

แนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ เพื่อส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน จังหวัดเชียงใหม่

The Development and Designs Guide Lines of Tai Lue Cultural Products for Tourism
Promotion at Wiang Thagan Ancient Remains in Chiang Mai Province

นายภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๘

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษารูปแบบอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน ๒) หาแนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมโดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน และ ๓) สร้างชิ้นงานผลิตภัณฑ์จริง (prototype model) และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม โดยใช้ประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ ประชากรในการศึกษาวิจัยคือ บุคคลต่างๆที่อาศัยอยู่ในชุมชนโดยรอบโบราณสถานเวียงท่ากาน ซึ่งได้แก่ชุมชนบ้านท่ากาน ชุมชนบ้านใหม่สามหลัง ชุมชนบ้านกอเกิด และ ชุมชนบ้านสันท้าว กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดศึกษาจากประชากร ทั้ง ๔ หมู่บ้าน หมู่บ้านละ ๑๐ คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ๔๐ คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง(Structured Interview) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในเชิงของการออกแบบผลิตภัณฑ์ แล้วหาข้อสรุปและนำเสนอด้วยการบรรยายตามประเด็นที่ศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า ๑) รูปแบบอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน จำแนกได้ ๒ ประเด็นคือ ก) รูปแบบอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน จำแนกได้ ๓ รูปแบบ คือ อัตลักษณ์ของรูปทรง อัตลักษณ์ของลวดลาย และอัตลักษณ์ของสี ข) รูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน สามารถจำแนกออกเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ ดังนี้คือ ก) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และ ข) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานเฉพาะและพิธีกรรมทางศาสนา ๒) แนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมโดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน จำแนกเป็น ๒ ลักษณะคือ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการปรับปรุงจากรูปแบบเดิม และแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นการคิดค้นรูปแบบขึ้นใหม่ โดยนำผลิตภัณฑ์เหล่านี้จัดวางจำหน่ายในชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ ๓) การสร้างชิ้นงานผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม โดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ เป็นการสร้างชิ้นงานต้นแบบทั้งของใช้และของที่ระลึก ส่วนการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น เป็นการออกแบบลักษณะบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Packaging) ที่ต้องมีโครงสร้างและกราฟฟิคอย่างเหมาะสม

คำสำคัญ : การพัฒนา ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยว เวียงท่ากาน

Abstract

The purpose of this research were to 1) Investigate Tai Lue cultural product and identity at Ban Tha Karn 2) Discover development and design approach for cultural products by applying Tai Lue identity at Ban Tha Karn for tourism promotion and 3) Create a prototype model and the packaging of the cultural products by applying Tai Lue identity at Ban Tha Karn. The population in this study was the community surrounded Wiang Tha Kran ancient remains which includes Ban Tha Karn, Ban Mai Sam Lung, Ban Gor Ged and Ban San How community. The sample group in this study was obtained by purposive sampling method which consisted of the citizens from the 4 villages, 10 people from each village and total samples were 40 people. The research tools in this study were structured interview form and the data was analyzed by using content analysis in terms of product design then summarize and presented by a lecture according to the issues studied. The results indicate that

1) The identity and cultural products of Tai Lue at Ban Tha Karn can be classified in 2 issues a) The identity of Tai Lue at Ban Tha Karn can be classified in 3 types which includes shape, pattern and color identity b) Cultural identity of Tai Lue at Ban Tha Karn can be classified into 2 main groups which includes 1) Daily product and 2) Products used in specific fields and religious ceremonies.

2) Discovered development and design approach for cultural products by applying Tai Lue identity at Ban Tha Karn for tourism promotion can be classified into 2 aspects which includes product development approach from the improvement of original model and product design approach which is creating new model by selling these product in the community so that the tourists can buy them.

3) Creation of the prototype model and the packaging of the cultural products by applying Tai Lue identity at Ban Tha Karn is the creation of either utensil and souvenir prototype and in the packaging design, individual packaging which consisted of appropriated structure and graphic design were used.

Key words : Development . Cultural Product , Tourisms , Wiang Tha Kran

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบคุณ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม ที่ได้ให้การสนับสนุนเงินทุนวิจัย รวมทั้งบุคลากรของกรมส่งเสริมวัฒนธรรมทุกท่านที่ประสานงานและอำนวยความสะดวกในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิของกรมส่งเสริมวัฒนธรรมทุกท่าน ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ในการรายงานความก้าวหน้าในงานวิจัยแต่ละครั้ง

ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพบุลย์ หล้าสมศรี อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีศิลป์ คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ ที่ให้กำลังใจผู้วิจัยในการดำเนินการวิจัย

ขอขอบคุณ คุณณรงค์ จันทร์หอม ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๕ บ้านท่ากาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ติดต่อประสานงานผู้คนในชุมชน ในการจัดเวทีชาวบ้านเพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชน

ขอขอบคุณ คุณไพฑูรย์ ปัญญา ประธานกลุ่มแม่บ้าน บ้านท่ากาน หมู่ ๕ ที่อำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ

ขอขอบคุณผู้ทรงภูมิปัญญาท้องถิ่น และผู้คนในชุมชนบ้านท่ากาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บุพการีของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจผู้วิจัยอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาในการทำวิจัย

ภาณุพงศ์ จงขานสิทโธ
ผู้วิจัย

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ความเป็นมาของการวิจัย	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๓
๑.๓ กรอบแนวความคิดการวิจัย	๓
๑.๔ คำถามหลักในการวิจัย	๔
๑.๕ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๔
๑.๖ ขอบเขตการวิจัย	๔
๑.๗ นิยามศัพท์เฉพาะ	๕
บทที่ ๒ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๖
๒.๑ เอกสารที่เกี่ยวข้อง	๖
๑) ความเป็นมาของชาวไทลื้อและชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๗
๒) โบราณสถานเวียงท่ากาน	๒๓
๓) การท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยว	๒๕
๔) ทูทางวัฒนธรรม	๒๙
๕) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับของที่ระลึก	๓๒
๖) การออกแบบผลิตภัณฑ์	๔๓
๗) ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์	๕๑
๘) การออกแบบลวดลาย	๕๓
๙) สีที่ใช้ในการออกแบบ	๕๓
๑๐) อัตลักษณ์ (Identity)	๖๐
๑๑) การมีส่วนร่วมของชุมชน	๖๕
๒.๒ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๖๗

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย	๗๐
๓.๑ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	๗๐
๓.๒ วิธีดำเนินการวิจัย	๗๐
๓.๓ เครื่องมือในการวิจัย	๗๑
๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล	๗๑
๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล	๗๒
บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	๗๓
๔.๑ รูปแบบอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๗๓
๔.๒ แนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม โดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน	๘๔
๔.๓ การสร้างชิ้นงานผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม โดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรม ของชาวไทลื้อ	๙๖
บทที่ ๕ สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	๑๐๙
๕.๑ สรุปผลวิจัย	๑๐๙
๕.๒ อภิปรายผล	๑๑๒
๕.๓ ข้อเสนอแนะ	๑๑๗
๑) ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้	๑๑๗
๒) ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	๑๑๗
บรรณานุกรม	๑๑๘
ภาคผนวก	๑๒๑
ประวัติผู้วิจัย	๑๒๓

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
๑ ถิ่นกำเนิดของชาวไทลื้อ (ในกรอบวงกลม) ซึ่งอยู่ในเมืองสิบสองปันนามณฑลยูนนานทางตอนใต้ของประเทศจีน	๑๐
๒ แผนที่ของเมืองยองในปัจจุบัน (กรอบวงกลม) ซึ่งอยู่ในประเทศสหภาพพม่า เคยเป็นถิ่นอาศัยของชาวไทลื้อในอดีต	๑๓
๓ ภาพถ่ายในอดีตของชาวไทลื้อบ้านท่ากานกับโบราณสถานและตลาดสดประจำหมู่บ้าน	๑๔
๔ วัดท่ากานและการจัดงานศิลปวัฒนธรรมของชุมชน	๑๔
๕ วิถีชีวิตในการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๑๕
๖ การรับฟังการอภิปรายจากผู้นำและการฝึกการทอผ้า ซึ่งเป็นวิถีชีวิตด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๑๖
๗ วิถีชีวิตด้านกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน	๑๗
๘ กิจกรรมการส่งเสริมอาชีพการทอผ้าของชาวไทลื้อบ้านท่ากานให้มีความคงอยู่	๑๘
๙ ลักษณะการแต่งกายของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๒๐
๑๐ โบราณสถานเวียงท่ากานและโบราณวัตถุที่ค้นพบในเขตโบราณสถาน	๒๓
๑๑ กล้องใส่ข้าวเหนียวของไทลื้อบ้านท่ากาน ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากใบตาล	๓๘
๑๒ ชุดพานดอกไม้สักการะ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับใช้บูชาในพิธีกรรมต่างๆ	๓๙
๑๓ โคมไฟ ๘ เหลี่ยม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใช้จุดให้แสงสว่างเป็นพุทธบูชาในประเพณีต่างๆ	๓๙
๑๔ ต้นโพธิ์ทอง ต้นโพธิ์เงิน ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บูชาเพื่อแสดงถึงการเคารพบูชาพระพุทธรูปเจ้า	๔๐
๑๕ ต้นครีวทาน ผลิตภัณฑ์ที่เป็นทรงพุ่มคล้ายกับต้นไม้ ใช้สำหรับถวายวัดในเทศกาลหรือพิธีกรรมต่างๆ	๔๑
๑๖ ภาพขณะกระดาศรูปแบบต่างๆ ผลิตภัณฑ์จากเศษกระดาศเหลือใช้จากชีวิตประจำวัน	๔๑
๑๗ สร้อยคอเงินของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ซึ่งใช้สวมตกแต่งร่างกายควบคู่กับชุดไทลื้อ	๔๒
๑๘ ภาพปิ่นรูปดอกไม้ ปิ่นรูปร่ม ปิ่นรูปกรวย และปิ่นรูปใบไม้ ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๔๓
๑๙ เข็มขัดเงินของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ซึ่งใช้สวมตกแต่งร่างกายควบคู่กับชุดไทลื้อ	๔๓
๒๐ โทนสีเขียว แสดงถึงความเป็นธรรมชาติและความอุดมสมบูรณ์	๕๙
๒๑ โทนสีเหลืองทอง แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองและความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา	๕๙
๒๒ โทนสีน้ำตาล แสดงถึงความเก่าแก่ ความคงอยู่ และการอนุรักษ์	๖๐
๒๓ โทนสีน้ำตาลแดงแสดงถึงการสืบทอด ความมีคุณค่า และภูมิปัญญาท้องถิ่น	๖๐
๒๔ โทนสีเทาแสดงถึงความสุขุม ความสงบ และความน่าเชื่อถือ	๖๐
๒๕ อัตลักษณ์ด้านศิลปะการแสดงของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๖๒
๒๖ อัตลักษณ์ด้านการบริโภคอาหารของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๖๒
๒๗ อัตลักษณ์ด้านการแต่งกายของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๖๓

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
๒๘ รูปแบบอัตลักษณ์ที่เป็นรูปทรงชาวไทลื้อบ้านท่ากาน แล้วนำมาคลี่คลายเพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบ	๗๕
๒๙ รูปแบบอัตลักษณ์ของลวดลายชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๗๕
๓๐ รูปแบบอัตลักษณ์ของสีที่เกี่ยวข้องกับชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๗๗
๓๑ กล้องใส่ข้าวเหนียวและการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน	๗๗
๓๒ ภาพขณะกระต๊ากของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน ซึ่งเป็นความโดดเด่นในการใช้วัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์	๗๘
๓๓ ปิ่นปักผมซึ่งเป็นเครื่องประดับส่วนศีรษะของชาวไทลื้อที่เป็นรูปแบบของความสวยงามมาก่อนประโยชน์ใช้สอย	๘๐
๓๔ เข็มขัดเงินชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ที่ต้องคำนึงถึงขนาดสัดส่วนของผู้สวมใส่	๘๑
๓๕ โคมไฟกระดาษที่มีมาจากรูปทรงแปดเหลี่ยม เน้นความสวยงามมาก่อนประโยชน์ใช้สอย	๘๑
๓๖ ต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงินเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าความสวยงามมากกว่าประโยชน์ใช้สอย	๘๒
๓๗ ชุดพานดอกไม้สักการะของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ที่เน้นความสวยงามเป็นหลัก	๘๓
๓๘ ต้นคร่ำตานของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ที่ใช้วัสดุหลากหลายชนิดประกอบกัน	๘๓

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
๑ การวิเคราะห์ความต้องการของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์	๘๕
๒ ตัวอย่างแนวทางแบบร่างของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการจัดวางใหม่	๘๖
๓ ตัวอย่างแนวทางแบบร่างของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบแต่คงลักษณะการใช้งานเดิม	๘๗
๔ ตัวอย่างแนวทางแบบร่าง ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการนำภูมิปัญญามาสร้างสรรค์ใหม่	๘๙
๕ การวิเคราะห์ความต้องการของชาวไทลื้อบ้านท่ากานเพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์	๙๑
๖ ตัวอย่างแนวทางแบบร่างของการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบ	๙๒
๗ ตัวอย่างแนวทางแบบร่างของการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการคลี่คลายรูปแบบ	๙๓
๘ ตัวอย่างแนวทางแบบร่างของการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการเน้นรูปทรงและลวดลาย	๙๔
๙ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของโคมไฟ	๙๖
๑๐ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของชุดพานดอกไม้สักการะ	๙๗
๑๑ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงิน	๙๘
๑๒ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของภาชนะกระดาษ	๙๙
๑๓ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของต้นครีวทาน	๑๐๐
๑๔ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของเสื่อและเครื่องประดับจำลอง	๑๐๑
๑๕ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของเข็มกลัดเสื่อ	๑๐๒
๑๖ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของที่ทับกระดาษบนโต๊ะทำงาน	๑๐๓
๑๗ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของป้ายชื่อตั้งโต๊ะ	๑๐๔

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
๑๘	๑๐๕
ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของหมอนขนาดเล็ก	
๑๙	๑๐๖
ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของถุงผ้าขนาดเล็ก	
๒๐	๑๐๗
ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของซองใส่ปากกาและดินสอ	
๒๑	๑๐๘
ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของเสื้อยืด	

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาของการวิจัย

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคเหนือตอนบนและเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนา นับตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน นอกจากเป็นจังหวัดที่อุดมด้วยงานศิลปวัฒนธรรมที่เป็นประเพณี การแต่งกาย การละเล่น อาหารการกิน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษา การนับถือศาสนา ฯลฯ แล้ว แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดยังเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มีความโดดเด่นกระจายอยู่ตามอำเภอต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งหน่วยงาน รวมทั้งชุมชนต่างๆ ในจังหวัดได้ส่งเสริม สนับสนุน และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว อย่างจริงจัง โดยทางจังหวัดได้กระจายความสำคัญให้แก่แต่ละอำเภอได้มีโอกาสต้อนรับหรือนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยว อันส่งผลต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่ดีของจังหวัดเชียงใหม่ จากข้อมูลสถิติของกรมการท่องเที่ยว (๒๕๕๗ : ๒๗) เมื่อต้นปี ๒๕๕๗ พบว่า มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มากถึง ๑๑๓,๐๓๐ คน สถิตินี้แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นสถานที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

เวียงท่ากาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโบราณสถานที่สำคัญและมีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ มีอายุเก่าแก่หลายร้อยปี มีพื้นที่ประมาณ ๑๔ ไร่ ความเก่าแก่ของโบราณสถานแสดงถึงความมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสะท้อนถึงวัฒนธรรมของชุมชนโดยรอบได้เป็นอย่างดี เวียงท่ากานยังได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าสิริภาจุฑาภรณ์ พระธิดาในสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี ทรงรับอนุรัักษ์เวียงท่ากานไว้ในพระอุปถัมภ์ พร้อมทั้งทรงเสด็จทรงเยี่ยมชม เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของโบราณสถานเวียงท่ากานอย่างต่อเนื่อง ในด้านการท่องเที่ยว นั้น เวียงท่ากานเป็นชื่อของโบราณสถานตั้งอยู่ภายในบ้านท่ากานหมู่ที่ ๕ ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ห่างจากจังหวัดเชียงใหม่ไปทางทิศใต้ ประมาณ ๓๔ กิโลเมตร อยู่ในเขตปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง (อบต.บ้านกลาง) บริเวณโดยรอบของโบราณสถานเป็นแหล่งอาศัยของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อบ้านท่ากาน ซึ่งเรียกตนเองว่า “คนยอง” ชาวไทลื้อเหล่านี้สืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษดั้งเดิม เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ในตระกูล “ไต” ที่มีถิ่นกำเนิดในแคว้นสิบสองปันนา มณฑลยูนนาน ซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศจีน ชุมชนไทลื้อเข้ามาอาศัยอยู่ในบางอำเภอของจังหวัดเชียงใหม่เป็นระยะเวลายาวนานหลายปี สำหรับชาวไทลื้อที่บ้านท่ากาน เป็นผู้ที่รักษาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเข้มแข็งเป็นที่ยอมรับ และได้รับโล่พระราชทานจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาสยามบรมราชกุมารี ในฐานะผู้สนับสนุนการอนุรักษ์ดีเด่น ประจำปี พ.ศ. ๒๕๓๑ เนื่องในวันอนุรักษ์มรดกไทย (สัมภามณี นางไพฑูริย์ ปัญญา ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน. ๙ พฤษภาคม ๒๕๕๗) ชาวไทลื้อเหล่านี้มีบทบาทสำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อมในการพัฒนาโบราณสถานเวียงท่ากานให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ ดังเช่น การปลูกจิตสำนึกให้ผู้คนในชุมชนในการอนุรักษ์ หวงแหวน โบราณสถาน การสอดส่อง

ดูแลมิให้บุคคลภายนอกชุมชนซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ การร่วมมือกันในการเป็นสื่อกลางเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน เนื่องจากโบราณสถานเวียงท่ากานเป็นสถานที่ชุมชนชาวไทยลื้อมีความสามารถ ในการบริหารจัดการด้วยชุมชนเองได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากพัฒนาดังกล่าวแล้ว ชาวไทลื้อยังได้ผลิตงานหัตถกรรมท้องถิ่นรูปแบบต่างๆ จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นช่องทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในโบราณสถานอีกด้วย ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ถือเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหรือของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม (Cultural Product) เน้นการผลิตด้วยมือ ที่มีคุณค่าสร้างความประทับใจเมื่อกลับจากการเที่ยวชมโบราณสถาน เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนชาวไทยลื้อบ้านท่ากานได้ในระดับหนึ่ง แต่จากการศึกษาในเชิงลึกพบว่า การทำผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมเหล่านี้ มีจุดประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมอาชีพและรายได้ของผู้คนในชุมชน นอกเหนือจากอาชีพหลักด้านเกษตรกรรม ลักษณะการผลิตเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายให้ผู้ซื้อรายย่อย และผู้ซื้อนอกชุมชนเพื่อนำไปจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง มิได้เป็นการทำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในโบราณสถานอย่างเป็นทางการมากนัก อีกทั้งยังไม่มีแหล่งหรือศูนย์กลางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชนที่ชัดเจน นอกจากนี้หากมองในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์เมื่อต้องใช้เป็นของที่ระลึกของชุมชนบ้านท่ากานมักมีรูปแบบที่คล้ายกับของที่ระลึกทั่วไป บางชิ้นมีขนาดใหญ่ พกพาไม่สะดวก บางชนิดขาดความประณีต บางชนิดขาดความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทยลื้อ ไม่มีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมทั้งไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้ตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมรูปแบบของที่ระลึก จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการใช้เป็นตัวแทน สื่อกลาง หรือความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนหรือช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมของไทยลื้อได้เป็นอย่างดี นอกเหนือจากการเที่ยวชมโบราณสถาน อีกทั้งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย ดังที่ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, (๒๕๓๗ : ๒-๕) ให้ความสำคัญกับของที่ระลึก ว่าเป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น มีความดึงดูดใจจากการออกแบบ ลวดลาย ความประณีต สี สัน ประโยชน์ใช้สอย ขนาด รูปร่างไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง มีบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และใช้แรงงานในท้องถิ่น การได้มีโอกาสสร้างแนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทยลื้อบ้านท่ากาน น่าจะเป็นโอกาสที่เหมาะสมในบริบทปัจจุบัน ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ๒๕๕๔ : ๓๒) ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในยุทธศาสตร์ที่ ๓ ซึ่งให้ความสำคัญกับ การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

จากความสำคัญที่กล่าวมานี้ โบราณสถานเวียงท่ากานและชาวไทยลื้อบ้านท่ากาน มีความสัมพันธ์ต่อกันในด้านการพัฒนา ส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยว และชาวไทยลื้อบ้านท่ากานเป็นชุมชนหนึ่งที่ยังมีความคงอยู่สามารถรักษาอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของตนเองไว้อย่างเหนียวแน่น เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งและเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีวิถีชีวิตคล้ายคลึงกับของคนเมือง(เชียงใหม่) อีกทั้งมีความต้องการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้น โดยการใช้ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมรูปแบบของที่ระลึกเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริม และประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน อย่างเห็นผลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของชาวไทยลื้อ เพื่อให้ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่หลากหลาย น่าสนใจ มีความประณีต ความสวยงามและประโยชน์

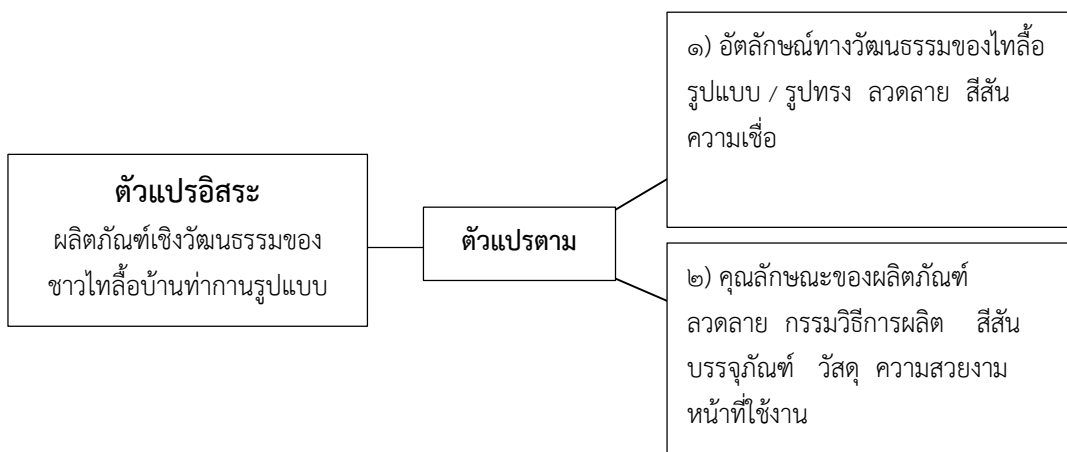
ใช้สอย รวมถึงบรรจุกัญท์ที่สามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา อย่างเป็นรูปธรรมและเห็นผลเชิงประจักษ์ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่า กานมากขึ้น และสามารถวางจำหน่ายได้ในสถานที่เหมาะสมและเด่นชัดภายในชุมชน ผลจากการ ศึกษาวิจัยครั้งนี้ น่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถาน ในด้านต่างๆ งานวิจัย นี้ยังสอดคล้องกับแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๙ กระทรวงวัฒนธรรม ในยุทธศาสตร์ ที่ ๖ ที่กล่าวถึงการนำทุนทางวัฒนธรรมสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม และต้องการ ยกกระดับคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาคุณภาพการผลิตผลิตภัณฑ์ การ บริการ และอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยดำรงไว้ซึ่ง เอกลักษณ์ของภูมิปัญญาในระดับท้องถิ่น และระดับชาติ

๑.๒ วัตถุประสงค์การวิจัย

- ๑) เพื่อศึกษารูปแบบอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน
- ๒) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมโดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน
- ๓) เพื่อสร้างชิ้นงานผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุกัญท์ของผลิตภัณฑ์เชิง วัฒนธรรม โดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ

๑.๓ กรอบแนวความคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดการวิจัยในเชิงความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร ดังนี้ คือ



๑.๔ คำถามหลักในการวิจัย

๑) อัตลักษณ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน มีกี่ชนิด อะไรบ้าง และอัตลักษณ์ที่มีความเด่นชัดที่สุดคืออะไร ควรมีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลายหรือไม่ อย่างไร

๒) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมและการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงบรรจุกัญท์โดยใช้

อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อมาเป็นส่วนประกอบ มีกี่แนวทาง อย่างไรก็ตาม เพื่อให้สามารถเป็นส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน

๑.๕ โยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑) ได้ทราบเกี่ยวกับรูปแบบอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลาย

๒) ได้ทราบและเข้าใจแนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มีการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน เพื่อใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน

๓) ได้ชิ้นงานผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ที่ได้รับการพัฒนาและออกแบบอย่างเหมาะสม สวยงาม สามารถสื่อถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทลื้อได้อย่างเด่นชัด รวมทั้งสามารถเป็นแนวทางการผลิต จำหน่าย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน และโบราณสถานแหล่งอื่นๆ

๑.๖ ขอบเขตการวิจัย

๑) ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(๑) ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคคลต่างๆ ได้แก่ ผู้นำชุมชน พระสงฆ์ ผู้ใหญ่บ้าน ชาวบ้าน ฯลฯ ที่อาศัยอยู่ภายในชุมชนโดยรอบโบราณสถานเวียงท่ากานที่สามารถให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบริบทต่างๆ ของชุมชนและโบราณสถานเวียงท่ากาน ได้เป็นอย่างดี ซึ่งได้แก่ชุมชน ๔ หมู่บ้าน ในเขตปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ชุมชนบ้านท่ากาน หมู่ที่ ๕ ชุมชนบ้านใหม่สามหลัง หมู่ที่ ๘ ชุมชนบ้านกอเกิด หมู่ที่ ๑๐ และ ชุมชนบ้านสันท้าว หมู่ที่ ๗

(๒) กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดศึกษาจากประชากร ทั้ง ๔ หมู่บ้าน หมู่บ้านละ ๑๐ คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ๔๐ คน

๒) ขอบเขตของเนื้อหา เน้นการศึกษาข้อมูลจากตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม และอัตลักษณ์ของรูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ซึ่งมีคุณค่าในเชิงศิลปะและการออกแบบ ของชาวไทลื้อทั้ง ๔ หมู่บ้าน เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญพื้นฐาน ในการวิเคราะห์สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์

๑.๗ นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะของงานวิจัยไว้ดังนี้คือ

แนวทางการพัฒนาและออกแบบ หมายถึง วิธีการหรือความเป็นไปได้ในการปรับเปลี่ยนและคิดค้นรูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่เป็นงานหัตถกรรมของชาวไทลื้อ โดยผนวกอัตลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมชาวไทลื้อบ้านท่ากาน รวมทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม หมายถึง งานหัตถกรรมของที่ระลึกของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ซึ่งผลิตและจำหน่ายเพื่อใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน

ชาวไทลื้อ หมายถึง กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อที่เรียกตนเองว่า คนยอง ซึ่งอาศัยอยู่โดยรอบเขตโบราณสถานเวียงท่ากาน ในเขตปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ อาศัยอยู่ใน ๔ หมู่บ้าน ประกอบด้วยบ้านท่ากาน หมู่ที่ ๕ ชุมชนบ้านใหม่สามหลัง หมู่ที่ ๘ ชุมชนบ้านกอเก็ด หมู่ที่ ๑๐ และ ชุมชนบ้านสันห่าว หมู่ที่ ๗

ส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การใช้ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม (ของที่ระลึก) เป็นปัจจัยสำคัญในการจำหน่ายและเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากานเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในระดับหนึ่ง

โบราณสถานเวียงท่ากาน หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ซึ่งประกอบด้วยสถาปัตยกรรมและโบราณวัตถุต่างๆ ตั้งอยู่ในเขตปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง

บทที่ ๒

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ทราบแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

๒.๑ เอกสารที่เกี่ยวข้อง

- ๑) ความเป็นมาของชาวไทลื้อและชาวไทลื้อบ้านท่ากาน
- ๒) โบราณสถานเวียงท่ากาน
- ๓) การท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- ๔) ทูทางวัฒนธรรม
- ๕) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับของที่ระลึก
- ๖) การออกแบบผลิตภัณฑ์
- ๗) ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- ๘) การออกแบบลวดลาย
- ๙) สีที่ใช้ในการออกแบบ
- ๑๐) อัตลักษณ์ (Identity)
- ๑๑) การมีส่วนร่วมของชุมชน

๒.๒ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- ๑) งานวิจัยของ ปานฉัตร อินทร์คง (๒๕๕๕) เรื่อง “ต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม : การออกแบบเพื่อสื่อเอกลักษณ์พื้นถิ่นจากงานจิตรกรรมฝาผนังไทย”
- ๒) งานวิจัยของ ปานฉัตร อินทร์คง (๒๕๕๖) เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าม้งและเย้า”
- ๓) งานวิจัยของ ทรงคุณ จันทจร (๒๕๕๒) เรื่อง “คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้”
- ๔) งานวิจัยของ ขาม จาตุรงค์กุล, (๒๕๕๐) เรื่อง “เขียนหมากอีสานและการประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม กรณีศึกษาในอีสานตอนกลาง”
- ๕) งานวิจัยของ วิไลภา กาศวิเศษ (๒๕๕๓) เรื่อง “การพัฒนาลวดลายเพื่องานออกแบบจากอิทธิพลศิลปกรรมบ้านเชียง”
- ๖) งานวิจัยของ สรวงพร กุศลส่ง และคณะ (๒๕๕๔) เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม”
- ๗) งานวิจัยของ จุรีวรรณ จันทลา และคณะ (๒๕๕๔) เรื่อง “การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์”

๘) งานวิจัยของ รจนา จันทราสา และคณะ (๒๕๕๓) เรื่อง “การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใบหญ้าแฝก”

๙) งานวิจัยของ วาสนา เจริญวิเชียรฉาย (๒๕๕๑) เรื่อง “ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา กระดาษสับปะรด และกระดาษตะขบ”

๑) ความเป็นมาของชาวไทลื้อและชาวไทลื้อบ้านท่ากาน

ก) ความเป็นมาของชาวไทลื้อ

ไทลื้อเป็นชาติพันธุ์ที่พูดภาษาตระกูลไท หรือ “ไต” ซึ่งสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (๒๕๕๘ : ๑-๑๐) ระบุว่ามียุทธินฐานอยู่ในเขตสิบสองพันนา หรือสิบสองปันนา ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ชาวจีนเรียก ชาวไทลื้อว่า “หลี่” หรือ “สุ่ยไปอี” และเรียกเมืองเชียงรุ่งเมืองหลวงของไทลื้อว่า “เซอหลี่” ชาวไทลื้อนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ตามที่ราบลุ่มแม่น้ำและที่ราบระหว่างหุบเขา โดยมี “น้ำโขง” หรือแม่น้ำโขงเป็นแม่น้ำสายสำคัญ รวมถึงแม่น้ำสายย่อยที่ไหลผ่านเมืองต่างๆ เช่นน้ำฮ่าไหลผ่านเมืองฮ่า น้ำเฮ้มไหลผ่านเมืองเฮ้ม เป็นต้น การที่มีแม่น้ำโขงไหลผ่านทำให้รัฐสิบสองปันนาแบ่งออกเป็นสองฝั่งคือ อยู่ทางฝั่งตะวันตกหกพันนาและอีกหกพันนาอยู่ในฝั่งตะวันออกของแม่น้ำโขงมีความเป็นไปได้ว่าชาวไทลื้อจะเป็นกลุ่มไทกลุ่มแรกที่ถือกำเนิดขึ้นในจีนตอนใต้ แล้วอพยพไปตั้งถิ่นฐานตามแหล่งต่างๆ จนเกิดเป็นกลุ่มไทอื่นๆ ตามมา โดยหลักฐานที่ชัดเจนที่สุดคือการแตกสายตระกูลออกไปเป็นชาวไทลื้อ และชาวไทเขินในเขตเมืองเชียงตุง ประเทศเมียนมาร์ซึ่งมีขนบธรรมเนียม ความเชื่อและวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกันคนไทกลุ่มอื่นในหลายๆ พื้นที่

ถิ่นกำเนิดของชาวไทลื้อ

ไทลื้อ มีถิ่นกำเนิดอยู่ในแคว้นสิบสองปันนาทางตอนใต้ของมณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน สามารถย้อนประวัติศาสตร์ไปได้จนถึงศตวรรษที่ ๑๒ ซึ่ง พระยาเจียง (Phaya Choeng) เป็นเจ้าแผ่นดินพระองค์แรกของรัฐสิบสองปันนา โดยสร้างอาณาจักรขึ้นในปี ค.ศ.๑๑๘๐ ให้ชื่ออาณาจักรแห่งนี้ว่า หัวคำเชียงรุ่ง หมายถึงอาณาจักรแห่งทอง ณ เมืองเชียงรุ่ง เขตแดนของรัฐครอบคลุมตะวันออกเฉียงเหนือ (เมืองเชียงตุง)ของพม่าปัจจุบัน ทางเหนือของไทย (ล้านนา) ลาวทางตอนเหนือ (ล้านสีก) และบางส่วนของตอนเหนือของเวียดนาม(Kaео) นอกจากจะเป็นประเทศราชของจีนแล้ว สิบสองปันน่ายังคงตกอยู่ใต้อาณัติของพม่าเป็นบางช่วงเวลา ขึ้นอยู่กับว่าช่วงใดอาณาจักรใดมีอำนาจเหนือกว่า หรือบางครั้งจะส่งเครื่องบรรณาการให้กับทั้งจีนและพม่าโดยมีคำเปรียบเทียบกับ หัวเป็นพ่อ ม่านเป็นแม่ ซึ่งหมายถึง จีนเป็นพ่อ พม่าเป็นแม่ และบางครั้งก็อยู่ภายใต้อำนาจของล้านนา ดินแดนแห่งนี้จึงถูกเรียกว่า “เมืองสามฝั่งฟ้า” หัวคำเชียงรุ่ง หรือ สิบสองปันนาเป็นอาณาจักรที่รุ่งเรืองจนกระทั่งถึงปี ค.ศ.๑๙๕๓ สิบสองปันนาได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของประเทศจีนและเป็นช่วงสุดท้ายของการปกครองแบบดั้งเดิมของรัฐสิบสองปันนา สิบสองปันนาเป็นชื่อเรียกของอาณาจักรที่รวมหัวเมืองต่างๆ ไว้ ๑๒ เมืองใหญ่ โดยชาวไทลื้อจะเรียกเป็นประโยคว่า “ห้าเมืองตะวันตก หกเมืองตะวันออก” ซึ่งหมายถึง ๕ เมืองใหญ่อยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำล้านช้าง หรือแม่น้ำโขง (น้ำโขง) และอีก ๖ เมืองอยู่ทางตะวันออก แล้วรวมเชียงรุ่งอีกเมืองหนึ่ง จึงเป็น สิบสองปันนา อันหมายถึงบริเวณพื้นที่ทำนาของชาวไทลื้อทั้งหมดหลายเมือง รวมกันเป็น ๑ ปันนา ๑๒ หัวเมืองก็มี ๑๒ ปันนา ในจำนวนหัวเมืองทั้งหมดนี้ประกอบขึ้นด้วยเมืองเล็กหลายเมือง โดยเมืองที่สำคัญฝั่งตะวันตก ประกอบไปด้วยเมืองเชียงรุ่ง เมืองฮ่า เมืองแซ่ เมืองลู เมืองออง เมืองลวง เมืองฮุน เมืองพาน เมืองเชียงเจิง เมืองฮาย เมืองเชียงล่อ เมืองงาด เมืองอาง เมืองลำเหนือ เมืองขาง และเมือง

บาง สำหรับฝั่งตะวันออก ประกอบไปด้วย เมืองลำ เมืองบาน เมืองฮิง เมืองบาง เมืองลา เมืองวัง เมืองพง เมืองหย่วน เมืองมาง เมืองยี่ปัง เมืองอิ่ง เมืองอุหนือ และเมืองเซียงทอง ในอดีตแต่ละเมืองจะมีหัวเมืองใหญ่ ๑๒ เมืองคอยดูแลเมืองเล็กที่อยู่ในเขตการปกครองซึ่งเป็นพื้นที่ใกล้เคียงหรืออยู่ในแอ่งที่ราบเดียวกัน โดยมีพระเจ้าแผ่นดินเป็นประมุขเรียกว่า “เจ้าแสนหวีฟ้า” ประทับอยู่ที่เมืองเซียงรุ่ง ซึ่งจีนเรียกว่าเมือง “เซอหลี่” นอกจากนี้ไทลื้อยังตั้งฐานอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของภูฏานในพม่าที่เมืองเซียงลาบ เมืองเลน เมืองป่าแลว เมืองวะ เมืองนำ เมืองฐาน เมืองขัน เมืองพะยาก เมืองยอง เมืองยู เมืองหลาย เป็นต้น ดังภาพที่ ๑

นอกจากนี้ข้อมูลจากตำนานและคำบอกเล่าที่สืบทอดกันมากกล่าวว่า ชาวไทลื้อที่อาศัยอยู่ที่ดินแดนสิบสองปันนาไม่ใช่ชนพื้นเมืองดั้งเดิมของที่นี่ หากแต่อพยพหนีโรคระบาดที่คร่าชีวิตผู้คนจำนวนมากมาสู่ “เมืองลือหลวง” ซึ่งยังไม่พบหลักฐานว่าเมืองลือหลวงนั้นอยู่ที่ใด โดยมีสตรีผู้นำชื่อว่า “ย่าคำแดง” ได้นำชาวไทลื้อจำนวนแสนคน อพยพลงมาทางใต้เรื่อยๆ โดยใช้เวลาอพยพร่วม ๒ ปีข้ามภูเขาพร้อมแสนลูกเดินผ่านทุ่งราบร่วมสามพัน จนมาถึงลุ่มแม่น้ำโขง จึงได้ตั้งถิ่นฐานใหม่เรียกว่า “เมืองลือใหม่” ซึ่งก็คือดินแดนสิบสองปันนาในปัจจุบัน ชาวไทลื้ออาศัยกระจายอยู่โดยทั่วไปในดินแดนสิบสองปันนา การเรียกชื่อของชาวไทลื้อจึงเรียกตามชื่อเมืองที่อยู่อาศัย เช่น ลือเซียงรุ่ง ลือเมืองฮ่า ลือเมืองล่า ลือเมืองอู ลือเมืองหลวง ลือเมืองฮาย ฯลฯ คนไทลื้อเมืองฮายมีคำบอกเล่าว่ามาจากเมืองลือหลวงด้วย เมื่อปี พ.ศ. ๑๙๔๑ มีคนจีนที่เมืองฮายสองคน ได้จดบันทึกคำบอกเล่าดังกล่าวเป็น ภาษาจีนไว้คนละฉบับ เนื้อหาใกล้เคียงกัน บันทึกฉบับแรก ชื่อว่า “คำบอกเล่าเรื่องความเป็นมาของคนไทเมืองฮาย” เขียนโดยหลิวเสียนถึงคนจีนที่เติบโตในเมืองฮาย บันทึกกล่าวว่า คนไทเมืองฮายเดิมอยู่ที่เมืองลือหลวงในมณฑลกุ้ยโจว แต่ไม่ทราบว่ายู่ที่อำเภอใด ต่อมาเกิดโรคระบาดจึงพากันอพยพย้ายที่อยู่ เดินไปด้านทิศตะวันตกตามแนวทิวเขาเหมียวหลิง (เหมียวหลิงเป็น ทิวเขาแม่ว อยู่ภาคใต้มณฑลกุ้ยโจวใกล้ชิดกับด้านตะวันออกของมณฑลยูนนาน) แล้วก็เดินต่อ (เข้ายูนนาน) ผ่านคูนหมิงถึงบ่อแหะ อำเภออิ่ง (ปัจจุบันเป็นอำเภอเมืองล่า) ใช้เวลาเดินทางร่วม ๓ ปี ได้สร้างบ้านเรือนทำมาหากินที่นั่นได้ปีหนึ่งก็ต้องเดินทางต่อไปสู่ลุ่มแม่น้ำโขงเพราะที่ดินมีน้อย ขนขายเมืองออกไปไม่ได้ หลังจากเดินทางแล้วก็หยุดพักที่หมู่บ้านเลาประมาณ ๔ เดือน แล้วเดินต่อไปยังเมืองฮาย ซึ่งมีสภาพแวดล้อมเหมาะสมจึงตั้งเป็นเมืองส่วนบันทึกฉบับที่สองก็ตั้งชื่อเหมือนฉบับที่หนึ่ง เขียนโดยจางจิ้งซิวเป็นศึกษาริการอำเภอเมืองฮายของทางการจีน บันทึกนี้บอกว่าเป็นการจดคำให้สัมภาษณ์ของพญาหลวงแกก

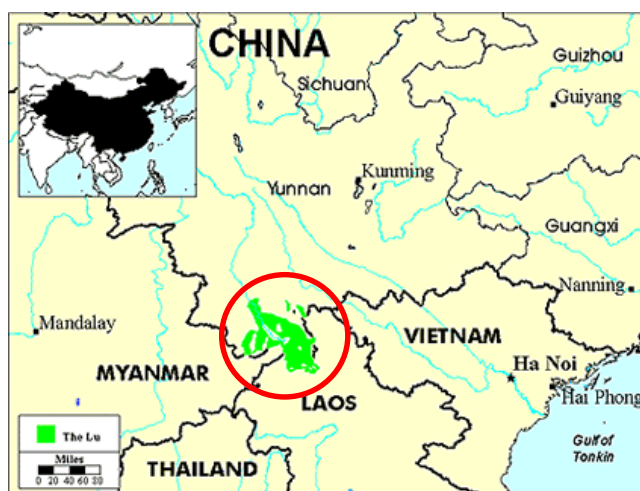
นอกจากไทลื้อที่ประเทศจีนแล้ว ยังมีไทลื้อในประเทศพม่าบริเวณภาคตะวันออกของภูฏาน เช่น เมืองยอง บางส่วนตั้งถิ่นฐานอยู่ทางภาคเหนือของประเทศลาว ได้แก่ ลุ่มน้ำทา น้ำสิงห์ แขวงหลวงน้ำทา ลุ่มน้ำงาว แขวงบ่อแก้ว เขตน้ำงู ในแขวงพงสาลี และหลวงพระบาง ลุ่มน้ำก่อ น้ำแบง แขวงอุดมไซ และอยู่ตามที่ราบระหว่างหุบเขาในเขตเชียงฮ่อนและหงสา แขวงไชยบุรี ส่วนในเวียดนาม ไทลื้อมีถิ่นอาศัยอยู่ที่เมืองบินลูห์ และบริเวณฝั่งตะวันตกของแม่น้ำดำตามพรมแดนที่ติดต่อกับจีน ชาวไทลื้อจากสิบสองปันนาได้อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในบริเวณภาคเหนือของไทย ด้วยสาเหตุหลายประการด้วยกัน ต่างทยอยเข้ามาหลายครั้ง ต่างเวลากัน จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ บ่งบอกถึงการเข้ามาของไทลื้อครั้งสำคัญในช่วงต้นยุครัตนโกสินทร์ เนื่องจากเป็นช่วงการฟื้นฟูบ้านเมืองของหัวเมืองต่าง ๆ ในดินแดนล้านนา หลังจากการเข้าสวามิภักดิ์ต่อกรุงเทพฯ ฯ และขับไล่พม่าออกไปพ้นจากล้านนาแล้ว เป็นยุคของการกวาดต้อนผู้คนเข้ามาอยู่ในเมือง ดังที่เรียกว่า “ยุคเก็บผักใส่ซ้า เก็บข้าใส่เมือง” โดยในสมัยพระเจ้ากาวิละแห่ง

นครเชียงใหม่ ได้ให้เจ้าอุปราชยกทัพไปตีหัวเมืองทางตอนเหนือ ซึ่งเป็นหัวเมืองไทลื้อ ไทจีน ไทใหญ่ เพื่อการกวาดต้อนผู้คนเข้ามาเป็นไพร่ฟ้าข้าแผ่นดิน ใช้เป็นแรงงานสำคัญในการฟื้นฟูบ้านเมืองใน พ.ศ. ๒๓๔๗ นอกจากนี้จะใช้กำลังกวาดต้อน แล้วยังใช้วิธีการเกลี้ยกล่อมให้ยินยอมอพยพมาแต่โดยดี เช่น กรณีไทลื้อ ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานบริเวณเมืองลำพูน ในปี พ.ศ. ๒๓๔๘

แม้พระเจ้ากาวิละจะได้เป็นเจ้าเมืองเชียงใหม่หรือเจ้าหลวงแล้วในขณะนั้นแล้ว แต่ในกำแพงเมืองเชียงใหม่ยังปรากฏว่าผู้คนยังมีจำนวนน้อยมากและเจียบเหงา ภายในยังเต็มไปด้วยบรรดาต้นไม้รกรงร้าง จึงถือได้ว่า เป็นยุคฟื้นฟูเมืองเชียงใหม่จริง ๆ พระเจ้ากาวิละและเจ้าน้องทั้ง ๖ คน จึงเริ่มหาทางเพิ่มราษฎรในเมือง โดยการชักชวนและไปตีกวาดต้อนตามหัวเมืองต่าง ๆ ทุกทิศ เริ่มตั้งแต่เมืองฝาง (อำเภอฝาง) ไปจนถึงเมืองเชียงแสน เชียงราย เชียงคำ เชียงของ เมืองปุก เมืองสาด เมืองกาย เมืองพะเยา เมืองเลน เมืองยอง เมืองเชียงตุง เมืองซอน เวียงตองกาย จนถึงสิบสองปันนา ทิศตะวันตกถึงเมืองบมฝั่งแม่น้ำคง (สาละวิน) มีเมืองยวม เมืองแม่ฮ่องสอน เมืองแหง เมืองปาย ฯลฯ ในปี ๒๓๓๒ ก็ได้ชาวบ้านสะอาด บ้านวังลู่ วังกวาด และบ้านจัวลวย ท่าช้าง บ้านนา และอีกหลายเมือง

การไปกวาดต้อนอพยพผู้คนจากทางตอนเหนือยังดำเนินต่อมาอีกหลายครั้ง และไม่เฉพาะแต่เมืองเชียงใหม่เท่านั้น หัวเมืองอื่น ๆ ในล้านนาก็ทำเช่นกัน เช่น เมืองน่าน ปี พ.ศ. ๒๓๔๘ เจ้าเมืองน่านยกทัพไปตีสิบสองปันนา นำเจ้านาย ขุนนาง และเครื่องบรรณาการของไทลื้อไปกรุงเทพฯ ฯ ปี พ.ศ. ๒๓๕๕ กวาดต้อนคนจากเมืองลำ เมืองพง เมืองแขวง เมืองหลวงภูคา เมืองสิงห์ เมืองมาง ปี พ.ศ. ๒๓๕๙ เจ้าอนันตวรฤทธิเดช เจ้านครน่านยกทัพไปตีหัวเมืองสิบสองปันนากวาดต้อนไทลื้อกลุ่มหนึ่งมา ไว้ที่เมืองเชียงม่วนใกล้ลำน้ำปิง และต่อมาในสมัยพระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดช เจ้านครน่านองค์ต่อมาได้ยกทัพไปตีหัวเมืองลื้อ เช่น เมืองพง เมืองหย่วน เมืองมาง เมืองลำ กวาดต้อนมาอาศัยอยู่ที่อำเภอท่าวังผา และที่เมืองเชียงม่วน

ปัจจุบันปรากฏว่ามีแหล่งชุมชนไทลื้อในประเทศไทยกระจายอยู่หลาย ๆ จังหวัดทางภาคเหนือ ชาวไทลื้อที่อาศัยอยู่ในล้านนาได้มีการถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อต่าง ๆ อันเคยปฏิบัติสืบเนื่องกันมา ดังเช่นวัฒนธรรมความเชื่อเกี่ยวกับภพ ภูมิโลกหน้าซึ่งก่อให้เกิดประเพณีการตานหรืออุทิศปราสาท มณฑป สิ่งของเครื่องใช้ อาหารไปไว้ภายนอกหน้าทั้งเพื่อตนเองและผู้ล่วงลับ งานช่างศิลปหัตถกรรมและภูมิปัญญาแขนงต่างต่าง ๆ รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เครื่องแต่งกายภาษาเป็นต้น สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชาติพันธุ์ของชาวไทลื้อที่สั่งสมสืบต่อกันมาหลายศตวรรษ



ภาพที่ ๑ ถิ่นกำเนิดของชาวไทลื้อ (ในกรอบวงกลม) ซึ่งอยู่ในเมืองสิบสองปันนา มณฑลยูนนาน ทางตอนใต้ของประเทศจีน

ที่มา : ดัดแปลงจาก https://joshuaproject.net/people_groups/๑๘๕๖๖/CH
(สืบค้นวันที่ ๑๕ ตุลาคม ๒๕๕๘)

ถิ่นอาศัยของชาวไทลื้อในปัจจุบัน

ปัจจุบันชาวไทลื้อมีถิ่นอาศัยอยู่หลายประเทศ และมีรากฐานทางด้านศิลปวัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน ดังเช่น (๑) ประเทศพม่า มีชาวไทลื้ออาศัยอยู่ในแถบเมืองยอง เมืองยู้ เมืองหลวย เมืองเชียงลาบ เมืองไร เมืองพะยาก เมืองโก เมืองโตน เมืองเลน และเชียงตุง (๒) ประเทศลาว มีชาวไทลื้ออาศัยอยู่ในแถบเมืองหลวงน้ำทา เมืองหลวงพูกา เมืองบ่อแก้ว ไชยะบุลี (เชียงฮ่อน เชียงลม หงสา) เมืองหลวงพะบาง (๓) ประเทศไทย มีชาวไทลื้ออาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน พะเยา ลำปาง แพร่ และน่าน (๔) ประเทศเวียดนาม มีชาวไทลื้ออาศัยอยู่ในแถบเมืองแถน ซึ่งสาเหตุการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานชาวไทลื้อเข้ามาอยู่ในประเทศดังกล่าวมีหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น ถูกกวาดต้อน เหตุบ้านการเมือง การปกครอง ติดตามญาติพี่น้องที่มาก่อนแล้ว หาแหล่งทำกินที่มีความอุดมสมบูรณ์ และมีความสงบสุขร่มเย็น มีภูมิประเทศที่เหมาะสม

ลักษณะทางชาติพันธุ์ของชาวไทลื้อ

ชาวไทลื้อโดยทั่วไปจะมีรูปร่างสันทัด มีผิวพรรณค่อนข้างขาว มีภาษาพูด เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ จะมีสำเนียงที่แตกต่างไปจากชาวเหนือโดยทั่วไป มีขนบธรรมเนียมประเพณีส่วนใหญ่คล้ายคลึงกับสังคมไทยในภาคเหนือ เช่น บริโภคข้าวเหนียวเป็นอาหารหลักนิยมรับประทานพืชผักที่ปลูกขึ้นเอง หรือหาของป่า เช่น หน่อไม้ เห็ด ไข่มดแดง หรือสาหร่ายน้ำจืด ที่เรียกว่า “โก” มาเป็นอาหาร อาหารของชาวไทลื้อมักจะไม่ค่อยมีส่วนผสมของไขมัน สภาพความเป็นอยู่มีความเรียบง่าย ในอดีตอาหารแต่ละมื้อมักจะทำเพียงอย่างเดียว แต่เมื่อถึงคราวเทศกาลสำคัญ เช่น บวชนาค สงกรานต์ ขึ้นบ้านใหม่ ก็จะทำอาหารไว้สำหรับครอบครัวและเลี้ยงแขกเต็มที่ นิยมการทำบุญในเทศกาลสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวันเถลิงศกสงกรานต์ ซึ่งเรียกว่า วันพญาวัน ตานก๋วยสลาก (คล้ายพิธีกรรมของทางภาคเหนือ) และทานข้าวใหม่ ผีและวิญญาณจะมีอิทธิพลครอบงำแนวความคิดพฤติกรรม ตลอดจนกิจกรรมของชุมชนชาวไทลื้อจะเคยชินอยู่กับการปฏิบัติบูชาผีหรือวิญญาณอย่างใกล้ชิดมากกว่าพิธีกรรมทางศาสนาพุทธ มีข้อสังเกต

ประการหนึ่ง แต่ละชุมชนหรือสังคมของชาวไทลื้อในสิบสองปันนา จะนับถือบูชาผีเรือนแตกต่างกันไป ชุมชนหนึ่งๆ จะมีผีหรือวิญญาณคุ้มครองเป็นของตนเองโดยเฉพาะ ชุมชนแต่ละแห่งต่างผูกพันรวมกลุ่มกัน ภายใต้ความเชื่อสัญลักษณ์ของกลุ่มตนเอง มีเพียงศาสนาพุทธเท่านั้นที่ดูคล้ายกันว่า เป็นสถาบันความเชื่อร่วมกันของชุมชนทั้งหมด

ชาวไทลื้อมีวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกับชาวไทยหรือชนเผ่าอื่นๆ คือมีการสร้างบ้านเรือนเป็นบ้านไม้ มีใต้ถุนสูง มีครัวไฟบนบ้าน ใต้ถุนเลี้ยงสัตว์ แต่ในปัจจุบันวิถีชีวิตได้เปลี่ยนไป การสร้างบ้านเรือนก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย เรือนที่ยังคงสภาพเป็นเรือนไม้แบบเดิมสถาปัตยกรรมแบบไทลื้อผสมล้านนาคงหลงเหลือให้เห็นบ้างในบางชุมชน เช่น บ้านธาตุสบแวน และบ้านหย่วน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ชาวไทลื้อส่วนใหญ่เป็นพุทธศาสนิกชนที่เคร่งครัด นิยมสร้างวัดในชุมชนต่างๆ แทบทุกชุมชนของชาวไทลื้อ ทั้งยังตกแต่งด้วยศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์งดงาม มีการบูรณะ ซ่อมแซม ให้คงสภาพดีอยู่เสมอ ศิลปะที่โดดเด่นของชาวไทลื้อได้แก่งานผ้าทอไทลื้อ นิยมใช้ผ้าฝ้าย บางสมัยนิยมใช้เส้นไหมจากต่างถิ่น ทอลดลายที่เรียกว่า "ลายเกาะ" ด้วยเทคนิคการล้วง ซึ่งปัจจุบันนิยมเรียกว่า **ลายน้ำไหล** มีการพันฟูและถ่ายทอดศิลปะการทอผ้าแบบไทลื้อในหลายชุมชนของภาคเหนือในปัจจุบัน

ข) ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน

ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน อาศัยอยู่เป็นชุมชนที่บ้านท่ากาน ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ไปทางทิศใต้ประมาณ ๓๐ กิโลเมตร (ทางหลวง หมายเลข ๑๐๘ สายเชียงใหม่ - ฮอด) ชื่อของ "ท่ากาน" ปรากฏในเอกสารและตำนานหลายฉบับ อาทิ ตำนานมูลศาสนา พงศาวดารโยนก ตำนานพื้นเมืองเชียงใหม่ เรียกว่า "พันนาทะกาน" เช่น เมื่อครั้งพญามังราย (พ.ศ. ๑๘๓๙ - ๑๘๕๕) โปรดตั้งเมืองเชียงใหม่ แล้วให้นำต้นโพธิ์ที่ได้มาจากลังกาไปปลูกตามหัวเมืองต่างๆ นั้น มีชื่อเมือง "พันนาทะกาน" ด้วย ต่อมาในสมัยพระเจ้าติโลกราช (พ.ศ. ๑๙๘๔ - ๒๐๓๐) ปรากฏชื่อเมืองพันนาทะกานนี้อีกครั้งว่าเป็นเมืองที่นำเชลยชาวเงี้ยว (ชาวไทใหญ่) มาอาศัยอยู่ และอีกครั้งหนึ่งเมื่อเจ้าเมืองเชียงทองและพระยากายเงี้ยว นำข้าไพร่ชาย-หญิง และช้างม้าถวายแก่พระเมืองแก้ว (พ.ศ. ๒๐๓๘ - ๒๐๖๘) พระองค์โปรดให้แบ่งข้าไพร่ไปไว้ที่ "พันนาทะกาน" ชื่อเมืองนี้หายไปหลังจากเชียงใหม่เสียเมืองแก่พม่าในปี พ.ศ. ๒๑๐๑ จนกระทั่ง พ.ศ. ๒๓๓๙ "พระเจ้ากาวิละ" ตีเมืองเชียงใหม่คืนจากพม่าสำเร็จ จึงได้มีการนำชาวไทลื้อเข้ามาอาศัยอยู่ตราบจนปัจจุบันนี้

ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน นิยมเรียกตนเองว่า "ชาวไทยอง" หรือ "คนยอง" หรืออาจเรียกขานกันทั่วไปในชุมชนบ้านท่ากานว่า "ยอง" ซึ่งหากกล่าวย้อนถึงความเป็นมาในเชิงประวัติศาสตร์ของชาวไทยอง แล้ว จากข้อมูลทางวิชาการของสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (๒๕๕๘ : ๑-๓) ระบุไว้อย่างน่าสนใจว่า "ไทยอง" หรือ "คนยอง" เป็นชื่อเรียก "กลุ่มคนเชื้อสายไทลื้อ" ที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ที่เมืองยอง หรือบางกลุ่มอาจอพยพมาอาศัยอยู่ในเมืองยอง ซึ่งปัจจุบันเมืองยอง เป็นเมืองหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ (Keng Tung) ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของรัฐบาล ประเทศพม่า เมืองยองมีชื่อภาษาบาลีว่า "มเหยงคนคร" ผู้เฒ่าผู้แก่ชาวยองเรียกว่า "เมิงเจงจ้าง" (เมืองเชียงช้าง) สำหรับคนไทลื้อเมืองยองที่อยู่ในประเทศไทย เรียกตนเองว่า "คนยอง" หรือที่คนไทยเรียกว่า "ไทยอง" เป็นชื่อที่รู้จักกันในล้านนา

ประมาณปี พ.ศ. ๒๓๔๘ เมื่อกลุ่มไทลื้อเมืองยองได้อพยพเข้าตั้งถิ่นฐานในเมืองลำพูนและ เชียงใหม่ รวมถึงหัวเมืองอื่นๆในล้านนา เมืองยอง ในราวพุทธ ศตวรรษที่ ๑๘ เริ่มต้นจากการตั้งถิ่นฐานของกลุ่มคนพื้นเมือง ซึ่งได้แก่พวกลัวะหรือทมิฬ ต่อมาในพุทธศตวรรษที่ ๑๙ มีกลุ่มคนไทลื้อจากเมืองเชียงรุ่ง(สิบสองปันนา) นำโดยเจ้าสุนันทะโอรสของเจ้าเมืองเชียงรุ่ง ได้พาบริวารเข้ามามีอำนาจปกครองเมืองยองเหนือคนพื้นเมือง จากความสัมพันธ์ ดังกล่าว “คนเมืองยอง” จึงสืบเชื้อสายมาจากผู้คนที่อพยพมาจากเมืองเชียงรุ่งและเมือง อื่นๆ ในสิบสองปันนา ซึ่งเป็น “คนไทลื้อ” และเมื่ออพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานครั้งใหญ่ในเมืองลำพูนในปี พ.ศ.๒๓๔๘ คนทั่วไปจึงเรียกว่า “คนเมืองยอง” เพราะในสมัยนั้นรัฐประชาชาติหรือรัฐชาติ (Nation State) แบบตะวันตกยังไม่เกิดขึ้น ในสมัยนั้นผู้คนต่างบ้านหลายเมืองที่มาอยู่ร่วมกัน จึงเรียกขานกันตามชื่อบ้าน เมืองเดิม เช่น คนเมืองเชียงใหม่ คนเมืองแพร่ คนเมืองน่าน เป็นต้น ในกรณีของคนเมืองยองนั้น ในระยะต่อมาคำว่า “เมือง” ได้หายไป คงเหลืออยู่คำว่า “คนยอง” ดังนั้นคำว่า “ยอง” จึงมิใช่ชื่อชาติพันธุ์ เมื่อวิเคราะห์จากพัฒนาการและภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ของเมืองยองแล้ว “คนยองก็คือคนไทลื้อ” นั่นเอง และนิยมเรียกตนเองว่า “คนยอง” มิใช่ “คนลื้อ” เพื่อแสดงถึงที่มาของบ้านเมืองเดิมของตน กล่าวโดยสรุปแล้วชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ก็คือชาวไทลื้อ ซึ่งเป็นการเรียกขานกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน

นอกจากนี้แล้วคำว่า “ยอง” หรือ “ญอง” นั้นมีที่มาจากตำนาน ซึ่งกล่าวว่าเป็นชื่อของหญิงชนิดหนึ่ง ซึ่งเคยขึ้นในบริเวณเมืองยอง ต่อมาเมื่อนายพรานจากอาหรับคร (เชียงรุ่ง) ได้จุดไฟเผาป่าทำให้หญ้ายองนี้ปลิวกระจายไปในอากาศ ปรากฏกลิ่นหอมกระจายไปทั่วบริเวณนั้น ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับต้นกำเนิดเมืองสิบสองปันนาของชาวไทลื้อ และในตำนานไทลื้อเขียนสืบต่อกันมา ดังภาพที่ ๒

สำหรับคำว่า “ท่ากาน” นั้นมีที่มาจากคำบอกเล่าของผู้รู้ท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านท่ากาน ได้กล่าวว่า เมื่อครั้งพระเจ้าอาทิตย์ราชาโปรดให้สร้างปราสาทเพื่อบรรจุพระบรมสารีริกธาตุในบริเวณวัดพระธาตุหริภุญไชย มีกาเผือกตัวหนึ่งบินมาโฉบลงที่พระเศียรของพระองค์ พระองค์จึงรับสั่งให้ไล่กาไปกาได้บินมาถึงบ้านแห่งนี้และจะลงเกาะ ชาวบ้านกลัวว่าจะเกิดเหตุร้ายตามความเชื่อแต่โบราณ จึงพากันส่งเสียงไล่และทำกริยาอาการโบกไม้โบกมือห้ามกาบินลงเกาะ ทำให้เป็นที่มาของชื่อ “บ้านตะก่า” ต่อมาในปี พ.ศ.๒๔๕๐ เจ้าอาวาสวัดบ้านตะก่า เห็นว่าคำนี้เป็นภาษาพูด จึงเปลี่ยนให้เป็นภาษาเขียนที่เหมาะสมว่า “ท่ากาน”



ภาพที่ ๒ แผนที่ของเมืองยองในปัจจุบัน (กรอบวงกลม) ซึ่งอยู่ในประเทศสหภาพพม่า
เคยเป็นถิ่นอาศัยของชาวไทลื้อในอดีต

ที่มา : ดัดแปลงจากแผนที่เมืองยองใน <https://prachatai.org/journal/2012/03/39746>

(สืบค้น ๑๐ กันยายน ๒๕๕๘)

วิถีชีวิตของชาวไทลื้อบ้านท่ากานในปัจจุบัน

ชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ตามแบบแผนวิถีชีวิตที่เป็นมาแต่ดั้งเดิม ส่วนกลุ่มคนที่ไม่ได้ประกอบอาชีพภาคเกษตรนิยมออกไปทำงานนอกท้องถิ่นเหมือนผู้คนในชุมชนอื่นๆ ทว่าไป ดั้งนั้นวิถีชีวิตคนไทลื้อจึงเป็นไปตามสถานการณ์ของโลกยุคใหม่ แต่การอนุรักษ์ไว้ซึ่งประเพณีวัฒนธรรมเดิมของตนเองยังคงดำรงไว้ ดังจะเห็นได้ในโอกาสงานพิธี และเทศกาลต่างๆ

ชาวไทลื้อบ้านท่ากานในปัจจุบันเป็นชาวไทลื้อดั้งเดิมที่มีอัตลักษณ์และแบบแผนทางวัฒนธรรมของตนเอง ประมาณร้อยละ ๗๐ ส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ ๓๐ เป็นประชากรชาวไทเขินและคนเมือง เนื่องจากชาวไทลื้อเหล่านี้ได้มีโอกาสพบปะ ติดต่อกับ หรือมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับชาวไทเขินและคนเมือง จึงเกิดความกลมกลืนทางวัฒนธรรมขึ้นระหว่างชาวไทลื้อและคนเมือง (สัมภาษณ์นายณรงค์ จันทร์หอม ผู้ใหญ่บ้านท่ากาน หมู่ ๕ วันที่ ๒๓ ตุลาคม ๒๕๕๘) ชาวไทลื้อเหล่านี้อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมของโบราณสถานเวียงท่ากาน ในระยะทางหรือรัศมีโดยเฉลี่ยประมาณ ๓ กิโลเมตร ภายในเขตปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง (อบต.บ้านกลาง) ซึ่งประกอบด้วย ๔ หมู่บ้าน คือ ๑) บ้านท่ากาน หมู่ที่ ๕ ๒) บ้านสันห่าว หมู่ที่ ๗ ๓) บ้านใหม่สามหลัง หมู่ที่ ๘ และ ๔) บ้านสันกอเกิด หมู่ที่ ๑๐ ๔ หมู่บ้านนี้ เป็นชุมชนไทลื้อที่มีความเข้มแข็งแห่งหนึ่งของอำเภอสันป่าตอง แต่ละหมู่บ้านมีลักษณะวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถจำแนกลักษณะวิถีชีวิต ได้ ๕ ด้านดังนี้คือ

๑. **วิถีชีวิตด้านความเป็นอยู่พื้นฐาน** เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของตำบลบ้านกลาง เป็นที่ราบลุ่มและพื้นที่ทางการเกษตร ดังนั้นชาวไทลื้อบ้านท่ากานส่วนใหญ่จึงมีอาชีพหลักคือ การทำนา ทำสวน โดยที่พืชสวนหลักที่นิยมปลูกคือลำไย ซึ่งมีการอย่างต่อเนื่องทุกปี ปลูกพืชไร่ชนิดต่างๆ สำหรับพืชผักสวนครัว เช่น กระเทียม ถั่วเหลือง เป็นต้น ผู้ที่ทำอาชีพหลักเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นชาวไทลื้อรุ่นดั้งเดิม ส่วน

อาชีพรองคือการรับจ้างและทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมย่านใกล้เคียง ซึ่งเป็นชาวไทลื้อรุ่นอีกรุ่นหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งกลุ่มต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรต่าง ๆ กลุ่มสตรีแม่บ้าน และกลุ่มกองทุนแม่ของแผ่นดิน กลุ่มต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวแทนหรือกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนไปสู่การพัฒนาชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน นอกจากนี้แล้วยังแสดงให้เห็นความเข้มแข็งของชุมชนได้เป็นอย่างดี ชาวไทลื้อบ้านท่ากานส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และมีวัดประจำหมู่บ้านคือวัดท่ากานเป็นศูนย์รวมจิตใจของผู้คน มีโรงเรียนบ้านท่ากานซึ่งเป็นโรงเรียนระดับประถมศึกษา สำหรับให้การศึกษาแก่เด็กในหมู่บ้าน มีตลาดสดและรายค้ารายย่อย เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต

ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่รักถิ่นฐาน รักสงบ มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีระบบสาธารณสุขภาคและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานครบถ้วน และการที่ชาวไทลื้อบ้านท่ากานได้อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมของโบราณสถานเวียงท่ากานนี้ ส่งผลให้เกิดความผูกพัน เกิดความรักความภาคภูมิใจ และหวงแหนในมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นอย่างยิ่ง ดังภาพที่ ๓ ถึง ๔



ภาพที่ ๓ ภาพถ่ายในอดีตของชาวไทลื้อบ้านท่ากานกับโบราณสถานและตลาดสดประจำหมู่บ้าน
ที่มา บันทึกภาพโดยนายภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ (ผู้วิจัย)
วันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๘



ภาพที่ ๔ วัดท่ากานและการจัดงานศิลปวัฒนธรรมของชุมชน
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ (ผู้วิจัย) วันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๘

๒. วิถีชีวิตด้านการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น ในชุมชนบ้านท่ากาน มีทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นที่เป็นวัตถุดิบธรรมชาติบางชนิดที่เห็นว่าสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์และสะท้อนคุณค่าของท้องถิ่นได้ และเป็นการใช้ทรัพยากรโดยวิธีการพึ่งพาตนเองให้มากที่สุด รวมถึงให้เกิดประโยชน์สูงสุดอีกด้วย หากแต่ทรัพยากรใดที่ไม่มีในชุมชน ชาวไทลื้อจะไปหาซื้อมาจากนอกชุมชน การใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นของชาวไทลื้อบ้านท่ากานเป็นลักษณะการนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมต่างๆ เน้นการทำด้วยมือ เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเป็นงานอดิเรก ตัวอย่างทรัพยากรในท้องถิ่นที่สำคัญเช่น ไม้ไผ่ ใบตาล ซึ่งนิยมนำมาทำเป็นงานจักสาน ดังภาพที่ ๕



ภาพที่ ๕ วิถีชีวิตในการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภาณุพงศ์ จงขานสิทโธ (นักวิจัย) วันที่ วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

๓. วิถีชีวิตด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ถึงแม้ว่าชุมชนบ้านท่ากานจะมีผู้คนที่เป็นคนเมืองและชาวไทลื้ออาศัยอยู่ร่วมกัน แต่ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในชุมชนยังคงเป็นไปด้วยดี และมีความเข้มแข็งอย่างต่อเนื่อง ทั้งในระดับชาวบ้านกับชาวบ้าน และชาวบ้านกับผู้นำ โดยเฉพาะระดับชาวบ้านกับผู้นำนั้น ในปัจจุบันมีบุคคล ๔ ฝ่าย คือ นายองค์การบริหารส่วนตำบล ประธานอาสาสมัครแม่คู้เทศก์ท้องถิ่น ประธานกลุ่มสตรีแม่บ้าน และผู้ใหญ่บ้าน เป็นผู้มืบทบาทสำคัญในการเป็นผู้นำทั้งด้านความคิดและการบริหารจัดการเรื่องต่างๆ ภายในชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทั้ง ๔ ฝ่ายนี้กับผู้คนในชุมชน เป็นทั้งความสัมพันธ์เชิงอำนาจและความสัมพันธ์ส่วนตัวควบคู่กัน

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้นเกิดจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนชาวไทลื้อ ทั้ง ๔ หมู่บ้าน โดยมีผู้นำทั้ง ๔ ฝ่าย เป็นแกนนำหลัก ซึ่งส่งผลดีต่อการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และยังเกิดความผูกพันทั้งทางกายและทางใจ ตัวอย่าง เช่น การประชุม การทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา

การทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต การฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมอาชีพต่างๆ การทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีท้องถิ่น การทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องการเกษตร ฯลฯ สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นใช้ภาษาไทยลือพูดคุยหรือสนทนากับชาวไทลื้อด้วยกัน ในขณะที่ใช้ภาษาเมืองพูดคุยหรือสนทนากับคนเมือง ภาษาไทลื้อจึงเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเชิงบวกได้เป็นอย่างดี ดังภาพที่ ๖



ภาพที่ ๖ การรับฟังการอภิปรายจากผู้นำและการฝึกการทอผ้า ซึ่งเป็นวิถีชีวิตด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน

ที่มา : รายงานประจำปีขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง ปี ๒๕๕๙ (ออนไลน์)

๔. วิถีชีวิตด้านกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ชาวไทลื้อบ้านท่ากานเป็นชุมชนหนึ่งที่มีความเข้มแข็งในการทำกิจกรรมต่างๆ และมีชื่อเสียงแพร่หลายในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเอง มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและหลากหลายรูปแบบ กิจกรรมเป็นสื่อกลางในการสะท้อนศักยภาพด้านความคิด ความสามารถ ของชาวไทลื้อได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้กิจกรรมเหล่านี้มักได้รับการยอมรับในวงกว้างทั้งในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด (ดังภาพที่ ๗) วิถีชีวิตด้านกิจกรรมหลักต่างๆ ของชุมชนสามารถจำแนกได้ ๒ ลักษณะคือ

๔.๑ กิจกรรมด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิต เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสามัคคี การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน รวมทั้งการเรียนรู้และรับการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกชุมชน กิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของชาวไทลื้อให้ดีขึ้นในระดับหนึ่ง ตัวอย่างกิจกรรมเช่น การฝึกอบรมอาชีพต่างๆ การส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ การพัฒนาภูมิทัศน์ภายในชุมชน ฯลฯ

๔.๒ กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่นอกจากก่อให้เกิดความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูลกันแล้ว ยังเป็นกิจกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงความคงอยู่ ความเป็นตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ความเชื่อ โขดกลางต่างๆ ความสวยงามในเชิงศิลปะ รวมถึงความเคารพเลื่อมใสในพุทธศาสนาอย่างเด่นชัด ตัวอย่างกิจกรรม เช่น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลต่างๆ การส่งเสริมพระพุทธศาสนารูปแบบต่างๆ การส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถาน ฯลฯ



ภาพที่ ๗ วิถีชีวิตด้านกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน
ที่มา : รายงานประจำปีขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง อำเภอสนป่าตอง (ออนไลน์)

การแต่งกายของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน

เครื่องแต่งกายของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน มีลักษณะคล้ายคลึงกับการแต่งกายของชาวไทลื้อทั่วไปในภาคเหนือของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นลักษณะเสื้อและกางเกงของผู้ชาย ลักษณะเสื้อปิด และผ้าซิ่นลายขวางของผู้หญิง การโพกศีรษะด้วยผ้าสีชมพู สีขาว หรือสีอื่นๆ ตลอดจนการตกแต่งด้วยเครื่องประดับต่างๆ เป็นการบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวไทลื้อบ้านท่ากานทั้งสิ้น ซึ่งในอดีตนั้นเครื่องแต่งกายของชาวไทลื้อบ้านท่ากานมีครบครัน และนิยมแต่งกายในชีวิตประจำวัน แต่เนื่องด้วยความเปลี่ยนแปลงของสังคมปัจจุบัน ได้ส่งผลให้การแต่งกายเหล่านี้เริ่มลดน้อยหรือสูญหายไป คงพบเห็นแต่การแต่งกายในโอกาสพิเศษต่างๆ เท่านั้น ดังนั้นหากไทลื้อบ้านท่ากาน ต้องการสวมใส่เสื้อผ้าที่แสดงความเป็นชาติพันธุ์ตนเอง จึงนิยมหันไปซื้อผ้าทอมือเป็นผืนจากตลาด หรือจากแหล่งอื่น มาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้า

ในปัจจุบันสิ่งทอรูปแบบดั้งเดิม ที่แสดงอัตลักษณ์ของไทลื้อบ้านท่ากานมักพบเห็นหรือจัดแสดงไว้ในพิพิธภัณฑ์ส่วนตัว แต่ทั้งนี้เสื้อผ้าของไทลื้อบ้านท่ากานยังคงอยู่ในความทรงจำของกลุ่มชาติพันธุ์นี้อยู่เสมอ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้หญิงไทลื้อบ้านท่ากานรุ่นเก่า ที่มีอาชีพหรือความสามารถในการทอผ้าไทลื้อ เลิกอาชีพทอผ้าหรือเลิกผลิตสิ่งทอที่แสดงถึงวัฒนธรรมของตนเอง อาจเนื่องจากปัจจัยหลายประการ แต่ทั้งนี้ตัวแทนของชาวไทลื้อบางคน ยังมีความพยายามที่จะอนุรักษ์อาชีพการทอผ้าไว้โดยขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบลท่ากาน ในการจัดซื้อกี่ทอผ้าแบบกระตุกเพื่อนำมาส่งเสริมอาชีพการทอผ้าให้คงอยู่ตลอดไป ดังภาพที่ ๘



ภาพที่ ๘ กิจกรรมการส่งเสริมอาชีพการทอผ้าของชาวไทลื้อบ้านท่ากานให้มีความคงอยู่
ที่มา : รายงานประจำปีขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง (ออนไลน์)

เครื่องแต่งกายของผู้หญิงไทลื้อ

หลักฐานจากสิ่งทอที่เป็นชุดเครื่องแต่งกายของชาวไทลื้อบ้านท่ากานในอดีตแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างสรรค์เป็นอย่างยิ่ง ภูมิปัญญาของชาวไทลื้อบ้านท่ากานในการตัดเย็บโดยเฉพาะเสื้อของผู้หญิงที่เรียกว่า “เสื้อปัด” (เสื้อแขนยาวทรงกระบอก เอวลอย) เป็นเสื้อที่มีวิธีการตัดแบบและเย็บรูปทรงให้เข้ากับรูปร่างผู้สวมใส่ เสื้อรัดรูปเอวลอยนี้มีการตกแต่งสาบเสื้อและชายเสื้อที่เว้าโค้งให้เข้ากับสีสันของผ้าซิ่นได้อย่างลงตัว เมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ จะเห็นได้ว่า แบบเครื่องแต่งกายของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน โดยเฉพาะผู้หญิงเป็นงานออกแบบสิ่งทอให้เข้ากับเรือนร่างที่โดดเด่นแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ

ผู้หญิงไทลื้อบ้านท่ากาน ในอดีตจะสวมเสื้อแขนยาว ป้ายตรงด้านหน้า เรียกว่า “เสื้อปัด” ตัดเย็บด้วยผ้าฝ้าย ชาวไทลื้อนิยมสีอ่อน เช่น สีขาว สีฟ้า หรือสีชมพู ในโอกาสพิเศษจะสวมเสื้อปัดที่ตัดเย็บด้วยผ้าแพรจีน ในฤดูร้อนหรือในเวลาอยู่กับบ้าน อาจสวมเสื้อลำลองที่เรียกว่า “เสื้อปา” (เสื้อแขนกุด คล้ายเสื้อกล้าม สำหรับซิ่นใน กั้นรอบคอและแขน) เป็นเสื้อแบบพอดีตัว ไม่มีแขน ผ่าอก ติดกระดุม ส่วนในฤดูหนาวจะสวมเสื้อปัดเนื้อหนา หรือตัดเย็บด้วยผ้ากำมะหยี่ที่มีผ้าซับในเรียกว่า “เสื้อปุก” (คล้ายเสื้อปัด แต่มีความหนากว่า) เพื่อให้ร่างกายอบอุ่น

หญิงไทลื้อบ้านท่ากานจะเกล้าผมมวยสูง ใช้ผ้าโพกศีรษะเคียนหัวเวลาออกนอกบ้าน ผ้าเคียนหัวใช้ผ้าสีอ่อน เป็นผ้าฝ้ายหรือผ้าแพรจีน

ผ้าซิ่น เป็นซิ่นที่เรียก “ซิ่นตาลื้อ” เป็นซิ่น ๒ ตะเข็บ มีโครงสร้างเป็นริ้วขวางลำตัวที่ไม่สม่ำเสมอแต่เป็นแบบแผน ผ้าซิ่นประกอบด้วย ๓ ส่วน คือ หัวซิ่น ตัวซิ่น และตีนซิ่น มีซิ่นที่เป็นผ้าฝ้ายใช้สวมใส่ในชีวิตประจำวัน ส่วนในโอกาสพิเศษจะสวมซิ่นที่ทอจากไหม ต่อตีนซิ่นด้วยผ้าแพรจีนสีต่างๆ นิยมสีเขียว นอกจากนี้ยังพบซิ่นที่นำผ้าแพรจีนมาเป็นซิ่นทั้งผืนอีกด้วย ผ้าซิ่นอีกชนิดหนึ่งคือ “ซิ่นตาโยน” (ตาโยน) คือ ซิ่นไหมทอริ้วขวางลำตัวอย่างสม่ำเสมอแบบผ้าซิ่นของชาวไทยวน หรือ ไทโยนก แสดงถึงอิทธิพลของชาวไทยวนที่มีต่อการแต่งกายของคนไทลื้อ

องค์ประกอบของผ้าจีน

หัวจีน เป็นผ้าสี่พื้นเทคนิคขัดสานธรรมดา กว้างประมาณ ๑๕ ซม. นิยมใช้ผ้าฝ้ายมาเย็บต่อเป็นหัวจีน เพราะผ้าฝ้ายมีความยืด เวลานุ่งและเหน็บตรงเอวจะแน่นและกระชับไม่หลุดง่าย

ตัวจีน ลักษณะเด่นของตัวจีน คือมีลวดลายริ้วขวางลำตัวของผู้นุ่ง เป็นผ้าจีนที่เย็บแบบ ๒ ตะเข็บ (ตุก) เพราะฉะนั้นลายริ้วบนตัวจีนจึงเกิดจากด้ายเส้นพุ่ง โดยใช้ด้ายหลากสีพุ่งสลับขัดสานกับด้ายเส้นยืน ทำให้เกิดเป็นลวดลายริ้ว ซึ่งลายริ้วนี้เองที่เป็นชื่อเรียกมาตรฐานของผ้าจีนที่เป็นสำเนียงไทลื้อว่า “จีนดำ”

ตีนจีน ใช้ผ้าฝ้าย หรือผ้าแพรจีนมาเย็บต่อ ตีนจีนจะเรียบไม่มีลวดลาย อาจมีการเย็บตกแต่งในส่วนริมสุดของตีนจีนด้วยแถบริบบิ้นจีน หรือกิ้นเพื่อเพิ่มความสวยงาม

การนุ่งจีนซ้อน

เป็นธรรมเนียมในการนุ่งจีนของกลุ่มชาติพันธุ์ไทกลุ่มต่างๆ ที่มักจะนุ่งจีนซ้อนไว้ข้างในอีกชั้นหนึ่ง เรียกว่า “จีนซ้อน” โดยมากจะใช้ผ้าฝ้ายสีขาวมาเย็บเป็นจีนซ้อนหรือใช้ผ้าจีนที่เก่าแล้วก็ได้ การนุ่งจีนซ้อนนี้มีประโยชน์หลายประการ เช่น

(๑) เพื่อให้ง่ายแก่การรักษาความสะอาดผ้าจีนผืนนอก โดยเฉพาะผ้าจีนผืนพิเศษที่ทอด้วยไหมหรือทอตกแต่งด้วยเทคนิคต่างๆ หลากสี จะไม่นิยมซัก เนื่องจากคุณภาพการย้อมสีในอดีตไม่ทนทานเมื่อน้ำจะทำให้สีตก จึงซักเฉพาะจีนซ้อน

(๒) สำหรับจีนที่ทอด้วยเส้นไหมเงินหรือไหมค่าที่เป็นโลหะ เมื่อนุ่งจะระคายผิว จึงต้องนุ่งจีนซ้อน

(๓) จีนที่ทอด้วยเส้นไหมละเอียดจะมีความบอบบางการนุ่งจีนซ้อนอีกชั้นหนึ่งจะช่วยเพิ่มความแข็งแรงให้แก่ผ้าจีนผืนนอกไม่ให้เกิดการฉีกขาดได้ง่ายในเวลาลุก นั่ง หรือก้าวเดิน

(๔) การนุ่งจีนซ้อน ยังเป็นการตกแต่งให้เกิดความสวยงามเพิ่มมากขึ้น โดยส่วนใหญ่ผู้หญิงจะนิยมนุ่งจีนซ้อนให้เลยออกมาด้านล่างมีการตกแต่งด้วยแถบริบบิ้นจีน หรือติดลูกไม้ระบายให้สวยงาม

เครื่องแต่งกายของผู้ชายไทลื้อ

ผู้ชายไทยลื้อบ้านท่ากานจะสวมเสื้อแขนยาวผ่าหน้าติดกระดุม คอกกลม หรือ คอตั้ง นุ่งกางเกงขายาวทรงหลวม เรียก “เตี้ยวปัด” (คล้ายเตี้ยวสะตอ) ทั้งเสื้อและกางเกงนี้ตัดเย็บจากผ้าฝ้ายย้อมสีครามเข้มหรือสีดำ หากเป็นชุดอยู่กับบ้านหรือชุดลำลองโดยเฉพาะในเวลาอากาศร้อนอาจนุ่ง “ผ้าด้อย” ขนาดสั้น หรือนุ่ง “ผ้าต่อง” (ผ้าขาวม้า) แบบกระชับที่เรียกว่านุ่งแบบ “เค็ดมาม” คือ นุ่งแบบหยักรั้ง ม้วนชายผ้าเป็นเกลียวสอดระหว่างขาให้รัดกุม เพื่อไขว่คลายสีกหมักบนขาอ่อน ผ้านุ่งของผู้ชายไทลื้อบ้านท่ากานในอดีต ที่เรียกว่า “ผ้าด้อย” นั้นเป็นผ้านุ่งผืนสี่เหลี่ยมมี ๒ ขนาด คือ ขนาดสั้น และ ขนาดยาว ถ้าเป็นผ้าขนาดยาวก็นุ่งแบบโจงกระเบนหรือนุ่งลอยชาย เสื้อชายไทลื้ออีกชนิดหนึ่งมีลักษณะพิเศษคล้ายกับเสื้อกั๊ก เรียกว่า “เสื้อปา” ตัดเย็บจากผ้าไหมหรือผ้าแพรจีนสีดำ สีเหลือง สีชมพู มีการปัก

ลวดลายตกแต่งด้วยเส้นโลหะสีเงิน เลื่อม เสื้อชนิดนี้ใช้ใสในโอกาสพิเศษ เช่นสวมทับเสื้อแขนยาวในงาน บวช งานแต่งงาน หรือใช้สวมในการแสดงฟ้อนเชิง ฟ้อนดาบ

นอกจากเสื้อและกางเกงหรือผ้าถุงแล้ว ยังมีผ้าที่ใช้ตกแต่งร่างกายเป็นพิเศษ คือ ผ้าพาดบ่า ที่เรียกว่า “ผ้าเซ็ด” และเข็มขัดหรือผ้าคาดเอว มีผ้าโพกศีรษะผืนพิเศษเป็นผ้าแพรเงิน นิยมสีอ่อน เครื่องแต่งกายของผู้ชายไทลื้อบ้านท่ากานล้วนเป็นฝีมือของผู้หญิง ความประณีตบรรจงในศิลปะของการเย็บปัก ถักทอและตกแต่งที่ปรากฏบนเครื่องแต่งกายของผู้ชายไทลื้อ คือผลงานอันแสดงถึงความรักความผูกพันของผู้หญิงที่มอบให้แก่ผู้ชายอันเป็นที่รัก ชาวไทลื้อบ้านท่ากานในอดีตทั้งหญิงและชายนิยมใช้ถุงย่ามใส่ ข้าวของสะพายบ่า ถุงย่ามจึงเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องแต่งกายแบบไทลื้อด้วย ถุงย่ามที่ชาวไทยลื้อใช้ทั่วไป คือถุงย่ามสีขาวสลักริ้วสีดำ และถุงย่ามสีแดงสลักริ้วสีอื่นๆ

เมื่อระยะเวลาเปลี่ยนไป การแต่งกายตามแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนไทยลื้อบ้านท่ากานนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยใหม่ จนแทบไม่เหลือรูปแบบการแต่งกายประจำชาติพันธุ์ให้เห็นในชีวิตประจำวัน นอกจากการแต่งกายในโอกาสพิเศษ เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ แต่งงาน งานเฉลิมฉลอง งานพิธีต่างๆ อีกทั้งใช้เป็นชุดแต่งกายที่สวยงามที่ใช้ในการแสดงรำฟ้อน ในการร่วมขบวนพิธีที่สำคัญๆ เท่านั้น ดังภาพที่ ๙



ภาพที่ ๙ ลักษณะการแต่งกายของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน

ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ (ผู้วิจัย) วันที่ ๑๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

ชุมชนบ้านท่ากานกับการอนุรักษ์โบราณสถานเวียงท่ากาน

ประชากรบ้านท่ากานส่วนใหญ่เป็นเชื้อสายไทลื้อ ซึ่งเรียกตัวเองว่า “ชาวยอง” เนื่องจากอพยพมาจากเมืองยองในสหภาพพม่า เข้ามาอาศัยในบริเวณเวียงท่ากานเป็นระยะเวลายาวนานกว่า ๒๐๐ ปี เป็นชุมชนที่รักท้องถิ่น รักษาประเพณีอย่างเคร่งครัด เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของแหล่งที่อยู่อาศัยและของดีที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งมีอยู่ในพื้นที่ จึงรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็งอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ในการอนุรักษ์และพัฒนา มรดกทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้เป็นที่ประจักษ์ จนได้รับโล่พระราชทาน จากพระหัตถ์ของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในฐานะผู้สนับสนุนการอนุรักษ์ดีเด่นประจำปี พ.ศ.๒๕๓๑ เนื่องในวันอนุรักษ์มรดกไทย ซึ่งในปัจจุบันได้มีการจัดตั้งกลุ่มอาสาสมัครท้องถิ่นดูแลรักษามรดกศิลปวัฒนธรรม (มีชื่อย่อว่า อส.มศ.) ของชาวบ้านท่ากานขึ้น (อบรม

และทบทวนความรู้วันที่ ๒ เมื่อวันที่ ๑๙-๒๐ มิถุนายน พ.ศ.๒๕๕๕) ตามโครงการฝึกอบรมของ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม โดยมีบทบาทหน้าที่ คือ สอดส่อง ดูแล มิให้บุคคลใดมาบุกรุกทำลาย เมื่อพบเห็นว่ามีผู้บุกรุกทำลายหรือขูดคั่นก็ให้แจ้งเหตุไปยังเจ้าหน้าที่ตำรวจและกรมศิลปากร อีกทั้งดูแลรักษาความสะอาด กำจัดวัชพืชในเขตโบราณสถาน เป็นการรักษาสภาพทั่วไปของโบราณสถานและบริเวณโดยรอบให้มีความสะอาดเรียบร้อยและป้องกันความเสียหายหรือการเสื่อมสภาพ ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนชาวไทลื้อบ้านท่ากานกับโบราณสถานเวียงท่ากาน ที่สามารถสะท้อนกระแสการอนุรักษ์โบราณสถานเวียงท่ากาน มีดังนี้คือ

- ๑) ความร่วมแรง ร่วมมือ ในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโบราณสถานเวียงท่ากาน อย่างเป็นรูปธรรม
- ๒) ความรู้สึกแห่งการเป็นเจ้าของ หรือมีกระแสแห่งการอนุรักษ์โบราณสถานเวียงท่ากาน รูปแบบต่างๆ เช่น เกิดความรู้สึกต่อต้านเมื่อมีการกระทำหรือ กิจกรรมใดๆ ที่มิได้รับความเห็นชอบหรือยินยอมจากชุมชน
- ๓) การส่งเสริมให้บุคคล หน่วยงาน หรือองค์กร เข้ามาเสริมสร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนบ้านท่ากาน
- ๔) ความพยายามที่จะจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน
- ๕) ความพยายามจัดตั้งศูนย์ พิพิธภัณฑ์ หรือแหล่งเรียนรู้ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นรูปแบบต่างๆ ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน
- ๖) ความพยายามที่จะกำหนดอัตลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เช่น ภาษา การแต่งกาย สื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
- ๗) การกำหนดแผนงานและการบริหารความเสี่ยงเพื่อรองรับการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากานในอนาคต
- ๘) ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม ในการส่งเสริมการเรียนรู้ในเชิงวิชาการของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน
- ๙) การส่งเสริม การปลูกจิตสำนึก ให้เยาวชนทั้งภายนอกและภายในชุมชนให้เป็นผู้มีบทบาทสำคัญใน สืบทอด อนุรักษ์ เห็นความสำคัญ ของงานศิลปวัฒนธรรม ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ให้มีความยั่งยืน
- ๑๐) การส่งเสริมให้มีการสืบทอดอาชีพทอผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อ ให้มีความคงอยู่อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้แล้ว ไทลื้อยังมีความพยายามที่จะอนุรักษ์งานศิลปวัฒนธรรมด้านอื่นๆ ที่หลากหลายอีกด้วย ซึ่งนางไพฑูริย์ ปัญญา ประธานกลุ่มสตรีแม่บ้านเวียงท่ากาน พร้อมทั้งคณะกรรมการกลุ่ม (สัมภาษณ์ ๑๘ มิถุนายน ๒๕๕๘) มีความเห็นว่าหากไม่อนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมไทลื้ออย่างจริงจัง ศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ของตนเองอาจสูญหายไปเป็นที่สุด จึงได้มีการอนุรักษ์ ฟื้นฟูวัฒนธรรมการแต่งกายรวมทั้งศิลปะการแสดงต่างๆ ขึ้น โดยมีการฟื้นฟูด้านการแต่งกายแบบชุดลื้อ และศิลปะการแสดง “ฟ้อนยอง” หรือ “ฟ้อนลื้อ” ขึ้นในกลุ่มสตรีแม่บ้าน อีกทั้งฟื้นฟูการแสดง

ต่างๆ ของเยาวชนทั้งในด้าน “ฟ้อนยอง” “ฟ้อนขันดอก” “ฟ้อนสลุง” และการแสดงอีกหลายชุดการแสดง โดยศึกษาและเรียนรู้จากผู้รู้ และผู้ฝึกสอนการแสดงในด้านนี้ ทั้งนี้ได้มีโอกาสนำเสนอผลงานในงานพิธีงานเทศกาลต่างๆ รวมทั้งแสดงในการต้อนรับนักท่องเที่ยวและ แขกผู้มาเยือนโบราณสถานเวียงท่ากานอย่างต่อเนื่อง นางไพฑูรย์กล่าวต่อไปว่า กิจกรรมการอนุรักษ์ ฟันฟู ส่งเสริมดังกล่าวนี้ได้ผลเป็นที่น่าพอใจในระดับหนึ่ง ซึ่งชาวไทลื้อเวียงท่ากานได้มีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเพื่อไม่ให้สูญหายไปกับกาลเวลา

ชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน เป็นชุมชนที่มีการรักษาประเพณีวัฒนธรรม ความเป็นอยู่และวิถีชีวิตแบบสังคมล้านนาซึ่งมีความเชื่อเรื่องผีและนับถือพระพุทธศาสนา ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีมาแต่โบราณ สังคมของ “เวียงท่ากาน” มีความเป็นเอกลักษณ์ เช่นภาษาพูดมีความไพเราะ มีความรักในชาติพันธุ์และถิ่นฐาน มีประเพณีอันบ่งบอกถึงความเป็นไทลื้อ ซึ่งจะเห็นได้จากวิถีชีวิตปกติ นอกจากนี้ยังปรากฏมีกลุ่มคน กลุ่มต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมไทลื้อบ้านท่ากาน ซึ่งสามารถจำแนกเป็น ๔ กลุ่มหลัก คือ

กลุ่มที่ ๑ เยาวชน กลุ่มนี้เป็นกลุ่มเด็กที่ได้มีโอกาสเรียนหนังสือ อายุประมาณ ๘ ถึง ๑๕ ปี นอกจากเรียนหนังสือแล้ว ยังให้ความสนใจการอนุรักษ์ภาษาพูดและศิลปะการแสดงด้านต่างๆแต่โบราณ โดยมีครูและปราชญ์ผู้รู้มาให้การฝึกสอน

กลุ่มที่ ๒ คนรุ่นกลาง คือกลุ่มพ่อบ้านแม่บ้าน กลุ่มนี้เป็นผู้นำและอนุรักษ์พัฒนาด้านต่างๆ ของชุมชน ซึ่งเป็นหลักในการดำรงชีวิตของชุมชนไทลื้อ

กลุ่มที่ ๓ กลุ่มผู้นำหมู่บ้านและฝ่ายบริหารท้องถิ่น เป็นผู้นำด้านการปกครองและเป็นฝ่ายจัดหางบประมาณด้านต่างๆ มาพัฒนา ส่งเสริม สนับสนุนด้านอนุรักษ์ให้ชุมชนได้ดำเนินชีวิตตามวิถีไทลื้อ

กลุ่มที่ ๔ กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นกลุ่มทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ให้ข้อมูลเรื่องราวประเพณีวัฒนธรรม และแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญา

สรุป ชาวไทลื้อเป็นกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งที่มีถิ่นกำเนิดในแคว้นสิบสองปันนาทางตอนใต้ของมณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และได้อพยพเข้ามาอาศัยอยู่ทางภาคเหนือของไทย รวมทั้งประเทศ พม่า ลาว และเวียดนาม เนื่องจากเหตุผลหลายประการเช่น ถูกกวาดต้อน เหตุบ้านการเมือง การปกครอง ติดตามญาติพี่น้องที่มาก่อนแล้ว หาแหล่งทำกินที่มีความอุดมสมบูรณ์ เป็นชาติพันธุ์ที่มีวิถีชีวิต ภาษาพูด วัฒนธรรม ประเพณี การแต่งกาย ที่มีความโดดเด่นเป็นของตนเอง ส่วนชาวไทลื้อที่เรียกตนเองว่า “ไทยอง” ก็คือชาวไทลื้อกลุ่มหนึ่งที่อพยพเข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองยอง ประเทศพม่า สำหรับชาวไทลื้อบ้านท่ากานนั้น เป็นชาวไทลื้อที่มีบรรพบุรุษสืบเชื้อสายหรือถิ่นกำเนิดจากแคว้นสิบสองปันนาเช่นกัน ยังคงเป็นไทลื้อที่คงความเป็นอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์อย่างเด่นชัด เป็นชุมชนไทลื้อที่มีความเข้มแข็งในระดับหนึ่ง ปัจจุบันอาศัยอยู่โดยรอบโบราณสถานเวียงท่ากาน มีความผูกพัน ความรัก ความห่วงแหน ต่อโบราณสถานเวียงท่ากาน ในงานวิจัยครั้งนี้เน้นศึกษาข้อมูลของชาวไทลื้อที่ครอบคลุมทุกประเด็น โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมซึ่งมีคุณค่าทางด้านศิลปะและการออกแบบ ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม สามารถนำมากำหนดแนวคิดหรือแนวทางพื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้

๒) โบราณสถานเวียงท่ากาน

จากข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของศิริพันธ์ ยับสันเทียะ และกษมา เกาไศยานนท์ (๒๕๓๔ : ๕-๑๐) ได้อธิบายถึงโบราณสถานเวียงท่ากานว่า เป็นเวียงในแคว้นทริภุญไชย ตั้งอยู่ที่บ้านท่ากาน ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะกายภาพเป็นบริเวณที่มีน้ำอุดมสมบูรณ์ ด้านตะวันตกมีแม่น้ำขาน ด้านตะวันออกมีแม่น้ำปิง และมีฝาย ลำเหมืองส่งน้ำสู่ที่ราบอย่างทั่วถึง พิจารณาพื้นที่โดยรอบเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญมาแต่โบราณ ร่องรอยจากโบราณสถานที่ยังหลงเหลืออยู่นั้น แสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ในสมัยทริภุญไชยอย่างเด่นชัด เวียงท่ากานเป็นบริวารเมืองทริภุญไชย สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นหลังจากเมืองทริภุญไชยมีความมั่นคงแล้ว คืออาจสร้างในช่วงยุครุ่งเรืองของทริภุญไชย ชุมชนนอกเวียงท่ากานในรัศมีห่างออกไปประมาณ ๒-๓ กิโลเมตร พบซากโบราณสถานและโบราณวัตถุศิลปะทริภุญไชยหลายแห่ง เช่น ที่บ้านพระเจ้าสององค์ บ้านพระเจ้าทองทิพย์ บ้านสันกองเก็ด และบ้านสันกาวาน จากการสำรวจพบร่องรอยการชักน้ำแม่ขานเข้ามาในคูเมือง กำแพงเมืองเป็นคันดินสองชั้น ระหว่างคันดินมีคูน้ำคั่นกลาง สภาพร่องรอยคันดินคูน้ำมีความชัดเจน ภายในเวียงท่ากานมีวัดหลวงกลางเวียงเพียงวัดเดียวที่ไม่ใช่วัดร้าง นอกจากนั้นยังมีกลุ่มโบราณสถานร้างกระจายตัวทั่วไป วัดหลวงกลางเวียงเป็นวัดใหญ่ มีเจดีย์สององค์ คือเจดีย์ทรงแปดเหลี่ยม แสดงอิทธิพลของศิลปะทริภุญไชย และเจดีย์ทรงระฆังศิลปะสมัยล้านนา จากการขุดแต่งและบูรณะโบราณสถานของหน่วยศิลปากร พบร่องรอยโบราณวัตถุในวัฒนธรรมทริภุญไชยจำนวนมาก ดังเช่น พระพิมพ์ดินเผาศิลปะทริภุญไชย ภาชนะดินเผาแบบทริภุญไชยมีอายุราวพุทธศตวรรษที่ ๑๗-๑๘ นอกจากนั้นพบเศษภาชนะดินเผาซึ่งมีทั้งแหล่งเตาเผาในล้านนา เช่น แหล่งเตาสันกำแพง เตาวีญกาหลง เตापาน อายุประมาณพุทธศตวรรษที่ ๑๙-๒๐ และยังพบเครื่องถ้วยจีน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องถ้วยจีนสมัยราชวงศ์หมิง พุทธศตวรรษที่ ๒๐-๒๒ รวมทั้งเครื่องถ้วยจีนสมัยราชวงศ์ซิง พุทธศตวรรษที่ ๒๒-๒๕ ดังภาพที่ ๑๐



ภาพที่ ๑๐ โบราณสถานเวียงท่ากานและโบราณวัตถุที่ค้นพบในเขตโบราณสถาน
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทธิ์ (ผู้วิจัย) วันที่ ๒๕ กันยายน ๒๕๕๘

ตามหลักฐานทางโบราณสถานที่กำลังกล่าวมานี้ สะท้อนให้เห็นว่าโบราณสถานเวียงท่ากานเป็นชุมชนโบราณที่มีความสืบเนื่องตั้งแต่สมัยทริภุญไชยจนถึงสมัยล้านนา และร่องรอยโบราณสถาน โบราณวัตถุยังแสดงความสำคัญของเมืองท่ากานเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับหลักฐานลายลักษณ์อักษรที่กำลังกล่าวถึงในสมัยราชวงศ์มังราย ซึ่งได้จัดชุมชนเวียงท่ากานเป็นพินนาท่ากาน โดยรวมเมืองท่ากานและชุมชนรายรอบเป็นพินนา มีหมื่นท่ากานกินพินนา ในฐานะชุมชนใหญ่พินนาท่ากานได้สร้างความเข้มแข็งให้เมืองเชียงใหม่

นอกจากนี้ นายสุวิทย์ อาทิตย์ (สัมภาษณ์ ๘ สิงหาคม ๒๕๕๘) ปราชญ์ชาวบ้านและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ได้อธิบายถึงโบราณสถานเวียงท่ากานไว้อย่างน่าสนใจว่า สถาปัตยกรรมประเทศของเวียงท่ากานเป็นที่เนินสูง โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีสิ่งก่อสร้าง ส่วนรอบด้านนั้นเป็นที่ราบลุ่ม ห่างจากแม่น้ำปิงราว ๓ กิโลเมตร ส่วนลำน้ำแม่ขานที่อยู่ห่างออกไปทางทิศตะวันออกราว ๒ กิโลเมตร ก็จะถูกผันน้ำมาใช้ที่เวียงท่ากานผ่านลำเหมืองเล็กๆ ซึ่งการนำน้ำเข้ามาใช้แบบนี้ถือเป็นระบบชลประทานเก่าแก่ที่สืบทอดมาแต่โบราณ เวียงท่ากาน เป็นโบราณสถานที่ยังคงมีมาตั้งแต่สมัยอาณาจักรหริภุญชัย หรือลำพูน โดยในยุคนั้นถือเป็นเมืองบริวารของหริภุญชัย โดยมีชื่อเรียกชัดเจนว่า "เวียงตระการ" เวียงท่ากาน มาจาก เวียงตระการ ที่แปลว่า โอ้อ่า บางคนก็เรียกว่า ตระการเม็ง เพราะเม็งคือมอญ แล้วพระนางจามเทวีที่เป็นปฐมกษัตริย์แห่งอาณาจักรหริภุญชัย เป็นชาวมอญ พอมาถึงยุคล้านนา พญามังรายที่มาจากเมืองเหนือ มาจากเมืองฝาง ก็ยกทัพมาตีเมืองหริภุญชัยได้ และอยู่ที่หริภุญชัยประมาณ ๓ ปี จากนั้นก็ไปสร้างเวียงกุมกาม" เมื่อมาถึงยุคล้านนา เวียงท่ากานก็เปลี่ยนสถานะจากเมืองบริวารมาเป็นตำบลขนาดเล็ก โดยปรากฏชื่อในตำนานพื้นเมืองเชียงใหม่ว่า "เวียงพันนาทะการ" ทว่า ความสำคัญก็คงไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าสมัยหริภุญชัย สังเกตได้จากการที่พญามังราย โปรดฯ ให้นำต้นโพธิ์ ๑ ใน ๔ ต้นที่นำมาจากลังกาทวีป มาปลูกที่เวียงพันนาทะการ ปัจจุบันสันนิษฐานว่าจะเป็นต้นโพธิ์ที่อยู่ในกลุ่มวัดต้นโพธิ์ ปี พ.ศ. ๒๕๓๑ มีการบูรณะเป็นปีแรก บูรณะเจดีย์วัดร้างหลวงก่อน ชาวบ้านเรียกวัดร้างหลวงเพราะมีขนาดใหญ่ ถัดไปทางใต้เรียกว่า วัดน้อย สองวัดนี้อยู่ใกล้กัน ซึ่งชื่อแต่ละวัดเราจะเรียกตามลักษณะภูมิประเทศและสิ่งแวดล้อม อย่างเจดีย์วัดร้างหลวงเป็นเจดีย์ทรงแปดเหลี่ยม สมัยหริภุญชัย ส่วนข้างหลังจะต่างกันเป็นเจดีย์แบบล้านนา ข้อสังเกตของ เจดีย์แบบล้านนาจะมี 2 รูปทรง คือทรงปราสาทยอด หรือที่เรียกว่า ทรงมณฑป กับอีกทรงคือทรงระฆัง ส่วนแบบหริภุญชัย เป็นเจดีย์แปดเหลี่ยม

สำหรับทางทิศเหนือของโบราณสถาน จะพบ "วัดร้างอุโบสถ" ที่มีอุโบสถสมัยใหม่ ใช้เป็นที่อุปสมบทภิกษุสงฆ์ อุโบสถหลังนี้สร้างครอบอุโบสถโบราณไว้ แต่ยังคงใช้เสมาเดิมอยู่ ส่วนเจดีย์ที่เห็นอยู่ข้างๆ กันนั้นเป็นเจดีย์ที่สมบูรณ์ที่สุดในเวียงท่ากาน เป็นเจดีย์ทรงระฆังคว่ำแบบล้านนา ซึ่งแต่ละชั้นของเจดีย์จะมีความหมายแตกต่างกันออกไป

นอกจากโบราณสถานแล้ว ยังพบโบราณวัตถุด้วย โดยเฉพาะเครื่องถ้วยลายครามแบบจีน แต่ที่เป็นสัญลักษณ์ของเวียงท่ากานคือโถลายครามสมัยราชวงศ์หยวน (พ.ศ. ๑๘๒๓-๑๙๑๑) ซึ่งถือเป็นของสำคัญของเวียงท่ากาน และถูกเก็บรักษาไว้ที่วัด โถนี้พบอยู่ตรงกลางวัด รูปทรงค่อนข้างสมบูรณ์มาก จะมีเพียงแค่ส่วนฝาที่หายไป ที่มาของเครื่องถ้วยเหล่านี้ คือสมัยก่อนอาณาจักรล้านนาได้ขยายไปจนถึงมณฑลยูนนานของจีน ต่อมาชาวมองโกลมายึดจีน แล้วสถาปนาราชวงศ์หยวนขึ้น มีการเอาม้าจากมองโกลเข้ามาใช้ ม้ากับเครื่องถ้วยลายครามอาจเข้ามาพร้อมกัน เพราะเรามีการติดต่อค้าขาย หรืออาจจะใช้เป็นเครื่องราชบรรณาการ

สรุป โบราณสถานเวียงท่ากาน เป็นโบราณสถานเก่าแก่แห่งหนึ่งในตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง ในอดีตเคยเป็นเวียงในแคว้นหริภุญชัย นอกจากความเก่าแก่ มีคุณค่าแล้ว มีลักษณะทางกายภาพที่อุดมสมบูรณ์ ภายในบริเวณโบราณสถาน มีคูเมือง กำแพงเมือง และวัดต่างๆ เป็นจำนวนมาก คำว่า "เวียงท่ากาน" มาจากคำว่า "เวียงตระการ" ที่แปลว่า โอ้อ่า วิจิตร สวยงาม ซึ่งความสวยงามของโบราณสถานเวียงท่ากานในเชิงศิลปะและการออกแบบนั้น เกิดจากการเรียงตัวซ้อนกันของก้อนอิฐ และรูปทรงที่ซ้อนกันเป็นชั้นของเจดีย์ เกิดจังหวะที่สวยงาม ซึ่งในโครงการวิจัยครั้งนี้ได้นำลักษณะดังกล่าวมากำหนดแนวคิดพื้นฐานเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม

๓) การท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแม้ว่าไม่ใช่สิ่งจำเป็นพื้นฐานหรือปัจจัย ๔ ของการดำรงชีวิต แต่ก็เป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นนันทนาการ เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาในการส่งเสริมคุณภาพชีวิต ดังที่กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (๒๕๕๘ : ๑๑-๔๗) อธิบายถึงเรื่องนี้ว่าการท่องเที่ยวถือเป็นการผ่อนคลายความเครียด พร้อม ๆ กับได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ได้เห็นความสวยงาม ได้สัมผัสกับวิถีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปจากที่เคยได้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และได้สร้างความสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นด้วย สำหรับประเทศไทยเรานั้นถือได้ว่ามีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูง เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปสัมผัส ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource) และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปวัฒนธรรม (Cultural Resource) ที่มีคุณค่าทางโบราณคดีและศิลปะ ซึ่งกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ จากที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ด้านเศรษฐกิจ

(๑) การท่องเที่ยวทำให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก
 (๒) รายได้ที่ได้มาในรูปเงินตราทั้งในประเทศและต่างประเทศจากการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้ดุลภาพของการชำระเงินได้

(๓) รายได้จากการท่องเที่ยวจะกระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงาน การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เมื่อมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นครั้งหนึ่งในระบบเศรษฐกิจจะก่อให้เกิดการใช้จ่ายต่อเนื่อง เพราะเมื่อมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นครั้งหนึ่งจะก่อให้เกิดรายได้แก่คนบางกลุ่มหรือกิจกรรมบางประเภท

(๔) การท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในการผลิตและการจำหน่าย เนื่องจากการท่องเที่ยวมิได้พึ่งดินฟ้าอากาศเป็นหลักเช่นเดียวกับการเกษตร ผลผลิตที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยวได้แก่ ความงดงามตามธรรมชาติ ความเจริญทางด้านวัฒนธรรมของชาติ ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มทวีมากขึ้นทุกปี อาจมาจากสาเหตุต่างๆ กัน เช่น ความสะดวกรวดเร็วของการคมนาคม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง

ด้านสังคม

(๑) การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่อื่น ได้มีโอกาสพบปะหรือทำกิจกรรมร่วมกันมีส่วนช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดีต่อกัน ก็จะเป็นการลดช่องว่างทางสังคมของประชากรได้เป็นอย่างดี ความสงบสุขย่อมเกิดขึ้นในสังคม

(๒) การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

(๓) การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการหลังไหลและการเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำในเมืองของประชาชนชนบท

ด้านการสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

การสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามของชาติ ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ชาติไทยเป็นชาติเก่าแก่ที่มีมรดกทางวัฒนธรรมเป็นของตนเองมานาน เป็นความภูมิใจ

และความหวงแหน การฟื้นฟูเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจึงเป็นการรักษาสีงดงามเหล่านี้ไว้เพื่ออนุชนรุ่นหลังด้วย ดังจะเห็นได้จากงานฟื้นฟูประเพณีต่างๆ ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมมากขึ้นโดยคงรักษาจุดมุ่งหมายเดิมไว้ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง ประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นต้น

ด้านสุขภาพ

การที่ได้มีโอกาสเดินทางพักผ่อนตามความพึงพอใจไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวธรรมชาติอันงดงาม การไปยั้งนกดกปลา หรือการได้เที่ยวชมความเจริญก้าวหน้าของเมืองใหญ่ๆ ได้พบเห็นสิ่งที่ยังไม่เคยได้เรียนรู้มาก่อน ย่อมทำให้เกิดความเบิกบาน ความสบายใจจะช่วยบรรเทาความเหน็ดเหนื่อยเคร่งเครียดจากการทำงานได้ เป็นผลให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีขึ้น

ด้านการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้น

เมื่อเกิดการท่องเที่ยวไปยังส่วนต่าง ๆ ของประเทศไปยังชนบทที่ห่างไกล ไปยังป่าเขา แม่น้ำลำธารก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อมเหล่านั้น ทำให้เกิดการปรับปรุงสภาพแวดล้อม ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนร่วมมือกันในการรักษาสภาพต่างๆ ไว้ไม่ให้ถูกทำลาย ด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงรักษาสภาพแวดล้อมต่างๆ ให้ดีขึ้น

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญยิ่งทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ ตลอดจนจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไปในตัว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นผลดีต่อสุขภาพ และเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย

การบริการการท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) หมายถึง การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ เป็นการใช้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

การตลาดการท่องเที่ยว

การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่นั่น จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนและใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น โดยการตลาดการท่องเที่ยว ทำได้ ๒ วิธี คือ

(๑) การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และการบริการการท่องเที่ยว เป็นต้น

(๒) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน

หลักการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว หลักการดำเนินการที่สำคัญมี 5 ประการดังนี้

(๑) เร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชน ร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

(๒) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสรรทรัพยากร การท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

(๓) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

(๔) เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่นๆ โดยรอบ ทั้งทางด้านการตลาด การลงทุนและการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

(๕) บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่มีความนิยมในปัจจุบัน ซึ่ง ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (๒๕๕๘ : เว็บไซต์) อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ การท่องเที่ยวที่ผนวกกับการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์กรความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและแอฟริกา รวมถึงชื่อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเราเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะครอบคลุมถึงเรื่องต่างๆ ดังที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (๒๕๔๘) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วย

(๑) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์

(๒) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ

(๓) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม

- (๔) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
- (๕) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา
- (๖) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์
- (๗) ภาษาและวรรณกรรม
- (๘) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร
- (๙) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ
- (๑๐) ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีความสำคัญ ตรงที่นักท่องเที่ยวจะเน้นที่การศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สถานที่ดังกล่าวจะมีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งนอกเหนือจากสถานที่แล้ว เทศกาลและงานฉลอง รวมไปถึงสินค้าพื้นเมืองในพื้นที่ต่างๆ เช่น ประเพณีวันสารทเดือนสิบของจังหวัดนครศรีธรรมราช ประเพณีลากพระและประเพณีปล่อยเต่าของจังหวัดพังงา ประเพณีบุญบั้งไฟลำปางรองและประเพณีบุญห่มมันใหญ่ของจังหวัดบุรีรัมย์ จัดได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าเชิงวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแนวคิดของ บุญยสฤกษ์ อเนกสุข (๒๕๕๘ : ๑-๓๐) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการท่องเที่ยวที่ควบคู่กับการศึกษาหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ สังคม วิถีชีวิต และประเพณีต่างๆ ของชุมชน โดยแนวคิดของ บุญยสฤกษ์ ยังระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในฐานะทุนของการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย และยังช่วยให้เกิดกระบวนการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ในการฟื้นฟูอัตลักษณ์ต่างๆ ได้อีกด้วย สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแนวคิดของ ชาญชัย จิตรเหล้าอาหาร (๒๕๕๘ : ๑๕) พอสรุปสาระสำคัญได้ว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ในรอบปี ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้น ทำให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรีย์ ศิลปมีควมรู้ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการท่องเที่ยวและเยี่ยมชมสถานที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม เช่น การชมสถานโบราณวัตถุ โบราณสถาน ปราสาท พระราชวัง วัด ประเพณี รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย

นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (๒๕๕๘ : ๑๖) ได้อธิบายเพิ่มเติมอย่างน่าสนใจว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งๆที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย นักท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

(๑) ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ผลการดำเนินการท่องเที่ยวที่ผ่านมาก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติเป็นอย่างมาก นำเงินตราเข้าประเทศมากที่สุดเมื่อเทียบกับรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศที่ได้รับจากหน่วยงานต่างๆ ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเฉพาะการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย และจะมีการประชาสัมพันธ์ไปสู่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

(๒) ประโยชน์ทางสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวจะช่วยเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับผู้คนในท้องถิ่นได้มีโอกาสรู้จักกันนั้น ผลก็คือ เกิดความสามัคคีสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกและเกิดสันติภาพขึ้นแก่โลก

องค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- (๑) โบราณคดีหรือพิพิธภัณฑ์ต่างๆ
- (๒) สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง รวมถึงซากฝังเมืองในอดีต
- (๓) ศิลปะ ทัศนกรรม ประติมากรรม ประเพณี และเทศกาลต่างๆ
- (๔) ความน่าสนใจทางดนตรี
- (๕) การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ
- (๖) ภาษาและวรรณกรรม
- (๗) ประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา
- (๘) วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย

สรุป การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมสำคัญอย่างหนึ่งที่มุ่งเน้นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้คน ให้ได้สัมผัสประสบการณ์ต่างๆ นอกเหนือจากวิถีการดำเนินชีวิตปกติ รวมถึงได้มีโอกาสสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ และการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สำหรับหลักสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้แก่ การเร่งพัฒนาสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม การเพิ่มความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย การเร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่นๆ โดยรอบ และการบริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ การใช้รูปแบบของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมเป็นส่วนจำเพาะให้นักท่องเที่ยวจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน

๔) ทูนาทางวัฒนธรรม

ปัจจุบันทูนาทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อชุมชนต่างๆ ในประเทศไทย ดังที่นักวิชาการท่านหนึ่งคือ ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (๒๕๕๘ : ๓๓-๓๖) อธิบายอย่างน่าสนใจว่าทูนา อาจหมายถึง ทรัพย์สินเงินทอง บ้านเรือน หรืออาจจะเข้าใจในมิติทางเศรษฐศาสตร์ ว่าทูนา คือปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะเป็น วัตถุดิบเงินทุน ที่ดิน แรงงาน เครื่องจักร ฯลฯ อย่างไรก็ตามทูนาอาจอยู่ในรูปแบบอื่นๆ ได้อีก เช่น ทูนาสังคม ทูนาการเงิน ทูนามนุษย์ ทูนาสุขภาพและทุนธรรมชาติ เป็นต้น ทูนาวัฒนธรรมเป็นรูปแบบของทูนาอีกรูปแบบหนึ่ง ทูนาวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าความรู้ ภูมิปัญญาและงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น โดยได้แบ่งทูนาวัฒนธรรมเป็น ๒ ประเภท คือ

(๑) ทุณวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (Tangible Culture) เช่นโบราณสถาน โบราณวัตถุ วัตถุ ผลงานทางศิลปะ ภาพเขียน รูปปั้น ทุณวัฒนธรรมที่สัมผัสได้นี้ไม่ได้ถูกจำกัดในรูปแบบเฉพาะมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังขยายขอบเขตไปถึงทุนกายภาพ หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น อาคาร สิ่งประดิษฐ์ ทุณวัฒนธรรมรูปแบบนี้สามารถสึกหรอ ผุพังได้ ถ้าไม่ได้รับการดูแลรักษา และสามารถวัดมูลค่าในรูปของเงินได้ไม่ว่าจะเป็นตัววัตถุเอง หรือการบริการที่ใช้วัตถุนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการให้บริการ

(๒) ทุณวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Culture) เป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทางปัญญา หรืออาจเรียกว่าวัฒนธรรมที่ไม่ใช้วัตถุ (Nonmaterial Culture) ได้แก่ ความคิด การปฏิบัติ ความเชื่อและค่านิยมที่แบ่งปันระหว่างสมาชิกในชุมชน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี พิธีกรรม ศิลปะการแสดง เพลง งานวรรณกรรม นิทาน ตำนานพื้นบ้าน ดนตรี เป็นต้น

ถึงแม้ว่าทุณวัฒนธรรมจะแบ่งเป็นทุณวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และทุณวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ แต่ทุณวัฒนธรรมทั้งสองประเภทนี้มีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากสิ่งที่สัมผัสได้ มักมีความหมาย หรือคุณค่าอยู่เบื้องหลังนอกจากนี้ทุณวัฒนธรรมในสองรูปแบบนี้สามารถปรากฏได้ในทุกช่วงของเวลา ในฐานะทุนคงคลัง (Capital Stock) ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์และคุณค่าทางวัฒนธรรม ทุณวัฒนธรรมอาจจะปรากฏได้ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งใน ๓ รูปแบบคือ ๑) เป็นสิ่งที่ฝังในตัวคนหรือจิตใจ (Embodied as state of mind/body) เช่น ความคิด ความเชื่อ ๒) เป็นสิ่งที่เป็นตัวตนจับต้องได้ (Objectified) ซึ่งจะอยู่ในรูปแบบของสินค้าวัฒนธรรม เช่น สิ่งประดิษฐ์ สถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้าง ภาพวาด ฯลฯ และ ๓) ความเป็นสถาบัน (Institutionalized) หมายถึงกติกาคือความเชื่อ การยอมรับที่หลายคนเห็นร่วมกัน อาทิ สถาบันศาสนา สถาบันการศึกษา โดยทุณวัฒนธรรมในรูปแบบที่ฝังในตัวคน หรือจิตใจ เป็นรูปแบบที่สำคัญที่สุด

นอกจากนี้ธุรกิจต่างๆ สามารถนำทุณวัฒนธรรม เช่น เรื่องราว (Story) เนื้อหา (Content) ของวัฒนธรรมไทย มาเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ หรือสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการของตนเพื่อสร้างจุดขาย เช่น การออกแบบสินค้าอุตสาหกรรม ทั้งตัวสินค้าและหีบห่อบรรจุภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ เพลงประกอบโฆษณา

สำหรับทุณวัฒนธรรมในแนวคิดของ อรุณี ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ์ (๒๕๕๔ : ๑๒๙-๑๓๗) กล่าวว่าทุณทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) หมายถึง ผลผลิตทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ทุณทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรม และผลงานศิลปะแขนงต่างๆ เช่น ภาพวาด หัตถกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ และวรรณกรรม เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่วัดมูลค่าเป็นตัวเงินได้ ในขณะที่ทุณทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ขนบธรรมเนียมประเพณี จารีต วิถีชีวิต ความเชื่อ และแนวทางปฏิบัติ เป็นต้นทุณทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ ข้างต้น ถูกจัดว่าเป็น “ทุน” เนื่องจากแนวคิดที่ว่าวัฒนธรรมมีผลต่อการผลิตสินค้าและบริการ ทำให้การผลิตสินค้าและบริการขยายตัวเพิ่มขึ้น ประเทศที่มีวัฒนธรรมหรือจารีตประเพณีที่แตกต่างจากประเทศอื่นๆ อย่างเด่นชัด สามารถผลิตผลงานศิลปะที่แตกต่าง มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์งาน (Creativity) ยกตัวอย่างเช่น ประเทศไทยมีวัฒนธรรมการชกมวยที่เรียกว่ามวยไทย ที่มีลักษณะการต่อสู้ที่แตกต่างจากมวยสากล มีการเรียกชื่อท่าทางการชกแบบต่างๆ อุตสาหกรรมภาพยนตร์สามารถผลิตภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้ง ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการต่อสู้ด้วยมวยไทยออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และทำรายได้จากการส่งออกเป็นจำนวนมาก

องค์ประกอบของทุนทางวัฒนธรรม

- (๑) เป็นมรดกตกทอด
- (๒) เป็นสิ่งที่มีเอกลักษณ์พิเศษ
- (๓) เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมหรือภูมิปัญญาสมัยใหม่

ความสำคัญและประโยชน์ของทุนทางวัฒนธรรม

- (๑) ต้องมีนัยทางวัฒนธรรมในด้านหนึ่งด้านใด เช่น จารีตขนบธรรมเนียมประเพณี ระบบความเชื่อและศรัทธา ระบบคุณค่า ฯลฯ
- (๒) ทุนทางวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ
- (๓) ทุนทางวัฒนธรรม มีการรวมตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ
- (๔) ทุนทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนา หรือผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการได้ผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่สำหรับสินค้าวัฒนธรรมบางประเภท
- (๕) เป็นแหล่งรวมองค์ความรู้ที่มีในอดีต
- (๖) เป็นสิ่งแสดงออกถึงเอกลักษณ์พิเศษและภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น
- (๗) เป็นสิ่งก่อให้เกิดความรัก ความสามัคคี ศักดิ์ศรี และความภูมิใจของชุมชน
- (๘) เป็นสิ่งที่ส่งเสริมความมั่งคั่ง

สินค้าวัฒนธรรม

รังสรรค์ ณะพรพันธ์ (๒๕๕๒ : ๑) อธิบายว่าสินค้าวัฒนธรรมคือสินค้าและบริการที่วัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบริการนั้น การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการใดมาบริโภคก็ตามสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับมาไม่ใช่เฉพาะตัวสินค้า แต่ยังได้วัฒนธรรมที่ฝังตัวในสินค้าหรือบริการนั้นมาด้วย เช่น ชุดไทยมีการฝังตัวของวัฒนธรรมแตกต่างจากชุดสากลของตะวันตกและกิโมโนของญี่ปุ่น ทำนองเดียวกันการบริโภคอาหารแบบโตะจิน หรือการบริโภคอาหารแบบญี่ปุ่นจะมีนัยทางวัฒนธรรมที่แตกต่างจากการบริโภคอาหารฟาสฟู๊ด เป็นต้น การมีการฝังตัวของวัฒนธรรมที่แตกต่างในสินค้าหรือบริการ ทำให้เกิดความแตกต่างของสินค้า (Product Differentiation) ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการของสินค้าสินค้าหรือบริการแต่ละประเภทมีระดับความเข้มข้นของวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนกัน สินค้าหรือบริการบางประเภทจะเห็นความเกี่ยวพันของวัฒนธรรมที่ชัดเจน เช่น งานฝีมือ อาหารพื้นบ้าน ตลาดน้ำ ฯลฯ ในขณะที่สินค้าหรือบริการบางประเภทจะเห็นความเกี่ยวพันของวัฒนธรรมที่ไม่ชัดเจน เช่น หีบห่อผลิตภัณฑ์การออกแบบสินค้า ฯลฯ อย่างไรก็ตามไม่มีเกณฑ์ หรือตัวเลขที่ชัดเจนที่สามารถบอกระดับความเข้มข้นของวัฒนธรรมในสินค้าได้อย่างเด่นชัด

สรุป ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึงองค์ความรู้ ความคิด ความสามารถของตัวบุคคล สิ่งของสถานที่ ที่มีมาตั้งแต่ดั้งเดิมตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้สามารถแสดงคุณค่าหรือลักษณะพิเศษ อย่างเด่นชัด สามารถนำมาต่อยอดหรือพัฒนาให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ได้ และการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทยลื้อ ทุนวัฒนธรรมของชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญหรือข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบอย่างเป็นรูปธรรมและเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้

๕) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับของที่ระลึก

ความเป็นมาของ ของที่ระลึก

จารุสิทธิ์ เครือจันทร์ (๒๕๕๘ : เว็บไซต์) อธิบายว่าของที่ระลึกอาจไม่มีหลักฐานที่ระบุถึงที่มาไว้ อย่างเด่นชัด แต่ของที่ระลึกเกิดจากพฤติกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน แบ่งปัน สิ่งของ ต่างๆ แก่กันและกันสืบเนื่องมาเป็นระยะเวลายาวนาน ในยุคเริ่มแรกอาจเป็นการแลกเปลี่ยนแบ่งปันสิ่งที่ จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม หรือเครื่องมือในการประกอบอาชีพ เพื่อให้ผู้รับเกิด การระลึก นึกถึง และคิดถึง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าของที่ระลึกนั้น มีการมอบให้แก่กันอย่างยาวนาน นับแต่ มนุษย์เกิดขึ้นมาในโลกแล้ว ในปัจจุบันมีการมอบของที่ระลึกให้แก่กันและกัน เพื่อเป็นเกียรติในวาระและ โอกาสต่างๆ แม้ว่าของที่ระลึกบางชนิดไม่มีราคา แต่มีคุณค่าทางจิตใจที่ผู้ให้มอบต่อผู้รับ ของที่ระลึกอาจ นับเป็นวัตถุแห่งความยินดี ที่ผู้ให้ ให้ด้วยความรัก เคารพ ศรัทธา และความคิดถึงต่อผู้รับ ของที่ระลึกมี อิทธิพลต่อความรู้สึกของมนุษย์ ส่งผ่านความรู้สึกที่ดีต่อกัน ในปัจจุบันสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป สิ่งของ ที่ระลึกที่มนุษย์ทำขึ้นเพื่อแจกจ่ายนั้น ได้กลายมาเป็นการผลิตเพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์มากขึ้น มีการ พัฒนารูปแบบและคุณภาพของสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ความหมายของ “ของที่ระลึก”

ความหมายของ ของที่ระลึก ตามคำจำกัดความในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ปี พ.ศ. ๒๕๔๒ ได้แยกความหมายของคำว่า “ของ” ซึ่งหมายถึงสิ่งต่างๆ ที่ใช้สำหรับนำหน้านามที่เป็นผู้ ครอบครอง ส่วนคำว่า “ระลึก” หมายถึง คิดถึง นึกถึง เรื่องราวในอดีตได้ เช่น ระลึกถึงความหลัง เป็นต้น ดังนั้น คำว่าของที่ระลึกอาจหมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดความนึกถึงและคิดถึง ดังนั้นพอสรุปได้ว่า ของที่ระลึก หมายถึง สิ่งที่น่ามาใช้เป็นแรงจูงใจ กระตุ้นให้เกิดความคิดถึง นึกถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้อง เป็นสิ่งที่ใช้หวังผล ทางด้านความทรงจำ ในสิ่งที่ผ่านมาในอดีต ให้กลับมากระจ่างชัดเจนขึ้น หรืออาจเป็นสื่อสัญลักษณ์แทน บุคคล เหตุการณ์ เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอดีต เพื่อกระตุ้นเตือนให้นึกถึงเสมอ นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งของ ที่สะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์และประเพณีบางอย่าง

ของที่ระลึกอาจมีชื่อเรียกขานที่แตกต่างกันไป ตามโอกาสนั้นๆ เช่น ถ้ามอบให้เนื่องในวันเกิด วันแต่งงาน วันปีใหม่ เรียกว่า “ของขวัญ” ถ้ามอบให้ผู้ที่รักและนับถือเรียกว่า “ของกำนัล” และถ้าให้เพื่อ เป็นกาตอบแทน เช่น งานศพ เรียกว่า “ของชำร่วย” เป็นต้น แม้ว่าจะเรียกชื่ออย่างไรก็ตาม มีวัตถุประสงค์ การให้ที่แตกต่างกัน แต่ในความหมายที่แท้จริงก็คือ การกระตุ้นเตือนให้เกิดความทรงจำ ซึ่งอยู่ในขอบข่าย ของที่ระลึกนั่นเอง ของที่ระลึกซึ่งทำออกมาในรูปแบบต่างๆ เช่น ของบริโภค ของใช้ เครื่องประดับ ฯลฯ มีความเกี่ยวข้องกับวัสดุ เทคนิควิธีทำ จุดมุ่งหมายในการผลิตและการนำไปใช้ ตลอดจนอิทธิพลอื่นๆ เช่น ความเชื่อ ศาสนา การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม ทำให้ของที่ระลึกมีรูปแบบแตกต่างกันไป

ลักษณะสำคัญของ ของที่ระลึก

การที่คนจะเลือกสินค้าสิ่งใด สิ่งใดนั้นจะต้องเป็นที่ถูกใจและมีความน่าสนใจ ชวนให้อยากซื้อ สินค้าของที่ระลึกที่น่าสนใจควรมีลักษณะ ดังนี้

๑) เป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เมื่อมีผู้กล่าวถึงของที่ระลึกประเภทนี้แล้ว ทุกคนต้อง รู้จักแหล่งที่มาของสิ่งนั้นได้ ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่เกิดมาจากประวัติความเป็นมาของท้องถิ่นนั้นๆ

๒) เป็นสินค้าน่าหายาก ของที่ระลึกประเภทนี้มักจะเป็นสิ่งของที่นักท่องเที่ยวซื้อ และเป็นสิ่งที่ เป็นของแท้ และราคาถูกกว่าที่อื่น

๓) ราคาพอสมควร เมื่อนำไปเทียบกับสิ่งของประเภทเดียวกัน ที่วางจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยว

ต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นสิ่งของเครื่องใช้ ทั่วไป เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เป็นต้น

๔) มีความดึงดูดใจจากการออกแบบ ลวดลาย ความประณีต สี สัน ความน่าสนใจ ความมีประโยชน์ใช้สอย เช่น ตุ๊กตา สมุนไพร เป็นต้น

๕) หาได้ง่าย สะดวก มีวางขายตามจุดต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

๖) ขนาด รูปร่าง และน้ำหนักที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง สินค้าของที่ระลึกที่มีจุดอ่อน จะต้องหาทางแก้ไข เช่น มีบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ หรือออกแบบให้สามารถแยกชิ้นได้ เพื่อนำไปประกอบใหม่ในภายหลัง เป็นต้น

๗) ใช้แรงงานในท้องถิ่น โดยการแปรรูปสินค้าของที่ระลึก ให้เกิดมูลค่าเพิ่มโดยใช้แรงงานในท้องถิ่นนั้นๆ

๘) มีการแสดงขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสทดลองทำ เพื่อที่จะสร้างความประทับใจให้เห็นคุณค่าของสินค้านั้น เช่น การทอผ้า การวาดลายร่ม เป็นต้น

๙) มีฉลากบอกส่วนประกอบหรือส่วนผสม บอกที่มาของสินค้านั้นว่ามาจากอะไร วิธีการใช้ การดูแลรักษา และมีข้อควรระวังอย่างไร เหล่านี้เป็นต้น

การจัดประเภทของที่ระลึก

ของที่ระลึกในปัจจุบันมีหลายชนิด แต่ละชนิดมีความแตกต่างกันตามความต้องการของผู้คน เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ จึงจัดประเภทของที่ระลึกไว้ดังนี้

(๑) การจัดประเภทตามรูปแบบของที่ระลึก

ก) ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นตามแบบประเพณีนิยม คือ ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นโดยสืบทอดรูปแบบต่อกันมาจากบรรพบุรุษ โดยในอดีตนั้นสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก เมื่อมีสภาวะการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น จุดมุ่งหมายของการใช้สิ่งนั้น อาจเปลี่ยนแปลงไปเป็นของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านต่างๆ เป็นต้น

ข) ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นตามสมัยนิยม เป็นของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นตามความนิยมในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเรื่องราวในช่วงระยะเวลาหนึ่ง จากนั้นก็เสื่อมความนิยมไป หลังจากนั้นจึงมีรูปแบบใหม่เข้ามาแทนที่

(๒) การจัดประเภทตามวัสดุที่ใช้ผลิตของที่ระลึก

ก) ของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เป็นของที่ระลึกที่นำเอาวัสดุธรรมชาติมาเสริม เติม แต่ง ประกอบ ต่อ ดัดแปลง เป็นเครื่องใช้ไม้สอย เครื่องประดับ หรือวัตถุทางศิลปะ ซึ่งบางอย่างยังคงรูปแบบตามต้นแบบเดิมของธรรมชาติ เช่น ของที่ระลึกที่ผลิตจากเปลือกหอย ดอกไม้แห้ง น้ำเต้า และกะลามะพร้าว เป็นต้น นอกจากนี้ยังนำเอาวัสดุธรรมชาติมาสร้างสรรค์เป็นของที่ระลึกรูปแบบใหม่ขึ้น

ข) ของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ เป็นการนำเอาวัสดุสังเคราะห์มาใช้ในการผลิตของที่ระลึก ซึ่งคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุแต่ละชนิดนั้นมีความแตกต่างกัน เช่น แก้วมีความใสเป็นประกาย พลาสติกมีสีสันสวยงาม เป็นต้น จากคุณสมบัติของวัสดุที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดของที่ระลึกรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น เครื่องแก้ว เครื่องทองเหลือง ผลิตภัณฑ์โลหะและผลิตภัณฑ์พลาสติก เป็นต้น

ค) ของที่ระลึกที่ผลิตจากเศษวัสดุ เป็นการนำวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุสังเคราะห์ที่เหลือใช้แล้ว มาประดิษฐ์เป็นสิ่งของต่างๆ ซึ่งส่วนมากมักจะใช้เป็นของที่ระลึกเพื่อประโยชน์ในด้านประดับตกแต่ง

(๓) การจัดประเภทตามประโยชน์ใช้สอย

ก) ของที่ระลึกประเภทของบริโภค ส่วนใหญ่เป็นของที่ระลึกประเภทอาหาร ซึ่งแต่เดิมนั้น คงเป็นเพียงการแบ่งปันอาหารกันในลักษณะที่คงเป็นธรรมชาติ เช่น ผลไม้ เนื้อสัตว์ เป็นต้น ปัจจุบันมีการปรุงแต่งอาหารทั้งในด้านรูปแบบและรสชาติ รวมถึงการจัดใส่ภาชนะและหีบห่อที่สวยงาม เพื่อสร้างจุดเด่นและความน่าสนใจให้แก่ผู้บริโภค ฉะนั้นอาหารไม่เพียงใช้บริโภคโดยตรงเท่านั้น หากยังใช้แลกเปลี่ยนซื้อขายหรือมอบให้แก่กันในโอกาสต่างๆ อีกด้วย เช่น ขนมลูกชุบ ขนมเทียนเสวย ชิงดอกระเทียมดอง เป็นต้น แต่เนื่องจากอาหารเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน จึงมักไม่ค่อยได้รับความนิยมหรือยอมรับว่าเป็นของที่ระลึกเหมือนกับวัตถุอย่างอื่น

ข) ของที่ระลึกประเภทของอุปโภค ได้แก่ ของที่ระลึกประเภทเครื่องใช้ต่างๆ เป็นสิ่งที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทางด้านร่างกายเป็นส่วนใหญ่ ของที่ระลึกประเภทนี้ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมต่างๆ โคมไฟ เซิงเทียน ตะเกียง เป็นต้น

ค) ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง เป็นของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทางด้านจิตใจ ได้แก่ เครื่องประดับร่างกายและอาคารสถานที่ต่างๆ เป็นต้น

(๔) การจัดประเภทของที่ระลึกตามวัตถุประสงค์การผลิต

ก) ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเฉพาะบุคคล ได้แก่ของที่ระลึกที่จัดทำขึ้น เพื่อเป็นเกียรติแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือเพื่อจำหน่ายให้แก่บุคคลอื่น เพื่อเตือนใจให้ระลึกถึงบุคคลนั้น รูปแบบของที่ระลึกประเภทนี้ได้แก่ รูป โล่ เหรียญ ถ้วย ชง ฯลฯ

ข) ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเฉพาะงาน เป็นการผลิตขึ้นเพื่อแจก แลก ซื้อขายเฉพาะงานใดงานหนึ่ง เมื่อเสร็จสิ้นงานแล้วก็เลิกผลิต เช่น งานแสดงสินค้า งานแต่งงาน งานศพ งานศิษย์เก่า ฯลฯ เป็นต้น

ค) ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเฉพาะเหตุการณ์ หมายถึง ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเพื่อระลึกถึงเหตุการณ์ต่างๆ อาจเป็นเหตุการณ์ที่ดี ร้ายแรง หรือเป็นเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ที่น่าจดจำ ของที่ระลึกประเภทนี้อาจผลิตในรูปแบบของวัตถุ รูปจำลอง สัญลักษณ์แทน เช่น เหตุการณ์คลื่นสึนามิ การแข่งขันฟุตบอลโลก วันแม่ ฯลฯ เป็นต้น

ง) ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเฉพาะที่ หมายถึงของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเพื่อระลึกถึงสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง อาจแสดงให้เห็นรูปแบบเฉพาะของท้องถิ่น โดยใช้วัสดุและเทคนิควิธีการที่สืบทอดกันมา หรือนำเอารูปแบบของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รูปแบบของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่มีเฉพาะในท้องถิ่นนั้น เช่น รูปตุ๊กตาดินเผา รูปชนเผ่าดารารัอง ซึ่งเป็นชนเผ่าที่อาศัยอยู่บนดอยอ่างขาง จังหวัดเชียงใหม่ พวงกุญแจทำด้วยดอกไม้เมืองหนาวที่จำหน่ายบนโครงการหลวงต่างๆ ในภาคเหนือ ฯลฯ เป็นต้น

ปัจจัยสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึก

(๑) รูปทรง (Form) เป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการออกแบบ ซึ่งการออกแบบจะเริ่มต้นด้วยการออกแบบรูปทรง แล้วจึงตามมาด้วยส่วนประกอบอื่น ๆ เป็นส่วนที่เป็นรูปธรรมของงานศิลปะ รูปทรงเป็นสิ่งสำคัญที่สื่อความหมายจากศิลปินไปสู่ผู้ดู และด้วยรูปทรงเพียงส่วนเดียวก็สามารถสื่อความหมายได้อย่างสมบูรณ์ โดยไม่ต้องอาศัยเรื่องหรือเนื้อเรื่องใด ๆ รูปทรงจึงมีความสำคัญที่สุด แหล่งสำคัญของการออกแบบรูปทรง คือธรรมชาติ มนุษย์ได้นำเอาธรรมชาติมาใช้เป็นแรงบันดาลใจ และเป็นต้นแบบในการทำงาน วิธีการออกแบบรูปทรง องค์ประกอบในการออกแบบรูปทรง ได้แก่ เส้น สี พื้นผิว เป็นต้น มาจัดรวมกันเข้าเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดรูปทรง โดยใช้หลักการออกแบบ และระดับความสัมพันธ์การสร้างองค์ประกอบ ซึ่งจำแนกได้ ๓ ระดับ ดังนี้

ระดับที่ ๑ ระดับความเหมือน (Identical) โดยใช้หลักการออกแบบชนิดการทำซ้ำ (Repetition) หรือความสมดุล (Balance)

ระดับที่ ๒ ระดับความคล้ายคลึง (Similar) โดยใช้หลักการออกแบบความกลมกลืน (Harmony) หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปทีละขั้น (Gradation)

ระดับที่ ๓ ระดับความแตกต่างอย่างสิ้นเชิง (Total different) โดยการสร้างหลักความขัดแย้ง (Contrast – Discord) นักออกแบบจะเป็นผู้พิจารณาเลือกใช้ความสัมพันธ์ในแต่ละระดับให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน รูปทรง จำแนกได้ ๓ ประเภท ดังนี้

ก) รูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้นตามกฎเกณฑ์ทางคณิตศาสตร์ มีลักษณะตายตัว ง่ายต่อการจดจำ ได้แก่รูปทรงกลม ทรงเหลี่ยม เป็นต้น ซึ่งจะปรากฏให้เห็นสิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น อาคาร เครื่องเรือน เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ

ข) รูปทรงธรรมชาติ (Natural form) เป็นรูปทรงเลียนแบบสิ่งที่เกิดจากธรรมชาติ อันได้แก่สิ่งที่มีชีวิตและสิ่งไม่มีชีวิต รูปทรงเหล่านี้จะให้ความรู้สึกของความเป็นจริง เช่น การนำเอาเส้นโค้งอ่อนช้อยเกี่ยวพันกันของเถาไม้ แมลง นก มาออกแบบลวดลายประดับ หรือตกแต่ง เป็นต้น

ค) รูปทรงอิสระ (Free form) เป็นรูปทรงที่เกิดขึ้นอย่างอิสระ ไม่มีโครงสร้างแน่นอน อาจเกิดจากการนำรูปทรงธรรมชาติมากระทำบิดเบือน หรือเปลี่ยนแปลงในลักษณะเลื่อนไหล ให้ความเคลื่อนไหว รูปทรงนี้มีลักษณะกลมกลืนกับรูปทรงธรรมชาติ แต่มีลักษณะขัดแย้งกับรูปทรงเรขาคณิต

(๒) สี (Color) เป็นองค์ประกอบสำคัญของงานออกแบบ เพราะสีช่วยให้สิ่งต่าง ๆ มีความสวยงามมากขึ้น ทั้งยังช่วยเร้าความรู้สึกให้ผู้พบเห็นเกิดการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี สีมีผลต่อมนุษย์ดังนี้

ก) สร้างความรู้สึก ให้ความรู้สึกต่อผู้พบเห็นแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และภูมิหลังของแต่ละคน นอกจากนี้ยังสร้างความรู้สึกต่อการสัมผัสและการสร้างบรรยากาศที่ดีอีกด้วย

ข) สร้างความสนใจ สีมีอิทธิพลต่องานศิลปะทุกแขนง โดยเฉพาะงานออกแบบ สีจะช่วยสร้างความสนใจ และทำให้เกิดความประทับใจเป็นอันดับแรกที่ย่อมเห็น

ค) สีบอกสัญลักษณ์ เช่น สีแดงแทนไฟ หรืออันตราย สีเขียวแทนธรรมชาติหรือความปลอดภัย เป็นต้น

ง) สีช่วยในการรับรู้และจดจำ ให้ผู้พบเห็นเกิดการจดจำในรูปแบบผลงาน การเลือกใช้สีต้องเลือกใช้สีที่สะดุดตาและมีเอกภาพ

(๓) วัสดุ (Material) นักออกแบบที่ดี จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต เพื่อให้การสร้างสรรคงานออกแบบมีความเป็นไปได้ในการผลิต โดยเฉพาะถ้าเป็นงานออกแบบที่มุ่งหวังการจำหน่ายในตลาด ทั้งนี้เพราะวัสดุเป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญ เพื่อให้การใช้วัสดุที่เหมาะสม จึงควรทำความเข้าใจด้านวัสดุอย่างลึกซึ้ง

ของที่ระลึกในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ของที่ระลึก นับเป็นรูปแบบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เป็นรูปธรรม และสามารถจับต้องได้ ซึ่งบุญยศฤกษ์ อเนกสุข (๒๕๕๗ : ๑๖๓-๑๖๗) อธิบายว่า ของที่ระลึกอยู่ในฐานะกระบวนการหนึ่งของความพยายามทำให้ศิลปะและหัตถกรรมเป็นเชิงพาณิชย์ แม้ว่าจะทำให้เกิดการลดทอนคุณค่าและความหมายที่แท้จริงของความเป็นท้องถิ่นลง แต่ทั้งนี้ของที่ระลึกก็ยังเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นสินค้าที่เป็นเครื่องหมาย

หรือสัญลักษณ์ภายหลังการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวในการแสวงหาเพื่อนำกลับไปเป็นที่ระลึกว่าเคยเดินทางมาถึงหรือนำกลับไปฝาก อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนท้องถิ่นในฐานะผู้ผลิตของที่ระลึก โดยนัยนี้ของที่ระลึกจึงมีสถานะที่หลากหลาย ทั้งการเป็นสัญลักษณ์ในงานศิลปะของนักท่องเที่ยว และการเป็นเสมือนข้อความ ที่ใช้อ้างประกอบการกล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไปและทำให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำร่วมเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้ร่วมเดินทาง และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ตลอดจนถึงเป็นการสะท้อนกระบวนการทางสังคมและการเมืองของพื้นที่ ในฐานะบริบทการผลิตของที่ระลึก การสร้างความดั้งเดิมหรือการเป็นของแท้ และการวางจัดจำหน่ายของผู้ขาย

ของที่ระลึกในความหมายของสิ่งของที่แทนความทรงจำหรือประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ดังกล่าว เกิดขึ้นจากความนิยมแลกเปลี่ยนเครื่องรางของคนในอดีต กระทั่งพัฒนาเป็นสินค้าเครื่องราง ที่คนในชุมชนพยายามซื้อหาหรือแลกเปลี่ยนเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการยกระดับสถานภาพเศรษฐกิจในชุมชน จนกระทั่งเมื่อถึงยุควิกตอเรีย ช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ ๑๗ ถึงต้นคริสต์ศตวรรษที่ ๑๘ อันเป็นช่วงของการปฏิวัติอุตสาหกรรมที่มีการส่งเสริมการผลิตสินค้าของเอกชนเพิ่มขึ้น สินค้าเครื่องรางได้เปลี่ยนรูปแบบไปสู่การเป็นส่วนหนึ่งของการค้าศิลปะที่มีความน่าสนใจ สำหรับผู้ที่ชอบสะสม ดังนั้นความพยายามหาสินค้าที่มีความน่าสนใจดังกล่าวในเวลาต่อมาจึงกลายเป็นการให้ความสำคัญกับการแสวงหาสิ่งของในดินแดนต่างๆ โดยเฉพาะโลกตะวันออก เช่น ญี่ปุ่น อินเดีย เนปาล ฯลฯ พร้อมกับการบรรจุความหมายและคุณค่าในฐานะตัวแทนสถานที่นั้นๆ ลงไปในสิ่งของที่หามาเพื่อนำมาสะสม กระทั่งถึงยุคโลกาภิวัตน์ซึ่งผู้คนนิยมหย่อนหาดูอดีต หรือเก็บความทรงจำและประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานที่ต่างๆ ผ่านการเดินทางท่องเที่ยว การสะสมของที่มีคุณค่าทางใจเพื่อระลึกถึงสถานที่ต่างๆ จึงกลายเป็นการสะสมของที่ระลึกจากแหล่งท่องเที่ยว และหมายถึงการค้าของที่ระลึกในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่แพร่หลายมากขึ้น โดยนัยนี้ของที่ระลึกในความหมายดังกล่าวจึงจำกัดเพียงการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับปัจเจกบุคคล ที่นิยมซื้อของที่ระลึกเพื่อสะสมและเข้าถึงความทรงจำที่ตนเองมีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นๆ

อย่างไรก็ตาม ของที่ระลึกยังมีความหมายเกี่ยวพันกับการเป็นของฝากในฐานะ “การเป็นหน้าที่ที่ต้องฝาก” โดยเฉพาะในทวีปเอเชีย ซึ่งการมอบของที่ระลึกแก่บุคคลอื่นมีจุดประสงค์เพื่อรักษาสถานภาพและความสัมพันธ์ทางสังคมกับเครือญาติระหว่างผู้มอบและผู้รับของฝาก เช่น การมอบด้วยความเสน่หา การมอบด้วยความเคารพนับถือ เป็นต้น ขณะเดียวกันการมอบของที่ระลึกในฐานะของฝากยังอาจเป็นไปเพื่อการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมในรูปแบบการตอบแทนบุญคุณ หรือการตอบแทนหลังจากเคยได้รับของฝากจากบุคคลนั้นมาแล้วเช่นกัน อาจกล่าวได้ว่าการมอบของที่ระลึกแก่บุคคลอื่น จึงอาจมีความหมายซ้อนทับกันระหว่างการเป็นของฝาก กับ “การเป็นหน้าที่ที่ต้องตอบแทน” อีกด้วย ทั้งนี้ ประเภทของที่ระลึกประกอบด้วย ๕ ประเภท ดังนี้

(๑) ของที่ระลึกประเภทภาพ เช่น ภาพเขียน รูปภาพ หรือไปรษณียบัตร ที่เป็นภาพวาด และภาพถ่ายเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ ๑๙ จนถึงกลางคริสต์ศตวรรษที่ ๒๐ อย่างไรก็ดี ไปรษณียบัตรจะมีความแตกต่างจากของที่ระลึกอื่นๆ ตรงที่ไม่เพียงแต่จะเป็นสิ่งที่แทนความทรงจำและประสบการณ์จากภาพเขียนหรือภาพถ่ายเท่านั้น แต่ยังสอดแทรกความรู้สึกและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวผ่านการเขียนไปรษณียบัตรอีกด้วย

(๒) ของที่ระลึกประเภทชิ้นส่วนธรรมชาติ เช่นของที่ระลึกซึ่งทำจากมากจากเศษหิน ชิ้นส่วนของใบไม้ ชิ้นส่วนของใบไม้ ฯลฯ เป็นต้น

(๓) ของที่ระลึกประเภทสัญลักษณ์แทนแหล่งท่องเที่ยว เช่น ของที่ระลึกที่เป็นแบบจำลองโบราณสถาน การจำลองหรือเครื่องสังคโลก หนังสือที่เขียนด้วยภาษาพื้นบ้าน หนังสือที่เขียนด้วยภาษาพื้นบ้าน หนังสือประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ซีดีเพลงหรือการแสดงท้องถิ่น เป็นต้น

(๔) ของที่ระลึกประเภทเครื่องหมาย ว่าได้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวแล้ว เช่น เสื้อยืดพิมพ์ลวดลาย หรือภาพสถานที่ท่องเที่ยว หรือข้อความที่กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยว ตุ๊กตาปักลายผ้าท้องถิ่น ผ้าเช็ดหน้าปักชื่อสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยว หรือที่ทับกระดาษเป็นรูปหลักกิโลเมตรของแหล่งท่องเที่ยว

(๕) ของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สินค้าหัตถกรรมต่างๆ เช่น จักสาน ผ้าไหม เป็นต้น

นอกจากของที่ระลึกแล้ว การทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวในฐานะผู้ซื้อของที่ระลึกนับว่ามีความสำคัญด้วยเช่นกัน ซึ่งสามารถจำแนกนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจซื้อของที่ระลึกได้ ๓ กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ ๑ นักท่องเที่ยวที่เจตนาซื้อของที่ระลึก (Shopping Oriented Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมซื้อของที่ระลึกในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแทนความทรงจำและประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งเพื่อตอบสนองความทรงจำส่วนตัวของนักท่องเที่ยวเอง หรือการแสดงให้ผู้อื่นเห็นและรับรู้ถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามของที่ระลึกนั้นไม่ถือเป็นสิ่งสำคัญหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่สิ่งที่ดึงดูดทางการท่องเที่ยวเป็นหลักคือ แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม หากแต่การมีของที่ระลึกวางจำหน่ายนับเป็นส่วนเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นมากขึ้น ดังนั้นของที่ระลึกที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ จึงเป็นของที่ระลึกซึ่งต้องมีเอกลักษณ์ สามารถแทนความทรงจำของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ ที่สำคัญหากผลิตจากคนชุมชนที่อยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังจัดเป็นการกระจายรายได้ทางตรงแก่ชุมชนหรือท้องถิ่นอีกทางหนึ่ง

กลุ่มที่ ๒ นักท่องเที่ยวที่นิยมของแท้หรือดั้งเดิม (Authenticity Seeking Tourists) เป็นกลุ่มที่นิยมซื้อของที่ระลึก ที่แสดงถึงความเป็นของแท้หรือของดั้งเดิมในท้องถิ่น ทั้งนี้ความเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมอาจปรากฏในของที่ระลึกประเภทนี้ เช่น รูปแบบดั้งเดิม วัตถุดิบดั้งเดิม การใช้สีหรือลวดลายแบบดั้งเดิม การใช้เทคนิคการผลิตแบบดั้งเดิม รวมถึงการสอดแทรกเรื่องเล่า ตำนาน และการสร้างความหมายพิเศษว่าของที่ระลึกที่ซื้อไป สามารถสะท้อนความเชื่อตลอดจนเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวหรือในท้องถิ่นอย่างไร โดยนัยนี้ของที่ระลึกดังกล่าวต้องสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างคน (People) ทั้งคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว สถานที่ (Place) ซึ่งหมายถึงแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม และช่วงเวลา (Period in Time) ซึ่งหมายถึงความเป็นมาหรือประวัติศาสตร์ที่เป็นต้นกำเนิดของชุมชน หรือท้องถิ่น นั่นเอง

กลุ่มที่ ๓ นักท่องเที่ยวที่เดินทางตามความต้องการพิเศษ (Special Trip Tourists) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีความแตกต่างจากสองกลุ่มแรกตรงที่ นักท่องเที่ยวนิยมให้ความสำคัญหรือต้องการเข้าใจ หรือต้องการสัมผัสวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวเป็นพิเศษ ดังนั้นของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จึงมาจากการมีส่วนร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวในการทดลอง จัดทำ หรือประดิษฐ์ ของที่ระลึก ด้วย

ตนเอง และเมื่อทำสำเร็จแล้วก็จะซื้อหรือนำกลับไปเป็นของที่ระลึก เช่น การทดลองปั้นเครื่องปั้นดินเผาด้วยตนเอง การทดลองทำผ้ามัดย้อม การทดลองเขียนลวดลายบนร่ม เป็นต้น

นอกจากการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวแล้ว ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกซื้อของที่ระลึก มีหลายปัจจัย เช่น การพกพาสะดวก ราคาไม่แพงเกินไป มีความเข้าใจความหมายของของที่ระลึก และสามารถใช้งานได้จริง เมื่อกลับไปภูมิลำเนาของตนเอง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วของที่ระลึก ต้องมีลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้ ได้แก่

(๑) มีมูลค่าในตัวเอง ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับประเพณีของที่ระลึกและคุณภาพของที่ระลึก

(๒) เป็นสิ่งของที่มีความโดดเด่นด้านสี หีบห่อ และขนาด ที่สามารถดึงดูดสายตาของนักท่องเที่ยวให้เลือกซื้อ นอกจากนี้ของที่ระลึกยังต้องมีคุณภาพดี มีความคงทน มีความน่าสนใจและมาจากความคิดสร้างสรรค์อีกด้วย

(๓) มีเอกลักษณ์ที่สามารถแทนความทรงจำของนักท่องเที่ยวที่มีในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและผู้คนในท้องถิ่นได้

ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน

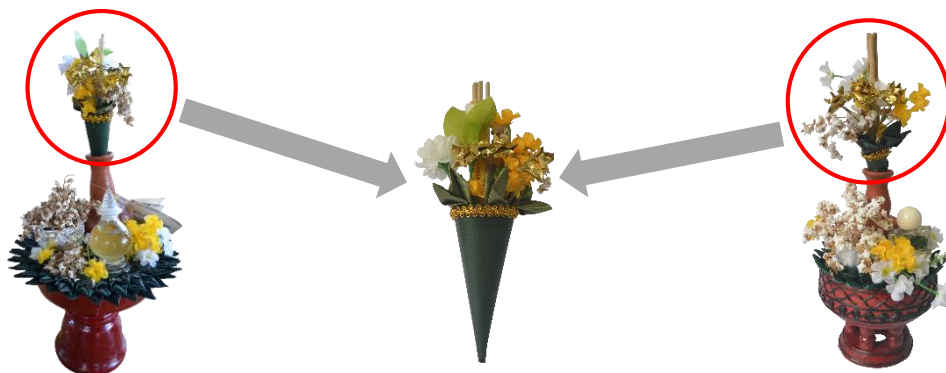
ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ทำขึ้น โดยมีจุดประสงค์หลัก ๒ ประการคือ เพื่อจำหน่ายแล้วสร้างรายได้ให้กับตนเอง และเพื่อเป็นงานอดิเรก นอกเหนือจากการทำอาชีพเกษตรกรรม ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากานมีรายละเอียดดังต่อไปนี้คือ

๑) **กล่องใส่ข้าวเหนียว** เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการรับประทานอาหารเป็นภาชนะจักสานที่ทำจากไผตอล ไผตอลเป็นวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น กล่องใส่ข้าวเหนียว มี 2 รูปแบบหลักคือ **รูปแบบที่ ๑** เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมลูกบาศก์ มีฝาปิดด้านบน มีหูแขวนเชือก ๒ ด้าน สำหรับร้อยเชือกเพื่อป้องกันฝาหลุด และเพื่อการพกพา มีทั้งหมด ๓ ขนาด โดยที่ขนาดเล็กที่สุดมีขนาดโดยประมาณคือ กว้าง ๑๐ เซนติเมตร ยาว ๑๐ เซนติเมตร สูง ๑๓ เซนติเมตร **รูปแบบที่ ๒** เป็นรูปทรงวงกลม ปากแคบ มีฝาปิดที่มีรูปทรงคล้ายเหลี่ยมเพชร มี ๓ ขนาดเช่นกัน โดยที่ขนาดเล็กที่สุดของรูปแบบนี้คือ เส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ ๑๒ เซนติเมตร กล่องใส่ข้าวเหนียวทั้ง ๒ รูปแบบนี้ มีประโยชน์ใช้สอยหลักของกล่องใส่ข้าวเหนียว คือใช้บรรจุข้าวเหนียวเพื่อรับประทาน ความร้อนของข้าวเหนียวส่งผลต่อการระเหยของกลิ่นไผตอล ทำให้ข้าวเหนียวมีกลิ่นหอม นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมการบริโภคข้าวเหนียวซึ่งเป็นอาหารหลักของผู้คน นอกจากนี้ยังใช้เป็นของที่ระลึกของชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน เพื่อจำหน่ายอีกด้วย โดยนำกล่องข้าวเหนียวบรรจุในถุงพลาสติกแก้ว อีกครั้ง ดังภาพที่ ๑๑



ภาพที่ ๑๑ กล่องใส่ข้าวเหนียวของไทลื้อบ้านท่ากาน ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไผตอล
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทธิ์ (ผู้วิจัย) วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

๒) **ชุดพานดอกไม้สักการะ** ผลิตรัตนศาสตร์ชนิดนี้ชาวไทลื้อบ้านท่ากานเรียกเป็นภาษาท้องถิ่นที่คล้ายกับภาษาของคนเมืองว่า “ขันดอก” คำว่า “ขัน” มีความหมายว่า “พาน” ในทางภาคกลาง พานดอกไม้มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ ๑๐ นิ้ว สูงประมาณ ๘ นิ้ว นิยมในพิธีกรรมต่างๆทางพุทธศาสนาของชาวไทลื้อ ภายในขันดอก ใช้วัสดุทดแทนธรรมชาติประกอบด้วยการจีบผ้าสีเขียวโดยรอบปากพาน คล้ายการจีบใบตองในพานบายศรี กรวยดอกไม้ ขวดน้ำอบ ดอกไม้ทอง ข้าวตอก คนโทดินเผา พานดอกไม้นิยมใช้เป็นของบูชาในพระพุทธศาสนา ดังภาพที่ ๑๒



ภาพที่ ๑๒ ชุดพานดอกไม้สักการะ ซึ่งเป็นผลิตรัตนศาสตร์สำหรับใช้บูชาในพิธีกรรมต่างๆ
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทโร (ผู้วิจัย) วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

๓) **โคมไฟ** เป็นโคมไฟ ๘ เหลี่ยม โครงสร้างของโคมทำด้วยไม้ไผ่ซึ่งเป็นวัตถุดิบในท้องถิ่น โคมไฟกระดาษตามความเชื่อของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เป็นสิ่งแสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง ความสว่างไสว และนิยมใช้จุดให้แสงสว่างเป็นพุทธบูชาในงานประเพณีลอยกระทง หรืองานสำคัญต่างๆ ในชุมชน โคมไฟกระดาษของชาวไทลื้อบ้านท่ากานนิยมทำ ๒ ขนาดคือ ก) ขนาดเล็ก มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ ๖ เซนติเมตร หุ้มผิวด้านนอกด้วยผ้าสีขาว ตกแต่งผิวด้านนอกด้วยลวดลายกระดาษสีทอง นิยมใช้บรรจุในถุงพลาสติกแก้ว เพื่อใช้เป็นของที่ระลึกจำหน่ายในชุมชน และ ข) ขนาดใหญ่ มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ ๑๖ เซนติเมตร หุ้มผิวด้านนอกด้วยกระดาษสาสีครีม ตกแต่งผิวด้านนอกด้วยลวดลายกระดาษสีทองเช่นกัน นิยมใช้จำหน่ายเป็นของใช้ ดังภาพที่ ๑๓



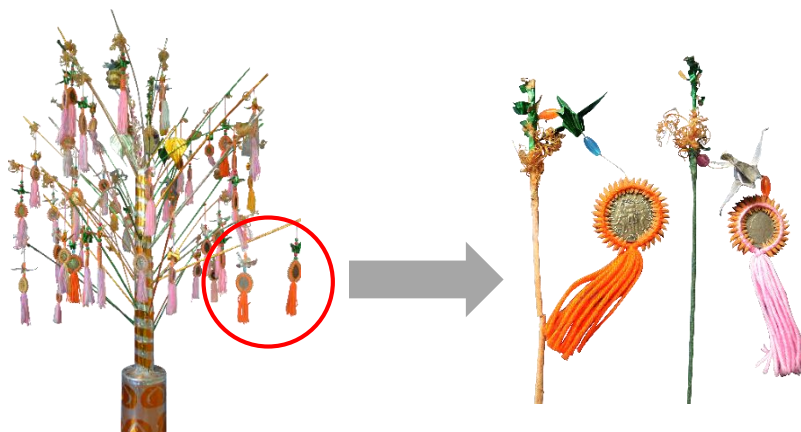
ภาพที่ ๑๓ โคมไฟ ๘ เหลี่ยม ซึ่งเป็นผลิตรัตนศาสตร์ใช้จุดให้แสงสว่างเป็นพุทธบูชาในประเพณีต่างๆ
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทโร (ผู้วิจัย) วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

๔) **ต้นโพธิ์ทอง ต้นโพธิ์เงิน** ลักษณะเป็นพุ่มคล้ายต้นไม้ทั่วไป ทำจากวัสดุประเภทหญ้าคา กระดาษสีทอง สีเงิน เชือก และไม้ไผ่ ต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงินเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ควบคู่กัน ผลิตภัณฑ์นี้นิยมใช้ตั้งบนโต๊ะหมู่บูชา หรือภายในอุโบสถและวิหาร เพื่อแสดงถึงการเคารพบูชาพระพุทธเจ้า ขนาดของผลิตภัณฑ์คือ สูงประมาณ ๔๐ เซนติเมตร ตั้งอยู่ในกระถางดินเผา ขนาดความสูงประมาณ ๑๕ เซนติเมตร ขนาดของพุ่มมี ๔ ถึง ๕ ชั้น แต่ละชั้นมีจำนวนใบ ๖ ถึง ๗ ใบ ลักษณะใบคล้ายกับใบโพธิ์ ชั้นบนสุดทำเป็นดอกตูม ๕ ดอก แต่ละใบพลิ้วไหวไปมาเมื่อถูกลมพัด เกิดความสวยงาม และให้ความรู้สึกมีชีวิต ดังภาพที่ ๑๔



ภาพที่ ๑๔ ต้นโพธิ์ทอง ต้นโพธิ์เงิน ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บูชาเพื่อแสดงถึงการเคารพบูชาพระพุทธเจ้า
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทโร (ผู้วิจัย) วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

๕) **ต้นคร้วทาน** คำว่า “คร้ว” มาจากคำว่า “คร้ว” มีความหมายว่าสิ่งของ เครื่องอุปโภค บริโภค จตุปัจจัยไทยทาน ที่ผู้คนช่วยกันคิดและทำขึ้นเป็นรูปแบบต่าง ๆ นำไปถวายวัดในหมู่บ้านของตนเอง ส่วนคำว่า “ทาน” นั้น มาจากคำว่า “ทาน” หรือการถวายทานให้กับวัด ดังนั้นต้นคร้วทานในความหมายนี้ จึงหมายถึงต้นไม้ที่มีสิ่งของ เครื่องอุปโภค บริโภค รวมถึงจตุปัจจัยไทยทาน เพื่อนำไปถวายวัดในเทศกาล หรืองานสำคัญต่างๆ ผลิตภัณฑ์นี้ มีลักษณะเป็นทรงพุ่ม ความสูงประมาณ ๖๐ ถึง ๘๐ เซนติเมตร ลำต้น ทำจากใบหญ้าคา ตกแต่งผิวด้วยกระดาษสี ฐานลำต้นทำจากภาชนะทรงกระบอก ตกแต่งผิวด้วยกระดาษสีเช่นกัน บริเวณลำต้นมีกิ่งก้านหลายกิ่ง แต่ละกิ่งทำด้วยไม้ไผ่เส้นขนาดเล็ก ส่วนปลายของไม้ไผ่มีเหรียญโลหะชนิดต่างๆ ประดับ เหรียญแต่ละเหรียญมีการตกแต่งด้วยฟู่ไหมพรมหลากสีและเมล็ดข้าว ดังภาพที่ ๑๕



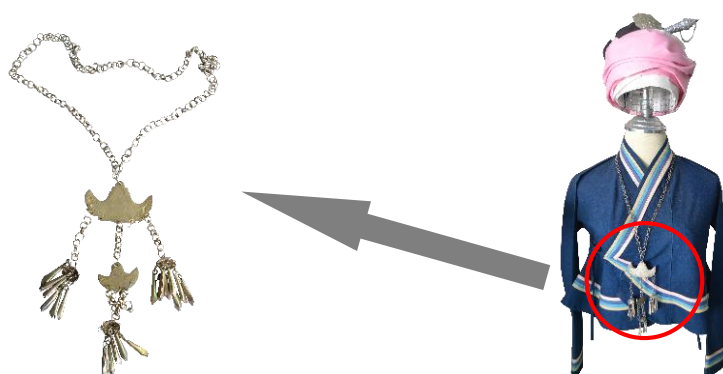
ภาพที่ ๑๕ ต้นคร้วทาน ผลิตรถยนต์ที่เป็นทรงพุ่มคล้ายกับต้นไม้ ใช้สำหรับถวายวัดในเทศกาลหรือพิธีกรรมต่างๆ
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ (ผู้วิจัย) วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

๖) ภาชนะกระดาษ เป็นผลิตรถยนต์ที่มีวิธีการทำคล้ายกับงานจักสาน คือการนำกระดาษที่เหลือใช้ในชีวิตประจำวัน เช่นกระดาษหนังสือพิมพ์ กระดาษสมุดโทรศัพท์ ฯลฯ มาม้วนเป็นเส้นตรงขนาดเล็ก เส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ ๓.๕ ถึง ๕ มิลลิเมตร แล้วนำมาสานขึ้นรูปบนโครงสร้างที่เป็นเส้นลวด เพื่อให้เกิดความแข็งแรงมากขึ้น การสานจะนิยมสานเป็นรูปทรงภาชนะต่างๆ ตามต้องการ หลังจากนั้นจะทาสีด้วยแล็คเกอร์อีกครั้ง เพื่อให้โครงสร้างของภาชนะมีความแข็งแรงมากขึ้นและป้องกันน้ำ ภาชนะนี้นิยมใช้บรรจุสิ่งของ เครื่องใช้ต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ดังภาพที่ ๑๖



ภาพที่ ๑๖ ภาชนะกระดาษรูปแบบต่างๆ ผลิตรถยนต์จากเศษกระดาษเหลือใช้จากชีวิตประจำวัน
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ (ผู้วิจัย) วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

๗) สร้อยคอเงิน เป็นผลิตรถยนต์ที่ใช้สวมควบคู่กับชุดแต่งกายของชาวไทลื้อ ในพิธีกรรมหรืองานสำคัญต่างๆ ในชุมชน ทำด้วยโลหะเงิน เป็นรูปแบบพวงระย้าความยาวของเส้นสร้อยประมาณ ๔๕ เซนติเมตร เมื่อสวมแล้วปลายสร้อยจะอยู่ระดับเอวของผู้สวมใส่ ประกอบด้วย ๓ ส่วนหลักคือ ส่วนที่ ๑ คือเส้นสร้อยที่เป็นลักษณะห่วงกลม ส่วนที่ ๒ คือตัวเรือนที่มีรูปทรงคล้ายระฆัง และส่วนที่ ๓ คือชุดพวงระย้าซึ่งแบ่งเป็น ๓ เส้นเล็ก ส่วนที่เป็นพวงระย้านี้ เมื่อเคลื่อนไหวร่างกายจะเกิดเสียงดัง ดังภาพที่ ๑๗



ภาพที่ ๑๗ สร้อยคอเงินของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ซึ่งใช้สวมตกแต่งร่างกายควบคู่กับชุดไทลื้อ
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทธิ (ผู้วิจัย) วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

๘) **ปิ่นปักผม** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ตกแต่งศีรษะชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ควบคู่กับชุดแต่งกาย ในพิธีกรรมหรืองานสำคัญต่างๆ ในชุมชน ปิ่นปักผมแบ่งเป็น ๔ รูปแบบ (ดังภาพที่ ๑๘) ดังนี้คือ

๘.๑ ปิ่นรูปดอกไม้ เป็นเครื่องประดับที่ทำด้วยโลหะทองเหลืองและโลหะเงิน ส่วนที่เป็นเข็มเสียบมีความยาวประมาณ ๑๓ เซนติเมตร ส่วนที่เป็นช่อดอกมีจำนวนประมาณ ๗ ถึง ๘ ดอก ก้านดอกเป็นลักษณะของสปริง มีความยืดหยุ่นและเคลื่อนไหวได้ ทำให้เกิดความรู้สึกอ่อนช้อยและมีชีวิต

๘.๒ ปิ่นรูปร่ม เป็นเครื่องประดับที่ทำด้วยโลหะทองเหลืองและโลหะเงิน ส่วนที่เป็นเข็มเสียบมีขนาดความยาวประมาณ ๑๒ เซนติเมตร ส่วนที่เป็นรูปร่มมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางตั้งแต่ ๔ ถึง ๗ เซนติเมตร และมีลวดลายที่เกิดจากการสลักคุณเป็นภาพนูนต่ำตกแต่งให้สวยงาม

๘.๓ ปิ่นรูปกรวย เป็นเครื่องประดับที่ทำด้วยโลหะเงิน มีรูปทรงคล้ายกรวย มีขนาดเรียวยเล็ก ความยาวประมาณ ๑๐ เซนติเมตร เส้นผ่านศูนย์กลางของกรวยประมาณ ๒ เซนติเมตร เป็นกรวยที่มีฝาปิด ซึ่งในอดีตชาวไทลื้อนอกจากใช้ประดับตกแต่งศีรษะแล้ว ภายในกรวยยังนิยมบรรจุยารักษาโรคเมื่อต้องเดินทางไปเป็นระยะทางไกล นับเป็นประโยชน์ใช้สอยที่เพิ่มขึ้นอีก ๑ ส่วน (สัมภาษณ์นางไพฑูรย์ ปัญญา เมื่อ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๙) ส่วนฝากรวยและปากกรวยมีลวดลายสลักคุณแบบนูนต่ำตกแต่งสวยงาม

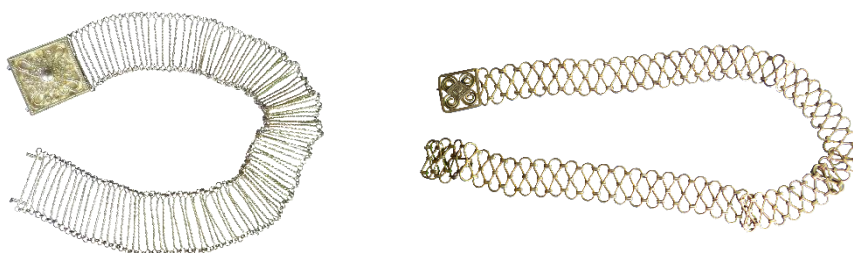
๘.๔ ปิ่นรูปใบไม้ มีรูปทรงคล้ายใบโพธิ์ หรือใบไม้ที่พบเห็นทั่วไปในชีวิตประจำวัน เป็นเครื่องประดับที่ทำด้วยโลหะทองเหลือง มีความบางประมาณ ๑.๕ มิลลิเมตร ด้านหนึ่งมีเข็มเสียบคู่ ความยาวของปิ่นรูปใบไม้ประมาณ ๑๒ เซนติเมตร ส่วนที่เป็นใบไม้สลักคุณเป็นลวดลายนูนต่ำรูปต่าง ๆ





ภาพที่ ๑๘ ภาพปืนรูปดอกไม้ ปืนรูปร่ม ปืนรูปกรวย และปืนรูปใบไม้ ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทธิ์ (ผู้วิจัย) วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

๙) **เข็มขัดเงิน** เป็นผลิตภัณฑ์อีกชนิดหนึ่งที่ใช้สวมควบคู่กับชุดแต่งกายของชาวไทลื้อ ในพิธีกรรมหรืองานสำคัญต่างๆ ในชุมชนเช่นเดียวกับสร้อยคอเงิน ชาวไทลื้อเรียกว่า “ปอกเอว” คำว่า “ปอก” มาจากภาษาไทยกลางว่า “ปลอก” ซึ่งหมายถึงสิ่งของที่มีลักษณะเป็นเส้นยาวแล้วนำมาตัดโค้งเป็นวงกลม เพื่อสวมหรือคาดเข้ากับอีกสิ่งหนึ่ง ลักษณะของผลิตภัณฑ์นี้คล้ายกับเข็มขัดที่ผู้คนทั่วไปใช้คาดเอว ทำจากโลหะเงิน ความยาวของเส้นเข็มขัดประมาณ ๕๐ ถึง ๖๐ เซนติเมตร หน้ากว้างประมาณ ๖ ถึง ๘ เซนติเมตร ประกอบด้วย ๒ ส่วนหลักคือ ส่วนหัวเข็มขัด นิยมทำเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีลวดลายเป็นเส้นโลหะเงินตัดโค้ง และส่วนสายเข็มขัด นิยมทำเป็นเส้นเกลียวบิดคล้ายเชือกเป็นรูปร่างต่างๆ ดังภาพที่ ๑๙



ภาพที่ ๑๙ เข็มขัดเงินของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ซึ่งใช้สวมตกแต่งร่างกายควบคู่กับชุดไทลื้อ
ที่มา : บันทึกภาพโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทธิ์ (ผู้วิจัย) วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

สรุป ของที่ระลึกหมายถึงสิ่งของรูปแบบต่างๆ ที่ทำให้เกิดการระลึกถึงเวลา เรื่องราว สถานที่ และบุคคล ซึ่งส่งผลทางด้านจิตใจ ของที่ระลึกนิยมใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้หลายประเภท ตามลักษณะของวัสดุ รูปแบบ การผลิต และประโยชน์ใช้สอย และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมชาวไทลื้อในงานวิจัยนี้ นับเป็นของที่ระลึกประเภทหนึ่ง ที่ต้องมีรูปแบบมาจากพื้นฐานวัฒนธรรมชุมชนไทลื้อ อีกทั้งต้องมีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

๖) การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึงกระบวนการคิดค้น ประดิษฐ์ แก้ปัญหา สิ่งของเครื่องใช้ ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่มนุษย์ทั้งในวิถีชีวิตประจำวันและวิถีชีวิตโดยทั่วไป ซึ่งต้องคำนึงถึงความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยเป็นพื้นฐานสำคัญ การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เกิด

สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อการดำรงชีวิตอยู่ของมนุษย์ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์มีส่วนช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ให้ดีขึ้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ครอบคลุม ๒ ประการหลักคือ

(๑) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมหรือการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นทั้งด้านกายภาพและทางจิตใจ เป็นลักษณะการดัดแปลง ปรับปรุง เพิ่มเติม ประยุกต์ ลดทอน ฯลฯ ในส่วนที่เป็นรูปทรง สี สัน ลวดลาย ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์เดิม ให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น

(๒) การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการ หรือพฤติกรรมของมนุษย์ในทุกๆ ด้าน เป็นลักษณะการคิดค้น ประดิษฐ์ สิ่งของเครื่องใช้ใหม่ขึ้น ทั้งรูปทรง สี สัน ลวดลาย และประโยชน์ใช้สอย

ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่

การออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่นั้นเป็นสิ่งที่สร้างความสนใจให้กับผู้บริโภค ดังเช่นแนวคิดของ วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร (๒๕๕๘ : ๖๘) ที่กล่าวไว้ที่น่าสนใจว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

(๑) คุณประโยชน์หรือคุณภาพที่ดีกว่าหรือมากกว่าผลิตภัณฑ์เดิม ราคาที่ถูกกว่า มีความแปลกใหม่หรือมีความคุณค่ามากกว่าเดิม ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติส่วนใหญ่ของผู้บริโภคที่มักชอบสิ่งของที่เป็นของใหม่อยู่เสมอ

(๒) สอดคล้องกับฐานะทางสังคม ค่านิยม ในปัจจุบัน

(๓) ความไม่ซับซ้อนในการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่

(๔) การได้มีโอกาสทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

(๕) การรับรู้ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ทำให้รู้สึกคุ้นเคยและยอมรับ

เป้าหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ใดๆ ก็ตาม ต้องพิจารณาถึงเป้าหมายในการออกแบบ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้คือ

(๑) **ความจำเป็นที่ต้องออกแบบ** การออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นควรเกิดขึ้นจากความจำเป็นที่แท้จริง มิใช่เกิดขึ้นเพื่อสนองเพียงความต้องการเท่านั้น ถึงแม้ว่าการออกแบบสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้บริโภคก็ตาม แต่สภาพทางเศรษฐกิจโดยรวมของผู้บริโภคยังคงส่งผลโดยตรงให้ต้องเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ตามความจำเป็น

(๒) **สอดคล้องกับกระแสหรือแนวโน้ม** การออกแบบควรมีจุดมุ่งหมายที่แท้จริงว่า ต้องการออกแบบผลิตภัณฑ์ไปในลักษณะใด โดยพิจารณาจากกระแส หรือแนวโน้มต่างๆ เช่น การออกแบบที่เน้นความเป็นธรรมชาติเพื่อให้สอดคล้องกับกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

(๓) **การสื่อความหมาย** การออกแบบผลิตภัณฑ์นอกจากมีประโยชน์ใช้สอยหลักแล้ว ควรสะท้อนคุณค่าบางประการได้อย่างเด่นชัด เช่น แก้วพลาสติกที่สามารถใช้นั่งแล้ว เมื่อนำมาซ้อนทับกันหลายตัว ซึ่งแสดงให้เห็นความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นต้น

(๔) **ความสุนทรีย์** เป็นสิ่งที่แสดงหรือสะท้อนให้เห็นรูปทรง สี และลวดลาย ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์บางประเภทนอกจากมีการออกแบบโดยให้มีความสวยงามในเรื่องหนึ่ง แต่

อาจสะท้อนความสวยงามอีกด้านหนึ่งได้ เช่น การออกแบบเก้าอี้ที่ใช้โลหะซึ่งเน้นความแข็งแรง แต่ในขณะเดียวกันก็สะท้อนความสวยงามหรือประณีตของพื้นผิว หรือระบบข้อต่อต่างๆ เป็นต้น

(๕) **วิธีการ** เป็นการออกแบบที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างวัสดุ เครื่องมือ เครื่องจักร และกรรมวิธีการผลิต ควรให้มีความเหมาะสมต่อคุณค่าตามสภาพที่แท้จริงของวัสดุต่างๆ โดยไม่ทำให้คุณค่าวัสดุด้อยลงไป เช่น การออกแบบชิ้นส่วนที่เป็นพลาสติกเพื่อเลียนแบบแก้วที่มีราคาแพง เป็นต้น

(๖) **การใช้งาน** การออกแบบนั้นต้องสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้สัดส่วนของลักษณะการใช้งานนั้น เช่น ขวดบรรจุน้ำหมึกหรือสารพิษไม่ควรล้มง่าย รถยนต์ที่นอกจากเป็นยานพาหนะแล้ว ต้องสะท้อนถึงฐานะ รสนิยม หรือกิจกรรมบางประเภท เช่น การฟังเพลง การนั่งพักผ่อน เมื่อเดินทางเป็นระยะทางไกล การนำมาขนย้ายสัมภาระ เป็นต้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการขายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรม เพราะผู้ซื้อมักจะไม่ชอบความจำเจ การพัฒนาคุณภาพสินค้าหัตถกรรมแต่ละชนิด ย่อมจะมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะตัวสินค้า เช่น สินค้าที่มีประโยชน์ทางการใช้สอย นอกจากจะต้องมีรูปแบบใหม่สวยงามแล้ว จะต้องมีความคงทนด้วย ส่วนสินค้าที่เป็นของที่ระลึกก็จะต้องเน้นถึงวัสดุใช้สอยในท้องถิ่นนั้นๆ ให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสิ่งที่ขาดไม่ได้คือความประณีต พิถีพิถันในการผลิต ส่วนสินค้าประเภทที่ใช้ในด้านการตกแต่งและเครื่องประดับชนิดต่างๆ จะต้องเน้นทั้งในด้านความงดงามของศิลปะและรูปแบบ ซึ่งจะต้องเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม นอกจากการพัฒนาแบบให้มีรูปแบบใหม่แล้ว สิ่งที่ต้องทำอย่างยิ่งคือ การนำเอาเทคนิคการผลิตสมัยใหม่รวมทั้งเครื่องมือสมัยใหม่เข้ามาช่วย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีและต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงจนเกินไป

อย่างไรก็ตามการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งใหม่ หรือคิดค้นขึ้นใหม่เสมอไป แต่อาจเป็นการพัฒนา ปรับปรุง ดัดแปลง ประยุกต์ใช้หรือต่อยอดมาจากผลิตภัณฑ์เดิมให้มีรูปทรง รูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอยให้มีประสิทธิภาพดีกว่าเดิม และเกิดการยอมรับในวงกว้าง ในบริบทหรือช่วงเวลานั้น ก็นับว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง

ข้อควรคำนึงถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์หัตถกรรม จึงควรพิจารณาถึงข้อควรคำนึง ๙ ข้อดังนี้

(๑) **หน้าที่ใช้สอย** หน้าที่ใช้สอยถือเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกที่ต้องคำนึง ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบาย ผลิตภัณฑ์นั้นถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยดี (High Function) แต่ถ้าหากผลิตภัณฑ์ใดไม่สามารถสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์นั้นก็ถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยไม่ดีเท่าที่ควร (Low Function) สำหรับคำว่าประโยชน์ใช้สอยดี (High Function) นั้น ดังตัวอย่างการออกแบบมีดหั่นผัก แม้ว่ามีดหั่นผักจะมีประสิทธิภาพในการหั่นผักให้ขาดได้ตามความต้องการ แต่จะกล่าวว่า มีดนั้นมีประโยชน์ใช้สอยดี (High Function) ยังไม่ได้ จะต้องมียุคประกอบอย่างอื่นร่วมอีกเช่น ด้ามจับของมีดนั้นจะต้องมีความโค้งเว้าที่สัมพันธ์กับขนาดของมือผู้ใช้ ซึ่งจะเป็นส่วนที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบายในการหั่นผักด้วย และภายหลังจากการใช้งานแล้วยังสามารถทำความสะอาดได้ง่าย การเก็บและบำรุงรักษาจะต้องง่ายสะดวกด้วย ประโยชน์ใช้สอยของมีดจึงจะครบถ้วนและสมบูรณ์

เรื่องหน้าที่ใช้สอยนับว่าเป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อนซับซ้อนมาก ผลิตภัณฑ์บางอย่างมีประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้คนทั่วไปทราบเบื้องต้นว่า มีหน้าที่ใช้สอยแบบนี้ แต่ความละเอียดอ่อนที่นักออกแบบได้คิดออกมานั้น ได้ตอบสนองความสะดวกสบายอย่างเต็มที่ เช่น มิดในครีวมีหน้าที่หลักคือใช้ความคมช่วยในการหั่น สับ แต่เราจะเห็นได้ว่าการออกแบบมิดที่ใช้ในครีวอยู่มากมายหลายแบบหลายชนิดตามความละเอียดในการใช้ประโยชน์เป็นการเฉพาะที่แตกต่างเช่น มิดสำหรับปอกผลไม้ มิดแล่นเนื้อสัตว์ มิดสับกระดูก มิดบะช่อ มิดหั่นผัก เป็นต้น ซึ่งก็ได้มีการออกแบบลักษณะแตกต่างกันออกไปตามการใช้งาน ถ้าหากมีการใช้มีดอยู่ชนิดเดียวแล้วใช้กันทุกอย่างตั้งแต่แล่นเนื้อ สับบะช่อ สับกระดูก หั่นผัก ก็อาจจะใช้ได้ แต่จะไม่ได้ความสะดวกเท่าที่ควร หรืออาจได้รับอุบัติเหตุขณะที่ใช้ได้ เพราะไม่ใช่ประโยชน์ใช้สอยที่ได้รับการออกแบบมาให้ใช้เป็นการเฉพาะอย่าง การออกแบบเก้าอี้ก็เช่นกัน หน้าที่ใช้สอยเบื้องต้นของเก้าอี้ คือใช้สำหรับนั่ง แต่นั่งในกิจกรรมใด เช่นการนั่งในห้องรับแขก ขนาดลักษณะรูปแบบเก้าอี้ก็เป็นความสะดวกในการนั่งรับแขก การนั่งพูดคุยกัน การนั่งรับประทานอาหาร ขนาดลักษณะเก้าอี้ก็เป็นความเหมาะสมกับโต๊ะอาหาร การนั่งเขียนแบบบนโต๊ะเขียนแบบ เก้าอี้ก็จะมีขนาดลักษณะที่ใช้สำหรับการนั่งทำงานเขียนแบบ ถ้าจะเอาเก้าอี้รับแขกมาใช้นั่งเขียนแบบ ก็คงจะเกิดการเมื่อยล้า ปวดหลัง ปวดคอ แล้วนั่งทำงานได้ไม่นาน ตัวอย่างดังกล่าวต้องการที่จะพูดถึงเรื่องของหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญและละเอียดอ่อนมาก ซึ่งนักออกแบบจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลอย่างละเอียด

(๒) **ความปลอดภัย** สิ่งที่อำนวยความสะดวกได้มากเพียงใด ย่อมจะมีโทษเพียงนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสะดวกต่างๆ มักจะเกิดจากเครื่องจักรกลและเครื่องใช้ไฟฟ้า การออกแบบควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ต้องแสดงเครื่องหมายไว้ให้ชัดเจนหรือมีคำอธิบายไว้ ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ต้องคำนึงถึงวัสดุที่เป็นพิษเวลาเด็กเอาเข้าปากกัดหรืออม นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้เป็นสำคัญ มีการออกแบบบางอย่าง ต้องใช้เทคนิคที่เรียกว่าแบบธรรมดา แต่คาดไม่ถึงช่วยในการให้ความปลอดภัย เช่น การออกแบบหัวเกลียววาล์ว ถังแก๊ส หรือปุ่มเกลียว ล็อกใบพัดของพัดลม แผ่นใบตัดของเครื่องเจียรไฟฟ้า จะมีการทำเกลียวเปิดให้ย้อนตรงกันข้ามกับเกลียวต่างๆ ไป เพื่อความปลอดภัย สำหรับคนที่ไม่ทราบหรือเคยมือ ไปหมุนเล่นก็จะเกิดลักษณะพิเศษคือยิ่งหมุนก็ยิ่งขันแน่น ซึ่ง การ ออก แบบ ลักษณะ นี้ ถือ เป็นการ เพิ่ม ความ ปลอดภัย ให้ แก่ ผู้ ใช้ ได้ มาก ขึ้น

(๓) **ความแข็งแรง** ผลิตภัณฑ์จะต้องมีความแข็งแรงในตัวของผลิตภัณฑ์หรือโครงสร้าง เป็นความเหมาะสมในการที่นักออกแบบรู้จักใช้คุณสมบัติของวัสดุและจำนวน หรือปริมาณของโครงสร้าง ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการรับน้ำหนัก เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก อีกทั้งต้องไม่ทิ้งเรื่องของความสวยงามทางศิลปะ เพราะมีปัญหาว่า ถ้าใช้โครงสร้างให้มากเพื่อความแข็งแรง จะเกิดสวนทางกับความงาม นักออกแบบจะต้องเป็นผู้ดึงเอาสิ่งสองสิ่งนี้เข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ ส่วนความแข็งแรงของตัวผลิตภัณฑ์เองนั้นก็ขึ้นอยู่กับรูปร่างและการเลือกใช้วัสดุ และประกอบกับการศึกษาข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ว่า ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต้องรับน้ำหนักหรือกระทบกระแทกอะไรหรือไม่ในขณะที่ใช้งาน ก็คงต้องทดลองประกอบารออกแบบไปด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ความแข็งแรงของโครงสร้างหรือตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้วยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยควบคู่กันไปด้วย

(๔) **ความสะดวกสบายในการใช้** นักออกแบบต้องศึกษาวิชากายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับสัดส่วนขนาด และขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งจะประกอบด้วยความรู้ทางด้านขนาดสัดส่วนมนุษย์ (Anthropometry) ด้านสรีรศาสตร์ (Physiology) จะ

ทำให้ทราบ ชัดจำกัด ความสามารถของอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายมนุษย์ เพื่อใช้ประกอบการออกแบบ หรือศึกษาด้านจิตวิทยา (Psychology) ซึ่งความรู้ในด้านต่างๆ ที่กล่าวมานี้ จะทำให้นักออกแบบ ออกแบบ และกำหนดขนาด (Dimensions) ส่วนโค้ง ส่วนเว้า ส่วนตรง ส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อย่าง พอเหมาะกับร่างกายหรืออวัยวะของมนุษย์ที่ใช้ ก็จะเกิดความสะดวกสบายในการใช้การ ไม่เมื่อยมือหรือ เกิดการล้าในขณะที่ใช้งานเป็นเวลานาน ผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาวิชาดังกล่าว ก็จะเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใช้ต้องใช้อวัยวะร่างกายไปสัมผัสเป็นเวลานาน เช่น แก้ว อี๋ ด้าม เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ การ ออกแบบภายในห้องโดยสารรถยนต์ ที่มีมือจับรถจักรยาน ปุ่มสัมผัสต่างๆ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่ยกตัวอย่าง มานี้ถ้าผู้ใช้ได้เคยใช้มาแล้วเกิดความไม่สบายร่างกายขึ้น ก็แสดงว่าศึกษากายวิภาคเชิงกลไม่ดีพอ แต่ทั้งนี้ก็ ต้องศึกษาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้ดีกว่า และรอบคอบ เพราะผลิตภัณฑ์บางชนิดผลิตมาจากประเทศ ตะวันตก ซึ่งออกแบบโดยใช้มาตรฐานผู้ใช้ของชาวตะวันตก ที่มีรูปร่างใหญ่โตกว่าชาวเอเชีย เมื่อชาวเอเชียนำมาใช้อาจจะไม่พอดีหรือหลวม ไม่สะดวกในการใช้งาน นักออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษาสัดส่วนร่างกาย ของชนชาติหรือเผ่าพันธุ์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์

(๕) **ความสวยงาม** ผลิตภัณฑ์ในยุคปัจจุบันนี้ความสวยงามนับว่ามีความสำคัญไม่น้อยไปกว่า หน้าที่ใช้สอย ความสวยงามจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเพราะประทับใจ ส่วนหน้าที่ใช้สอยจะดี หรือไม่ต้องใช้เวลาอีกกระยะหนึ่งคือใช้ไปอย่างต่อเนื่อง ก็จะเกิดข้อบกพร่องในหน้าที่ใช้สอยให้เห็นภายหลัง ผลิตภัณฑ์บางอย่างความสวยงามก็คือ หน้าที่ใช้สอยนั่นเอง เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ของโชว์ตกแต่ง ต่างๆ ซึ่งผู้ซื้อเกิดความประทับใจในความสวยงามของผลิตภัณฑ์ ความสวยงามจะเกิดมาจากสิ่งสองสิ่ง ด้วยกันคือ รูปร่าง (Form) และสี (Color) การกำหนดรูปร่างและสี ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่ เหมือนกับการกำหนด รูปร่าง สี ได้ตามความนึกคิดของจิตรกรหรือศิลปิน แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นในลักษณะศิลปะประยุกต์ จะทำตามความชอบ ความรู้สึกนึกคิดของนักออกแบบแต่เพียงผู้เดียวไม่ได้ จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานรูปร่างและสีสนให้เหมาะสม ด้วยเหตุของความสำคัญของ รูปร่างและสีที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ นักออกแบบจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาวิชา ทฤษฎี หรือหลักการ ออกแบบ และวิชาทฤษฎีสี ซึ่งเป็นวิชาทางด้านของศิลปะแล้วนำมาประยุกต์ผสมใช้กับศิลปะประยุกต์

(๖) **ราคาพอสมควร** ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาขายนั้นย่อมต้องมีข้อมูลด้านผู้บริโภคและการตลาดที่ได้ค้นคว้าและสำรวจแล้ว ผลิตภัณฑ์ย่อมจะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นคน กลุ่มใด อาชีพฐานะเป็นอย่างไร มีความต้องการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นี้เพียงใด นักออกแบบก็จะเป็นผู้ กำหนดแบบผลิตภัณฑ์ ประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อได้การจะได้มาซึ่ง ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมกับผู้ซื้อนั้น ก็อยู่ที่การเลือกใช้ชนิดหรือเกรดของวัสดุ และเลือกวิธีการผลิตที่ ง่ายรวดเร็ว เหมาะสม ใดๆก็ดี ถ้าประมาณการออกมาแล้ว ปรากฏว่า ราคาค่อนข้างจะสูงกว่าที่กำหนด ไว้ ก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่ แต่ก็ยังต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของ ผลิตภัณฑ์นั้น เรียกว่าเป็นวิธีการลดค่าใช้จ่าย

(๗) **การซ่อมแซมง่าย** หลักการนี้คงจะใช้กับผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมต้องมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือการใช้งานในทางที่ผิด นักออกแบบย่อมที่จะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น ตลอดจนนอตสกรู เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝากรอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวก ในการถอดซ่อมแซมหรือ เปลี่ยนอะไหล่ได้ง่าย

๘) **วัสดุ** ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ผลิตด้วยวัสดุสังเคราะห์ อาจมีวิธีการเลือกใช้วัสดุได้หลายแบบ แต่แบบหรือวิธีใดถึงจะเหมาะสมที่สุด ที่จะไม่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าที่ประมาณ ฉะนั้น นักออกแบบคงจะต้องศึกษาเรื่องวัสดุให้ลึกซึ้ง โดยเฉพาะวัสดุจำพวกพลาสติกในแต่ละชนิด จะมีคุณสมบัติทางกายภาพที่ต่างกันออกไป เช่น มีความใส ทนความร้อน ผิวมันวาว ทนกรดต่างได้ดี ไม่ลื่น เป็นต้น ก็ต้องเลือกให้คุณสมบัติดังกล่าวให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่พึงมีอยู่ในยุคสมัยนี้ มีการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการใช้วัสดุที่นำกลับมาเวียนมาใช้ใหม่ ก็ยังทำให้นักออกแบบย่อมต้องมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นอีกคือ เป็นผู้ช่วยพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ ที่เรียกว่า รีไซเคิล

๙) **กรรมวิธีการผลิต** ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีสิ่งใดที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการประหยัด เพราะการผลิตได้ปริมาณมากซึ่งเรียกว่าการผลิตในระบบอุตสาหกรรม (Mass Production) ซึ่งนักออกแบบอาจพิจารณาในเชิงลึกถึงการทำให้แม่พิมพ์ของผลิตภัณฑ์และการถอดพิมพ์ในชิ้นส่วนของผลิตภัณฑ์

กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design Process)

การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการหนึ่งที่เป็นลำดับขั้นตอน ซึ่งเป็นกระบวนการที่ครอบคลุมในเรื่องของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การวางแผน และการปฏิบัติการ ซึ่งมีกระบวนการดังนี้

ขั้นที่ ๑ Problem Identification (ตีปัญหาเพื่อกำหนดแนวคิดหรือแนวทาง ให้พิจารณาปัญหาในประเด็นเกี่ยวกับ

(๑) ปัญหาเกี่ยวกับความต้องการเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ เช่น ปัญหาผลิตภัณฑ์เดิม ปัญหาต่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือความต้องการใหม่ๆ ของผู้บริโภค

(๒) ปัญหาเกี่ยวกับข้อบังคับหรือกฎเกณฑ์ เช่น ความต้องการของตลาด ซึ่งมีหลักเกณฑ์ประกอบด้วย อายุรสนิยม รายได้ของผู้บริโภค สีน้ค่า ขนาด รูปร่าง ความปลอดภัย น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ วัสดุ การโฆษณา เป็นต้น

ขั้นที่ ๒ Preliminary Ideas (คิด Idea เบื้องต้น) คือการคิดรูปแบบ ลักษณะ วิธีการ เบื้องต้น เพื่อเป็นคำตอบให้กับปัญหาที่เราคิดมาจากขั้นที่ 1 ดังนั้น ขั้นตอนนี้ อาจต้องอาศัยการร่างภาพ (Sketch) มาช่วย เพื่อจะสื่อสิ่งที่เราคิดไว้ออกมาเป็นรูปร่างใกล้เคียงมากที่สุด ดังนั้น Idea นี้ อาจไม่ถูกต้องทั้งหมด อาจไม่ได้เป็นของใหม่ทั้งหมด หรืออาจไม่ได้เป็นความคิดของเราเองทั้งหมด แต่เราสามารถนำสิ่งที่คิดว่าเหมาะสมของแต่ละแบบมาผสมผสานกันเพื่อให้เกิดรูปแบบใหม่ได้

ขั้นที่ ๓ Design Refinement (การกลั่นกรองการออกแบบ) หลังจากได้ Idea เบื้องต้นมาจำนวนมากพอแล้ว จะต้องทำการเลือกแบบที่ใกล้เคียงกับ Concept ที่ตั้งไว้ให้มากที่สุด ในขั้นตอนนี้ จะต้องอาศัยอุปกรณ์ในการเขียนแบบ เพื่อถ่ายทอดงานนั้น ออกมา ในลักษณะ Scale Drawing ให้ได้สัดส่วนตามจริงที่สุด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ในความคิดปรากฏรูปร่าง

ขั้นที่ ๔ Design Analysis (วิเคราะห์การออกแบบ) สิ่งที่น่ามาเป็นหลักพิจารณาเพื่อวิเคราะห์ ได้แก่

(๑) Ergonomic เพราะการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือการสร้างสรรค์สิ่งใด ๆ เพื่อรับใช้มนุษย์ ให้ทุกอย่างกลมกลืนและเป็นไปตามธรรมชาติของมนุษย์ที่สุด

(๒) Marketing เพราะการผลิตเพื่อขายแก่คนกลุ่มหนึ่ง ดังนั้นการตลาดจึง มีความสำคัญที่ จะต้อง วิเคราะห์ด้วยเสมอ เช่น แนวโน้ม ศักยภาพตลาด ช่องทางการตลาด ลักษณะดีเด่นเพื่อการขาย มูลเหตุจูงใจในการซื้อ แนวทางการโฆษณาขาย ต้นทุนการจำหน่ายรวมถึงการวิเคราะห์ด้านอื่น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ข้างเคียงคู่แข่ง ประโยชน์ใช้สอย ผลต่อสิ่งแวดล้อม วิศวกรรม เป็นต้น

ขั้นที่ ๕ Design Finalization (ตกลงใจในการออกแบบ)

คือการสรุปและเลือกเอาแบบที่ดีที่สุดตาม Concept มากที่สุดโดยในขั้นตอนนี้จะสามารถผลิต ชิ้นงานของจริงขึ้น มาได้ ทั้งนี้เราจะสามารถเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย ของผลิตภัณฑ์ได้โดยพิจารณาจาก หน้าที่ใช้สอย ความปลอดภัย ความแข็งแรง ความสะดวกสบายในการใช้งาน ความสวยงามน่าใช้ ราคา การซ่อมแซมบำรุงรักษา วัสดุ กรรมวิธีการผลิต การขนส่ง เป็นต้น

ขั้นที่ ๖ Design Implementation (การทำให้เป็นผลสำเร็จ) คือการผลิตออกมาเป็นชิ้นงานจริงเพื่อนำมาจำหน่าย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

(๑) การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรต้อง พิจารณถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อจะได้ออกแบบให้ได้ความคงทนถาวรมากขึ้น หรือ ให้เหมาะสมกับการใช้เพียงชั่วคราวของผลิตภัณฑ์นั้น โดยพิจารณาจากคุณภาพระดับต่างๆ เช่น คุณภาพ น้อย คุณภาพปานกลาง และคุณภาพมาก

(๒) การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต การผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีความจำเป็นยิ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตเช่น เครื่องจักรกล หรือเครื่องทุ่นแรงอื่นๆ ย่อมเหมาะสม กับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตควบคู่กัน

(๓) การออกแบบที่สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอย หน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้น แม้การ ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องกลไกซับซ้อน ผู้ออกแบบจะไม่รู้ระบบการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นทั้งหมด ก็ ควรจะรู้การทำงานของผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ หรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ ไม่เกี่ยวข้องกับเครื่องกลไก ผู้ออกแบบจะต้องทำความเข้าใจกับหน้าที่ใช้สอยเป็นประการสำคัญด้วย

(๔) การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค อาจพิจารณาได้ 2 ลักษณะคือ ความต้องการที่สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่ กับการสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ โดยที่ความต้องการที่ สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่นั้น เป็นความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรม ธรรมเนียม และการใช้ ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ส่วนการสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจนั้น หากสภาพสังคมที่กำลังเศรษฐกิจตกต่ำ การ ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ราคาสูง สินค้าฟุ่มเฟือย หรือเน้นความงามทางการออกแบบมากจน ผลิตภัณฑ์นั้นราคาสูง การออกแบบเช่นนี้ อาจจะไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้

(๕) การออกแบบที่มีคุณค่าทางความงาม เพื่อให้ผู้ออกแบบตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วม สมัย และมีความคิดสร้างสรรค์แทรกอยู่ในการออกแบบแต่ละชิ้น ความประณีตบรรจงในการออกแบบ หรือในผลิตภัณฑ์เป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความงามอีกด้วย

แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่นให้มีคุณค่า

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ ประเภทของที่ระลึก ซึ่งเป็นผลผลิตจากชุมชนต่างๆ ดังที่ เอกพงษ์ ตรีตรง (๒๕๕๘ : เว็บไซค์) อธิบายไว้ อย่างน่าสนใจว่า การออกแบบหัตถกรรมที่มีมิติอันลึกซึ้ง เริ่มต้นจากแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นรอบตัว และในบางโอกาสการค้นคว้าหาข้อมูลทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี พื้นบ้าน

ก็เป็นส่วนหนึ่งที่สามารถก่อให้เกิดผลงานที่มีคุณค่าทางศิลปะ มีความงดงาม มีสุนทรียภาพ โดยจะต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้งานและประโยชน์ใช้สอยที่ดีเลิศ การรู้จักนำศิลปะหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาออกแบบอย่างสร้างสรรค์ แล้วเข้าสู่กระบวนการแปรรูปอย่างชาญฉลาดถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผลงานการออกแบบมีคุณค่ามากขึ้นทวีคูณ โดยขั้นตอนการแปรรูปจะต้องอาศัยแนวทางที่เหมาะสม มีรสนิยมอย่างมากเพื่อต่อยอดภูมิปัญญาให้คงงามและประยุกต์สู่การตกแต่งอย่างกลมกล่อมดังตัวอย่างต่อไปนี้

(๑) ศึกษาลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง อันประกอบด้วยที่ไปที่มาของศิลปะนั้นๆ การก่อเกิดลักษณะที่มีเอกลักษณ์ทั้งกระบวนการคิด ประวัติความเป็นมา การก่อเกิดรูปแบบสีสันทัน การใช้วัสดุจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

(๒) กระบวนการถอดแบบ จากนั้นก็นำความน่าสนใจ จุดเด่น รูปแบบ รูปทรง สีสันทัน เทคนิคนำมาถอดแบบ เช่น การคัดลวดลายออกมาเป็นลายเส้น การแยกสีและคู่สี การนำองค์ประกอบสัดส่วนของศิลปะในอดีตที่มีจุดเด่นความงามเฉพาะตัวไปจนถึงการนำกระบวนการทางเทคนิคต่างๆ แล้วคัดสรรออกมาเป็นเนื้อหาสาระเพื่อเข้าสู่กระบวนการแปรรูปในขั้นตอนต่อไป

(๓) กระบวนการพัฒนาแบบ หลังจากนั้นนำการถอดแบบมาพัฒนาต่อ “Develop Design” โดยคัดสรรเฉพาะองค์ประกอบที่เหมาะสมที่สุด พัฒนาออกเป็นขั้นตอนต่างๆ เช่น การตัดทอนลวดลายลงหรือเพิ่มเติมขึ้นตามความเหมาะสม โดยให้มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับพื้นที่นั้นด้วย การพัฒนาแบบอาจปรากฏในการตกแต่ง เช่น ลวดลายพื้น สีสันทันและลวดลายของผิววัสดุ รูปทรงรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

(๔) กระบวนการประยุกต์แบบ ศิลปประยุกต์ คือแขนงหนึ่งที่น่าสนใจ และสามารถต่อยอดภูมิปัญญาได้ดี โดยผู้ออกแบบสามารถดัดแปลงคลี่คลายแล้วประยุกต์ต่อให้น่าสนใจ จนเกิดผลงานใหม่ๆ ที่สวยงาม มีสุนทรียภาพ การประยุกต์จะต้องเกิดจากการพัฒนาแบบมาแล้วขั้นตอนหนึ่งแล้วประยุกต์ต่ออย่างสร้างสรรค์ โดยอาศัยพื้นฐานประสบการณ์ทางศิลปะ ซึ่งสามารถผสมผสานนวัตกรรมใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับยุคสมัยด้วย

(๕) กระบวนการจัดวาง การจัดวางเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม สามารถสะท้อนแนวคิดและตอบสนองการใช้สอยได้ดี หัตถกรรมท้องถิ่นจะสมบูรณ์มากขึ้นด้วยการจัดวางอย่างเหมาะสม การจัดวางที่ดีจะต้องเข้าใจขนาดสัดส่วนของชิ้นงาน วัสดุ สีสันทันและความเหมาะสมในองค์ประกอบศิลปะ

ความสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์

(๑) ความสำคัญในด้านคุณค่าทาง ศิลปะ งานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี มีความสวยงามงามดึงดูดใจ สามารถตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภคได้

(๒) มีประสิทธิภาพทางหัตถกรรมและอุตสาหกรรม โดยที่ประสิทธิภาพทางหัตถกรรมนั้นจะเป็นการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่น มีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ส่วนในทางอุตสาหกรรมนั้น มีการเลือกวัสดุที่ดีเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพลงทุนน้อย แต่มีปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น

(๓) มีคุณภาพทางการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบที่ดี มีการใช้วัสดุที่ดี มีกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความคงทนและ มีความปลอดภัยในการใช้สอย

(๔) มีศักยภาพในการแข่งขันทางพาณิชย์ ผลิตภัณฑ์ที่มีความงาม ความคงทนและความปลอดภัยจะเป็นที่ต้องการของตลาดทำให้มียอดขายสูง สามารถแข่งขันทางการค้ากับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของบริษัทอื่น

(๕) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งจะส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ออกจำหน่ายในท้องตลาด และทำให้ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์อีกด้วย

(๖) มีศักยภาพในการรักษาผู้บริโภคเดิม การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกันขึ้นด้วยการออกแบบที่ดี จะช่วยให้องค์กร หน่วยงาน สามารถรักษาผู้บริโภคเดิมไว้ได้ ในขณะที่เดียวกันยังสามารถดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่มีรสนิยมอย่างเดียวกันได้ด้วย

(๗) มีการพยากรณ์ที่ดี เป็นที่คาดหมายกันว่าผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบโดยคุณภาพนั้น จะไม่ได้รับการยอมรับของผู้บริโภค ในทางตรงกันข้ามผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบอย่างมีคุณภาพนั้น จะได้รับการยอมรับ ทำให้การพยากรณ์เป็นไปในทางที่พึงประสงค์

(๘) มีการรับรองคุณภาพ การควบคุมการออกแบบ กระบวนการผลิต การตรวจ และการทดสอบลักษณะ รวมถึงคุณลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ

(๙) มีการพัฒนาบุคลากรในการออกแบบ ในฝ่ายต่างๆ และเกิดปฏิสัมพันธ์ที่ตระหว่งบุคคล สรุป การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการคิดค้น ประดิษฐ์ สร้างสรรค์ สิ่งของ เครื่องใช้ อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในวิถีการดำเนินชีวิต ด้านความสวยงาม และความสะดวกสบาย การออกแบบผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายประการ เพื่อให้ผลงานมีคุณภาพ แต่ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญ ที่ผู้บริโภคคุ้นเคย คือ ความสวยงาม และประโยชน์ใช้สอย ลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ ๒ ลักษณะคือ การคิดค้นขึ้นใหม่ และการทำให้ของเดิมดีขึ้น (การพัฒนา) สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อนั้น นั้น จัดอยู่ในกลุ่มของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญเช่นเดียวกัน นอกจากนี้สามารถออกแบบได้ ๒ ลักษณะการคิดค้นรูปแบบขึ้นใหม่และการพัฒนาของดั้งเดิมให้มีมูลค่าเพิ่ม

๗) ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

มหาวิทยาลัยทักษิณ (๒๕๖๐ : เว็ปไซด์) ระบุว่าในยุคปัจจุบัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็งด้านการจัดการตลาด หรือการพัฒนารูปแบบคงจึ่งยังไม่เพียงพอ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจส่งเสริม เพื่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดเล็ก หรือกลุ่มที่ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความเข้มแข็ง เบื้องต้นควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความ เป็นมาตลอดจนความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ เป็นแนวคิดเบื้องต้นควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์คือศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการคุ้มครองปกป้องสินค้าจากผู้ผลิตจนถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัยด้วยทุนการผลิตที่เหมาะสมการบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อการผลิต ต่อสินค้า คือ การรักษาคุณภาพและปกป้องตัวสินค้ามิให้เสียหายจากการปกเปียกฝุ่นละออง ความชื้น แสงแดด และให้ความสะดวกในเรื่องการขนส่ง การจัดเก็บมีความรวดเร็ว และสุดท้ายการบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็น ดังนั้น

บรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่บอกกล่าว สิ่งต่างๆ ของตัวผลิตภัณฑ์โดยการบอกข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดของตัวสินค้านอกจากนั้นต้องมีรูปลักษณะที่สวยงามสะดุดตาเชิญชวนให้เกิดการซื้อ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) หมายถึง การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

(๑) เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเอื้อประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัย ประหยัดและมีประสิทธิภาพ

(๒) เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารและสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยใช้ความรู้แขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะ เช่น มีเอกลักษณ์มีลักษณะพิเศษที่ดึงดูดและสร้างการจดจำตลอดจนเข้าใจความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

(๓) เพื่อปกป้องคุ้มครองและรักษาคุณภาพสินค้า

(๔) เป็นตัวชี้บ่งและสื่อสารรายละเอียดสินค้า ดึงดูดผู้บริโภค แสดงถึงภาพลักษณ์

(๕) เป็นต้นทุนในการผลิตสินค้า เมื่อบรรจุภัณฑ์ดีเยี่ยมมีส่วนช่วยให้มูลค่าสินค้าสูงขึ้น

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตร ส่วนปริมาตรอื่น ๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิต และประกอบเป็นภาชนะบรรจุ ให้เหมาะสม กับหน้าที่ใช้สอยตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่ง การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจะมีบทบาทสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ประเภท Individual Package และ Inner Package ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ ชั้นแรกและชั้นที่ ๒ เป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีรูปร่างลักษณะอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ (Product) ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดเป็นตัวกำหนดขึ้นมา ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องบรรจุ และออกแบบโครงสร้างเพื่อรองรับการบรรจุให้เหมาะสม โดยอาจจะกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะ หรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสม แก่การจับถือ หิ้ว และอำนวยความสะดวกต่อการนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้ พร้อมทั้งทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองผลิตภัณฑ์โดยตรงด้วย ตัวอย่างเช่น กำหนด individual package ครีมเทียม สำหรับชงกาแฟบรรจุในซองอลูมิเนียมฟลอยด์แล้วบรรจุในกล่องกระดาษแข็งแบบพับ (folding carton) รูปสี่เหลี่ยมอีกชั้นหนึ่ง ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์เป็นแบบผง จึงต้องการวัสดุ สำหรับบรรจุที่สามารถกันความชื้นได้ดี การใช้แผ่นอลูมิเนียมฟลอยด์ บรรจุก็สามารถป้องกันความชื้นได้ดีสามารถพิมพ์ลวดลายหรือข้อความบนผิวได้ดีกว่าถุงพลาสติก อีกทั้ง เสริมสร้างภาพพจน์ความพอใจในผลิตภัณฑ์ให้เกิดแก่ผู้ใช้และเชื่อถือในผู้ผลิต ต่อมา การบรรจุในกล่องกระดาษแข็งอีกชั้นหนึ่งก็เพราะว่าบรรจุภัณฑ์ชั้นแรก เป็นวัสดุประเภทอ่อนตัว (flexible) มีความอ่อนแอด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์จากการกระทบกระแทกทะลุในระหว่างการขน ย้าย ตลอดจนยากแก่การวางจำหน่ายหรือตั้งโชว์ จึงต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ ๒ เข้ามาช่วยเพื่อการทำหน้าที่ประการหลังดังกล่าว

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าเพียงแค่ขั้นตอนการกำหนด การเลือกวัสดุให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ นั้น ผู้ออกแบบจะต้องอาศัย ความรู้และข้อมูลตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาพิจารณา ตัดสินใจร่วมใน กระบวนการ ออกแบบ เช่น ราคาวัสดุ การผลิตเครื่องจักร การขนส่ง การตลาด การพิมพ์ ฯลฯ ที่จะต้อง พิจารณามี ความคุ้มทุน หรือเป็นไปได้ ในระบบการผลิต และจำหน่ายเพียงใด แล้วจึงจะมากำหนด เป็น รูปร่างรูปทรง (shap & form) ของบรรจุภัณฑ์อีกครั้งหนึ่ง ว่าบรรจุภัณฑ์ควรจะออกมาในรูปลักษณะ ใด ๆ ซึ่งรูปร่างเรขาคณิต รูปร่างอิสระก็มีข้อดี-ข้อเสียในการบรรจุ การใช้เนื้อที่ และมีความเหมาะสม กับชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป วัสดุแต่ละชนิด ก็มีข้อจำกัด และสามารถดัดแปลง ประโยชน์ได้เพียงใด หรือใช้วัสดุมาประกอบ จึงจะเหมาะสมดีกว่า หรือลดต้นทุนในการผลิตที่ดีที่สุด สิ่ง ต่างๆ เหล่านี้คือสิ่งที่ผู้ออกแบบ จะต้องพิจารณาประกอบด้วย

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ในขั้นตอนของการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบ มิใช่ว่าจะ สร้างสรรค์ ได้ตามอำเภอใจ แต่กลับต้องใช้ความรู้ และข้อมูลจากหลายด้าน มาประกอบกันจึงจะทำให้ ผลงานออกแบบนั้นมีความสมบูรณ์ และสำเร็จออกมาได้ ในขั้นของการออกแบบโครงสร้างนี้ผู้ออกแบบ จึงต้องเริ่มตั้งแต่การสร้างแบบ ด้วยการสเก็ต แนวความคิดของรูปร่างบรรจุภัณฑ์ และสร้างภาพประกอบ รายละเอียด ด้วยการเขียนแบบ (Mechanical Drawing) แสดงรายละเอียดมาตราส่วนที่กำหนดแน่นอน เพื่อแสดงให้เห็นผู้ผลิต ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจอ่านแบบได้ การใช้ทักษะทางศิลปะในการออกแบบก็คือเครื่องมือที่ ผู้ออกแบบจะต้องกระทำขึ้น มาเพื่อการนำเสนอ ต่อเจ้าของงาน หรือผู้ว่าจ้าง ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องให้ช่วย พิจารณาปรับปรุงเพื่อให้ได้ผลงานที่จะสำเร็จออกมามีประสิทธิภาพในการใช้งานจริง

สรุป การออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือการออกแบบสิ่งห่อหุ้ม ปกป้อง คุ้มครอง ตัวสินค้าหรือ ผลิตภัณฑ์ ให้มีความปลอดภัยจากแรงกระแทก หรือการกระทำใดๆ ที่ส่งผลต่อความเสียหาย บรรจุภัณฑ์ ยังเป็นส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ตัวสินค้าอีกด้วย และการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของ ชาวไทย มีความจำเป็นต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อปกป้อง คุ้มครองให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยจาก แรงกระแทก อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายและเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้ตัวผลิตภัณฑ์ด้วย

๘) การออกแบบลวดลาย

การออกแบบลวดลาย หมายถึง การออกแบบเพื่อใช้ในการตกแต่ง ประดับพื้นที่ หรือวัสดุต่างๆ ให้มีความสวยงามเหมาะสม กลมกลืน มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยลวดลายเหล่านี้ อาจมี ความหมายชัดเจน หรือเป็นสัญลักษณ์ การออกแบบลวดลายไม่สามารถสร้างสรรค์ผลงานขึ้นมาได้โดย อิสระ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น สถานที่ พื้นที่ ขนาด วัสดุ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ จะเป็นตัวกำหนดให้การออกแบบลวดลายอยู่ในขอบเขตตามวัตถุประสงค์

ความหมายของลวดลายตาม พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ (๒๕๓๘ : ๗๒๐) ได้กำหนดไว้ว่า “ลวดลาย เป็นคำนาม หมายถึง ลายต่างๆ ที่เขียนหรือแกะสลัก ฝีมือ ความสามารถ ที่แสดงให้ปรากฏโดยปริยาย หมายความว่า มีลูกไม้หรือชั้นเชิงต่างๆ”

สำหรับ ฟินาลิน สารียา (๒๕๓๕ : ๗-๙) ได้อธิบายความหมายของการออกแบบลวดลาย ว่า การออกแบบลวดลายเป็นการแสดงออกซึ่งความแปลกใหม่ ด้วยจุด เส้น รูปร่าง รูปทรง และสี เพื่อประโยชน์ใช้สอย และความสวยงามตามวัตถุประสงค์ของการสร้างผลงานประเภทนั้นๆ

นอกจากนี้ วิณา มิ่งขวัญ (๒๕๕๔ : ๕) อธิบายเพิ่มเติมว่า การออกแบบลวดลาย หมายถึง กระบวนการสร้างผลงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้วัสดุ และการจัดองค์ประกอบของการออกแบบเพื่อสร้างสรรค์รูปแบบของลวดลาย ให้มีรูปแบบและจังหวะช่องไฟที่มีส่วนซ้ำๆ กัน เป็นช่วงๆ ต่อเนื่องกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอยและคุณค่าทางความสวยงาม

จากความหมายของการออกแบบลวดลายที่กล่าวมาแล้ว สรุปได้ว่า การออกแบบลวดลาย หมายถึง การนำเส้น รูปทรง รูปร่าง และสี มาจัดวาง ให้เกิดจังหวะและความสวยงาม

ชนิดของการออกแบบลวดลาย

ผลงานการออกแบบลวดลายที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น สามารถแบ่งออกถึงจินตนาการไม่มีที่สิ้นสุดของมนุษย์ ซึ่งผลงานเหล่านี้ จะมีความแตกต่างกันไป ตามลักษณะของงาน วัสดุ และกรรมวิธีการสร้างสรรค์ การออกแบบลวดลายสามารถจำแนกได้ ๓ ชนิด คือ

๑) การออกแบบลวดลายตกแต่งวัสดุ ๒ มิติ เป็นการออกแบบลวดลายลงบนวัสดุที่เป็นพื้นระนาบ มีความกว้างกับความยาวเท่านั้น เช่น กระดาษ ไม้ ผนัง ผ้า กระຈก ซึ่งลักษณะของลวดลายที่ออกแบบลงบนวัสดุเหล่านี้ มีความแตกต่างออกไปตามวัตถุประสงค์และกรรมวิธี เช่น

ก) การออกแบบลวดลายบนกระดาษ เป็นการออกแบบที่ต้องการบันทึกเหตุการณ์ เรื่องราว และความรู้ต่างๆ ให้คนรุ่นหลังได้ศึกษา การออกแบบลวดลายลักษณะนี้มักใช้ประกอบกับการเขียนอักษร โดยการใช้ลวดลายเป็นสิ่งอธิบายให้ทำความเข้าใจง่ายขึ้น การออกแบบลวดลายบนกระดาษสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การวาดภาพ การทำแม่พิมพ์จากไม้หรือโลหะ

ข) การออกแบบลวดลายบนไม้ เป็นการออกแบบเพื่อประดับตกแต่งไม้ที่ใช้ประกอบสถาปัตยกรรมศาสตร์ให้มีความสวยงาม มีเนื้อหาสาระมากขึ้น นอกจากนี้ การเตรียมพื้นที่ก่อนการออกแบบลวดลายลงไป ยังช่วยให้เนื้อไม้มีความทนทาน และยืดอายุการใช้งานให้นานขึ้น

ค) การออกแบบลวดลายบนผนัง เป็นการออกแบบพื้นผิวระนาบที่มีความเก่าแก่ที่สุด ที่มีมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่รอบตัวมนุษย์ พบเห็นได้ทุกวัน เช่น ผนังถ้ำ เพิงผา ฝาบ้าน ผนังโบสถ์และวิหาร จึงง่ายและเหมาะสมในการออกแบบลวดลาย ลักษณะของลวดลายนี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยโดยสอดคล้องกับความเชื่อ ศาสนาและความสามารถของผู้สร้างสรรค์ผลงาน

ง) การออกแบบลวดลายบนผ้า เป็นการออกแบบลวดลายเพื่อตกแต่งวัสดุที่มีความเบาบาง อ่อนพลิ้ว ลักษณะของลวดลายมักเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน เช่น นำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้า สำหรับใช้สอย หรือทำพระภฏ (ผืนผ้า มีรูปภาพเรื่องราวเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา) สำหรับตอบสนองความเชื่อ ความศรัทธาในศาสนา การออกแบบลวดลายผ้ามีหลายวิธี เช่น การย้อมผ้า การทอ และการวาดภาพระบายสี

จ) การออกแบบลวดลายบนกระຈก เป็นการออกแบบลวดลายบนวัสดุที่มีความมันวาวและเรียบ โดยการเขียนสี กัดด้วยกรดหรือพ่นด้วยทราย ในสมัยโกธิค (Gothic) จะใช้วิธีประดับกระຈกสีหน้าต่าง(Stained Glass) ของวิหาร ความสดใสของสีกระຈกเมื่อแสงสว่างส่องผ่าน สร้างบรรยากาศให้เกิดความขลังและศักดิ์สิทธิ์

๒) การออกแบบลวดลายตกแต่งผลิตภัณฑ์ ๓ มิติ เป็นการออกแบบลวดลายบนรูปทรงที่มีความลึกและหนา ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการออกแบบลวดลายจึงต้องคำนึงถึงรูปทรงเหล่านี้ประกอบด้วย เพื่อให้เกิดการสอดคล้อง สัมพันธ์กัน เช่น รูปทรงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม และรูปทรงอิสระอื่นๆ โดยรูปทรงต่างๆนี้ อาจมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่ต่างกัน ซึ่งแต่ละลักษณะของลวดลายจะมีเป้าหมายที่เหมือนกันคือ ต้องสร้างความสวยงาม เหมาะสม ให้กับรูปทรงนั้น

๓) การออกแบบลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรม เป็นการนำลวดลายตกแต่งพื้นที่ต่างๆ ของสถาปัตยกรรมทั้งภายในและภายนอกให้มีความสวยงาม อลังการ น่าศรัทธา การตกแต่งสถาปัตยกรรม ในระยะแรก นิยมเน้นที่ศาสนสถานเช่น วิหาร โบสถ์ ก่อนจะปรับเปลี่ยนมาใช้กับที่พักอาศัย โดยวิธีการที่ใช้จะแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ ลักษณะงานและพื้นที่ในการตกแต่งลวดลาย ซึ่งวิธีการโดยภาพรวม มี ๒ วิธี คือ

ก) ประติมากรรม เป็นการนำวิธีการต่างๆ ในการสร้างลวดลายประติมากรรมมา มาประกอบเข้ากับรูปทรงสถาปัตยกรรม ช่วยเน้นความงามของสถาปัตยกรรมให้เด่นชัดขึ้น เช่น การแกะสลักลวดลายหัวเสาของอียิปต์ กรีก และโรมัน การปั้นลวดลายตกแต่งซุ้มประตูโขง หน้าบันของอุโบสถ และวิหารในศิลปะล้านนา หรือการแกะสลักบานประตู บานหน้าต่างของศาสนสถานต่างๆ

ข) จิตรกรรม เป็นวิธีการสร้างลวดลายโดยวิธีการทางจิตรกรรม ผู้ออกแบบนิยมนำลวดลายที่เป็นมงคล มีความหมายในการส่งเสริมชีวิตให้เจริญรุ่งเรืองขึ้น หรือลวดลายที่บอกเล่าเรื่องราวทางศาสนา และความเชื่อต่างๆ เช่น ภาพพระเวสสันดรชาดก ภาพหม้อดอกปทุมฉลุ ซึ่งในแต่ละเรื่องราว จะสอดแทรกเนื้อหาทางสังคม ประเพณี และประวัติศาสตร์อยู่เสมอ

ลวดลายกับความเชื่อ

ลวดลายเป็นสิ่งที่หนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่องานออกแบบ เนื่องจากลวดลายสามารถใช้ทำหน้าที่เป็นส่วนของโครงสร้าง และตกแต่งผลิตภัณฑ์ให้เกิดความสวยงาม ผลิตภัณฑ์บางประเภทอาจมีความสวยงามอันเกิดจากโครงสร้างที่เป็นลวดลายในตัวเอง ผลิตภัณฑ์บางประเภทอาจมีความสวยงามอันเกิดจากการตกแต่งลวดลายต่างๆ ลวดลายบางชนิดเกิดขึ้นจากพื้นฐานความเชื่อของผู้คนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ส่วนใหญ่มักเกี่ยวข้องกับโชคลางต่างๆ และปรากฏอยู่ในงานจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม และแม้แต่ในตำนานพื้นบ้านที่เล่าขานสืบต่อกันมา หรือในวรรณกรรมต่าง ๆ ตัวอย่างของลวดลายที่เชื่อมโยงกับความเชื่อ และมักพบเห็นอย่างแพร่หลาย สามารถจำแนกได้ดังนี้

(๑) ลวดลายงูหรือนาค งูหรือนาคปรากฏอยู่ในลายผ้าพื้นเมืองของคนไทยกลุ่มต่างๆ เกือบทุกภูมิภาคของประเทศ โดยเฉพาะในล้านนาและในอีสาน นอกจากนี้ยังพบในศิลปะของกลุ่มคนที่พูดภาษาตระกูลไท ที่อาศัยอยู่นอกดินแดนของไทยในปัจจุบัน เช่น ในสิบสองปันนาและลาว อีกด้วย ความเชื่อเกี่ยวกับลวดลายงูนั้นเปรียบเสมือนความมีพลัง ความมีอำนาจ ความยิ่งใหญ่ และมักพบเห็นหรือปรากฏในงานสถาปัตยกรรม หัตถกรรม และประติมากรรม ต่างๆ

(๒) ลวดลายนก ห่าน และหงส์ นก ห่าน และหงส์เป็นสัญลักษณ์สำคัญที่ปรากฏอยู่ในศิลปะผ้าทอพื้นบ้านในภาคเหนือของไทยเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ก็มีปรากฏมากในผ้าทอมือของลาวสิบสองปันนา และในหมู่พวกคนไทในเวียดนาม ในสถาปัตยกรรมล้านนาและล้านช้างจะพบนกหรือหงส์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประดับอยู่บนหลังคาโบสถ์ คู่กับสัญลักษณ์นาค หรือบางแห่งก็มีแต่หงส์ประดับอยู่ตามจุดต่าง ๆ ในวัดในสิบสองปันนา หงส์เป็นนกในนิยาย เป็นนกในตระกูลสูง และเป็นสัตว์ในป่าหิมพานต์ชนิดหนึ่ง อาศัยอยู่ในถ้ำทองบนเขาคิชฌกูฏ และเป็นสัตว์มงคลที่เชื่อว่าจะทำหน้าที่คุ้มครองอันตรายทาง

เบื้องบน เนื่องจากถือว่าเป็นราชาแห่งสัตว์ปีกทั้งปวง สัตว์ปีกทั้งหลายอยู่ในความดูแลของหงส์ และพญาหงส์จะปกปักษ์รักษาให้รอดพ้นจากอันตรายต่าง ๆ ได้ ในทางพุทธศาสนา หงส์ปรากฏอยู่ในนิทานชาดกหลายเรื่อง เช่น ครั้งหนึ่งพระสารีบุตรเกิดเป็นกษัตริย์ครองนครสาคร พระพุทธเจ้าเกิดเป็นพญาหงส์ปกครองบริวารที่มีมากถึง ๙๖,๐๐๐ ตัว ทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ของมงคล ๑๐๘ ประการดังเช่นปรากฏอยู่บนรอยพระพุทธบาท ในศาสนาฮินดูเชื่อกันว่าเป็นสัตว์ปีกชั้นสูงมีความสง่างาม และเป็นพาหนะของพระพรหม จึงได้นำมาว่า “ครุโลหงส์” บางตำรากล่าวว่าพระพรหมประทับบนราชรถที่มีหงส์เจ็ดตัวลากไป ส่วนความเชื่อที่ได้รับจากพม่าคือเป็นเครื่องหมายของพระอาทิตย์ ดังนั้นจึงพบรูปหงส์ และ กระจ่ายที่มีความหมายเป็น พระอาทิตย์และพระจันทร์คู่กันเสมอ ในขณะที่หงส์ตามคติความเชื่อของจีนเชื่อว่านกชนิดนี้จะสามารถหยั่งรู้ความวุ่นวายบนโลกมนุษย์ได้ ดังนั้นมักจะปรากฏตัวเฉพาะในยามสงบสุขเท่านั้น สถานที่หรือตำแหน่งที่พบการประดับรูปหงส์ เช่น ชุ่มประตู่โขง โขงพระเจ้า เส้าหงส์ และสันหลังคาวิหาร ซึ่งเป็นตำแหน่งที่สูง จากสัญลักษณ์ของหงส์ที่เป็นสัตว์ปีกและคุ้มครองศาสนสถานจากอันตรายในทิศเบื้องบน สำหรับนกยูงนั้นมีความเชื่อในสมัยอินเดียโบราณว่าแววหางของนกยูงนั้น มีลักษณะคล้ายกับรัศมีของพระอาทิตย์ นอกจากนี้ราชวงศ์ของอินเดียบางราชวงศ์ยังถือเอานกยูงเป็นตราสัญลักษณ์และชื่อประจำราชวงศ์ ด้วย ดังเช่น ราชวงศ์โมริยะ เป็นต้น ส่วนในพระพุทธศาสนาปรากฏเรื่องราวที่แสดงความสำคัญของนกยูงอยู่หลายเรื่องด้วยกัน ดังเช่นปรากฏในนิบาตชาดกที่เกี่ยวกับนกยูงถึงสองเรื่อง คือ โมรชาดก และมหาโมรชาดก ลักษณะเรื่องราวของทั้งสองเรื่องมีความคล้ายคลึงกันอย่างมาก เพียงแต่จะแตกต่างกันไปในรายละเอียดเท่านั้น นกยูงยังเป็นสัญลักษณ์ที่รัฐบาลจีนปัจจุบัน ได้นำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ของยูนิอัน และได้มีการประดิษฐ์นาฏลีลาสมัยใหม่ซึ่งใช้แสดงเป็นสัญลักษณ์ของชาวไทลื้อในสิบสองปันนา เรียกว่า ระบำนกยูง สัญลักษณ์นกหรือหงส์หรือนกยูง จะปรากฏและพบเห็นอยู่ทั่วไปทั้งในงานจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม และหัตถกรรม

(๓) **ลวดลายผีเสื้อ** ผีเสื้อเป็นสัตว์ที่มีสีสันสวยงาม รักอิสระ แต่มีความบอบบาง ชอบดมดอกไม้ เปรียบเสมือน ผู้ที่รักอิสระ รักสงบ รักความสวยงาม ความอ่อนโยน ความประณีต ในความเชื่อของคนจีน ผีเสื้อเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นอมตะ ความ สนุกสบาย และความ สุข หากอยู่รวมกับดอกเบญจมาศ หมายถึงความสุขเมื่อบั้นปลาย นอกจากนี้หากมองในความเชื่อของผู้คนแถบยุโรป ผีเสื้อเป็นสัตว์ที่เกิดใหม่จากหนอน ดังนั้นจึงเป็นสัญลักษณ์ของการเกิดใหม่ การกลับชาติมาเกิด และพลังของการสืบทอด ลวดลายผีเสื้อมักพบเห็นหรือปรากฏในลักษณะของลวดลายผ้า หรือของตกแต่งต่างๆ

(๔) **ลวดลายช้าง** ช้างเป็นสัตว์คู่บ้านคู่เมืองของไทยและเป็นสัญลักษณ์ของชาติไทย เป็นสัตว์ที่มีขนาดใหญ่ เป็นสัตว์ที่เป็นสัญลักษณ์ของความยิ่งใหญ่ของผู้ที่ใฝ่ฝันและสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ ความมั่งมี เปรียบเสมือนความเจริญรุ่งเรือง การประกอบอาชีพก็จะมี ความมั่นคง ก้าวหน้า ลวดลายช้างมักพบเห็นหรือปรากฏในงานหัตถกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม

(๕) **ลวดลายปราสาท** ปราสาทเป็นที่ที่ผู้มีวาสนาหรือผู้มีบุญอาศัยอยู่ เช่น พระเจ้าแผ่นดินและพระสงฆ์ คนสามัญธรรมดาจะอาศัยอยู่ไม่ได้ เป็นสถานที่ประทับของเทวดาหรือเทพต่างๆ หรือเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ดังนั้นจึงมีความเชื่อว่าผู้ใดที่เป็นผู้มีบุญ ทำคุณงามความดี เมื่อสิ้นชีวิตแล้วจะได้ขึ้นไปอาศัยอยู่ในปราสาทชั้นวิมาน ลวดลายปราสาทจึงเป็นสัญลักษณ์ของสวรรค์ หรือภพภูมิที่ดี ลวดลายปราสาทมักพบเห็นและปรากฏในงานหัตถกรรมประเภทลวดลายผ้า

(๖) **ลวดลายมังกร** มังกรเป็นหนึ่งในสัตว์เทพของจีน ซึ่งเป็นตัวแทนของความเป็นสิริมงคล ความยิ่งใหญ่ คุณธรรมความดี อีกทั้งชาวจีนยังมีความเชื่อว่ามังกรสามารถขึ้นสวรรค์ ลงสมุทรได้ และสามารถบันดาลฝนให้ตก ดังนั้นเกษตรกรจีนจึงมีประเพณีสักการะเทพเจ้ามังกรเพื่อให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล ช่วยให้พืชผลที่เพาะปลูกเจริญงอกงาม นอกจากนี้เป็นสัญลักษณ์แห่งสิริมงคลแล้ว มังกรยังเป็นสัญลักษณ์ของจักรพรรดิผู้ยิ่งใหญ่อีกด้วย ในยุคสังคมนิยม มังกรได้กลายเป็นสัญลักษณ์แห่งอำนาจ ศรัทธาด้วย ลวดลายมังกรมักพบเห็นหรือปรากฏในงานหัตถกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม

(๗) **ลวดลายปลา** ปลาเป็นสัตว์น้ำ แพร่พันธุ์ได้รวดเร็ว เป็นสัตว์ตามความเชื่อโบราณทั้งของไทยและจีน โดยที่คนไทยมีความเชื่อว่าลวดลายปลาเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ ความร่มเย็น ลวดลายปลาส่วนใหญ่มักปรากฏและพบเห็นในงานหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผา อาจพบเห็นบ้างในงานสถาปัตยกรรม นอกจากนี้ยังใช้เป็นลวดลายตกแต่งสิ่งต่างๆ ให้สวยงาม โดยเฉพาะลวดลายปลาที่เป็นที่นิยมเพราะตามคติของจีน ถือเป็นสัญลักษณ์มงคล อันหมายถึง การเริ่มต้นของชีวิต สื่อความหมายออกไปในทางอุดมสมบูรณ์ เพราะปลาเป็นสัตว์ที่แพร่พันธุ์ได้เร็ว นอกจากนี้สัญลักษณ์หยินหยาง (Ying-Yang) ก็ได้คลี่คลายรูปทรงมาจากลวดลายปลาคู่ เช่นกัน

(๘) **ลวดลายพืช** ลวดลายพืชส่วนใหญ่เป็นลักษณะของลวดลายเครือเถา ลวดลายใบไม้และลวดลายดอกไม้ชนิดต่างๆ ลวดลายพืชมีที่มาจากแรงบันดาลใจของมนุษย์ซึ่งมาจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวหรือจากการที่มนุษย์ได้พบเห็น หรือมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านี้เป็นระยะเวลายาวนาน ลวดลายพืชเป็นสิ่งที่มีความบอบบาง แต่มีความสวยงาม มักใช้เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ เป็นตัวแทนของสุขภาพสตรี ความอ่อนช้อย ทารก และเด็ก ลวดลายพืชมักพบเห็นหรือปรากฏในงานสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม และหัตถกรรม

สรุป การออกแบบลวดลาย คือการนำลักษณะของ เส้น สี รูปทรง รูปร่าง มาจัดองค์ประกอบให้สวยงาม เพื่อใช้ตกแต่งพื้นผิวลักษณะต่างๆ รวมถึงตกแต่งบนตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความสวยงาม ลวดลายบางชนิดมีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อเรื่องโชคลางต่างๆ และการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทยต้องมียลวดลายลักษณะต่างๆเป็นส่วนตกแต่ง นอกจากนี้อาจต้องมีลวดลายที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อหรือวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวไทยถือเป็นส่วนประกอบตามความเหมาะสม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความสมบูรณ์มากขึ้น

๙) **สีที่ใช้ในการออกแบบ**

การใช้สีในงานออกแบบคือการสื่อสารที่สามารถบ่งบอกอารมณ์ของงานได้มากที่สุด สีเป็นองค์ประกอบสำคัญและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด สีจะสามารถทำให้ผู้คนหันมาสนใจตัวงานออกแบบของเรา เพราะสีสามารถบ่งบอกถึงความรู้สึกอารมณ์และการรับรู้ของผู้คน “สี” คือภาษาอย่างหนึ่ง เป็นภาษาที่ไม่มีตัวอักษรแต่ความรู้สึกรู้จักและรับรู้ได้ เช่น เหตุใดผู้คนคนเห็น สีแดง แล้วรู้สึกถึง “พลังและความโกรธ” เห็น สีฟ้า แล้วรู้สึก “เศร้า” นั่นเพราะสีมีการเชื่อมโยงกับความรู้สึกของผู้คน และทำให้ผู้คนรู้สึกและเข้าใจความหมายของงานออกแบบไปพร้อมกัน การใช้สีในงานออกแบบ จะต้องเข้าใจถึงหลักจิตวิทยา ความหมายและสัญลักษณ์ของสี แต่คนทุกคนไม่ได้มองความหมายของสีได้เหมือนกัน ความหมายของสีในมุมมองแต่ละคนนั้นมักจะได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรม สังคม ที่แตกต่างกัน สีแต่ละสีจึงมีความหมายและสามารถเชื่อมโยงกับความรู้สึกของผู้คนในงานออกแบบได้ต่างกัน โดยที่

สีแดง เป็นสีที่มีความหมายทางการสื่อสารที่หลากหลายมากที่สุด เพราะเป็นสีที่ใกล้เคียงไฟ สามารถเป็นตัวแทนของความ อบอุ่น หรือ อันตราย ได้ในเวลาเดียวกัน แต่ในอีกแง่หนึ่งสีแดงก็บ่งบอกถึงอารมณ์ความรู้สึกที่มีพลังมีชีวิตชีวา นอกจากนั้นสีแดงยังมีความหมายไปในทางลบคือการใช้ความรุนแรง

สีส้ม เป็นสีที่สื่อถึงความอบอุ่นได้อีก ๑ สี และความหมายในแง่อื่นๆคือ ความคิดสร้างสรรค์ ความเป็นมิตร และอารมณ์ความรู้สึกที่ทำให้ผู้คนที่มองเห็นแล้วรู้สึกสบายตาสบายใจ

สีเหลือง ความหมายขั้นต้นผู้คนมักจะถึงนึกแสงแดด แต่ความหมายของการสื่อสารที่ลึกซึ้งกว่านั้น คือ ความสุข ความปลื้มปิติ ความสดใสร่าเริง และความสดใหม่ ในแง่ของงานออกแบบสีเหลืองเป็นสีที่ดึงดูดความสนใจของผู้คนได้ดีมากและความรู้สึกที่ได้พบเห็นจะรู้สึกเป็นมิตรและความสนุก

สีเขียว เป็นสีที่บ่งบอกถึงธรรมชาติที่คนทุกคนเข้าใจเหมือนกัน ในแง่ของความหมายนั้นคือ การเจริญเติบโต ความสดใหม่ มีคุณภาพ และ สิ่งที่ดี หรือถ้าใช้ในสินค้าจะสามารถบ่งบอกได้ว่าสินค้านั้นมาจากธรรมชาติ นอกจากนี้ยังเป็นตัวแทนของความมั่งคั่งหรือที่เกี่ยวกับการเงินและความมั่นคง สีเขียวที่ใช้ในงานออกแบบส่วนมากจะเป็นโลโก้ธนาคารและสินค้าอเนกนิค สินค้าเพื่อสุขภาพ หรือธุรกิจทางการเงิน

สีฟ้า เมื่อนึกถึงสีฟ้าเราก็มักจะถึงนึกท้องฟ้าและท้องทะเล แต่ถ้ามองความหมายที่ลึกซึ้งกว่านั้นเปรียบได้กับความสงบ สะอาด และทำให้มีพลังมากขึ้น ในแง่ของการออกแบบ สีฟ้า เป็นสีที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุด เพราะความหมายทางการสื่อสารจะหมายถึง ความมั่นคง ความปลอดภัย และ ภาพลักษณ์ที่ดูเป็นมืออาชีพ

สีม่วง เป็นสีแห่งความหรูหราและมั่งคั่งมีเกียรติ บางประเทศจะใช้สีม่วงเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับพระบรมวงศานุวงศ์ นอกจากนี้ยังมีความหมายเกี่ยวกับความเชื่อทางจิตวิญญาณ ความลึกลับ และศาสนา สีม่วงในการออกแบบส่วนมากจะเป็นเกี่ยวกับเรื่อง แพชั่น ผู้หญิง และสินค้าที่ต้องการความหรูหราน่าเชื่อถือ

สีดำ ความหมายของสีดำตัวแทนแห่งความ ทนสมัย หูหระ และความซับซ้อน ในทางกลับกันความหมายในทางลบคือ ความตาย ความชั่วร้าย หรือความลึกลับ แต่ที่แปลกก็คือในแง่ของการออกแบบมีตราสินค้าหลากหลายชนิดใช้สีนี้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งถ้ามองลึกลงไปอีกแง่หนึ่งก็คือความมั่นคง ความเป็นกลางและเป็นสีที่สามารถสื่อสารได้อย่างง่ายดาย

สีขาว บ่งบอกถึงความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสา ความสะอาด และความเรียบง่าย ในปัจจุบันสีขาวถูกมาใช้ในงานออกแบบสไตล์ Minimal อย่างแพร่หลายเพราะสามารถสื่อสารถึงความเรียบง่ายได้ดี หรือร้านค้ากาแฟที่ทำให้บริเวณร้านเป็นสีขาวเพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกถึงความโปร่งและความสะอาด หากมีการใช้สีให้เหมาะสมกับงานออกแบบแล้วสามารถทำให้งานเหล่านั้นมีพลังทางการสื่อสารได้อย่างดีเยี่ยม และไม่ใช้ในแง่ของการออกแบบอย่างเดียว การตลาด หรือ ภาพลักษณ์ขององค์กร ก็ควรคำนึงถึงเรื่องนี้ด้วย ยกตัวอย่างเช่น สีขาวของ Apple ที่สื่อความหมายของการออกแบบสินค้าที่เรียบง่ายและความสะอาดปลอดภัยเมื่อได้ใช้งาน

สีชมพู ให้ความอ่อนหวาน นุ่มนวล ความรัก ้วยรุ่น ผู้หญิง อ่อนไหว

สีน้ำตาล ให้ความสงบ ความเรียบ ความเป็นผู้ใหญ่ ความเก่าแก่โบราณ ความมีคุณค่า ความเป็นท้องถิ่น บางครั้งสื่อถึงไม้

สีเงินหรือเทา ให้ความรู้สึกถึงสิ่งใหม่ ๆ ทันสมัย มีคุณค่า มีราคา

สีทอง เป็นตัวแทนของความมีคุณค่า ความหรูหรา ราคาแพง

นอกจากนี้ในการเลือกเนื้อสีมาใช้งานเราจะพิจารณาจาก

๑) ความหมายของเนื้อสีแต่ละสี เช่น สีเงิน จะนึกถึงสิ่งใหม่ ความทันสมัย

๒) เลือกเนื้อสีที่อยู่ด้วยกันแล้วดูเหมาะสม และ คำนึงถึงผู้ใช้งาน (User Target) เช่น ถ้าออกแบบงานที่ใช้กับเด็ก ควรเลือกใช้แม่สี เพื่อให้เด็กสังเกตและรับรู้ได้ง่าย

โทนสีของลัคนาที่ใช้ในการออกแบบ

การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน จำเป็นต้องใช้สีโทนต่างๆ เพื่อใช้ตกแต่งพื้นผิวให้สวยงาม และเกิดความน่าสนใจ ดังนั้นการเลือกใช้โทนสีจึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง ผู้วิจัยจึงนำโทนสีในลัคนาซึ่งเป็นโทนสีที่ปรากฏในงานศิลปวัฒนธรรมและใช้ตกแต่งผลิตภัณฑ์หัตถกรรมต่างๆ มาเป็นแนวทางการใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์ โทนสีดังกล่าวประกอบด้วย 5 โทนสี ดังนี้

(๑) **โทนสีเขียว** มีที่มาจากสีของธรรมชาติ ได้แก่ ป่าไม้ ภูเขา อุทยานแห่งชาติ หรือแหล่งทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ ความสดชื่น เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของลัคนาภาคเหนือตอนบน เป็นป่าไม้ ที่ราบสูง และภูเขา ดังภาพที่ ๒๐



ภาพที่ ๒๐ โทนสีเขียว แสดงถึงความเป็นธรรมชาติและ ความอุดมสมบูรณ์
ที่มา : ภาณุพงศ์ จงขานสิทโธ ผู้วิจัย (๒๕๕๗)

(๒) **โทนสีเหลืองทอง** มีที่มาจากสีของความเจริญรุ่งเรืองในศาสนาพุทธ สื่อถึงความมีคุณค่าของศาสนสถานพระพุทธรูปต่างๆ เนื่องจากภาคเหนือตอนบนเป็นพื้นที่ที่ผู้คนมีความเลื่อมใสและศรัทธาในพระพุทธศาสนา ดังภาพที่ ๒๑



ภาพที่ ๒๑ โทนสีเหลืองทอง แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองและความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา
ที่มา : ภาณุพงศ์ จงขานสิทโธ ผู้วิจัย (๒๕๕๗)

(๓) **สีน้ำตาล** มีที่มาจากสีของความเก่าแก่ของโบราณสถาน ภาพจิตรกรรมฝาผนัง และศาสนสถานต่างๆ สื่อถึงความรู้สึกถึงการอนุรักษ์ ความคงอยู่หรือการรักษาไว้ เนื่องจากผู้คนในภาคเหนือตอนบนเป็นผู้ที่มีจิตสำนึกและความห่วงแหนหรือมีกระแสของการอนุรักษ์ค่อนข้างเข้มแข็ง ดังภาพที่ ๒๒



ภาพที่ ๒๒ โทนสีน้ำตาล แสดงถึงความเก่าแก่ ความคงอยู่ และการอนุรักษ์
ที่มา : ภาณุพงศ์ จงขานสิทโร ผู้วิจัย (๒๕๕๗)

(๔) **โทนน้ำตาลแดง** มีที่มาจากสีของความเป็นพื้นถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น และงานหัตถกรรมต่างๆ เช่น หัตถกรรมไม้ ผ้า เครื่องปั้นดินเผา สื่อถึงคุณค่าในความเป็นท้องถิ่น และการสืบทอดมาเป็นระยะเวลายาวนาน ดังภาพที่ ๒๓



ภาพที่ ๒๓ โทนสีน้ำตาลแดงแสดงถึงการสืบทอด ความมีคุณค่า และภูมิปัญญาท้องถิ่น
ที่มา : ภาณุพงศ์ จงขานสิทโร ผู้วิจัย (๒๕๕๗)

(๕) **โทนสีเทา** สื่อถึงคุณค่าด้านความสุข ความมีคุณค่าของงานหัตถกรรมท้องถิ่นประเภทโลหะ เช่น เครื่องเงิน ลวดลายตกแต่งสิ่งก่อสร้างและศาสนสถาน เช่น ลายปูนปั้น นอกจากนี้ยังรวมถึงเครื่องเงินของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ดังภาพที่ ๒๔



ภาพที่ ๒๔ โทนสีเทาแสดงถึงความสุขุม ความสงบ และความน่าเชื่อถือ
ที่มา : ภาณุพงศ์ จงขานสิทโร ผู้วิจัย (๒๕๕๗)

๑๐) อัตลักษณ์ (Identity)

อัตลักษณ์ (Identity) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน คือ identitas เดิมใช้คำว่า idem ซึ่งมีความหมายว่าเหมือนกัน (the same) ดังที่เจนกิน (Jenkins.๑๙๙๖ : ๓-๔) ได้กล่าวไว้ว่าโดยพื้นฐานทางภาษาแล้ว อัตลักษณ์มีความหมายสองนัยยะด้วยกันคือ ความเหมือนและความเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันไป นั่นคือการตีความหมายเหมือนกันบนพื้นฐานของความสัมพันธ์ และการเปรียบเทียบกันระหว่างคนหรือสิ่งของในสองแง่มุม คือ ความคล้ายคลึงและความแตกต่าง อัตลักษณ์มิใช่เป็นสิ่งที่มียู่แล้ว

ในตัวเอง หรือกำเนิดขึ้นมาพร้อมกับคนหรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะของความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา นักวิชาการอีกท่านหนึ่งคือ นัทรนัย ประสานนาม (๒๕๔๙) ระบุว่า อัตลักษณ์ เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเองและการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ไม่มีบันทึกไว้ในพจนานุกรม แต่มาจากภาษาบาลีว่า อตตะ + ลักษณะ โดยที่ “อัตตะ” มีความหมายว่า ตัวตน ของตน ส่วน “ลักษณะ” หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว หากมองเพียงแค่ว่ารูปศัพท์ “อัตลักษณ์” จึงเหมาะสมที่นำมาใช้กับลักษณะเฉพาะตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากกว่า อัตลักษณ์สามารถ แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือ

(๑) อัตลักษณ์ภายนอก คือลักษณะเฉพาะตนที่แสดงออกภายนอก เช่น การแต่งกาย คำพูด อิริยาบถ ศิลปกรรม สิ่งก่อสร้าง ฯลฯ

(๒) อัตลักษณ์ภายใน คือ ลักษณะของตนที่แฝงอยู่ภายใน เช่น ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ความชอบ เป็นต้น

นอกจากนี้ ราชบัณฑิตยสถาน (๒๕๕๐) ได้กำหนดความหมายของ “อัตลักษณ์ (อัต-ตะ-ลัก)” โดยประกอบด้วยคำว่า “อัต (อัต-ตะ)” ซึ่งหมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับคำว่า “ลักษณะ” ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่า “อัตลักษณ์” ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “identity” หมายถึงผลรวมของลักษณะสิ่งใด สิ่งหนึ่ง ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้

ดังนั้น “อัตลักษณ์” หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ หรืออีกความหมายหนึ่งคือสิ่งแสดงความเป็นตัวตนของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม เป็นสิ่งที่มีแบบอย่าง มีลักษณะการแสดงออก และสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนถึงลักษณะเฉพาะตน (Style) ซึ่งลักษณะเฉพาะตนนั้นอาจมีความคล้ายหรือแตกต่างกับของอีกบุคคลหนึ่ง หรืออีกกลุ่มหนึ่ง

อัตลักษณ์ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน

ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความผูกพันและห่วงใยในงานศิลปวัฒนธรรมของตนเอง ความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์นั้น จึงเป็นความสวยงามและมีคุณค่าที่แสดงออกหรือปรากฏอยู่ในงานศิลปวัฒนธรรมเหล่านั้นด้วย อัตลักษณ์ของชาวไทลื้อที่มีคุณค่า สามารถจำแนกได้ดังนี้

(๑) **อัตลักษณ์ด้านศิลปะการแสดง** เป็นความสามารถของบุคคลในการแสดงออก ๒ ลักษณะ คือ ก) วงดนตรีพื้นเมือง และ ข) การฟ้อนรำ โดยที่วงดนตรีพื้นเมืองนั้น เป็นการรวบรวมสมาชิกที่เป็นเยาวชนไทลื้อในชุมชน อายุระหว่าง ๑๐ ถึง ๑๘ ปี มาแสดงออกทางความสามารถด้านดนตรี เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ เครื่องดนตรีเน้นเครื่องเป่าและเครื่องเคาะจังหวะ ความสามารถด้านดนตรีพื้นเมืองนี้สามารถออกแสดง ช่วยเหลืองานต่างๆ ในชุมชน และหมู่บ้านใกล้เคียง จนได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย ส่วนการฟ้อนรำนั้น เป็นลักษณะการฟ้อนรำในจังหวัดที่เข้าประกอบการแต่งกายของชาติพันธุ์ไทลื้อ และใช้สมาชิกวงที่เป็นผู้หญิงล้วน ช่วงอายุระหว่าง ๑๕-๖๐ ปี ดังภาพที่ ๒๕



ภาพที่ ๒๕ อัตลักษณ์ด้านศิลปะการแสดงของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน
ที่มา : สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ (๒๕๕๗)

(๒) **อัตลักษณ์ด้านการบริโภคอาหาร** ชาวไทลื้อบ้านท่ากานมีความสามารถด้านภูมิปัญญาในการรู้จักคิดค้นวิธีแปรรูปและถนอมรักษาอาหารเพื่อเก็บไว้กินได้เป็นเวลานาน เมื่ออาหารนั้นมีปริมาณมากเกินไปเกินความต้องการ หรือผลผลิตบางอย่างสามารถปลูกและหาได้บางฤดูกาลเท่านั้น เช่น หน่อสั้ม(หน่อไม้ดองที่สับเป็นฝอยขนาดเล็ก) หน่อโอ้ (หน่อไม้แช่น้ำเกลือแล้วนำไปต้ม) น้ำปู๋(น้ำที่ได้จากตัวปูนำมาเคี้ยวให้งวดเป็นสีดำ) ถั่วเน่าเมอะ(ถั่วเหลืองหมักกับคดผสมเครื่องปรุงแล้วห่อใบตอง) เป็นต้น วิธีแปรรูปและถนอมรักษาอาหารเหล่านี้ เน้นการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก อีกทั้งอาหารส่วนใหญ่เป็นอาหารที่ไม่มีรสหวาน ไม่มีความมัน รสชาติไม่จัด จึงเป็นอาหารที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภคทุกเพศ ความสำคัญด้านการบริโภคอาหารดังกล่าว ได้มีการรวมกลุ่มกันในหมู่สตรีแม่บ้าน จัดตั้งชมรม ”อนุรักษ์อาหารพื้นเมือง” ขึ้น เพื่อเป็นการอนุรักษ์การทำอาหารพื้นบ้านไทลื้อตามวิถีดั้งเดิมไว้ อีกทั้งเป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาไปสู่คนรุ่นหลัง และยังส่งเสริมให้สตรีแม่บ้านได้มีอาชีพเสริมจากการจัดเลี้ยงอาหารพื้นบ้านสำหรับแขกผู้มาเยือน เนื่องจากเวียงท่ากานเป็นเมืองท่องเที่ยวได้มีโอกาสต้อนรับผู้มาเยือนรวมทั้งนักท่องเที่ยวบ่อยครั้ง ดังภาพที่ ๒๖



ภาพที่ ๒๖ อัตลักษณ์ด้านการบริโภคอาหารของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน
ที่มา : สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ (๒๕๕๗)

(๓) **อัตลักษณ์ด้านการแต่งกาย** ผู้หญิงไทลื้อบ้านท่ากาน เป็นตัวแทนในการแสดงอัตลักษณ์ด้านการแต่งกายของชาติพันธุ์ไทลื้อได้อย่างเด่นชัดมากกว่าผู้ชาย ผ้าและเครื่องประดับเงินยังคงเป็นสิ่ง

สำคัญหลักในเรื่องแต่งกายของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เครื่องแต่งกายชาวไทลื้อบ้านท่ากานไม่นิยมแต่งกายด้วยชุดไทลื้อในวิถีชีวิตประจำวัน แต่นิยมแต่งกายในโอกาสหรืองานสำคัญเท่านั้น เนื่องจากชุดเหล่านี้เมื่อสวมใส่แล้วจะเกิดความไม่สะดวกสบายขณะทำงาน และเกิดความร้อนอบอ้าว โดยที่ผู้หญิงไทลื้อนิยมแต่งกายด้วยชุด ที่มีสีสันหลากสี ในโทนสีแดง ดำน้ำเงิน น้ำตาล ส้ม ซึ่งเป็นโทนสีที่ไม่ฉูดฉาดมากนัก จุดเด่นอยู่ที่สีที่ตัดกัน ลวดลายผ้าบนเสื้อและผ้าถุง (ผ้าซิ่น) เกิดจากการใช้เส้นตรงแนวนอน แนวเฉียง มาจัดองค์ประกอบให้สวยงาม ส่วนศีรษะนิยมตกแต่งโดยการใช้ผ้าโพกศีรษะ และปิ่นปักผม ซึ่งผ้าโพกศีรษะนี้ น่าจะมีประโยชน์ในการช่วยเก็บผมให้เรียบร้อยและความสวยงามควบคู่กัน ส่วนผู้ชายไทลื้อนิยมแต่งกายด้วยสีโทนเข้มกว่า แต่ยังเป็นโทนสีที่ไม่ฉูดฉาดเช่นกัน ส่วนศีรษะนิยมโพกผ้าเช่นเดียวกับกับผู้หญิง แต่จะแตกต่างกันตรงที่ผู้ชายไทลื้อบางคนอาจมีผ้าพาดบ่า และสะพายย่าม เพื่อตกแต่งให้สวยงามเพิ่มขึ้น ดังภาพที่ ๒๗



ภาพที่ ๒๗ อุตลักษณ์ด้านการแต่งกายของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน

ที่มา : : บันทึกภาพโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทโร (ผู้วิจัย) วันที่ ๑๕ ตุลาคม ๒๕๕๘

(๔) อุตลักษณ์ด้านภาษาพูด

ชาวไทลื้อบ้านท่ากานมีภาษาที่ใช้พูดสื่อสารในชีวิตประจำวัน ที่เรียกว่า “ภาษายอง” ซึ่งเป็นภาษาถิ่นดั้งเดิม และยังคงใช้กันอยู่จนถึงปัจจุบัน โดยที่ภาษาพูดที่เป็นสระเอี้ย จะออกเสียงเป็นสระเอ เช่น คำว่า “เมี้ย” จะออกเสียงเป็น “เม” สระอัว จะออกเสียงเป็น สระโอ เช่น คำว่า “หัว” จะออกเสียงเป็น “โห” เป็นต้น

อักษร “ร” นิยมใช้ “ล” และ “ฮ” แทน เช่น คำว่า “เรื่อง” จะออกเสียงเป็น “เล็ง” คำว่า “เรื่อน” จะออกเสียงเป็น “เฮิน” เป็นต้น นอกจากนี้ ไม่นิยมออกเสียงคำควบกล้ำ เช่น คำว่า “เกลือ” จะออกเสียงว่า “เก้อ” ซึ่งเสียงพูดเหล่านี้จะเป็นเสียงต่ำ ฟังแล้วให้ความรู้สึกหนักแน่น มีพลัง

(๕) อุตลักษณ์ด้านประเพณีทางวัฒนธรรม

ชาวไทลื้อบ้านท่ากานมีประเพณีทางวัฒนธรรมประจำปี ซึ่งเป็นสิ่งควบคู่กับวิถีชีวิตอย่างต่อเนื่อง เป็นวัฒนธรรมที่มีการทำพิธีกรรมตามความเชื่อด้านต่างๆ ตามแบบแผนโบราณ อุตลักษณ์ด้านประเพณีทางวัฒนธรรม สามารถจำแนกได้ดังนี้

ก) พิธีทานข้าวใหม่ (พิธีทำบุญถวายข้าวใหม่) ซึ่งเป็นประเพณีมีมาแต่โบราณในสมัยพุทธกาล เป็นการแสดงออกถึงความเคารพนับถือ และรำลึกถึงบุญคุณของ “ข้าว” ซึ่งเป็นอาหารหลักของผู้คนในชุมชน พิธีทานข้าวใหม่ตรงกับเดือนธันวาคม

ข) ประเพณีปีใหม่เมือง หรือประเพณีสงกรานต์ ตรงกับช่วงวันที่ ๑๐ - ๑๖ เมษายนของทุกปี เป็นประเพณีที่แสดงออกถึงความกตัญญูต่อผู้ใหญ่หรือผู้มีพระคุณ ความเคารพเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา ความร่มเย็น ความสนุกสนาน และโชคลางต่างๆ

ค) ประเพณีเดือนเก้า ซึ่งตรงกับเดือนพฤษภาคมของทุกปี เป็นงานประเพณีสร้างน้ำพระและวัตถุโบราณของวัดท่ากาน และหม้อโถลายคราม พร้อมกับพระพุทธรูปทองคำอายุกว่า ๑,๐๐๐ ปี ซึ่งขุดพบในโบราณสถานเวียงท่ากาน รวมทั้งวัตถุโบราณหลายชนิด เป็นประเพณีที่แสดงออกถึงความศรัทธา ความเชื่อในโชคลาง ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุและสถานที่อันศักดิ์สิทธิ์

ง) ประเพณีเลี้ยงผี คำว่า “ผี” ในความหมายตามความเชื่อของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน นั้น มิได้หมายถึงภูติผีปิศาจที่น่ากลัว หากแต่มีความหมายว่า “บรรพบุรุษ” ของตนเองซึ่งได้แก่ ปู่ ย่า ตา ยาย ผู้ซึ่งล่วงลับไปแล้ว จนเกิดความหมายใหม่ที่เรียกขานกันโดยทั่วไปว่า “ผีบรรพบุรุษ” เป็นผู้ที่คอยปกป้องรักษาผู้คนในหมู่บ้านให้มีความสุข ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ ประเพณีการเลี้ยงผีจึงเป็นความเชื่อในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ระหว่าง “ผู้มีชีวิต” กับ “ผู้ล่วงลับ” ไปแล้ว ประเพณีการเลี้ยงผีจะทำโดยการนำอาหารชนิดต่างๆ มาเช่นไหว้ เพื่อเป็นสิ่งที่แสดงถึงการเคารพบูชา ประเพณีการเลี้ยงผีจะกระทำในเดือนเก้าเหนือ คือประมาณเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม

จ) ประเพณีเดือนสิบเหนือ เป็นประเพณีสิ้นสุดของพิธีกรรมต่างๆของชาวไทลื้อ ประเพณีเดือนสิบเหนือตรงกับเดือนกรกฎาคม จากนั้นก็เข้าสู่เทศกาลเข้าพรรษา ซึ่งเป็นประเพณีการรักษาศีลปฏิบัติธรรมของชาวไทลื้อ กิจกรรมในช่วงก่อนเข้าพรรษา จะมีการแห่เทียนพรรษาถวายวัดโดยหน่วยงานและองค์กรต่างๆ รวมทั้งโรงเรียนและผู้คนในบ้านท่ากาน

ฉ) ประเพณีตานก๋วยสลาก (สลากภัต) คำว่า “ก๋วย” มาจากคำว่า “ตะกร้า” ส่วนคำว่า “สลาก” มาจากคำว่า “ฉลาก” ประเพณีตานก๋วยสลากของชาวไทลื้อหมายถึงการนิมนต์พระภิกษุจากวัดต่างๆ ในระแวกใกล้เคียง มาที่วัดในหมู่บ้านของตนเอง เพื่อทำการจับฉลาก ซึ่งในใบฉลากนั้นจะมีชื่อของผู้คนในหมู่บ้าน เมื่อพระภิกษุรูปใดจับฉลากได้ของชาวบ้านในชุมชน พระภิกษุรูปนั้นก็เดินลงไปรับสิ่งของ ของชาวบ้านผู้นั้นที่นำมาถวาย สิ่งของเหล่านั้นจะบรรจุอยู่ในตะกร้าซึ่งประกอบด้วยสิ่งของหลายชนิด ทั้งของใช้และอาหาร จึงเป็นที่มาของคำว่า “ตานก๋วยสลาก” ประเพณีตานก๋วยสลากจึงเป็นจะทำในเดือนเกียงเหนือหรือก่อนออกพรรษา ตรงกับเดือนกันยายนถึงตุลาคม

ช) ประเพณีเดือนยี่เป็ง หรือลอยกระทง ตรงกับเดือนพฤศจิกายน ซึ่งในชุมชนบ้านท่ากานจะจัดงานประเพณียี่เป็งขึ้นอย่างยิ่งใหญ่ เพราะชุมชนบ้านท่ากานมีโบราณสถานเป็นสถานที่จัดงาน โดยมีการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับจังหวัดถึงระดับประเทศ ประเพณีเดือนยี่เป็งของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน

นอกจากเป็นประเพณีที่ล่อยกระหนงในแม่น้ำเช่นเดียวกับชุมชนอื่น แล้วยังเป็นประเพณีที่เน้นให้เห็นความสำคัญและควมมีคุณค่าของโบราณสถานเวียงท่ากานอีกด้วย

(๖) อัตลักษณ์ด้านความเชื่อ

ความเชื่อของชุมชนไทลื้อบ้านท่ากานมีหลายรูปแบบโดยยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ มีการสืบทอดมาตั้งแต่โบราณถึงปัจจุบัน โดยมีพิธีกรรมต่างๆด้านความเชื่อดังนี้

ก) พิธีถามเมื่อ (พิธีถามหมอดู) หมายถึงการที่บุคคลในครอบครัวหรือใครป่วยหรือมีอันเป็นไปต่างๆ โดยไม่ทราบสาเหตุ เมื่อนำส่งโรงพยาบาลแล้วทางญาติมักจะมีเชื่อเรื่องของไสยศาสตร์ จึงไปถามเมื่อหรือการทรงเจ้าเพื่อถามถึงเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งร่างทรงหรือผีเจ้านายก็จะทักถึงเรื่องต่างๆเพื่อหาทางแก้ไข บางทีโรคภัยก็หาย (แล้วแต่ความเชื่อของแต่ละบุคคล)

ข) พิธีตานข้าว (พิธีถวายสะพาน) หมายถึงการที่มีคนในครอบครัวหรือผู้เฒ่าผู้แก่ ป่วยหนักอาจกำลังจะเสียชีวิตหรือไม่เสียชีวิต จึงมีพิธีกรรมตานข้าว ซึ่งหมายถึงการส่งให้จิตของคนป่วยหนัก หากหมดลมหายใจก็ให้ข้ามไปสู่ภพหน้าอย่างสงบ หากจะฟื้นก็ให้กลับมา มีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ดังเดิม โดยมีการนิมนต์พระสงฆ์เป็นผู้กระทำพิธีให้

อัตลักษณ์ด้านความเชื่อของชาวไทลื้อ เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างบุคคล สิ่งของ กับสิ่งที่มองไม่เห็น หรือเป็นการเชื่อมโยงจากสิ่งที่เป็นรูปธรรมกับนามธรรมเข้าอย่างกลมกลืน

สรุป อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่แสดงลักษณะความเป็นตัวตนของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผ่านการมองจากบุคคลอื่น อัตลักษณ์จำแนกเป็น ๒ ลักษณะ อัตลักษณ์ที่เป็นนามธรรม และอัตลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม อัตลักษณ์มีการเปลี่ยนแปลงตามบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ชาวไทลื้อบ้านท่ากานมีอัตลักษณ์ของตนเองอย่างเด่นชัด ที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลหลักเพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม

๑๑) การมีส่วนร่วมของชุมชน

จินตวีร์ เกษมสุข (๒๕๕๘ : ๔) อธิบายเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างน่าสนใจว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิด ริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบต่อตัวประชาชนเอง การมีส่วนร่วมเป็นการร่วมมือของประชาชน ไม่ว่าจะปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มคนที่เห็นพ้องต้องกันและเข้า มาร่วมรับผิดชอบเพื่อดำเนินการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ต้องการ กระทำผ่านกลุ่มหรือองค์การ เพื่อให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์ การมีส่วนร่วมเป็นการเปิดโอกาสให้บุคคล ได้มีส่วนช่วยเหลือระหว่างกัน ด้วยจิตใจและอารมณ์ของ แต่ละบุคคลในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติงานและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อส่วนรวมในการบริหารจัดการ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายของสังคม

ความหมายของการมีส่วนร่วมเป็นความหมายที่กว้างเกี่ยวข้องกับบุคคลในทุกระดับทุกส่วน ดังที่องค์การสหประชาชาติได้กำหนดความหมายไว้เพื่อการดำเนินงานขององค์การว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การ เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นสังคมเล็ก หรือสังคมขนาดใหญ่ ได้มีส่วนช่วยเหลืออย่างเต็มที่ ต่อสังคมนั้นๆ อันได้แก่ การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เช่น การพิจารณาปัญหา การตั้ง นโยบาย การตัดสินใจ ประเด็นสำคัญต่างๆ เกี่ยวกับการพัฒนาประชาชาติและการประเมินความต้องการของ สังคมนั้นๆ

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น จึงหมายถึง การเปิดโอกาสให้ผู้นำชุมชนได้มีส่วนช่วยเหลือกัน ตั้งแต่ การวางแผน การบริหารงบประมาณ การดำเนินการ และการติดตามและประเมินผล ดังนั้น ผลสำเร็จของการ พัฒนาจึงขึ้นอยู่กับ การสนับสนุนของประชาชนและการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริง โดยประชาชน ต้องรู้ว่าพวกตนต้องการอะไรเพื่อการพัฒนาของตนเอง

รูปแบบของการมีส่วนร่วม

การที่ประชาชนภายในพื้นที่มีการรวมกลุ่มในรูปของประชาคมหรือชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดที่สนับสนุน ความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหา ซึ่งการแก้ไขปัญหาที่จำเป็นต้องมีความร่วมมือทำพร้อมๆ กันในทุกระดับ ต้องระดมทุกองค์ประกอบในสังคม โดยเฉพาะชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเป็นชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ด้วยตนเอง

รูปแบบของการมีส่วนร่วมที่ดำเนินอยู่โดยทั่วไป สามารถสรุปได้เป็น ๔ รูปแบบ คือ

(๑) การรับรู้ข่าวสาร (Public Information) ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับการ แจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของโครงการที่จะดำเนินการ รวมทั้งผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งนี้ การได้รับ แจ้งข่าวสารดังกล่าวจะต้องเป็นการแจ้งก่อนที่จะมีการตัดสินใจดำเนินโครงการ

(๒) การปรึกษาหารือ (Public Consultation) เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่มีการจัดการหารือระหว่างผู้ดำเนินการโครงการกับประชาชนที่เกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความเข้าใจในโครงการและกิจกรรมมากขึ้น

(๓) การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Meeting) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนและฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรม และผู้มีอำนาจตัดสินใจในการทำโครงการหรือกิจกรรมนั้นได้ใช้เวทีสาธารณะในการทำความเข้าใจ และค้นหาเหตุผลในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมในพื้นที่นั้น ซึ่งมีหลาย รูปแบบ ได้แก่

ก) การประชุมในระดับชุมชน (Community Meeting) โดยจัดขึ้นในชุมชนที่ได้รับผลกระทบ จากโครงการ โดยเจ้าของโครงการหรือกิจกรรมจะต้องส่งตัวแทนเข้าร่วม เพื่ออธิบายให้ที่ประชุมทราบถึง ลักษณะโครงการและผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นและตอบข้อซักถาม

ข) การประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ (Technical Hearing) สำหรับโครงการที่มีข้อโต้แย้งในเชิงวิชาการ จำเป็นจะต้องเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจากภายนอกมาช่วยอธิบายและให้ความเห็น ต่อโครงการ ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมต้องได้รับทราบผลดังกล่าวด้วย

ค) การประชาพิจารณ์ (Public Hearing) เป็นเวทีในการเสนอข้อมูลอย่างเปิดเผยไม่มีการปิดบัง ทั้งฝ่ายเจ้าของโครงการและฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากโครงการ ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบของผู้เข้าร่วมที่เป็นที่ ยอมรับ มีหลักเกณฑ์และประเด็นในการพิจารณาที่ชัดเจน และแจ้งให้ทุกฝ่ายทราบทั่วกัน

(๔) การร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นเป้าหมายสูงสุดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งประชาชนจะมีบทบาทในการตัดสินใจได้เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของคณะกรรมการที่ เป็นผู้แทนประชาชนในพื้นที่

ลักษณะที่สำคัญของการมีส่วนร่วมสามารถจำแนกได้ 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

(๑) มีส่วนร่วมในการคิด ศึกษา และค้นคว้า หาปัญหาและสาเหตุของปัญหาตลอดจนความต้องการของ ชุมชน

- (๒) มีส่วนร่วมในการวางนโยบาย หรือแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม เพื่อลดและแก้ไขปัญหา
- (๓) มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย
- (๔) มีส่วนร่วมในการควบคุม ติดตาม และประเมินผลการทำงาน

การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมจำเป็นต้องใช้วิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมในการนำพา ข่าวสารจากหน่วยงานภาครัฐบาลหรือเอกชน ไปสู่ประชาชนผู้เป็นเป้าหมาย สิ่งสำคัญในการกระตุ้นและสร้าง แรงจูงใจให้ประชาชนหรือชุมชนได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการสื่อสารนั้น ต้องอาศัย กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เพราะถือว่าเป็นส่วนช่วยให้กระบวนการติดต่อสื่อสารสัมพันธ์หรือ แลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างสมาชิกในสังคมเป็นไปได้โดยสะดวกขึ้น กล่าวคือ ประชาชนมีส่วนร่วมใน กระบวนการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมพัฒนาชุมชน ให้มีความเข้มแข็งเพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนสู่การแก้ไขปัญหาของ สังคมและประเทศชาติได้

สรุป การมีส่วนร่วมของชุมชนหมายถึงการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น พุดคุย ดำเนินการ วิเคราะห์ วางแผน หรือแสดงออกในลักษณะต่างๆ เพื่อนำไปสู่จุดหมายเดียวกัน สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากานนี้ จำเป็นต้องให้ชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการออกแบบ และแสดงความคิดเห็น ต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการ

๒.๒ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีรากฐานจากวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังรายละเอียดต่อไปนี้คือ

ปานฉัตร อินทร์คง (๒๕๕๕) ได้รายงานวิจัยเรื่อง “**ต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม : การออกแบบเพื่อสื่อเอกลักษณ์พื้นถิ่นจากงานจิตรกรรมฝาผนังไทย**” ผลการวิจัยพบว่า ภาพจิตรกรรมฝาผนังในภาคเหนือและภาคกลาง เป็นสื่อการเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมจากการแสดงออกด้านการดำเนินชีวิต ค่านิยม สังคม สิ่งแวดล้อมในอดีต และยังเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นด้วย โดยการสร้างสรรค์ผ่านชิ้นงานผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะร่วมสมัยจากรูปแบบที่ผสมผสานวัสดุหลายอย่างร่วมกัน การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มีการนำเรื่องราวของภาพจิตรกรรมฝาผนังมาใช้เขียนบนผลิตภัณฑ์ต้องสามารถใช้สอยได้จริง มองเห็นได้ชัดเจน เป็นภาพวิถีชีวิตชาวบ้าน ที่สื่อได้ง่ายด้วยภาพจิตรกรรมไทย ที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของภาคเหนือและภาคกลางจากการแต่งกายและการดำเนินชีวิต

สำหรับงานวิจัยที่น่าสนใจอีกเรื่องหนึ่งของ ปานฉัตร อินทร์คง (๒๕๕๖) คือ “**การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าม้งและเย้า**” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าทั้ง ๒ นี้ ต้องนำอัตลักษณ์ด้านการแต่งกายในลักษณะการสวมใส่ชุดประจำเผ่าเต็มรูปแบบ โดยการวาดหรือพิมพ์ลงบนผลิตภัณฑ์ที่ระลึก กระเป๋า และเสื่อยี่ต ร่วมกับการปักผ้าและการใช้การจัดวางตามหลักองค์ประกอบศิลปะ เพื่อให้เกิดความงามเชิงสุนทรียศาสตร์ เกิดเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกแบบใหม่ที่ผสมการพิมพ์และการปักร่วมกัน การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า จึงคำนึงถึงความต้องการซื้อและประโยชน์ใช้

สอยของนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยพิจารณาด้านรูปแบบและลวดลาย วัสดุในการผลิต สี สัน ความสัมพันธ์ของวัสดุและองค์ประกอบ การทำหน้าที่ด้านการใช้สอย และการทำหน้าที่ในการสื่ออัตลักษณ์ชนเผ่า เพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบัน และส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย

งานวิจัยทางด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ ทรงคุณ จันทจร (๒๕๕๒) ซึ่งได้รายงานวิจัยเรื่อง **“คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้”** ผลการวิจัยพบว่าแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นเหมาะกับยุคสมัยในปัจจุบัน สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย พยายามลดต้นทุนในการผลิตด้วยการเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยไม่ทำให้คุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง มีการส่งเสริมอาชีพให้กับคน ในท้องถิ่น เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย มีการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์สาธิตกระบวนการ การผลิต การจัดนิทรรศการและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ภายในท้องถิ่น เพื่อเป็นแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับผู้เยี่ยมชม

ส่วนงานวิจัยทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ ขาม จาตุรงค์กุล, (๒๕๕๐) ได้รายงานวิจัยเรื่อง **“เขียนหมากอีสานและการประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม กรณีศึกษาในอีสานตอนกลาง”** ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายที่ตกแต่งผลิตภัณฑ์มักมีความเป็นงานพื้นบ้านสูง คือ ไร่แบบแผน แต่มีเอกลักษณ์ เรียบง่าย แต่มีความทนทาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ ต้องพิจารณาถึงการใช้งาน วัสดุกรรมวิธีการผลิตแบบใหม่ๆ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้สนใจ ทั้งในเชิงวัฒนธรรมและเชิงการออกแบบ ได้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในโอกาสต่อไป

นอกจากนี้ วิไลภา กาศวิเศษ (๒๕๕๓) ได้รายงานวิจัยเรื่อง **“การพัฒนาลวดลายเพื่องานออกแบบจากอิทธิพลศิลปกรรมบ้านเชียง”** ผลการวิจัยพบว่าปัจจุบันเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง นอกจากจะเป็นสินค้าที่เป็นทั้งของฝากและของที่ระลึกของผู้มาเยือนแล้ว ยังเป็นสินค้า OTOP ประจำท้องถิ่นของชุมชนบ้านเชียง นอกจากนี้คุณลักษณะเด่นของเครื่องปั้นดินเผาทั้งรูปทรงและลวดลาย สามารถพัฒนาและนำไปประยุกต์ใช้ในงานออกแบบและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้า รวมไปถึงการสื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของประเทศชาติอีกด้วย

สำหรับนักวิจัยดังเช่น สรวพร กุศลส่ง และคณะ (๒๕๕๔) ได้รายงานวิจัยเรื่อง **“การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระต๊ากใบมะขาม”** ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่ง เช่น แผ่นไม้ ดินสอ และวัตถุทางศิลปะ เช่น พวงกุญแจ ความต้องการในการพัฒนารูปแบบของที่ระลึกพบว่า สินค้าประเภทของที่ระลึกควรมีราคาถูก ทันสมัย แต่สิ่งที่ควรปรับปรุงคือ บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สำหรับการส่งเสริมความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น พบว่าผู้รับการอบรมสนใจการประดิษฐ์สมุดโน้ต กล้องใส่ของ โคมไฟ เป็นต้น

งานวิจัยที่น่าสนใจของ จุรีวรรณ จันทพล และคณะ (๒๕๕๔) ที่ให้ความสำคัญกับ **“การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์** ผลการวิจัยพบว่า ผ้าทอและเครื่องแต่งกายของชาวไทยทรงดำถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำที่มีเอกลักษณ์ในการใช้ผ้าสีดำในการนุ่งห่มทั้งในชีวิตประจำวันและการประกอบพิธีกรรม จนเป็น

เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวไทยทรงดำ โดยชาวไทยทรงดำนิยมใช้ผ้าพื้นสีดำทอขึ้นอย่างง่าย ๆ มีสีสันและลวดลายบ้าง โดยลวดลายของผ้าทอไทยทรงดำที่ปรากฏบนผืนผ้าสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ความผูกพัน ตลอดจนความเป็นมาของวัฒนธรรม หรือเหตุการณ์ที่สำคัญๆทางประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อวิถีการดำรงชีวิต จึงทำให้ผู้ทอผ้าเกิดแรงบันดาลใจที่จะนำสิ่งเหล่านั้น มาถ่ายทอดเป็นลวดลายบนผ้าทอไทยทรงดำ ซึ่งจากการศึกษาลวดลายผ้าไทยทรงดำพบว่าลวดลายต่างๆ ได้สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและมีบางลวดลายได้คิดค้นมาใหม่ และมีการปรับประยุกต์เพื่อให้เข้ากับสมัยปัจจุบันมากขึ้นแบ่งได้ ๓ ประเภทคือ ลายพืช ลายสัตว์ และลายผสมอื่นๆ ในส่วนของการสื่อความหมายในการใช้สีในการทอผ้าและประดับตกแต่งของชาวไทยทรงดำ ซึ่งแต่ละสีมีความหมายแตกต่างกัน โดยเฉพาะสีครามเข้มหรือสีดำซึ่งเป็นสีหลักของผืนผ้าและการใช้งานของชาวไทยทรงดำ โดยสื่อความหมายว่าเกิดจากการเก็บกตที่ต้องพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอนมาเป็นชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย

การสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ อันดับแรกผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบโดยทั่วไปที่สำคัญคือ ประโยชน์ใช้สอย (Function) ซึ่งต้องพิจารณาทั้งในส่วนของประโยชน์ใช้สอยด้านจิตใจ (Psychological Function) โดยการทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความพึงพอใจหรือถูกใจ เช่น การมีลวดลายสีสันที่สะดุดตาน่าสนใจ มีมูลค่ามากกว่าราคาที่ตั้งไว้ และมีคุณภาพ ๓) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยที่ลวดลายหลักที่ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์คือ ลายดอกพรม ลายชอกูด และลายดอกมะลิ โดยนำลวดลายดังกล่าวมาประยุกต์ใหม่ ให้มีความทันสมัยขึ้น แต่ยังคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายเดิมไว้

งานวิจัยที่น่าสนใจอีกเรื่องหนึ่งของ รจนา จันทราสา และคณะ (๒๕๕๓) ที่วิจัยเรื่อง **“การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใบหญ้าแฝก”** ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใบหญ้าแฝกนั้นใช้หลักการสำคัญโดยนำหญ้าแฝกมาใช้สลับกันไปมา ร่วมกับวัสดุอื่นเพื่อเป็นโครงสร้างโดยจะใช้หุ่นหรือไม่ใช้หุ่นก็ได้ การสานนั้นมึรูปแบบต่างกันไป ทั้งที่แตกต่างด้วยลักษณะของแบบลายและวัสดุที่ใช้ในการสาน ในด้านลวดลายที่สานนั้น ส่วนมากจะสานลายใดก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม เช่น อาจจะใช้ลายธรรมดา เพื่อให้เกิดความแข็งแรงทนทานและความสะดวกในการสานการสานลวดลายทั้งหลายนั้นจะต้องให้การขัดกันเพื่อให้วัสดุที่สานนั้นยึดตัวขัดกันคงรูปอยู่ได้เป็นหลัก ซึ่งมีรูปทรงต่างๆหลายลาย ไม่ว่าจะเป็นลายขัดธรรมดาหรือลายสอง ลายสามหรือลายอื่นๆก็ตาม การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝก ให้มีความสวยงามเหมาะสมกับความต้องการของตลาด ซึ่งรูปแบบของเก้าอี้โยกที่ออกแบบและพัฒนานั้นมีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต มีความสวยงามและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด

และสุดท้ายงานวิจัยของ วาสนา เจริญวิเชียรฉาย (๒๕๕๑) ที่ได้ดำเนินการ **“ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา กระดาษสับปะรด และกระดาษตะขบ”** ผลการวิจัยดังกล่าวพบว่า ควรใช้กระดาษสา กระดาษสับปะรด และกระดาษตะขบ เป็นวัสดุหลักในการออกแบบ การกำหนดลักษณะลาย การกำหนดสีให้สวยงามตามธรรมชาติ โดยใช้สีของกระดาษ ตามที่ผลิตขายอยู่ในท้องตลาด สร้างสรรค์ลวดลายในผลงานออกแบบขึ้นเดียวกันโดยผสมผสานกระดาษทั้งสามชนิดหรือสองชนิด โดยออกแบบ รูปภาพ กรอบรูป สมุดโน้ต และกล่องใส่ซอง เป็นภาพดอกไม้ แนวผสมผสานเชิงสร้างสรรค์

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเป็นลำดับขั้นตอนเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของงานวิจัยที่วางไว้ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังรายละเอียดต่อไปนี้ คือ

๓.๑ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

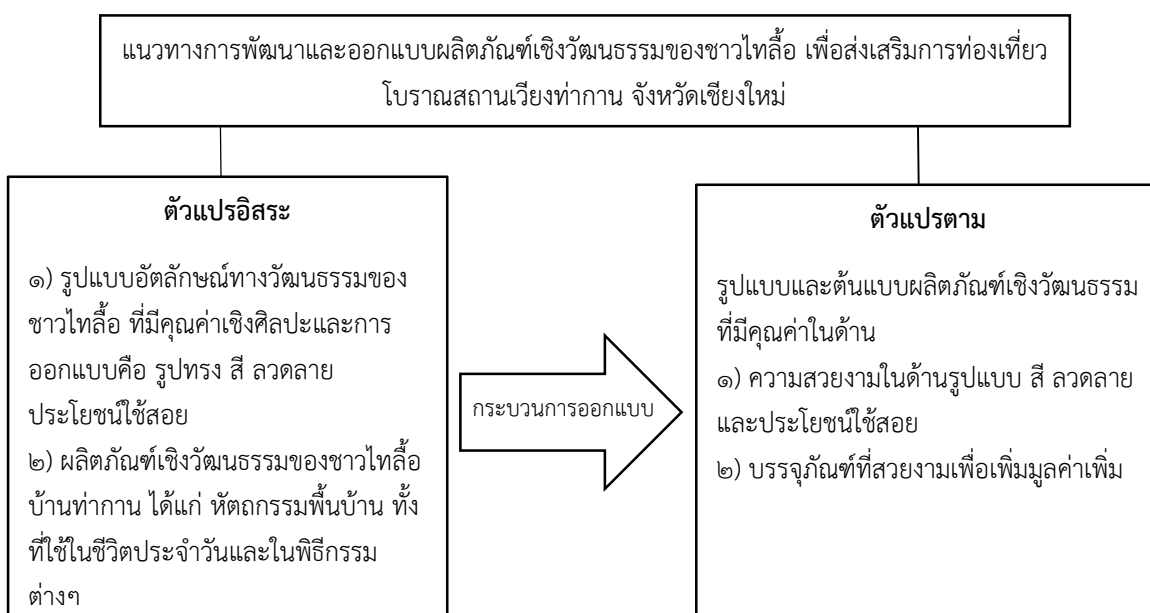
๑) ประชากร ในการศึกษาคั้งนี้ คือ บุคคลต่างๆ ได้แก่ ผู้นำชุมชน พระสงฆ์ ผู้ใหญ่บ้าน ชาวบ้าน ฯลฯ ที่อาศัยอยู่ภายในชุมชนโดยรอบโบราณสถานเวียงท่ากานที่สามารถให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบริบทต่างๆ ของชุมชนและโบราณสถานเวียงท่ากาน ได้เป็นอย่างดี ซึ่งได้แก่ชุมชน ๔ หมู่บ้าน ในเขตปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ชุมชนบ้านท่ากาน หมู่ที่ ๕ ชุมชนบ้านใหม่สามหลัง หมู่ที่ ๘ ชุมชนบ้านกอเกิด หมู่ที่ ๑๐ และ ชุมชนบ้านสันห้า หมู่ที่ ๗

๒) กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดศึกษาจากประชากร ทั้ง ๔ หมู่บ้าน หมู่บ้านละ ๑๐ คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ๔๐ คน

๓.๒ วิธีดำเนินการวิจัย

๑) ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ติดตามประสานงานเบื้องต้นด้วยวาจาจากกับบุคคลซึ่งมีความสำคัญและเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ได้ประเด็นปัญหาที่จะทำวิจัย

๒) สร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยกำหนดเป็นความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรดังนี้คือ



๒) ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลภาคสนามเบื้องต้นในชุมชนไทลื้อ บ้านท่ากาน และโบราณสถาน เวียงท่ากาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อวิเคราะห์ปัญหาหารวมทั้งความเป็นไปได้ ในการทำวิจัย และเตรียมจัดทำเอกสารเชิงหลักการ (Concept Paper)

๓) สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ คือแบบสัมภาษณ์และแบบสังเกตการณ์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบกึ่งมีโครงสร้าง แล้วนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ที่คัดเลือกไว้ และจัดเวทีชาวบ้าน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการ แสดงความคิดเห็น และความต้องการในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยว

๔) นำข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีชาวบ้านและข้อมูลภาคเอกสารมาวิเคราะห์ข้อมูลความ ต้องการของชุมชน เพื่อจำแนกชนิดของผลิตภัณฑ์ หาแนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิง วัฒนธรรมรูปแบบต่างๆ

๕) วิเคราะห์ข้อมูลและดำเนินการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบร่าง ผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดผนวกลงไปในงาน ผลิตภัณฑ์ จากนั้นจึงให้ผู้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแบบร่างและการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ และการทำบรรจุภัณฑ์

๖) นำรูปแบบผลิตภัณฑ์ ต้นแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนาและ ออกแบบแล้วโดยผู้คนในชุมชน แล้วให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวเป็นผู้ประเมินความพึงพอใจอีกครั้งหนึ่ง

๓.๓ เครื่องมือในการวิจัย

๑) แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างและกึ่งมีโครงสร้าง โดยผู้วิจัยใช้แนวทางการสร้างเครื่องมือ การวิจัยของ เกษม สาทิตย์ (๒๕๔๐ : ๑๕๔-๑๕๙) ซึ่งมีสาระสำคัญเกี่ยวกับการสัมภาษณ์อย่างเป็น กันเอง เป็นธรรมชาติ และมีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่าง (บุคคลในชุมชน)

๒) กล้องบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว เพื่อบันทึกภาพวิถีชีวิต อัตลักษณ์ทาง วัฒนธรรม อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม รวมถึงจัดเวทีการมีส่วนร่วมของชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน ใน การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๑) ติดต่อประสานงานกับบุคคลสำคัญของชุมชนไทลื้อ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน บ้าน ท่ากานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นตัวแทนประสานงานกับ กลุ่มตัวอย่าง เพื่อนัดหมายเวลา สำหรับการขอ อนุญาตเข้าสัมภาษณ์ และจัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตามวัน เวลา ที่กำหนดไว้

๒) เดินทางไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ คน โดยวิธีการสัมภาษณ์ เชิงลึก การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การประชุม ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของไทลื้อบ้านท่ากานด้านต่างๆ เช่น วิถีชีวิต ความเชื่อ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ฯลฯ โดยทั้งนี้เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมทั้ง บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว

๓) นำข้อมูลจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การประชุม มาวิเคราะห์และหาข้อสรุป แล้วกำหนดเป็นแนวทางการออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม

๔) ประเมินความพึงพอใจของชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ทราบความต้องการ แล้วนำผลการประเมินมาพัฒนาหรือปรับปรุง

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

๑) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของเครื่องมือ คือแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง

๒) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ตามแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลของ องอาจ นัยวัฒน์ (๒๕๕๑ : ๒๒๔-๒๒๘) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากเนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งมีสาระสำคัญเกี่ยวกับการตีความข้อมูล เพื่ออธิบายจากปรากฏการณ์

๓) วิเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมของชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน และสรุปให้เห็นเด่นชัด เป็นรูปธรรม

๔) นำข้อมูลที่วิเคราะห์แล้วมาหาแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม โดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน และประเมินผลความพึงพอใจโดยชุมชนและนักท่องเที่ยว

บทที่ ๔

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความในเชิงของศิลปะและการออกแบบ ซึ่งสะท้อนให้เห็นคุณค่าด้านความสวยงาม เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้คือ

๔.๑ รูปแบบอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน จากการศึกษารูปแบบอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน ซึ่งเป็นชุมชนของชาวไทลื้อที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของ อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ นั้น สามารถแยกได้ ๒ ประเด็น คือ

๔.๑.๑ รูปแบบอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน

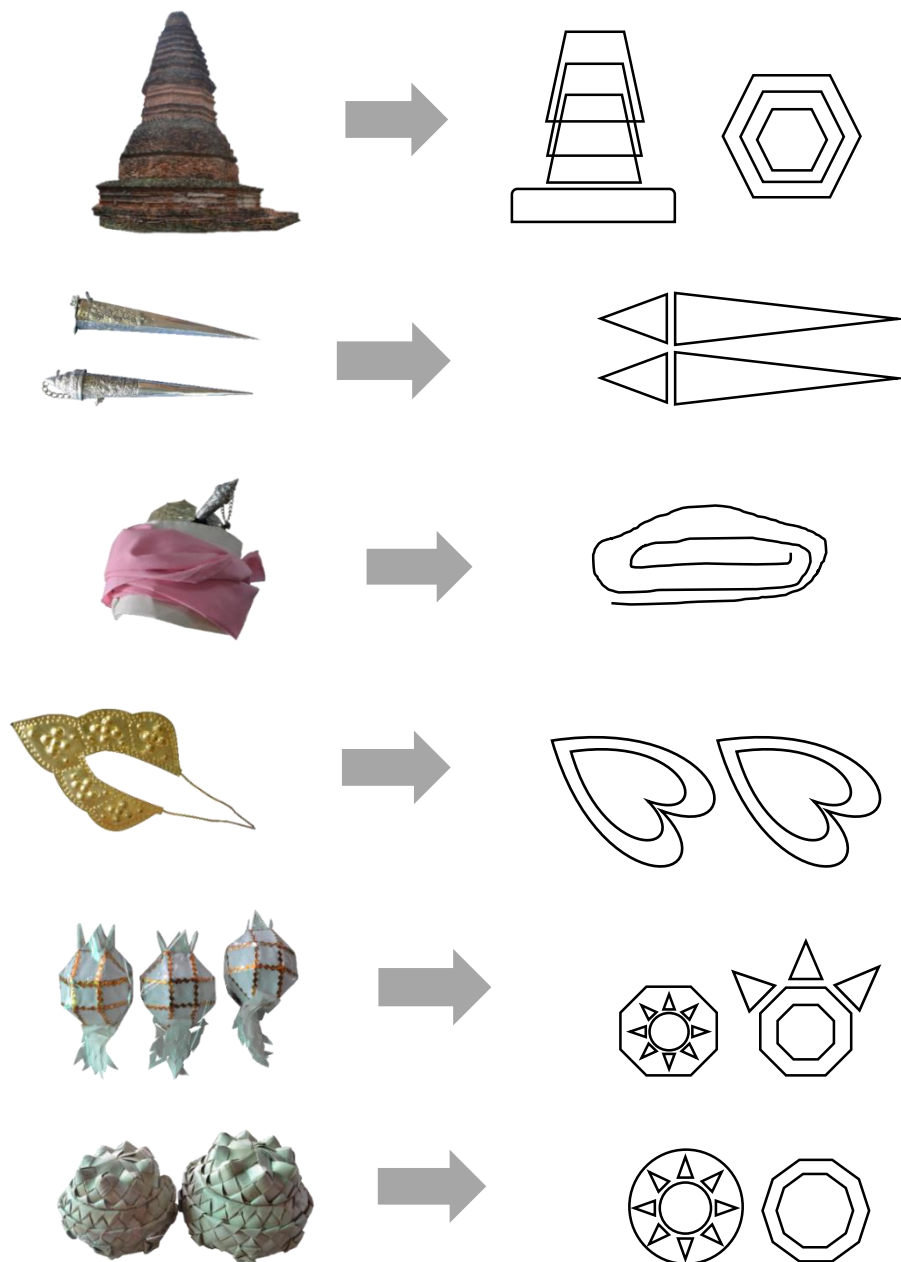
๔.๑.๒ รูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน

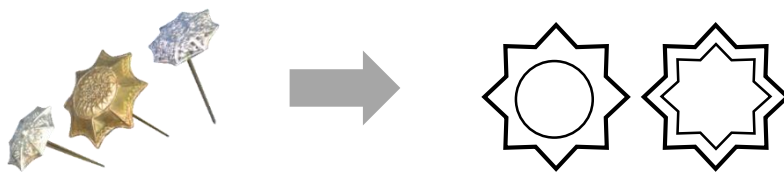
รูปแบบอัตลักษณ์ทั้ง ๒ ประเด็น เป็นสิ่งที่ควบคู่กัน คุณค่าในเชิงศิลปะและการออกแบบ เพื่อนำไปเป็นส่วนสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้คือ

๔.๑.๑ รูปแบบอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบอัตลักษณ์ดั้งเดิมที่มีความคงอยู่ตั้งแต่สมัยอดีตถึงปัจจุบัน แม้ว่าระยะเวลาผ่านไปและมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์เหล่านี้ ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ แต่ก็ไม่ส่งผลให้อัตลักษณ์ดั้งเดิมเหล่านี้สูญหายไปมากนัก เนื่องจากชาวไทลื้อมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงและยอมรับกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น อัตลักษณ์ของชาวไทลื้อจึงมีลักษณะเป็นพลวัตร และพบว่าอัตลักษณ์มีหลากหลายรูปแบบด้วยกันทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม แต่รูปแบบอัตลักษณ์ที่มีคุณค่า ความสวยงาม มีความเด่นชัดในเชิงศิลปะและการออกแบบ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสามารถจำแนกออกเป็น ๓ รูปแบบดังนี้คือ

๑) อัตลักษณ์ของรูปทรง เป็นอัตลักษณ์ของรูปทรงที่มีความเด่นชัดและชาวไทลื้อส่วนใหญ่มีการยอมรับว่าเป็นความโดดเด่น ถึงแม้ว่ารูปทรงนี้จะเป็นรูปทรงที่พบเห็นทั่วไปในวิถีชีวิตของผู้คนในล้านนา แต่ก็ถือว่าการยอมรับร่วมกันว่าเป็นตัวตนของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน อัตลักษณ์ดังกล่าวเป็นความเด่นชัดเรื่องรูปทรง ๒ รูปทรงหลัก คือรูปทรงงานสถาปัตยกรรมและงานหัตถกรรม โดยที่รูปทรงงานสถาปัตยกรรม เป็นรูปทรง หน้าตัด ของเจดีย์ ที่อยู่ในโบราณสถานเวียงท่ากาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวไทลื้อมีความเคารพศรัทธาและผูกพัน ตั้งแต่สมัยอดีตถึงปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากเมื่อมีงานหรือโอกาสสำคัญใดก็ตาม ไทลื้อบ้านท่ากานมักเป็นส่วนหนึ่งหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมภายในบริเวณโบราณสถานอยู่เสมอ ส่วนรูปทรงของงานหัตถกรรมนั้น เกิดจากการคิดค้น การประดิษฐ์จากความรู้และทักษะที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงความเชื่อบางประการที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตประจำวันและพุทธศาสนา ดังเห็นได้จากการทำชิ้นงานหัตถกรรมขึ้นมาจากความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง ที่มีรูปแบบเฉพาะโดยใช้วัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น เช่น รูปทรงของกล่องข้าวที่สานด้วยใบตาล รูปทรงปิ่นปักผม รูปทรงของโคมไฟกระดาษ ฯลฯ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สะท้อนหรือแสดงให้เห็นว่า รูปทรงใดก็ตามที่มีคุณค่าทางจิตใจซึ่งอยู่ควบคู่กับชาวไทลื้อ

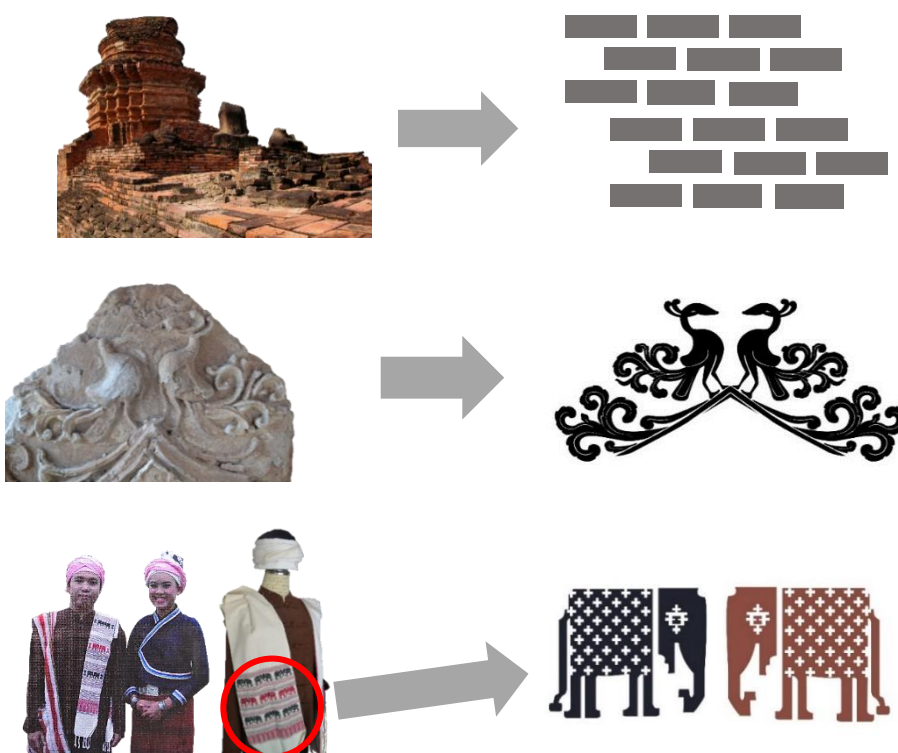
บ้านทำกานหรือชุมชนเวียงทำกานเป็นระยะเวลาานจนเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของชาวไทลื้อนั้น มักจะเกิดความผูกพันกันระหว่างวัตถุกับตัวบุคคล ผนวกกับความตระหนักของชาวไทลื้อ ที่สามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของชาวไทลื้อได้เป็นอย่างดี และหากพิจารณาถึงคุณค่าในเชิงศิลปะแล้วรูปทรงเหล่านี้เป็นรูปทรงเรขาคณิตผสมผสานกับรูปทรงอิสระ ประการสำคัญการนำรูปทรงเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมต้องคำนึงหรือพิจารณาถึงความเหมาะสมต่าง ๆ เป็นประการสำคัญ เนื่องจากรูปทรงบางชนิดเป็นของศักดิ์สิทธิ์และมีความเชื่อต่างๆ เกี่ยวข้องอยู่ อาจนำไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบได้ แต่ต้องผ่านกระบวนการ ดัดแปลง ตัดทอน ให้เหมาะสม รูปทรงบางชนิดไม่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบได้เลย เป็นต้น ดังภาพที่ ๒๘





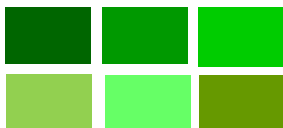
ภาพที่ ๒๘ รูปแบบอัตลักษณ์ที่เป็นรูปทรงชาวไทลื้อบ้านท่ากาน แล้วนำมาดัดแปลงเพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบ
ที่มา : บันทึกภาพและจัดทำโดยนายภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ ผู้วิจัย (วันที่ ๒๗ ตุลาคม ๒๕๕๙)

๒) อัตลักษณ์ของลวดลาย เป็นความเด่นชัดของลวดลายที่อยู่ในงานสถาปัตยกรรมและงานหัตถกรรมเช่นกัน โดยลวดลายที่อยู่ในงานสถาปัตยกรรมนั้น คือลวดลายที่เกิดจากลักษณะการเรียงตัวของก้อนอิฐที่กำแพงและเจดีย์ต่างๆ ภายในโบราณสถานเวียงท่ากาน ความสวยงามของอิฐที่เรียงตัวกันนี้เป็นความสวยงามแบบการซ้ำกัน ส่วนลวดลายที่อยู่ในงานหัตถกรรมนั้น ได้แก่ ลวดลายปักบนผืนผ้าพาดบ่าของชาวไทลื้อ ที่โดดเด่นคือลวดลายรูปช้างในท่ายืน ลวดลายรูปหงส์คู่ที่เป็นลวดลายปูนปั้นประกอบกับลวดลายพันธุ์พฤกษา ซึ่งอยู่ในซากชั้นส่วนของโบราณสถานเวียงท่ากาน ลวดลายหงส์คู่นี้ ชาวไทลื้อถือว่าเป็นลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ที่เด่นชัดมากและมีการใช้ลวดลายนี้แพร่หลายในงานศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ดังภาพที่ ๒๙



ภาพที่ ๒๙ รูปแบบอัตลักษณ์ของลวดลายชาวไทลื้อบ้านท่ากาน
ที่มา : บันทึกภาพและจัดทำโดยนายภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ ผู้วิจัย (วันที่ ๒๗ ตุลาคม ๒๕๕๙)

๓) **อัตลักษณ์ของสี** เป็นรูปแบบของสีที่เกี่ยวข้องกับชาวไทลื้อบ้านท่ากาน สามารถจำแนกเป็นความเด่นชัดของสี ๒ กลุ่ม คือ ก) กลุ่มสีที่วิเคราะห์จากลักษณะทางกายภาพในงานสถาปัตยกรรมและงานหัตถกรรม และ ข) กลุ่มสีที่วิเคราะห์ได้จากความรู้สึกของสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต ประเพณีความเชื่อต่างๆ โดยกลุ่มสีในงานสถาปัตยกรรมและงานหัตถกรรมนั้น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสีน้ำตาลแดง เป็นสีของก้อนอิฐภายในเจดีย์ กำแพงโบราณสถาน รวมถึงงานหัตถกรรม ซึ่งเป็นสีส่วนรวมของงานหัตถกรรมที่เน้นการใช้วัสดุประเภทไม้ เน้นการทำด้วยมือ ส่วนกลุ่มสีที่วิเคราะห์ได้จากความรู้สึกของสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต ประเพณี ความเชื่อต่างๆ ได้แก่ สีเหลืองทอง เป็นสีที่ให้ความรู้สึกถึงความเคารพ การบูชา ความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา การเคารพในศักดิ์สิทธิ์ของโบราณสถาน สีน้ำเงิน เป็นสีที่ให้ความรู้สึกถึงความช่วยเหลือ ความสามัคคีของชาวไทลื้อ สีเขียวแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่เนื่องจากพื้นที่ภายในโบราณสถานเวียงท่ากานส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สีเขียวของต้นไม้และพืชต่างๆ และอีกส่วนหนึ่งมีการปลูกพืชผลทางการเกษตร สีแดง สีน้ำเงิน สีส้ม เป็นสีที่อยู่ในผืนผ้าและลวดลายปักบนผืนผ้า สีเทาแทนค่าสีของงานโลหะประเภทของใช้ เครื่องประดับที่ใช้ประดับตกแต่งร่างกายชาวไทลื้อ ดังภาพที่ ๓๐





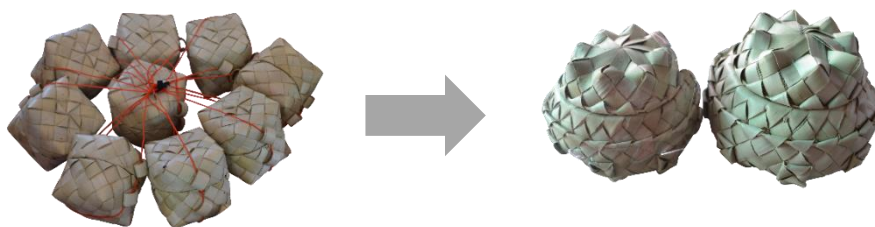
ภาพที่ ๓๐ รูปแบบอัตลักษณ์ของสิ่งที่เกี่ยวข้องกับชาวไทลื้อบ้านท่ากาน
ที่มา : บันทึกภาพและจัดทำโดยนายภานุพงศ์ จงขานสีโท ผู้วิจัย (วันที่ ๒๗ ตุลาคม ๒๕๕๙)

๔.๑.๒ รูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน จากการศึกษา รูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน พบว่า มีหลากหลายรูปแบบ บางรูปแบบเคยทำมาตั้งแต่สมัยอดีต บางรูปแบบทำขึ้นในช่วงเวลา ๕ ปีที่ผ่านมา บางรูปแบบได้ทำขึ้นมาใหม่ งานหัตถกรรมในชุมชนส่วนใหญ่ใช้วัสดุที่หาได้ง่ายหรือที่มีอยู่ในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์บางชนิดได้รับอิทธิพลรูปแบบจากผลิตภัณฑ์ภายนอกชุมชน บางรูปแบบมีการปรับเปลี่ยนวัสดุโดยใช้วัสดุในท้องถิ่น บางรูปแบบมีการคิดค้นขึ้นใหม่หรือเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของเจ้าของ แล้วมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมตามลักษณะของประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม จนกลายเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการหรือการยอมรับของผู้คนในชุมชน ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน จึงสะท้อนให้เห็นความเป็นผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมอย่างแท้จริง รวมถึงระดับความคิดสร้างสรรค์ ทักษะผนวกกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนวัฒนธรรม ที่มีอยู่เดิม ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าและความสวยงาม อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมเหล่านี้ ยังคำนึงถึงส่วนประกอบหลัก ๒ ส่วนคือ ความสวยงาม (Aesthetic) และประโยชน์ใช้สอย (Function) บางรูปแบบเน้นความสวยงาม (Function follow Form) บางรูปแบบเน้นประโยชน์ใช้สอย (Form follow Function) รูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน สามารถจำแนกรูปแบบออกเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ ดังนี้คือ

๑) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของชาวไทลื้อ และมีความถี่ในการใช้งานบ่อยครั้ง ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้เน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก อาจไม่มีความสวยงามมากนัก แต่ก็ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ความประณีตพอสมควร ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ได้แก่

ก) กล่องใส่ข้าวเหนียว เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการรับประทานอาหาร(ข้าวเหนียว) เป็นกล่องใส่ข้าวเหนียวมีฝาปิด ทำจากใบตาล ชาวไทลื้อ บ้านท่ากานได้มีพัฒนารูปแบบกล่องข้าวเหนียวจากรูปแบบเดิมทั่วไปซึ่งเป็นทรงสี่เหลี่ยมลูกบาศก์ที่พบเห็นทั่วไป มาเป็นรูปแบบทรงกระบอกทรงเตี้ย มีฝาปิดเช่นกัน แต่เพิ่มลักษณะการสานให้มีความซับซ้อนของลวดลายมากขึ้น ส่วนฝาปิดมีการคิดรูปแบบการสานใหม่ให้เป็นปุ่มแหลมคล้ายกับเหลี่ยมเพชร ซึ่งทำให้รูปทรงมีจุดเด่นหรือความต่างจากรูปแบบเดิมและมีความสวยงาม ลักษณะของความเป็นมิติมากขึ้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งความสวยงามควบคู่กับประโยชน์ใช้สอย ถึงแม้ว่ารูปทรงจะเปลี่ยนไป แต่ก็ยังคงประโยชน์ใช้สอยไว้เช่นเดิม

กล่องใส่ข้าวเหนียวนี้ แสดงให้เห็นความคิดสร้างสรรค์เชิงศิลปะและการออกแบบ ของชาวไทลื้อ ผนวกกับการใช้ทุนวัฒนธรรมทางด้านวัสดุท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ ดังภาพที่ ๓๑



ภาพที่ ๓๑ กล่องใส่ข้าวเหนียวและการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน
ที่มา : บันทึกภาพโดย นายภาณุพงศ์ จงขานสิทโธ ผู้วิจัย (วันที่ ๒๗ ตุลาคม ๒๕๕๙)

ข) ภาชนะกระดาศ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเศษกระดาศใช้แล้ว ลักษณะของการนำเศษวัสดุเหลือใช้มาสร้างให้เกิดมูลค่า (Reused) โดยใช้วิธีการสานคล้ายกับผลิตภัณฑ์จักสานทั่วไป รูปแบบของผลิตภัณฑ์อาจไม่มีความแตกต่างจากภาชนะในชีวิตประจำวันทั่วไป หากแต่คุณค่าหรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์อยู่ที่วิธีการขึ้นรูป การใช้วัสดุ หรือเทคนิคต่างๆ ที่ทำให้เส้นกระดาศซึ่งมีความอ่อนตัวสามารถทรงตัวเป็นรูปร่างได้ รวมถึงการใช้วัสดุเคลือบผิวของภาชนะให้มีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นภาชนะกระดาศเหล่านี้แสดงให้เห็นความคิดสร้างสรรค์ในเชิงศิลปะและการออกแบบ ของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน ในการใช้ทุนวัฒนธรรมของตนเองเกี่ยวกับวัสดุเหลือใช้ ซึ่งหาได้ง่ายในชีวิตประจำวัน ให้เกิดประโยชน์ที่หลากหลาย ดังภาพที่ ๓๒



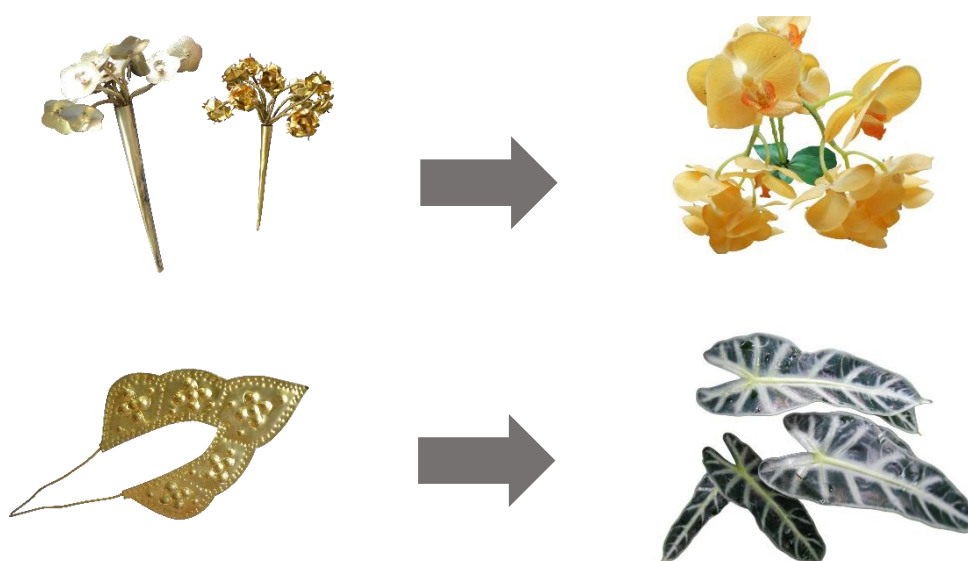
ภาพที่ ๓๒ ภาชนะกระดาศของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน ซึ่งเป็นความโดดเด่นในการใช้วัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์
ที่มา : บันทึกภาพโดย นายภาณุพงศ์ จงขานสิทโธ ผู้วิจัย (วันที่ ๒๗ ตุลาคม ๒๕๕๙)

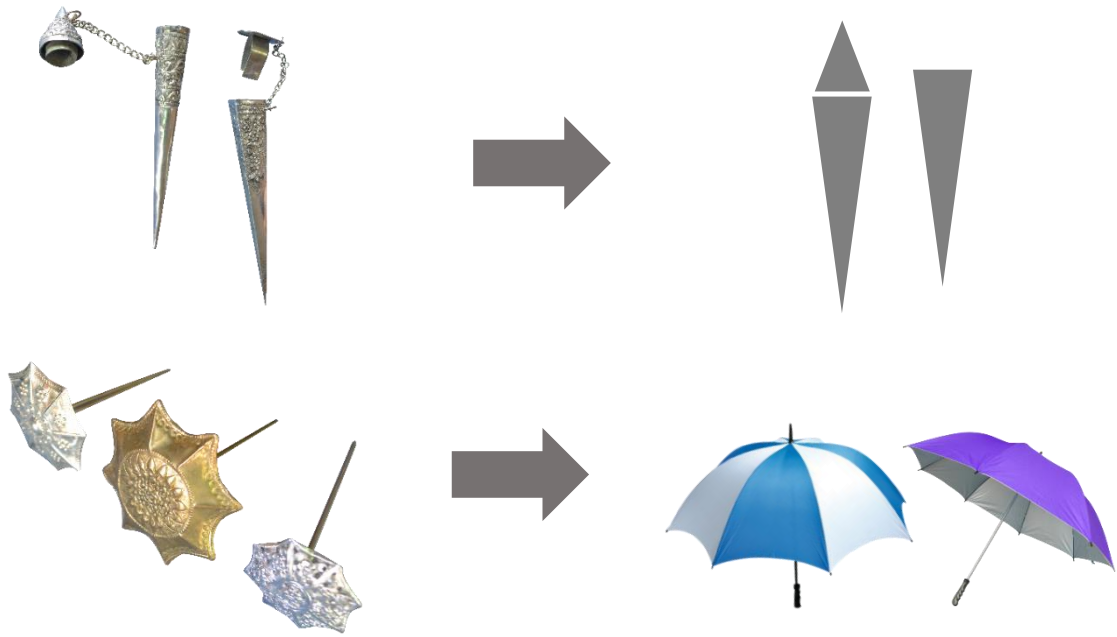
๒) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานเฉพาะและพิธีกรรมทางศาสนา เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานสำคัญ โอกาสสำคัญของชุมชน และพิธีกรรมทางศาสนาของชาวไทลื้อ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความถี่ในการใช้งานน้อยครั้ง ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้เน้นความสวยงาม ความศรัทธา ทักษะคติ ความเชื่อ และการจรรโลงจิตใจเป็นหลัก ในฐานะที่ผู้ทำได้เป็นส่วนหนึ่งในการนำผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็นสื่อกลางในการแสดงออกในช่วงระยะเวลาหนึ่งหรือการเคารพบูชาสิ่งที่ตนเองคิดว่ามีความศักดิ์สิทธิ์ ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้อาจต้องใช้ความ

ประณีตมากขึ้น เพื่อให้มีความสวยงามเป็นลำดับแรก ผลิตรั้วในกลุ่มนี้ แสดงให้เห็นถึงความเคารพ ความเลื่อมใส ความศรัทธา ในพระพุทธศาสนาของชาวไทลื้อ อย่างต่อเนื่อง ผลิตรั้วในกลุ่มนี้ได้แก่

ก) **เครื่องประดับเงิน** เป็นเครื่องประดับเงินที่ใช้สวมใส่ตกแต่งร่างกายควบคู่กับเครื่องแต่งกายของชาวไทลื้อ เพื่อเสริมบุคลิกภาพ เครื่องประดับเงินของชาวไทลื้อ แบ่งออกเป็น ๒ ส่วนตามลักษณะตำแหน่งที่อยู่ของเครื่องประดับ คือ ส่วนที่ ๑ เครื่องประดับส่วนศีรษะ และ ส่วนที่ ๒ เครื่องประดับส่วนเอว ดังรายละเอียดต่อไปนี้คือ

ส่วนที่ ๑ เครื่องประดับส่วนศีรษะ รูปแบบเครื่องประดับที่สำคัญในส่วนนี้คือ ปิ่นปักผม เป็นผลิตรั้วที่ใช้ประดับบนศีรษะซึ่งเป็นส่วนสูงสุดของร่างกายมนุษย์ เนื่องจากมีความเชื่อว่าปิ่นปักผมเสมือนดอกไม้หรือสิ่งของที่บูชาพระพุทธเจ้า ซึ่งต้องวางไว้ในที่สูง ปิ่นปักผมจึงเน้นความสวยงามเป็นลำดับแรก ประโยชน์ใช้สอยเป็นลำดับรอง (Function follow Form) ความสวยงามเกิดจากคุณค่าของเนื้อโลหะเงินที่ใช้ทำ การพลิ้วไหวของปิ่น และลวดลายที่สลักบนพื้นผิว ปิ่นปักผมจำแนกเป็น ๔ รูปแบบ คือ **(ก) ปิ่นปักผมรูปดอกไม้** เป็นรูปแบบที่ได้แรงบันดาลใจมาจากดอกไม้ (รูปทรงธรรมชาติ : Natural Form) มีความพลิ้วไหวเมื่อผู้สวมใส่ เคลื่อนไหวร่างกาย **(ข) ปิ่นปักผมรูปใบไม้** เป็นรูปแบบที่ได้แรงบันดาลใจมาจากใบไม้ (รูปทรงธรรมชาติ : Natural Form) มีความบาง และพลิ้วไหวได้เช่นเดียวกับปิ่นรูปดอกไม้ **(ค) ปิ่นปักผมรูปกรวย** เป็นรูปแบบที่ได้แรงบันดาลใจจากรูปทรงกรวยในทางเรขาคณิต (Geometric Form) เป็นปิ่นที่มีความสวยงามแล้วยังมีประโยชน์ใช้สอย ๒ อย่างคือ ใช้เสียบกับมวยผมและมีช่องเก็บยารักษาโรคหรือสิ่งของขนาดเล็กซึ่งเป็นของใช้ส่วนตัว เนื่องจากด้านในปิ่นนี้กลวงและมีฝาปิดด้านบน ความโดดเด่นของผลิตรั้วนี้จึงเป็นลักษณะของประโยชน์ใช้สอยมากกว่า ๑ อย่าง (Multi-Function Product) **(ง) ปิ่นปักผมรูปปริม** เป็นรูปแบบที่ได้แรงบันดาลใจจากรูปทรงอิสระ (Free Form) เป็นปิ่นที่เน้นความสวยงามของรูปทรงและลวดลาย เนื่องจากมีรูปทรงคล้ายร่มหรือดอกไม้ที่เห็นบนศีรษะของผู้สวมใส่ ดังภาพที่ ๓๓



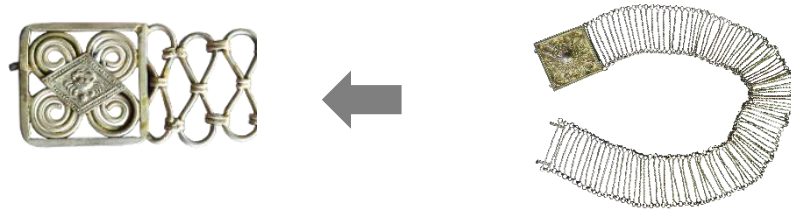


ภาพที่ ๓๓ ปิ่นปักผมซึ่งเป็นเครื่องประดับส่วนศีรษะของชาวไทลื้อที่เป็นรูปแบบของความสวยงามมาก่อนประโยชน์ใช้สอย

ที่มา : บันทึกภาพและจัดทำโดยนายภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ (ผู้วิจัย) ๘ ตุลาคม ๒๕๖๐

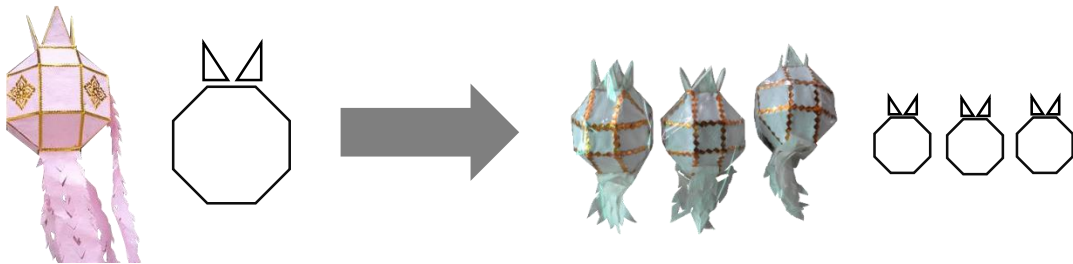
ส่วนที่ ๒ เครื่องประดับส่วนเอว รูปแบบเครื่องประดับที่สำคัญในส่วนนี้คือ เข็มขัดเงิน ทำด้วยเส้นลวดเงิน มาบิดเกลียวแล้วเรียงร้อยต่อกันเป็นเส้นยาว ความยาวของเส้นเข็มขัด คือความยาวของเส้นรอบวงของเอว เข็มขัดเงินใช้สวมที่เอวควบคู่กับเครื่องแต่งกายไทลื้อ ในงานสำคัญที่จัดขึ้นในหมู่บ้าน และงานสำคัญในพุทธศาสนา ความสวยงาม คุณค่า หรือจุดเด่นของเข็มขัดเงิน อยู่ที่การซ้ำกันของลวดลาย (repetitions) โดยใช้เทคนิคการบิดเกลียวและการดัดโค้งของเส้นลวดเงิน ลวดลายทำหน้าที่เป็นทั้งโครงสร้างและส่วนตกแต่งให้สวยงาม มีลวดลายสลักดูรูปปู ซึ่งเป็นสัตว์ที่พบเห็นทั่วไปในวิถีชีวิตของชาวไทลื้อ เข็มขัดเงินเป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงขนาดความยาวรอบเอวของผู้สวมใส่ แสดงให้เห็นว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นนอกจากการใช้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ(Natural Form) แล้ว ยังต้องคำนึงถึงขนาดสัดส่วนร่างกายของผู้ใช้งาน หรือกายวิภาคเชิงกล (Ergonomic) ผลิตภัณฑ์นี้จัดอยู่ในประเภทที่เน้นประโยชน์ใช้สอยมาก่อนความสวยงาม (Form follow Function) ดังภาพที่ ๓๔





ภาพที่ ๓๔ เข็มขัดเงินชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ที่ต้องคำนึงถึงขนาดสัดส่วนของผู้สวมใส่
ที่มา : บันทึกภาพและจัดทำโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทธิ (ผู้วิจัย) ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

ข) โคมไฟกระดาษ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบโดยมีที่มาจากรูปทรงเรขาคณิต และพบว่าชาวไทลื้อ นิยมทำเฉพาะรูปทรงแปดเหลี่ยม วัสดุหลักที่ใช้ทำตัวผลิตภัณฑ์จำแนกเป็น ๓ ส่วนหลักคือ (๑) วัสดุทำโครงสร้างคือไม้ไผ่ (๒) วัสดุปิดผิวคือกระดาษสา และ (๓) วัสดุตกแต่งคือกระดาษสีต่างๆ ประโยชน์ใช้สอยของโคมไฟกระดาษคือการแขวนบนที่สูงโดยใส่ดวงประทีปหรือเทียนด้านในให้แสงสว่าง เพื่อการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความสวยงามของโคมไฟอยู่ที่รูปทรง ลวดลายกระดาษสีที่ตกแต่งผิวด้านนอก รวมถึงแสงสว่างของเปลวไฟที่ลอดผ่านจากด้านในออกมาด้านนอกผ่านลวดลาย โคมไฟกระดาษจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นความสวยงามมากกว่าประโยชน์ใช้สอย (Function follow Form) นอกจากนี้ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ได้มีการปรับลดขนาดสัดส่วนของโคมไฟกระดาษให้เล็กลงเพื่อเป็นของที่ระลึก ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนจากของใช้เป็นของที่ระลึก ดังภาพที่ ๓๕



ภาพที่ ๓๕ โคมไฟกระดาษที่มีที่มาจากรูปทรงแปดเหลี่ยม เน้นความสวยงามมาก่อนประโยชน์ใช้สอย
ที่มา : บันทึกภาพและวาดภาพโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทธิ (ผู้วิจัย) ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

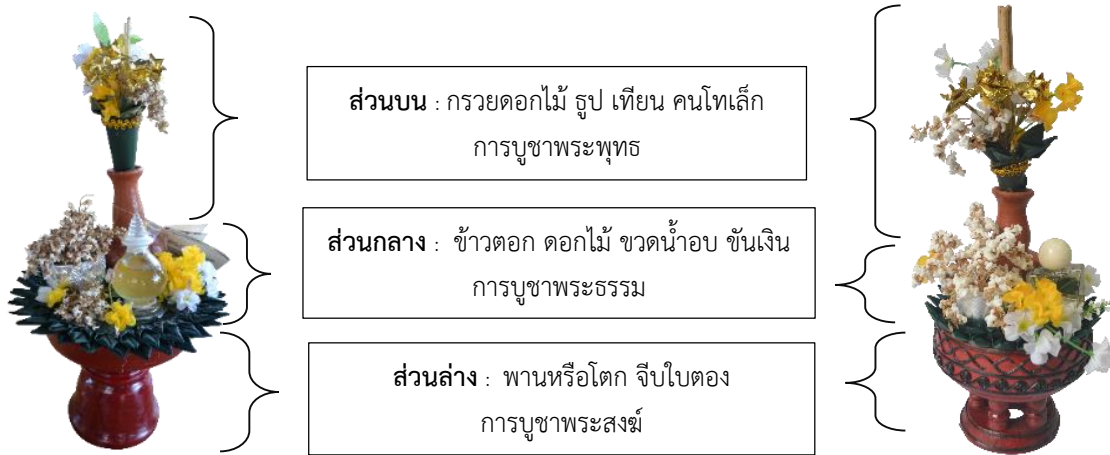
ค) ต้นโพธิ์ทอง โพธิ์เงิน ผลิตภัณฑ์รูปแบบนี้มีที่มาจากธรรมชาติคือรูปทรงของต้นโพธิ์ ต้นโพธิ์เป็นต้นไม้มงคลที่เกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธ โดยในอดีตกาลเคยเป็นสถานที่ประสูติ ตรัสรู้ ปรีชาญาณ ของพระพุทธเจ้า ดังนั้นคนไทยจึงถือว่าต้นโพธิ์เป็นต้นไม้ศักดิ์สิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธเจ้า และชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ได้รับรู้และมีความเชื่อเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงมีการทำผลิตภัณฑ์นี้ขึ้นมา เสมือนหนึ่งว่าต้นโพธิ์เป็นตัวแทนของพระพุทธเจ้า โดยทำเป็นแบบจำลอง (Model) รูปแบบสิ่งของสักการบูชาพระพุทธเจ้าด้วย ส่วนสีของวัสดุ(กระดาษ) ของต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงิน เนื่องจากยังมีความเชื่อว่าทองคำและเงินเป็นสิ่งมีค่าสูงสุด ดังนั้นต้นโพธิ์ทอง โพธิ์เงิน จึงเป็นผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมรูปแบบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเคารพ การบูชา การสักการะ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์นี้อยู่ที่ความพลิ้วไหวของใบโพธิ์ที่ต้องลม ให้ความรู้สึกถึงความมีชีวิต คุณค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ที่สีทองและสีเงินของใบโพธิ์ ที่อยู่

รวมกันเป็นกลุ่มก้อน ต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงิน จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นความสวยงามและคุณค่าอันเกิดจากสีของวัสดุ ส่วนประโยชน์ใช้สอยอยู่ในลำดับรอง (Function follow Form) ดังภาพที่ ๓๖



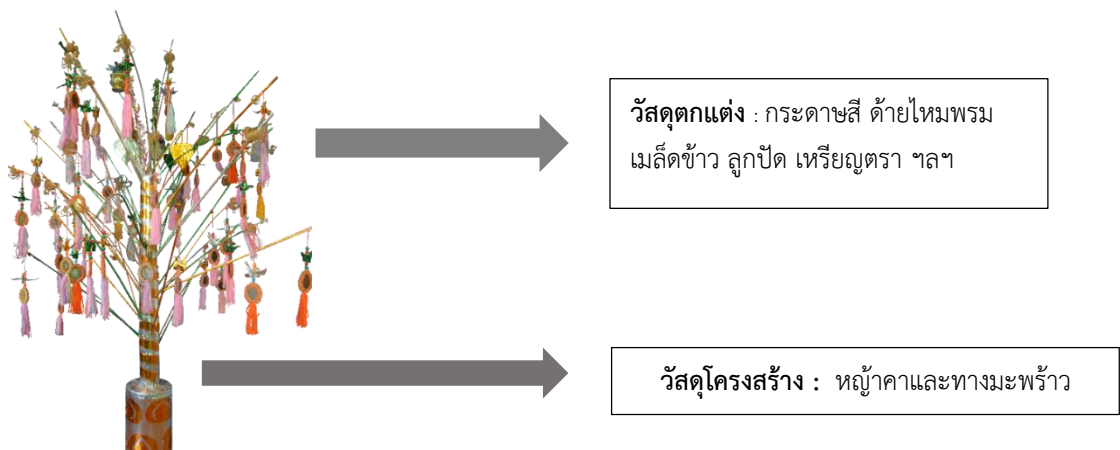
ภาพที่ ๓๖ ต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงินเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าความสวยงามมากกว่าประโยชน์ใช้สอย
ที่มา : <http://www.dhammathai.org/day/visaka.php> และบันทึกภาพโดยนายภาณุพงศ์ จงขานสิทโร (ผู้วิจัย)
๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

ง) ชุดพานดอกไม้สักการะ (ขันยอสา) เป็นผลิตภัณฑ์อีกรูปแบบหนึ่งของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เป็นเครื่องสักการะในพุทธศาสนา ผลิตภัณฑ์รูปแบบนี้มีสิ่งของหลากหลายชนิดรวมกันอยู่ และแบ่งเป็น ๓ ส่วนหลักคือ **ส่วนบน** ประกอบด้วย กรวยดอกไม้ รูป เทียน คนโทเล็ก จัดตำแหน่งให้อยู่ส่วนบนสุดเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการสักการะพระพุทธเจ้าซึ่งเป็นสิ่งสูงสุด **ส่วนกลาง** ประกอบด้วย ข้าวตอก ดอกไม้ ขวดน้ำอบ ขันเงิน จัดวางในตำแหน่งตรงกลางเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการบูชาพระธรรม ซึ่งเป็นคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า **ส่วนล่าง** ประกอบด้วยพานหรือโตก และจิบใบตอง จัดวางในตำแหน่งล่าง เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการบูชาพระสงฆ์ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติตามคำสั่งสอน หากพิจารณาในเชิงลึกแล้ว กรวยดอกไม้ถือเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์นี้ เนื่องจากเป็นสิ่งของสักการะในพุทธศาสนา ที่คนเมืองและไทลื้อรู้จักกันอย่างแพร่หลาย ชุดพานดอกไม้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นความสวยงาม (Function follow Form) ที่เกิดจากคุณค่าของวัสดุเป็นหลัก เนื่องจากสิ่งของที่นำมาจัดวางนั้น ล้วนมีความสวยงามเฉพาะอยู่ในตัวเอง ชุดพานดอกไม้แสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ชาวไทลื้อในการจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่ตนเองมีความเคารพ ศรัทธา มาเชื่อมโยงกับการจัดองค์ประกอบในตัวผลิตภัณฑ์ให้ลงตัว ดังภาพที่ ๓๗



ภาพที่ ๓๗ ชุดพานดอกไม้สักการะของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ที่เน้นความสวยงามเป็นหลัก
ที่มา : บันทึกภาพและวาดภาพโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทโธ (ผู้วิจัย) ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

จ) ต้นครีวทาน ผลิตรัตถ์ที่มีคุณค่าและความสวยงามอีกรูปแบบหนึ่งของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ผลิตรัตถ์นี้มีที่มาจากรูปทรงของต้นไม้ที่แผ่กิ่งก้าน ออกเป็นพุ่มใหญ่ เป็นผลิตรัตถ์ที่ใช้ในการบูชาและประกอบพิธีสำคัญทางศาสนา จากลักษณะทางกายภาพของผลิตรัตถ์พบว่า ต้นครีวทาน ๑ ต้น มีชิ้นส่วนขนาดเล็กเป็นส่วนประกอบแล้วจัดวางเป็นพุ่ม ในตำแหน่งลดหลั่นกัน โดยใช้วัสดุหลากหลายชนิดมาประกอบอย่างประณีตสวยงาม ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของผลิตรัตถ์นี้ สามารถจำแนกวัสดุได้ ๒ ส่วนคือ **ส่วนที่ ๑** เป็นวัสดุที่ใช้ทำโครงสร้างคือหญ้าคาและทางมะพร้าว **ส่วนที่ ๒** เป็นวัสดุที่ใช้ตกแต่งให้สวยงามได้แก่ กระจดาขสี ด้ายไหมพรมสีต่างๆ เมล็ดข้าว ลูกปัดและ เหริยญตรา รูปแบบต้นครีวทานเป็นลักษณะการออกแบบที่เป็นความสมดุลแบบ ๒ ข้างเท่ากัน (Symmetry Balance) เป็นผลิตรัตถ์ที่เน้นความสวยงาม (Function follow Form) อีกทั้งยังแสดงให้เห็นความคิดสร้างสรรค์ในการใช้วัสดุที่หลากหลายมาจัดวางร่วมกันอย่างลงตัว ดังภาพที่ ๓๘



ภาพที่ ๓๘ ต้นครีวทานของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ที่ใช้วัสดุหลากหลายชนิดประกอบกัน
ที่มา : บันทึกภาพและจัดทำโดยนายภานุพงศ์ จงขานสิทโธ ผู้วิจัย (วันที่ ๒๗ ตุลาคม ๒๕๕๙)

จุดประสงค์ในการทำผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน

การทำชิ้นงานผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากานนั้น เป็นการทำในลักษณะของอาชีพเสริมและอาชีพหลัก โดยอาชีพเสริมนั้นเป็นการทำในเวลาว่าง ที่ว่างเว้นจากการทำเกษตรกรรม ส่วนอาชีพหลักนั้น มีการทำเพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากานนั้น ได้ทำขึ้นเพื่อจุดประสงค์ ๒ ประการหลัก คือ

ประการที่ ๑ เพื่อการจำหน่ายในชุมชน ชาวไทลื้อบ้านท่ากานส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม ดังนั้นเมื่อว่างเว้นจากการเกษตร จึงใช้เวลาว่างในการทำงานหัตถกรรมต่างๆ ผู้ที่ทำงานเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ การทำชิ้นงานหัตถกรรม เพื่อจำหน่ายจึงเป็นการสร้างรายได้เสริมอีกทางหนึ่ง ลักษณะการจำหน่ายนั้นเป็นการจำหน่ายให้กับผู้คนในชุมชนและนอกชุมชน ผู้สูงอายุที่เป็นที่รู้จัก เป็นผู้อาวุโสของหมู่บ้าน มักได้รับการยอมรับถึงความสามารถในการทำงานหัตถกรรมและได้รับโอกาสในการจำหน่ายชิ้นงานเป็นลำดับแรก สำหรับราคาจำหน่ายเป็นการตกลงกันระหว่างผู้จำหน่ายกับผู้ซื้อ จึงไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน อาจถูกกำหนดราคาจากระดับความสามารถ ทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงชื่อเสียงของเจ้าของชิ้นงานนั้นๆ

ประการที่ ๒ เพื่อการประกอบในพิธีกรรมทางศาสนา ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ โดยมีวัดท่ากานเป็นศูนย์รวมจิตใจ และศูนย์รวมของการประกอบพิธีทางศาสนา การประกอบพิธีกรรมต่างๆ นอกจากใช้จิตใจเป็นสิ่งเชื่อมโยงความศรัทธา ความเลื่อมใส มาสู่ตนเองแล้ว สิ่งที่ต้องได้ดังเช่นผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมเหล่านี้ ยังคงเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้เป็นสื่อกลางในการบูชา หรือเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในพิธีกรรมทางศาสนา อีกด้วย

๔.๒ แนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมโดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน การพัฒนาและออกแบบ ผลิตภัณฑ์นั้น เป็นการดำเนินการที่จำแนกเป็น ๒ ลักษณะคือ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์

๔.๒.๑ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมของชาวไทลื้อให้รูปแบบมีความแตกต่างจากเดิม ทั้งในด้านรูปทรง วัสดุ ลวดลาย และประโยชน์ใช้สอย ซึ่งจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์และสอบถามความต้องการเบื้องต้น เพื่อให้ทราบความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆนั้น พบว่าชาวไทลื้อบ้านท่ากานส่วนใหญ่ที่ทำการผลิตหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในชุมชน มีความต้องการให้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากเดิม ซึ่งผู้วิจัยได้นำความต้องการนั้นมาวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่ทิศทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ตารางที่ ๑

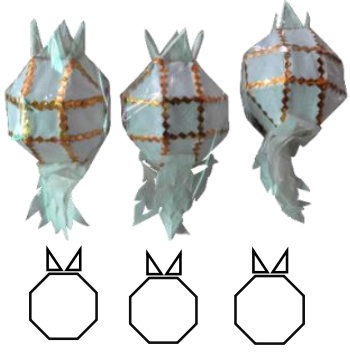
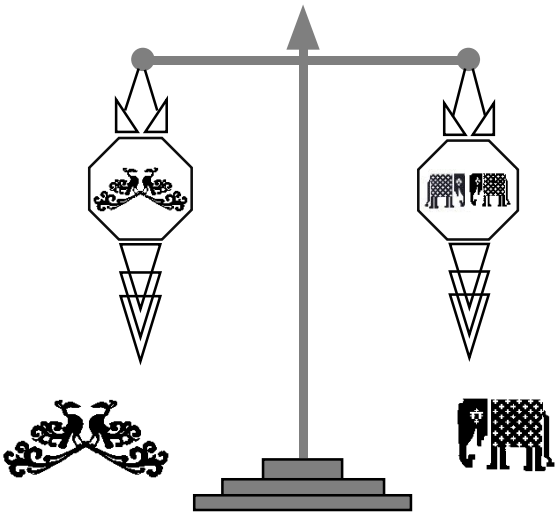

ตารางที่ ๑ การวิเคราะห์ความต้องการของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์

ลำดับ	ข้อมูลความต้องการของชาวไทลื้อ	คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	ตัวอย่างชื่อและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ควรพัฒนา
๑	พัฒนารูปแบบของที่ระลึกให้มีความสวยงาม มีอัตลักษณ์ของเวียงท่ากาน	ของที่ระลึกรูปแบบต่างๆ ที่สะดวกต่อการพกพา มีการจัดวางหรือปรับรูปแบบให้สวยงามและเหมาะสมสำหรับเป็นของที่ระลึก อาจเพิ่มสีสันท ลวดลาย มีอัตลักษณ์ที่สื่อถึงเวียงท่ากาน อย่างเด่นชัด	โคมไฟกระดาษ
๒	เปลี่ยนแปลงขนาดของผลิตภัณฑ์ตามความเหมาะสม เปลี่ยนวัสดุ เปลี่ยนรูปแบบ มีสัญลักษณ์ของเวียงท่ากาน	ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของใช้หรือของที่ระลึก รูปแบบต่างๆ ที่สะดวกต่อการพกพา และเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมในการผลิต	๑. ชุดพานดอกไม้สักการะ (ขันยอตสา) ๒. ภาชนะกระดาษ ๓. ต้นครีวดาน
๓	ย่อขนาดของต้นโพธิ์ทอง ต้นโพธิ์เงินให้เล็กลง และอยู่เคียงคู่กัน	ผลิตภัณฑ์สักการะในพระพุทธศาสนา ที่มีทั้งประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม และง่ายต่อการผลิตขึ้นรูป สีที่ใช้คือสีทองและสีเงิน เนื่องจากเป็นสีแห่งความเป็นมงคล	ต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงิน
๔	การนำวัสดุในท้องถิ่นมาผลิตชิ้นงานผลิตภัณฑ์ และมีเอกลักษณ์ของบ้านท่ากาน	ผลิตภัณฑ์ของใช้หรือของที่ระลึก ใช้ไม้ไผ่ หรือใบตาลซึ่งเป็นวัสดุในท้องถิ่นมาผลิตชิ้นงานผลิตภัณฑ์	โคมไฟกระดาษ

จากตารางที่ ๑ การวิเคราะห์ความต้องการของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น สรุปได้ว่า ชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน ส่วนใหญ่ ต้องการให้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีความแตกต่างจากเดิม ที่ครอบคลุมในด้านขนาด รูปแบบ สีสันท ลวดลาย วัสดุ การผลิตและประโยชน์ใช้สอย รวมถึงให้มีอัตลักษณ์เวียงท่ากาน ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์นั้นมา กำหนดแนวทางการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ โดยอาศัย ๒ แนวทาง ซึ่งมีความเป็นไปได้และสัมพันธ์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มากที่สุด ดังนี้ คือ



แนวทางที่ ๑ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการจัดวางใหม่ เป็นนำผลิตภัณฑ์เดิมมาจัดวางในตำแหน่งใหม่ แต่ยังคงคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ โดยการพิจารณาถึงคุณค่าหรืออัตลักษณ์ดั้งเดิมที่จับต้องได้ในเชิงศิลปะและการออกแบบ ของผลิตภัณฑ์ชาวไทลื้อ ได้แก่ รูปแบบ รูปทรง สี ลวดลาย การผลิต มาเพิ่มเติมแล้วจัดวาง ให้เกิดความแตกต่างจากเดิม โดยยังคงความเป็นอัตลักษณ์ของไทลื้ออย่างน้อย เกินร้อยละ ๕๐ ของคุณค่าทั้งหมด หรืออาจกล่าวได้ว่ายังคงความเป็นอัตลักษณ์เดิมอยู่เกินกว่าครึ่งหนึ่ง ดังตัวอย่างแนวทางแบบร่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตารางที่ ๒

ตารางที่ ๒ ตัวอย่างแนวทางแบบร่าง ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในลักษณะการจัดวางใหม่

ตัวอย่าง ชื่อผลิตภัณฑ์ และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	ภาพแนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๑ ชื่อผลิตภัณฑ์ : โคมไฟ</p>  <p>คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์</p> <p>รูปแบบเดิมของโคมไฟคือเป็นโคมไฟรูปทรงแปดเหลี่ยมด้านเท่า มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ ๘ นิ้ว เป็นขนาดที่ใช้งานได้จริง และขนาดเล็กที่เป็นของที่ระลึกมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ ๒ นิ้ว เป็นขนาดย่อที่ใช้เป็นของที่ระลึก โดยขนาดใหญ่นั้นเป็นการออกแบบลักษณะของประโยชน์ใช้สอยมาก่อนความสวยงาม (Form follow Function) ต่อมาได้ย่อขนาดให้เล็กลง เพื่อปรับเปลี่ยนเป็นของที่ระลึก ซึ่งเป็นการออกแบบลักษณะของสวยงามมาก่อนประโยชน์ใช้สอย (Function follow Form) ทำจากวัสดุหลักคือไม้ไผ่และกระดาษสา กระดาษสี โคมไฟกระดาษนิยมใช้จุดเป็นพุทธบูชาโดยการแขวนบนที่สูงในงานลอยกระทงในคืนวันเพ็ญเดือน ๑๒ รูปทรงแปดเหลี่ยมมาจาก มรรค ๘ ซึ่งเป็นคำสั่งสอนในพระพุทธศาสนา แสงสว่างของโคมไฟเปรียบเสมือนคำสั่งสอนของพุทธศาสนาที่เผยแพร่ไปอย่างกว้างขวาง</p>	<p>คงขนาดสัดส่วนให้เท่าเดิมหรือย่อขนาดสัดส่วนของโคมไฟให้เล็กลง เสริมโครงสร้างให้แข็งแรงกว่าเดิมปรับเปลี่ยนเป็นโคมไฟแขวนบนเสาที่สูงจากพื้นในระดับที่เหมาะสม ใช้วัสดุหลักเดิมคือไม้ไผ่และกระดาษสา อาจใช้เส้นโลหะหน้าตัดกลมทำเป็นเสาของโคมไฟ แล้วปรับเปลี่ยนจากของใช้ให้เป็นของที่ระลึกหลากหลายรูปแบบ และเน้นความสวยงามมากกว่าประโยชน์ใช้สอย (Function follow Form) รูปทรงแปดเหลี่ยมเมื่อนำมาตัดขวางหรือตัดในแนวใดก็ตามหน้าตัดที่ได้จะเห็นเป็นรูปแปดเหลี่ยมทุกมุมมอง จากนั้นอาจนำอัตลักษณ์ที่เป็นลวดลายหงส์คู่ หรือลวดลายช้างบนผ้าพาดบาของไทลื้อบ้านท่ากานมาตกแต่ง ก็จะทำให้เกิดความเด่นชัดของความเป็นไทลื้อมากขึ้น</p> 
<p>แบบร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว</p>	
	

แนวทางที่ ๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการปรับเปลี่ยนขนาด รูปแบบ แต่คงลักษณะการใช้งานเดิม เป็นการนำผลิตภัณฑ์เดิม มาปรับลดขนาดให้เล็กลงหรือมีขนาดสัดส่วนที่เล็กลง โดยยังคงรายละเอียดต่างๆ ไว้อย่างครบถ้วน แต่อาจมีการปรับเปลี่ยนวัสดุที่แตกต่างจากเดิม หรือใช้วัสดุทดแทนที่มีคุณสมบัติ รูปแบบใกล้เคียงกัน ขนาดที่เล็กลงนี้ สามารถใช้เป็นของที่ระลึก ที่สะดวกต่อการพกพา แล้วใช้อัตลักษณ์ของเวียงท่ากานในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเข้าไปเป็นส่วนประกอบให้สื่อได้อย่างเด่นชัด ดังตารางที่ ๓

ตารางที่ ๓ ตัวอย่างแนวทางแบบร่าง ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในลักษณะการปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบ แต่คงลักษณะการใช้งานเดิม

ตัวอย่าง ชื่อผลิตภัณฑ์ และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	ภาพแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๒ ชื่อผลิตภัณฑ์ : ชุดพานดอกไม้สักการะ</p>  <p>คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์</p> <p>รูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มี ๓ ส่วนหลักคือ ส่วนบนเป็นกรวยดอกไม้ ส่วนกลางเป็นดอกไม้ ดอกข้าวตอก และขวน้ำอบ ส่วนล่างคือรูปทรงจิบแหลมและภาชนะรองรับ ผลิตภัณฑ์นี้มีขนาดความสูง ๒ ขนาดคือ ประมาณ ๑๐ นิ้ว และ ๘ นิ้วตามลำดับ ผลิตภัณฑ์นี้มีชิ้นส่วนประกอบหลายชนิด แต่ละชนิดทำจากวัสดุทดแทนของจริงหรือทดแทนวัสดุ ชุดพานดอกไม้สักการะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นความสวยงามมากกว่าประโยชน์ใช้สอย (Function follow Form)</p>	<p>พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยคงรายละเอียดดั้งเดิมไว้ อย่างครบถ้วน ลดขนาดผลิตภัณฑ์ให้เล็กลง แต่ประโยชน์ใช้สอยยังคงเดิม สำหรับชิ้นส่วนประกอบที่ตัวผลิตภัณฑ์เช่น ดอกไม้ ข้าวตอก คนโท อาจสลับตำแหน่งการวาง หรือจัดองค์ประกอบให้สวยงามมากขึ้น ภาชนะรองรับด้านล่างสุด ยังคงใช้พานรอง หรือขันโตกขนาดเล็ก ที่ใช้สีด้านนอกเรียบตลอดทั้งใบ เพื่อใช้พื้นที่ผิวเรียบนั้นตกแต่งลวดลายโดยวิธีการ ขูดเป็นลายเส้นร่องลึก ภาพลวดลายหงส์คู่หรือลวดลายช้างซึ่งเป็นลวดลายของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน และอาจใช้วิธีการวาดลายเส้นด้วยสีที่แตกต่างกับพื้นหลังเพื่อให้เกิดความโดดเด่นมากขึ้น</p> 
<p>แบบร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว</p>	
	

ตารางที่ ๓ (ต่อ) ตัวอย่างแนวทางแบบร่าง ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในลักษณะการปรับเปลี่ยนขนาด และรูปแบบ แต่คงลักษณะการใช้งานเดิม

ตัวอย่าง ชื่อผลิตภัณฑ์ และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	ภาพแนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๓ ชื่อผลิตภัณฑ์ : ต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงิน</p>  <p>คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์</p> <p>รูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์คือ เป็นต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงินที่มีความสูงจากฐานถึงยอดประมาณ ๖๐ เซนติเมตร ผลิตภัณฑ์นี้ประกอบด้วย ๓ ส่วนหลักคือ ส่วนฐาน ส่วนลำต้น และส่วนใบ โดยเฉพาะส่วนใบนั้นพลิ้วไหวได้เมื่อต้องลม ทำให้รู้สึกถึงความมีชีวิต ต้นโพธิ์มีจำนวนใบ ๔๐-๕๐ ใบ ต่อหนึ่งต้น วัสดุหลักที่ใช้ทำคือ กระจก หญาคา ไม้ไผ่ กระดาษสีเงินและสีทอง เป็นต้นโพธิ์ที่จำลองมาจากต้นโพธิ์ซึ่งเป็นสถานที่ที่ประสูติ ตรัสรู้ ปรีณิพพาน ของพระพุทธเจ้า ต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงินเป็นผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่เน้นความสวยงาม (Function follow Form) ซึ่งความสวยงามนั้นเกิดจากคุณค่าสีทองและสีเงินของใบโพธิ์ที่พลิ้วไหวไปมา</p>	<p>พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยคงรายละเอียดดั้งเดิมไว้ อย่างครบถ้วน แต่อาจลดขนาดผลิตภัณฑ์ให้เล็กลง เพื่อให้สร้างทางเลือกให้ผู้ใช้งานที่ต้องการต้นโพธิ์ขนาดเล็ก อาจปรับเปลี่ยนจังหวะการติดใบโพธิ์ให้แตกต่างจากเดิม เช่น จาก ความสูง ๖๐ เซนติเมตร ให้เหลือเพียง ๓๐ หรือ ๑๕ เซนติเมตร ตามลำดับ การปรับขนาดให้เล็กลงจะส่งผลดีในการนำพกพา หรือการเก็บรักษา ผลิตภัณฑ์นี้จะเน้นให้เห็นความเป็นอัตลักษณ์ให้ลือบ้านตากาน โดยอาจปรับเปลี่ยนรูปแบบของกระถางให้เป็นรูปทรง ๘ เหลี่ยม ซึ่งมีที่มาจาก รูปทรงหน้าตัดของเจดีย์ภายในโบราณสถานเวียงท่ากาน หรือรูปทรงโคมไฟ นอกจากนี้อาจใช้ลวดลายหงส์คู่ ลวดลายอิฐ และลวดลายช้างมาเป็นส่วนตกแต่งบริเวณกระถาง เพื่อเน้นให้เห็นความเป็นเวียงท่ากานมากขึ้น</p> 
<p>แบบร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว</p>	
	

แนวทางที่ ๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการนำภูมิปัญญามาสร้างสรรค์ใหม่ เป็นการนำเอาคุณค่าดั้งเดิมของภูมิปัญญา ความคิด เทคนิค วัสดุ กระบวนการมาใช้สร้างสรรค์ในรูปแบบ รูปทรงใหม่ แนวทางนี้จะทำให้ได้คุณค่าดั้งเดิมทุกประการ เพียงแต่รูปแบบและขนาดของผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงไปตามความเหมาะสม หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า การใช้คุณค่าดั้งเดิมในตัวผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ส่วนการนำอัตลักษณ์ของท้องถิ่นบ้านท่ากานมาใช้ นั้น จะใช้รูปทรงและลวดลายมาเป็นส่วนประกอบสำคัญ ดังตารางที่ ๔

ตารางที่ ๔ ตัวอย่างแนวทางแบบร่าง ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการนำภูมิปัญญา มาสร้างสรรค์ใหม่

ตัวอย่าง ชื่อผลิตภัณฑ์ และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	ภาพแนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๔ ชื่อผลิตภัณฑ์ : ภาชนะกระดาศ</p>  <p>คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์ คือ เป็นภาชนะที่ทำจากกระดาศเหลือใช้ เช่น กระดาศหนังสือพิมพ์ กระดาศสมุดโทรศัพท์บ้าน ฯลฯ นำมาม้วนเป็นแท่งหน้าตัดกลม แล้วนำขดหรือม้วนกับโครงสร้างของเส้นลวด ภาชนะกระดาศมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งแบบมีฝาปิด มีหูหิ้ว แต่ลวดรูปแบบนั้นได้เค้าโครงรูปแบบจากภาชนะจักสานและภาชนะที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป นอกจากนี้ยังใช้เทคนิคการขึ้นรูปคล้ายกับการขึ้นรูปภาชนะจักสาน วัสดุหลักในการขึ้นรูปคือ กระดาศ เส้นลวด และกาว เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นประโยชน์ใช้สอยมากกว่าความสวยงาม (Form follow Function) ผลิตภัณฑ์นี้มีจุดเด่นตรงที่เทคนิคการผลิต หรือการขึ้นรูป ซึ่งกระดาศที่ใช้สานนั้นทำหน้าที่เป็นโครงสร้างของภาชนะในตัวเอง</p>	<p>พัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้เทคนิคการขึ้นรูปแบบเดิม คือ ลักษณะการสานกันของกระดาศ เนื่องจากเป็นเทคนิคที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และใช้วัสดุเดิมคือกระดาศเหลือใช้ซึ่งเป็นวัสดุหลักที่ใช้ขึ้นรูป เพื่อให้คงคุณค่าของวัสดุ แต่อาจมีการเสริมวัสดุอื่นเข้าเป็นส่วนประกอบ เช่น เชือก ไม้ ฯลฯ มีการปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ใช้งานและเป็นของที่ระลึก ที่หลากหลายด้วยเช่นกัน ผลิตภัณฑ์นี้อาจไม่มีความสวยงามมากนัก แต่คุณค่าอยู่ที่การนำเทคนิคที่เป็นภูมิปัญญามาสร้างสรรค์ใหม่ โดยใช้อัตลักษณ์ของรูปทรงและลวดลายเป็นแรงบันดาลใจ</p> 
แบบร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว	
	

ตารางที่ ๔ (ต่อ) ตัวอย่างแนวทางแบบร่างของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการนำภูมิปัญญา
มาสร้างสรรค์ใหม่

ตัวอย่าง ชื่อผลิตภัณฑ์ และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	ภาพแนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๕ ชื่อผลิตภัณฑ์ : ต้นคร่ำตาน</p>  <p>คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์</p> <p>รูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ชาวไทลื้อทำขึ้นเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการเคารพ บูชาสักการะ ในพิธีทางพุทธศาสนา มีลักษณะเป็นพุ่ม มีลำต้นและกิ่งก้าน คล้ายกับต้นไม้ มีฐานเป็นรูปทรงกระบอกจากฐานถึงยอดบนสุดมีความสูงประมาณ ๑ เมตร ส่วนโครงสร้างทำด้วยหญ้าคาและทางมะพร้าว ส่วนตกแต่งทำด้วยกระดาษสี เมล็ดข้าวเปลือก เหริยบุตรา ไหมพรม กระดาษสี ลูกปัด ฯลฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นความสวยงาม (Function follow Form)</p>	<p>เป็นการนำภูมิปัญญาในเรื่องของการใช้วัสดุที่หลากหลาย มาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ข้อสังเกตของรูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์นี้ คือชาวไทลื้อมักนำเหริยบุตราที่เป็นโลหะรูปพระพุทธรูปและรูปพระมหากษัตริย์ มาตกแต่งเป็นกิ่งก้านของต้นคร่ำตาน ซึ่งอาจเป็นวัสดุที่หายากและไม่เหมาะสม ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้นอกจากต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อการใช้งานที่เหมาะสม และปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เป็นของที่ระลึกแล้ว อาจต้องเปลี่ยนแปลงการใช้วัสดุจากเหริยบุตรา ให้เป็นวัสดุอื่นที่มีรูปแบบคล้ายคลึงกันมาทดแทน สำหรับการแสดงถึงอัตลักษณ์ชาวไทลื้อบ้านท่ากานนั้น จะใช้อัตลักษณ์ของรูปทรงและลวดลายมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม เพื่อสื่อให้เห็นความเป็นไทลื้อ บ้านท่ากาน ให้เด่นชัดขึ้น</p> 
<p>แบบร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว</p>	
	

๔.๒.๒ แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการคิด สร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ โดยอาศัยทุนวัฒนธรรมของชาวไทลื้อที่มีอยู่เดิม ทั้งในด้านรูปทรง วัสดุ ลวดลาย สี และประโยชน์ใช้สอย จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์และสอบถามความต้องการเบื้องต้น เพื่อให้ทราบความต้องการในการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ นั้น พบว่าชาวไทลื้อบ้านท่ากานส่วนใหญ่ที่ทำการผลิตหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในชุมชน มีความต้องการให้ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีอัตลักษณ์ของไทลื้อบ้านท่ากาน ซึ่งผู้วิจัยได้นำความต้องการนั้นมาวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่ทิศทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ตารางที่ ๕

ตารางที่ ๕ การวิเคราะห์ความต้องการของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์

ลำดับ	ข้อมูลความต้องการของชาวไทลื้อ	คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	ตัวอย่างชื่อและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ
๑	นำเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับของไทลื้อบ้านท่ากานมาย่อส่วนเพื่อออกแบบเป็นของที่ระลึกเวียงท่ากาน โดยให้มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเวียงท่ากาน ที่สะดวกต่อการพกพา โดยทำเป็นแบบจำลอง (Model) ใช้อัตลักษณ์ของรูปทรงและลวดลาย เสื้อผ้าและเครื่องประดับไทลื้อบ้านท่ากาน มาประยุกต์ใช้	เสื้อผ้าและเครื่องประดับที่เป็นแบบจำลอง (Model)
๒	ทำรูปเจดีย์ของเวียงท่ากานขนาดเล็ก ผ่าครึ่งแล้วติดบนฝาไม้ไผ่สาน	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเวียงท่ากาน ที่ใช้รูปทรงและลวดลายอิฐของเจดีย์เวียงท่ากานมาประยุกต์ออกแบบให้เป็นแบบจำลองขนาดเล็ก ติดบนพื้นไม้ไผ่สาน	เซตกลัดเสื้อรูปเจดีย์เวียงท่ากานจำลอง ลักษณะนูนสูง
๓	ที่ทับกระดาษบนโต๊ะ และป้ายชื่อตั้งโต๊ะ เป็นรูปภูเวียงท่ากานหลากหลายรูปแบบ	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและของใช้บนโต๊ะสำนักงาน โดยออกแบบเป็นที่ทับกระดาษรูปเจดีย์เป็นรูปกำแพงเวียงท่ากาน และป้ายชื่อตั้งโต๊ะหลากหลายรูปแบบ	๑. ที่ทับกระดาษบนโต๊ะสำนักงาน ๒. ป้ายชื่อตั้งโต๊ะ บนโต๊ะทำงาน
๔	หมอน ถุงผ้าหรือถุงย่าม ขนาดเล็ก และซองหรือกระเป๋า ใส่ปากกาดินสอ มีสัญลักษณ์เวียงท่ากาน	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ออกแบบเป็นหมอน ถุงย่าม ถุงผ้า ขนาดเล็ก และของใช้ที่เป็นซองใส่ปากกา ดินสอ มีอัตลักษณ์เวียงท่ากานที่เด่นชัด	๑. หมอนขนาดเล็ก ๒. ถุงผ้าขนาดเล็ก ๓. ซองใส่ปากกาดินสอ
๕	เสื้อยืดพร้อมข้อความ “ไปมาแล้วเวียงท่ากาน”	เสื้อยืดรูปแบบต่าง ๆ ที่มีพิมพ์ข้อความและลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของเวียงท่ากาน	เสื้อยืดทั้งแบบมีปกและไม่มีปก

จากตารางที่ ๕ การวิเคราะห์ความต้องการของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น สรุปได้ว่า ชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน ส่วนใหญ่ ต้องการให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบของที่ระลึก โดยใช้ทุนวัฒนธรรมของชุมชนที่มีอยู่ โดยให้มีขนาด รูปแบบ สี ลวดลาย วัสดุ การผลิต และประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม รวมถึงให้มีอัตลักษณ์เวียงท่ากานที่เด่นชัด ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่ได้จาก

การวิเคราะห์นั้นมากำหนดแนวทางการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยแนวทาง ๒ แนวทาง ซึ่งมีความเป็นไปได้หรือสัมพันธ์กับการออกแบบมากที่สุด ดังนี้ คือ

แนวทางที่ ๑ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้ต้นแบบความคิดจากความสวยงามของรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมที่เป็นของใช้และรูปทรงงานสถาปัตยกรรมในโบราณสถานเวียงท่ากาน แล้วนำมาปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบโดยการย่อขนาดให้เล็กลง โดยคำนึงถึงขนาดสัดส่วน อັตลักษณ์ดั้งเดิม รวมถึงการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสม การปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบนี้ ไม่ส่งผลให้อัตลักษณ์ดั้งเดิมสูญหายไป แต่อาจนำอັตลักษณ์ส่วนอื่นมาเป็นส่วนเสริมให้มีความเด่นชัดให้มากขึ้น ดังตารางที่ ๖

ตารางที่ ๖ ตัวอย่างแนวทางแบบร่างของการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบ

ตัวอย่าง ชื่อผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์	ต้นแบบความคิดและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๑ ชื่อผลิตภัณฑ์ : เสื้อและเครื่องประดับจำลอง ไทลื้อเวียงท่ากาน รูปแบบผลิตภัณฑ์</p>  <p>แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทงานผ้าและงานโลหะ การออกแบบนั้นได้นำรูปทรงมาย่อส่วนให้เป็นของที่ระลึกที่เน้นความสวยงาม</p>	<p>ต้นแบบความคิด ต้นแบบความคิดมาจากเสื้อผ้า สี ลวดลาย เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ที่นิยมสวมใส่ในงานสำคัญต่างๆ ของหมู่บ้าน เสื้อผ้าของไทลื้อเป็นสิ่งแสดงความเป็นตัวตนของชาวไทลื้อบ้านท่ากานได้เด่นชัดที่สุด</p> 
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๒ ชื่อผลิตภัณฑ์ : เข็มกลัดเสื้อ รูปแบบผลิตภัณฑ์</p>  <p>แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และของใช้ประเภทงานพลาสติก การออกแบบนั้นได้นำรูปทรงมาย่อส่วนแล้วตัดทอน ประยุกต์ ให้เป็นของที่ระลึกที่เน้นความสวยงาม</p>	<p>ต้นแบบความคิด ต้นแบบความคิดมาจากรูปทรงของเจดีย์ในโบราณสถานเวียงท่ากาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวไทลื้อบ้านท่ากานเคารพนับถือ และผูกพันกับวิถีชีวิตอย่างต่อเนื่องจากอดีตถึงปัจจุบัน รูปทรงของเจดีย์เป็นลักษณะของรูปทรงเรขาคณิตที่ลดหลั่นกัน และมีพื้นผิวที่เกิดจากการเรียงตัวของก้อนอิฐ</p> 

แนวทางที่ ๒ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการคลี่คลายรูปแบบ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้ต้นแบบความคิดจากความสวยงามของรูปทรงงานสถาปัตยกรรมในโบราณสถานเวียงท่ากาน และลวดลายต่างๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ไทลื้อ นำมาคลี่คลายรูปแบบแล้วย่อขนาดให้เล็กลง โดยคำนึงถึงขนาดสัดส่วน รวมถึงการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสม การปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบนี้ ยังคงอัตลักษณ์ดั้งเดิมไว้ แต่อาจนำความสวยงามส่วนหนึ่งที่อยู่ในหลักการขององค์ประกอบศิลป์ เช่น เส้น จุด พื้นผิว มาเป็นส่วนประกอบ ให้สมบูรณ์ อีกทั้งอาจนำอัตลักษณ์ส่วนอื่นมาเป็นส่วนเสริมให้มีความเด่นชัดให้มากขึ้น ดังตารางที่ ๗

ตารางที่ ๗ ตัวอย่างแนวทางแบบร่างของการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการคลี่คลายรูปแบบ

ตัวอย่าง ชื่อผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์	ต้นแบบความคิดและแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๓ ชื่อผลิตภัณฑ์ : ที่ทับกระดาษบนโต๊ะทำงาน รูปแบบผลิตภัณฑ์</p>  <p>แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทงานเซรามิค และไม้ การออกแบบนั้นได้นำลวดลายภาพช้างและลวดลายอิฐของโบราณสถานเวียงท่ากาน มาคลี่คลายให้เป็นของที่ระลึกที่เน้นความสวยงาม</p>	<p>ต้นแบบความคิด ต้นแบบความคิดมาจากลวดลายภาพช้างที่อยู่บนผืนผ้าพาดป่าของผู้ชายชาวไทลื้อ ผ้าพาดป่าเป็นผ้าที่ใช้เสริมการแต่งกายในชุดไทลื้อ ลวดลายช้างเป็นลวดลายที่เรียงกันเป็นแถวในแนวนอน ในจังหวะที่ซ้ำกัน แต่ได้นำลวดลายภาพช้างเพียง ๑ ตัวมาคลี่คลายรูปแบบ</p> 
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๔ ชื่อผลิตภัณฑ์ : ป้ายชื่อตั้งโต๊ะ รูปแบบผลิตภัณฑ์</p>  <p>แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทงานโลหะและงานไม้ การออกแบบนั้นได้นำรูปทรงและลวดลายเจดีย์มาคลี่คลายและย่อส่วนให้เป็นของที่ระลึกที่เน้นความสวยงาม</p>	<p>ต้นแบบความคิด ต้นแบบความคิดมาจากรูปทรงและลวดลายอิฐของเจดีย์ในโบราณสถานเวียงท่ากาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวไทลื้อบ้านท่ากานเคารพนับถือ รูปทรงของเจดีย์เป็นลักษณะของรูปทรงเรขาคณิตที่ลดหลั่นกัน และมีความสวยงามของพื้นผิวที่เกิดจากการเรียงตัวของก้อนอิฐ</p> 

แนวทางที่ ๓ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการเน้นรูปทรงและลวดลาย เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้ต้นแบบความคิดจากความสวยงามของรูปทรงที่หลากหลายรูปทรงต่างๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ไทลื้อ นำมาประยุกต์ ดัดแปลง เป็นรูปทรงของผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้และของที่ระลึก โดยที่รูปทรงเหล่านี้เป็นโครงสร้างหลักของผลิตภัณฑ์ ส่วนลวดลายเป็นส่วนตกแต่งให้สวยงาม การออกแบบผลิตภัณฑ์ในแนวทางนี้เน้นความสวยงามของรูปทรงและลวดลายที่ใช้ตกแต่ง สำหรับวัสดุที่ใช้อาจใช้วัสดุต่างๆ ที่เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ ๘

ตารางที่ ๘ ตัวอย่างแนวทางแบบร่างของการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการเน้นรูปทรงและลวดลาย

ตัวอย่าง ชื่อผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์	ต้นแบบความคิดและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๕ ชื่อผลิตภัณฑ์ : หมอนขนาดเล็ก รูปแบบผลิตภัณฑ์</p>  <p>แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทงานผ้า การออกแบบนั้นได้นำรูปทรงของปิ่นปักผมรูปร่ม และลวดลายภาพหงส์คู่ มาประยุกต์ใช้ให้เป็นของที่ระลึกที่เน้นความสวยงาม</p>	<p>ต้นแบบความคิด ต้นแบบความคิดมาจากรูปทรงของปิ่นปักผมรูปร่ม ซึ่งเป็นเครื่องประดับส่วนศีรษะของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน มาประยุกต์ดัดแปลง ส่วนลวดลายตกแต่งผลิตภัณฑ์นั้นมีต้นแบบความคิดจากลวดลายภาพหงส์คู่ ซึ่งเป็นลวดลายปูนปั้นในโบราณสถานเวียงท่ากาน</p> 
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๖ ชื่อผลิตภัณฑ์ : ถุงผ้าขนาดเล็ก รูปแบบผลิตภัณฑ์</p>  <p>แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของใช้ประเภทงานผ้า การออกแบบนั้นได้นำรูปทรงกล่องข้าวเหนียวและโคมไฟ ๘ เหลี่ยม โดยกล่องข้าวเหนียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน ส่วนโคมไฟ ๘ เหลี่ยมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในพิธีสำคัญทางพุทธศาสนา รูปทรงทั้ง ๒ นี้มีความคล้ายคลึงกัน ส่วนลวดลายที่ใช้ตกแต่งนั้น เป็นลวดลายภาพช้างที่อยู่บนผ้าพาดบ่าของผู้ชายไทลื้อ</p>	<p>ต้นแบบความคิด ต้นแบบความคิดมาจากรูปทรงของกล่องข้าวเหนียวและโคมไฟ ๘ เหลี่ยม โดยกล่องข้าวเหนียวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน ส่วนโคมไฟ ๘ เหลี่ยมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในพิธีสำคัญทางพุทธศาสนา รูปทรงทั้ง ๒ นี้มีความคล้ายคลึงกัน ส่วนลวดลายที่ใช้ตกแต่งนั้น เป็นลวดลายภาพช้างที่อยู่บนผ้าพาดบ่าของผู้ชายไทลื้อ</p> 

ตารางที่ ๘ (ต่อ) ตัวอย่างแนวทางแบบร่างของการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการเน้นรูปทรง
และลวดลาย

ตัวอย่าง ชื่อผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์	ต้นแบบความคิดและแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๗ ชื่อผลิตภัณฑ์ : ซองใส่ปากกาและดินสอ รูปแบบผลิตภัณฑ์</p>  <p>แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของใช้ประเภทงานผ้า การออกแบบนั้นได้นำรูปทรงของปืนปักผมรูปกรวยและลวดลายภาพช้าง มาประยุกต์ใช้ให้เป็นของใช้ที่เน้นความสวยงาม</p>	<p>ต้นแบบความคิด ต้นแบบความคิดมาจากรูปทรงของปืนปักผมรูปกรวย ซึ่งเป็นเครื่องประดับส่วนศีรษะของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน มาประยุกต์ดัดแปลง ส่วนลวดลายตกแต่งผลิตภัณฑ์นั้นมีต้นแบบความคิดจากลวดลายภาพช้าง ซึ่งเป็นลวดลายของผ้าพาดป่าของผู้ชายไทลื้อ</p> 
<p>ผลิตภัณฑ์ที่ ๘ ชื่อผลิตภัณฑ์ : เสื้อยืดเวียงท่ากาน รูปแบบผลิตภัณฑ์</p>  <p>แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของใช้ประเภทงานผ้า การออกแบบนั้นได้นำลวดลายภาพช้างและลวดลายอิฐของโบราณสถานเวียงท่ากาน ซึ่งเป็นลักษณะลวดลายแบบซ้ำกัน มาประยุกต์ใช้ในลักษณะของการผสมผสานกัน ผลิตภัณฑ์นี้เป็นลักษณะของประโยชน์ใช้สอยมาก่อนความสวยงาม</p>	<p>ต้นแบบความคิด ต้นแบบความคิดมาจากลวดลาย ๒ ชนิดคือ ลวดลายภาพช้างที่อยู่บนผ้าพาดป่าของผู้ชายไทลื้อ และลวดลายอิฐของโบราณสถานเวียงท่ากาน มาผสมผสานกันให้ลงตัว โดยลวดลายผ้าพาดป่าของผู้ชายไทลื้อนั้น เป็นสิ่งที่ใช้เสริมการแต่งกายให้สวยงาม ส่วนลวดลายอิฐนั้นเป็นสิ่งที่ปรากฏในกำแพงและองค์เจดีย์ของโบราณสถานเวียงท่ากาน</p> 

๔.๓ การสร้างชิ้นงานผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม โดยใช้ประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ หลังจากการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่หลากหลายแล้ว ในลำดับต่อไปนั้น เป็นการนำรูปแบบเหล่านั้นมาผลิตเป็นชิ้นงานจริงที่มีรูปทรง วัสดุ รูปร่าง สี สัน ลวดลาย ประโยชน์ใช้สอย ที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ จากนั้นจึงออกแบบและสร้างบรรจุภัณฑ์ (Package) รูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ลักษณะของการจัดวาง (Display) โดยยังคงใช้อัตลักษณ์รูปแบบต่างๆ ของไทลื้อบ้านท่ากานมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม ดังตารางที่ ๙ ถึง ๒๑

ตารางที่ ๙ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของโคมไฟ


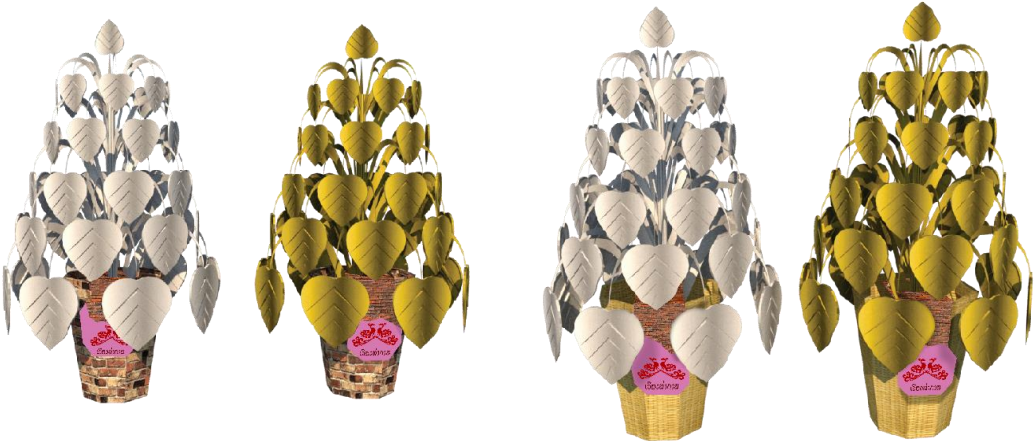
ชื่อผลิตภัณฑ์ : โคมไฟ	
<p>แบบที่ ๑ แบบฐานรูปวงกลม</p> 	<p>แบบที่ ๒ แบบฐานรูปสี่เหลี่ยม</p> 
<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการพัฒนารูปแบบให้แตกต่างจากเดิม เป็นของที่ระลึก คือโคมไฟจำลองขนาดเล็ก สำหรับใช้ตั้งโชว์บนโต๊ะทำงานหรือสถานที่ต่างๆ ประกอบด้วย ๓ ส่วนหลักคือ ฐานโคม เสาโคม และตัวโคม โดยที่ฐานโคมมี ๒ แบบคือ แบบรูปวงกลมและแบบรูปสี่เหลี่ยม ทำด้วยเซรามิคหรือไม้เนื้อแข็งสีน้ำตาลเข้ม ที่แกะเป็นรูปอิฐของโบราณสถานเวียงท่ากาน เรียงต่อกัน ๓ ชั้น เสาโคมทำด้วยโลหะท่อกลมขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง ๔ มิลลิเมตร ออกแบบเป็นรูปตัวที เพื่อเป็นแขนยึดตัวโคม ๒ ลูก ด้านซ้ายและขวา ปลายแขนนั้นปิดด้วยไม้กลึงกลม ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง ๖ มิลลิเมตร สำหรับตัวโคมนั้นมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ ๕ เซนติเมตร ตกแต่งด้านผิวนอกด้วยลวดลายภาพช้าง หรือ หงส์คู่ ซึ่งเป็นลวดลายอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน</p>	
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> 	

ตารางที่ ๑๐ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของชุดพานดอกไม้สักการะ

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ชุดพานดอกไม้สักการะ

<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการพัฒนารูปแบบให้แตกต่างจากเดิม โดยเป็นทั้งของที่ระลึกและของใช้ ทำจากวัสดุหลายชนิดมาจัดวางอยู่ร่วมกัน มี ๓ ส่วนหลักคือ ส่วนบนเป็นกรวยดอกไม้ ส่วนกลางเป็นดอกไม้ ดอกข้าวตอก และขวดน้ำอบ ส่วนล่างคือรูปทรงจیبแหลมและภาชนะรองรับ ผลิตภัณฑ์นี้มีขนาดความสูงจากฐานล่างสุดถึงยอดประมาณ ๑๐ นิ้ว เส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ ๔ นิ้ว วัสดุหลักที่นำมาจัดองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์นี้ได้แก่ ไม้ดอกไม้เทียน ผ้าเทียน ฯลฯ ซึ่งเป็นวัสดุเดิมที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม แต่มีการปรับเปลี่ยนขนาดให้เหมาะสมและตกแต่งผิวโดยวิธีการเขียนสีหรือแกะลวดลายร่องลึกที่ผิวของภาชนะให้เป็นลวดลายภาพช้าง ลวดลายอิฐ หรือลวดลายภาพหงส์คู่ ทั้งที่ฐานและตัวภาชนะ เพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์ความเป็นเวียงท่ากาน</p>
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> 


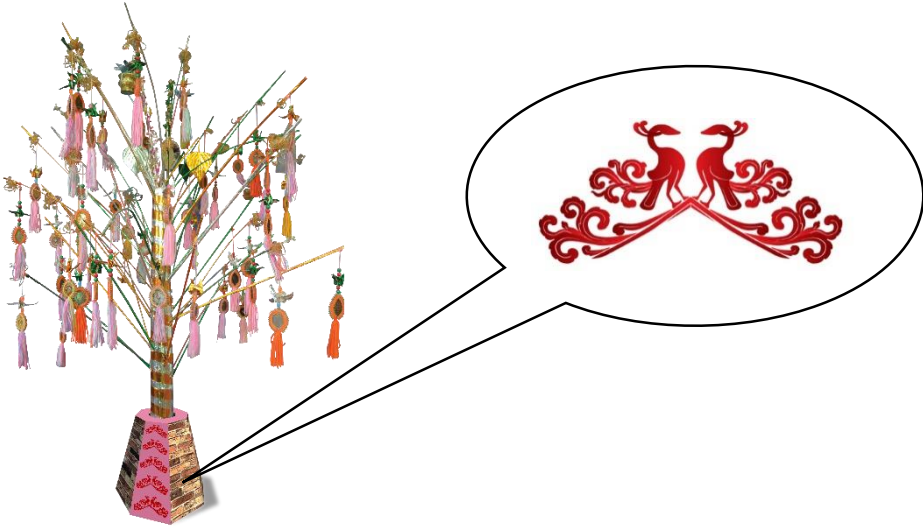
ตารางที่ ๑๑ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของ
ต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงิน

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงิน

<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการพัฒนารูปแบบให้แตกต่างจากเดิม โดยเป็นของใช้บูชา สักการะ ในทางศาสนา ลำต้นมีความสูง จากฐานถึงยอด ๒ ขนาดคือ ประมาณ ๑๕ และ ๓๐ เซนติเมตร ตามลำดับ ประกอบด้วย ๓ ส่วนหลัก คือ ส่วนฐาน ส่วนลำต้น และส่วนใบ โดยส่วนฐานทำจากกระดาษดินเผาปิดผิวด้วยกระดาษสีทองและสีเงิน ส่วนลำต้นทำด้วยหญ้าคาปิดผิวด้วยกระดาษสีทองและสีเงิน ส่วนใบทำด้วยกระดาษสีทอง สีเงิน เชือก ส่วนฐานทำเป็นรูปทรงแปดเหลี่ยม มีลวดลายตกแต่งเป็นภาพช้าง หงส์คู่ หรือภาพลายอิฐ ลวดลายเหล่านี้ ใช้วิธีตัดแปะ โดยใช้กระดาษสี ที่มีความแตกต่างจากสีพื้น</p>
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> 

ตารางที่ ๑๒ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของภาชนะกระดาษ

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ภาชนะกระดาษ	
	
<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการพัฒนาทั้งด้านรูปแบบและประโยชน์ใช้สอย ให้แตกต่างจากเดิม โดยการย่อส่วนและปรับเปลี่ยนรูปแบบ วัสดุ ประโยชน์ใช้สอย ให้มีความหลากหลายและเหมาะสม วัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์คือกระดาษเหลือใช้ ที่นำมาฉีกเป็นยาว หน้าตัดกลม ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางของกระดาษที่ฉีกเป็นยาวคือประมาณ ๓ มิลลิเมตร นำมาสานขึ้นรูปคล้ายกับภาชนะจักสานที่พบเห็นโดยทั่วไป สำหรับการใช้อัตลักษณ์ของไทลื้อเวียงท่ากานมาประยุกต์ใช้ในภาชนะกระดาษ อาจไม่เด่นชัดในเรื่องของลวดลาย แต่อยู่ที่เทคนิค วิธีการ วัสดุ และรูปทรง โดยเฉพาะรูปทรงนั้นอาจนำลวดลายภาพหงส์ ลวดลายภาพช้าง และลวดลายอิฐ มาคลี่คลายให้เป็นรูปทรงได้</p>	
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> 	

ตารางที่ ๑๓ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของ ต้นครีวทาน

<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : ต้นครีวทาน</p>	
	
<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นต้นครีวทานที่มีประโยชน์ใช้สอยคงเดิม ใช้ภูมิปัญญาเรื่องวัสดุที่หลากหลายมาประกอบเป็นต้นครีวทาน แต่อาจปรับเปลี่ยนวัสดุบางชนิดให้เหมาะสมขึ้น ต้นครีวทานที่เป็นผลิตภัณฑ์เดิมมีขนาดพุ่มต้นค่อนข้างใหญ่และสูง แต่เมื่อมีการพัฒนารูปแบบและทำเป็นต้นแบบแล้ว อาจย่อขนาดให้เล็กลงจากเดิมอย่างน้อยครึ่งหนึ่งของความสูงทั้งหมด การใช้เอกลักษณ์ของไทยที่ทำกันนั้น อาจนำรูปทรงหน้าตัดของเจดีย์ ๘ เหลี่ยมมาประยุกต์ใช้เป็นรูปทรงของฐานต้นครีวทาน รวมใช้ลวดลายของอิฐในโบราณสถานมาประกอบให้สื่อได้เด่นชัดขึ้น</p>	
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  </div>	

ตารางที่ ๑๔ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของเสื้อ และเครื่องประดับจำลอง

<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : เสื้อและเครื่องประดับจำลอง ไทลื้อเวียงท่ากาน</p>	
	
<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นของที่ระลึกสำหรับใช้ตกแต่ง โดยนำรูปทรงของเสื้อชาวไทลื้อและรูปทรงเครื่องประดับเงินมาย่อขนาดให้เล็กลง ให้เหลือประมาณ ๑ ใน ๑๐ ส่วน ของขนาดจริง วัสดุที่ใช้ทำเสื้อคือผ้าที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับของจริง ส่วนเครื่องประดับเงินนั้น ใช้วัสดุทดแทนคือทองเหลือง อุตลักษณ์ของไทลื้อที่เด่นชัดของผลิตภัณฑ์นี้คือรูปทรงของเสื้อและรูปทรงของเครื่องประดับ เนื่องจากเสื้อและเครื่องประดับเป็นสิ่งแสดงความเป็นตัวตนของไทลื้อได้เด่นชัดที่สุด</p>	
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> 	

ตารางที่ ๑๕ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของเข็มกลัดเสื้อ

ชื่อผลิตภัณฑ์ : เข็มกลัดเสื้อ

<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นของใช้ประเภทเข็มกลัดเสื้อ ที่เป็นเครื่องประดับเทียม ทำด้วยพลาสติก โดยนำรูปทรงของเจดีย์ที่เป็นรูป ๘ เหลี่ยม มาตัดทอนหรือคลี่คลายให้เหมาะสมกับการใช้งาน เนื่องจากเจดีย์เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเป็นของเคารพสักการะ ส่วนลวดลายนั้น นำกำแพงโบราณสถานเวียงท่ากานมาเป็นส่วนตกแต่ง ขนาดของเข็มกลัดเสื้อ คือถ้าเป็นรูปแปดเหลี่ยมจะมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ ๕ เซนติเมตร และหากเป็นรูปทรงอิสระจะมีขนาดเส้นกว้างประมาณ ๕.๕ เซนติเมตร และยาวประมาณ ๒.๕ เซนติเมตร มีข้อความ “เวียงท่ากาน” เพื่อสื่อให้เห็นความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน</p>
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> 

ตารางที่ ๑๖ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของที่ทับกระดาษบนโต๊ะทำงาน

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ที่ทับกระดาษบนโต๊ะทำงาน	
<p>แบบที่ ๑ รูปช้าง</p> 	<p>แบบที่ ๒ รูปก้อนอิฐ</p> 
<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นของที่ระลึกภายในสำนักงานคือ ที่ทับกระดาษบนโต๊ะทำงาน ทำด้วยเซรามิกเคลือบผิวด้าน หรือไม้เนื้อแข็ง สีน้ำตาลแดง ซึ่งเป็นสีของโบราณสถานเวียงจันทน์ โดยทำเป็น ๒ รูปแบบ คือรูปช้าง และรูปก้อนอิฐของกำแพงโบราณสถาน โดยรูปช้างมีขนาดกว้างประมาณ ๓.๕ เซนติเมตร ยาวประมาณ ๑๐ เซนติเมตร สูงจากฐานถึงหลังช้างประมาณ ๕ เซนติเมตร ปั้นให้เป็นรูปช้างซึ่งคลี่คลายมาจากลวดลายภาพช้างบนผ้าพาดบ่าของชาวไทลื้อ โดยตัวช้างนั้นเกิดจากลายอิฐที่เรียงต่อกัน ส่วนรูปก้อนอิฐ นั้นมีขนาดกว้างประมาณ ๑๐ เซนติเมตร และยาวประมาณ ๑๐ เซนติเมตร ที่ทับกระดาษเป็นผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างมีน้ำหนักพอควร เพื่อประสิทธิภาพในการทับกระดาษ มีข้อความ “เวียงจันทน์” เป็นร่องลึกเพื่อสื่อให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน</p>	
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> 	

ตารางที่ ๑๗ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของป้ายชื่อตั้งโต๊ะ

<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : ป้ายชื่อตั้งโต๊ะ</p>	
	
<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นของที่ระลึกและของใช้ภายในสำนักงาน คือ ป้ายชื่อตั้งโต๊ะสำนักงาน ขนาดกว้าง ๗.๕ เซนติเมตร และยาว ๓๐ เซนติเมตร ใช้รูปทรงของเจดีย์เวียงท่ากานมาปรับปรุง ตัดทอน คลี่คลาย ให้เหมาะสมกับลักษณะใช้สอย และความเชื่อของชุมชน โครงสร้างหลักทำด้วยไม้เนื้ออ่อนเป็นโครงสร้าง เพื่อให้มีน้ำหนักเบา ตกแต่งด้วยโลหะคือ อลูมิเนียม หรือทองเหลืองสลักคุณ ให้เป็นลวดลายของอิฐในโบราณสถานเวียงท่ากาน ลักษณะภาพนูนต่ำหรือนูนสูง</p>	
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> 	

ตารางที่ ๑๘ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของหมอนขนาดเล็ก



ชื่อผลิตภัณฑ์ : หมอนขนาดเล็ก	
	
<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ทำจากผ้า เป็นรูปทรงของปิ่นปักผมรูปร่มมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง ๙ เซนติเมตร มีความหนาประมาณ ๓.๕ เซนติเมตร ใช้ลวดลายภาพหงส์คู่ตักแต่งผิวนอกให้สวยงามและสื่อความเป็นอัตลักษณ์ใ้สื่อบ้านท่ากาน ตัวหมอนอาจทำเป็นผ้าหลากสีเพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมของผู้ใช้</p>	
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p>	

ตารางที่ ๑๙ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของถุงผ้าขนาดเล็ก

<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : ถุงผ้าขนาดเล็ก</p>

<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นผลิตภัณฑ์ของใช้หรืออาจเป็นของที่ระลึกได้ ทำจากผ้า มีสายรัดปาก มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง ๑๗ เซนติเมตร หรืออาจทำเป็นรูปแบบและขนาดต่างๆ ที่แตกต่างจากนี้ ตามความเหมาะสม เช่น สีเหลือง ฯลฯ ผลิตภัณฑ์เป็นรูปทรงกล่องข้าวเหนียวและโคมไฟ ๘ เหลี่ยมมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน ส่วนลวดลายนั้นได้นำลวดลายภาพช้าง มาเป็นส่วนตกแต่ง เพื่อสื่อความเป็นอัตลักษณ์ไต่ลื้อบ้านท่ากาน</p>
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> 

ตารางที่ ๒๐ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของซองใส่ปากกาและดินสอ

<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : ซองใส่ปากกาและดินสอ</p>	
	
<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นผลิตภัณฑ์ของใช้รูปแบบของกระเป๋ามีฝาปิด มีสายสะพายคล้องคอ มีขนาดกว้าง ๕ เซนติเมตร และยาว ๑๖ เซนติเมตร ใส่ปากหรือดินสอได้ ๓ แท่ง เป็นรูปทรงของปืนปักผมรูปกรวยและตกแต่งด้วยลวดลายภาพช้าง มีข้อความ “เวียงท่ากาน” เพื่อสื่อให้เห็นความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนไทลื้อ</p>	
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">  </div>	

ตารางที่ ๒๑ ชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ของเสื่อยัด

ชื่อผลิตภัณฑ์ : เสื่อยัด	
	
<p>รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ</p> <p>เป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คือเสื่อยัด ที่สามารถสวมใส่ได้ทุกวัย เป็นเสื่อยัดทั้งแบบคอกลมและคอปก สามารถทำให้สีผ้าแตกต่างกันตามรสนิยมผู้ใช้ มีขนาดที่สอดคล้องกับร่างกายผู้สวมใส่ หรือตามขนาดมาตรฐานทั่วไป คือ ขนาด S M L และ XL รูปทรงของเสื่อได้ประยุกต์ใช้จากรูปทรงเสื่อไทลื้อบ้านท่ากาน พิมพ์ลวดลายตกแต่งที่ด้านหน้าหรือด้านหลังเป็นลวดลายภาพช้าง ลวดลายภาพหงส์ และลวดลายอิฐ เพื่อสื่อความเป็นอัตลักษณ์ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน</p>	
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p> 	

บทที่ ๕

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูล มาสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ จากการทำวิจัยครั้งนี้ โดยสรุปผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้คือ

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๑.๑ รูปแบบอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน เป็นรูปแบบอัตลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในวิถีชีวิตและสิ่งของเครื่องใช้ ของชาวไทลื้อ เป็นสิ่งที่มีคุณค่าในเชิงความสวยงาม เชิงศิลปะและการออกแบบ สามารถใช้เป็นข้อมูลในการประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ โดยจำแนกเป็น ๒ ประการคือ รูปแบบอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน และรูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้คือ

๑) รูปแบบอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เป็นอัตลักษณ์ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบอัตลักษณ์ดั้งเดิมที่มีความคงอยู่ตั้งแต่สมัยอดีตถึงปัจจุบัน อาจมีการปรับเปลี่ยนบ้างเล็กน้อยเพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป อัตลักษณ์ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน แบ่งออกเป็น ๓ รูปแบบดังนี้คือ

(ก) อัตลักษณ์ของรูปทรง เป็นอัตลักษณ์ที่เด่นชัดเรื่องรูปทรง ๒ รูปทรงหลักคือรูปทรงงานสถาปัตยกรรมและงานหัตถกรรม โดยที่รูปทรงงานสถาปัตยกรรม เป็นรูปทรง หน้าตัด ของเจดีย์ ที่อยู่ในโบราณสถานเวียงท่ากาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวไทลื้อมีความเคารพศรัทธาและผูกพัน ตั้งแต่สมัยอดีตถึงปัจจุบัน ส่วนรูปทรงของงานหัตถกรรมนั้น เกิดจากการคิดค้น การประดิษฐ์จากความรู้และทักษะที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงความเชื่อบางประการที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตประจำวันและพุทธศาสนา เช่น รูปทรงของกล่องข้าวที่สานด้วยไผ่ตาล รูปทรงปิ่นปักผม รูปทรงของโคมไฟกระดาษ ฯลฯ เป็นต้น รูปทรงบางชนิดเป็นของศักดิ์สิทธิ์และมีความเชื่อต่างๆ เกี่ยวข้องอยู่ อาจนำไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบได้ แต่ต้องผ่านกระบวนการ ดัดแปลง ตัดทอน ให้เหมาะสม

(ข) อัตลักษณ์ของลวดลาย เป็นความเด่นชัดของลวดลายที่อยู่ในงานสถาปัตยกรรมและงานหัตถกรรมเช่นกัน โดยลวดลายที่อยู่ในงานสถาปัตยกรรมนั้น คือลวดลายที่เกิดจากลักษณะการเรียงตัวของก้อนอิฐที่กำแพงและเจดีย์ต่างๆ ภายในโบราณสถานเวียงท่ากาน ส่วนลวดลายที่อยู่ในงานหัตถกรรมนั้น ได้แก่ลวดลายปักบนผืนผ้าพาดำของชาวไทลื้อ ที่โดดเด่นคือลวดลายรูปช้างในท่ายืน ลวดลายรูปหงส์คู่ที่เป็นลวดลายปูนปั้นประกอบกับลวดลายพันธุ์พฤกษา ซึ่งอยู่ในซากชั้นส่วนของโบราณสถานเวียงท่ากาน

(ค) อัตลักษณ์ของสี เป็นรูปแบบของสีที่เกี่ยวข้องกับชาวไทลื้อบ้านท่ากาน สามารถจำแนกเป็นความเด่นชัดของสี ๒ กลุ่ม คือ ก) กลุ่มสีจากลักษณะทางกายภาพในงานสถาปัตยกรรม และงานหัตถกรรม และ ข) กลุ่มสีที่ได้จากความรู้สึกของสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต ประเพณีความเชื่อต่างๆ โดยกลุ่มสีในงานสถาปัตยกรรมและงานหัตถกรรมนั้น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสีน้ำตาลแดง ส่วนกลุ่มสีที่วิเคราะห์ได้จากความรู้สึกของสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต ประเพณี ความเชื่อต่างๆ ได้แก่ สีเหลืองทอง สีน้ำเงิน สีเขียว สีแดง สีส้ม และสีเทา

๒) รูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน งานหัตถกรรมในชุมชนไทลื้อบ้านท่ากาน ส่วนใหญ่ใช้วัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์บางชนิดได้รับอิทธิพลรูปแบบจากผลิตภัณฑ์ภายนอกชุมชน บางรูปแบบมีการปรับเปลี่ยนวัสดุโดยใช้วัสดุในท้องถิ่น บางรูปแบบมีการคิดค้นขึ้นใหม่หรือเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของเจ้าของ แล้วมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมตามลักษณะของประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม จนกลายเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน ได้คำนึงถึงส่วนประกอบหลัก ๒ ส่วนคือ ความสวยงาม (Aesthetic) และประโยชน์ใช้สอย (Function) บางรูปแบบเน้นความสวยงาม (Function follow Form) บางรูปแบบเน้นประโยชน์ใช้สอย (Form follow Function) รูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน สามารถจำแนกรูปแบบออกเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ ดังนี้คือ

ก) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความถี่ในการใช้งานบ่อยครั้ง ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้เน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก อาจไม่มีความสวยงามมากนัก แต่ก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ความประณีตพอสมควร ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ได้แก่ ก่องใส่ข้าวเหนียว ภาชนะกระดาศ

ข) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานเฉพาะและพิธีกรรมทางศาสนา เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานสำคัญ โอกาสสำคัญของชุมชน และพิธีกรรมทางศาสนาของชาวไทลื้อ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความถี่ในการใช้งานน้อยครั้ง ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้เน้นความสวยงาม ความศรัทธา ทศนคติ ความเชื่อ และการจรรโลงจิตใจเป็นหลัก ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ได้แก่

(๑) เครื่องประดับเงิน แบ่งออกเป็น ๒ ส่วนตามลักษณะตำแหน่งที่อยู่ของเครื่องประดับ คือ ส่วนที่ ๑ เครื่องประดับส่วนศีรษะ ได้แก่ ปิ่นปักผมรูปดอกไม้ ปิ่นปักผมรูปใบไม้ ปิ่นปักผมรูปกรวย และปิ่นปักผมรูปร่ม ส่วนที่ ๒ เครื่องประดับส่วนเอว ได้แก่ เข็มขัดเงิน

(๒) โคมไฟกระดาศ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบโดยมีที่มาจากรูปทรงเรขาคณิต นิยมทำเฉพาะรูปทรงแปดเหลี่ยม และได้มีการปรับลดขนาดสัดส่วนของโคมไฟกระดาศให้เล็กลงเพื่อเป็นของที่ระลึก

(๓) ต้นโพธิ์ทอง โพธิ์เงิน ผลิตภัณฑ์รูปแบบนี้มีที่มาจากธรรมชาติคือรูปทรงของต้นโพธิ์ ต้นโพธิ์เป็นต้นไม้มงคลที่เกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธ คุณค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ที่สีทองและสีเงินของใบโพธิ์ ที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มก้อน

(๔) ชุดพานดอกไม้สักการะ (ขันยอสา) ผลิตภัณฑ์รูปแบบนี้มีสิ่งของหลากหลายชนิดรวมกันอยู่ ชุดพานดอกไม้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นสิ่งของสักการะบูชาในพระพุทธศาสนา

(๕) ต้นคร้าวทาน ผลิตภัณฑ์นี้มีที่มาจากรูปทรงของต้นไม้ที่แผ่กิ่งก้าน ออกเป็นพุ่มใหญ่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบูชาและประกอบพิธีสำคัญทางศาสนา

ผลิตภัณฑ์ของชาวไทลื้อเหล่านี้ มีวัตถุประสงค์ในการทำ ๒ ประการหลักคือ เพื่อการจำหน่ายในชุมชน และเพื่อการประกอบในพิธีกรรมทางศาสนา

๕.๑.๒ แนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมโดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน การพัฒนาและออกแบบ ผลิตภัณฑ์นั้น ได้มีการสำรวจความต้องการของชาวไทลื้อ เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลการสำรวจความต้องการนั้น ชาวไทลื้อส่วนใหญ่มีความต้องการให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ และคิดค้นรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยให้พิจารณาด้านรูปแบบ ความสวยงาม สี ลวดลาย วัสดุ และการผลิต ให้เหมาะสม แล้วนำมาจำหน่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นการดำเนินการที่จำแนกเป็น ๒ ลักษณะคือ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยที่

๑) **แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์** เป็นการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมของชาวไทลื้อให้รูปแบบมีความแตกต่างจากเดิม ทั้งในด้านรูปทรง วัสดุ ลวดลาย และประโยชน์ใช้สอย ซึ่งสามารถใช้แนวทางการพัฒนาได้ ๓ แนวทางคือ แนวทางที่ ๑ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการจัดวางใหม่ แนวทางที่ ๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในลักษณะการปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบ แต่คงลักษณะการใช้งานเดิม และแนวทางที่ ๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการนำภูมิปัญญามาสร้างสรรค์ใหม่

๒) **แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์** เป็นการคิด สร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่โดยอาศัยทุนวัฒนธรรมของชาวไทลื้อที่มีอยู่เดิม ทั้งในด้านรูปทรง วัสดุ ลวดลาย สี และประโยชน์ใช้สอย ซึ่งสามารถใช้แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ ๓ แนวทางคือ แนวทางที่ ๑ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ในลักษณะการปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบ แนวทางที่ ๒ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการคลี่คลายรูปแบบ แนวทางที่ ๓ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการเน้นรูปทรงและลวดลาย

๕.๑.๓ การสร้างชิ้นงานผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม โดยใช้ประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ เป็นการสร้างชิ้นงานต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงทั้งที่เป็นของใช้และของที่ระลึก โดยใช้รูปแบบที่ได้จากการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ มีการพิจารณาถึงรูปแบบ สี ลวดลาย วัสดุ การผลิต และประโยชน์ใช้สอย ให้เหมาะสม จากนั้นจึงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการจำหน่าย (Display) โดยพิจารณาถึงวัสดุที่ทำโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สวยงาม ชิ้นงานผลิตภัณฑ์ต้นแบบสำเร็จและบรรจุภัณฑ์ มีดังนี้คือ

๑) โคมไฟ มี ๒ รูปแบบคือ แบบฐานรูปวงกลม และแบบฐานรูปอิสระ ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งแบบพับ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กและมีไม้มีน้ำหนักมาก มีกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับเวียงท่ากานตกแต่งให้สวยงาม

๒) ชุดพานดอกไม้สักการะ ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งลูกฟูก เพื่อเสริมความแข็งแรง เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีชิ้นส่วนประกอบมาก แล้วบรรจุลงกล่องบรรจุพลาสติกใสอีกครั้ง เพื่อให้มองดูมีคุณค่าและความศักดิ์สิทธิ์ มีกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับเวียงท่ากานตกแต่ง

๓) ต้นโพธิ์ทองและโพธิ์เงิน ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งลูกฟูก เพื่อเสริมความแข็งแรง และมีกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับเวียงท่ากานตกแต่งให้สวยงาม

๔) ต้นคร่ำทาน ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งลูกฟูก เพื่อเสริมความแข็งแรง และมีกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับเวียงท่ากานตกแต่งให้สวยงาม

๕) เสื้อและเครื่องประดับจำลอง ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งแบบพับ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กและมีไม่มีน้ำหนักมาก มีกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับเวียงท่ากานตกแต่งให้สวยงาม

๖) เข็มกลัดเสื้อ ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งแบบพับ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กและมีไม่มีน้ำหนักมาก มีกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับเวียงท่ากานตกแต่งให้สวยงาม

๗) ที่ทับกระดาษบนโต๊ะทำงาน ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งลูกฟูก เพื่อเสริมความแข็งแรง และมีกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับเวียงท่ากานตกแต่งให้สวยงาม

๘) ป้ายชื่อตั้งโต๊ะ ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งลูกฟูก เพื่อเสริมความแข็งแรง และมีกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับเวียงท่ากานตกแต่งให้สวยงาม

๙) หมอนขนาดเล็ก ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งแบบพับ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กและมีไม่มีน้ำหนักมาก มีกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับเวียงท่ากานตกแต่งให้สวยงาม

๑๐) ถุงผ้าขนาดเล็ก ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งแบบพับ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กและมีไม่มีน้ำหนักมาก มีกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับเวียงท่ากานตกแต่งให้สวยงาม

๑๑) เสื้อยืด ใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งแบบพับ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กและมีไม่มีน้ำหนักมาก มีกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับเวียงท่ากานตกแต่งให้สวยงาม

๕.๒ อภิปรายผล

จากข้อสรุปการวิจัยในประเด็นต่าง ๆ นั้น ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้คือ

๕.๒.๑ รูปแบบอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน เป็นรูปแบบอัตลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในวิถีชีวิตและสิ่งของเครื่องใช้ ของชาวไทลื้อ เป็นสิ่งที่มีคุณค่าในเชิงความสวยงาม เชิงศิลปะและการออกแบบ สามารถใช้เป็นข้อมูลในการประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ โดยจำแนกเป็น ๒ ประการคือ

๑) รูปแบบอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เป็นอัตลักษณ์ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบอัตลักษณ์ดั้งเดิมที่มีความคงอยู่ตั้งแต่สมัยอดีตถึงปัจจุบัน อาจมีการปรับเปลี่ยนบ้างเล็กน้อยเพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป อัตลักษณ์ของชาวไทลื้อบ้านท่ากานแบ่งออกเป็น ๓ รูปแบบดังนี้คือ อัตลักษณ์ของรูปทรง อัตลักษณ์ของลวดลาย และอัตลักษณ์ของสี

๒) รูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เป็นความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของชาวไทลื้อ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ โดยต้องคำนึงถึงส่วนประกอบหลัก ๒ ส่วนคือ ความสวยงาม (Aesthetic) และประโยชน์ใช้

สอย (Function) บางรูปแบบเน้นความสวยงาม (Function follow Form) บางรูปแบบเน้นประโยชน์ใช้สอย (Form follow Function) รูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากานสามารถจำแนกรูปแบบออกเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ ดังนี้คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานเฉพาะและพิธีกรรมทางศาสนา อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ของชาวไทลื้อเหล่านี้ มีวัตถุประสงค์ในการทำ ๒ ประการหลักคือ เพื่อการจำหน่ายในชุมชน และเพื่อการประกอบในพิธีกรรมทางศาสนา เห็นได้ว่ารูปแบบอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน เป็นสิ่งควบคู่กัน โดยที่รูปแบบอัตลักษณ์ชาวไทลื้อนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและบอกความเป็นตัวตนของไทลื้อได้เป็นอย่างดี อีกทั้งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง แต่ชาวไทลื้อก็มีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น โดยยังคงรักษาอัตลักษณ์ของตนเองไว้ให้คงอยู่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะชาวไทลื้อมีความภาคภูมิใจและตระหนักในคุณค่าอัตลักษณ์ของตนเอง และต้องการให้มีการรักษา สืบทอดอัตลักษณ์ไว้จากรุ่นหนึ่งสู่อีกหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของ นันทนัย ประสานนาม (๒๕๔๙) ที่อธิบายว่า อัตลักษณ์ เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเองและการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์สามารถ แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คืออัตลักษณ์ภายนอก คือลักษณะเฉพาะตนที่แสดงออกภายนอก เช่น การแต่งกาย คำพูด อิริยาบถ ศิลปกรรม สิ่งก่อสร้าง ฯลฯ อัตลักษณ์ภายใน คือ ลักษณะของตนที่แฝงอยู่ภายใน เช่น ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ความชอบ เป็นต้นสำหรับรูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน นั้น เป็นความโดดเด่นของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของชาวไทลื้อ ทั้งในด้านรูปแบบ วัสดุ สี ลวดลาย การผลิต ประโยชน์ใช้สอยและ ภูมิปัญญาในเชิงช่าง แต่ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงส่วนประกอบหลัก ๒ ส่วนคือ ความสวยงาม (Aesthetic) และประโยชน์ใช้สอย (Function) เป็นประการสำคัญ เห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานหัตถกรรมต่างๆ เหล่านี้ อาจไม่เป็นที่เน้นการจำหน่ายในเชิงพาณิชย์มากนัก แต่เน้นความมีคุณค่า ความพึงพอใจ จิตใจ ความสามารถเชิงช่าง หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งนี้อาจเนื่องจากชาวไทลื้อมีความตระหนักอยู่เสมอว่า การสร้างผลงานใดๆ ก็ตามที่อยู่ชุมชน ย่อมต้องทุ่มเท มุ่งมั่น และใช้ความสามารถ ทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการทรัพยากรในท้องถิ่นของตนเองให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่าที่สุด เพื่อให้เป็นที่ปรากฏแก่ผู้พบเห็นแล้วเกิดการยอมรับ ซึ่งสอดคล้องกับเรื่องทุนวัฒนธรรมของ ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (๒๕๕๘ : ๓๓-๓๖) ที่อธิบายอธิบายอย่างน่าสนใจว่าทุน อาจหมายถึง ทรัพย์สินเงินทอง บ้านเรือน หรืออาจจะเข้าใจในมิติทางเศรษฐศาสตร์ ว่าทุน คือปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะป็นวัตถุดิบเงินทุน ที่ดิน แรงงาน เครื่องจักร ฯลฯ อย่างไรก็ตามทุนอาจอยู่ในรูปแบบอื่นๆ ได้อีก เช่น ทุนสังคม ทุนการเงิน ทุนมนุษย์ ทุนกายภาพและทุนธรรมชาติ เป็นต้น ทุนวัฒนธรรมเป็นรูปแบบของทุนอีกรูปแบบหนึ่ง ทุนวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าความรู้ ภูมิปัญญาและงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น และสอดคล้องกับคำอธิบายเรื่องทุนวัฒนธรรมของ อรุณี ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ์ (๒๕๕๔ : ๑๒๙-๑๓๗) กล่าวว่าทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) หมายถึง ผลผลิตทางวัฒนธรรม ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรม และผลงานศิลปะแขนงต่างๆ เช่น ภาพวาด หัตถกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ และวรรณกรรม เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่วัดมูลค่าเป็นตัวเงินได้ ในขณะที่ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ขบธรรมเนียมประเพณี จารีต

วิถีชีวิต ความเชื่อ และแนวทางปฏิบัติ เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ ข้างต้น ถูกจัดว่าเป็น “ทุน” เนื่องจากแนวคิดที่ว่า วัฒนธรรมมีผลต่อการผลิตสินค้าและบริการ ทำให้การผลิตสินค้าและบริการขยายตัวเพิ่มขึ้น ประเทศที่มีวัฒนธรรมหรือจารีตประเพณีที่แตกต่างจากประเทศอื่นๆ อย่างเด่นชัดสามารถผลิตผลงานศิลปะที่แตกต่าง มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์งาน (creativity)

๕.๒.๒ แนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมโดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ บ้านท่ากาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ได้มีการสำรวจความต้องการของชาวไทลื้อ เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลการสำรวจความต้องการนั้น ชาวไทลื้อส่วนใหญ่มีความต้องการให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ และคิดค้นรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยให้พิจารณาด้านรูปแบบ ความสวยงาม สี ลวดลาย วัสดุ และการผลิต ให้เหมาะสม แล้วนำมาจำหน่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นการดำเนินการที่จำแนกเป็น ๒ ลักษณะคือ ๑) **แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์** เป็นการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมของชาวไทลื้อให้รูปแบบมีความแตกต่างจากเดิม ทั้งในด้านรูปทรง วัสดุ ลวดลาย และประโยชน์ใช้สอย มีแนวทางการพัฒนา ๓ แนวทางคือ แนวทางที่ ๑ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการจัดวางใหม่ แนวทางที่ ๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในลักษณะการปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบ แต่คงลักษณะการใช้งานเดิม และแนวทางที่ ๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการนำภูมิปัญญา มาสร้างสรรค์ใหม่ ๒) **แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์** เป็นการคิด สร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ โดยอาศัยทุนวัฒนธรรมของชาวไทลื้อที่มีอยู่เดิม ทั้งในด้านรูปทรง วัสดุ ลวดลาย สี และประโยชน์ใช้สอย ซึ่งสามารถใช้แนวทาง ๓ แนวทางคือ แนวทางที่ ๑ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบ แนวทางที่ ๒ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการคลี่คลายรูปแบบ แนวทางที่ ๓ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะการเน้นรูปทรงและลวดลาย ซึ่งแนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่กล่าวมานี้ ล้วนเป็นแนวทางในการทำให้รูปแบบผลิตภัณฑ์เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือมีความแตกต่างจากเดิมที่ครอบคลุมทุกด้าน คือ รูปแบบ ความสวยงามสี ลวดลาย วัสดุ การผลิต ประโยชน์ใช้สอย การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องอยู่บนพื้นฐานของทุนวัฒนธรรมดั้งเดิม แต่การเลือกใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในตัวผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมในบริบทต่างๆ เช่น เรื่องกฎ ข้อห้าม ความเชื่อต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้อาจเนื่องจากชาวไทลื้อบ้านท่ากานเป็นกลุ่มคนที่มีความเชื่อเฉพาะกลุ่ม มีความผูกพันกับโบราณสถานเวียงท่ากาน มีความภาคภูมิใจในฐานะเจ้าของวัฒนธรรม และต้องการรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองไว้อย่างเหนียวแน่น แต่ในขณะเดียวกันระบบเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตโบราณสถานเวียงท่ากาน ก็ยังเป็นส่วนสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิต ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาและออกแบบจะเป็นสิ่งหนึ่งที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและจดจำโบราณสถานเวียงท่ากาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขาม จาตุรงค์กุล, (๒๕๕๐) ที่รายงานวิจัยเรื่อง “เขียนหมากอีसानและการประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม กรณีศึกษาในอีसानตอนกลาง” ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายที่ตกแต่งผลิตภัณฑ์มักมีความเป็นงานพื้นบ้านสูง คือ ไร่แบบแผนแต่มีเอกลักษณ์ เรียบง่าย แต่มีความทนทาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ ต้องพิจารณาถึงการใช้งาน วัสดุกรรมวิธีการผลิตแบบใหม่ๆ ทั้งนี้เพื่อให้

ผู้สนใจ ทั้งในเชิงวัฒนธรรมและเชิงการออกแบบ ได้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในโอกาสต่อไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปานฉัตร อินทร์คง (๒๕๕๖) ที่รายงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าม้งและเย้า” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการแต่งกายของชนเผ่าทั้ง ๒ นี้ ต้องนำอัตลักษณ์ด้านการแต่งกายในลักษณะการสวมใส่ชุดประจำเผ่าเต็มรูปแบบ โดยการวาดหรือพิมพ์ลงบนผลิตภัณฑ์ที่ระลึกกระเป๋า และเสื้อยืด ร่วมกับการปักผ้าและการใช้การจัดวางตามหลักองค์ประกอบศิลปะ เพื่อให้เกิดความงามเชิงสุนทรียศาสตร์ เกิดเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกแบบใหม่ที่ผสมการพิมพ์และการปักร่วมกัน การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าม้งและเย้า จึงคำนึงถึงความต้องการซื้อและประโยชน์ใช้สอยของนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยพิจารณาด้านรูปแบบและลวดลาย วัสดุในการผลิต สี สัน ความสัมพันธ์ของวัสดุและองค์ประกอบ การทำหน้าที่ด้านการใช้สอย และการทำหน้าที่ในการสื่ออัตลักษณ์ชนเผ่าเพื่อให้อสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคปัจจุบัน และส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร (๒๕๕๘ : ๖๘) ที่กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการคิดค้น ประดิษฐ์ แก้ปัญหา สิ่งของเครื่องใช้ ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย ให้แก่นutzerทั้งในวิถีชีวิตประจำวันและวิถีชีวิตโดยทั่วไป ซึ่งต้องคำนึงถึงความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยเป็นพื้นฐานสำคัญ การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เกิดสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อการดำรงชีวิตอยู่ของมนุษย์ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์มีส่วนช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ให้ดีขึ้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ครอบคลุม ๒ ประการหลักคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมหรือการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นทั้งด้านกายภาพและทางจิตใจ เป็นลักษณะการดัดแปลง ปรับปรุง เพิ่มเติม ประยุกต์ ลดทอน ฯลฯ ในส่วนที่เป็นรูปทรง สี สัน ลวดลาย ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์เดิม ให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น และการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการ หรือพฤติกรรมของมนุษย์ในทุกๆ ด้าน เป็นลักษณะการคิดค้น ประดิษฐ์ สิ่งของเครื่องใช้ใหม่ขึ้น ทั้งรูปทรง สี สัน ลวดลาย และประโยชน์ใช้สอย ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่คือคุณภาพหรือคุณภาพที่ดีกว่าหรือมากกว่าผลิตภัณฑ์เดิม ราคาที่ถูกกว่า มีความแปลกใหม่หรือมีความคุณค่ามากกว่าเดิม ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติส่วนใหญ่ของผู้บริโภคที่มักชอบสิ่งของที่เป็นของใหม่อยู่เสมอ และไม่แตกต่างจากแนวคิดของ เอกพงษ์ ตรีตรง (๒๕๕๘ : เว็ปไซด์) ที่อธิบายว่า การออกแบบหัตถกรรมที่มีมิติอันลึกซึ้ง เริ่มต้นจากแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นรอบตัว และในบางโอกาสการค้นคว้าหาข้อมูลทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี พื้นบ้าน ก็เป็นส่วนหนึ่งที่สามารถก่อให้เกิดผลงานที่มีคุณค่าทางศิลปะ มีความงดงาม มีสุนทรียภาพ โดยจะต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้งานและประโยชน์ใช้สอยที่ดีเลิศ การรู้จักนำศิลปหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาออกแบบอย่างสร้างสรรค์ แล้วเข้าสู่กระบวนการแปรรูปอย่างชาญฉลาดถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผลงานการออกแบบมีคุณค่ามากขึ้นทวีคูณ โดยขั้นตอนการแปรรูปจะต้องอาศัยแนวทางที่เหมาะสม มีรสนิยมอย่างมากเพื่อต่อยอดภูมิปัญญาให้งดงามและประยุกต์สู่การตกแต่งอย่างกลมกล่อม

๕.๒.๓ การสร้างชิ้นงานผลิตภัณฑ์จริง (Prototype Model) และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม โดยใช้ประยุกต์ใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ การสร้างชิ้นงานผลิตภัณฑ์จริงเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ มาผลิตเป็นชิ้นงานโดย

พิจารณาถึงเรื่องวัสดุ ขนาด สี รูปร่าง สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ การผลิต รสนิยมผู้ใช้ การจำหน่าย ราคา ฯลฯ ให้เหมาะสมกับลักษณะความเป็นของที่ระลึกหรือของใช้ ผลิตภัณฑ์จริงที่สร้างขึ้นนี้ถือเป็นต้นแบบจริงที่สามารถนำไปเป็นแนวทางเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรืออาจเป็นส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้เนื่องจากชิ้นงานผลิตภัณฑ์จริงเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ลักษณะของ ๓ มิติ สามารถนำไปใช้งานได้จริง และจะส่งผลต่อการรับรู้ ความตระหนักของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวเขตโบราณสถานเวียงท่ากาน ทำให้ได้เห็นคุณค่าและทราบประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (History of Product) หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าชิ้นงานผลิตภัณฑ์จริงจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการจดจำ ว่าครั้งหนึ่งได้เคยมาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้ ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของ กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (๒๕๕๘ : ๑๖) ได้อธิบายอย่างน่าสนใจว่าองค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประการหนึ่งคือการได้ชมศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณี และเทศกาลต่างๆ หลักสำคัญประการหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวคือการเร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงคุณ จันทจร (๒๕๕๒) ซึ่งได้รายงานวิจัยเรื่อง “คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้” ผลการวิจัยพบว่าแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นเหมาะกับยุคสมัยในปัจจุบัน สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย พยายามลดต้นทุนในการผลิตด้วยการเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยไม่ทำให้คุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง มีการส่งเสริมอาชีพให้กับคน ในท้องถิ่น เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย มีการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์สาธิตกระบวนการ การผลิต การจัดนิทรรศการและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ภายในท้องถิ่น เพื่อเป็นแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับผู้เยี่ยมชม นอกจากนี้ยังไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ ปานฉัตร อินทร์คง (๒๕๕๕) ได้รายงานวิจัยเรื่อง “ต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม : การออกแบบเพื่อสื่อเอกลักษณ์พื้นถิ่น จากงานจิตรกรรมฝาผนังไทย” ผลการวิจัยพบว่า ภาพจิตรกรรมฝาผนังในภาคเหนือและภาคกลาง เป็นสื่อการเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมจากการแสดงออกด้านการดำเนินชีวิต ค่านิยม สังคม สิ่งแวดล้อมในอดีต และยังเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นด้วย โดยการสร้างสรรค์ผ่านชิ้นงานผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะร่วมสมัยจากรูปแบบที่ผสมผสานวัสดุหลายอย่างร่วมกัน การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มีการนำเรื่องราวของภาพจิตรกรรมฝาผนังมาใช้เขียนบนผลิตภัณฑ์ต้องสามารถใช้สอยได้จริง มองเห็นได้ชัดเจน เป็นภาพวิถีชีวิตชาวบ้าน ที่สื่อได้ง่ายด้วยภาพจิตรกรรมไทย ที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของภาคเหนือและภาคกลางจากการแต่งกายและการดำเนินชีวิต

สำหรับการสร้างบรรจุภัณฑ์นั้นจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์นี้เป็นลักษณะบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) และประกอบด้วย ๒ ส่วนหลักคือ ส่วนโครงสร้างและส่วนกราฟิกตกแต่ง วัสดุหลักคือกระดาษลูกฟูก กระดาษแบบพับ และพลาสติกแข็ง โดยกระดาษลูกฟูกเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เสียหายง่าย กระดาษแบบพับเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนักเบา พลาสติกแข็งเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษ สำหรับอัตลักษณ์ท้องถิ่นบ้านท่ากานที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์จะจัดวางหรือเลือกวางในตำแหน่งที่เหมาะสมที่สุดในรูปแบบของรูปภาพ และตัวอักษร เพื่อให้

ให้มองเห็นได้อย่างชัดเจน การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คือการนำไปจัดวาง (Display) เพื่อสร้างจุดสนใจให้กับนักท่องเที่ยวนั่นเอง ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งของการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนเสื้อผ้าที่สวยงามใส่ให้กับผลิตภัณฑ์อีกชั้นหนึ่ง ผลิตภัณฑ์บางรูปแบบอาจไม่สวยงามหรือมีรูปแบบธรรมดา แต่หากได้มีบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนประกอบแล้วน่าจะเป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้ตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของมหาวิทยาลัยทักษิณ (๒๕๖๐ : ออนไลน์) ที่กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถสื่อสารและสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยใช้ความรู้แขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะ เช่น มีเอกลักษณ์มีลักษณะพิเศษที่ดึงดูดและสร้างการจดจำตลอดจนเข้าถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ช่วยปกป้องคุ้มครองและรักษาคุณภาพสินค้า เป็นตัวชี้บ่งและสื่อสารรายละเอียดสินค้า ดึงดูดผู้บริโภค แสดงถึงภาพลักษณ์ และเป็นต้นทุนในการผลิตสินค้า เมื่อบรรจุภัณฑ์ดีย่อมมีส่วนช่วยให้มูลค่าสินค้าสูงขึ้น

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงท่ากาน จังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งมีสาระสำคัญเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านท่ากาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ มาเป็นทุนวัฒนธรรมแล้วนำมาผ่านกระบวนการวิเคราะห์ในเชิงการออกแบบ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากเดิมอีกในระดับหนึ่ง ที่กล่าวมานี้ นับเป็นแนวทางหนึ่งของกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์และอาจมีความสำคัญสำหรับเป็นแนวทางการออกแบบประเภทอื่นๆ ได้อย่างเหมาะสม ผลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 2 ประเด็นดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

๑) นำวิธีการ ขั้นตอน หรือกระบวนการออกแบบโดยใช้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ ไปเป็นแนวทางการออกแบบงานอื่นๆ ที่ใช้อัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างหลากหลาย เช่น การออกแบบหัตถกรรมการออกแบบเครื่องประดับ การออกแบบกราฟิก ฯลฯ

๒) นำไปประยุกต์ใช้หรือเสริมสร้างความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในหลักสูตรของสถาบันการศึกษาทางด้านศิลปะและการออกแบบ

๓) นำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทุนวัฒนธรรมแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๔) นำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ชุมชนต่างๆ ของประเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

๑) ควรมีการศึกษาวินิจฉัยเรื่องการนำอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นของท้องถิ่นแต่ละภาคในประเทศไทย มาประยุกต์ใช้ออกแบบเป็นงานผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย (Contemporary Product)

๒) ควรมีการศึกษาวินิจฉัยเรื่องการนำอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นของท้องถิ่นแต่ละภาคในประเทศไทย มาประยุกต์ใช้ออกแบบเป็นงานเฟอร์นิเจอร์และงานเซรามิคร่วมสมัย

๓) ควรมีการศึกษาวินิจฉัยเรื่องการนำอัตลักษณ์ของชนเผ่าของแต่ละท้องถิ่นแต่ละภาคในประเทศไทย มาประยุกต์ใช้ออกแบบเป็นงานผลิตภัณฑ์ หรือศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ

บรรณานุกรม

- เกษม สาทรายทิพย์. ๒๕๔๐, “ระเบียบวิธีวิจัย”. พิมพ์ครั้งที่ ๑. นครสวรรค์ : โรงพิมพ์นิวเสรินคร.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, ๒๕๕๘. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุณวัฒนธรรมและโอกาสทางธุรกิจ” บทความวิชาการ
ในวารสารผู้บริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. มปป.
- กรมการท่องเที่ยว, ๒๕๕๗. “สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗” (ออนไลน์), สืบค้นจาก
tourism.go.th/uploads/Stat/23111.pdf (วันที่สืบค้น ๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗)
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย, ๒๕๕๘. “มาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว”
กรุงเทพฯ : มปป.
- ขาม จาตุรงค์กุล, ๒๕๕๐. “เขียนหมากอีสานและการประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม
กรณีศึกษาในอีสานตอนกลาง” รายงานการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
กระทรวงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : มปป.
- จินตวีร์ เกษมสุข ๒๕๕๘. “การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม” เอกสารประกอบการสอน มหาวิทยาลัย
ศรีปทุม. กรุงเทพฯ : มปป.
- จวีร์วรรณ จันทลา และคณะ, ๒๕๕๔. เรื่อง “การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ เพื่อสร้าง
มูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์” รายงานการวิจัย กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. มปป.
- จารุสิทธิ์ เครือจันทร์, ๒๕๕๘. “ของที่ระลึก ที่มา ความหมาย การจัดประเภทของที่ระลึก” บทความ
วิชาการ สืบค้นจาก www.smegift.com/article-th (สืบค้น ๑๕ ธันวาคม ๒๕๕๙)
- ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร, ๒๕๕๘. “เอกสารประกอบการสอน เรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”
มหาวิทยาลัยรังสิต. มปป.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, ๒๕๓๗. “ของที่ระลึก ที่มา ความหมาย การจัดประเภทของที่ระลึก” (ออนไลน์),
สืบค้นจาก www.smegift.com/article-th-66754 (สืบค้น ๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗)
- ทรงคุณ จันทจร, ๒๕๕๒. “คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์
ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพวันออกเฉียงเหนือ
ภาคกลาง และภาคใต้” รายงานการวิจัย สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวง
วัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : มปป.
- นัทธนัย ประสานนาม. ๒๕๔๙, “เพศชาติพันธุ์ และปัญหาเกี่ยวกับอัตลักษณ์” (ออนไลน์), สืบค้นจาก
<http://www.midnightuniv.org> (สืบค้น ๑๕ ธันวาคม ๒๕๕๙)
- บุญยสฤกษ์ อนุสสุข, ๒๕๕๘. “ยล เยี่ยม เยือน เหี่ยว : แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม” พิษณุโลก : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปานฉัตต์ อินทร์คง, ๒๕๕๕. “ต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม : การออกแบบเพื่อสื่อเอกลักษณ์พื้นถิ่น
จากงานจิตรกรรมฝาผนังไทย” รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
ปทุมธานี, มปป.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ปานฉัตต์ อินทร์คง, ๒๕๕๖. “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าม้งและเย้า” รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, มปป.
- ไพฑูริย์ ปัญญา, ๒๕๓๗. “เวียงท่ากาน” (สัมภาษณ์. ๙ พฤษภาคม ๒๕๕๙)
- ไพฑูริย์ ปัญญา, ๒๕๕๘. (ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน สัมภาษณ์ ๑๘ มิถุนายน ๒๕๕๘)
- พินาลิน สาริยา, ๒๕๔๙. “การออกแบบลวดลาย”. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพฯ : โอ เอส พริ้นติ้งมหาวิทยาลัยทักษิณ, ๒๕๖๐. “การออกแบบบรรจุภัณฑ์” (ออนไลน์). สืบค้นจาก <http://mis.csit.sci.tsu.ac.th/mallika/UI/DL/Workshop%20-%20repackaging.pdf> (สืบค้น ๓ เมษายน ๒๕๖๐)
- ราชบัณฑิตยสถาน. ๒๕๕๐. “อัตลักษณ์” (ออนไลน์), สืบค้นจาก <http://www.royin.go.th/th/home/index.php> (สืบค้น ๑๕ ธันวาคม ๒๕๕๙)
- รังสรรค์ ชนะพรพันธ์, ๒๕๕๒. “ทุนวัฒนธรรม” เอกสารปาฐกถา พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : พี. เพรส ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๒๖. “พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕” กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์
- วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร, ๒๕๕๘. “หลักการและแนวความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์” กรุงเทพฯ : แอ๊ปเปิ้ลพริ้นติ้งกรุ๊ป,
- วีณา มิ่งขวัญ, ๒๕๕๔. “หลักการออกแบบลวดลาย”. เอกสารโรเนียว คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. กรุงเทพฯ : มปป.
- วิลภา กาศวิเศษ, ๒๕๕๓. “การพัฒนาลวดลายเพื่องานออกแบบจากอิทธิพลศิลปกรรมบ้านเชียง” วิทยานิพนธ์ ศิลปมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ : มปป.
- ศิริพันธ์ ยับสันเทียะ และ กษมา เกาไศยานนท์, ๒๕๓๔. “เวียงท่ากาน : รายงานการขุดแต่งและการบูรณะโบราณสถาน” กรุงเทพฯ : ๒๕๓๔ .
- สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๘. “ไทลื้อคือใคร” เชียงใหม่ : มปป.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่, ๒๕๕๗. “วัฒนธรรมไทลื้อบ้านท่ากาน” เอกสารเผยแพร่ . เชียงใหม่ : เวียงบัวการพิมพ์.
- สรวงพร กุศลส่ง และคณะ, ๒๕๕๔. “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม” รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
- สุวิทย์ อาทิตย์, ๒๕๕๘. (ชาวไทลื้อบ้านท่ากาน สัมภาษณ์ ๘ สิงหาคม ๒๕๕๘)
- เอกพงษ์ ตรีตรง, ๒๕๕๘. “การแปรรูปจากศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นสู่การออกแบบ” (ออนไลน์) สืบค้นจาก www.ideal1group.com (สืบค้น ๑๕ ธันวาคม ๒๕๕๙)

บรรณานุกรม (ต่อ)

องอาจ นัยวัฒน์. ๒๕๕๑, “วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์”. พิมพ์ครั้งที่ ๓ .กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.

อรุณี ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ, ๒๕๕๔. “ทุนทางวัฒนธรรมในแบบจำลองการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ” รายงาน

การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปี ๒๕๕๔. มปป.

องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง, ๒๕๕๙. “รายงานประจำปี” (ออนไลน์) สืบค้นจาก

<http://banglang.org/web55/> (สืบค้น ๑๐ มกราคม ๒๕๖๐)

Jenkins, Richard. ๑๙๙๖, **Social Identity**. London Routledge.

ภาคผนวก



การลงพื้นที่เบื้องต้นเพื่อสำรวจและหาประเด็นปัญหาในการทำวิจัย

เมื่อวันที่ ๒๐ - ๒๑ กันยายน ๒๕๕๘

ภาคผนวก (ต่อ)



ภาพการลงพื้นที่ประชุมชาวไทลื้อบ้านท่ากานเพื่อสำรวจความต้องการในการพัฒนา
และออกแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อวันที่ ๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นายภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ อายุ ๔๘ ปี ตำแหน่ง อาจารย์

E-mail panupong@rmutl.ac.th , panu.jong13@gmail.com โทรศัพท์ ๐๕๓ - ๙๒๑๔๔๔

คุณวุฒิการศึกษา

ปริญญาตรี ครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต สาขาศิลปอุตสาหกรรม (คอ.บ. ศิลปอุตสาหกรรม)

ปริญญาโท การศึกษามหาบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมศึกษา (กศ.ม. อุตสาหกรรมศึกษา)

ปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์ (ปร.ด.การออกแบบผลิตภัณฑ์)

ประสบการณ์การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม

๑. งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบลวดลายปูนปั้นของช่างปูนปั้นในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน” (ทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่)

๒. งานวิจัยเรื่อง “การศึกษารูปแบบเครื่องประดับเงินของชนเผ่าดาราอั้ง ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางประยุกต์ใช้ในการออกแบบเป็นเครื่องประดับเงินร่วมสมัย (ทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่)

๓. งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับเงิน” (ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ)

สถานที่ทำงาน สาขาวิชาสิ่งทอและเครื่องประดับ และสาขาศิลปะและการออกแบบสร้างสรรค์ คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
๙๕ หมู่ ๒ ถนนเชียงใหม่-ลำปาง ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๓๐๐
โทรศัพท์ ๐๕๓ - ๙๒๑๔๔๔ โทรสาร ๐๕๓ - ๒๑๓๑๘๓

ผู้วิจัยร่วม

๑) นายสุพจน์ ใหม่กันทะ ตำแหน่งอาจารย์ สาขาวิชาสิ่งทอและเครื่องประดับ คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
๙๕ ม. ๒ ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ๕๐๓๐๐ โทรศัพท์ ๐๕๓-๔๑๔๒๕๐-๒
โทรศัพท์มือถือ ๐๘๑-๐๒๑๕๑๐๕ อีเมลล์ suphot_0119@hotmail.com

๒) นางศุภลักษณ์ จงขานสิทธิ์ ตำแหน่งอาจารย์ สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
๑๒๘ ถ.ห้วยแก้ว ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ๕๐๓๐๐ โทรศัพท์ ๐๕๓-๙๒๑๔๔๔ ต่อ ๒๖๙๐
โทรศัพท์มือถือ ๐๘๙-๘๕๓๖๖๙๕ อีเมลล์ aom37@yahoo.com

