

การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชุดเครื่องประดับเงิน
ร่วมสมัยจากอัตลักษณ์ลวดลายของตุงไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

CREATIVE INDUSTRIAL PRODUCT DESIGN: A CASE STUDY OF
CONTEMPORARY SILVER JEWELLERY FROM TUNG TAI LUE'S PATTERN
IDENTITY IN CHIANG KHAM DISTRICT, PHAYAO PROVINCE

นงนุช กลิ่นพิกุล¹ และเมตตา ศิริสุข²
Nongnuch Klinpikul¹ and Metta Sirisuk²

^{1,2} การวิจัยและสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{1,2} Fine and Applied Arts Research and Creation, Faculty of Fine-Applied Arts and Cultural Science,
Mahasarakham University

E-mail: E-mail: nongnuch.k@mail.rmutk.ac.th

Received: September 11, 2023
Revised: May 29, 2024
Accepted: June 10, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นแบบผสมวิธี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ตุงไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา และ 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมชุดเครื่องประดับจากอัตลักษณ์ของตุงไทลื้อ กลุ่มตัวอย่างคือ ปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 5 คน ช่างทอง จำนวน 5 คน พระสงฆ์ จำนวน 2 คน ผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างไม่เป็นทางการซึ่งวิเคราะห์โดยการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลเพื่อนำมาสรุปประเด็นที่สำคัญเปรียบเทียบกับข้อมูลภาคเอกสารและแบบประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจากผู้เชี่ยวชาญโดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อนำรูปแบบที่ได้ไปผลิตเป็นต้นแบบต่อไป

ผลการวิจัยพบว่า 1) อัตลักษณ์ของตุงไทลื้อคือลวดลายที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไทลื้อเชียงคำมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันโดยมีความเชื่อในการทำมาหากินและการทำบุญเพื่อหวังนำผลบุญไปใช้ในภายหน้า และ 2) การออกแบบเครื่องประดับเงินจากการนำอัตลักษณ์จากลวดลายของตุงไทลื้อมาออกแบบ จำนวน 3 ชุด ได้แก่ ชุดพรรณพฤกษา ชุดสัตว์และชุดสิ่งของเครื่องใช้ที่มีอัตลักษณ์สวยงามทันสมัยสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันและสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม โดยใช้กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดังนี้ (1) ระบุความต้องการ (2) กำหนดกลุ่มเป้าหมาย (3) สร้างแนวคิดการออกแบบโดยใช้เทคนิคสแคมเพอร์ (4) เลือกแนวคิดโดยการประเมินจากผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญ (5) การทดสอบแนวคิด และ (6) กำหนดรายละเอียดผลิตภัณฑ์ก่อนการผลิตจริง

คำสำคัญ

ออกแบบผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ เครื่องประดับเงิน ตุ้งไทลื้อ

ABSTRACT

This study employs a mix-method approach, using both qualitative and quantitative methodologies. Its objectives were aimed to 1) investigate the characteristics and origins of the Tung Tai Lue community in Chiang Kham District, Phayao Province, and 2) develop a jewelry collection that draws inspiration from Tung Tai Lue's cultural heritage. The subjects included five village gurus, five tung weavers, two monks, five entrepreneurs, and seven product design experts. The research instruments were an unstructured and comprehensive interview. The data were analyzed by methodically arranged to derive findings on important subjects then juxtaposed this data with documentary evidence and assessments of product models. Statistical data were provided by specialists, employing average and standard deviation to lay the foundation for future prototypes.

The results showed that 1) the identity of Tung Tai Lue was a pattern that reflected the lifestyle of the Tai Lue Chiang Kham people from the past to the present, with the belief in doing good deeds and philanthropy in hopes of using merit in the future, and 2) Tung Tai Lue signs inspired the design of silver jewelry and the three sets of plants, animals, and utensils were produced with beautiful and modern identity. They were wearable in daily life and manufacturable in industrial systems. The industrial product design process included (1) identifying needs; (2) defining target audiences; (3) creating design concepts using scamper techniques; (4) selecting concepts by evaluating them with entrepreneurs and experts; (5) testing the concept; and (6) defining product details before actual production.

Keywords

Product Design, Creative Products, Silver jewelry, Tung Tai Lue

ความสำคัญของปัญหา

ไทลื้ออพยพมาจากจีนเข้ามาอยู่ในประเทศไทยตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 โดยกระจายอยู่ตามภาคเหนือของไทย ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แพร่ น่าน ลำพูน ลำปางและพะเยา (Lanna Museum of Culture and Ethnicity Project, 2008) ชุมชนไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เป็นชุมชนไทลื้อที่มีการอยู่อาศัยจำนวนมากและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชาติพันธุ์ไทลื้อได้อย่างเข้มแข็งให้มีความสำคัญกับประเพณีและพิธีกรรมทางศาสนาพุทธมากในการประกอบพิธีกรรมของไทลื้อจะประกอบไปด้วย ผู้ทำพิธี ผู้ร่วมพิธีและ

อุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบพิธีซึ่งส่วนใหญ่จะมีการนำตุ้มมาใช้ร่วมประกอบพิธีด้วย เนื่องจากมีความเชื่อว่าตุ้มเป็นเครื่องสักการบูชาเป็นสัญลักษณ์ของความดีเป็นสิริมงคลในประเพณีสงกรานต์ ตานก่วยสลาก ฟังเทศน์มหาชาติ ขึ้นธาตุ ประเพณีตานตุ้ม พิธีไหว้ผีเจ้าเมืองและงานสืบสานตำนาน ไทลื้อ เป็นต้น พิธีกรรมเป็นกระบวนการสำคัญในวัฒนธรรมของชาวไทลื้อเพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างคน ในชุมชนและกับพลังนามธรรมผ่านผู้ประกอบพิธี (Vivattanaseth, 2021) เชื่อในเรื่องของการทำบุญ เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วให้ได้ขึ้นสวรรค์และการต่ออายุขัยของตัวเองโดยให้ ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในพุทธศาสนา (Phongpoonsuk, 2022) ตุ้มเป็นสัญลักษณ์ ของความเชื่อและความศรัทธาซึ่งมีลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้ายาวห้อยลงมาผูกติดกับเสาหรือปลายไม้มี ความกว้างยาวต่างกันตามการใช้งานและราคา ทอด้วยเทคนิคการขีดหรือจกมีลวดลายที่สะท้อนถึงวิถี ชีวิตความเป็นอยู่และความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมา เช่น ลายปราสาท ลายดอกไม้ ลายสัตว์ที่มี ในชีวิตประจำวันและสัตว์ในจินตนาการรวมถึงลายสิ่งของเครื่องใช้ เช่น คนโท พาน คัมภีร์และเรือ เป็นต้น จากลวดลายที่มีเอกลักษณ์นี้ทำให้พบเห็นตุ้มดังกล่าวได้ตามพื้นที่ที่มีชาวไทลื้ออาศัยอยู่ โดยเฉพาะในชุมชนไทลื้อเชียงคำ จังหวัดพะเยา ที่มีการสืบสานประเพณีในทุกปีทั้งนี้เพื่ออนุรักษ์ วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อไว้รวมทั้งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับ นโยบายของประเทศ

ประเทศไทยมียุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560- 2579) ในการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนามิติด้านวัฒนธรรมโดยการนำทรัพยากร ทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่เกิดจากความคิดของมนุษย์เป็นแนวคิดการขับเคลื่อน เศรษฐกิจที่ใช้องค์ความรู้ทางการศึกษา การสร้างสรรค์งานและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยง กับรากฐานทางวัฒนธรรมเมื่อผสานกับความรู้ทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่นำไปสู่ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นสำคัญ เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจในการนำวัฒนธรรมไปสู่สากลการนำอัตลักษณ์ เป็นจุดที่สร้างมูลค่าความได้เปรียบทางเศรษฐกิจโดยการใช้วัฒนธรรมผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สินค้าทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ทำให้เกิดเอกลักษณ์ เกิดการเปลี่ยนแปลงมูลค่าเป็นคุณค่าและนำไปสู่นวัตกรรม (Srimuang, 2018) เครื่องประดับเงิน อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หมวดแฟชั่นที่มีมูลค่าที่มีความต้องการทั้งในและต่างประเทศ

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับซึ่งเป็นหนึ่งสินค้าแฟชั่นที่อยู่ใน กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของไทยตามนโยบายของประเทศในการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยได้จัดทำเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาชุดเครื่องประดับเงินร่วมสมัยจาก อัตลักษณ์ลวดลายของตุงไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เพื่อใช้เป็นโมเดลในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่น่าอัตลักษณ์วัฒนธรรมมาเป็นสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้บริโภคและสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อไป

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ชุดเครื่องประดับเงินที่นำสัญลักษณ์ลวดลายบนผืนตุงไทลื้อมัลลักษ์อย่างใด
2. ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีรูปแบบและกระบวนการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ตุงไทลื้อ อำเภอยางคำ จังหวัดพะเยา
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมชุดเครื่องประดับจากอัตลักษณ์ของตุงไทลื้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสานวิธีเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณโดยการนำข้อมูลที่ได้จากเชิงคุณภาพมาสรุปเป็นแนวคิดในการออกแบบและเชิงปริมาณโดยการประเมินความคิดเห็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญ มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการให้ผู้เชี่ยวชาญอ่านข้อคำถามจากนั้นแก้ไขแล้วนำเสนอขึ้นขออนุมัติจริยธรรมการวิจัยในคนกับมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จากนั้นแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง (เลขที่การรับรอง 272-261/2565) วิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมีรายละเอียดดังนี้

1. เชิงคุณภาพ

เป็นการศึกษาด้วยวิธีการทางคติชนวิทยาซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) การศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและหลักฐานที่พบหลังปี พ.ศ.2500 ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อและข้อมูลเกี่ยวกับตุงไทลื้อ 2) การลงพื้นที่ภาคสนามชุมชนไทลื้อ อำเภอยางคำ จังหวัดพะเยา

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนชาวบ้านที่มีความรู้และความเข้าใจในวัฒนธรรมไทลื้อ จำนวน 5 คน ช่างทอตุงที่มีประสบการณ์มากกว่า 15 ปี จำนวน 5 คน และพระสงฆ์ที่จำพรรษาอยู่ที่วัดภายในชุมชนไทลื้อ อำเภอยางคำ จังหวัดพะเยา จำนวน 2 รูป

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างไม่เป็นทางการเกี่ยวกับ

1) ความเชื่อและความศรัทธา 2) วิถีชีวิตความเป็นอยู่ 3) ประเพณีและพิธีกรรม 4) ตุงไทลื้อ

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลเพื่อนำมาสรุปประเด็นที่สำคัญวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับข้อมูลภาคเอกสาร

2. เชิงปริมาณ

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการออกแบบและผลิตเครื่องประดับจำนวน 5 คน และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบและการผลิตเครื่องประดับมากกว่า 10 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ Concept Scoring (แบบให้คะแนนคัดเลือกแนวคิดเบื้องต้น) และแบบประเมินความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์

2.3 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณมี 2 ขั้นตอนดังนี้

2.3.1 Concept Scoring (การให้คะแนนคัดเลือกแนวคิดเบื้องต้น) โดยการประเมินจากผู้ประกอบการออกแบบและผลิตเครื่องประดับ เป็นแบบประเมินเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการออกแบบ การใช้งาน การผลิตและต้นทุน

2.3.2 การประเมินความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบและการผลิตเครื่องประดับ โดยการประเมินความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านอัตลักษณ์และความสวยงาม ด้านการใช้งาน ด้านวัสดุการผลิต และความคุ้มค่า แล้วจึงสรุปผลพร้อมทั้งแก้ไขรูปแบบเพื่อนำไปผลิตเป็นต้นแบบต่อไป

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ กำหนดเกณฑ์คะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ 5 เห็นด้วยมากที่สุด 4 เห็นด้วยมาก 3 เห็นด้วยปานกลาง 2 เห็นด้วยน้อยและ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด จากนั้นจึงนำค่าคะแนนของผู้เชี่ยวชาญไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยเทียบกับเกณฑ์การประเมิน ดังนี้ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด 3.50-4.49 หมายถึง มาก 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง 1.50-2.49 หมายถึง น้อยและ 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

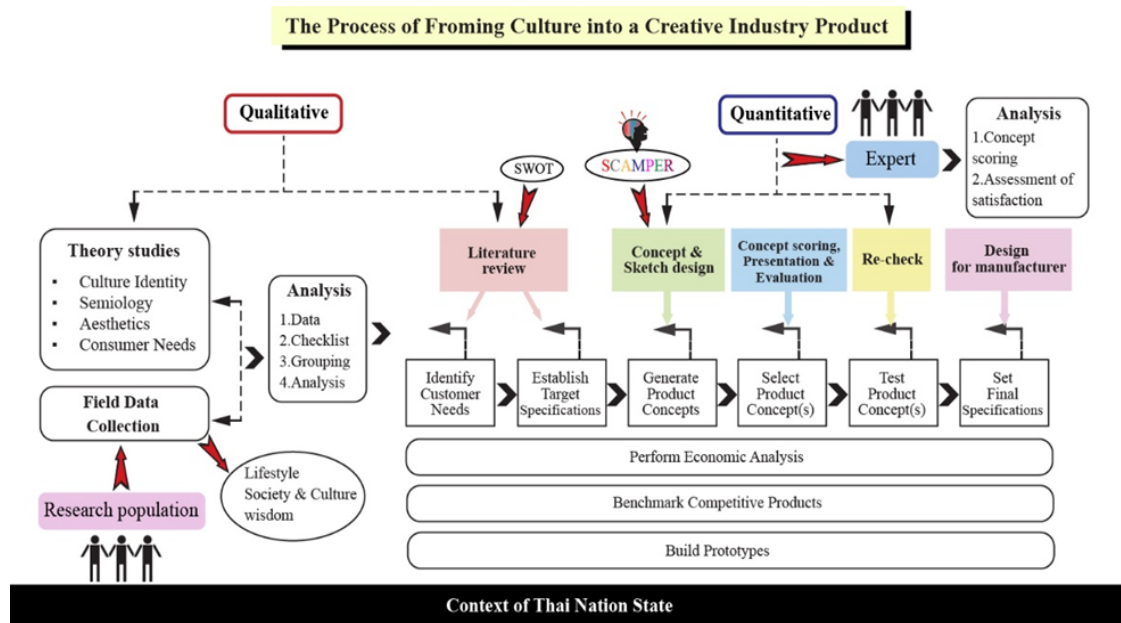
ในงานวิจัยนี้มีกระบวนการนำวัฒนธรรมมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังภาพที่ 1 เริ่มจาก 1) Identify Customer Needs (ระบุความต้องการของลูกค้า) โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งพบว่า สถิติการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยประเภทเครื่องประดับแท่งระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2565 และ 2566 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 135.21% สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจึงเป็นสินค้าที่เติบโตสามารถส่งออกได้ (Gem and Jewelry Institute of Thailand, 2023) ด้วยไทยมีศักยภาพในการผลิตการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกภาครัฐจึงมีนโยบายให้การสนับสนุนและมีโครงสร้างอุตสาหกรรมที่เข้มแข็งและขยายตัวอย่างต่อเนื่องมีตลาดรองรับทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งให้การสนับสนุนและให้คำปรึกษาในด้านต่าง ๆ (Jitngamplang & Thampitug, 2019) 2) Establish Target Specifications (กำหนดกลุ่มเป้าหมาย) จากงานวิจัยของ (Jankua, 2019) ได้กล่าวว่ากลุ่มวัยทำงานพนักงานบริษัทเอกชนมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องประดับเงินแบรนด์ไทย 2-3 แบรนด์เป็นประจำ

ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงเป็นการออกแบบสำหรับกลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัทที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีกำลังในการซื้อ มีความต้องการสวมใส่เพื่อเสริมบุคลิกภาพความมั่นใจตามความเชื่อ มีการใช้ชีวิตแบบทันสมัยพร้อมเปิดรับเทคโนโลยีที่ทันสมัยเปิดกว้างและตอบรับต่อสังคมโซเชียล นิยมสินค้าที่ดึงดูดใจและในระดับราคาที่เหมาะสม 3) Generate Concept Product (สร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์) โดยการเชื่อมต่อสัญญาณและความเชื่อจากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการลงพื้นที่ภาคสนามสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในชุมชนไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา แล้วสร้างแนวคิดจากการนำลวดลายที่อยู่บนตุ้มไทลื้อมาเป็นแนวทางในการออกแบบผสมผสานกับรูปทรงเลขาคณิต เป็นเครื่องประดับที่มีรูปแบบที่ทันสมัยมีราคาเหมาะสมสามารถผลิต

ได้ในระบบอุตสาหกรรม โดยใช้เทคนิคสแคมเปอร์ (SCAMPER) ซึ่งเป็นวิธีการสร้างความคิดที่แปลกใหม่หรือต่อเติมความคิดที่มีอยู่แล้วให้น่าสนใจขึ้นใช้ในการออกแบบสิ่งใหม่ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการคิดนอกกรอบที่แตกต่างและช่วยในด้านการคิดสร้างสรรค์ ซึ่ง SCAMPER เป็นการคิดวิเคราะห์ออกแบบดังนี้ S-Substitute (การทดแทน) C-Combine (การผสมผสาน) A-Adapt (การดัดแปลง) M-Modify (การดัดแปลงขยายหรือเพิ่ม) P-Put to other use (การใช้วิธีอื่น) E-Eliminate (การตัดทำให้น้อยลง) และ R-Reverse (การกลับข้าง) (Chanloy, Satiman, Thammetar & Khlaisang, 2022) (Uraisakul, 2015) มาเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเรียบหรูร่วมสมัย มีความหมายและความเชื่อให้กับผู้สวมใส่ โดยออกแบบ 3 ชุด ได้แก่ สัตว์ พรรณพฤษาและสิ่งของเครื่องใช้ ซึ่งแต่ละชุดจะประกอบไปด้วย 1) สร้อยคอพร้อมจี้ 2) ต่างหู 3) แหวน โดยใช้เงินแท้ 925 เป็นวัสดุที่ใช้ในการผลิตมีการชุบเคลือบไม่เกิน 20 % และมีการตกแต่งตัวเรือนโดยใช้สีที่สอดคล้องกับโทนสีของลวดลายบนผืนตุงไทลื้อ 4) Select Product Concepts (เลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์) โดย Concept scoring (การให้คะแนนแนวคิด) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ๆ ละ 5 ชุดเลือกให้เหลือกลุ่มละ 3 ชุด แทนค่าในสูตร (Kurniawan, n.d.) (Brunhaver, 2015)

$$\text{คะแนนถ่วงน้ำหนัก} = \frac{\text{ค่าน้ำหนัก} \times \text{ระดับ การให้คะแนนของแต่ละหัวข้อที่ผู้ประกอบการกำหนดไว้}}{100}$$

การประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผลิตในรูปแบบชุดเครื่องประดับให้เหลือกลุ่มละ 1 ชุด โดยการวิเคราะห์ผลทางสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5) Test Product Concept (การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์) โดยการวิเคราะห์คู่แข่ง การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ และการสร้างโครงร่างแบบผลิตภัณฑ์ 3 มิติที่สามารถแสดงภาพรวมและคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เหมือนจริง และ 6) Set Final Specification (การกำหนดรายละเอียดก่อนการผลิตจริงขั้นสุดท้าย)



ภาพที่ 1 กระบวนการนำวัฒนธรรมมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของไทลื้อ อำเภอยะลา จังหวัดยะลา อัตลักษณ์ของไทลื้อ ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนไทลื้อ อำเภอยะลา จังหวัดยะลา มีวิถีการดำเนินชีวิตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันผ่านการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นโดยมีความเชื่อในพลังนามธรรมและศรัทธาในพระพุทธรูปศาสนา ชุมชนไทลื้อ มีความเชื่อในการถวายนทานทำบุญสร้างกุศลโดยหวังว่าผลบุญที่ทำจะนำไปใช้ในชาติหน้า จากความเชื่อจึงทำให้เกิดพิธีกรรมและการจัดงานประเพณีต่าง ๆ เช่น พิธีกรรมไหว้ผีเมือง พิธีเทศน์ มหาชาติถวายนทานพรสาทขาว ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีตานตุงและการรื้อฟื้นความเป็นไทลื้อจากการจัดงานสืบสานตำนานไทลื้อที่มีการจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ในการประกอบพิธีกรรมของชุมชนไทลื้อ จะต้องประกอบไปด้วยผู้ทำพิธี ผู้ร่วมพิธีและอุปกรณ์ประกอบพิธี “ตุง” คือ สิ่งที่มีการนำไปใช้ในการประกอบพิธีกรรมและประเพณีต่าง ๆ ตุงยังเป็นสิ่งที่ใช้ในการสักการบูชา ชุมชนไทลื้อ มีความเชื่อว่าการถวายนทานนั้นเป็นการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วโดยเชื่อว่า บรรพบุรุษของพวกเค้าจะได้รับผลบุญและเกาะชายผืนตุงที่แกว่งไปมาให้พ้นจากขุมนรกและได้ไปสู่สุวรรค์ ดังนั้น จึงได้มีการนำตุงมาเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตนไทลื้อ เช่น การฉลุ ลวดลายตุงลงแผ่นเหล็กประดับนอกอาคารและสถานที่สาธารณะในชุมชน รวมทั้งการนำตุงมาใช้ในการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ถึงแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงวัสดุที่ใช้ในการผลิตตุงไปบ้างตามบริบท การเปลี่ยนแปลงของสังคมที่มีความต้องการสะดวกสบาย รวดเร็วและคงทน อย่างไรก็ตามลวดลายที่อยู่บนผืนตุงไทลื้อนั้นล้วนแล้วแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ตามความเชื่อและความศรัทธา ในพุทธศาสนา การจัดวางลวดลายของผืนตุงมีความต่างกันบ้างเล็กน้อยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทักษะ และประสบการณ์ของช่างทอตุงที่มีการจัดวางลายหลัก ลายรองและลายประกอบ จากการศึกษา สามารถจัดกลุ่มลายออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพรรณพฤกษา เช่น ลายดอกจันทร์ ลายเครือเถาและ

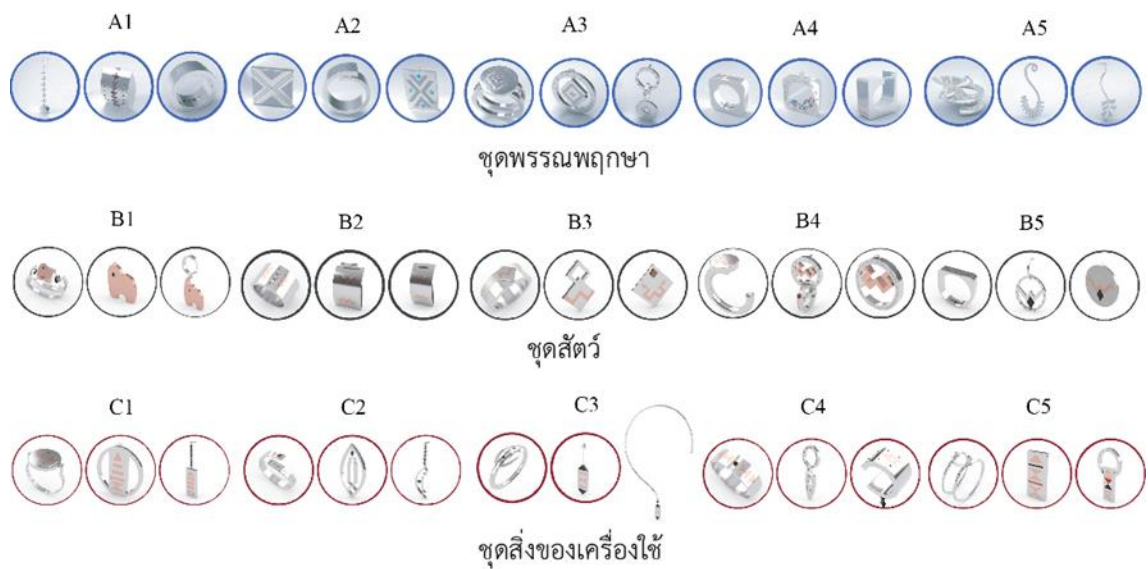
ลายต้นดอก(ภาชนะที่มีดอกไม้ปักอยู่) กลุ่มสัตว์ เช่น ช้าง ม้า ไก่ ผีเสื้อ นก นาคและมอม กลุ่มสิ่งของเครื่องใช้ เช่น ลายเรือ พาน คัมภีร์ ธง คนโทและปราสาทซึ่งเป็นลายประธานเพราะมีขนาดใหญ่ จัดอยู่กึ่งกลางของผืนตุ่งส่วนใหญ่จะมีชั้นปราสาท 3-5 ชั้น ดังภาพที่ 2 ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับฐานะทางการเงินของผู้ถวายนตุ่ง



ภาพที่ 2 ตุ่งไทลื้อในพื้นที่ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดพะเยา

2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมชุดเครื่องประดับจากอัตลักษณ์ของตุ่งไทลื้อ
สรุปในงานวิจัยมีกระบวนการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

2.1. สรุปอัตลักษณ์จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อนำมาเป็นแนวทางโดยใช้เทคนิค SCAMPER ในการออกแบบ ดังภาพที่ 3 เพื่อทำการคัดเลือกแนวคิดการออกแบบเบื้องต้น โดยการออกแบบชุดละ 5 Collection โดยให้ผู้ประกอบการทำการประเมินซึ่งพิจารณาความเป็นไปได้ในการใช้งาน การจำหน่ายและผลิตในระบบอุตสาหกรรม โดยเลือกรูปแบบที่มีคะแนนมากที่สุด ชุดละ 3 Collection ทั้งนี้เพื่อนำรูปแบบที่ได้ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบประเมินเลือกรูปแบบต่อไป ดังตารางที่ 1 – 3



ภาพที่ 3 รูปแบบเครื่องประดับชุดพรรณพฤษภา ชุดสัตว์และชุดสิ่งของเครื่องใช้

ตารางที่ 1 โดยวิธี Concept Scoring (การคัดเลือกแนวคิดเบื้องต้น) เครื่องประดับชุดพรรณพฤษภา
จากการประเมินของผู้ประกอบการออกแบบและผลิตเครื่องประดับ

ข้อกำหนด	ชุดพรรณพฤษภา										
	น้ำหนัก	A1		A2		A3		A4		A5	
		การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1) ตัดทอนสวดลายตุ้งไถ่	15	5	0.75	5	0.75	5	0.75	3	0.45	4	0.60
2) ง่ายต่อการสวมใส่	10	5	0.50	5	0.50	5	0.50	5	0.50	3	0.30
3) ง่ายต่อการพกพา (ไม่หนักเกินไปในขณะสวมใส่)	10	3	0.30	4	0.40	3	0.30	3	0.30	4	0.40
4) มีขนาดที่เหมาะสมในการสวมใส่	10	4	0.40	5	0.50	4	0.40	4	0.40	3	0.30
5) ง่ายต่อการทำความสะอาด	10	1	0.10	4	0.40	5	0.50	5	0.50	2	0.20
6) ง่ายต่อการผลิต	15	3	0.45	5	0.75	5	0.75	4	0.60	4	0.60
7) วัสดุที่ใช้ผลิตหาซื้อได้ง่าย	10	5	0.50	5	0.50	5	0.50	5	0.50	5	0.50
8) ต้นทุนต่ำ	20	2	0.40	5	1.00	5	1.00	3	0.60	4	0.80
รวมทั้งหมด	100		3.40		4.80		4.70		3.85		3.70
ลำดับ			5		1		2		3		4

จากตารางที่ 1 การออกแบบชุดเครื่องประดับเงินชุดพรรณพฤษาจำนวน 5 ชุดเพื่อทำการประเมินความคิดเห็นจากผู้ประกอบการโดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Concept Scoring (การคัดเลือกแนวคิดเบื้องต้น)พบว่า รูปแบบที่มีคะแนนมากที่สุดคือรูปแบบ A2 ซึ่งมีผลคะแนนรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.80 รูปแบบ A3 มีผลคะแนนรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.70 และรูปแบบ A4 มีผลคะแนนรวมทั้งหมดเท่ากับ 3.85 ตามลำดับซึ่งผู้วิจัยจะได้นำทั้ง 3 รูปแบบไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินความคิดเห็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหลือ 1 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตเป็นต้นแบบต่อไป

ตารางที่ 2 โดยวิธี Concept Scoring (การคัดเลือกแนวคิดเบื้องต้น) เครื่องประดับชุดสัตว์จากการประเมินของผู้ประกอบการออกแบบและผลิตเครื่องประดับ

ข้อกำหนด	ชุดสัตว์										
	น้ำหนัก	B1		B2		B3		B4		B5	
		การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1) ตัดทอนลดรายละเอียด	15	5	0.75	4	0.6	5	0.75	4	0.6	4	0.6
2) ง่ายต่อการสวมใส่	10	5	0.5	4	0.4	5	0.5	5	0.5	4	0.4
3) ง่ายต่อการพกพา (ไม่หนักเกินไปในขณะสวมใส่)	10	3	0.3	3	0.3	4	0.4	4	0.4	4	0.4
4) มีขนาดที่เหมาะสมในการสวมใส่	10	4	0.4	4	0.4	4	0.4	4	0.4	4	0.4
5) ง่ายต่อการทำความสะอาด	10	4	0.4	2	0.2	3	0.3	5	0.5	4	0.4
6) ง่ายต่อการผลิต	15	5	0.75	5	0.75	5	0.75	5	0.75	5	0.75
7) วัสดุที่ใช้ผลิตหาซื้อได้ง่าย	10	5	0.5	5	0.5	5	0.5	5	0.5	5	0.5
8) ต้นทุนต่ำ	20	3	0.6	2	0.4	4	0.8	4	0.8	4	0.8
รวมทั้งหมด	100		4.20		3.55		4.40		4.45		4.25
ลำดับ			4		5		2		1		3

จากตารางที่ 2 การออกแบบชุดเครื่องประดับเงินชุดสัตว์จำนวน 5 ชุดเพื่อทำการประเมินความคิดเห็นจากผู้ประกอบการโดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Concept Scoring (การคัดเลือกแนวคิดเบื้องต้น)พบว่า รูปแบบที่มีคะแนนมากที่สุดคือรูปแบบ B4 ซึ่งมีผลคะแนนรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.45 รูปแบบ B3 มีผลคะแนนรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.40 และรูปแบบ B5 มีผลคะแนนรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.25 ตามลำดับซึ่งผู้วิจัยจะได้นำทั้ง 3 รูปแบบไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินความคิดเห็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหลือ 1 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตเป็นต้นแบบต่อไป

ตารางที่ 3 โดยวิธี Concept Scoring (การคัดเลือกแนวคิดเบื้องต้น) เครื่องประดับชุดสิ่งของเครื่องใช้
จากการประเมินของผู้ประกอบการออกแบบและผลิตเครื่องประดับ

ข้อกำหนด	ชุดสิ่งของเครื่องใช้										
	น้ำหนัก	C1		C2		C3		C4		C5	
		การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1) ตัดทอนลดสายตุ้งไถ่	15	5	0.75	3	0.45	3	0.45	4	0.6	5	0.75
2) ง่ายต่อการสวมใส่	10	4	0.4	5	0.5	4	0.4	5	0.5	4	0.4
3) ง่ายต่อการพกพา (ไม่หนักเกินไปในขณะสวมใส่)	10	3	0.3	4	0.4	4	0.4	3	0.3	4	0.4
4) มีขนาดที่เหมาะสมในการสวมใส่	10	4	0.4	4	0.4	4	0.4	4	0.4	4	0.4
5) ง่ายต่อการทำความสะอาด	10	3	0.3	1	0.1	3	0.3	4	0.4	4	0.4
6) ง่ายต่อการผลิต	15	5	0.75	5	0.75	5	0.75	5	0.75	5	0.75
7) วัสดุที่ใช้ผลิตหาซื้อได้ง่าย	10	5	0.5	5	0.5	5	0.5	5	0.5	5	0.5
8) ต้นทุนต่ำ	20	3	0.6	4	0.8	3	0.6	3	0.6	4	0.8
รวมทั้งหมด	100		4.00		3.90		3.80		4.05		4.40
ลำดับ			3		4		5		2		1

จากตารางที่ 3 การออกแบบชุดเครื่องประดับเงินชุดสิ่งของเครื่องใช้ จำนวน 5 ชุดเพื่อทำการประเมินความคิดเห็นจากผู้ประกอบการโดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Concept Scoring (การคัดเลือกแนวคิดเบื้องต้น) พบว่า รูปแบบที่มีคะแนนมากที่สุดคือรูปแบบ C5 ซึ่งมีผลคะแนนรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.40 รูปแบบ C4 มีผลคะแนนรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.05 และรูปแบบ C1 มีผลคะแนนรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.00 ตามลำดับซึ่งผู้วิจัยจะได้นำทั้ง 3 รูปแบบไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินความคิดเห็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหลือ 1 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตเป็นต้นแบบต่อไป

2.2 ผลการประเมินความคิดเห็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องประดับจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทางด้านการออกแบบและการผลิตเพื่อนำมาผลิตเป็นต้นแบบ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความคิดเห็นรูปแบบเครื่องประดับเงินจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบและการผลิต

รายละเอียด	ชุดพรรณพฤษภา			ชุดสัตว์			ชุดสิ่งของเครื่องใช้		
	— X	SD	ระดับความพึงพอใจ	— X	SD	ระดับความพึงพอใจ	— X	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านอัตลักษณ์									
1) รูปแบบผลิตภัณฑ์ภาพรวมแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อ	400	0.53	มาก	386	0.64	มาก	343	0.73	ปานกลาง
ด้านความสวยงาม									
2) รูปแบบมีความทันสมัยแปลกใหม่เหมาะสมกับผู้บริโภค	386	1.19	มาก	243	3.60	น้อย	214	3.27	น้อย
3) มีรูปทรง ลวดลายและสีสันทันทีบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ต่งไทลื้อ	329	2.60	ปานกลาง	214	3.31	น้อย	186	2.80	น้อย
ด้านการใช้งาน									
4) รูปแบบมีขนาดที่เหมาะสม	386	1.19	มาก	271	2.99	ปานกลาง	243	2.77	น้อย
5) ทำความสะอาดง่าย	329	2.60	ปานกลาง	214	3.31	น้อย	186	2.61	น้อย
6) มีรูปแบบที่สวยงามเหมาะสมสัมพันธ์กับผู้บริโภค	343	2.61	ปานกลาง	200	4.29	น้อย	217	3.24	น้อย
ด้านวัสดุและการผลิต									
7) ด้านความเหมาะสมของวัสดุและการผลิต	1.40	3.78	น้อยที่สุด	1.40	4.08	น้อยที่สุด	1.40	3.78	น้อยที่สุด
8) วัสดุที่ใช้เหมาะสมกับการจัดทำความสะดวก	214	4.22	น้อย	414	1.19	มาก	275	2.70	ปานกลาง
9) วัสดุที่ใช้สามารถจัดหาได้ในประเทศ	457	1.68	มากที่สุด	329	3.22	ปานกลาง	286	3.60	ปานกลาง
10) สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	457	1.24	มากที่สุด	357	2.90	มาก	257	3.35	ปานกลาง
11) การผลิตมีแบบและแม่พิมพ์สอดคล้องและง่ายต่อการผลิต	457	1.68	มากที่สุด	329	2.79	ปานกลาง	243	3.60	น้อย
ด้านความคุ้มค่า									
12) ด้านความคุ้มค่าของรูปแบบต่อการตัดสินใจซื้อและมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มความต้องการทางการตลาด	414	1.19	มาก	271	3.19	ปานกลาง	171	3.79	น้อย
รวมทุกด้าน	359	1.13	มาก	281	1.06	ปานกลาง	230	0.83	น้อย

จากตารางที่ 4 เมื่อนำรูปแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ Concept scoring (การคัดเลือกแนวคิดเบื้องต้น) มาให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความคิดเห็นรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับในด้านต่าง ๆ

ได้แก่ ด้านอัตลักษณ์และความสวยงาม ด้านการใช้งาน ด้านวัสดุการผลิตและความคุ้มค่าโดยเลือกรูปแบบที่มีคะแนนมากที่สุดไปผลิตเป็นต้นแบบชุดเครื่องประดับต่อไปซึ่งเมื่อพิจารณาผลรวมคะแนนทุกด้านพบว่า แนวคิดผลิตภัณฑ์ในชุดพรรณพฤษาของรูปแบบ A2 มีค่าเฉลี่ย มากที่สุดเท่ากับ 3.59 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.13 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับมาก รูปแบบ A3 มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.81 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.06 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลาง และรูปแบบ A4 มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.30 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.83 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับน้อยตามลำดับ ส่วนแนวคิดผลิตภัณฑ์ในชุดสัตว์รูปแบบ B4 มีค่าเฉลี่ย มากที่สุดเท่ากับ 3.46 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.89 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลาง รูปแบบ B5 มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.80 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.08 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลาง และรูปแบบ B3 มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.70 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.06 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลางตามลำดับ และพบว่าแนวคิดผลิตภัณฑ์ในชุดสิ่งของเครื่องใช้รูปแบบ C5 มีค่าเฉลี่ย มากที่สุดเท่ากับ 3.37 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.93 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลาง รูปแบบ C4 มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.04 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.77 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลาง และรูปแบบ C1 มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.95 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.90 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลางตามลำดับ

สรุปผลการวิจัยพบว่า รูปแบบเครื่องประดับที่จะนำไปผลิตเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ชุด ได้แก่ 1) ชุดพรรณพฤษาคือรูปแบบ A2 ดังภาพที่ 4 ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีนำลวดลายของดอกจันทร์แปดกลีบหรือเรียกว่าโป๊ยยกเป็นพืชดอกไม้ที่มีคุณค่างดงามในอุดมคติเป็นลายเก่าแก่ที่มักพบในหลายชนชาติ มีลักษณะคล้ายรูปแฉลว (ตาแหลว) ซึ่งเป็นเครื่องจักสานที่ชุมชนไทลื้อ ใช้กันฝัหรือสิ่งไม่มีลวดลายดอกจันทร์แปดกลีบ หมายถึง สัญลักษณ์แห่งทิศทั้งแปด ได้แก่ ทิศบูรพา อากาศ ทักษิณ หรือทิศปัจฉิม พายัพ อุตฺรและอีสาน ที่มักจะนำมาทอตกแต่งชายตุ่งมาเป็นแนวทางในการออกแบบ 2) ชุดสัตว์คือรูปแบบ B4 ดังภาพที่ 5 เป็นรูปแบบที่นำลวดลายนาคมาเป็นแนวทางในการออกแบบซึ่งชุมชนไทลื้อ มีความเชื่อในการนับถือธรรมชาติและมีความเชื่อเกี่ยวกับ “นาค” ว่าเป็นผู้ให้กำเนิดทุกสรรพสิ่งเป็นผู้สร้างความสมดุลของระบบนิเวศที่นำความอุดมสมบูรณ์มาให้ ลายนาคนั้นจะถูกจัดวางไว้ในส่วนล่างเป็นฐานรองรับลายปราสาทซึ่งเปรียบเสมือนการนำปราสาทที่มีคัมภีร์พระไตรปิฎกพร้อมสิ่งของเครื่องใช้และบริวารทั้งหลายนำพาดวงวิญญาณของบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วไปสู่สรวงสวรรค์ 3) ชุดสิ่งของเครื่องใช้คือรูปแบบ C5 ดังภาพที่ 6 เป็นรูปแบบที่นำลวดลายปราสาทซึ่งเป็นลายประธานมีเรือนยอดซ้อนกันเป็นชั้น ๆ มาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยชุมชนไทลื้อ เชื่อว่าปราสาทคือการบูชาพระเกตแก้วจุฬามณีบนสวรรค์ชั้นดาวดึงส์เพื่อเป็นการสร้างสมบารมีให้มีความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต ชุมชนไทลื้อ อำเภอยางคำ จังหวัดพะเยา จึงมีพิธีกรรมในการถวายปราสาทผ้าขาวเพราะเชื่อในเรื่องภพภูมิโลกหน้าที่มีความสุขสมบูรณ์ ปราสาทจึงเป็นวัตถุทางอันสูงส่งของชุมชนไทลื้อ



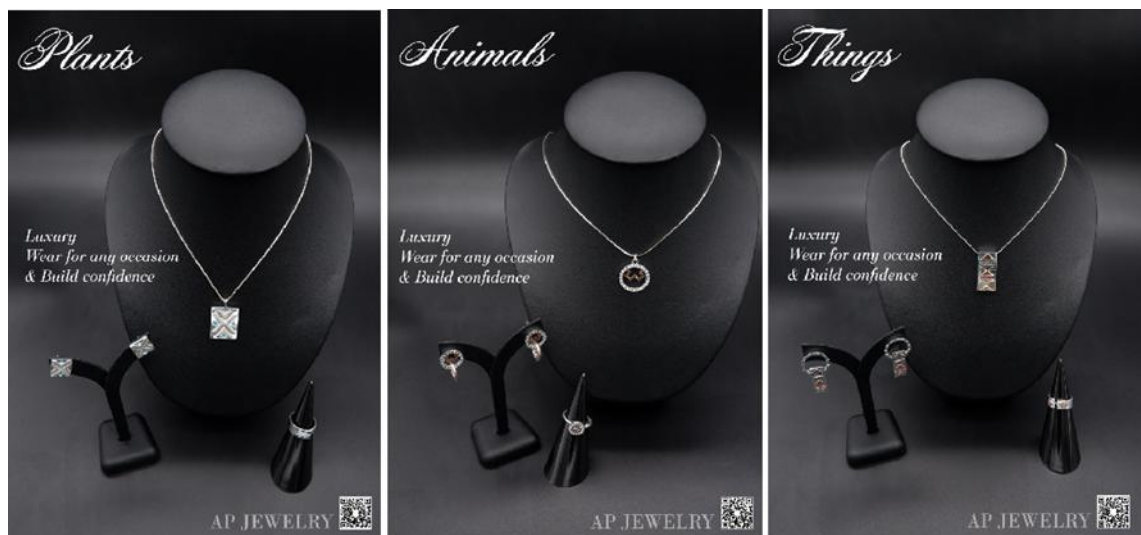
ภาพที่ 4 แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับชุดพรรณพฤษา



ภาพที่ 5 แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับชุดสัตว์



ภาพที่ 6 แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับชุดสิ่งของเครื่องใช้



ภาพที่ 7 ต้นแบบเครื่องประดับเงินจากอัตลักษณ์ทุ่งไถ่

อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทุ่งไถ่ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ซึ่งเป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์วัฒนธรรมแสดงความเป็นตัวตนของชาติพันธุ์ไทลื้อได้อย่างชัดเจน ด้วยวิถีการดำเนินชีวิต พิธีกรรมและประเพณีต่าง ๆ มีความเชื่อในผีวิญญาณและความศรัทธาในพระพุทธศาสนา เชื่อเรื่องภพภูมิโลกหน้าและหลังความตายเชื่อว่าความดีเป็นสิ่งสะสมไปในชาติหน้าได้จึงมุ่งทำบุญกุศล เพื่อหวังจะได้ขึ้นไปอยู่บนสวรรค์ซึ่งสอดคล้องกับ (Vivattanaset, 2021) ที่กล่าวว่าความรัก

ความผูกพันและความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ไทลื้อทำให้ชุมชนไทลื้อ ตระหนักถึงความสำคัญของพิธีกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์บ่งบอกถึงความเป็นตัวตนจึงทำให้เกิดพิธีกรรมจากความเชื่อที่ยึดถือปฏิบัติกันมาต่อเนื่องยาวนานเป็นรูปแบบที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือสิ่งที่มีอำนาจเหนือธรรมชาติซึ่งเป็นไปในลักษณะของการเคารพบูชาเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการหรือแสดงความขอบคุณสิ่งศักดิ์สิทธิ์บันดาลสิ่งที่ต้องการให้สมดังปรารถนา ชุมชนไทลื้อจึงมีการจัดประเพณีตานตุงขึ้นทุกปีให้กับบรรพบุรุษที่ตายไปแล้วหรือแม้แต่ให้กับตนเองเพื่อให้มีผลบุญกุศลไว้ในภพภูมิโลกหน้าซึ่งสอดคล้องกับ (Phra Palad Chatuporn Vajirañaño & Parud Boonsriton, 2022) ได้กล่าวว่าความเชื่อเกี่ยวกับอานิสงส์ในการทานตุงหากใครได้ทานตุงม้ายตายไปแล้วตนรทกตุงก็จะมาห่อหุ้มร่างกายไม่ต้องทุกข์ตุงโบทสะบัดให้วิญญาณได้เกาะชายตุงขึ้นสวรรค์ด้วยรูปแบบสีเส้นและลวดลายของตุงล้วนมีความหมายที่แฝงไปด้วยความเป็นสิริมงคลเช่นเดียวกับ (Taengtabtim, 2021) ได้กล่าวว่าตุงนั้นเกี่ยวข้องกับการอุทิศให้ผู้ตายและเป็นวัตถุเพื่อปกป้องจากผลกระทบที่ร้ายแรงได้แต่การนำใช้งานเพื่อการสักการะบูชายังคงปรากฏอยู่และยังคงความหมายอันเป็นมงคล ปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนวัสดุให้สอดคล้องกับการนำไปใช้งานเพราะต้องการความคงทนความสะดวกสบายรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Hemmaratrak, Wiwatthanaset, Saisang & Thipdet, 2022) พิธีกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปนั้นเพราะต้องการความสะดวกสบายรวดเร็วและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเช่นเดียวกันแต่ชุมชนไทลื้อ ก็ยังคงสืบสานประเพณีและพิธีกรรมในชุมชนเช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ (Intramo, 2017) จากสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัยวัฒนธรรมประเพณีทางพุทธศาสนาบางอย่างถูกเปลี่ยนไปแต่อัตลักษณ์ทางประเพณีวัฒนธรรมไทลื้อยังคงอยู่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการและวัสดุไปบ้าง ด้วยมนุษย์มีความต้องการขั้นพื้นฐานที่ต้องการยอมรับจากสังคมต้องการมีความสุขความมั่นคงและความปลอดภัยซึ่งความกังวลเหล่านี้จึงยังมีความเชื่อเรื่องโชคลางซึ่งสอดคล้องกับ (Pianrak & Thitiluck, 2021) ที่กล่าวว่าความนิยมในสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อนั้นมาจากมุมมองความเชื่อและค่านิยมของมนุษย์ที่มาจากความเชื่อจากขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อรูปลักษณะสัญลักษณ์และความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมทางด้านแฟชั่นในปัจจุบัน

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมชุดเครื่องประดับจากอัตลักษณ์ของตุงไทลื้อ ด้วยประเทศไทยมีพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีการสืบทอดกันมาอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบันซึ่งมาจากอิทธิพลทางวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น การบริโภค วิถีชีวิตความเป็นอยู่หรือความเชื่อ โดยมีการนำเสนอผ่านสื่อหรือผลงานในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเป็น Soft Power ที่น่าสนใจทำให้มีการพยายามที่จะนำวัฒนธรรมเหล่านั้นมาสร้างสรรค์เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนแต่ก็ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากนัก เพื่อให้การทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้ามีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและความเป็นไปได้ในการผลิตมากที่สุด ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแตกต่างโดยการคิดผสมผสานจากการคิดอุปมาอุปไมยเชิงสัญลักษณ์นำสิ่งที่เป็นนามธรรมมาใช้เปรียบเปรยใช้แนวคิด “การเชื่อมต่อสัญลักษณ์และความเชื่อ” เป็นผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องประดับเงินที่นำอัตลักษณ์ตุงไทลื้อในรูปสัญลักษณ์จากลวดลายบนผืนตุงไทลื้อมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ทันสมัยเพิ่มมูลค่าและเรื่องราวผสมผสานความเชื่อเข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและมีรูปแบบที่สามารถผลิต

ได้ในระบบอุตสาหกรรมมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์โดยมีกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ 6 ขั้นตอน คือ 1) ระบุความต้องการจากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการเก็บข้อมูลภาคสนาม 2) กำหนดกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ 3) สร้างแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยการเชื่อมต่อสัญญาณและความเชื่อโดยใช้เทคนิคสแคมเปอร์ (SCAMPER) 4) เลือกแนวคิดโดยการประเมินความคิดเห็นในรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านอัตลักษณ์และความสวยงาม ด้านการใช้งาน ด้านวัสดุการผลิตและความคุ้มค่า 5) การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ถูกเลือกและมีคะแนนการประเมินมากที่สุดโดยการวิเคราะห์คู่แข่งและการศึกษาเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเพื่อให้มีความคุ้มค่ามากที่สุด 6) กำหนดรายละเอียดรูปแบบผลิตภัณฑ์ก่อนการผลิตจริงซึ่งสอดคล้องกับ (Sophonhiranrak, Assapun & Tubpan, 2023) ที่กล่าวว่าการคิดแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์พัฒนามาจากการคิดสร้างสรรค์และความต้องการสร้างสรรค์นวัตกรรมโดยมีกระบวนการคิดแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ 7 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การกำหนดเป้าหมายเพื่อชี้ให้เห็นปัญหา 2) การเตรียมความพร้อมด้วยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 3) การวิเคราะห์ทรัพยากรทั้งหมดที่มีอยู่ 4) การตั้งสมมติฐาน 5) การตกตะกอนทางความคิด 6) การสังเคราะห์หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และ 7) การพิสูจน์ยืนยันความคิด จากนั้นจึงปรับปรุงขั้นตอนให้เข้ากับสถานการณ์แวดล้อมในปัจจุบัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Pantung, 2015) ที่มีขั้นตอนการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยแบ่งลำดับการออกแบบออกเป็น 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) วิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม 2) ศึกษาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ 3) ร่างแบบภาพพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 4) สร้างต้นแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ 5) วิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อกระบวนการผลิตและความเป็นไปได้ในการผลิต 6) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์เดิมกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่นำวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีกระบวนการออกแบบเพื่อช่วยลดความเสี่ยงทางธุรกิจและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อผลที่ได้จากการวิจัย คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินร่วมสมัยจากอัตลักษณ์ลวดลายของตุ้งไถ่ ได้มาจากระบวนการนำวัฒนธรรมมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมี 6 ขั้นตอน คือ 1) ระบุความต้องการจากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการเก็บข้อมูลภาคสนาม 2) กำหนดกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ 3) สร้างแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยการเชื่อมต่อสัญญาณและความเชื่อ 4) เลือกแนวคิดจากการประเมินความคิดเห็นในรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญ 5) การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ถูกเลือกโดยการวิเคราะห์คู่แข่งและการศึกษาเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต 6) กำหนดรายละเอียดรูปแบบผลิตภัณฑ์ก่อนการผลิตจริง ซึ่งผู้วิจัยพบว่าทั้ง 6 ขั้นตอน ที่กล่าวมานั้นเป็นกระบวนการที่สำคัญต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ซึ่งนักออกแบบต้องพิจารณาให้ครบกระบวนการมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องอัตลักษณ์วัฒนธรรมและบริบท

ของพื้นที่วัฒนธรรมนั้นอย่างถูกต้องเพื่อนำมาเป็นแนวความคิดในการออกแบบและผลิตออกมาให้มีความคุ้มค่ามากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการออกแบบชุดเครื่องประดับเงินโดยการนำอัตลักษณ์ลวดลายของตุ่งไทลื้อมาเป็นแนวทางในการออกแบบนั้นสามารถนำไปเป็นแนวทางในการนำอัตลักษณ์วัฒนธรรมอื่น ๆ ของแต่พื้นที่ผสมผสานกับความเชื่อและความศรัทธาตามาผลิตเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่สร้างความหลากหลายได้ และสามารถนำวัสดุภายในชุมชนมาสร้างสรรค์ร่วมด้วยที่รูปแบบทันสมัยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยการใช้กระบวนการนำวัฒนธรรมมาออกแบบสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

References

- Brunhaver, S. (2015). **Concept Scoring**. Retrieved from <https://youtu.be/loWJXEMl5q0?si=Y-qEcrV9Wnr63oQZ>
- Chanloy, S., Satiman, A., Thammetar, T. & Khlaisang, J. (2022). rūpbæp kân rian kânsoṅ bæp phasomphasān dōi chai kân'ōkbæp pen thān rōwō makap the khaṅhot khām phœ phua songsoēm khwāmsāmāt nai kân'ōkbæp nawattakam kānsuksā sāṅsan khōṅg naksuksā khru mahāwitthayaṭai rāchaphat [A Development of the Blended Instructional Model Using Design Based Learning with SCAMPER Technique to Enhance Creative Educational Innovation Design Ability of Pre-service Teachers at Rajabhat Universities]. **Journal of Yala Rajabhat University**. 17(2), 65-75.
- Gem and Jewelry Institute of Thailand. (2023). **Thai Gem and Jewelry Export Situation January-December 2022**. Retrieved from <https://infocenter.git.or.th/storage/files/gDXon6rB2JZETZUT87oJShVWXc1TEsNWUpd1zG2n.pdf>
- Jankua, T. (2019). prasopkân trā sinkhā thī song phon tō khwām phakdī nai trā sinkhā khruāṅpradap ngoēn bæ ron Thai [Effect of Brand Experience towards Brand Loyalty of Thai Brand Silver Jewelry]. Business Administration in Marketing. Songkla University.
- Jitngamplang, B. & Thampitug, S. (2019). sakkayaphāp khōṅg prathet Thai nai kân pen sūṅklāṅ kânphalit læ kānkha'anyamanī læ khruāṅpradap khōṅg lōk [Thailand's Potentials as World's Gems and Jewelry Manufacturing Center and Trading Hub]. **Ph.D. in Social Sciences Journal**. 9(1), 30-43. <https://doi.org/10.14456/phdssj.2019.3>

- Kurniawan, T. (n.d.). **Chapter 8: Concept Selection. In Product Design and Development.** Retrieved from https://industrialengineering11.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/09/ch8_concept-selection.pdf
- Lanna Museum of Culture and Ethnicity Project. (2008). **thai lue: ‘attalak hæng chättiphan thai** [Tai Lue: Tai National Identity]. Social Research Institute, Chiang Mai University.
- Pianrak, B. & Thitiluck, S. (2021). khatiniyom khōng thurakit læ sinkhā thī kiēkap khwām chūā [The Ideology Belief of Business and Goods]. **Journal of MCU Social Science Review.** 10(3), 14-25.
- Phongpoonsuk, B. (2022). **prawat khwāmpenmā khōng phithī kongtek nai prathet Thai læ rūpbæp phithī nai patchuban** [History of the Gong Tek Ceremony in Thailand and Current forms of ceremonies]. Faculty of Arts. Silpakorn University.
- Pornchai, P. (2015). krabuānkān sāngsan phūā phoēm mūnlakhā phalittaphan khōngchai læ khōng toktæng chāk yā fæk chumchon OTOP bān pāk thō kō ‘ō. mūāng chō. Phitsanulok [The Creative Processto Increase the Value of the Products and Our Community of Vetiver Otop Ban Pakthok Muang Phitsanulok]. **VRU Research and Development Journal Science and Technology.** 10(3), 105-118.
- Intramo, S. (2017). kān sukāsā khwāmsamphan rawāng phut krabuān that kap kān plānplæng thāng sangkhom watthanatham khōng chāo thai lū nai lān nā [A study of Relationship Between Buddhist Paradigm and Socio-Cutural Change of Tai-lue in Lanna]. **Journal of Social Academic.** 10(1), 57-70.
- Srimuang, T. (2018). bot wikhro nawattakam kap watthanatham Thai nai satawat thī yīsip ‘et : kānsāng nawattakam thun thāng watthanatham læ sēthakit sāngsan [An Analysis of Innovation and Thai Culture in the 21st Century: Innovation Creation, Cultural Capital and Creative Economy]. **Journal of Learning Innovation and Technology (JLIT).** 1(1), 20-30.
- Sophonhiranrak, S., Assapun, S. & Tubpan, T. (2023). kānsuksā læ phatthanā ōngprakōp dān samatthana nai kān kæ panhā choēng sāngsan chāk krabuānkān kæ panhā choēng sāng san khō [Study and Development Creative Problem-Solving Performance Factors from Creative Problem-Solving Process]. **Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University.** 17(3), 209-224.

- Taengtabtim, N. (2021). tung: khwāmpen mongkhon læ ‘awamongkhon khwāmmai thi thap sō‘on [Buddhist Banner: Auspicious and Inauspicious, The Overlapped Meaning]. **Udon Thani Rajabhat University Journal of Humanities and Social Science**. 10(2), 163-178.
- Uraisakul, S. (2015). kānphatthana phon samrit kān rān doī chai kānwichai pen thān rōwō bo kanchai theknik SCAMPER [Development of learning achievement by research-based in conjunction with technique SCAMPER]. **RMUTP Research Journal Special Issue the 5th Rajamangala University of Technology National Conference**. (Special), 56-65. Retrieved from <https://repository.rmutp.ac.th/handle/123456789/1684>
- Vivattanaseth, P. (2021). ‘attalak thāng watthanatham khōng chāttiphan nai phithikam hæng chiwit chāo thai lū chāngwat Phayao [Cultural Identity of Ethnic Group in Tai Lue’s Ritual of Life, Phayao Province]. **Payap university journal**. 28(2), 173.