกเย็นดูแล้วสบายตาสบายใจ

สีแดง เป็นสีที่เด่นสะดุดตา มีความเชื่อว่าเป็นสีของเลือดเนื้อหรือสิ่งมีชีวิต สื่อความหมายถึงพวกเผ่าพันธุ์เดียวกัน และยังหมายถึงการหยุด การสิ้นสุด การหลุดพ้น เช่น การใช้ผ้าสีแดงปิดหน้าศพ การใช้ผ้าฝ้ายสีแดงปิดโลงศพ หรือสีแดงของธงที่ปักเป็นชั้นบันได เป็นความเชื่อในการส่งผู้ตายไปฟ้าแดน

สีขาว เป็นสีที่แสดงถึงความสงบเยือกเย็น ความบริสุทธิ์ สุภาพและเบิกบาน ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าสีขาวหมายถึงวิญญาณ จึงใช้สีขาวในพิธีไหว้ผีและงานศพ

๔.๗ รูปแบบผลิตภัณฑ์ของผ้าทอไทยทรงดำ

ตามปกติผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านดอนทองและบ้านไผ่หูช้าง จะจำหน่ายที่ร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านและกลุ่มหัตถกรรมผ้าทอมือลาวโซ่ง บางครั้งก็มีการออกร้านค้าแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เมืองทองธานี นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และทาง facebook หมู่บ้านการท่องเที่ยวไผ่หูช้าง ซึ่งได้รับการสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พัฒนาชุมชนอำเภอกำแพงแสน ศูนย์บริการการศึกษาออกโรงเรียนอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม และกรมส่งเสริมเกษตรอำเภอกำแพงแสน ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายหลายชนิด เช่น ผ้าทอลายแดงโม ผ้าทอลายแดงโมสอดดั้นเงิน ผ้าทอลายแดงโมสอดดั้นทอง ผ้าทอลายแดงโมผสมมัดหมี่ ผ้าขาวม้า ผ้าทอมัดหมี่ ผ้าทอลายผ้าขาวม้า ผ้าพื้นสีต่างๆ และมีการนำผ้าทอมือมาจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น หมอน กระเป๋าสะพาย กระเป๋าคาดเอว เป็นต้น

“สินค้าที่จำหน่ายในหมู่บ้านไผ่หูช้างส่วนมากจะเป็นผ้าทอและเครื่องจักสาน สามารถส่งทอผ้าได้โดยผ้าพื้นคิดราคาเป็นวาวๆ ละ ๔๐ บาท ตอนนี้ชุมชนร่วมมือกันส่งเสริมเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวไทยทรงดำเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน” (สมปอง ทองคงหาญ, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“การพัฒนาผ้าทอไทยทรงดำใช้ระยะเวลาานกว่าจะมาถึงจุดนี้ได้ โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เป็นสินค้าทางเศรษฐกิจ เรียกว่า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนหรือโอท็อปห้าดาว มีการ

พัฒนากล่องใส่บรรจุภัณฑ์จากอุตสาหกรรมของจังหวัด” (สังว
ทองยอดเครื่อง, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)



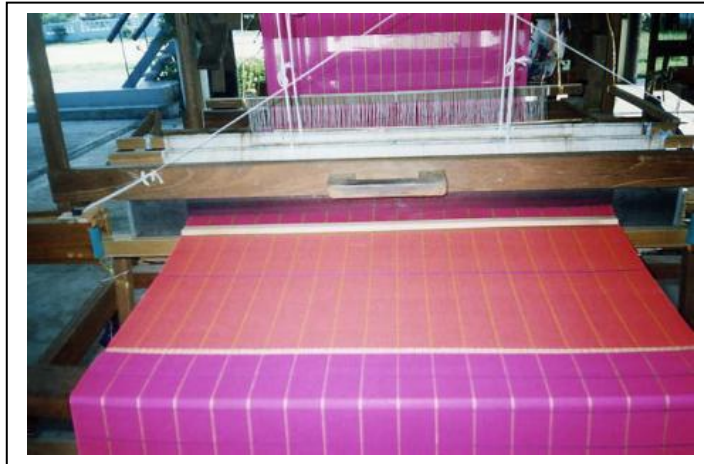
ภาพที่ ๔ - ๔๘ ผ้าทอลายแดงโม



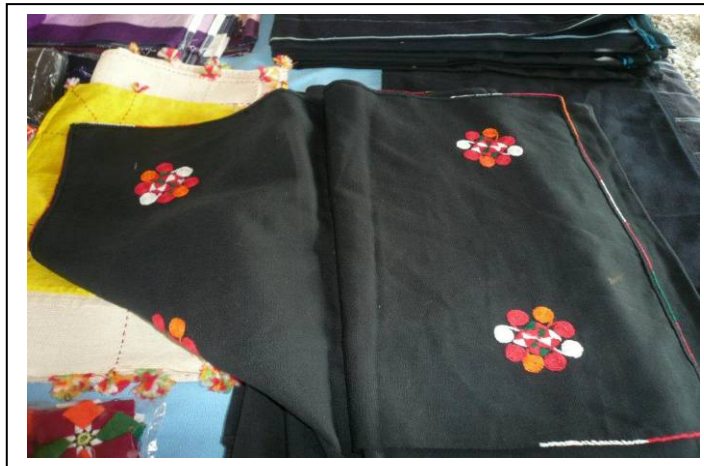
ภาพที่ ๔ - ๔๙ ผ้ามัดย้อมมัดหมี่



ภาพที่ ๔ - ๕๐ ผ้าทอมัดหมี่



ภาพที่ ๔ - ๕๑ ผ้าขาม้า



ภาพที่ ๔ - ๕๒ ผ้าปักด้วยลายดอกเปี้ยว



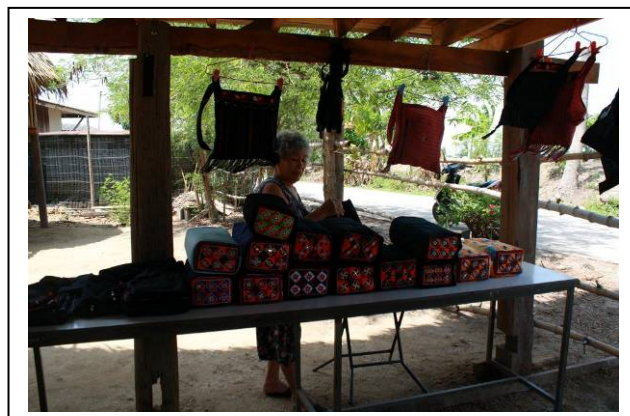
ภาพที่ ๔ - ๕๓ กระเป๋าสะพายข้างจำหน่ายในหมู่บ้านท่องเที่ยวไผ่หูช้าง



ภาพที่ ๔ - ๕๔ ย่ามจำหน่ายในหมู่บ้านท่องเที่ยวไผ่หุ้ช้าง



ภาพที่ ๔ - ๕๕ กระเป๋าผ้าไทยทรงดำจำหน่ายในหมู่บ้านท่องเที่ยวไผ่หุ้ช้าง



ภาพที่ ๔ - ๕๖ ผลิตภัณฑ์หมอนไทยทรงดำ



ภาพที่ ๔ - ๕๗ หมอนไทยทรงดำเพื่อจำหน่าย



ภาพที่ ๔ - ๕๘ ของใช้เบ็ดเตล็ดประดับลวดลายดอกพหุ



ภาพที่ ๔ - ๕๙ ตุ๊กตาประดับลวดลายดอกพหุ



ภาพที่ ๔ - ๖๐ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่จำหน่ายในหมู่บ้าน



ภาพที่ ๔ - ๖๑ ผ้าทอลวดลายต่างๆ ในหมู่บ้านไผ่หูช้าง

๕. การทอผ้าของชาวไทยทรงดำในหมู่บ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนทอง จังหวัดนครปฐม

เดิมชาวบ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนทอง ประกอบอาชีพเกษตรกรรม (ทำนา) และรับจ้าง อาชีพเหล่านี้ไม่สามารถทำได้ในทุกฤดูกาล ชาวบ้านจึงมีเวลาว่างและมีรายได้ที่ไม่เพียงพอผนวกกับ ระยะเวลาหลังผลผลิตจากการทำนาตกต่ำทำให้ชาวบ้านมีฐานะยากจน

ดังนั้นในกลุ่มของบ้านดอนทองโดย นางสาว ทองยอดเกรียง ซึ่งเป็นกำนันของหมู่บ้านและ ประธานกรรมการพัฒนาสตรีจึงหาวิธีรวมกลุ่มชาวบ้านเพื่อส่งเสริมอาชีพและหารายได้เสริม ในที่สุด จึงเกิดกลุ่มสตรีทอผ้าขึ้น ส่วนบ้านไผ่หูช้างชาวไทยทรงดำรุ่นใหม่ส่วนมากยังคงยึดถือวัฒนธรรมแบบ ดั้งเดิมคือมีการทอผ้าด้วยมือทุกหลังเพื่อเป็นอาชีพเสริมและมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของชาว

ไทยทรงดำ และได้มีการจัดตั้งเป็นสมาคมไทยทรงดำแห่งประเทศไทยขึ้นโดยมี อาจารย์สุรีย์ ทองคง
หาญ เป็นนายกสมาคมในการเผยแพร่องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับไทยทรงดำ



ภาพที่ ๔ - ๖๒ นางสาว ทองยอดเกรียง
กำนันของหมู่บ้านและประธานกรรมการกลุ่มหัตถกรรมผ้าทอมือ

ส่วนประธานกลุ่มทอผ้าบ้านไผ่หูช้างคือ คุณมา รอดเจริญพันธ์ กล่าวว่ากลุ่มทอผ้าตำบลไผ่หู
ช้างจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.๒๕๓๔ จำนวนสมาชิก ๑๕ คน โดยมี ป้าเขา บุญรัตน์ เป็นประธานกลุ่มทอผ้า
ได้ต่อกี่กระทูกี่ขึ้น ๔ หลัง ในปี พ.ศ.๒๕๓๖ อุตสาหกรรมจังหวัดให้การสนับสนุนต่อกี่กระทูกี่เพิ่ม
จำนวน ๖ หลัง และใน พ.ศ.๒๕๓๘ พัฒนาชุมชนมอบให้อีก ๑๐ หลัง พ.ศ.๒๕๔๖ คุณมา รอดเจริญ
พันธ์ ได้จัดทำโครงการของงบประมาณต่อเพิ่มอีก ๑๐ หลังพร้อมอุปกรณ์ และมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น
เป็น ๒๕ คน ซึ่งก็ที่ใช้ในการทอผ้าได้กระจายอยู่ตามบ้านของสมาชิกเพราะสะดวกต่อการทอผ้าไม่
ต้องเดินทางมาที่กลุ่ม



ภาพที่ ๔ - ๖๓ คุณมา รอดเจริญพันธ์ ประธานกลุ่มทอผ้าสตรีบ้านไผ่หูช้าง

ในอดีตพบว่าภูมิปัญญาผ้าทอไทยทรงดำมีกระบวนการและขั้นตอนอย่างครบวงจรตั้งแต่การปลูกฝ้าย การเก็บดอกฝ้าย แล้วนำมาสู่กระบวนการทำเส้นด้าย โดยนำมาแยกปุยฝ้ายจากเมล็ดฝ้ายด้วยเครื่องมือที่เรียกว่า “อ้าว” แล้วนำมาทำให้ฝ้ายฟูโดยใช้ “คันตีด” ในกระเพียด (มีลักษณะคล้ายส้อมไม้) แล้วทำปุยฝ้ายให้เป็นหลอดๆ โดยใช้ไม้ล้อ มีลักษณะคล้ายตะเกียบ หลังจากนั้นก็นำฝ้ายไปปั่นให้เป็นเส้นด้ายหรือการเข็นฝ้ายด้วย “หลา” ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญที่จะทำให้ได้เส้นด้ายเรียบสม่ำเสมอเป็นเส้นสวยงาม ทั้งนี้ผู้เข็นฝ้ายต้องมีสมาธิและมีความชำนาญจึงจะทำได้ดี แล้วพันเส้นด้ายในเครื่องมือที่เรียกว่า “เปีย” จะได้เส้นด้ายเป็น “ปอย” หรือ “ใจ” เนื่องจากการเอาเส้นด้ายออกจากเหล็กใน หลังจากนั้นจึงนำไปย้อมสีหรือทำเป็นฝ้ายเส้นพุ่งและเส้นยืน พร้อมจะนำไปทอเป็นผืนผ้า แต่ในปัจจุบันเนื่องจากมีเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเข้ามา ทำให้ลดขั้นตอนการผลิตเส้นใยจากฝ้าย โดยหันมาใช้เส้นใยจากโรงงานอุตสาหกรรม หรือเส้นไหมประดิษฐ์ในการทอผ้าแทนโดยไหมประดิษฐ์ซื้อมาจากบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งสามารถสรุปขั้นตอนการทอผ้าได้ดังนี้

(๑) เส้นใยผ้าทอไทยทรงดำ

วัตถุดิบหลักในการทอผ้าของชาวไทยทรงดำ คือ เส้นใยซึ่งได้จากฝ้ายและไหม ในอดีตชาวไทยทรงดำตำบลไผ่หุข่าง จะปลูกฝ้ายเพื่อนำมาปั่นเป็นเส้นใยสำหรับทอผ้าไว้ใช้เองในครอบครัว ซึ่งนอกจากเส้นใยจากฝ้ายแล้ว ยังมีเส้นใยจากไหมด้วย ในอดีตการปลูกฝ้ายเพื่อใช้ในการทอผ้าของชาวบ้านเริ่มจากการอ้วฝ้าย การตีฝ้าย การล้อฝ้าย การเข็นฝ้าย การเปียฝ้าย การย้อมสี แล้วนำมาทอเป็นผืนผ้า แต่ปัจจุบันชาวไทยทรงดำหมู่บ้านไผ่หุข่างไม่ได้มีการปลูกฝ้ายแล้ว เพราะการปลูกฝ้ายต้องใช้ระยะเวลาและมีต้นทุนสูงได้ผลผลิตต่ำ ปัจจุบันนี้ชาวไทยทรงดำนิยมใช้เส้นใยประดิษฐ์หรือเส้นใยสังเคราะห์ เป็นวัตถุดิบทดแทนเส้นใยจากธรรมชาติเนื่องจากหาซื้อได้สะดวกโดยเส้นใยประดิษฐ์จะซื้อมาจากหมู่บ้านหนองขาวที่จังหวัดกาญจนบุรี เส้นใยประดิษฐ์มีความเหนียวและคงทนง่ายต่อการทอ ทำให้สามารถลดขั้นตอนการเตรียมเส้นใยจากฝ้ายต่างๆ ลงไป และยังสามารถเลือกสีต่างๆ ที่ย้อมสำเร็จจากโรงงานและยังไม่ได้ย้อมได้อีกด้วย ซึ่งข้อดีจากผ้าที่ผลิตจากเส้นใยสังเคราะห์คือเป็นผ้าที่ดูแลและทำความสะอาดได้ง่าย ทนต่อกรดและด่างมีความเงามันและสะท้อนแสงได้ดี ส่วนข้อเสีย คือ การระบายอากาศได้ไม่ดีเท่าผ้าฝ้าย แต่ด้วยความสะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการทอ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ทอผ้าไทยทรงดำ โดยขั้นตอนการเตรียมทอผ้าเริ่มจากการกวักฝ้ายเพื่อปั่นด้ายให้เรียบเสมอ แล้วนำไปคันหรือสับกับหลักคันหรือที่ขึงด้ายก่อนนำไปเข้าเครื่องทอ (ก)

“เมื่อก่อนจะมีการทำฝ้ายเอง ย้อมฝ้ายเดี่ยวสีธรรมชาติเอง ซึ่งมีหลายขั้นตอนมาก เดี่ยวนี้สะดวกมีไหมประดิษฐ์ก็สั่งซื้อมาหรือบางครั้งมีคนมาจ้างทอเขาก็จะเอามาให้” (นางสุทัศน์ ทองดอนน้อย, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“เดี๋ยวนี้ไม่ต้องปลุกฝ้ายเองแล้ว เราหาซื้อด้ายสำเร็จรูปจากบ้านหนองขาว เมืองกาญจน์ได้เลย ง่าย สะดวกสบายกว่าก่อนเยอะ ไม่ต้องมานั่งเข็นฝ้ายเอง ซึ่งกว่าจะได้ต้องใช้เวลานานและมีการทำที่ยุ่งยาก” (นางสุทัศน์ ทองดอนน้อย, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“อุปกรณ์ปั่นฝ้ายยังมีอยู่ แต่เดี๋ยวนี้ไม่ค่อยได้ใช้แล้ว เพราะเราสั่งซื้อเส้นใยประดิษฐ์มาจากโรงงานเป็นการลดต้นทุนและลดระยะเวลา เลือกสีได้ตามชอบ” (นางสมปอง ทองคงหาญ, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)



ภาพที่ ๔ - ๖๔ ด้ายที่ใช้ในการทอผ้า

(๒) รูปแบบการทอผ้าไทยทรงดำ

การทอผ้าไทยทรงดำในอดีตจะมีรูปแบบการทอผ้าแบบดั้งเดิมโดยใช้กี่ทอมือแบบโบราณ ส่วนที่กระตุกมีการนำเข้ามาใช้ในกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เมื่อ พ.ศ.๒๕๓๔ โดยสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ที่กระตุกแทน เป็นการทอที่ใช้การสอดด้ายที่เป็นเส้นยืน เพื่อแยกเส้นยืนออกเป็น ๒ ส่วน เพื่อจะพุ่งกระสวยในการทอผ้า เทคนิควิธีการทอผ้าของชาวไทยทรงดำที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าไทยทรงดำมีดังนี้

- การทอผ้า ๒ ตะกอ (เขา) วิธีการทอนิยมทอเป็นผ้าพื้น ผ้าขาวม้า ผ้าเช็ดหน้า ผ้าคลุมโต๊ะ โดยให้เส้นฝ้ายทางยืนเป็นสีหนึ่งแล้วแต่จะเอาสีอะไรเป็นพื้นสีอะไรคั่น ถ้าต้องการตาเล็กก็คั่นน้อยเส้น

ส่วนทางพุ่งก็ใช้ฝ้าย ๒ สีเหมือนกัน โดยพุ่งตาที่เป็นพื้นให้เท่ากับต่ายนแล้วจากนั้นจึงพุ่งตาค้นเป็นการทอผ้าแบบโบราณ

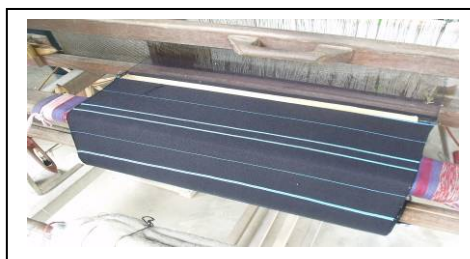
- การทอผ้า ๔ ตะกอ (เขา) วิธีการทอนิยมทอเป็นผ้าห่ม ผ้าตัดเสื้อ ย่อม โดยให้เส้นฝ้ายทางยีนเป็นสีหนึ่งแล้วแต่จะเอาสีอะไรเป็นพื้นสีอะไรค้น ถ้าต้องการตาใหญ่ก็ค้นหลายเส้น ถ้าต้องการตาลีก็ค้นน้อยเส้น ส่วนทางพุ่งก็ใช้ฝ้ายสองสีเหมือนกันให้เท่ากับต่ายนแล้วจากนั้นจึงพุ่งตาค้น เป็นการทอผ้าที่ยาก



ภาพที่ ๔ - ๖๕ การทอผ้า ๔ ตะกอ (เขา)

(๓) การทอผ้าลายแดงโม

ผ้าลายแดงโมมีการวางลายที่เป็นแบบแผนไม่สามารถออกแบบลวดลายเองได้ ทั้งนี้เพราะลายมีความหมายในตัวเอง ผ้าลายแดงโมจะมีหลักในการวางลายเหมือนกันคือ ลายชุดหนึ่งจะประกอบด้วยลาย ๑๐ เส้น ลายที่ ๑ เส้นหนา ๒ เส้น อยู่ชิดกันประกอบด้วยเส้นด้าย ๑๕ เส้น หมายถึง ไทย - ลาวที่เป็นพี่น้องกัน ลายที่ ๒ เส้นเล็กเดี่ยวประกอบด้วยเส้นด้าย ๒ เส้น หมายถึง ความเดียวดาย ลายที่ ๓ เส้นหนา ๒ เส้นอยู่ห่างกัน ประกอบด้วยเส้นด้าย ๒๐ เส้น หมายถึง ไทย - ลาวที่แยกจากกัน ทั้งนี้เส้นหนาทุกเส้นจะมีเส้นเล็กเคียงข้างเสมอ โดยที่จำนวนเส้นด้ายสีฟ้าหรือสีขาวที่ทอเป็นลายนั้นประกอบด้วยจำนวนเส้นด้าย ๑๕ เส้น เส้นหนาคู่ที่ห่างกันประกอบด้วยเส้นด้าย ๒๐ เส้น



ภาพที่ ๔ - ๖๖ การทอผ้าลายแดงโม



ภาพที่ ๔ - ๖๗ ผ้าชิ้นลายแดงโม

(๔) ขั้นตอนการทอผ้า

(๔.๑) การเตรียมด้ายยืน

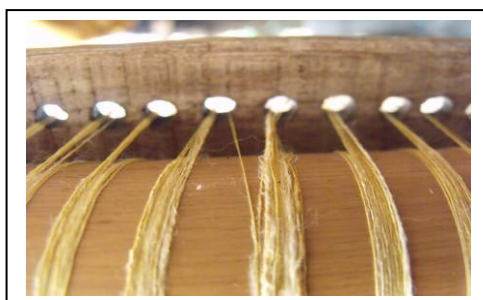
(๔.๑.๑) การกรอเส้นไหม โดยนำเส้นไหมแยกเป็นใจ แล้วนำมากรอใส่หลอดใหญ่ ด้วยในกรอด้วย ซึ่งทำด้วยไม้หรือวงล้อจักยาน ด้วยการใช้มือปั่นหรือมอเตอร์เพื่อเก็บไว้เป็นด้ายยืน



ภาพที่ ๔ - ๖๘ แสดงอุปกรณ์การกรอเส้นไหมและฝ้าย

(๔.๑.๒) การเดินเส้นไหม โดยการนำเส้นไหมที่กรอใส่หลอดใหญ่แล้วนำไปพันเสาหลักที่เตรียมไว้เพื่อจะได้รู้ขนาดความต้องการของหน้าผ้าและความยาวที่ต้องการ เมื่อเดินจนครบตามจำนวนความยาวที่ต้องการแล้ว ก็จะเก็บเส้นด้ายที่พันเสาไว้ โดยการสาวถักเปียใส่ถุงเก็บไว้สำหรับนำไปร้อยพันหวีเป็นด้ายยืน

(๔.๑.๓) การร้อยพันหวี (ฟืม) โดยนำเส้นไหมที่เตรียมไว้มาร้อยพันหวีหรือฟืมทีละเส้น



ภาพที่ ๔ - ๖๙ แสดงการร้อยพันหวี (ฟืม)

(๔.๑.๔) การเก็บตะกรอ โดยใช้ไม้เก็บตะกรอเก็บเส้นไหมที่ละเส้นจนหมดเพื่อเตรียมไว้ในที่สำหรับทอ

(๔.๒) การเตรียมด้ายพุ่ง โดยการนำเส้นไหมจากใจ มากรอใส่หลอดด้วยไกรอด้ย หลังจากนั้นนำหลอดด้ยมาใส่กระสวย



ภาพที่ ๔ - ๗๐ แสดงการเตรียมด้ายพุ่ง

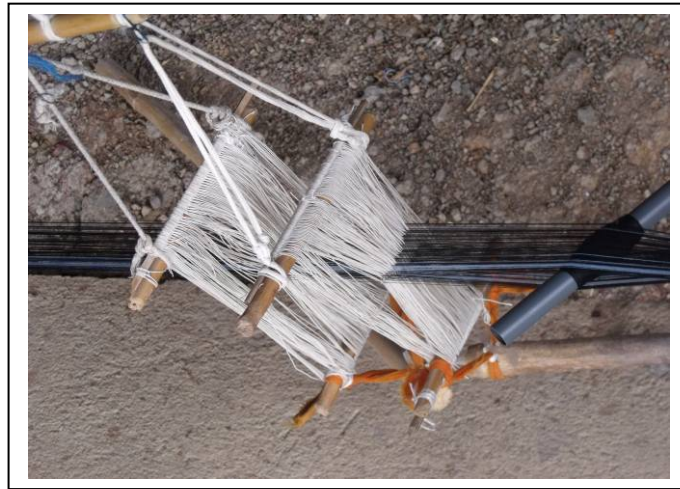
(๔.๓) การทอผ้า โดยการนำกระสวยที่บรรจุด้ายพุ่ง พุ่งใส่ไปในด้ายยืน เมื่อกระสวยนำด้ายพุ่งผ่านไปทีละเที่ยว ผู้ทอจะกระที่บฟิมเพื่อกระแทกให้เส้นไหมเข้าเบียดชิดกัน ทอไปเรื่อยๆ จนหมดด้ายยืน สำหรับผ้าที่ทอหมดแล้วจะถูกม้วนไว้ด้วยไม้กำปั่น



ภาพที่ ๔ - ๗๑ แสดงการทอผ้าด้วยกี่พุ่ง (โบราณ)



ภาพที่ ๔ - ๗๒ แสดงการทอผ้าด้วยกี่กระตุก (ปัจจุบัน)



ภาพที่ ๔ - ๗๓ แสดงการขึ้นด้ายเพื่อทอตีนผ้าขึ้น



ภาพที่ ๔ - ๗๔ แสดงก๊ี่ทอตีนขึ้นลายแดงไหม



ภาพที่ ๔ - ๗๕ แสดงการทอตีนชิ้นลายแดงโม



ภาพที่ ๔ - ๗๖ แสดงการทอตีนชิ้นลายแดงโม



ภาพที่ ๔ - ๓๗ แสดงการวัดระยะห่างผ้าชิ้นลายแดงโม

(๕) การเย็บปักและปะของชาวไทยทรงดำ

การเย็บปักและปะของชาวไทยทรงดำ เรียกว่า การทำเอื้อแส่ว คำว่า เอื้อ คือการปักสอดเส้นด้ายให้เป็นลวดลายต่างๆ แส่ว คือ สร้อยดำ การทำอีกแบบหนึ่งเป็นการเย็บดอก รวมแล้วเรียกว่า เอื้อแส่ว ดังนั้นลวดลายของไทยทรงดำจึงมีชื่อเอื้อนำหน้าเช่น เอื้อแกนแดง เอื้อตาหลวง หรือเอื้อตานกแก้ว เอื้อลายตีนจิ้งจก ลวดลายต่างๆ เหล่านี้หาดูไม่ได้แล้ว และคนปัจจุบันเองก็ไม่รู้จัก ชาวไทยทรงดำในสมัยก่อนมีการเย็บปักตั้งแต่เริ่มเป็นสาว จะหัดลงขวง เป็นโอกาสให้หนุ่มสาวรู้จักเรียนรู้วิธีหาคู่ครอง ส่วนลวดลายต่างๆ คนอายุ ๕๐ ปี ขึ้นไปจะทำขณะนั่งเลี้ยงวัวควายจึงทำให้มีสุขภาพจิตที่ดี

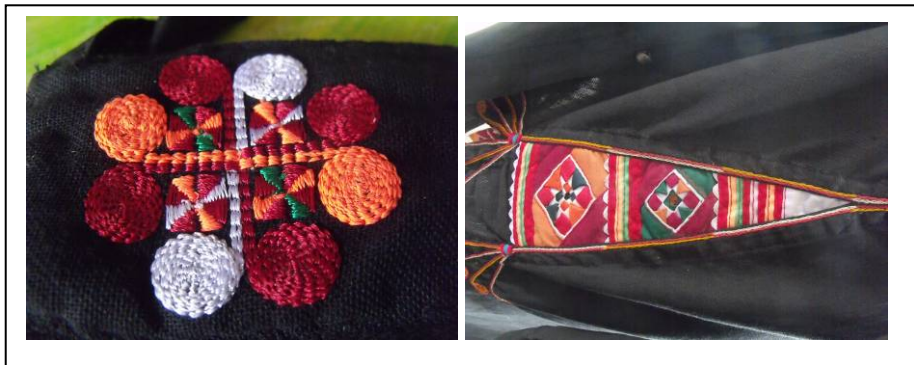
การปักปะลวดลายต่างๆ นั้น ใช้ลวดลายเดิมแต่วัสดุจะเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมแต่ละท้องถิ่น ลวดลายเดิมมีรูปแบบเรขาคณิต โดยมีวิธีการทำเริ่มจากการตัดเวิร์คกระจกติดกับผ้า บางท้องถิ่นจะใช้เลื่อมแทนแต่ราคาจะลดลง ลวดลายที่เป็นพื้นฐานคือ ลายดอกพรม จากนั้นตัดผ้าเป็นรูปทรงเรขาคณิต เช่น เป็นรูปสามเหลี่ยม รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส และรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า โดยใช้ผ้าไหมหรือผ้าฝ้าย ๔ สี คือ สีแดง สีส้ม สีเขียว และสีขาว ในการจัดวางให้เกิดลายดอกลักษณะต่างๆ แตกต่างกันไปอีก เช่น ลายดอกบัวขาแก้ว (เบาะบัวขาแก้ว) ลายดอกงา ลายหัวแมงดา ลายดอกแปด ลายดอกตะวัน ลายกลีบมะเฟือง ลายดอกมะลิซ้อน ลายดอกจัน ชาวไทยทรงดำจะนำดอกแต่ละดอกมาประกอบทำหน้าหมอน “หมอนลาว” คือ หมอนลูกสี่เหลี่ยมผืนผ้าเรียกว่าหมอนตะพาน้ำ นอกจากนี้ยังใช้ลายต้นในการทำขอบที่นอนเรียกว่าขอบพุกและทำขอบผ้าหยัน (มุ้งดำ) เพื่อใช้ในพิธีแต่งงาน โดยฝ่ายเจ้าสาวจะต้องทำให้เสร็จภายในวันเดียว และใช้ตกแต่งเสื้อฮิชายและเสื้อฮิหญิง



ภาพที่ ๔ - ๗๘ แสดงการใช้ผ้าปะลวดลายต่างๆ



ภาพที่ ๔ - ๗๙ แสดงการปะผ้าเป็นลวดลายทั้งด้านหน้าและหลัง



ภาพที่ ๔ - ๘๐ แสดงการปักและปะผ้าเป็นลวดลายเพื่อประดับตกแต่ง

๕. การสืบทอดภูมิปัญญาผ้าทอมือไทยทรงดำ

การสืบทอดภูมิปัญญาทอผ้านี้มี การถ่ายทอดความรู้จากแม่ไปยังลูกสาว ลูกสะใภ้ จนถึงหลานสาว ซึ่งเป็นการสืบทอดทางเครือญาติ โดยมีวิธีการถ่ายทอดความรู้อย่างไม่เป็นทางการ เช่น การทำให้ดูเป็นแบบอย่าง ซึ่งลูกสาว หลานสาว จะเห็นแม่หรือย่า ยาย ทอผ้ามาตั้งแต่เด็กๆ เกิดการเรียนรู้และซึมซับมาเรื่อยๆ แล้วจดจำ นำมาทดลองทอผ้า และการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ภายในหมู่บ้าน ต่อมาในยุคปัจจุบันได้มีแนวคิดในการอนุรักษ์งานทอผ้าบ้านดอนทอง โดย กำนันสังวล

ทองยอดเกรียง ได้จัดตั้งกลุ่มทอผ้ามือไทยทรงดำขึ้นได้รับการสนับสนุนจากกรมพัฒนาชุมชนทำการถ่ายทอดความรู้ให้กับเยาวชนในหมู่บ้านและผู้ที่สนใจทุกวันเสาร์และอาทิตย์



ภาพที่ ๔ - ๘๑ แสดงกลุ่มหัตถกรรมผ้าทอมือไทยทรงดำบ้านดอนทอง

ส่วนบ้านไผ่หูช้างก็มีการจัดตั้งกลุ่มหัตถกรรมทอผ้าขึ้นโดยแจกกี้ให้กับบ้านที่สนใจในการถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานภายในครอบครัว และมีการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของชาวไทยทรงดำ มีการทำหลักสูตรท้องถิ่นโดย อาจารย์ปิยะวรรณ สุขเกษม โรงเรียนบ้านไผ่หูช้าง มีการสอดแทรกให้นักเรียนได้เรียนรู้เกี่ยวกับงานหัตถกรรมของชาวไทยทรงดำ



ภาพที่ ๔ - ๘๒ แสดงพิพิธภัณฑ์ไทยทรงดำไผ่หูช้าง



ภาพที่ ๔ - ๘๓ เยาวชนในหมู่บ้านเรียนรู้การทอผ้า



ภาพที่ ๔ - ๘๔ แสดงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือไทยทรงดำ

“ยายได้เรียนรู้และสืบทอดการทอผ้ามาจากพ่อแม่ ลูกผู้หญิงต้องทอผ้าเป็น เดียวนี้ยายก็ยังทอผ้าอยู่ทอเองเย็บเอง ทั้งที่ลูกหลานไม่อยากจะเย็บผ้าแล้วแต่ยายชอบอยู่ว่างๆ ทำแล้วเพลินดี” (นางชูศรี แป้นโก๋, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“การที่เราได้เข้ามารวมตัวกันในกลุ่มทอผ้า ทำให้เราได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ดีกว่าอยู่บ้านเฉยๆ ได้มีรายได้ด้วย ทอผ้าเป็นเพราะเคยเห็นแม่ทอมาตั้งแต่เด็กๆ แล้ว” (นางนิ่ม ทองคงหาญ, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“ผมเป็นลูกผู้ชายเห็นแม่และป้าทอผ้ามาตั้งแต่เด็กๆ ก็อยากทอบ้างเลยให้แม่สอนพอมีเวลาว่างก็จะมาช่วยแม่ทอผ้า

อยากอนุรักษ์การทอผ้าให้อยู่ต่อไป” (นายกิตติพันธ์ ทองคงหาญ, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

“ป่าเป็นสมาชิกกลุ่มทอผ้านี้ เพราะประธานกลุ่มเห็นว่า อยู่ว่างๆ จึงชักชวนให้เข้าร่วมกลุ่มทอผ้าด้วย พัฒนาชุมชนได้มา ฝึกเรื่องการมัดหมี่ให้ แต่ก่อนความรู้ด้านการทอผ้าจะอยู่ติดตัวกับ หญิงโชน้อยอยู่แล้ว พ่อแม่จะเป็นคนสอนให้ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มต้อง ทอกันเองในครอบครัว ทำเก็บให้ลูกหลานบ้าง เหลือก็นำไปขาย ส่วนใหญ่จะขายให้กับคนโชน้อยด้วยตัวเอง ออกขายตามงาน ประจำปีบ้าง หรือประธานแจกงานมาให้ ทอตามออร์เดอร์ที่สั่ง เป็นรายได้พิเศษให้กับครอบครัว” (นางสุทัศน์ ทองดอนน้อย, ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

การเรียนรู้การทอผ้าไทยทรงดำนี้ เป็นการเรียนรู้ผ่านครอบครัว ผู้อาวุโส และผู้นำ ด้วยการ ทำให้ดูเป็นแบบอย่าง การบอกเล่า ทำให้ลูกหลานเกิดประสบการณ์โดยตรงในการเรียนรู้ นอกจากนี้ ยังมีการรวมกลุ่มผ้าทอไทยทรงดำโดยผู้นำของชุมชนและปราชญ์ชาวบ้านซึ่งมีความรู้ภูมิปัญญาการ ทอผ้าเป็นผู้ถ่ายทอดให้กับคนรุ่นหลังได้ร่วมกันอนุรักษ์ผ้าทอไทยทรงดำให้อยู่คู่กับสังคมตลอดไป

ตอนที่ ๒ การศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ

๒.๑ ความหมายของการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการค้นคว้า คิดออกแบบ แก้ไข และปรับปรุงเพื่อให้ ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น

การออกแบบ หมายถึง การปรับปรุงแบบ ผลงานหรือสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสม มีความแปลกใหม่เพิ่มขึ้น เช่น การปรับปรุงรูปแบบใหม่กว่าเดิม ให้สวยกว่าเดิม แปลกกว่าเดิม ทั้งนี้ ยังคงมีความเหมาะสมและความสะดวกในการใช้งานเหมือนเดิมหรือดีกว่าเดิม

ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์กับการออกแบบผลิตภัณฑ์จะดำเนินการควบคู่กันไป เป็นการ พยายามค้นหาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หาวิธีแก้ไขหรือคำตอบใหม่ๆ สำหรับปัญหาต่างๆ ที่ต้องอาศัย วิทยาการที่ก้าวหน้า กรรมวิธีการผลิต การเลือกใช้วัสดุและหลักในการออกแบบ เข้าใจการวิเคราะห์ ปัญหา การคิดออกแบบสร้างสรรค์ และการแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์

๒.๒ ประเภทของผลิตภัณฑ์ใหม่

ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) หมายถึง การเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่แบบริเริ่มสร้างสรรค์ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมของธุรกิจให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น หรือเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจที่มีลักษณะเหมือนผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ ๓ ลักษณะคือ (นิริช, ๒๕๔๘)

๑) ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Innovation Product) หมายถึง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นครั้งแรกที่ยังไม่มีมาก่อนในตลาด

๒) ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับปรุงในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอีกครั้ง

๓) ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Me – too Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจ ซึ่งเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดอยู่แล้ว

๒.๓ แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

ในลักษณะความหมายของคำว่า ออกแบบผลิตภัณฑ์จะมีอยู่ ๒ ส่วน คือ ส่วนของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับส่วนของการปรับปรุงหรือพัฒนาจากของเดิม การที่จะได้มาซึ่งรูปทรงของผลิตภัณฑ์ในส่วนหนึ่งก็จะได้แนวความคิดมาจากแบบเดิมแล้วนำมาพัฒนาให้เข้ากับบทบาทของสังคมยุคใหม่และค่านิยมในการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยแบบของผลิตภัณฑ์จะแบ่งออกเป็น ๕ แบบดังนี้

๑) แบบโบราณ คือ การออกแบบโดยยึดแบบของเดิมที่มีมาตั้งแต่รุ่นเก่าหรือโบราณ จุดประสงค์ก็อาจจะมุ่งกลุ่มเป้าหมายไปที่กลุ่มอนุรักษ์นิยม หรือใช้ประกอบตกแต่งสภาพแวดล้อมให้มีความสัมพันธ์เข้ากันได้ เช่น เครื่องเรือน กรอบกระจก โทรศัพท์ เป็นต้น ที่มีการผลิตขึ้นมาใหม่ แต่ยังคงยึดแบบอย่างโบราณ ก็เพื่อตกแต่งภายในบ้านให้มีลักษณะการตกแต่งห้องแบบโบราณเพื่อให้เกิดความกลมกลืนกัน

๒) แบบอมตะ คือ การออกแบบที่ยึดความพอดีระหว่างความเก่ากับความล้ำยุค รูปร่างดูแล้วไม่เก่าและไม่ใหม่เหมาะสมกับทุกยุค โดยดูแล้วไม่ล้าสมัย การออกแบบลักษณะนี้จะต้องพิจารณาเวลาเป็นสำคัญ ออกแบบไม่ให้ดูล้ำยุคหรือหือหาวมากในยุคนั้น เพราะเมื่อเวลาเปลี่ยนไปก็จะเป็นที่นิยมหรือล้าสมัยได้เร็ว

๓) แบบร่วมสมัย คือ การออกแบบที่ประสานกันระหว่างความล้ำสมัยหรือแบบเก่าผสมกันกับแบบที่ทันสมัย คือ ใช้ ๒ ยุคสมัยนี้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน ถือว่าเป็นงานสมัยใหม่หรืองานปัจจุบัน ลักษณะของเก่าที่นำมาอาจจะเป็นวัสดุ วิธีผลิต หรือรูปแบบดังนี้

- วัสดุ เช่น นำผ้าทอโบราณมาออกแบบตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสมัยปัจจุบัน
- วิธีผลิต เช่น เครื่องปั้นดินเผา หรืองานหวาย นำมาออกแบบรูปทรงที่ทันสมัยเข้ากับปัจจุบัน
- รูปแบบ เช่น ยึดรูปทรงแบบเก่ามาประยุกต์ใช้กับวัสดุสังเคราะห์สมัยใหม่

๔) แบบทันสมัย คือ การออกแบบที่เข้ากันกับยุคสมัยนั้นๆ โดยค่อนข้างเป็นไปในลักษณะของสมัยปัจจุบัน ดูทันสมัยหรือตามสมัยนิยม แบบจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามความต้องการของตลาดและค่านิยมของยุคนั้น ซึ่งเมื่อเลยยุคสมัยหรือความนิยมไปแล้ว แบบจะดูล้าสมัย ผลิตภัณฑ์ที่นิยมออกแบบลักษณะนี้ ส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์อุปโภคสำหรับคนทั่วไป เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน หรือผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น

๕) แบบล้ำยุค คือ การออกแบบในลักษณะเป็นความก้าวหน้าของรูปแบบหรือวัสดุออกแบบเพื่ออนาคตข้างหน้า โดยพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าจะเป็นไปได้สำหรับอนาคต รูปแบบอาจจะหนีความจำเจ ความเคยชินต่อสายตาในยุคใหม่ขึ้นไป ซึ่งบุคคลในยุคนี้อาจจะยังไม่เคยชินและดูไม่ออกกว่าเป็นรูปทรงใด หรือผลิตภัณฑ์อะไร

เรื่องของลักษณะแบบของผลิตภัณฑ์ทั้ง ๕ แบบนี้ มิใช่แบบใดแบบหนึ่งเหมาะสมหรือแบบใดแบบหนึ่งไม่ดี ไม่เหมาะสม การที่นักออกแบบจะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นลักษณะแบบใดนั้นก็ย่อมจะต้องศึกษาปัจจัยต่างๆ ประกอบมากมาย เช่น ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมาย ค่านิยม การดำรงชีพในสังคม และการตลาดสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เป็นต้น

๒.๔ แนวทางการออกแบบที่ดี

การออกแบบที่ดีนั้นต้องมีหลักเกณฑ์ในการยึดถือปฏิบัติที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับนักออกแบบ ซึ่งพอที่จะแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้คือ (สาคร, ๒๕๒๘)

๑) หน้าที่ของการนำไปใช้ (Function) เป็นสิ่งแรกที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง เพราะของแต่ละอย่างมีหน้าที่ใช้สอยไม่เหมือนกัน การออกแบบต้องออกแบบให้เหมาะสมและถูกต้องมากที่สุด

๒) การประหยัด (Economy) หมายถึง การประหยัดวัสดุและเงินทองที่จะนำมาลงทุนด้วยสิ่งต่างๆ ที่มีคุณภาพ ดีเลิศขนาดไหนก็ตาม ถ้าราคาในการผลิตสูงแล้ว ไม่ถือเป็นการออกแบบที่ถูกต้อง นอกจากจะมีราคาสูงแล้ว แบบที่ออกไปนั้นก็ควรเป็นแบบที่ง่ายและเหมาะสม

๓) ความทนทาน (Durability) การออกแบบที่ดีนั้นนอกจากจะประหยัดแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความทนทานด้วย ถ้าขาดความทนทานแล้วคุณค่าของสิ่งนั้นก็จะต้องลงไป

๔) วัสดุ (Material) การเลือกวัสดุต่างๆ ที่นำมาใช้งานนั้น นอกจากจะประหยัดแล้วยังต้องเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ความคงทนถาวร

๕) โครงสร้าง (Construction) โครงสร้างของสิ่งต่างๆ ไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้ออกแบบจะต้องศึกษาโครงสร้างโดยธรรมชาติของสิ่งเหล่านั้นให้เข้าใจเป็นอย่างดี

๖) ความสวยงาม (Beauty) โดยการออกแบบนั้นควรจะต้องมีความสวยงาม เพราะจะช่วยดึงดูดความสนใจ อีกทั้งทุกคนก็มักชอบความสวยงามอยู่แล้ว

๗) ลักษณะเด่นพิเศษเฉพาะอย่าง (Personality) โดยจะต้องมีจุดดีของแต่ละสิ่งออกมาอย่างเด่นชัด จึงจะถือว่าการออกแบบที่สมบูรณ์

๒.๕ หลักในการคิดพัฒนา แก้ไข รูปทรงผลิตภัณฑ์

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างไปจากเดิมนั้นต้องอาศัยวิธีการต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจ ดังนี้ (สกนธ์, ๒๕๔๕)

๑) การลดส่วน หมายถึง การตัดออกหรือการย่อส่วน เช่น การตัดส่วนที่ไม่จำเป็นออก การย่อส่วนให้เล็กลง และการกระชับลงไปกว่าเดิม เป็นต้น

๒) การขยายส่วน หมายถึง การเพิ่มเติมส่วนใหม่ เข้าแทนของเดิม เช่น เพิ่มประโยชน์ใช้สอย ทางอ้อม เพิ่มความสูง ความยาว ความหนา ความแข็งแรง เป็นต้น

๓) การเปลี่ยนแปลง หมายถึง การดัดแปลงแก้ไขบางส่วน อาจเป็นส่วนที่เล็กน้อยจากของเดิม เช่น เปลี่ยนสี เปลี่ยนทรง เปลี่ยนเสียง เป็นต้น

๔) การจัดส่วนประกอบใหม่ หมายถึง การจัดส่วนประกอบให้ดูแปลกใหม่ไปจากเดิม โดยอาจจัดหรือสลับที่ทางใหม่รวมถึงจังหวะช่องไฟ และองค์ประกอบต่างๆ เป็นต้น

๕) การกลับไปในทางตรงกันข้าม หมายถึง การกลับตำแหน่งทิศทางหรือเรื่องราวที่จากเดิมเคยมีอยู่ให้เป็นไปในทางตรงกันข้าม เช่น ดำเป็นขาว เหลี่ยมเป็นมนโค้ง ยาวเป็นสั้น เป็นต้น

๖) การรวมกัน หมายถึง การรวมหรือผสมที่ละม้ายคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกันเข้าไว้ด้วยกัน คือ การรวมประโยชน์ใช้สอยเข้าด้วยกัน

๗) การแทนที่ใหม่ หมายถึง การทดแทนด้วยสิ่งใหม่เป็นส่วนใหญ่ เป็นลักษณะการเปลี่ยนแปลงรูปโฉมหรือสิ่งอื่นๆ ใช้วัสดุใหม่ พลังงานใหม่ เปลี่ยนส่วนประกอบ เปลี่ยนระบบการทำงานใหม่

หลักในการคิดพัฒนาแก้ไขรูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง ๗ ข้อที่กล่าวมานี้ นักออกแบบสามารถนำมาใช้พัฒนารูปแบบและส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ โดยอาจใช้หลักการข้อใดข้อหนึ่งหรือผสมผสานกันหลายข้อ แล้วแต่ความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์

๒.๖ หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่ดีย่อมเกิดมาจากการออกแบบที่ดี ในการออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผ้า นักออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกณฑ์ในการกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดี ควรจะมีองค์ประกอบใด แล้วใช้ความคิดสร้างสรรค์โดยใช้หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ (ธีระชัย, ๒๕๔๔)

๑) หน้าที่ใช้สอย เป็นสิ่งที่นักออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงเป็นสิ่งแรก เพื่อให้การออกแบบเป็นไปตามวัตถุประสงค์การใช้งานของผลิตภัณฑ์การใช้งานของผลิตภัณฑ์ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สินค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด สร้างความพึงพอใจทั้งทางกายและทางใจ ก็จะต้องว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีประโยชน์ใช้สอยที่ดี (High Function) แต่หากผลิตภัณฑ์ใดไม่สามารถสนองให้เกิด

ความพึงพอใจจะถือว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีประโยชน์ใช้สอยไม่ค่อยดี (Low Function) (นวนน้อย, ๒๕๔๒) อธิบายถึงประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งได้ ๒ กลุ่มดังนี้

๑.๑) ประโยชน์ใช้สอยด้านจิตใจ (Psychological Function) ผลิตภัณฑ์เมื่อ ออกแบบมาแล้วสามารถใช้งานได้ส่วนหนึ่งแต่ยังมีประโยชน์ใช้สอยทางด้านจิตใจ สร้างให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้ใช้ เช่น มีเอกลักษณ์สะดุดตาน่าสนใจ มีราคาแพงกว่าราคาที่ตั้งไว้ และดูดีมีระดับ เป็นสัญลักษณ์แสดงภาพพจน์ของความเป็นฐานะ

๑.๒) ประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพ (Practical Function) เป็นประโยชน์ใช้สอย โดยตรงต่อผู้ใช้ สามารถจับต้องใช้งานได้ตามที่กำหนดไว้ เช่น แก้วสำหรับนั่งรับแขกก็จะมีรูปร่างและ บทบาทแตกต่างจากการออกแบบแก้วสำหรับนั่งรับประทานอาหาร เพราะพฤติกรรมของกิจกรรมมีความแตกต่างกัน

๒) ความปลอดภัย สิ่งที่อำนวยความสะดวกได้มากเพียงใด ย่อมจะมีโทษเพียงนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสะดวกต่างๆ มักจะเกิดจากเครื่องจักรกลและเครื่องใช้ไฟฟ้า การออกแบบควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ต้องแสดงเครื่องหมายไว้ให้ชัดเจนหรือมีคำอธิบายไว้ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กต้องคำนึงถึงวัสดุที่เป็นพิษเวลาเด็กเอาเข้าปาก กัด หรืออม นักร้องออกแบบจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้สำคัญ

๓) ความแข็งแรง ผลิตภัณฑ์จะต้องมีความแข็งแรงในตัวผลิตภัณฑ์หรือโครงสร้าง เป็นความเหมาะสมในการที่นักออกแบบรู้จักใช้คุณสมบัติของวัสดุและจำนวน หรือปริมาณของโครงสร้าง ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการรับน้ำหนัก เช่น โต๊ะ แก้ว ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก อีกทั้งต้องไม่ทิ้งเรื่องของความงามทางศิลปะ เพราะมีปัญหาว่าถ้าใช้โครงสร้างให้มากเพื่อความแข็งแรง จะเกิดสวนทางกับความงาม นักออกแบบจะต้องเป็นผู้ตั้งเอาสองสิ่งนี้เข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ ส่วนความแข็งแรงของตัวผลิตภัณฑ์เองนั้นก็ขึ้นอยู่กับที่การออกแบบรูปร่างและการเลือกใช้วัสดุ และประกอบกับการศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ว่า ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต้องรับน้ำหนักหรือกระทบกระแทกอะไรหรือไม่ในขณะที่ใช้งาน ก็คงต้องทดลองประกอบการออกแบบไปด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ความแข็งแรงของโครงสร้างหรือตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้วยังต้องคำนึงถึงความประหยัดควบคู่กันไปด้วย

๔) ความสะดวกสบายในการใช้ นักออกแบบต้องศึกษาวิชากายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับสัดส่วนขนาด และขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายของมนุษย์ทุกเพศทุกวัย ซึ่งประกอบด้วยความรู้ทางด้านขนาดสัดส่วนมนุษย์ ด้านสรีรศาสตร์ ทำให้ทราบขีดจำกัดความสามารถของอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายมนุษย์ เพื่อใช้ประกอบการออกแบบส่วนโค้ง ส่วนเว้า ส่วนตรง ส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อย่างพอเหมาะกับการใช้งานหรืออวัยวะของมนุษย์ที่ใช้ ก็จะเกิดความสะดวกสบายในการใช้

๕) ความสวยงาม ผลิตภัณฑ์ในยุคปัจจุบันนี้ ความสวยงามนับว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหน้าที่ใช้สอย ความสวยงามจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเพราะประทับใจ ส่วนหน้าที่ใช้

สอยจะดีหรือไม่ต้องใช้เวลาอีกกระยะหนึ่งคือใช้ไปเรื่อยๆ ก็เกิดข้อบกพร่องในหน้าที่ใช้สอยให้เห็น ภายหลัง ผลิตภัณฑ์บางอย่างความสวยงามก็คือหน้าที่ใช้สอยนั่นเอง เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ของ โข่วตกแต่งต่างๆ ซึ่งผู้ซื้อเกิดความประทับใจในความสวยงามของผลิตภัณฑ์ ความสวยงามจะเกิดมาจากสองสิ่งด้วยกันก็คือ รูปร่าง และสี การกำหนดรูปร่าง สีได้ตามความนึกคิดของนักออกแบบที่ ต้องการ แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะศิลปะอุตสาหกรรมจะทำตามความชอบ ความรู้สึก นึกคิดของนักออกแบบแต่เพียงผู้เดียวไม่ได้ จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานรูปร่างและ สีสันทให้เหมาะสม ด้วยเหตุของความสำคัญของรูปร่างและสีที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ นักออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษาวិชาทาฤษฎีหรือหลักการออกแบบและวิชาทฤษฎีสี ซึ่งเป็นวิชาทางด้านศิลปะ แล้วนำมาประยุกต์ผสมใช้ศิลปะทางด้านอุตสาหกรรมให้เกิดความกลมกลืน

๖) ราคา ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาขายนั้นย่อมต้องมีข้อมูลด้านผู้บริโภคและกาตลาดที่ได้ คั้นคว้าและสำรวจแล้ว ผลิตภัณฑ์ย่อมจะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นคนกลุ่มใด อาชีพฐานะเป็นอย่างไร มีความต้องการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นี้เพียงใด นักออกแบบก็จะเป็นผู้ กำหนดแบบผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมกับผู้ซื้อ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับที่การเลือกใช้ชนิดหรือเกรดของวัสดุ และเลือกวิธีการผลิตที่ง่ายรวดเร็ว เหมาะสม อย่างไรก็ตามถ้าประมาณการออกมาแล้วปรากฏว่าราคา ค่อนข้างจะสูงกว่าที่กำหนดไว้ ก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่ แต่ก็ยังต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น เรียกว่าเป็นวิธีการลดค่าใช้จ่าย

๗) การซ่อมแซม การออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงการใช้งานแล้ว สิ่งก็ตามมาก็คือ การ บำรุงรักษาเพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ อยู่ได้นานต่อไป การเลือกวัสดุที่เหมาะสมในการใช้งานก็เป็นวิธีหนึ่ง ในการต่ออายุการใช้งาน การเย็บประกอบต้องง่ายต่อการเปลี่ยนหรือซ่อมแซม

๘) วัสดุ การเลือกวัสดุมาใช้ในการออกแบบจะต้องใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์ ของการใช้งาน นักออกแบบจึงต้องศึกษาเรื่องวัสดุและวิธีการผลิตให้ลึกซึ้ง เช่น ความใส ทนความร้อน ผิวมันวาว ทนกรดต่างได้ดี ไม่ลื่น วัสดุที่ดูนุ่มไม่ระคายเคืองต่อผิว ทำให้รู้สึกสบาย ดูแลรักษาง่าย รวดเร็วในการผลิต ก็ต้องเลือกวัสดุให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

๒.๗ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ดี

ปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณสมบัติ ครบถ้วน ตามวัตถุประสงค์มีดังนี้ (ธีระชัย, ๒๕๔๔)

๑) ความแปลกใหม่ในผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำ มีการ นำเสนอความแปลกใหม่ด้านต่างๆ เช่น ประโยชน์ใช้สอย รูปแบบ

๒) มีที่มา ผลิตภัณฑ์ควรมีประวัติหรือมีที่มาที่สามารถเล่าเรื่องได้ ไม่ว่าจะ เป็นต้นกำเนิด ความคิดรวบยอดของการออกแบบเพื่อให้ผู้บริโภคทราบเรื่องราวของผลิตภัณฑ์นั้น

๓) ระยะเวลาเหมาะสม การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดควรมีความเหมาะสมตามฤดูกาล ความ จำเป็น หรือเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้นๆ

๔) ราคาเหมาะสม ราคาขายควรเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาดที่ผลิตภณัฒ์นั้น ส่งไปขาย ซึ่งต้องอาศัยการศึกษาวิจัยกลุ่มผู้บริโภคให้ได้ข้อมูลมาก่อนที่จะเริ่มทำการออกแบบและผลิต

๕) มีข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลข่าวสารของตัวผลิตภณัฒ์ควรจะสื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบและเข้าใจ อย่างถูกต้องในด้านของการใช้งาน ประโยชน์ใช้สอย ผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนของการเสนอขาย ผลิตภณัฒ์ทุกระดับต้องมีความรู้เรื่องผลิตภณัฒ์นั้นอย่างละเอียด เพื่อการถ่ายทอดข้อมูลของผลิตภณัฒ์ไปยังผู้ซื้อได้ถูกต้อง เพื่อการสร้าง ความเข้าใจในผลิตภณัฒ์และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผลิตภณัฒ์นั้นอีกด้วย

๖) เป็นที่ยอมรับ ผลิตภณัฒ์ควรเป็นที่ยอมรับของสังคมหรือชุมชนทุกระดับที่เป็นกลุ่มสังคมเป้าหมายของผลิตภณัฒ์ ไม่เป็นสิ่งที่ทำให้เสื่อมเสียหรือขัดต่อขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายนั้น

๗) มีอายุการใช้งาน ผลิตภณัฒ์ควรมีความแข็งแรง คงทนต่อสภาพการใช้งาน เหมาะสมกับระยะเวลา หรือมีอายุใช้งานที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภณัฒ์หรือราคาที่กำหนด

๒.๘ ปัญหาของการพัฒนาผลิตภณัฒ์ชุมชนประเภทผ้าฝืนและผลิตภณัฒ์ผ้า

การพัฒนาผลิตภณัฒ์ชุมชนประเภทผ้าฝืนและผลิตภณัฒ์ผ้าพบว่ามีปัญหาหลายด้าน ได้แก่ วัตถุดิบ คุณภาพ และมาตรฐานของผลิตภณัฒ์ การออกแบบและพัฒนา รูปแบบผลิตภณัฒ์ การบริหารจัดการและการตลาด การวิจัยและพัฒนา องค์ความรู้และนวัตกรรม และการถ่ายทอดเทคโนโลยีการฝึกอบรม ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภณัฒ์ชุมชนประเภทผ้าฝืนและผลิตภณัฒ์ผ้า จำเป็นต้องศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไข ดังต่อไปนี้ (สิริพิชญ์, ๒๕๕๑)

๑) ปัญหาด้านวัตถุดิบ

ปัญหาด้านวัตถุดิบที่สำคัญคือ การเลือกใช้และการขาดแคลนวัตถุดิบ วัตถุดิบมีราคาสูง เพราะต้องซื้อวัตถุดิบจากแหล่งอื่น โดยเฉพาะใยฝ้ายสำหรับผ้าทอพื้นบ้าน ส่วนใหญ่ต้องซื้อจากต่างประเทศ ไม่ได้นำวัตถุดิบจากท้องถิ่นมาใช้ ผ้าฝืนหรือผลิตภณัฒ์ผ้าขาดความหลากหลายของชนิดเส้นใยธรรมชาติ ส่วนใหญ่ใช้เพียงเส้นใยจากฝ้ายและไหม นอกจากนี้ชาวบ้านหลายกลุ่มยังต้องซื้อวัตถุดิบจากพ่อค้าคนกลาง ซึ่งได้ทำต่อๆ กันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย จึงไม่มีความรู้ว่าจะซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพหรือไม่ และยังเป็นสาเหตุประการหนึ่งที่ชาวบ้านถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางที่ขายเส้นไหมหรือเส้นด้ายที่มีราคาถูกแต่ไม่ได้คุณภาพตามที่ต้องการ บางครั้งซื้อเส้นด้ายที่มีส่วนผสมของเส้นใยสังเคราะห์ผสมอยู่ด้วย หรือมีคุณภาพดีแต่ราคาแพง ทำให้ต้นทุนของผ้าทอสูงขึ้น เป็นปัญหาที่กลุ่มชาวบ้านที่ทอผ้าส่วนใหญ่หลีกเลี่ยงไม่ได้

ปัญหาอีกประการหนึ่งคือ วัตถุดิบที่ให้สีและการย้อมผ้า ทั้งการย้อมด้วยสีสังเคราะห์ (เคมี) และย้อมด้วยสีธรรมชาติ มีปัญหาย้อมสีสังเคราะห์หรือที่เรียกว่าสีเคมีแล้วสีตก สีไม่ติดบนผ้า ถ้าใช้สีธรรมชาติพืชที่ให้สีย้อมเริ่มมีจำกัด ไม่มีการอนุรักษ์และส่งเสริมการปลูกเพื่อธุรกิจ อีกทั้งเทคนิคการ

ย่อมสี่ธรรมชาตียังมีปัญหาเรื่องการติดสี สีธรรมชาติไม่ทนต่อการซักและแสงแดด เมื่อใช้ไปนานๆ สีจะซีดจางลง

สำหรับผู้ผลิตสินค้า OTOP ประเภทผ้าจึงต้องอาศัยตลาดกลางเพื่อให้ผู้ผลิตมีวัตถุดิบที่มีคุณภาพ นำมาใช้กับสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่ดี เป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น ทั้งนี้กลุ่มผู้ทอผ้าหรือผู้ผลิตจำเป็นต้องหาข้อมูลเพื่อเลือกซื้อและคัดเลือกวัตถุดิบจากแหล่งผู้ผลิตที่มีคุณภาพ ไม่หลอกลวง และต้องหาความรู้เพิ่มเติม เช่น ข้อมูลเรื่องเส้นใยและเส้นด้ายจากฝ่ายและไหม การทดสอบเส้นใยแบบง่ายๆ เป็นต้น นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิตให้มีตลาดกลางของแหล่งวัตถุดิบ มีการตั้งราคากลางของวัตถุดิบ และป้องกันการเอารัดเอาเปรียบจากผู้ผลิตหรือตัวแทนผู้ขายส่งวัตถุดิบไม่ให้มีราคาแพง หรือมีการตัดราคากัน

๒) ปัญหาด้านคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

คุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาสินค้าให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค หากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ดี เช่น การทอไม่สม่ำเสมอ สีของผืนผ้าไม่สม่ำเสมอ สีตก ฯลฯ ทำให้ผู้บริโภคไม่เชื่อถือผ้าผืนและผลิตภัณฑ์ผ้า

กลุ่มผู้ผลิตจึงควรพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับ ๕ ดาว เพื่อขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้ผลิตภัณฑ์จัดอยู่ในระดับ ๕ ดาว OTOP แต่ถ้าคุณภาพของสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าผืนและผลิตภัณฑ์ผ้ายังไม่ดีจุดเด่น ไม่น่าสนใจ หรือใช้วัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพเหมาะสมจากแหล่งอื่น รวมทั้งมีการลอกเลียนรูปแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มที่ได้มาตรฐานชุมชน ๕ ดาว และกระบวนการผลิตไม่คำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก็จะเป็นปัญหาที่ผู้ผลิตจะต้องหาแนวทางแก้ไขและพัฒนาให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด เป็นที่ต้องการและยอมรับจากผู้บริโภค

๓) ปัญหาการออกแบบและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์

ปัญหาที่พบคือ ขาดการออกแบบและพัฒนาารูปแบบให้เป็นที่ยอมรับ หรือไม่มีการออกแบบตามความต้องการของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าผืนและผลิตภัณฑ์ผ้ามีรูปแบบตามที่ทำกันต่อๆ มาจากบรรพบุรุษ หรือทำตามความคิดของตนเอง ไม่มีการพัฒนาหรือปรับปรุงรูปแบบให้เป็นที่ต้องการของตลาดผู้บริโภค

นอกจากนี้การพัฒนาารูปแบบก็เป็นไปในทางที่ไม่ถูกต้อง ละทิ้งเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น เห็นว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าผืนและผลิตภัณฑ์ผ้าของหมู่บ้านอื่นสวยกว่า ขายเป็นดีกว่า ก็ทำตามกัน สินค้าหรือผลิตภัณฑ์กลายเป็นการลอกเลียนแบบ ไม่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ทั้งการใช้สีและการออกแบบผลิตภัณฑ์

ดังนั้นผู้ผลิตผ้าผืนจึงควรพัฒนาเรื่องสีของเส้นด้ายที่ใช้ทอผ้าและการใช้สีกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยศึกษาเรื่องโทนสี เลือกใช้สีที่เหมาะสมกับแฟชั่น ฤดูกาล และโอกาสที่ใช้ ควรศึกษาและพัฒนาโครงสร้างการทอลดทอนผ้า และวิธีการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผืนผ้าหรือเครื่องแต่งกาย เช่น การ

ตกแตงลวดลายบนผืนผ้าโดยการปะ การปัก การจัดวางลวดลายที่แสดงถึงเรื่องราวหรือที่มาของผืนผ้า หรือผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

๔) ปัญหาการบริหารจัดการและการตลาด

การบริหารจัดการเป็นปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งที่กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนมักประสบปัญหา เพราะปัจจัยหลักของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนคือ การบริหารจัดการแรงงานที่ใช้ในการผลิต การฝึกฝนทรัพยากรบุคคลให้มีทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่ตรงวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ ประจำกลุ่ม

ผู้ประกอบการและผู้ผลิตมักพบว่า เป็นปัญหาขาดแคลนแรงงานในการผลิตสินค้า โดยเฉพาะแหล่งชุมชนที่อยู่ใกล้กับชุมชนเมือง นอกจากนี้การบริหารจัดการเรื่องความเข้มแข็งของกลุ่มก็เป็นปัญหาสำคัญเช่นกัน ดังเช่นกลุ่มผู้ผลิตชุมชนหลายกลุ่มขาดความเข้มแข็ง ไม่สามารถทำงานร่วมเป็นกลุ่มได้ หรือจะเกิดการรวมกลุ่มกันเมื่อมีการจัดสรรงบประมาณจากราชการให้เท่านั้น นอกนั้นยังเป็นการขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ ขาดเงินทุนหมุนเวียน รวมทั้งปัญหาการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าหรือการตลาดเพื่อการจัดจำหน่าย อาจเป็นการแย่งตลาดระหว่างสินค้าชนิดเดียวกัน ปัญหาการตัดราคาสินค้าชนิดเดียวกัน และขาดความรู้เรื่องการบริหารธุรกิจเพื่อลดต้นทุน ล้วนเป็นผลกระทบต่อผลกำไรคือค่าตอบแทนต่ำกว่าทุนหรือขาดทุนในที่สุด

๕) ปัญหาด้านการวิจัยและพัฒนา

ผู้ประกอบการและผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่สนใจการวิจัยและพัฒนาเท่าที่ควร ทั้งเป็นการศึกษาค้นคว้าโดยใช้กระบวนการศึกษาปัญหาตามกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ มีการตั้งสมมติฐานเพื่อการแก้ปัญหา การศึกษาทดลอง และการสรุปผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลความต้องการของตลาดผู้บริโภค การแก้ปัญหา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าได้อย่างชัดเจนและมีระบบ

เหตุที่ผู้ประกอบการละเลยการศึกษาวิจัยและพัฒนา เนื่องจากกระบวนการวิจัยและพัฒนาเป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องใช้เงินทุนในการทดลองค้นคว้า ประกอบกับผู้ประกอบการและผู้ผลิตยังขาดการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน รวมทั้งไม่มีการวางแผนการผลิตให้ครบวงจรอย่างจริงจัง จึงไม่มีแผนการตลาดและการผลิตที่มีทิศทาง ที่จะทำให้ได้ผลผลิตคุณภาพ

๖) ปัญหาองค์ความรู้และนวัตกรรม

ปัญหาด้านองค์ความรู้และนวัตกรรม เป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญา บางครั้งสูญหายไปกับผู้สูงอายุ ไม่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่ลูกหลาน นอกจากนี้ยังขาดการหาความรู้จากหลักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เช่น ความรู้เรื่องทฤษฎีการใช้สี ความรู้เรื่องแนวโน้มการออกแบบ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในกลุ่มชุมชน

นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องการค้นหาหาข้อมูล หรือการเข้าถึงแหล่งข้อมูล ไม่รู้จักแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ว่าจะค้นหาได้จากที่ใด และยังขาดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่จะให้ความรู้ที่

ถูกต้องแก่ผู้ผลิตในชุมชน จึงทำให้สินค้าที่นำออกมาจำหน่ายไม่ได้คุณภาพตามความต้องการของตลาด

๓) ปัญหาการถ่ายทอดเทคโนโลยีการฝึกอบรม

ปัญหาด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีการฝึกอบรม เกิดขึ้นจากหน่วยงานที่จัดฝึกอบรมเรื่องที่ซ้ำซ้อนกัน การถ่ายทอดและการฝึกอบรมเป็นเรื่องเดียวกันแต่มีสองแนวคิด ทำให้ผู้ผลิตที่เข้าฝึกอบรมสับสนและนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ไม่ได้

นอกจากนี้กระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยียังใช้วิธีการให้ความรู้ด้านเนื้อหามากกว่าการกระตุ้นให้คิดเอง ทำเอง หรือลงมือปฏิบัติ ในขณะเดียวกันลักษณะการส่งเสริมยังไม่ตอบสนองตามความต้องการของผู้ผลิต การฝึกอบรมขาดความต่อเนื่อง และไม่มีการต่อยอดซึ่งกันและกัน

๒.๙ ขั้นตอนการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้า มีขั้นตอนตามลำดับดังนี้ (สิริพิชญ์, ๒๕๕๑)

๑) การสำรวจตลาดผู้บริโภคและความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ ถ้าเป็นผ้าทอมือควรสำรวจกลุ่มชุมชนที่ทอผ้าพื้นเมือง ศึกษาหาจุดเด่นของลวดลายการทอแต่ละท้องถิ่น แล้วนำมาประยุกต์ให้เข้ากับค่านิยมในปัจจุบัน

๒) ศึกษาแหล่งวัตถุดิบที่ได้จากผ้าทอพื้นเมืองในท้องถิ่นต่างๆ อาจจะเป็นเศษผ้าหรือผ้าแถบที่ใช้สำหรับการตกแต่งเฉพาะ และนำมาออกแบบ

๓) กำหนดรูปแบบและขนาดของผลิตภัณฑ์ เช่น กระเป๋า ก่อง กรอบรูป ที่รองแก้ว ที่รองจาน ผ้าคลุมโต๊ะ ผ้า màn เป็นต้น

๔) เตรียมผ้าผืนและเลือกชนิดของผ้าให้เหมาะสมกับชิ้นงาน เช่น ผ้าไหมไว้สำหรับทำก่องใส่เครื่องประดับหรือของมีค่า เพราะผ้าไหมจะมีความมันวาวที่ผิวผ้า มีความสวยงามและมีคุณค่าในตัวเอง ส่วนผ้าฝ้ายทอมือนิยมทำเป็นหมอนหรือผ้ารองจานสำหรับโต๊ะอาหาร การตกแต่งด้วยผ้าฝ้ายช่วยให้ดูไม่น่าเบื่อ มีรสนิยม เป็นต้น นอกจากนั้นควรคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบน่าสนใจ และเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ตอนที่ ๓ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๓.๑ การศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

หลังจากที่คณะผู้วิจัยได้ศึกษาถึงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐม รวมถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำแล้ว คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใน ๕ พื้นที่ โดยใช้แบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น คือ (๑) ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำหรือลาวโซ่ง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี (๒) ชุมชนไทยทรงดำบ้านดอนมะนาว อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี (๓) ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านเขาหัวเงิน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี (๔) ชุมชนไทยทรงดำบ้าน

ดอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม และ (๕) ชุมชนไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้าง จังหวัดนครปฐม โดยเก็บข้อมูลพื้นที่ละ ๓๐ ชุด รวม ๑๕๐ ชุด ได้แบบสอบถามกลับคืนมา ๑๒๓ ชุด คิดเป็นร้อยละ ๘๒.๐๐ ทั้งนี้เพื่อศึกษาถึงชนิดรวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ ว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใดมากที่สุด เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

๓.๑.๑ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ ๔ - ๑ แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = ๑๒๓)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	๕๔	๔๓.๙๐
หญิง	๖๙	๕๖.๑๐
สถานภาพสมรส		
โสด	๓๔	๒๗.๖๐
สมรส	๗๑	๕๗.๗๐
หม้าย/หย่าร้าง	๑๘	๑๔.๖๐
อายุ		
ต่ำกว่า ๒๐ ปี	๓	๒.๔๐
๒๐ - ๒๕ ปี	๑๘	๑๔.๖๐
๒๖ - ๓๐ ปี	๘	๖.๕๐
๓๑ - ๓๕ ปี	๗	๕.๗๐
๓๖ - ๔๐ ปี	๑๖	๑๓.๐๐
๔๑ - ๔๕ ปี	๑๑	๘.๙๐
๔๖ - ๕๐ ปี	๒๐	๑๖.๓๐
๕๑ - ๕๕ ปี	๑๙	๑๕.๔๐
๕๖ - ๖๐ ปี	๘	๖.๕๐
๖๐ ปีขึ้นไป	๑๓	๑๐.๖๐
อาชีพ		
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน	๓	๒.๔๐
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	๑๖	๑๓.๐๐
รับราชการ	๒๕	๒๐.๓๐
รัฐวิสาหกิจ	๖	๔.๙๐
พนักงานบริษัท	๑๔	๑๑.๔๐
ธุรกิจส่วนตัว	๑๙	๑๕.๔๐
อาชีพ (ต่อ)		
เกษตรกรกรรม	๒๒	๑๗.๙๐
ลูกจ้างรัฐ/เอกชน	๙	๗.๓๐
แม่บ้าน	๒	๑.๖๐
รับจ้างทั่วไป	๖	๔.๙๐

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อื่นๆ	๑	๐.๘๐
ระดับการศึกษา		
ป.๑ - ป.๔	๗	๕.๗๐
ประถมศึกษา (ป.๖)	๒	๑.๖๐
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.๓)	๖	๔.๘๐
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.๖)/ปวช.	๒๐	๑๖.๓๐
อนุปริญญา/ปวส.	๔๔	๓๕.๘๐
ปริญญาตรี	๔๑	๓๓.๓๐
ปริญญาโท	๑	๐.๘๐
ปริญญาเอก	๒	๑.๖๐
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท	๖	๔.๘๐
๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท	๓๓	๒๖.๘๐
๑๐,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท	๒๓	๑๘.๗๐
๒๐,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท	๓๑	๒๕.๒๐
๓๐,๐๐๑ - ๔๐,๐๐๐ บาท	๒๔	๑๙.๕๐
๔๐,๐๐๑ - ๕๐,๐๐๐ บาท	๖	๔.๘๐

จากตารางแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ ๕๖.๑๐ มีอายุระหว่าง ๔๖ - ๕๐ ปี ร้อยละ ๑๖.๓๐ มีอาชีพรับราชการร้อยละ ๒๐.๓๐ มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. ร้อยละ ๓๕.๘๐ และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง ๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๒๖.๘๐

๓.๑.๒ การซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบัน

ตารางที่ ๔ - ๒ แสดงการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบันของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

(n = ๑๒๓)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ		
ตั้งใจมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำโดยเฉพาะ	๕๕	๔๔.๗๐
มาเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ แล้วผ่านมา	๖๔	๕๒.๐๐
อื่นๆ	๔	๓.๓๐
วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ		
ซื้อเพื่อนำไปใช้งานในชีวิตประจำวันได้	๒๔	๑๙.๕๐
ซื้อเพื่อไปเป็นของฝาก ของขวัญ หรือของที่ระลึก	๗๐	๕๖.๘๐
ซื้อไปเพื่อเป็นของสะสม	๒๖	๒๑.๑๐
ซื้อเพื่อจะได้อะไรช่วยในการอนุรักษ์และส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทย	๓	๒.๔๐
สถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ		
ร้านค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทั่วไป	๓	๒.๔๐

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไทย	๓	๒.๔๐
ห้างสรรพสินค้า	๙	๗.๓๐
สถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ (ต่อ)		
แหล่งผลิตโดยตรง เช่น ในชุมชน/หมู่บ้าน	๔๗	๓๘.๒๐
งานจัดแสดงสินค้าไทย เช่น งาน OTOP	๕๓	๔๓.๑๐
อื่นๆ	๘	๖.๕๐
ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ		
เป็นประจำ	๒	๑.๖๐
บ่อยครั้ง	๒๔	๑๙.๕๐
นานๆ ครั้ง	๙๐	๗๓.๒๐
ไม่เคยซื้อเลย (ครั้งนี้เป็นครั้งแรก)	๑	๐.๘๐
อื่นๆ	๖	๔.๙๐
จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำต่อครั้ง		
ต่ำกว่า ๒๐๐ บาท	๓	๒.๔๐
๒๐๑ - ๓๐๐ บาท	๑๕	๑๒.๒๐
๓๐๑ - ๔๐๐ บาท	๗	๕.๗๐
๔๐๑ - ๕๐๐ บาท	๑๔	๑๑.๔๐
๕๐๑ - ๖๐๐ บาท	๑๗	๑๓.๘๐
๖๐๑ - ๗๐๐ บาท	๕	๔.๑๐
๗๐๑ - ๘๐๐ บาท	๒๐	๑๖.๓๐
๘๐๑ - ๙๐๐ บาท	๔	๓.๒๐
๙๐๑ - ๑,๐๐๐ บาท	๑๑	๘.๙๐
สูงกว่า ๑,๐๐๐ บาท	๒๗	๒๒.๐๐
ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ		
รูปแบบ/รูปทรง	๓๔	๑๐.๕๐
ลวดลาย	๕๒	๑๖.๐๐
สีสันทัน	๓๘	๑๑.๗๐
คุณภาพ	๕๗	๑๗.๕๐
ราคา	๔๙	๑๕.๑๐
ประโยชน์ใช้สอย	๖๒	๑๙.๑๐
ความง่ายในการดูแลรักษา	๘	๒.๕๐
แหล่งผลิต	๕	๑.๕๐
แหล่งจำหน่าย	๑๘	๕.๕๐
อื่นๆ	๒	๐.๖๐

จากตารางแสดงข้อมูลการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบันพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ไม่ได้ตั้งใจมาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำโดยเฉพาะ โดยส่วนใหญ่มาเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ แล้วผ่านมาแล้วจึงซื้อผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ ๕๒.๐๐) โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อไปเป็นของฝาก ของขวัญ หรือของที่ระลึก (ร้อยละ ๕๖.๙๐) สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำส่วนใหญ่คือ งานจัดแสดงสินค้าไทย เช่น งาน OTOP (ร้อยละ ๔๓.๑๐) โดยมีความถี่ในการซื้อไม่

มากคือ นานๆ ครั้ง (ร้อยละ ๗๓.๒๐) จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำต่อครั้งคือ สูงกว่า ๑,๐๐๐ บาท (ร้อยละ ๒๒.๐๐) โดยปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำคือ ประโยชน์ใช้สอย (ร้อยละ ๑๙.๑๐)

๓.๑.๓ ปัญหาและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบัน

๓.๑.๓.๑ ปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบัน

ตารางที่ ๔ - ๓ แสดงปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบัน

(n = ๑๒๓)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปแบบ/รูปทรงไม่ทันสมัย	๔๒	๑๕.๘๐
ประโยชน์ใช้สอยที่น้อย	๓๖	๑๓.๖๐
ลวดลายที่ไม่สวยงาม	๒	๐.๘๐
มีสินค้าให้เลือกน้อยชนิด	๔๓	๑๖.๒๐
สีสันทึบสวยงาม	๕	๑.๙๐
ไม่มีคุณภาพ	๕	๑.๙๐
ราคาไม่เหมาะสม	๓๕	๑๓.๒๐
ดูแลรักษายาก	๓๓	๑๒.๕๐
สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกล	๕๘	๒๑.๙๐
อื่นๆ	๖	๒.๓๐

จากตารางแสดงปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบันพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำส่วนใหญ่มีปัญหา ดังนี้ (๑) สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกล (ร้อยละ ๒๑.๙๐) (๒) มีสินค้าให้เลือกน้อยชนิด (ร้อยละ ๑๖.๒๐) (๓) รูปแบบ/รูปทรงไม่ทันสมัย (ร้อยละ ๑๕.๘๐) (๔) ประโยชน์ใช้สอยที่น้อย (ร้อยละ ๑๓.๖๐) (๕) ราคาไม่เหมาะสม (ร้อยละ ๑๓.๒๐) และ (๖) ดูแลรักษายาก (ร้อยละ ๑๒.๕๐)

๓.๑.๓.๒ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบัน

ตารางที่ ๔ - ๔ แสดงความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบัน

(n = ๑๒๓)

ระดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
๑. ผลิตภัณฑ์	๓.๘๘	.๖๗	มาก
๑.๑ รูปแบบ/รูปทรงของผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย	๓.๖๔	.๖๗	มาก

๑.๒ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายชนิด	๓.๘๐	.๗๙	มาก
๑.๓ ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอย	๓.๙๒	.๘๒	มาก
๑.๔ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเหมาะสม	๔.๐๓	.๙๐	มาก
๑.๕ ผลิตภัณฑ์มีสีสันสวยงาม	๔.๐๘	.๙๑	มาก
๑.๖ มีคำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์	๓.๗๘	.๘๕	มาก
๒. ราคา	๓.๖๔	.๘๔	มาก
๒.๑ ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	๓.๖๔	.๘๔	มาก

ระดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
๓. ช่องทางการจัดจำหน่าย	๓.๔๗	.๗๒	ปานกลาง
๓.๑ มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์กระจายอยู่ทั่วไป	๓.๒๐	.๗๔	ปานกลาง
๓.๒ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ในทำเลที่สะดวก	๓.๑๕	.๘๓	ปานกลาง
๓.๓ ท่านสามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ได้	๓.๔๐	.๙๒	ปานกลาง
๓.๔ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีการตกแต่งความสวยงามและเหมาะสม	๓.๗๓	.๙๓	มาก
๓.๕ มีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์เป็นหมวดหมู่และง่ายต่อการเลือกซื้อ	๓.๘๗	.๙๕	มาก
๔. การส่งเสริมการตลาด	๓.๙๘	.๘๕	มาก
๔.๑ มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์และสถานที่จำหน่ายอย่างเหมาะสม	๓.๗๕	.๘๗	มาก
๔.๒ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา อย่างเหมาะสม	๓.๙๘	.๙๒	มาก
๔.๓ พนักงานขายยิ้มแย้มแจ่มใสและเต็มใจให้บริการ	๔.๒๑	๑.๐๓	มาก
รวมทั้งหมด	๓.๗๔	.๖๖	มาก

จากตารางแสดงความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบันพบว่า ในภาพรวมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในภาพรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๗๔) โดยมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดสูงสุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๙๘) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๘) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๖๔) และมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๔๗)

๓.๑.๔ ความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ

ตารางที่ ๔ - ๕ แสดงความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ

(n = ๑๒๓)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่ต้องการ		
เสื้อ	๔๒	๖.๖๐
กระโปรง	๓๗	๕.๘๐
กางเกง	๔๑	๖.๕๐

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผ้ามัน	๒๗	๔.๒
ผ้าแขวนตกแต่งผนัง	๑๖	๒.๕๐
ผ้าปูที่นอน	๑๖	๒.๕๐
ปลอกหมอน	๒๒	๓.๔๐
ผ้าคลุมไหล่	๒๓	๓.๖๐
โคมไฟ	๒๕	๓.๙๐
กรอบรูป	๑๙	๓.๐๐
หมอนอิง	๖๐	๙.๔๐
กระเป๋าสตรี	๔๙	๗.๗๐
หมวก	๒๗	๔.๒๐
เข็มขัด	๒๓	๓.๖๐
ผ้าปูโต๊ะ	๒๔	๓.๘๐
ผ้าเช็ดปาก	๒๘	๔.๔๐
ผ้ารองจานและแก้วน้ำ	๒๒	๓.๔๐
ที่จับของร้อน	๑๒	๑.๙๐
กล่องทิชชู	๕๖	๘.๘๐
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่ต้องการ (ต่อ)		
กล่องใส่ของ	๒๗	๔.๒๐
ปกไดอารี่	๙	๑.๔๐
ซองใส่โทรศัพท์มือถือ	๒๔	๓.๘๐
รองเท้าสวมในบ้าน	๑๐	๑.๖๐
ระดับราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่ต้องการ		
ต่ำกว่า ๑๐๐ บาทต่อชิ้น	๒	๑.๖๐
๑๐๑ - ๒๐๐ บาทต่อชิ้น	๙	๗.๓๐
๒๐๑ - ๓๐๐ บาทต่อชิ้น	๔๐	๓๒.๕๐
๓๐๑ - ๔๐๐ บาทต่อชิ้น	๒๙	๒๓.๖๐
๔๐๑ - ๕๐๐ บาทต่อชิ้น	๒๔	๑๙.๕๐
๕๐๑ - ๖๐๐ บาทต่อชิ้น	๑๑	๘.๙๐
๖๐๑ - ๗๐๐ บาทต่อชิ้น	๔	๓.๓๐
๗๐๑ - ๘๐๐ บาทต่อชิ้น	๐	๐.๐๐
๘๐๑ - ๙๐๐ บาทต่อชิ้น	๒	๑.๖๐
๙๐๑ - ๑,๐๐๐ บาทต่อชิ้น	๒	๑.๖๐

จากตารางแสดงความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการมีความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำสูงสุด ๕ ลำดับแรกได้แก่ (๑) หมอนอิง (ร้อยละ ๙.๔๐) (๒) กล่องทิชชู (ร้อยละ ๘.๘๐) (๓) กระเป๋าสตรี (ร้อยละ ๗.๗๐) (๔) เสื้อ (ร้อยละ ๖.๖๐) และ (๕) กางเกง (ร้อยละ ๖.๔๐) ในส่วนของระดับราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการมากที่สุดคือ ๒๐๑ - ๓๐๐ บาทต่อชิ้น (ร้อยละ ๓๒.๕๐)

๓.๒ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

หลังจากที่คณะผู้วิจัยได้ศึกษาถึงชนิดรวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการแล้ว คณะผู้วิจัยจึงดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ โดยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น ๔ ชนิดตามที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการดังนี้ ๑) หมอนอิง ๒) ก่องทิวชู ๓) กระเป๋าสตรี และ ๔) เสื้อผ้า โดยจะออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified Product) ซึ่งหมายถึง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับปรุงในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอีกครั้ง และมีแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบทันสมัย คือ การออกแบบที่เข้ากับยุคสมัยนั้นๆ โดยค่อนข้างเป็นไปในลักษณะของสมัยปัจจุบัน ดูทันสมัยหรือตามสมัยนิยม ดังมีรายละเอียดดังนี้

๓.๒.๑ ลวดลายที่นำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ ๑ จะพบว่าชาวไทยทรงดำจะมีลวดลายการทอหรือการปักผ้าที่มีลักษณะที่โดดเด่นกว่าชาวลาวกลุ่มอื่นๆ เช่น ลายดอกพรม ลายขอกูด ลายดอกมะลิ เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยก็ได้นำลวดลายการทอและการปักที่โดดเด่นเหล่านั้นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ลายหลักที่นำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์คือ ลายดอกพรม ลายขอกูด ลายดอกบัว และลายดอกมะลิ



ลายดอกพรม



ลายขอกูด

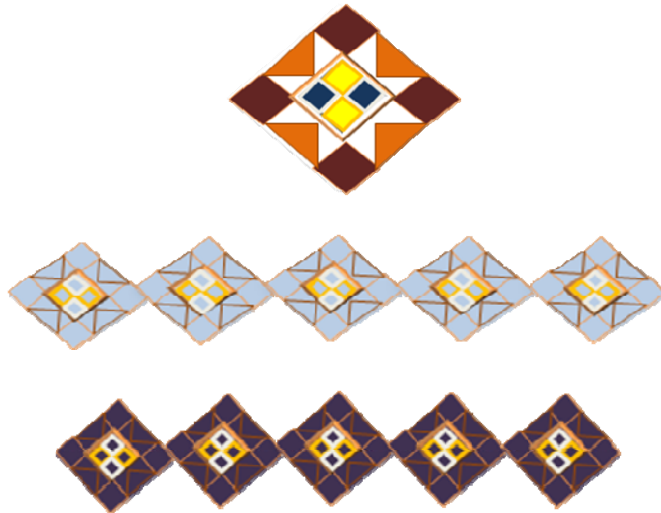


ลายดอกบัว



ลายดอกมะลิ

ภาพที่ ๔ - ๘๕ แสดงลวดลายดอกพรม ลายขอกูด ลายดอกบัว และลายดอกมะลิ (แบบเดิม)



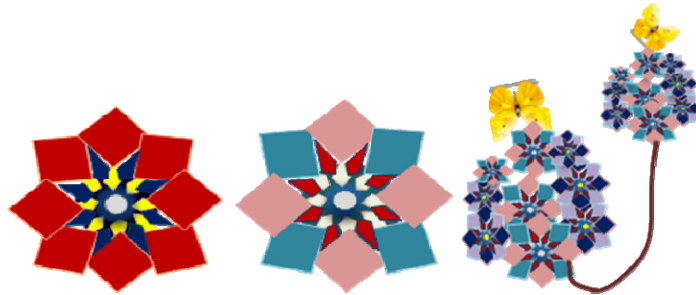
ลายดอกพรม



ลายขอกูด



ลายดอกบัว



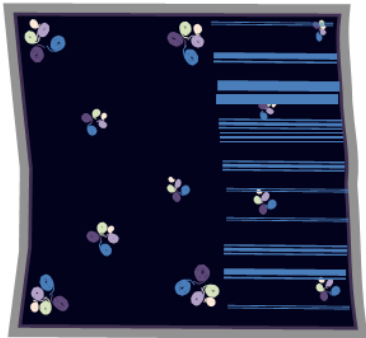
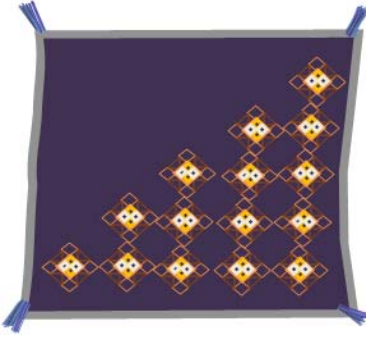
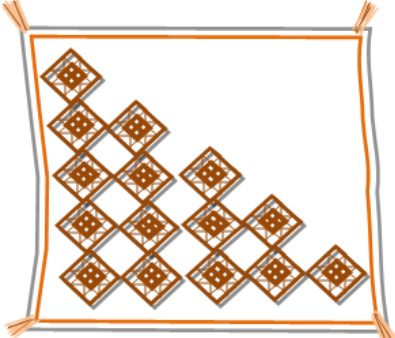
ลายดอกมะลิ


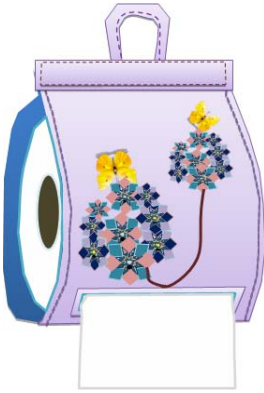

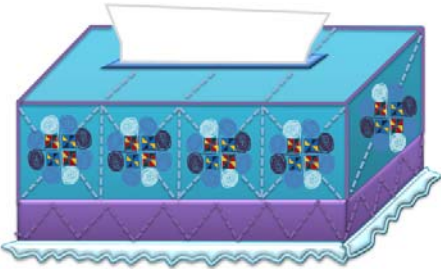
ภาพที่ ๔ - ๘ แสดงลวดลายดอกพรม ลายขอกูด ลายดอกบัว และลายดอกมะลิ (แบบเดิมใหม่)

๓.๒.๒ รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตารางที่ ๔ - ๖ แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบของผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
๑. หมอนอิง	แบบที่ ๑ 	เป็นหมอนอิงซึ่งมีขนาด ๔๒ X ๕๕ เซนติเมตร ใช้ลวดลายประยุกต์จากลวดลายดอกพรมในส่วน of ผ้าพื้นใช้ผ้าทอลายแตงโมแต่ออกแบบให้มีลายเส้นอยู่ชิดกัน ตกแต่งด้วยกระดุมที่

		ทำจากกะลามะพร้าว
	<p>แบบที่ ๒</p> 	เป็นหมอนอิงซึ่งมีขนาด ๔๒ X ๔๒ เซนติเมตร ใช้ลวดลายผสมผสานระหว่างลวดลายประยุกต์จากลวดลายขอกูด ผสมกับลายจากผ้าทอลายแตงโม แต่ออกแบบให้มีลายเส้นอยู่ชิดกัน
	<p>แบบที่ ๓</p> 	เป็นหมอนอิงซึ่งมีขนาด ๔๒ X ๔๒ เซนติเมตร ใช้ลวดลายประยุกต์จากลวดลายดอกพรม ในส่วนของผ้าพื้นใช้ผ้าทอพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ
	<p>แบบที่ ๔</p> 	เป็นหมอนอิงซึ่งมีขนาด ๔๒ X ๔๒ เซนติเมตร ใช้ลวดลายประยุกต์จากลวดลายดอกพรม ในส่วนของผ้าพื้นใช้ผ้าทอพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ
ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบของผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
๒. กล่องทึชชู	แบบที่ ๑	เป็นอุปกรณ์สำหรับใส่กระดาษชำระ (แบบม้วน) สามารถใช้แขวนในรถยนต์และในห้องครัว ใช้ลวดลายประยุกต์จากลวดลายขอกูด ในส่วนของผ้าพื้นใช้ผ้าทอพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ

		
	<p style="text-align: center;">แบบที่ ๒</p> 	<p>เป็นอุปกรณ์สำหรับใส่กระดาษชำระ (แบบม้วน) สามารถใช้แขวนในรถยนต์และในห้องครัว ใช้ลวดลายประยุกต์จากลวดลายดอกมะลิ ในส่วนของผ้าพื้นใช้ผ้าทอพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ</p>
	<p style="text-align: center;">แบบที่ ๓</p> 	<p>เป็นอุปกรณ์สำหรับใส่กระดาษชำระ (แบบม้วน) ใช้ลวดลายประยุกต์จากลวดลายขอกูด ในส่วนของผ้าพื้นใช้ผ้าทอพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ</p>
	<p style="text-align: center;">แบบที่ ๔</p> 	<p>เป็นอุปกรณ์สำหรับใส่กระดาษชำระ (แบบกล่อง) ใช้ลวดลายประยุกต์จากลวดลายขอกูด ในส่วนของผ้าพื้นใช้ผ้าทอพื้นเมืองของชาวไทยทรงดำ</p>
<p>ชนิดของผลิตภัณฑ์</p>	<p>รูปแบบของผลิตภัณฑ์</p>	<p>รายละเอียด</p>

<p>๓. กระเป๋าสตรี</p>	<p>แบบที่ ๑</p> 	<p>เป็นกระเป๋าใส่ของหรือเอกสาร ขนาด ๒๖ X ๒๖ X ๓๕ เซนติเมตร ใช้ลวดลาย ผสมผสานระหว่างลวดลาย ประยุกต์จากลวดลายขอกูด ผสมกับลายจากผ้าทอลาย แตงโม แต่ออกแบบให้มี ลายเส้นอยู่ชิดกัน</p>
	<p>แบบที่ ๒</p> 	<p>เป็นกระเป๋าคือของสุภาพสตรี ขนาด ๑๕ X ๓๕ X ๒๕ เซนติเมตร ใช้ลวดลายประยุกต์ จากลวดลายดอกมะลิ</p>
	<p>แบบที่ ๓</p> 	<p>เป็นกระเป๋าคือของสุภาพสตรี ขนาด ๑๒ X ๓๐ X ๓๐ เซนติเมตร ใช้ลวดลายประยุกต์ จากลวดลายดอกบัว</p>

ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบของผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
๔. เสื้อผ้า	<p style="text-align: center;">แบบที่ ๑</p> 	<p>เป็นชุดลำลอง โดยมีทั้งเสื้อและกางเกงขาสั้น โดยเสื้อเป็นผ้าพื้นสีขาว ปักลายประยุกต์จากลายขอกูด ส่วนกางเกงใช้ผ้าทอลายแดงโมแต่ออกแบบให้มีลายเส้นอยู่ชิดกัน</p>
	<p style="text-align: center;">แบบที่ ๒</p> 	<p>เป็นเสื้อที่ใช้ผ้าพื้นสีน้ำเงิน ตกแต่งด้วยลวดลายประยุกต์จากลายใช้ลวดลายประยุกต์จากลวดลายดอกมะลิ</p>
	<p style="text-align: center;">แบบที่ ๓</p> 	<p>เป็นชุดเดรสสีขาว ปักลายประยุกต์มาจากลายขอกูด ส่วนคอและแขนใช้ผ้าทอลายแดงโม</p>

ตอนที่ ๔ การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

หลังจากที่คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ โดยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น ๔ ชนิดตามที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการดังนี้ ๑) หมอนอิง ๒) กล่องทิชชู ๓) กระเป๋าสตรี และ ๔) เสื้อผ้า แล้ว คณะผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ใน ๕ พื้นที่ โดยใช้แบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น คือ (๑) ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำหรือลาวโซ่ง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี (๒) ชุมชนไทยทรงดำบ้านดอนมะนาว อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี (๓) ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านเขาหัวจิ้ง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี (๔) ชุมชนไทยทรงดำบ้านดอนทอง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม และ (๕) ชุมชนไทยทรงดำบ้านไม้หูช้าง จังหวัดนครปฐม โดยเก็บข้อมูลพื้นที่ละ ๒๐ ชุด รวม ๑๐๐ ชุด ได้แบบสอบถามกลับคืนมา ๑๐๐ ชุด คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐.๐๐ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

๔.๑ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ ๔ - ๗ แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = ๑๐๐)

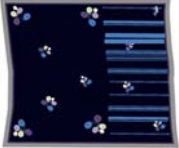
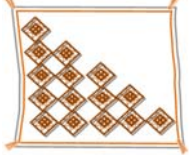
ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	๒๗	๒๗.๐๐
หญิง	๗๓	๗๓.๐๐
สถานภาพสมรส		
โสด	๔๒	๔๒.๐๐
สมรส	๔๖	๔๖.๐๐
หม้าย/หย่าร้าง	๑๒	๑๒.๐๐
อายุ		
ต่ำกว่า ๒๐ ปี	๗	๗.๐๐
๒๐ - ๒๕ ปี	๑๖	๑๖.๐๐
๒๖ - ๓๐ ปี	๙	๙.๐๐
๓๑ - ๓๕ ปี	๑๘	๑๘.๐๐
๓๖ - ๔๐ ปี	๑๑	๑๑.๐๐
๔๑ - ๔๕ ปี	๘	๘.๐๐
๔๖ - ๕๐ ปี	๑๕	๑๕.๐๐
๕๑ - ๕๕ ปี	๑๐	๑๐.๐๐
๕๖ - ๖๐ ปี	๒	๒.๐๐
๖๐ ปีขึ้นไป	๔	๔.๐๐
อาชีพ		

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน	๒	๒.๐๐
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	๑๓	๑๓.๐๐
รับราชการ	๕๒	๕๒.๐๐
รัฐวิสาหกิจ	๔	๔.๐๐
พนักงานบริษัท	๒	๒.๐๐
ธุรกิจส่วนตัว	๒	๒.๐๐
เกษตรกรกรรม	๖	๖.๐๐
ลูกจ้างรัฐ/เอกชน	๑๗	๑๗.๐๐
รับจ้างทั่วไป	๒	๒.๐๐
ระดับการศึกษา		
ป.๑ - ป.๔	๗	๗.๐๐
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.๓)	๑	๑.๐๐
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.๖)/ปวช.	๙	๙.๐๐
อนุปริญญา/ปวส.	๓	๓.๐๐
ปริญญาตรี	๕๙	๕๙.๐๐
ปริญญาโท	๒๐	๒๐.๐๐
ปริญญาเอก	๑	๑.๐๐
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท	๑๑	๑๑.๐๐
๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท	๑๕	๑๕.๐๐
๑๐,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท	๓๒	๓๒.๐๐
๒๐,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท	๑๔	๑๔.๐๐
๓๐,๐๐๑ - ๔๐,๐๐๐ บาท	๑๐	๑๐.๐๐
๔๐,๐๐๑ - ๕๐,๐๐๐ บาท	๑๔	๑๔.๐๐
มากกว่า ๕๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป	๔	๔.๐๐

จากตารางแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเป็นเพศหญิง (ร้อยละ ๗๓.๐๐) มีอายุระหว่าง ๓๑ - ๓๕ ปี (ร้อยละ ๑๘.๐๐) มีอาชีพรับราชการ (ร้อยละ ๕๒.๐๐) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ ๕๙.๐๐) และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง ๑๐,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท (ร้อยละ ๓๒.๐๐)

๔.๒ ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิง

ตารางที่ ๔ - ๘ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิง

	แบบที่ ๑	แบบที่ ๒	แบบที่ ๓	แบบที่ ๔
รายละเอียด				

	ค่าเฉลี่ย			ค่าเฉลี่ย			ค่าเฉลี่ย			ค่าเฉลี่ย		
	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	๓.๗๘	.๖๙	มาก	๓.๗๔	.๗๙	มาก	๓.๖๕	.๙๖	มาก	๓.๕๘	๑.๐๗	มาก
ความเหมาะสมของขนาด	๓.๗๖	๑.๐๓	มาก	๓.๖๑	.๙๙	มาก	๓.๔๘	๑.๑๔	ปานกลาง	๓.๕๐	๑.๒๒	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	๓.๖๘	๑.๐๒	มาก	๓.๖๐	.๙๓	มาก	๓.๔๖	๑.๐๙	ปานกลาง	๓.๓๘	๑.๑๔	ปานกลาง
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	๓.๘๒	.๘๓	มาก	๓.๖๖	.๙๑	มาก	๓.๖๒	๑.๐๑	มาก	๓.๕๘	๑.๑๓	มาก
การคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำ	๔.๐๘	.๙๑	มาก	๓.๘๐	๑.๐๘	มาก	๓.๕๘	๑.๒๑	มาก	๓.๕๙	๑.๒๑	มาก
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	๓.๖๗	.๘๗	มาก	๓.๓๑	๑.๐๒	ปานกลาง	๓.๓๗	๑.๐๖	ปานกลาง	๓.๔๕	๑.๑๘	ปานกลาง
รวม	๓.๘๐	.๖๕	มาก	๓.๖๒	.๗๑	มาก	๓.๕๓	.๙๓	มาก	๓.๕๑	๑.๐๓	มาก
ร้อยละของผู้ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์	๒๔.๐๐			๒๒.๐๐			๒๑.๐๐			๒๑.๐๐		

จากตารางแสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิงพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิงแบบที่ ๑ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๐) และหากพิจารณาในรายละเอียดโดยการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิงแบบที่ ๑ - แบบที่ ๔ จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์หมอนอิงแบบที่ ๑ มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๗๘) มีความเหมาะสมของขนาดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๗๖) มีความเหมาะสมของลวดลาย/สีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๖๘) มีความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๒) มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๘) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๖๗) และหากพิจารณาถึงความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ ๒๔.๐๐ มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์หมอนอิงแบบที่ ๑ รองลงมาคือผลิตภัณฑ์หมอนอิงแบบที่ ๒

๔.๓ ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชู

ตารางที่ ๔ - ๙ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชู

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓			แบบที่ ๔		
	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	๔.๐๐	.๗๙	มาก	๓.๘๗	๑.๐๐	มาก	๔.๒๑	.๘๓	มาก	๔.๐๖	.๘๓	มาก
ความเหมาะสมของขนาด	๓.๗๑	๑.๐๑	มาก	๓.๘๐	๑.๐๒	มาก	๔.๑๒	.๙๕	มาก	๓.๙๕	๑.๐๗	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	๔.๐๐	.๘๕	มาก	๓.๘๔	๑.๐๖	มาก	๔.๐๔	๑.๐๔	มาก	๔.๐๓	๑.๑๐	มาก

ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	๓.๘๖	.๘๘	มาก	๓.๗๙	๑.๐๕	มาก	๔.๑๖	.๙๗	มาก	๔.๐๐	๑.๐๐	มาก
การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ	๓.๙๔	.๙๙	มาก	๓.๗๐	๑.๑๙	มาก	๔.๐๔	๑.๐๗	มาก	๓.๙๑	๑.๒๑	มาก
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	๓.๘๓	.๙๒	มาก	๓.๗๐	๑.๑๔	มาก	๔.๑๔	.๙๓	มาก	๓.๘๗	.๙๘	มาก
รวม	๓.๘๙	.๙๕	มาก	๓.๗๘	.๙๔	มาก	๔.๑๒	.๘๔	มาก	๓.๙๗	.๘๙	มาก
ร้อยละของผู้ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์	๒๔.๐๐			๓๔.๐๐			๓๙.๐๐			๓๑.๐๐		

จากตารางแสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทึชชูพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทึชชูแบบที่ ๓ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๒) และหากพิจารณาในรายละเอียดโดยการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทึชชูแบบที่ ๑ - แบบที่ ๔ จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์กล่องทึชชูแบบที่ ๓ มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๒๑) มีความเหมาะสมของขนาดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๒) มีความเหมาะสมของลวดลาย/สีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๔) มีความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๖) มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๔) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๒) และหากพิจารณาถึงความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ ๓๙.๐๐ มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์กล่องทึชชูแบบที่ ๓ รองลงมาคือผลิตภัณฑ์กล่องทึชชูแบบที่ ๒

๔.๔ ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรี

ตารางที่ ๔ - ๑๐ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรี

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓		
	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	๓.๘๕	๑.๐๓	มาก	๓.๙๖	.๘๖	มาก	๓.๙๙	.๙๕	มาก
ความเหมาะสมของขนาด	๓.๖๔	๑.๑๒	มาก	๓.๗๗	๑.๒๖	มาก	๓.๙๘	๑.๐๔	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	๓.๗๙	๑.๐๙	มาก	๔.๑๕	.๗๗	มาก	๓.๘๙	.๘๖	มาก
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	๓.๘๙	๑.๑๑	มาก	๔.๑๒	.๘๓	มาก	๔.๐๕	.๘๑	มาก
การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ	๓.๗๘	๑.๒๓	มาก	๔.๑๙	.๘๑	มาก	๔.๑๗	.๗๓	มาก
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	๓.๘๑	๑.๐๐	มาก	๔.๑๐	.๘๔	มาก	๔.๐๑	.๗๙	มาก

รวม	๓.๗๙	.๙๕	มาก	๔.๐๕	.๗๓	มาก	๔.๑๒	.๖๔	มาก
ร้อยละของผู้ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์	๒๓.๐๐			๓๘.๐๐			๒๕.๐๐		

จากตารางแสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรีพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๕) และหากพิจารณาในรายละเอียดโดยการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรีแบบที่ ๑ - แบบที่ ๓ จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแบบที่ ๓ มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๙๙) มีความเหมาะสมของขนาดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๙๘) แต่ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ มีความเหมาะสมของลวดลาย/สีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๕) มีความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๒) มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๙) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๕) และหากพิจารณาถึงความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ ๓๘.๐๐ มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ รองลงมาคือผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแบบที่ ๓

๔.๕ ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า

ตารางที่ ๔ - ๑๑ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓		
	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	๓.๘๙	.๘๔	มาก	๓.๕๙	.๙๒	มาก	๓.๘๒	.๙๕	มาก

ความเหมาะสมของขนาด	๓.๘๔	.๙๖	มาก	๓.๔๘	๑.๑๑	ปานกลาง	๓.๖๖	๑.๐๒	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	๓.๗๙	.๙๕	มาก	๓.๕๙	.๙๙	มาก	๓.๗๕	.๙๙	มาก
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	๔.๐๐	.๗๙	มาก	๓.๗๐	.๘๖	มาก	๓.๘๓	๑.๐๕	มาก
การคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำ	๓.๘๓	๑.๐๓	มาก	๓.๖๙	๑.๐๔	มาก	๓.๕๘	๑.๑๗	มาก
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	๓.๘๓	.๙๕	มาก	๓.๕๓	๑.๐๒	มาก	๓.๔๘	๑.๑๒	ปานกลาง
รวม	๓.๘๖	.๗๙	มาก	๓.๖๐	.๘๗	มาก	๓.๖๙	.๙๑	มาก
ร้อยละของผู้ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์	๒๔.๐๐			๑๗.๐๐			๒๔.๐๐		

จากตารางแสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าแบบที่ ๑ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๖) และหากพิจารณาในรายละเอียดโดยการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าแบบที่ ๑ - แบบที่ ๓ จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแบบที่ ๑ มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๙) มีความเหมาะสมของขนาดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๔) มีความเหมาะสมของลวดลาย/สีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๗๙) มีความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๐) มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๓) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๓) และหากพิจารณาถึงความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ ๒๔.๐๐ มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแบบที่ ๑ รองลงมาคือผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแบบที่ ๓

๔.๖ สรุปความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ชนิด

ตารางที่ ๔ - ๑๒ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภท

ประเภทผลิตภัณฑ์	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓			แบบที่ ๔		
	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า
๑. หมอนอิง	๓.๘๐	.๖๕	มาก	๓.๖๒	.๗๑	มาก	๓.๕๓	.๙๓	มาก	๓.๕๑	๑.๐๓	มาก
๒. กล่องทิชชู	๓.๘๙	.๗๕	มาก	๓.๗๘	.๙๔	มาก	๔.๑๒	.๘๔	มาก	๓.๙๗	.๘๙	มาก
๓. กระเป๋าสตรี	๓.๗๙	.๙๕	มาก	๔.๐๕	.๗๓	มาก	๔.๐๒	.๖๔	มาก	N/A	N/A	N/A
๔. เสื้อผ้า	๓.๘๖	.๗๙	มาก	๓.๖๐	.๘๗	มาก	๓.๖๙	.๙๑	มาก	N/A	N/A	N/A

จากตารางแสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภทพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชูแบบที่ ๓ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๒) รองลงมาคือ กระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๕) และกระเป๋าสตรีแบบที่ ๓ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๒)

๔.๗ สรุปความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภทของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ตารางที่ ๔ - ๑๓ แสดงร้อยละของความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภทของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ประเภทผลิตภัณฑ์	แบบที่ ๑	แบบที่ ๒	แบบที่ ๓	แบบที่ ๔
๑. หมอนอิง	๒๔.๐๐	๒๒.๐๐	๒๑.๐๐	๒๑.๐๐
๒. กล่องทิชชู	๒๔.๐๐	๓๔.๐๐	๓๙.๐๐	๓๑.๐๐

๓. กระเป๋าสตรี	๒๓.๐๐	๓๘.๐๐	๒๕.๐๐	N/A
๔. เสื้อผ้า	๒๔.๐๐	๑๗.๐๐	๒๔.๐๐	N/A

จากตารางแสดงร้อยละของความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภทของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชูแบบที่ ๓ มากที่สุด (ร้อยละ ๓๙.๐๐) รองลงมาคือ กระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ (ร้อยละ ๓๘.๐๐) และกล่องทิชชูแบบที่ ๒ (ร้อยละ ๓๔.๐๐)

๔.๘ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์

๔.๘.๑ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิง

ตารางที่ ๔ - ๑๔ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิง

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓			แบบที่ ๔		
	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๐๐	๑.๐๐	มาก
ความเหมาะสมของขนาด	๔.๓๓	๑.๑๕	มาก	๔.๓๓	๑.๑๕	มาก	๔.๓๓	๑.๑๕	มาก	๔.๐๐	๑.๐๐	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๔.๐๐	๑.๐๐	มาก	๓.๓๓	๑.๑๕	ปานกลาง
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก
การคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำ	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๓.๓๓	.๕๘	ปานกลาง
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๐๐	.๐๐	มาก	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๓.๓๓	.๕๘	ปานกลาง
รวม	๔.๓๙	.๖๑	มาก	๔.๓๙	.๖๑	มาก	๔.๐๖	.๗๓	มาก	๓.๗๒	.๘๓	มาก

จากตารางแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิงพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิงแบบที่ ๑ และแบบที่ ๒ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๙) และหากพิจารณาในรายละเอียดโดยการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิงแบบที่ ๑ - แบบที่ ๔ จะพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์หมอนอิงแบบที่ ๑ แบบที่ ๒ และแบบที่ ๓ มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงและมีความเหมาะสมของขนาดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๓ เท่ากัน) หมอนอิงแบบที่ ๒ มีความเหมาะสมของลวดลาย/สีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๖๗) หมอนอิงทั้ง ๔ แบบมีความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๓) หมอนอิงแบบที่ ๑ และแบบที่ ๒ มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ

๔.๖๗ เท่ากัน) และผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจโดยรวมในหมอนอิงแบบที่ ๑ สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๓)

ในส่วนของการความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมอนอิงแต่ละแบบมีดังนี้

ตารางที่ ๔ - ๑๕ แสดงความคิดเห็นอื่นๆ ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิง

หมอนอิง	ผู้เชี่ยวชาญ	ความคิดเห็น
<p>แบบที่ ๑</p> 	ดร.อุดม สมพร	โดยภาพรวมยังคงรักษาเอกลักษณ์ได้ดี ทั้งในเรื่องสีสันและลวดลายที่คงเอกลักษณ์ของไทยทรงดำ
	นางขวัญยืน ทองดอนจุย	ลายในหมอนเป็นลายของชาวโซ่ง แต่สีน้ำเงินในดอกสีเข้มเกินไป ควรใช้โทนสีให้อ่อนกว่านี้ จะได้กลมกลืนกับสีอื่นๆ ของลาย
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	รูปแบบของหมอนจะคงแบบคล้ายกับแบบของทางภาคเหนือและอีสาน เพราะฉะนั้นควรใช้ผ้าสีที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยทรงดำให้มากกว่านี้ เพื่อให้รูปแบบแตกต่างกับของภาคเหนือและภาคอีสาน
<p>แบบที่ ๒</p> 	ดร.อุดม สมพร	ลวดลายใช้ได้ สีสันคงรักษาเอกลักษณ์ของไทยทรงดำได้ดี โดยเฉพาะในเรื่องของสีเส้นที่เน้นสีขาว น้ำเงิน ดำ
	นางขวัญยืน ทองดอนจุย	สีม่วงในลายไม่ชัดเจน และสีขาวในลายค่อนข้างโดด ควรใช้สีครีมหรือโทนม่วง น้ำเงิน ลายผ้าซิดควรตัดออกเหลือเพียงดอกอย่างเดียว หรือขีดให้เต็มไปเลย
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	รูปแบบและสีค่อนข้างแปลกและเป็นเอกลักษณ์มากกว่าแบบที่ ๑
<p>แบบที่ ๓</p> 	ดร.อุดม สมพร	การใช้สียังไม่เหมาะสมเท่าที่ควร ลวดลายที่ใช้แสดงออกถึงความเป็นไทยทรงดำยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร คนทั่วไปไม่สามารถรู้เลยว่าเป็นการประยุกต์จากผ้าไทยทรงดำ
	นางขวัญยืน ทองดอนจุย	การเดินลายเลขาคณิตสีเหลืองค่อนข้างเข้มเกินไป ทำให้ลวดลายดูโดดและลอยเกินไป ควรใช้สีให้โทนอ่อนกว่านี้ เช่น เหลืองอ่อน ลวดลายมองดูไม่ชัดเจน
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	รูปแบบเรียบง่ายใช้ แต่การตกแต่งบริเวณริมหมอนโดยรอบน่าจะทำให้เพิ่มความน่าใช้มากขึ้น
<p>แบบที่ ๔</p> 	ดร.อุดม สมพร	สีเส้นไม่ชัดเจนไม่สื่อถึงความเป็นไทยทรงดำเท่าที่ควร ดูแล้วไม่สามารถบอกได้ว่ามีเอกลักษณ์ของไทยทรงดำหรือไม่
	นางขวัญยืน ทองดอนจุย	ลวดลายสีเส้นใช้ได้ แต่ไม่ค่อยชัดเจนในการเป็นไทยทรงดำ การใช้สีขาวในการทำผลิตภัณฑ์ค่อนข้างดี แต่อาจจะมีความเสี่ยงคัดค้านจากกลุ่มผู้อนุรักษ์บ้าง เนื่องจากไม่ใช่ไทยทรงดำ แต่ในทางการตลาดลูกค้าคงจะนิยมและยอมรับได้
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	รูปแบบเหมาะสมแต่สีเส้นอาจจะอ่อนไปสำหรับใช้ในการตกแต่งบ้าน

๔.๘.๒ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชู


ตารางที่ ๔ - ๑๖ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชู

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓			แบบที่ ๔		
	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	๔.๓๓	๑.๑๕	มาก	๔.๐๐	๑.๐๐	มาก	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด
ความเหมาะสมของขนาด	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๐๐	๑.๐๐	มาก	๔.๐๐	๑.๐๐	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	๔.๐๐	.๐๐	มาก	๔.๐๐	.๐๐	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก
การคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำ	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๕.๐๐	.๐๐	มากที่สุด
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๔.๐๐	.๐๐	มาก	๔.๐๐	.๐๐	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก
รวม	๔.๔๔	.๖๒	มาก	๓.๙๔	.๕๔	มาก	๔.๓๙	.๖๑	มาก	๔.๕๐	.๖๒	มากที่สุด

จากตารางแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชูพบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชูแบบที่ ๔ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๐) และหากพิจารณาในรายละเอียดโดยการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชูแบบที่ ๑ - แบบที่ ๔ จะพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์กล่องทิชชูแบบที่ ๓ และแบบที่ ๔ มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๖๗) กล่องทิชชูแบบที่ ๑ มีความเหมาะสมของขนาดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๖๗) กล่องทิชชูแบบที่ ๓ และแบบที่ ๔ มีความเหมาะสมของลวดลาย/สีและมีความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๖๗ และ ๔.๓๓ ตามลำดับ) กล่องทิชชูแบบที่ ๔ มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๕.๐๐) และผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจโดยรวมในกล่องทิชชูแบบที่ ๑ สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๖๗) ในส่วนของข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กล่องทิชชูแต่ละแบบมีดังนี้

ตารางที่ ๔ - ๑๗ แสดงความคิดเห็นอื่นๆ ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิชชู

กล่องทิชชู	ผู้เชี่ยวชาญ	ความคิดเห็น
แบบที่ ๑	ดร.อุคม สมพร	ลวดลายและสีเส้นแสดงออกถึงความเป็นไทยทรงดำได้ดี รูปร่างลักษณะแปลกตาไม่เหมือนใคร ผู้คนทั่วไปน่าจะให้ความสนใจดี
	นางขวัญยืน ทองดอนจุย	รูปร่างไม่เคยเห็น ดูแปลกตาดี ลวดลายเป็นไทยทรงดำอย่างชัดเจน แต่สีใน

		ลวดลายสีเหลืองค่อนข้างอ่อนไป ควรเน้นให้เข้มมากกว่านี้
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	รูปแบบและสีลวดลายค่อนข้างแข็ง แต่โดยภาพรวมแล้วก็มีความแปลกใหม่ในการคิด รูปแบบให้มีโอกาสเลือกแบบหลากหลาย

กล่องทิชชู	ผู้เชี่ยวชาญ	ความคิดเห็น
แบบที่ ๒ 	ดร.อุดม สมพร	ลวดลายที่ใช้ดูค่อนข้างยากกว่าเป็นไทยทรงดำ เพราะอาจจะทันสมัย (Modern) มากไป รูปร่างแปลกตาดี
	นางขวัญยืน ทองดอนจุย	รูปร่างดูแปลกตาดี ลวดลายและสีลวดลายกลมกลืนค่อนข้างดี ยกเว้นตัวมีเสื่อควรเน้นสีให้เข้มขึ้นกว่านี้
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	ลักษณะเหมือนแบบที่ ๑ แต่สีลวดลายทำให้ดูอ่อนโยนมากขึ้น ซึ่งเป็นรูปแบบที่สามารถเลือกใช้มากขึ้น
แบบที่ ๓ 	ดร.อุดม สมพร	รูปแบบของกล่องเป็นแบบเดิมๆ ที่มีอยู่ทั่วไป ทำให้อาจขาดการดึงดูดใจ ลวดลายเป็นแบบไทยทรงดำดี สีสันทึบใช้ได้
	นางขวัญยืน ทองดอนจุย	รูปร่างเหมาะกับการใช้งานในรถหรือในบ้าน ลวดลายคงความเป็นไทยทรงดำ แต่ในส่วนสีเหลืองค่อนข้างลวยมากกว่าสีอื่น ควรเพิ่มความเข้มให้มากขึ้น
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	รูปแบบสีลวดลายค่อนข้างลงตัวสวยงามน่าใช้ และคงเอกลักษณ์ความเป็นไทยทรงดำได้ดี
แบบที่ ๔ 	ดร.อุดม สมพร	ลวดลายและสีลวดลายดี คงเอกลักษณ์ไทยทรงดำได้ดี ลวดลายค่อนข้างละเอียดสบายตา แต่รูปร่างรูปทรงยังคงเป็นแบบพื้นฐานๆ อยู่
	นางขวัญยืน ทองดอนจุย	รูปร่างรูปทรงเหมาะสมดี สีลวดลายดี ลวดลายมีความเป็นไทยทรงดำอยู่มาก
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	รูปแบบสวยงามชัดเจน เป็นเอกลักษณ์ทั้งลวดลายและสีลวดลายชัดเจน

๔.๘.๓ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรี

ตารางที่ ๔ - ๑๘ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรี

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓		
	คำ	SD.	แปลคำ	คำ	SD.	แปลคำ	คำ	SD.	แปลคำ
									


	เฉลี่ย			เฉลี่ย			เฉลี่ย		
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	๓.๐๐	.๐๐	ปานกลาง	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด
ความเหมาะสมของขนาด	๓.๐๐	.๐๐	ปานกลาง	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	๔.๓๓	๑.๑๕	มาก	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๕.๐๐	.๐๐	มากที่สุด
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	๓.๓๓	.๕๘	ปานกลาง	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด
การคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำ	๔.๓๓	๑.๑๕	มาก	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๕.๐๐	.๐๐	มากที่สุด
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	๓.๓๓	.๕๘	ปานกลาง	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด
รวม	๓.๕๖	.๘๖	มาก	๔.๓๓	.๕๙	มาก	๔.๗๒	.๔๖	มากที่สุด

จากตารางแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรีพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรีแบบที่ ๓ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๗๒) และหากพิจารณาในรายละเอียดโดยการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรีแบบที่ ๑ - แบบที่ ๓ จะพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ และแบบที่ ๓ มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงและมีความเหมาะสมของขนาดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๖๗ และ ๔.๓๓ เท่ากัน) กระเป๋าสตรีแบบที่ ๓ มีความเหมาะสมของลวดลาย/สี มีความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าไทยทรงดำ และผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจโดยรวมสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๕.๐๐, ๔.๖๗, ๕.๐๐, ๔.๖๗ และ ๔.๗๒ ตามลำดับ)

ในส่วน of ข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแต่ละแบบมีดังนี้

ตารางที่ ๔ - ๑๙ แสดงความคิดเห็นอื่นๆ ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรี

กระเป๋าสตรี	ผู้เชี่ยวชาญ	ความคิดเห็น
แบบที่ ๑ 	ดร.อุดม สมพร	ในส่วน of รูปลักษณ์ ลายผ้า สี สัน คงความเป็นเอกลักษณ์ไทยทรงดำได้ดี แต่ลายที่ใช้ น่าจะเป็นส่วนของซิป แต่ต้องดูความเหมาะสมอีกครั้ง
	นางขวัญยืน ทองดอนจุย	รูปทรงสูงเกินไปไม่เหมาะเป็นกระเป๋าถือ ควรลดความสูงลงมาจึงเหมาะสมมากกว่า ลวดลายดูดี สวยงาม เรียบง่าย มีความเป็นไทยทรงดำ ควรเลือกสายลายใดลายหนึ่งเท่านั้น เพื่อไม่ให้ดูหลอกตามากเกินไป
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	รูปร่างสี สันค่อนข้างแข็งกระด้าง เหมาะสำหรับงานที่เป็นนักวิชาการและใส่เอกสารมากกว่า
แบบที่ ๒ 	ดร.อุดม สมพร	แบบดูน่าสนใจ แต่สี สันยังคงไม่ใช่เอกลักษณ์ไทยทรงดำเท่าที่ควร ลวดลายดูดีพอควร
	นางขวัญยืน ทองดอนจุย	รูปร่างรูปทรงดูสวยงามเหมาะสม ลวดลาย สี สันดูดีและคงความเป็นไทยทรงดำ
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	รูปแบบสี สันสวยงามโดยภาพรวม
แบบที่ ๓	ดร.อุดม สมพร	แบบนี้ดูดี สี สันใช้ได้ ลวดลายที่หมองริ้วว่าเป็นไทยทรงดำจริงๆ ดูแล้วน่าสนใจและคงเอกลักษณ์ไว้ได้ดี
	นางขวัญยืน ทองดอนจุย	รูปทรงดูดี สวยงาม และดูเหมาะสม จัดลวดลายและสี สันได้กลมกลืน เหมาะสมดีมาก

		ดูแล้วน่าใช้ มีความเป็นไทยตรงตำอยู่ครบถ้วน
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	รูปแบบสีสันทสวยงามโดยภาพรวม

๔.๘.๔ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า



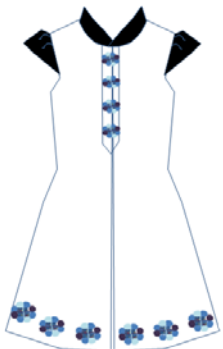
ตารางที่ ๔ - ๒๐ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓		
	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า
	ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๔.๐๐	๑.๐๐	มาก	๔.๓๓	.๕๘
ความเหมาะสมของขนาด	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๔.๐๐	๑.๐๐	มาก	๓.๖๗	.๕๘	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	๓.๖๗	๑.๑๕	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	๔.๐๐	.๐๐	มาก	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๓.๖๗	.๕๘	มาก
การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๔.๐๐	.๐๐	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มาก
รวม	๓.๗๒	.๕๗	มาก	๓.๙๔	.๖๔	มาก	๔.๑๑	.๕๘	มาก

จากตารางแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าแบบที่ ๓ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๑) และหากพิจารณาในรายละเอียดโดยการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าแบบที่ ๑ - แบบที่ ๓ จะพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแบบที่ ๓ มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๓) เสื้อผ้าแบบที่ ๒ มีความเหมาะสมของขนาดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๐) เสื้อผ้าแบบที่ ๒ และแบบที่ ๓ มีความเหมาะสมของลวดลาย/สีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๓ เท่ากัน) เสื้อผ้าแบบที่ ๑ มีความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๐) เสื้อผ้าแบบที่ ๓ มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำและผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๓ เท่ากัน)

ในส่วนของการข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแต่ละแบบมีดังนี้

ตารางที่ ๕ - ๒๑ แสดงความคิดเห็นอื่นๆ ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า

เสื้อผ้า	ผู้เชี่ยวชาญ	ความคิดเห็น
แบบที่ ๑ 	ดร.อุดม สมพร	รูปลักษณะดูไม่น่าสนใจเท่าที่ควร สีสันทัน ลวดลายที่ให้อย่างคงไม่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทยทรงดำมากนัก มองยังไม่ชัดเจนว่าเป็นไทยทรงดำ
	นางขวัญยืน ทองดอนจอย	รูปทรงดูทันสมัย เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ ลวดลายพอมองเห็นความเป็นไทยทรงดำพอสมควร
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	เหมาะสำหรับเสื้อผ้าเด็กซึ่งสามารถเน้นสีและลวดลายได้ชัดเจนกว่านี้
กระเป๋าสตรี	ผู้เชี่ยวชาญ	ความคิดเห็น
แบบที่ ๒ 	ดร.อุดม สมพร	รูปทรงพอใช้ได้ ลวดลายที่ใช้บริเวณปลายแขนและตรงกลางเป็นไทยทรงดำ แต่สีสันทันยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร
	นางขวัญยืน ทองดอนจอย	รูปแบบดูเรียบง่ายเกินไป แต่ลายดอก สีสันทัน ลวดลายยังคงเป็นไทยทรงดำอยู่มาก
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	สีสันทัน ลวดลาย และแบบเหมาะสมสำหรับสตรีทั่วไป
แบบที่ ๓ 	ดร.อุดม สมพร	รูปทรงของชุดดูดี แปลกใหม่ แต่ไม่มั่นใจว่าจะเป็นที่ชื่นชอบหรือไม่ ในส่วนของลวดลายสีสันทันที่ใช้ ดูเป็นระเบียบเรียบร้อยและคงความเป็นไทยทรงดำอยู่พอสมควร
	นางขวัญยืน ทองดอนจอย	รูปร่างดูดีเรียบง่ายดีมาก ลวดลายดูเป็นไทยทรงดำ สีสันทันดูดีเหมาะสม น่าสวมใส่ แต่สีขาวอาจจะไม่ใช่ไทยทรงดำ แต่คิดว่าลูกค้าทั่วไปน่าจะชอบ เพราะดูเรียบง่าย เหมาะแก่การสวมใส่ในโอกาสต่างๆ
	อาจารย์เมตตา แซ่ฮุย	รูปแบบ สีสันทัน เหมาะสมกับสตรีทั่วไป

๔.๘.๕ สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ชนิด

ตารางที่ ๕ - ๒๒ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภท

ประเภทผลิตภัณฑ์	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓			แบบที่ ๔		
	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลค่า
๑. หมอนอิง	๔.๓๙	.๖๑	มาก	๔.๓๙	.๖๑	มาก	๔.๐๖	.๗๓	มาก	๓.๗๒	.๘๓	มาก
๒. กลองทึชชู	๔.๔๔	.๖๒	มาก	๓.๙๔	.๕๔	มาก	๔.๓๙	.๖๑	มาก	๔.๕๐	.๖๒	มาก
๓. กระเป๋าสตรี	๓.๕๖	.๘๖	มาก	๔.๓๓	.๕๙	มาก	๔.๗๒	.๔๖	มาก	N/A	N/A	N/A
๔. เสื้อผ้า	๓.๗๒	.๕๗	มาก	๓.๙๔	.๖๔	มาก	๔.๑๑	.๕๘	มาก	N/A	N/A	N/A

จากตารางแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภทพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรีแบบที่ ๓ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๗๒) รองลงมาคือ กล่องทิชชูแบบที่ ๔ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๐) และกล่องทิชชูแบบที่ ๑ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๔๔)

๔.๙ สรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และการตรวจสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำโดยผู้เชี่ยวชาญได้ข้อสรุปเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังนี้

(๑) หมอนอิง ในส่วนของหมอนอิงนั้นทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องของประโยชน์ใช้สอยซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และในส่วนของผู้เชี่ยวชาญนั้นให้ความสำคัญกับลวดลายและสีสันทันทีซึ่งคงรักษาเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำได้ดี ซึ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีสีน้ำเงิน ขาว และดำ โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือ หมอนอิงแบบที่ ๑ และแบบที่ ๒ โดยเป็นรูปแบบที่ทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจมากที่สุด

(๒) กล่องทิชชู ในส่วนของกล่องทิชชูนั้นทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องของประโยชน์ใช้สอยซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิง โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือ กล่องทิชชูแบบที่ ๑ แบบที่ ๓ และแบบที่ ๔ โดยกล่องทิชชูแบบที่ ๑ นั้นผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ารูปร่างที่ค่อนข้างแปลกตาน่าสนใจ ส่วนแบบที่ ๓ แม้ว่ารูปร่างจะค่อนข้างธรรมดา เป็นแบบเดิมๆ ที่มีอยู่ทั่วไป แต่เป็นรูปแบบที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ความสนใจมากที่สุด ในส่วนของแบบที่ ๔ นั้นมีลักษณะเด่นคือลวดลายและสีสันทันทีแสดงออกถึงความเป็นไทยทรงดำได้ดี

(๓) กระเป๋าสตรี ในส่วนของกระเป๋าสตรีนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความพึงพอใจในกระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ และแบบที่ ๓ มากที่สุด ซึ่งก็สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญที่มีความเห็นว่าเป็นรูปแบบที่มีรูปทรงดูดี สวยงาม และดูเหมาะสม จัดลวดลายและสีสันทันทีกลมกลืน เหมาะสมดีมาก ดูแล้วน่าใช้ ความเป็นไทยทรงดำอยู่ครบถ้วน

ซึ่งสามารถแสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

ตารางที่ ๔ - ๒๓ แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ประเภทของผลิตภัณฑ์	รูปแบบ		
(๑) หมอนอิง			
(๒) กล่องทิชชู			
(๓) กระเป๋าสตรี			

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้านั้น เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะตัวมากขึ้นอยู่กับยุคสมัยสูง จึงไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงไม่เหมาะที่จะทำการผลิตเพื่อขายแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยทั่วไป

๔.๑๐ สรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในการออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำนั้น อันดับแรกผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบโดยทั่วไปที่สำคัญคือ ประโยชน์ใช้สอย (Function) ซึ่งต้องพิจารณาทั้งในส่วนของประโยชน์ใช้สอยด้านจิตใจ (Psychological Function) โดยการทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความพึงพอใจหรือถูกใจ เช่น การมีลวดลายสีสรรที่สะดุดตาน่าสนใจ มีมูลค่ามากกว่าราคาที่ตั้งไว้ และดูดีมีระดับ เป็นสัญลักษณ์แสดงภาพพจน์ของความมีฐานะ และประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพ (Practical Function) ซึ่งเป็นประโยชน์ใช้สอยโดยตรงต่อผู้ใช้ สามารถจับต้องใช้งานได้ตามที่กำหนดไว้

อีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงคือ การคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายและสีสรรต่างๆ ตามความเชื่อของชาวไทยทรงดำ เนื่องจากลายผ้าไทยทรงดำ

มีหลายอย่างๆ ไม่มาก และมีการใช้สีสันทันที่จำกัด การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำจึงต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ โดยเฉพาะในเรื่องของการคงเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำและความแตกต่างของวัฒนธรรมความเชื่อของแต่ละพื้นที่ๆ ที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรมีการศึกษาในเรื่องรายละเอียดของลวดลายแต่ละลายว่ามีความเป็นมาอย่างไร มีความเชื่ออย่างไร สื่อความหมายว่าอย่างไร และใช้ในโอกาสใด ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาในเรื่องของการนำลวดลายที่ใช้ในโอกาสต่างกัน เช่น งานมงคล และงานอวมงคล มาอยู่ในผลิตภัณฑ์ขึ้นเดียวกัน เพราะชาวไทยทรงดำบางคนอาจจะไม่สามารถรับได้และเกิดการต่อต้านผลิตภัณฑ์เหล่านั้น

แต่อย่างไรก็ตามในการออกแบบผลิตภัณฑ์ก็ต้องผสมผสานและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้การผลิตผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมทั้งในด้านการสื่อความหมายและการคงเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำ และมีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างแท้จริง ดังนั้นนักออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องมีการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายก่อน เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งในเรื่อง ชนิดของผลิตภัณฑ์ ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม และปัจจัยต่างๆ ที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จากนั้นจึงจะนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการสื่อความหมายการคงเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำ

จากนั้นนักออกแบบควรทำการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Product Testing) เสียก่อนการผลิตเพื่อการพาณิชย์ (Mass Production) ด้วยการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ในเรื่องต่างๆ เช่น ความเหมาะสมของรูปทรง/รูปแบบ ขนาด ลวดลาย สีสันทัน ประโยชน์ใช้สอย การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ และความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่นักออกแบบได้ออกแบบมานั้นสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างแท้จริง และอีกส่วนที่สำคัญ คือ การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญหรือชาวไทยทรงดำเอง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความแน่ใจว่าลวดลายหรือสีสันทันของผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบมายังคงสื่อความหมายและการคงเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำไว้อย่างชัดเจน และป้องกันปัญหาความขัดแย้งหรือการต่อต้านที่จะเกิดขึ้นได้

บทที่ ๕

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในลักษณะของวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ๒) ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ ๓) พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ ๔) ทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ (๑) กลุ่มชาวไทยทรงดำในตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน และตำบลดอนข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม (๒) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการศึกษาความต้องการชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ จำนวน ๑๕๐ คน (๓) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) จำนวน ๑๐๐ คน และ (๔) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ จำนวน ๓ คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

สรุปผลการวิจัย

๑. การศึกษาการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลน และอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

ผ้าทอและเครื่องแต่งกายของชาวไทยทรงดำถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ที่มีเอกลักษณ์ในการใช้ผ้าสีดำในการนุ่งห่มทั้งในชีวิตประจำวันและการประกอบพิธีกรรม จนเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวไทยทรงดำ โดยชาวไทยทรงดำนิยมใช้ผ้าพื้นสีดำทอขึ้นอย่างง่าย ๆ มีสีสันและลวดลายบ้าง ได้แก่ ผ้าซิ่น ผ้าขาวม้า เสื้อน้อย ส้วงก้อม และผ้าเปียว

สำหรับผ้าที่ใช้ในพิธีกรรมและงานประเพณี พิธีเสนเรือน แต่งงาน และงานศพ ส่วนใหญ่เป็นผ้าเฉพาะที่ทอขึ้นมักมีสีครามเข้มหรือสีดำ ส่วนผ้าที่ใช้ในการทำบุญ ฟ้อนรำ หรือเทศกาลต่างๆ ผ้าชนิดนี้มีสีสันและประดับลวดลายที่สวยงาม ได้แก่ เสื้อก้อมผู้ชาย เสื้อก้อมผู้หญิง เสื้อฮีผู้ชาย เสื้อฮีผู้หญิง เสื้อโต ส้วงขาฮี หรือกางเกงขายาว เสื้อตัก ผ้าหลอย เป็นต้น นอกจากนั้นก็มีผ้าอื่นๆ ที่ใช้ในวิถีชีวิตของชาวไทยทรงดำ เช่น หลวมหรือกระเป๋าคาดเอว มูหรือหมวก หมอนและหมอนตัวเสื่อนั่ง ถุงย่าม ย่าม หรือถุงผ้าฝ้ายมีสายสะพาย ผ้าขันลาวหรือผ้าเช็ดหน้า หยันหรือมุ้งไทดำ

โดยลวดลายของผ้าทอไทยทรงดำที่ปรากฏบนผืนผ้าสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ความผูกพัน ตลอดจนความเป็นมาของวัฒนธรรม หรือเหตุการณ์ที่สำคัญๆ ทางประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อวิถีการดำรงชีวิต จึงทำให้ผู้ทอผ้าเกิดแรงบันดาลใจที่จะนำสิ่งเหล่านั้น มาถ่ายทอดเป็นลวดลายบนผ้าทอไทยทรงดำ โดยผ้าทอของไทยทรงดำมักจะทอเป็นลายขัตรีกรรมดา ลายทอผ้าชิ้นจะประกอบด้วยหลายลาย เช่น ลายตาหมู่มู ลายตาเก็บ หรือตาคุ ลายก้านกางหรือตาฮั่ว ลายปักบนผ้าหรือลายแห้ว เป็นการปักโดยใช้เส้นด้ายหรือไหมปักแบบหน้าเดียว และปักแบบสองหน้าเหมือนกัน ลายที่ปักจะเป็นลายรูปทรงเรขาคณิต คล้ายผ้าทอของภาคอีสาน ในการทอลวดลายหน้าหมอน ผ้าเปียว (ผ้าสไบ) ลายประกอบตัวเสื่อฮี ได้แก่ ลายขอกูด ลายดอกเต้า (ลายดอกน้ำเต้า) และลายดอกผักแว่น ลายปะผ้า เป็นลวดลายที่นิยมกันมาก เป็นลวดลายที่ใช้ทำหน้าหมอน ลายเสื่อฮี ลายกระเป๋าคาดเอวผู้ชาย และลายตกแต่งขอบมุ้งสำหรับพิธีแต่งงานมาตกแต่งให้เกิดลวดลายบนผืนผ้าต่างๆ เช่น เสื่อฮีชายและหญิง ผ้าสไบ ผ้าคาดอก ผ้าเปียว หน้าหมอน มุ้ง และถุงย่าม ซึ่งจากการศึกษาลวดลายผ้าไทยทรงดำหมู่บ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนข่อย พบว่าลวดลายต่างๆ ได้สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและมีบางลวดลายได้คิดค้นมาใหม่ และมีการปรับปรุงประยุกต์เพื่อให้เข้ากับสมัยปัจจุบันมากขึ้นแบ่งได้ ๓ ประเภทคือ ลายพืช ลายสัตว์ และลายผสมอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

(๑) ลายพืช คือลวดลายที่ได้แนวคิดจากพืช เป็นการลอกเลียนแบบพืชที่อยู่ใกล้ตัวจะมีลายที่สื่อความหมายถึง ต้นไม้ ใบไม้ ดอกไม้ หรือผลไม้ เป็นต้น สามารถนำมาเป็นต้นแบบในการสร้างลวดลายผ้าได้ โดยเฉพาะลายแตงโมหรือลายชะโด ถือเป็นลายที่เป็นเอกลักษณ์อันเด่นชัดของชาวไทยทรงดำคือ

ผ้าชิ้นลายแตงโม เนื่องจากมีรีวล้ายกับลายของแตงโม ชาวไทยทรงดำนำลายของผลแตงโมมาทอเป็นลายผ้าตามแนวตั้งสลับระหว่างผ้าฝ่ายสีครามเข้มกับสีขาวทำให้คนทั่วไปเรียกผ้านี้ว่า “ลายแตงโม” ผ้าชิ้นลายแตงโมนั้นมีความโดดเด่นและไม่ซ้ำแบบใคร ลายแตงโมนี้นี้จะมีหลักในการวางลายคือ ลายที่ ๑ จะเป็นเส้นหนา ๒ เส้น อยู่ชิดกัน หมายถึง ไทย - ลาว ที่นั่งกัน ลายที่ ๒ เป็นเส้นเล็กเดี่ยว หมายถึง ความเดียวดาย และลายที่ ๓ เป็นเส้นหนา ๒ เส้น ที่อยู่ห่างกัน หมายถึง ไทย - ลาว ที่แยกจากกัน ซึ่งเส้นหนาทุกเส้นจะมีเส้นเล็กเคียงข้างเสมอ และจำนวนเส้นด้ายสีฟ้าที่มาทอเป็นลายนั้น ประกอบด้วยจำนวนเส้นที่เล็กที่สุดจะประกอบด้วยเส้นด้าย ๒ เส้น ส่วนเส้นหนาคู่ที่ชิดกัน ประกอบด้วยเส้นด้าย ๑๕ เส้น และเส้นหนาคู่ที่ห่างกันประกอบด้วยเส้นด้าย ๒๐ เส้น ปัจจุบันไม่ได้เคร่งครัดว่าจะต้องใช้เส้นด้ายตามจำนวนนั้นๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าและช่างทอ เพื่อให้ได้ลายแตงโมที่สวยงาม นอกจากนี้ยังมีลายพืชต่างๆ ที่ชาวไทยทรงดำส่วนใหญ่นิยมนำมาปัก ปะ และขีด เป็นลวดลายที่เสื่อฮี ผ้าคาดอกหรือผ้าเปียว หมอน และย่าม เช่น ลายดอกมะลิ ลายดอกพิกุล ลายดอกแปด ลายดอกจันทร์ เป็นต้น

ลายดอกผักแว่น เป็นผักพื้นบ้านประเภทไม้ล้มลุกจำพวกเฟิร์น ขึ้นอยู่ตามชายฝั่งลำน้ำ ห้วยหนอง คลองบึง มีดอกเล็กๆ สวยงามเกิดเป็นกลุ่มและโตเร็ว ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าใครสามารถปักลายดอกผักแว่นได้ย่อมแสดงถึงความอดทน ความเอื้อเฟื้อ ประณีต ละเอียดอ่อน ดังนั้นลายนี้นิยมมอบให้คู่บ่าวสาวในวันแต่งงาน หรือผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือ

ลายดอกจัน ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าดอกจันเป็นตำนานรักอมตะของชาวไทยทรงดำเวียดนามในอดีต ปัจจุบันจึงนิยมใช้ลายดอกจันประดิษฐ์เพื่อมอบให้เจ้าบ่าวและเจ้าสาว หรือผู้อาวุโสในหมู่บ้าน เป็นการแสดงความรักอันบริสุทธิ์มั่นคง

ลายดอกพรม เป็นไม้พุ่มมีหนามที่กิ่งก้าน ดอกออกช่อที่ปลายกิ่งกลีบดอกเชื่อมติดกันเป็นหลอดสีขาว มีกลิ่นหอม ชาวไทยทรงดำนิยมปะผ้าประดิษฐ์เป็นลายดอกพรมเป็นส่วนมาก เพราะเห็นดอกพรมอยู่คู่กับทุ่งนามาแต่เด็ก และเป็นลายที่ง่ายในการใช้เป็นต้นแบบ

ลายขาบัว (ดอกบัว) ดอกบัวเป็นไม้น้ำจะบานในช่วงเช้าและหุบในตอนเย็น ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่า ดอกบัวเป็นสัญลักษณ์ของเวลาหรือเปรียบถึงลักษณะการชูก้านดอกเพื่อหนีน้ำโคลนตม เป็นการประพุดตีแผดแม้จะประพุดตีแผดเพียงใดถ้าทุกคนมีความตั้งใจจริง การคิดลายขาบัวหรือดอกบัวตามจินตนาการนี้ เพื่อเป็นการขอขมาหรือทอถวายพระ

ลายขอกูด โดยผักกูดมีลักษณะยอดอ่อนจะงอชูดแข่งกันรับแสงแดด ลายขอกูดนิยมใช้บนผ้าทุกชิ้น โดยเฉพาะ ผ้าเปียว ผ้าห่ม และด้านข้างของเสื่อฮี

ลายดอกมะลิ ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าลักษณะของดอกมะลิเปรียบเหมือนผู้หญิง ๔ วัย วัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ และวัยชรา เหมือนลักษณะการเจริญเติบโตของดอกมะลิจากดอกตูม แรกแย้ม บานเต็มที่ และแห้งร่วงลงพื้นดิน จึงให้ตระหนักถึงคุณค่าของลูกผู้หญิงที่ไม่ประพุดนอกกลุ่มนอกรทาง

(๒) ลายสัตว์ เป็นลายที่ได้แนวคิดมาจากสัตว์ ส่วนมากเป็นลายที่พบเห็นและมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และสัตว์ในจินตนาการ ลวดลายที่ปรากฏบนผ้าทอของชาวไทยทรงดำ มีความเชื่ออยู่หลายลักษณะ เช่น เชื่อเรื่องบุญคุณ ถิ่นกำเนิด ความยำเกรง ความรัก ความสวยงาม การคุ้มครอง ความคิดถึง อานาจวาสนา ซึ่งความเชื่อตามลักษณะดังกล่าวสามารถนำมาสร้างสรรค์ลวดลายด้วยวิธีการทอ ปัก ปะ และขีด เพื่อสื่อความหมายถึงเรื่องราวบนผืนผ้า เช่น ลายนาค ลายตานกแก้ว ลายผีเสื้อ และลายม้า เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันลายสัตว์หาดูได้ยาก เพราะไม่มีผู้สืบทอด

(๓) ลายผสมอื่นๆ เป็นรูปแบบลายผ้าที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของผู้หญิง เช่น ลายข้าวหลามตัด ลายปราสาท ลายขอ ลายดอกแปด และอื่นๆ โดยลายดอกแปด เป็นลายที่เกิดจากจินตนาการของชาวไทยทรงดำ โดยอัญเชิญแกนทั้ง ๘ องค์ มาประดิษฐ์เป็นลายผาประกอบด้วย แกนหลวง แกนสิง แกนแนน แกนชาด แกนบัวกำลาวี แกนแม่นาง แกนนุ่งขาว และแกนบุญ ผู้ใดใช้เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มลายนี้ จะได้รับการดูแลจากแกน เมื่อเสียชีวิตลงวิญญาณจะได้รับความคุ้มครองจากแกน โดยเฉพาะเสื่อฮีที่มีลวดลายดอกแปดโดยใช้ในการคลุมโลงศพ หรือนำมาทำหน้าหมอนเป็นการเย็บปะผ้าสี ส่วนลายข้าวหลามตัด ชาวไทยทรงดำเชื่อว่าลายข้าวหลามตัด คือชั้นหมากและเขียนหมาก ซึ่งมีลักษณะคล้ายชั้นหรือพานสำหรับใช้ใส่สิ่งของเพื่อเช่นไหว้ผีเรือน และประกอบพิธีกรรมต่างๆ เช่น การแต่งงาน การต้อนรับแขก

ในส่วนของการสื่อความหมายในการใช้สีในการทอผ้าและประดับตกแต่งของชาวไทยทรงดำ กลุ่มทอผ้าหมู่บ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนทองมีการทอผ้าหลายชนิด เช่น ผ้าลายแดงโม ผ้าลายแดงโมสอดดินเงินหรือดินทอง ผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้า ผ้าพื้นสีต่างๆ ซึ่งแต่ละสีมีความหมายดังนี้

(๑) สีครามเข้มหรือสีดำ เป็นสีหลักของผืนผ้าและการใช้งาน โดยมีความเชื่อว่าเกิดจากการเก็บกตที่ ต้องปลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอนมาเป็นชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย

(๒) สีครามเข้ม สีขาว และสีฟ้า เป็นลวดลายการวางสีชาวสลับสีครามเข้มบนผ้าชิ้น โดยสื่อความ หมายถึงความเดียวดายที่ต้องปลัดพรากจากญาติพี่น้อง

(๓) สีเหลือง เป็นสีที่แทรกอยู่ในลวดลายที่ใช้ตกแต่งผ้าและเครื่องนุ่งห่ม มีความหมายถึงความสว่างไสว ความเจริญ การเติบโต ความก้าวหน้า ให้ความรู้สึกผ่อนคลายมีชีวิตชีวา

(๔) สีส้ม เป็นสีที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น นำมาใช้ประดิษฐ์กับสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว เช่น ในเครื่องรางผูกไว้กับ ผ้าอ้อมเด็ก เพื่อป้องกันภูตผีและใช้เป็นสีประกอบลวดลายบนหน้าหมอนลายปะหรือลายปักเพื่อถวายพระภิกษุ หรือผู้ใหญ่ที่นับถือ

(๕) สีเขียว เป็นสีของธรรมชาติ พันธุ์ไม้ต่างๆ ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สดชื่น เยือกเย็นดูแล้วสบายตา สบายใจ

(๖) สีแดง เป็นสีที่เด่นสะดุดตา มีความเชื่อว่าเป็นสีของเลือดเนื้อหรือสิ่งมีชีวิต สื่อความหมายถึงพวกเผ่าพันธุ์เดียวกัน และยังหมายถึงการหยุด การสิ้นสุด การหลุดพ้น เช่น การใช้ผ้าสีแดงปิดหน้าศพ การใช้ผ้าฝ้ายสีแดงปิดโลงศพ หรือสีแดงของธงที่ปักเป็นชั้นบันได เป็นความเชื่อในการส่งผู้ตายไปผืนแผ่นดิน

(๗) สีขาว เป็นสีที่แสดงถึงความสงบเยือกเย็น ความบริสุทธิ์ สุภาพและเบิกบาน ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าสีขาวหมายถึงวิญญาณ จึงใช้สีขาวในพิธีไหว้ผีและงานศพ

๒. การศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์กับการออกแบบผลิตภัณฑ์จะดำเนินการควบคู่กันไป เป็นการพยายามค้นหาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หาวิธีแก้ไขหรือคำตอบใหม่ๆ สำหรับปัญหาต่างๆ ที่ต้องอาศัยวิทยาการที่ก้าวหน้า กรรมวิธีการผลิต การเลือกใช้วัสดุและหลักในการออกแบบ เข้าใจการวิเคราะห์ปัญหา การคิดออกแบบสร้างสรรค์ และการแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์

ในลักษณะความหมายของคำว่า ออกแบบผลิตภัณฑ์จะมีอยู่ ๒ ส่วน คือ ส่วนของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับส่วนของการปรับปรุงหรือพัฒนาจากของเดิม การที่จะได้มาซึ่งรูปทรงของผลิตภัณฑ์ในส่วนหนึ่งก็จะได้นั้นแนวคิดมาจากแบบเดิมแล้วนำมาพัฒนาให้เข้ากับบทบาทของสังคมยุคใหม่และค่านิยมในการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยแบบของผลิตภัณฑ์จะแบ่งออกเป็น ๕ แบบดังนี้

(๑) แบบโบราณ คือ การออกแบบโดยยึดแบบของเดิมที่มีมาตั้งแต่รุ่นเก่าหรือโบราณ จุดประสงค์ก็อาจจะมุ่งกลุ่มเป้าหมายไปที่กลุ่มอนุรักษ์นิยม หรือใช้ประกอบตกแต่งสภาพแวดล้อมให้มีความสัมพันธ์เข้ากันได้ เช่น เครื่องเรือน กรอบกระจก โทรศัพท์ เป็นต้น ที่มีการผลิตขึ้นมาใหม่ แต่ยังคงยึดแบบอย่างโบราณ ก็เพื่อตกแต่งภายในบ้านให้มีลักษณะการตกแต่งห้องแบบโบราณเพื่อให้เกิดความกลมกลืนกัน

(๒) แบบอมตะ คือ การออกแบบที่ยึดความพอดีระหว่างความเก่ากับความล้ำยุค รูปร่างดูแล้วไม่เก่าและไม่ใหม่เหมาะสมกับทุกยุค โดยดูแล้วไม่ล้าสมัย การออกแบบลักษณะนี้จะต้องพิจารณาเวลาเป็นสำคัญ

ออกแบบไม่ให้ดูล้ายุคหรือหือหาวมากในยุคนั้น เพราะเมื่อกาลเวลาเปลี่ยนไปก็จะเป็นที่นิยมหรือล้าสมัยได้เร็ว

(๓) แบบร่วมสมัย คือ การออกแบบที่ประสานกันระหว่างความล้าสมัยหรือแบบเก่าผสมกันกับแบบที่ทันสมัย คือ ใช้ ๒ ยุคสมัยนี้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน ถือว่าเป็นงานสมัยใหม่หรืองานปัจจุบัน ลักษณะของเก่าที่นำมาอาจจะเป็นวัสดุ วิธีผลิต หรือรูปแบบดังนี้

- วัสดุ เช่น นำผ้าทอโบราณมาออกแบบตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสมัยปัจจุบัน
- วิธีผลิต เช่น เครื่องปั้นดินเผา หรืองานหวาย นำมาออกแบบรูปทรงที่ทันสมัยเข้ากับปัจจุบัน
- รูปแบบ เช่น ยีดรูปทรงแบบเก่ามาประยุกต์ใช้กับวัสดุสังเคราะห์สมัยใหม่

(๔) แบบทันสมัย คือ การออกแบบที่เข้ากันกับยุคสมัยนั้นๆ โดยค่อนข้างเป็นไปในลักษณะของสมัยปัจจุบัน ดูทันสมัยหรือตามสมัยนิยม แบบจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามความต้องการของตลาดและค่านิยมของยุคนั้น ซึ่งเมื่อเลยยุคสมัยหรือความนิยมไปแล้ว แบบจะดูล้าสมัย ผลิตภัณฑ์ที่นิยมออกแบบลักษณะนี้ ส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์อุปโภคสำหรับคนทั่วไป เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน หรือผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น

(๕) แบบล้ายุค คือ การออกแบบในลักษณะเป็นความก้าวหน้าของรูปแบบหรือวัสดุออกแบบเพื่ออนาคตข้างหน้า โดยพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าจะเป็นไปได้สำหรับอนาคต รูปแบบอาจจะหนีความจำเจ ความเคยชินต่อสายตาในยุคใหม่นี้ไป ซึ่งบุคคลในยุคนี้อาจจะยังไม่เคยชินและดูไม่ออกกว่าเป็นรูปทรงใด หรือผลิตภัณฑ์อะไร

เรื่องของลักษณะแบบของผลิตภัณฑ์ทั้ง ๕ แบบนี้ มิใช่แบบใดแบบหนึ่งเหมาะสมหรือแบบใดแบบหนึ่งไม่ดี ไม่เหมาะสม การที่นักออกแบบจะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นลักษณะแบบใดนั้นก็ย่อมจะต้องศึกษาปัจจัยต่างๆ ประกอบมากมาย เช่น ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมาย ค่านิยม การดำรงชีพในสังคม และการตลาดสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เป็นต้น

การออกแบบที่ดีนั้นต้องมีหลักเกณฑ์ในการยึดถือปฏิบัติที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับนักออกแบบ ซึ่งพอที่จะแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้คือ

๑) หน้าที่ของการนำไปใช้ (Function) เป็นสิ่งแรกที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง เพราะของแต่ละอย่างมีหน้าที่ใช้สอยไม่เหมือนกัน การออกแบบต้องออกแบบให้เหมาะสมและถูกต้องมากที่สุด

๒) การประหยัด (Economy) หมายถึง การประหยัดวัสดุและเงินทองที่จะนำมาลงทุนด้วยสิ่งต่างๆ ที่มีคุณภาพ ดีเลิศขนาดไหนก็ตาม ถ้าราคาในการผลิตสูงแล้ว ไม่ถือเป็นการออกแบบที่ถูกต้อง นอกจากจะมีราคาแล้ว แบบที่ออกไปนั้นก็ควรเป็นแบบที่ง่ายและเหมาะสม

๓) ความทนทาน (Durability) การออกแบบที่ดีนั้นนอกจากจะประหยัดแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความทนทานด้วย ถ้าขาดความทนทานแล้วคุณค่าของสิ่งนั้นก็ด้อยลงไป

๔) วัสดุ (Material) การเลือกวัสดุต่างๆ ที่นำมาใช้งานนั้น นอกจากจะประหยัดแล้วยังต้องเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ความคงทนถาวร

๕) โครงสร้าง (Construction) โครงสร้างของสิ่งต่างๆ ไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้ออกแบบจะต้องศึกษาโครงสร้างโดยธรรมชาติของสิ่งเหล่านั้นให้เข้าใจเป็นอย่างดี

๖) ความสวยงาม (Beauty) โดยการออกแบบนั้นควรจะมีที่สวยงาม เพราะจะช่วยดึงดูดความสนใจ อีกทั้งทุกคนก็มักชอบความสวยงามอยู่แล้ว

๗) ลักษณะเด่นพิเศษเฉพาะอย่าง (Personality) โดยจะต้องมีจุดดีของแต่ละสิ่งออกมาอย่างเด่นชัด จึงจะถือว่าเป็นการออกแบบที่สมบูรณ์


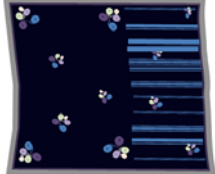

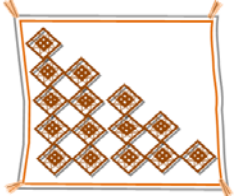
ซึ่งโดยสรุปแล้วในการออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำนั้น อันดับแรกผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบโดยทั่วไปที่สำคัญคือ ประโยชน์ใช้สอย (Function) ซึ่งต้องพิจารณาทั้งในส่วนของประโยชน์ใช้สอยด้านจิตใจ (Psychological Function) โดยการทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความพึงพอใจหรือถูกใจ เช่น การมีลวดลายสีสันทันที่สะดุดตาน่าสนใจ มีมูลค่ามากกว่าราคาที่ตั้งไว้ และดูดีมีระดับ เป็นสัญลักษณ์แสดงภาพพจน์ของความเป็นฐานะ และประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพ (Practical Function) ซึ่งเป็นประโยชน์ใช้สอยโดยตรงต่อผู้ใช้ สามารถจับต้องใช้งานได้ตามที่กำหนดไว้ อีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงคือ การคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายและสีสันทันต่างๆ ตามความเชื่อของชาวไทยทรงดำ เนื่องจากลายผ้าไทยทรงดำมีลายต่างๆ ไม่มาก และมีการใช้สีสันทันที่จำกัด การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำจึงต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ โดยเฉพาะในเรื่องของการคงเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำและความแตกต่างของวัฒนธรรมความเชื่อของแต่ละพื้นที่ๆ ที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรมีการศึกษาในเรื่องรายละเอียดของลวดลายแต่ละลายว่ามีความเป็นมาอย่างไร มีความเชื่ออย่างไร สื่อความหมายว่าอย่างไร และใช้ในโอกาสใด ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาในเรื่องของการนำลวดลายที่ใช้ในโอกาสต่างกัน เช่น งานมงคล และงานอวมงคล มาอยู่ในผลิตภัณฑ์ชิ้นเดียวกัน

๓. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษาถึงความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใน ๕ พื้นที่พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำส่วนใหญ่มีปัญหา ดังนี้ (๑) สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกล (๒) มีสินค้าให้เลือกน้อยชนิด (๓) รูปแบบ/รูปทรงไม่ทันสมัย (๔) ประโยชน์ใช้สอยที่มिन้อย (๕) ราคาไม่เหมาะสม และ (๖) ดูแลรักษายาก โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในภาพรวมในระดับมาก และมีความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำสูงสุด ๕ ลำดับแรกได้แก่ (๑) หมอนอิง (๒) ก่องทิชชู (๓) กระเป๋าสตรี (๔) เสื้อ และ (๕) กางเกง ในส่วนของระดับราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการมากที่สุดคือ ๒๐๑ - ๓๐๐ บาทต่อชิ้น หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยจึงดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ โดยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น ๔ ชนิดตามที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการดังนี้ ๑) หมอนอิง ๒) ก่องทิชชู ๓) กระเป๋าสตรี และ ๔) เสื้อผ้า โดยจะออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified Product) ซึ่งหมายถึง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับปรุงในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอีกครั้ง และมีแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบทันสมัย คือ การออกแบบที่เข้ากันกับยุคสมัยนั้นๆ โดยค่อนข้างเป็นไปในลักษณะของสมัยปัจจุบัน ดูทันสมัยหรือตามสมัยนิยม

โดยผู้วิจัยได้นำลวดลายการทอและการปักที่โดดเด่นของชาวไทยทรงดำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ลวดลายหลักที่นำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์คือ ลายดอกพรม ลายขอกูด และลายดอกมะลิ โดยนำลวดลายดังกล่าวมาประยุกต์ใหม่ ให้มีความทันสมัยขึ้น แต่ยังคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายเดิมไว้ ซึ่งมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทดังนี้

(๑) หมอนอิง

แบบที่ ๑	แบบที่ ๒	แบบที่ ๓	แบบที่ ๔
			

(๒) กล่องทิชชู

แบบที่ ๑	แบบที่ ๒	แบบที่ ๓	แบบที่ ๔
			

(๓) กระเป๋าสตรี

แบบที่ ๑	แบบที่ ๒	แบบที่ ๓
		

(๔) เสื้อผ้า



๔. การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิวชูแบบที่ ๓ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๒) รองลงมาคือ กระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๕) และกระเป๋าสตรีแบบที่ ๓ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๒)

และหากพิจารณาถึงร้อยละของความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภทของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องทิวชูแบบที่ ๓ มากที่สุด (ร้อยละ ๓๙.๐๐) รองลงมาคือ กระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ (ร้อยละ ๓๘.๐๐) และกล่องทิวชูแบบที่ ๒ (ร้อยละ ๓๔.๐๐)

ในส่วนของการคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสตรีแบบที่ ๓ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๗๒) รองลงมาคือ กล่องทิวชูแบบที่ ๔ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๐) และกล่องทิวชูแบบที่ ๑ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๔๔)


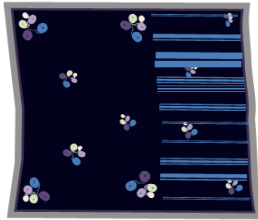

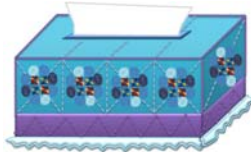


ทั้งนี้จากการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และการตรวจสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำโดยผู้เชี่ยวชาญได้ข้อสรุปเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังนี้

(๑) หมอนอิง ในส่วนของหมอนอิงนั้นทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องของประโยชน์ใช้สอยซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และในส่วนของผู้เชี่ยวชาญนั้นให้ความสำคัญกับการลดทอนและสีสันทันที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำได้ดี ซึ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีสีน้ำเงิน ขาว และดำ โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือ หมอนอิงแบบที่ ๑ และแบบที่ ๒ โดยเป็นรูปแบบที่ทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจมากที่สุด

(๒) กล่องทิวชู ในส่วนของกล่องทิวชูนั้นทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องของประโยชน์ใช้สอยซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิง โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือ กล่องทิชชูแบบที่ ๑ แบบที่ ๓ และแบบที่ ๔ โดยกล่องทิชชูแบบที่ ๑ นั้นผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีการวางที่ค่อนข้างแปลกตาน่าสนใจ ส่วนแบบที่ ๓ แม้ว่ารูปร่างจะค่อนข้างธรรมดา เป็นแบบเดิมๆ ที่มีอยู่ทั่วไป แต่เป็นรูปแบบที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ความสนใจมากที่สุด ในส่วนของแบบที่ ๔ นั้นมีลักษณะเด่นคือลวดลายและสีเส้นแสดงออกถึงความเป็นไทยทรงดำได้ดี

(๓) กระเป๋าสตรี ในส่วนของกระเป๋าสตรีนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความพึงพอใจในกระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ และแบบที่ ๓ มากที่สุด ซึ่งก็สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญที่มีความเห็นว่าเป็นรูปแบบที่มีรูปทรงดูดี สวยงาม และดูเหมาะสม จัดลวดลายและสีเส้นได้กลมกลืน เหมาะสมดีมาก ดูแล้วน่าใช้ มีความเป็นไทยทรงดำอยู่ครบถ้วน

ประเภทของผลิตภัณฑ์	รูปแบบที่มีความเหมาะสมตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย		
(๑) หมอนอิง	แบบที่ ๑ 	แบบที่ ๒ 	
(๒) กล่องทิชชู	แบบที่ ๑ 	แบบที่ ๓ 	แบบที่ ๔ 
(๓) กระเป๋าสตรี	แบบที่ ๒ 	แบบที่ ๓ 	

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้านั้น เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะตัวมาก ขึ้นอยู่กับยุคสมัยสูง จึงไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงไม่เหมาะที่จะทำการผลิตเพื่อขายแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยทั่วไป

อภิปรายผลการวิจัย

๑. จากผลการวิจัยที่พบว่าลวดลายของผ้าทอไทยทรงดำที่ปรากฏบนผืนผ้าสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ความผูกพัน ตลอดจนความเป็นมาของวัฒนธรรม หรือเหตุการณ์ที่สำคัญๆ ทางประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อวิถีการดำรงชีวิต จึงทำให้ผู้ทอผ้าเกิดแรงบันดาลใจที่จะนำสิ่งเหล่านั้น มาถ่ายทอดเป็นลวดลายบนผ้าทอไทยทรงดำ ซึ่งลวดลายผ้าไทยทรงดำหมู่บ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนข่อย พบว่าลวดลายต่างๆ ได้สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและมีบางลวดลายได้คิดค้นมาใหม่ และมีการปรับปรุงประยุกต์เพื่อให้เข้ากับสมัยปัจจุบันมากขึ้นแบ่งได้ ๓ ประเภทคือ ลายพืช ลายสัตว์ และลายผสมอื่นๆ นั้น ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเสริม (๒๕๔๕) ที่ได้ศึกษาลวดลายผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชุมชนไทยทรงดำ ที่พบว่าโดยทั่วไปมีจำนวน ๕ ลาย คือ ลายพันธุ์พฤกษา ลายสัตว์ ลายเครื่องมือเครื่องใช้ ลายของสถานที่และสิ่งของ และลายเบ็ดเตล็ด ในส่วนของลวดลายผ้าไทยทรงดำหมู่บ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนข่อยที่พบในปัจจุบันจะมีเพียงบางลวดลายเท่านั้น ส่วนใหญ่จะเป็นลายพืชซึ่งเป็นการลอกเลียนแบบพืชที่อยู่ใกล้ตัวจะมีลายที่สื่อความหมายถึง ต้นไม้ ใบไม้ ดอกไม้ หรือผลไม้ เป็นต้น สามารถนำมาเป็นต้นแบบในการสร้างลวดลายผ้าได้ โดยเฉพาะลายแตงโมหรือลายชะโด ถือเป็นลายที่เป็นเอกลักษณ์อันเด่นชัดของชาวไทยทรงดำ ในส่วนของลายสัตว์นั้นเป็นลายที่ได้แนวคิดมาจากสัตว์ ส่วนมากเป็นลายที่พบเห็นและมีความเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และสัตว์ในจินตนาการ ลวดลายที่ปรากฏบนผ้าทอของชาวไทยทรงดำ มีความเชื่ออยู่หลายลักษณะ เช่น เชื่อเรื่องบุญคุณ ถิ่นกำเนิด ความยำเกรง ความรัก ความสวยงาม การคุ้มครอง ความคิดถึง อำนาจวาสนา ซึ่งความเชื่อตามลักษณะดังกล่าวสามารถนำมาสร้างสรรค์ลวดลายด้วยวิธีการทอ ปัก ปะ และขีด เพื่อสื่อความหมายถึงเรื่องราวบนผืนผ้า เช่น ลายนาค ลายตานกแก้ว ลายผีเสื้อ และลายม้า เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันลายสัตว์หาได้ยาก เพราะไม่มีผู้สืบทอด

ในส่วนของการสื่อความหมายในการใช้สีในการทอผ้าและประดับตกแต่งของชาวไทยทรงดำ กลุ่มทอผ้าหมู่บ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนข่อยมีการทอผ้าหลายชนิด เช่น ผ้าลายแตงโม ผ้าลายแตงโมสอดดินเงินหรือดินทอง ผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้า ผ้าพื้นสีต่างๆ ซึ่งแต่ละสีมีความหมายและความเชื่อที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะสีครามซึ่งเป็นสีที่ชาวไทยทรงดำใช้เป็นสีหลักในพื้นที่ส่วนใหญ่ของผืนผ้า โดยมีความเชื่อที่เกิดจากการเก็บกตทางอารมณ์ของผู้ย้อมโดยแสดงความรู้สึกออกมาทางผืนผ้า ซึ่งหมายถึง ความเดียวดายของกลุ่มชนไทยทรงดำที่ต้องพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอนจนกลายเป็นชนกลุ่มน้อยของประเทศไทยซึ่งสอดคล้องกับ บุญเสริม (๒๕๔๕) ได้ศึกษาถึงสีที่เกี่ยวกับความเชื่อของชาวไทยทรงดำมี ๖ สี และสอดคล้องกับ บลูมเมอร์ (๑๙๖๙) และ กิตติพัฒน์ (๒๕๕๐) ที่ได้อธิบายถึงหลักการสำคัญ ๓ ประการของปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์อันประกอบด้วย ๑. มนุษย์มีพฤติกรรมกระทำต่อสิ่งต่างๆ ขึ้นอยู่กับ “การให้ความหมาย” ของสิ่งนั้น ๒. การให้ความหมาย

ของวัตถุหรือสิ่งต่างๆ ของมนุษย์เป็นการกระทำผ่าน “สัญลักษณ์” และเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๓. การอธิบายให้ความหมายต่อสิ่งใดๆ นั้นเป็นผลผลิตอันเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์ในสังคม จะเห็นว่าการให้ความหมายของสีตามความเชื่อของชาวไทยทรงดำนั้นก็มาจากพฤติกรรมของชาวไทยทรงดำที่มีต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว โดยการอธิบายความหมายของลวดลายและสีของผ้าทอไทยทรงดำล้วนมาจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของชาวไทยทรงดำในสังคมในอดีตนั่นเอง

สำหรับการทอผ้าในอดีตพบว่าภูมิปัญญาผ้าทอไทยทรงดำหมู่บ้านไผ่หูช้างและบ้านดอนข่อยมีกระบวนการและขั้นตอนอย่างครบวงจรตั้งแต่การปลูกฝ้าย การเก็บดอกฝ้าย แล้วนำมาสู่กระบวนการทำเส้นด้าย โดยนำมาแยกปุ๋ยฝ้ายจากเมล็ดฝ้ายด้วยเครื่องมือที่เรียกว่า “อ้าว” แล้วนำมาทำให้ฝ้ายฟูโดยใช้ “คันดัด” ในกระเพียด (มีลักษณะคล้ายส้อมไม้) แล้วทำปุ๋ยฝ้ายให้เป็นหลอดๆ โดยใช้ไม้ล้อ มีลักษณะคล้ายตะเกียบ หลังจากนั้นก็นำฝ้ายไปปั่นให้เป็นเส้นด้ายหรือการเข็นฝ้ายด้วย “หลา” ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญที่จะทำให้ได้เส้นด้ายเรียบสม่ำเสมอเป็นเส้นสวยงาม ทั้งนี้ผู้เข็นฝ้ายต้องมีสมาธิและมีความชำนาญจึงจะทำได้ดี แล้วพันเส้นด้ายในเครื่องมือที่เรียกว่า “เปีย” จะได้เส้นด้ายเป็น “ปอย” หรือ “ใจ” เนื่องจากการเอาเส้นด้ายออกจากเหล็กใน หลังจากนั้นจึงนำไปย้อมสีหรือทำเป็นฝ้ายเส้นพุ่งและเส้นยืน พร้อมจะนำไปทอเป็นผืนผ้า แต่ในปัจจุบันเนื่องจากมีเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเข้ามา ทำให้ลดขั้นตอนการผลิตเส้นใยจากฝ้าย โดยหันมาใช้เส้นใยจากโรงงานอุตสาหกรรม หรือเส้นไหมประดิษฐ์ในการทอผ้าแทนโดยไหมประดิษฐ์ซื้อมาจากบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งสอดคล้องกับ ฤชอร (๒๕๔๔) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับอาชีพการทอผ้าที่เอวของชนเผ่ากะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน พบว่ากระบวนการทอผ้าและแนวทางการออกแบบลวดลายผ้าที่เอวของชนเผ่ากะเหรี่ยงในอดีตเป็นกระบวนการที่ง่ายๆ พึ่งพิงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวทั้งในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ในการทอ และกระบวนการในการพัฒนาคุณภาพของเส้นใย รวมทั้งลวดลายผ้าที่ออกแบบมีจุดมุ่งหมายของการทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือน สำหรับการทอผ้าในปัจจุบันนั้นยังคงใช้กระบวนการแบบดั้งเดิมเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นการจัดทอวัสดุโดยการซื้อแทนการจัดทำขึ้นใช้เอง

๒. จากผลการวิจัยที่พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์กับการออกแบบผลิตภัณฑ์จะดำเนินการควบคู่กันไป เป็นการพยายามค้นหาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทาวิธีแก้ไขหรือคำตอบใหม่ๆ สำหรับปัญหาต่างๆ ที่ต้องอาศัยวิทยาการที่ก้าวหน้า กรรมวิธีการผลิต การเลือกใช้วัสดุและหลักในการออกแบบ เข้าใจการวิเคราะห์ปัญหา การคิดออกแบบสร้างสรรค์ และการแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์ โดยมีหลักการในออกแบบผลิตภัณฑ์ดังนี้ ๑) หน้าที่ของการนำไปใช้ (Function) ๒) การประหยัด (Economy) ๓) ความทนทาน (Durability) ๔) วัสดุ (Material) ๕) โครงสร้าง (Construction) ๖) ความสวยงาม (Beauty) ๗) ลักษณะเด่นพิเศษเฉพาะอย่าง (Personality) ซึ่งสอดคล้องกับ สิริพิชญ์ (๒๕๕๑) ที่ได้ศึกษาถึงปัญหาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าฝืนและผลิตภัณฑ์ผ้า ที่พบปัญหาสำคัญคือ ๑) ปัญหาด้านวัตถุดิบ ๒) ปัญหาด้านคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ๓) ปัญหาการออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ๔) ปัญหาการบริหารจัดการและการตลาด ๕) ปัญหาด้านการวิจัยและพัฒนา ๖) ปัญหาองค์ความรู้และนวัตกรรม ๗) ปัญหาการถ่ายทอดเทคโนโลยีการฝึกอบรม ดังนั้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝืนและผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากผ้าทอไทยทรงดำก็ต้องคำนึงถึงหลักการในการออกแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาของผลิตภัณฑ์ลงไป

๓. จากผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำส่วนใหญ่มีปัญหา ดังนี้ (๑) สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกล (๒) มีสินค้าให้เลือกน้อยชนิด (๓) รูปแบบ/รูปทรงไม่ทันสมัย (๔) ประโยชน์ใช้สอยที่มีน้อย (๕) ราคาไม่เหมาะสม และ (๖) ดูแลรักษายาก นั้น มีความสอดคล้องกับ เครื่องจิต (๒๕๔๕) ที่ได้ศึกษาวิจัยการพัฒนาารูปแบบผ้าทอมือไทยเขมร – สุรินทร์ พบว่าปัญหาคือต้นทุนในการผลิตสูง ผ้าขายไม่ได้ราคา เพราะฝีมือการทอผ้ามีหลายๆ กระบวนการการมัดย้อม ตลอดจนสีสันทันไม่ตรงตามความต้องการของตลาด การย้อมสีธรรมชาติยังย้อมไม่เป็น เงินทุนไม่เพียงพอกับการผลิต การรวมกลุ่มในการทอผ้าเป็นการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ และด้านการตลาด ในการขายผ้าใหม่ยังไม่กว้างขวาง และยังสอดคล้องกับ ไพโรจน์ (๒๕๔๖) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าจากบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ที่ทำจากผ้าลายดอกแก้ว ลายกำข่อยเล็ก ลายกำข่อยใหญ่ พบว่าประเภทผลิตภัณฑ์ที่ชอบหรือสนใจ คือ เครื่องแต่งกายสำเร็จรูปซึ่งซื้อจากแหล่งผลิตหรือศูนย์จำหน่าย เหตุจูงใจที่ซื้อคือ ความสวยงามของลวดลาย ส่วนปัญหาที่มักพบคือ การดูแลรักษายาก

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในภาพรวมในระดับมาก และมีความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำสูงสุด ๕ ลำดับแรกได้แก่ (๑) หมอนอิง (๒) กลองทิชชู (๓) กระเป๋าสตรี (๔) เสื้อ และ (๕) กางเกง ในส่วนของระดับราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการมากที่สุดคือ ๒๐๑ – ๓๐๐ บาทต่อชิ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยอีกส่วนที่พบว่าปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำ คือ ประโยชน์ใช้สอย ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ทั้ง ๕ ชนิดดังกล่าว เป็นผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ โดยผู้วิจัยได้นำลวดลายการทอและการปักที่โดดเด่นของชาวไทยทรงดำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ลวดลายหลักที่นำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์คือ ลายดอกพรม ลายขอกูด และลายดอกมะลิ โดยนำลวดลายดังกล่าวมาประยุกต์ใหม่ ให้มีความทันสมัยขึ้น แต่ยังคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายเดิมไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภชัย (๒๕๔๗) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมผ้าทอพื้นบ้านสู่ระบบอุตสาหกรรมสินค้าชุมชน: ศึกษากรณีกลุ่มแม่บ้านเพิ่มพูนทรัพย์ ตำบลนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม พบว่าการพัฒนาผ้าทอพื้นบ้านของชุมชนเครือข่าย เพื่อเป็นวัตถุดิบในการรองรับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ ที่ถูกออกแบบบนพื้นฐานการวิจัยตลาดและศักยภาพของกลุ่ม ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ตามที่ตลาดต้องการและยังได้พัฒนาผ้าทอพื้นบ้าน จากแบบดั้งเดิมสู่รูปแบบเชิงประยุกต์ ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

๔. จากผลการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกลองทิชชูแบบที่ ๓ มากที่สุด รองลงมาคือ กระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ และกระเป๋าสตรีแบบที่ ๓ และหากพิจารณาถึงร้อยละของความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ ประเภทของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทกลองทิชชูแบบที่ ๓ มากที่สุด รองลงมาคือ กระเป๋าสตรีแบบที่ ๒ และกลองทิชชูแบบที่ ๒ ซึ่งสอดคล้องกับ กานต์ธิดา (๒๕๕๐) ที่ได้ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าม่อฮ่อม พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ทำจากผ้าม่อฮ่อม ทั้ง ๓ ชนิด คือ กระเป๋าสตรี หมอนอิง และที่รองจาน เมื่อจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์ ชนิดละ ๓ รูปแบบ นำไปศึกษา

ความพึงพอใจ พบว่ากระเป๋าสตรีรูปทรงสี่เหลี่ยมตกแต่งโดยใช้เศษผ้าม่อฮ่อมที่เหลือจากการตัดเย็บตัดเป็นชิ้นสี่เหลี่ยมเล็กๆ และใช้เทคนิคการปะติดเป็นลวดลายลงบนชิ้นกระเป๋าทั้งสองด้าน สายกระเป๋าตกแต่งโดยใช้สายหนัง และมีการใช้เม็ดไม้ กระดุมกะลา ลูกเต๋อย ปักตกแต่ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด และสอดคล้องกับ ไพโรจน์ (๒๕๔๖) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าจากบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ที่ทำจากผ้าลายดอกแก้ว ลายกำขอลึก ลายกำขอลใหญ่ ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ ๕ ชนิด ประกอบด้วย กล่องใส่ทิชชู แพ้แอมเอกสาร ปลอกหมอนอิง ถุงใส่ขวดไวน์ และที่ใส่ซองจดหมาย ผู้ประเมินผลิตภัณฑ์ผ้าจากตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไทยเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ชอบหรือสนใจ คือ เครื่องแต่งกายสำเร็จรูปซึ่งซื้อจากแหล่งผลิตหรือศูนย์จำหน่าย

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

คณะผู้วิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะในการวิจัย โดยจำแนกออกเป็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

๑. จากผลการวิจัยที่พบว่าลวดลายการทอผ้าไทยทรงดำบางลวดลายในปัจจุบันหาดูได้ยาก เพราะไม่มีผู้สืบทอดรุ่นใหม่ๆ นั้น จึงควรมีการสร้างผู้สืบทอดรุ่นใหม่ๆ ให้มีจิตสำนึกในคุณค่าของผ้าทอไทยทรงดำ ลวดลายต่างๆ เช่น การจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นให้นักเรียนในพื้นที่ได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ้าทอไทยทรงดำ เรียนรู้การทอผ้าไทยทรงดำ เพื่อจะได้เป็นกระบวนการสืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาผ้าทอไทยทรงดำต่อไป

๒. จากผลการวิจัยที่พบว่าไม่มีการทอผ้าไทยทรงดำในลวดลายบางลวดลาย จึงควรมีการส่งเสริมการฟื้นฟูการทอผ้าไทยทรงดำลวดลายโบราณในเชิงอนุรักษ์ โดยเชื่อมโยงเครือข่ายของชาวไทยทรงดำในจังหวัดต่างๆ มาร่วมมือกันฟื้นฟู อนุรักษ์ และสืบทอดลวดลายดั้งเดิมเหล่านั้นต่อไป

๓. จากผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำส่วนใหญ่มีปัญหาที่สำคัญคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกล มีสินค้ามีให้เลือกน้อยชนิด และรูปแบบ/รูปทรงไม่ทันสมัยนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำไปสู่ช่องทางใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น งานแสดงสินค้าต่างๆ ในเขตเมือง อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

๔. จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยสำคัญที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คือ ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำควรเน้นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอยโดยตรงต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น หมอนอิง กระเป๋า อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ และควรหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะตัวและขึ้นอยู่กับสมัยนิยม เช่น เสื้อผ้า

๕. ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำควรคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และให้ความสำคัญกับการสื่อความหมายและการคงเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำด้วย เพื่อป้องกันปัญหา

ความขัดแย้งและการต่อต้านผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นจากการใช้ลวดลายและสีสันทันที่ขัดแย้งกับความเชื่อและการสื่อความหมายของชาวไทยทรงดำ

๖. ควรมีการส่งเสริมการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากผ้าทอไทยทรงดำอย่างต่อเนื่อง โดยการสนับสนุนในเรื่องการฝึกอบรมจากหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา รวมทั้งองค์กรเอกชน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสืบสานและอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ และสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับชาวไทยทรงดำ

๗. ควรมีการศึกษาและรวบรวมองค์ความรู้ผ้าทอไทยทรงดำไว้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะข้อมูลตัวอย่างผ้าให้มีรูปแบบเป็นเอกสาร หนังสือ ตำรา อันจะเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและสะดวกต่อการศึกษาต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

๑. ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มผ้าทอไทยทรงดำ เพื่อการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากผ้าทอไทยทรงดำ การอนุรักษ์และสืบสานผ้าทอไทยทรงดำอย่างต่อเนื่อง

๒. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนในอนาคต เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ในชุมชนเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนไทยทรงดำ เพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมให้ดำรงคงอยู่สืบต่อไป

๓. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐม เพื่อเป็นช่องทางในการอนุรักษ์และสืบสานประเพณีและวิถีชีวิตของชาวไทยทรงดำ อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไทยทรงดำอีกด้วย

๔. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาตราสินค้าของกลุ่มผ้าทอไทยทรงดำ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ การยอมรับจากตลาด และมาตรฐานสินค้า และก็เป็นแนวทางในการขยายธุรกิจของกลุ่มผ้าทอไทยทรงดำในอนาคต

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๗.
- กานต์ธิดา ไชยมา. Development of Handicraft Patterns from Morhom Material.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๕๐.
- กิติพัฒน์ นนทปัทมดูล. การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม: แนวคิดและวิธีการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่
๒. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๐.
- แก่นจันทร์ มะลิขอ. การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทใหญ่ บ้านใหม่หมอกจ๋าม อำเภอแม่ฮ่อม
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๖.
- จรัญญา สีพาแลว. การทอผ้าของชาวละว้าบ้านมิดหลง อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่.
วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๕.
- ชลธิรา สัตยวัฒน์นา. สายใยความสัมพันธ์ไท – ลาวบนผืนผ้าในมรดกและแหล่งท่องเที่ยวลาว.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เพื่อนชีวิต, ๒๕๓๗.
- ชัยศิริ สมุทวณิช. โครงการวิจัยผ้าไทในเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยรังสิต. กรุงเทพฯ: สำนัก
ประชาสัมพันธ์ บริษัทการบินไทย จำกัด, ๒๕๓๔.
- ณัฐวดี พัฒนโพธิ์. รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมสีจากธรรมชาติเพื่อ
ธุรกิจชุมชนกุดตาไถ่ กิ่งอำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์,
๒๕๔๕.
- ธีระชัย สุขสด. การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๔.
- ถวิล เกสรราช. ประวัติผู้ไทย. พระนคร: กรุงเทพมหานครพิมพ์, ๒๕๑๒.
- ทรงพล ศิวานนท์. ลวดลายการทอผ้าขึ้นต้นจกอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. การค้นคว้าแบบอิสระ
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๓.
- นิรัช สุดสังข์. การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๘.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. ทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, ๒๕๔๖.
- นำพวัลย์ กิจรักษ์กุล. รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการตั้งถิ่นฐาน ประชากร เศรษฐกิจ และ
วัฒนธรรมของลาวโซ่ง ในจังหวัดนครปฐม. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร,
๒๕๓๒.
- บุญเสริม ดินตะสุวรรณ. ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอเขา
ย้อย จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ไทยศึกษา) มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, ๒๕๔๕.
- ประชุมพงศาวดารเล่มที่ ๔. พงศาวดารเมืองหลวงพระบาง. กรุงเทพฯ: องค์การค้าคุรุสภา, ๒๕๐๗
- ประเวศ วะสี. ปัญหาวิกฤตด้านชนบทสู่ทางรอด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หมู่บ้าน, ๒๕๓๓.

ปิยวรรณ สุขเกษม. ไผ่หูช้างเมื่อวันวาน. หนังสือส่งเสริมการอ่านเกี่ยวกับท้องถิ่นบ้านไผ่หูช้าง ตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. ๒๕๕๒.

ผู้จัดการรายสัปดาห์. “ผ่าแนวคิด Creative Economy ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ - คิดอย่างสร้างสรรค์.”

ผู้จัดการรายสัปดาห์ ๙ มิถุนายน ๒๕๕๑ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๓.

เข้าถึงได้จาก [http://www.boybdream.com/manager-news-](http://www.boybdream.com/manager-news-content.php?newid=61769)

[content.php?newid=61769](http://www.boybdream.com/manager-news-content.php?newid=61769)

พงษ์ ผาจิตร. เปิดโลกธุรกิจให้เจ้าตัวน้อย. กรุงเทพฯ: เนชั่น, ๒๕๔๗.

พระยาอนุমানราชชน. การศึกษาศิลปะและประเพณี. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญกิจ, ๒๕๑๕.

พิบูล ทีปะपाल. การบริหารการตลาด=Marketing Management. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์, ๒๕๔๗.

มนตรี ศรีบุษรา. ไทยคำร่ำพัน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์, ๒๕๒๒.

มยุรี วัดแก้ว. การศึกษาโครงสร้างสังคมของลาวโซ่ง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๒๑.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. สภาวะตลาดปัจจุบันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๔๔.

รังสรรค์ ธนพรพันธุ์. ทุนวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: มุลนิธิไชยย์ ลิมทองกุล, ๒๕๓๙.

รัชพล ปังพิบูลย์. กระบวนการถ่ายทอดวัฒนธรรมการทอผ้าของชาวไทยทรงดำ. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๓๘.

ศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๓๘.

ฤชอร แซ่โกย. อาชีพการทอผ้าที่เอวของชนเผ่ากะเหรี่ยงบ้านพระบาทห้วยต้ม อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน.

วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๔.

วรชัย โรจนพรทิพย์. ความสัมพันธ์ระหว่างเอกลักษณ์ชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยว

เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๘.

วรากรณ์ สามโกเศศ. “รู้จักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy).” มติชนรายวัน ๑๘ มิถุนายน

๒๕๕๒ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๓. เข้าถึงได้จาก

http://www.ssmwiki.org/index.php/Creative_Economy.

วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. ผ้าไหม: พัฒนาอุตสาหกรรมและสังคม. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป, ๒๕๓๐.

วิภาวรรณ อยู่เย็น. ไทหรือลาวเรียกให้ถูกต้อง. ภาษาและวัฒนธรรม ๕, ๑ (มกราคม – มิถุนายน),

๒๕๒๘.

วรรณภา ศรีธัญรัตน์. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์: การประยุกต์ใช้. วารสารคณะพยาบาลศาสตร์.

มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๔๐.

ศศิขวีญ ศรีกระจ่าง. “Creative Economy จุดยืนใหม่ของท้องถิ่นไทย.” Positioning Magazine,

กันยายน ๒๕๕๐ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๓. เข้าถึงได้จาก [http://www.](http://www.positioningmag.com/Magazine/Details.aspx?id=63510)

[positioningmag.com/Magazine/Details.aspx?id=63510](http://www.positioningmag.com/Magazine/Details.aspx?id=63510)

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งธุรกิจ, ๒๕๔๓.
- ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมผ้าทอพื้นบ้านสู่ระบบอุตสาหกรรมสินค้า
ชุมชน: ศึกษารณีกิจกรรมแม่บ้านเพิ่มพูนทรัพย์ ตำบลนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม, ๒๕๔๗.
- ศุภย์วิชัยไทยพาณิชย์. วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับองค์กร. มกราคม, ๒๕๔๘.
- ศุภย์สร้างสรรค์การออกแบบ. Creative Thailand สร้างสรรค์สร้างไทย. กรุงเทพฯ, ๒๕๕๓.
- ศุภย์สร้างสรรค์การออกแบบ. รายงานประจำปี ๒๕๕๑. กรุงเทพฯ, ๒๕๕๑.
- สกนธ์ ภู่งามดี. จิตวิทยากับการออกแบบ. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟฟิก จำกัด, ๒๕๕๕.
- สมทรง บุรุษพัฒน์. สารานุกรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทยไซ่ง. สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนา
ชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สหธรรมิก, ๒๕๔๐.
- สรณี วงศ์เปี้ยสัจจ์. รายงานการวิจัยเรื่องวาทกรรมสื่อโฆษณาการท่องเที่ยว: ภาพตัวแทน ตัวตนและ
ความเป็นไทย. ภาควิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๔.
- สรายุทธ ยะหะกร. ประมวลสาระชุดวิชาวิธีวิทยาในการวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๕๔.
- สาคร คันธโชติ. การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, ๒๕๒๘.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ ๒๑. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ ๗ สิงหาคม ๒๕๕๔. เข้าถึงได้จาก
<http://kanchanapisek.or.th/kp6/New/sub/book/book.php?book=21&chap=3&page=chap3.htm>
- สิริธัญญ์ ศิริพันธ์บุปผา. การศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจากผ้าทอชาว
ไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, ๒๕๔๘.
- สิริพิชญ์ วรรณภาส. เอกสารการสอนชุดวิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน. นนทบุรี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๕๑.
- สุนทร เกตุอินทร์. โครงสร้างลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี. วิทยานิพนธ์
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๕.
- สุพรรณ สมไทย และคณะ. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านโดยแนวคิดจากวัฒนธรรมชาวไทย
ทรงดำ. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, ๒๕๕๐.
- สุพัตรา สุภาพ. สังคมและวัฒนธรรม ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนา
พานิช, ๒๕๒๒.
- อัญชานา พานิช. คำลงท้ายในภาษาลาวไซ่ง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล,
๒๕๓๗.
- อัญชลี บุรณะสิงห์. วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงการใช้คำของคนสามระดับอายุในภาษาไทยไซ่ง.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท
มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๓๑.

ภาคผนวก

ผนวก ข

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลในการการสัมภาษณ์

ชื่อ	ชื่อสกุล	อาชีพ	ที่อยู่
๑.	นางสังวาล	ทองยอดเกรียง	กำนันตำบลคอนข่อย
๒.	นายเย็น	ทองดอนน้อย	รับจ้าง, ทอผ้า
๓.	นางสุทัศน์	ทองดอนน้อย	รับจ้าง, ทอผ้า
๔.	นางวรรณฤดี	สันติเสา	หัตถกรรมผ้าทอ
๕.	นางจันทร์หอม	ทองดอนน้อย	ทำสวนดอกมะลิ
๖.	นายสุรีย	ทองคงหาญ	อดีตนายกสมาคมไทดำ
๗.	นางปิยะวรรณ	สุขเกษม	รับราชการครู
๘.	นางไย	ทองคงหาญ	รับจ้าง
๙.	นายสมาน	ทองคงหาญ	รับจ้าง
๑๐.	นายทองอยู่	ทองดอนใหม่	จักสาน
๑๑.	นางสมปอง	ทองคงหาญ	เลี้ยงกุ้ง
๑๒.	นายกิตติพันธ์	ทองคงหาญ	นักเรียน
๑๓.	นางรัตนา	ทองคงหาญ	ตัดเสื้อผ้า
๑๔.	นางบัว	ทองคงหาญ	ทอผ้า
๑๕.	นายคำ	ทองคงหาญ	ช่างต่อที่ทอผ้า
๑๖.	นางชูศรี	แป้นโก้	ไม่ได้ประกอบอาชีพ
๑๗.	นายพีระ	ทองคงหาญ	กำนัน
๑๘.	นายหอม	ทองคงหาญ	อดีตกำนันไผ่หูช้าง
๑๙.	ร.อ.ทอน	แป้นโก้	โรงเรียนเกษตรอินทรีย์
๒๐.	นายใบ	อินทร์ปาน	อดีตผู้ใหญ่บ้านไผ่หูช้าง
๒๑.	นายสมชาย	รอดเจริญพันธ์	กลุ่มทอผ้า
๒๒.	นางปานอม	รอดเจริญพันธ์	กลุ่มทอผ้า
๒๓.	นายบุญเกิด	ทองเต่าหมก	เจ้าของวงแคนเดอะโซ่ง 2
๒๔.	นางสุวิน	อิมเพชร	รับจ้าง
๒๕.	นางเสม็ด	ทองดอนน้อย	ทำนา
๒๖.	นายไพ	ทองเต่าหมก	รับจ้าง
๒๗.	นายไทย	ทองดอนใหม่	เลี้ยงกุ้ง
๒๘.	นางสาวทองดี	ทองคงหาญ	ทำนา
๒๙.	นางหวาน	ทองคงหาญ	เลี้ยงกุ้ง
๓๐.	นางชูศรี	แป้นโก้	ไม่ได้ประกอบอาชีพ
๓๑.	นางเวียน	ทองดอนใหม่	ทอผ้า
๓๒.	นายอาคม	ทองคงหาญ	วงแคนบัวไก่ไทดำ
๓๓.	นายประยูร	อินทร์ปาน	ทำนา
๓๔.	นางลำไย	ทองคงหาญ	ทำนา

ผนวก ค

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ - นามสกุล

อายุ.....ปี ระดับการศึกษา.....ตำแหน่ง.....

ที่อยู่.....

ส่วนที่ ๒ คำถามเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา สภาพสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมชาวไทยทรงดำ

๑. ประวัติความเป็นมา (ตามการรับรู้ของผู้ให้ข้อมูล) เช่น แหล่งกำเนิด การอพยพย้ายถิ่น การกระจายตัวของชาวไทยทรงดำในหมู่บ้านใกล้เคียง

.....
.....
.....
.....

๒. ลักษณะทางสังคมของชาวไทยทรงดำ เช่น ระบบครอบครัว ระบบเครือญาติ ระบบชุมชน ความผูกพัน ความเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวหรือเคารพนับถือ

.....
.....
.....
.....

๓. ลักษณะทางเศรษฐกิจ เช่น การประกอบอาชีพ อาชีพหลัก อาชีพเสริม ฐานะทางเศรษฐกิจโดยภาพรวม

.....
.....
.....
.....

๔. ลักษณะทางวัฒนธรรม ประกอบด้วยประเด็นดังต่อไปนี้

๔.๑ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร

.....
.....
.....
.....

๔.๒ การแต่งกายและทรงผมในชีวิตประจำวัน (แยกเป็นเพศชายและหญิง)

.....

๔.๓ การแต่งกายและทรงในกรณีที่มีพิธีกรรม (แยกเป็นเพศชายและหญิง)

๔.๔ ลักษณะของที่อยู่อาศัย

๔.๕ อาหารและเครื่องดื่มในชีวิตประจำวัน

๔.๖ อาหารและเครื่องดื่มในกรณีที่มีพิธีกรรมต่างๆ

๔.๗ ความเชื่อและศาสนา

๔.๘ การละเล่นต่างๆ

๔.๙ ประเพณีและพิธีกรรมที่สืบทอดกันมา (ตั้งแต่เกิดจนเสียชีวิต)

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ ๓ ผ้าทอไทยทรงดำ

๑. ประเภทของผ้าทอไทยทรงดำที่มีในปัจจุบัน

๑.๑ ผ้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

.....

.....

.....

.....

๑.๒ ผ้าที่ใช้ในพิธีกรรมและงานประเพณี

.....

.....

.....

.....

๑.๓ อื่นๆ

.....

.....

.....

.....

๒. ความสำคัญและความสัมพันธ์ของผ้าทอไทยทรงดำกับการดำเนินชีวิตของชาวไทยทรงดำ

.....

.....

.....

.....

๓. เทคนิคหรือรูปแบบการทอผ้าไทยทรงดำที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

.....

.....

.....

.....

๔. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผ้าทอไทยทรงดำ

.....

.....

.....

.....

๕. เส้นใยที่ใช้ในการทอผ้าไทยทรงดำ

๖. การย้อมสีและการสื่อความหมายของสีต่างๆ ของผ้าทอไทยทรงดำ

๗. ลวดลายผ้าทอไทยทรงดำที่มีในปัจจุบันและการสื่อความหมายของแต่ละลาย

๘. รูปแบบการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไทยทรงดำ

๙. ปัญหาในการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไทยทรงดำในปัจจุบัน

ส่วนที่ ๔ ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำ

๑. รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทยทรงดำที่มีจำหน่ายในหมู่บ้านในปัจจุบัน เช่น หมอน กระเป๋า

ผนวก ง

แบบสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ (แบบสอบถามสำหรับลูกค้า/ผู้ซื้อ)

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ถูกต้องหรือตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

ตอนที่ ๑ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

๑. เพศ

- ชาย หญิง

๒. สถานภาพสมรส

- โสด สมรส หม้าย/หย่าร้าง

๓. ท่านอายุ

- ต่ำกว่า ๒๐ ปี ๒๐ - ๒๕ ปี ๒๖ - ๓๐ ปี
 ๓๑ - ๓๕ ปี ๓๖ - ๔๐ ปี ๔๑ - ๔๕ ปี
 ๔๖ - ๕๐ ปี ๕๑ - ๕๕ ปี ๕๖ - ๖๐ ปี
 ๖๐ ปีขึ้นไป

๔. ท่านประกอบอาชีพ (หลัก)

- ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา รับราชการ
 รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ธุรกิจส่วนตัว
 เกษตรกรรม ลูกจ้างรัฐ/เอกชน แม่บ้าน
 รับจ้างทั่วไป อื่นๆ (โปรดระบุ)

๕. ระดับการศึกษาของท่าน

- ป.๑ - ป.๔ ประถมศึกษา (ป.๖) ม.๓
 ม.๖/ปวช อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี
 ปริญญาโท ปริญญาเอก

๖. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท ๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท ๑๐,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท
 ๒๐,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท ๓๐,๐๐๑ - ๔๐,๐๐๐ บาท ๔๐,๐๐๑ - ๕๐,๐๐๐ บาท
 ๕๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป

ตอนที่ ๒ การซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบัน

๑. ความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำของท่าน

- ตั้งใจมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำโดยเฉพาะ
 มาเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ แล้วผ่านมา
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

๒. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อวัตถุประสงค์ใด

- ซื้อเพื่อนำไปใช้งานในชีวิตประจำวันได้
 ซื้อเพื่อไปเป็นของฝาก ของขวัญ หรือของที่ระลึก
 ซื้อไปเพื่อเป็นของสะสม
 ซื้อเพื่อจะได้ช่วยในการอนุรักษ์และส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทย
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

๓. ส่วนใหญ่ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำจากสถานที่ใดมากที่สุด

- ร้านค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอทั่วไป ร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไทย
- ห้างสรรพสินค้า แหล่งผลิตโดยตรง เช่น ในชุมชน/หมู่บ้าน
- งานจัดแสดงสินค้าไทย เช่น งาน OTOP
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

๔. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำบ่อยแค่ไหน

- เป็นประจำ บ่อยครั้ง
- นานๆ ครั้ง ไม่เคยซื้อเลย (ครั้งนี้เป็นครั้งแรก)
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

๕. จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อแต่ละครั้ง

- ต่ำกว่า ๒๐๐ บาท ๒๐๑ - ๓๐๐ บาท ๓๐๑ - ๔๐๐ บาท
- ๔๐๑ - ๕๐๐ บาท ๕๐๑ - ๖๐๐ บาท ๖๐๑ - ๗๐๐ บาท
- ๗๐๑ - ๘๐๐ บาท ๘๐๑ - ๙๐๐ บาท ๙๐๑ - ๑,๐๐๐ บาท
- สูงกว่า ๑,๐๐๐ บาท
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

๖. ในการเลือกผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ ท่านพิจารณาปัจจัยอะไรบ้างอะไรบ้าง (เลือกได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- รูปแบบ/รูปทรง ลวดลาย สีสันทัน
- คุณภาพ ราคา ประโยชน์ใช้สอย
- ความง่ายในการดูแลรักษา แหล่งผลิต แหล่งจำหน่าย
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ ๓ ปัญหาและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบัน

๑. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบันมีปัญหาอะไรมากที่สุด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- รูปแบบ/รูปทรงไม่ทันสมัย ประโยชน์ใช้สอยที่ไม่น้อย ลวดลายที่ไม่สวยงาม
- มีสินค้าให้เลือกน้อยชนิด สีสันทันไม่สวยงาม ไม่มีคุณภาพ
- ราคาไม่เหมาะสม ดูแลรักษายาก สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกล
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

๒. ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในปัจจุบัน

ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
๑. ผลิตภัณฑ์					
๑.๑ รูปแบบ/รูปทรงของผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย					
๑.๒ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายชนิด					
๑.๓ ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอย					
๑.๔ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเหมาะสม					
๑.๕ ผลิตภัณฑ์มีสีสันทันสวยงาม					

๑.๖ มีคำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์					
๒. ราคา					
๒.๑ ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า					
๓. ช่องทางการจัดจำหน่าย					
๓.๑ มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์กระจายอยู่ทั่วไป					
๓.๒ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ไม่ไกลมากนัก					
๓.๓ ท่านสามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ได้					
๓.๔ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีการตกแต่งความสวยงามและเหมาะสม					
๓.๕ มีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์เป็นหมวดหมู่และง่ายต่อการเลือกซื้อ					
ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
๔. การส่งเสริมการตลาด					
๔.๑ มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์และสถานที่จำหน่ายอย่างเหมาะสม					
๔.๒ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา อย่างเหมาะสม					
๔.๓ พนักงานขายยิ้มแย้มแจ่มใสและเต็มใจให้บริการ					

ตอนที่ ๔ ความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ

๑. ท่านต้องการผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำประเภทใดบ้าง (ให้เลือกมา ๕ ข้อ)

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> เสื้อ | <input type="checkbox"/> กระโปรง | <input type="checkbox"/> กางเกง |
| <input type="checkbox"/> ผ้ามา่น | <input type="checkbox"/> ผ้าแขวนตกแต่งผนัง | <input type="checkbox"/> ผ้าปูที่นอน |
| <input type="checkbox"/> ปกอกหมอน | <input type="checkbox"/> ผ้าคลุมไหล่ | <input type="checkbox"/> โคมไฟ |
| <input type="checkbox"/> กรอบรูป | <input type="checkbox"/> หมอนอิง | <input type="checkbox"/> กระเป๋าสตรี |
| <input type="checkbox"/> หมวก | <input type="checkbox"/> เข็มขัด | <input type="checkbox"/> ผ้าปูโต๊ะ |
| <input type="checkbox"/> ผ้าเช็ดปาก | <input type="checkbox"/> ผ้ารองจานและแก้วน้ำ | <input type="checkbox"/> ที่จับของร้อน |
| <input type="checkbox"/> กล่องทิชชู | <input type="checkbox"/> กล่องใส่ของ | <input type="checkbox"/> ปกไดอารี่ |
| <input type="checkbox"/> ซองใส่โทรศัพท์มือถือ | <input type="checkbox"/> รองเท้าสวมในบ้าน | |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | | |

๒. ระดับราคาที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำต่อชิ้น

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า ๑๐๐ บาทต่อชิ้น | <input type="checkbox"/> ๑๐๑ - ๒๐๐ บาทต่อชิ้น | <input type="checkbox"/> ๒๐๑ - ๓๐๐ บาทต่อชิ้น |
| <input type="checkbox"/> ๓๐๑ - ๔๐๐ บาทต่อชิ้น | <input type="checkbox"/> ๔๐๑ - ๕๐๐ บาทต่อชิ้น | <input type="checkbox"/> ๕๐๑ - ๖๐๐ บาทต่อชิ้น |
| <input type="checkbox"/> ๖๐๑ - ๗๐๐ บาทต่อชิ้น | <input type="checkbox"/> ๗๐๑ - ๘๐๐ บาทต่อชิ้น | <input type="checkbox"/> ๘๐๑ - ๙๐๐ บาทต่อชิ้น |
| <input type="checkbox"/> ๙๐๑ - ๑,๐๐๐ บาทต่อชิ้น | <input type="checkbox"/> สูงกว่า ๑,๐๐๐ บาทต่อชิ้น | |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | | |

ผนวก จ

แบบทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ถูกต้องหรือตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

ตอนที่ ๑ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

๑. เพศ

- ชาย หญิง

๒. สถานภาพสมรส

- โสด สมรส หม้าย/หย่าร้าง

๓. ท่านอายุ

- ต่ำกว่า ๒๐ ปี ๒๐ - ๒๕ ปี ๒๖ - ๓๐ ปี
 ๓๑ - ๓๕ ปี ๓๖ - ๔๐ ปี ๔๑ - ๔๕ ปี
 ๔๖ - ๕๐ ปี ๕๑ - ๕๕ ปี ๕๖ - ๖๐ ปี
 ๖๐ ปีขึ้นไป

๔. ท่านประกอบอาชีพ (หลัก)

- ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา รับราชการ
 รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ธุรกิจส่วนตัว
 เกษตรกรรม ลูกจ้างรัฐ/เอกชน แม่บ้าน
 รับจ้างทั่วไป อื่นๆ (โปรดระบุ)

๕. ระดับการศึกษาของท่าน

- ป.๑ - ป.๔ ประถมศึกษา (ป.๖) ม.๓
 ม.๖/ปวช อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี
 ปริญญาโท ปริญญาเอก

๖. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท ๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท ๑๐,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท
 ๒๐,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท ๓๐,๐๐๑ - ๔๐,๐๐๐ บาท ๔๐,๐๐๑ - ๕๐,๐๐๐ บาท
 ๕๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป


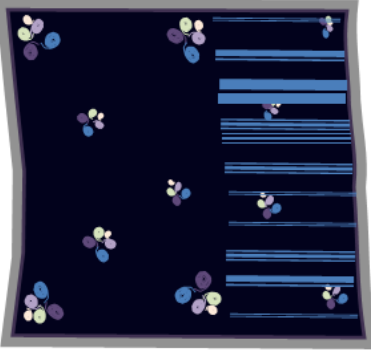
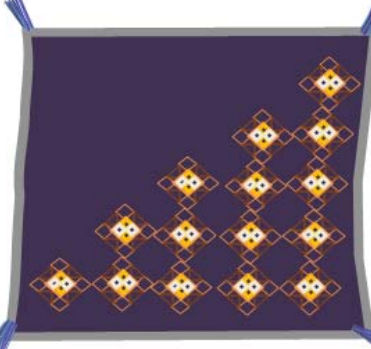
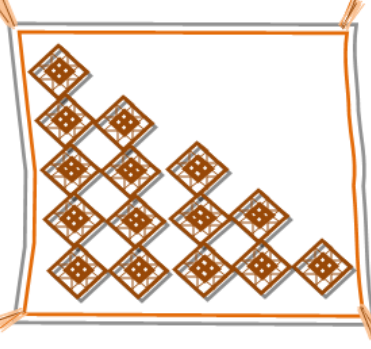
ตอนที่ ๒ การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ


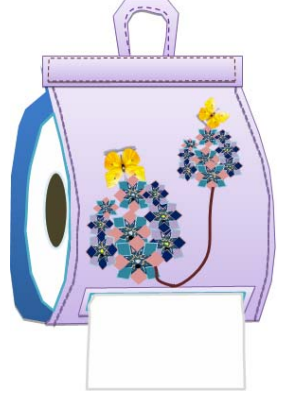

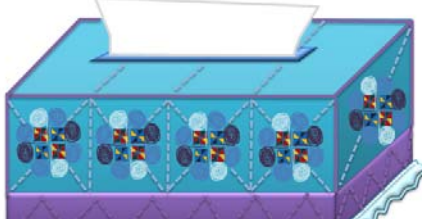
ระดับความคิดเห็น ๕ หมายถึง มากที่สุด ๔ หมายถึง มาก
 ๓ หมายถึง ปานกลาง ๒ หมายถึง น้อย
 ๑ หมายถึง น้อยที่สุด

๒.๑ กลุ่มผลิตภัณฑ์หมอนอิง

แบบที่ ๑	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
	(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
	(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
	(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					

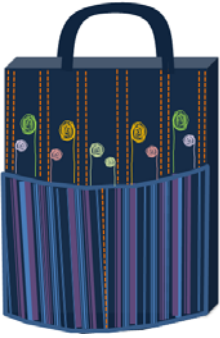
	<p>(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย</p> <p>(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ</p> <p>(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม</p> <p>(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ</p> <p>(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)</p> <p>.....</p>											
<p>แบบที่ ๒</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">รายการที่ประเมิน</th> <th colspan="5">ระดับความคิดเห็น</th> </tr> <tr> <th>๕</th> <th>๔</th> <th>๓</th> <th>๒</th> <th>๑</th> </tr> </thead> </table>	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น					๕	๔	๓	๒	๑
รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น											
	๕	๔	๓	๒	๑							
	<p>(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง</p> <p>(๒) ความเหมาะสมของขนาด</p> <p>(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี</p> <p>(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย</p> <p>(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ</p> <p>(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม</p> <p>(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ</p> <p>(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)</p> <p>.....</p>											
<p>แบบที่ ๓</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">รายการที่ประเมิน</th> <th colspan="5">ระดับความคิดเห็น</th> </tr> <tr> <th>๕</th> <th>๔</th> <th>๓</th> <th>๒</th> <th>๑</th> </tr> </thead> </table>	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น					๕	๔	๓	๒	๑
รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น											
	๕	๔	๓	๒	๑							
	<p>(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง</p> <p>(๒) ความเหมาะสมของขนาด</p> <p>(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี</p> <p>(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย</p> <p>(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ</p> <p>(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม</p> <p>(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ</p> <p>(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)</p> <p>.....</p>											
<p>แบบที่ ๔</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">รายการที่ประเมิน</th> <th colspan="5">ระดับความคิดเห็น</th> </tr> <tr> <th>๕</th> <th>๔</th> <th>๓</th> <th>๒</th> <th>๑</th> </tr> </thead> </table>	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น					๕	๔	๓	๒	๑
รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น											
	๕	๔	๓	๒	๑							
	<p>(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง</p> <p>(๒) ความเหมาะสมของขนาด</p> <p>(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี</p> <p>(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย</p> <p>(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ</p> <p>(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม</p> <p>(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ</p> <p>(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)</p> <p>.....</p>											


๒.๒ กลุ่มผลิตภัณฑ์กล่องทิชชู


แบบที่ ๑	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
	(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
	(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
	(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
	(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
	(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
	(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					
	(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ					
	(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)					
แบบที่ ๒	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
	(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
	(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
	(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
	(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
	(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
	(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					
	(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ					
	(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)					
แบบที่ ๓	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
	(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
	(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
	(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
	(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
	(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
	(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					
	(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ					
	(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)					
แบบที่ ๔	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
	(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
	(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
	(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
	(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
	(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					

	(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม				
	(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ				
	(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)				


๒.๓ กลุ่มผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี


แบบที่ ๑	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
	(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
	(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
	(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
	(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
	(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
	(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					
	(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ					
	(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)					


แบบที่ ๒	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
	(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
	(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
	(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
	(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
	(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
	(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					
	(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ					
	(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)					

แบบที่ ๓	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
	(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
	(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
	(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
	(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
	(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
	(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					
	(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ					
	(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)					

๒.๔ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า

แบบที่ ๑	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
	(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
	(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
	(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
	(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
	(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
	(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					
	(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ					
	(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)					

แบบที่ ๒	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
	(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
	(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
	(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
	(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
	(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
	(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					
	(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ					
	(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)					

แบบที่ ๓	รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		๕	๔	๓	๒	๑
	(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
	(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
	(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
	(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					

	(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
	(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					
	(๗) ความต้องการซื้อ <input type="checkbox"/> ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อแน่นอน <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ					
	(๘) ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)				

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือ
คณะผู้วิจัย

ผนวก ฉ

แบบทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ - นามสกุล

อายุ.....ปี ระดับการศึกษา.....ตำแหน่ง.....

ที่อยู่.....

เบอร์โทรศัพท์.....

ส่วนที่ ๒ การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ

ระดับความคิดเห็น

๕	หมายถึง	มากที่สุด
๔	หมายถึง	มาก
๓	หมายถึง	ปานกลาง
๒	หมายถึง	น้อย
๑	หมายถึง	น้อยที่สุด

๑. กลุ่มผลิตภัณฑ์หมอนอิง

แบบที่ ๑



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมอนอิง แบบที่ ๑

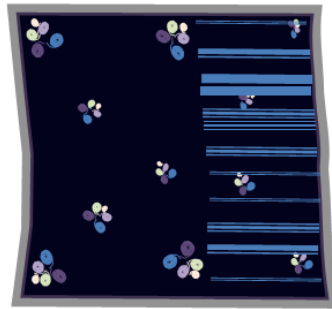
.....

.....

.....

.....

แบบที่ ๒



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมอนอิง แบบที่ ๒

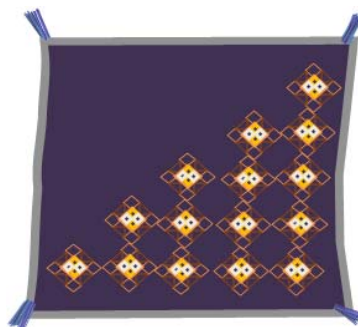
.....

.....

.....

.....

แบบที่ ๓



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					

(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมอนอิง แบบที่ ๓

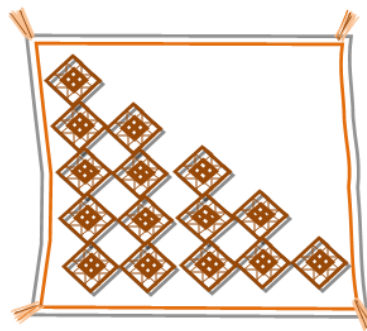
.....

.....

.....

.....

แบบที่ ๔



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมอนอิง แบบที่ ๔

.....

.....

.....

๒. กลุ่มผลิตภัณฑ์กล่องทิชชู

แบบที่ ๑



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กล่องทิชชู แบบที่ ๑

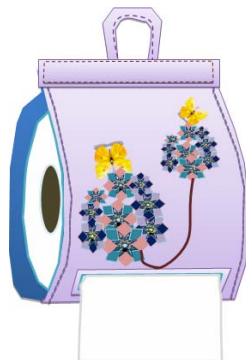
.....

.....

.....

.....

แบบที่ ๒



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กล่องทิชชู แบบที่ ๒

.....

.....

.....

.....

.....

แบบที่ ๓



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กล่องทิชชู แบบที่ ๓

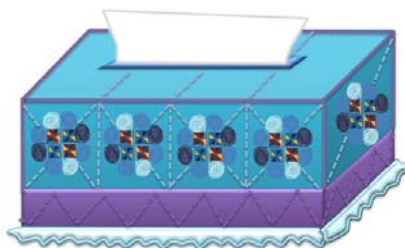
.....

.....

.....

.....

แบบที่ ๔



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					

(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					
---	--	--	--	--	--

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กล่องทิชชู แบบที่ ๔

.....

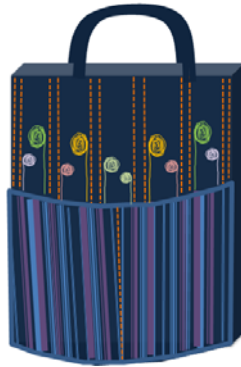
.....

.....

.....

๓. กลุ่มผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี

แบบที่ ๑



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี แบบที่ ๑

.....

.....

.....

.....

แบบที่ ๒



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น
------------------	------------------

	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี แบบที่ ๒

.....

.....

.....

.....

แบบที่ ๓



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี แบบที่ ๓

.....

.....

.....

๔. กลุ่มผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า

แบบที่ ๑



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า แบบที่ ๑

.....

.....

.....

.....

แบบที่ ๒

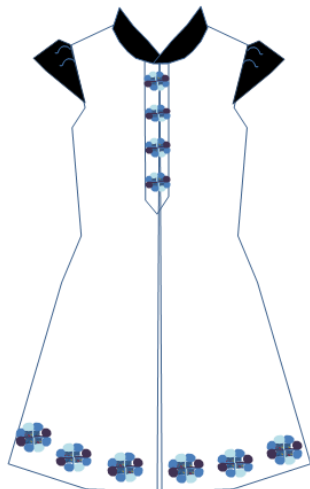


รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า แบบที่ ๒

.....

แบบที่ ๓



รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง					
(๒) ความเหมาะสมของขนาด					
(๓) ความเหมาะสมของลวดลาย/สี					
(๔) ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย					
(๕) การคงเอกลักษณ์ของผ้าทอไทยทรงดำ					
(๖) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม					

ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า แบบที่ ๓

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ ๓ ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือ
คณะผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

ชื่อ – นามสกุล นางสาวจวีร์วรรณ จันทลา
คุณวุฒิ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปัจจุบันกำลังศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
สถานที่ทำงาน อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จ.นครปฐม

ผู้ร่วมวิจัย

(๑) ชื่อ – นามสกุล นางวลี สงสว่างค์
คุณวุฒิ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
สถานที่ทำงาน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จ.นครปฐม

(๒) ชื่อ – นามสกุล นางสาวเพ็ญสินี กิจคำ
คุณวุฒิ อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปัจจุบันกำลังศึกษาต่อในหลักสูตรครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สถานที่ทำงาน อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จ.นครปฐม

(๓) ชื่อ – นามสกุล นางสาวสุวีรัตน์ วงศ์สมิง
คุณวุฒิ M.A. (Area Studies)
University of Tsukuba
สถานที่ทำงาน อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จ.นครปฐม