สถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาสู่การเล่าเรื่องบนผืนผ้า : กระบวนการบูรณาการความรู้ด้านการเล่าเรื่องสู่การสร้างคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและการออกแบบอย่างยั่งยืน

Songkhla Old Town Architecture and Storytelling on Canvas: the Process of Knowledge Integration through Storytelling as Cultural Heritage Value and Sustainable Design

ติณณา อุดม* และคณะ
Tinna Udom et al.
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla
*tinnaudom3033@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิจัยและพัฒนากระบวนการออกแบบลายผ้าเพื่อสร้างคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมด้วยแนวคิดการเล่าเรื่อง เพื่อเสนอแบบจำลองการบูรณาการการออกแบบลายผ้าและการเล่าเรื่องสู่การสร้างคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าของพื้นที่ศึกษา และเพื่อประเมินความเป็นอัตลักษณ์และความพึงพอใจเกี่ยวกับลวดลายผ้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยการประเมินผลความเหมาะสมของลวดลาย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ คนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา กลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามและการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า ลวดลายผ้ามีระดับการประเมินความพึงพอใจในการออกแบบ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.19 และการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พึงพอใจมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.53 คือเสื้อผ้า รองลงมาคือ หมวกมีค่าเฉลี่ย 4.40 และกระเป๋ามีค่าเฉลี่ย 4.23 ตามลำดับ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผู้วิจัยจึงวางแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายและต้องมีความงามควบคู่กับการสอดแทรกเนื้อหาในเรื่องราวสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าคือ เป็นของที่ระลึกตัวแทนสงขลา เพื่อมีส่วนช่วยในการปลูกฝังจิตสำนึกเรื่องการเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมไทยเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสืบสานวัฒนธรรมไทยให้ยั่งยืน แต่ในขณะเดียวกันก็มีความทันสมัย มีการใช้งานตอบรับกับความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบัน ทั้งยังต้องตอบรับกับกรรมวิธีการผลิตสมัยใหม่และสามารถผลิตได้ในท้องถิ่น

คำสำคัญ : ย่านเมืองเก่าสงขลา การเล่าเรื่องบนผืนผ้า มรดกทางวัฒนธรรม การออกแบบอย่างยั่งยืน

Recieved : December 29, 2022 **Revised :** February 11, 2023 **Accepted :** April 1, 2023

Abstract

The purpose of this research was: 1) to research and develop the process of fabric design to create cultural heritage values with the concept of storytelling, 2) to propose a model of integrating fabric design and storytelling to create cultural heritage values through the products of study areas, and 3) to assess fabric patterns and souvenir identity and satisfaction by evaluating the suitability of the pattern and product styles from design experts, residents in the Songkhla old town, and research samples by using questionnaires and interviews.

Research findings indicated that the overall satisfaction of fabric pattern design was at a high level ($\overline{x}$ = 4.19) and that the satisfaction of souvenirs when considered in each product found that cloth was at the highest level ($\overline{x}$ = 4.53), followed by hats and bags ($\overline{x}$ = 4.40, $\overline{x}$ = 4.23), respectively. The researcher laid out the guidelines for designing souvenir products for sale, and they must have beauty along with adding content about the old town's architecture story, which is representative of Songkhla's souvenirs. In order to help cultivate awareness of Thai cultural values, and be a part of the continuation of Thai culture for sustainability and modernity at the same time, products must respond to current market needs and be produced locally.

Keywords : Songkhla old town, storytelling on canvas, cultural heritage value adding, sustainable design

บทนำ

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดชายแดนใต้ของประเทศไทยเป็นเมืองท่าและเมืองชายทะเลที่สำคัญแห่งหนึ่งของภูมิภาคมาตั้งแต่สมัยโบราณและเป็นอีกเมืองที่มีอารยธรรมเจริญรุ่งเรืองมาเป็นเวลานานหลายศตวรรษจึงเป็นแหล่งโบราณสถานและโบราณวัตถุมากมาย อีกทั้งยังมีมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่นจากบรรพบุรุษดั้งเดิม

ย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นสถานที่สำคัญมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมความสวยงามตึกรามบ้านช่องที่มีมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 ทั้งแบบจีนโบราณและบ้านเรือนต่าง ๆ ผสมผสานวัฒนธรรมความเป็นอยู่ในยุคต่าง ๆ ไล่มาจนถึงปัจจุบัน ย่านเมืองเก่าสงขลามีถนนสายหลัก 3 เส้นคือ ถนนนครนอก ถนนนครในและถนนนางงาม ซึ่งในปัจจุบันมีพิพิธภัณฑ์แหล่งการเรียนรู้และร้านอาหารต่าง ๆ มากมาย จุดที่นักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจมากที่สุดคือ Street Art ที่แฝงวิถีชีวิตและประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเมืองสงขลาอยู่ตามจุดต่าง ๆ เริ่มแรกถนนสองสายคือ ถนนนครนอกและถนนนครในเป็นถนนเส้นในเมือง ต่อมามีการตัดถนนสายที่สามที่เรียกว่า ถนนเก้าห้องหรือย่านเก้าห้องหรือที่เรียกว่า ถนนนางงามในปัจจุบัน รูปแบบสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าได้รับอิทธิพลมาจากการทำการค้า และความเชื่อของคนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งสามารถแบ่งสถาปัตยกรรมได้เป็น 4 แบบคือ สถาปัตยกรรมแบบจีนดั้งเดิม ตึกแถวแบบจีน

พาณิชย์ตึกแถวแบบจีนสมัยใหม่และตึกแถวแบบชิโน–ยูโรเปียน ซึ่งสถาปัตยกรรมทั้งสี่แบบที่เห็นและสัมผัสกันทุกวันนี้ได้กลายมาเป็นสัญลักษณ์สำคัญของเมืองสงขลาในปัจจุบัน

การสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จึงสามารถสร้างแรงดึงดูดต่อการตัดสินใจซื้อได้เพิ่มมากขึ้น และด้วยกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ผู้บริโภคมองหาผลิตภัณฑ์ใหม่ตลอดเวลา กลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภคมองว่าควรจะสร้างสรรค์ลวดลายใหม่อยู่เสมอ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีการสร้างสรรค์ พัฒนาเปลี่ยนแปลงแบบผลิตภัณฑ์ให้เกิดความหลากหลายและแปลกใหม่ขึ้นตลอดเวลา โดยได้ทำการหาข้อมูลผ่านวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ในย่านเมืองเก่าของจังหวัดสงขลา เพื่อหาอัตลักษณ์ของลวดลายผ้าจากสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าสงขลา

จากประเด็นดังกล่าวผู้วิจัยได้ศึกษาสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ทั้งอาคารบ้านเรือน ประตูเมือง กำแพงเมืองเก่า โรงสีแดง ท่าเรือ บ้านนครใน วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตผู้คนของชุมชนในเมืองเก่าที่มีความดั้งเดิม รวมถึงความเป็นศิลปะสมัยใหม่ที่มากระตุ้นความสนใจแก่นักท่องเที่ยวอันเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันมาใช้เป็นส่วนสำคัญ เป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์ลวดลายผ้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยว และสร้างอัตลักษณ์ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการผ่านลวดลายผ้าและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) คือ การออกแบบที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวม การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ตั้งแต่ขั้นตอนในการออกแบบไปตลอดจนหมดอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มผู้ประกอบการ และให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิจัยและพัฒนากระบวนการออกแบบลายผ้าเพื่อสร้างคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมด้วยแนวคิดการเล่าเรื่อง
2. เพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่มีความทันสมัยและสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน
3. เพื่อประเมินความเป็นอัตลักษณ์และความพึงพอใจ เกี่ยวกับลวดลายผ้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาการออกแบบลวดลายผ้า
2. ศึกษาแนวคิดการเล่าเรื่อง (Storytelling)
3. ศึกษาคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม
4. ศึกษาแนวทางการเล่าเรื่องวัฒนธรรม
5. ศึกษาการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. ผู้เชี่ยวชาญในการคัดเลือกรูปแบบลวดลายผ้าจำนวน 5 คน มีประสบการณ์ทางด้านการออกแบบ 5 ปีขึ้นไป โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคือ ผู้ออกแบบลวดลายจำนวน 3 คน ผู้ออกแบบแฟชั่น (Designer) จำนวน 1 คน และคนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาจำนวน 1 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

2. กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกคือ นักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา จำนวน 30 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

3. ขอบเขตทางด้านพื้นที่วิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูลในย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

4. ขอบเขตทางด้านเวลา ผู้วิจัยได้กำหนดเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่กันยายน 2564 – ตุลาคม 2564

กรอบแนวคิดในงานวิจัย

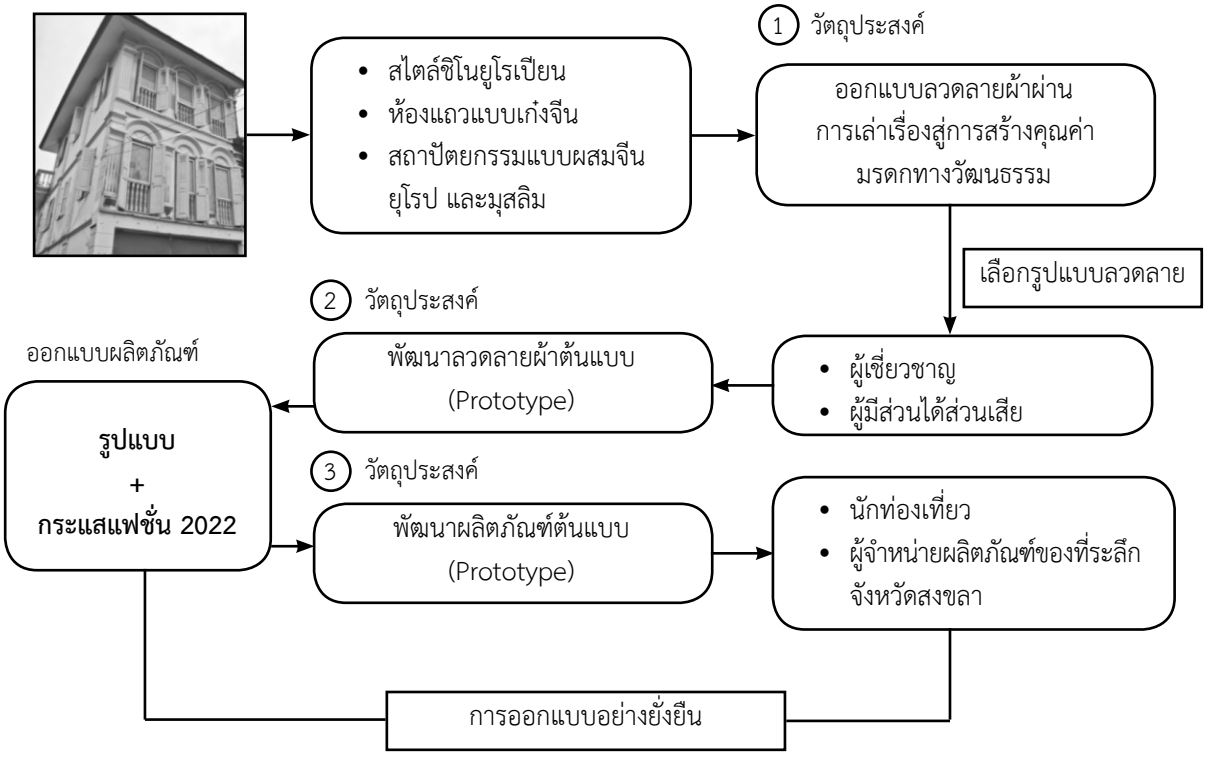
เพื่อให้การวิจัยได้รับคำตอบขอบเขตที่ต้องการ จึงจำเป็นต้องใช้กรอบแนวความคิดมาเป็นเครื่องมือในการนำไปสู่การวิเคราะห์ สังเคราะห์ ซึ่งประกอบด้วย

1. กรอบความคิดในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลา ได้แก่ 1) สถาปัตยกรรมแบบจีนดั้งเดิม 2) สถาปัตยกรรมห้องแถวแบบชิโน-ยูโรเปียน 3) สถาปัตยกรรมแบบผสมจีน ยุโรป และมุสลิม เพื่อเป็นแนวทางในการทำไปสู่การออกแบบลวดลายผ้า

2. กรอบความคิดในการศึกษาทฤษฎีทางด้านการออกแบบ

3. กรอบแนวคิดในการศึกษาข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นสากล ได้แก่ ลักษณะของรูปแบบผลิตภัณฑ์ การตกแต่ง วัสดุ สี เป็นต้น เพื่อให้มีความทันสมัยต่อยุคปัจจุบัน

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 : กรอบแนวความคิด

ทบทวนวรรณกรรม

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวคิดในงานวิจัยดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบลวดลาย

การออกแบบลวดลายเป็นการกำหนดความนึกคิดด้วยจุด เส้น รูปร่าง รูปทรง และสี เพื่อสร้างสรรค์ผลงานประกอบการสร้างผลงานประเภทต่าง ๆ หรือการนำองค์ประกอบในการสร้างสรรค์ให้เกิดรูปแบบที่แปลกใหม่ตามสมัยนิยมสอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย สำหรับการออกแบบลายผ้า ผู้สร้างงานออกแบบลายผ้าตามลำดับขั้นตอนก่อนหรือหลัง จะได้ผลงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้ใช้ประโยชน์จากลวดลายผ้า นำมาซึ่งความสำเร็จต่อการจัดจำหน่าย บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบลายผ้า จะต้องคำนึงถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบลวดลายผ้า เพื่อนำใช้ประกอบการตัดสินใจหาแนวทางในการออกแบบลวดลายตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ก่อนตัดสินใจออกแบบลายผ้า เช่น หน้าที่ใช้สอย แล้วเริ่มรวบรวมข้อมูลและมั่นใจได้ว่าเป็นข้อมูลที่จริง การออกแบบลายผ้าแบ่งออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ ๆ คือ ลวดลายตกแต่งใช้ในการออกแบบลายพิมพ์และลวดลายโครงสร้างใช้ในการออกแบบผ้าทอ (Sariya, 2006)

แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง (Storytelling)

การเล่าเรื่องเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับสังคมมนุษย์ กล่าวคือเรื่องเล่าเป็นเสมือนกับต้นแบบหรือสิ่งที่มนุษย์ถือกำเนิดมาด้วย สังเกตได้จากการที่มนุษย์ไม่ว่าจะยุคไหนสมัยไหนต่างก็บริโภคเรื่องเล่ากันมาแล้วทั้งนั้น เนื่องจากการสื่อสารต่าง ๆ ถือเป็นการเล่าเรื่องทั้งสิ้น ไม่ว่าจะสื่อสารระหว่างบุคคลหรือเป็นการสื่อสารผ่านสื่อกลางต่าง ๆ ก็ตาม การเล่าเรื่องเป็นการบอกเล่าเรื่องราวความรู้ต่าง ๆ ที่อยู่กับตัวบุคคล (Tacit Knowledge) จากประสบการณ์การดำเนินชีวิต เรื่องที่ซาบซึ้งประทับใจหรือได้จากการศึกษา การทำงานที่สั่งสมเป็นทักษะแนวปฏิบัติที่ดีหรือจากพรสวรรค์ให้บุคคลอื่นฟัง เพื่อให้ผู้ฟังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานของตนเองได้โดยไม่ต้องเสียเวลาเริ่มต้นศึกษาในเรื่องนั้น ๆ ใหม่ การเล่าเรื่องเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ทางสังคม และยังช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ในการดำรงชีวิตให้กับตนเอง เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีปฏิสัมพันธ์ต่อสรรพสิ่งในโลก โดยกระบวนการเล่าเรื่องนี้จัดเป็นเครื่องมือด้านการจัดการความรู้ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาสำคัญที่ฝังอยู่ในตัวบุคคลอีกด้วย (Phanadamrong, 2016) เมื่อกล่าวถึงเรื่องเล่าหรือการเล่าเรื่องในศาสตร์ต่าง ๆ เช่น ด้านการศึกษา เมื่อพูดถึงเทคนิคการเล่าเรื่อง โดยเฉพาะนิทานด้านสังคมวิทยาเมื่อพูดถึงเรื่องเล่าในชุมชน เป็นต้น Narrative เป็นคำที่ใช้ในศาสตร์ทางภาษาศาสตร์ ทางงานวรรณกรรม และน่าจะรวมถึงงานทางนิเทศศาสตร์บางสาขา เช่น ด้านละครและภาพยนตร์ เมื่อกล่าวถึงเรื่องเล่าหรือการเล่าเรื่อง เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Products Design)

การออกแบบผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องศึกษาหลักการออกแบบ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้ที่ขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ โดยหลักการออกแบบที่จะพิจารณามี 3 ส่วนดังนี้ 1) การตอบสนองต่อประโยชน์ใช้สอย (Function) ที่ถือเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกในการออกแบบ เนื่องจากประโยชน์ใช้สอยมีอิทธิพลกับงานออกแบบ หากการออกแบบไม่ตอบสนองต่อประโยชน์ใช้สอยก็ถือเป็นการออกแบบที่ไม่ดี 2) ความสวยงามพึงพอใจ (Aesthetic) ในงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยดีใกล้เคียงกัน สิ่งที่ตัดสินคุณค่าของงานออกแบบคือ

ความงาม 3) การสื่อความหมาย (Meaning) งานศิลปะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสามารถสื่อความหมายออกมาได้ เช่นเดียวกับงานออกแบบ หากงานออกแบบสวยงามแต่ไม่สามารถสื่อสิ่งที่ผู้ออกแบบต้องการส่งสารไป คุณค่าของงานออกแบบนั้นจะลดลง นอกจากหลักการออกแบบทั้ง 3 ส่วนแล้ว ในการออกแบบนั้นต้องคำนึงถึงหลักในการสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดงานออกแบบ ตั้งแต่ระดับ จุด เส้น ระนาบ ปริมาตร รูปร่าง รวมถึงผิวสัมผัส ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญที่ถูกนำมาใช้ในการออกแบบ (Sopakanee, 2020)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่ามรดกวัฒนธรรม (Cultural Heritage Value)

มรดกทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือคิดค้นขึ้นมา และได้ตกทอดหรือสืบทอดต่อ ๆ กันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มรดกทางวัฒนธรรมจะแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ รวมถึงรากฐานความเป็นมาของสังคมนั้น ๆ โดยนำมาซึ่งความภูมิใจของคนในสังคม และพร้อมที่จะรักษาและธำรงไว้ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ เพลงพื้นบ้าน ภาษา หรือขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ (NITWE, 1999) คุณค่าของมรดกวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่มนุษย์กำหนดขึ้นจากประสบการณ์ การเรียนรู้ จึงทำให้การกำหนดคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสติปัญญาของคนในสังคมรวมถึงบริบทโดยรอบของสังคมนั้น ๆ (Rattana, 2019)

แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่องทางวัฒนธรรม (Cultural Storytelling)

การเล่าเรื่องทางวัฒนธรรมเป็นการสื่อสารความหมายทางวัฒนธรรม เป็นส่วนหนึ่งในการจัดการมรดกทางวัฒนธรรม มีกระบวนการเสมือนการแปลและถ่ายทอดองค์ความรู้ ข้อความหรือสารไปยังผู้รับสาร มีรูปแบบการเล่าหรือการนำเสนอให้คนในสังคมเข้าใจตรงกันและตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม ทำให้มรดกทางวัฒนธรรมคงอยู่สืบไป (Sriton & Tularuk, 2021) โดยมีการจัดข้อมูลทางวัฒนธรรม เรื่องเล่า ตำนาน เหตุการณ์ของชุมชน แฝงไว้ด้วยสารที่บรรพบุรุษต้องการสื่อถึงชนรุ่นหลังในสัญลักษณ์ที่ปรากฏของข้อมูล และสภาพแวดล้อมของข้อมูลที่เป็นตัวแปรต่อการศึกษาร่วมด้วย เช่น ผู้เล่า โอกาส สถานที่ ผู้ร่วมเหตุการณ์ เป็นต้น (Lertcharnrit, 2011)

แนวคิดการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า (Commodification of Culture)

การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าสามารถทำได้โดยผ่านกระบวนการแปรสินค้า (Commodification) คือ การนำวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ได้แก่ แนวคิด คติ ความเชื่อ ประเพณี ฯลฯ มาฝังตัวเข้าไปในวัตถุหรือวิถีการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม โดยมีระบบทุนนิยมทำหน้าที่คัดเลือกวัฒนธรรมที่ได้รับการจัดให้เป็นรูปธรรมที่เป็นที่ต้องการเพื่อการบริโภค เมื่อผ่านกระบวนการแปรเป็นสินค้านี้แล้วจึงเกิดคำใหม่ของวัตถุว่า “สินค้าและบริการ” (Srimarat, 2015) สินค้าและบริการใดที่มีวัฒนธรรมฝังตัวอยู่ สินค้าและบริการเหล่านั้นคือ สินค้าวัฒนธรรม (Thanapornpun, 2006) และเรียกวัฒนธรรมที่ฝังตัวผ่านสินค้าหรือบริการเหล่านั้นว่า “ทุนทางวัฒนธรรม” เพราะวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าจึงมีอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรม แต่การที่วัฒนธรรมจะกลายเป็นสินค้าได้นั้น สินค้าต้องมีมูลค่าและราคา วัฒนธรรมจะมีราคาก็ต่อเมื่อมีความต้องการซื้อเกิดขึ้น (Tantiset, 2014)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบกับการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 (Research: R1) – การศึกษา ค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัยด้านการออกแบบลวดลายผ้าและด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้จำหน่ายของที่ระลึกจังหวัดสงขลา คนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา นักวิชาการ (อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์)

ขั้นตอนที่ 2 (Development: D1) – การออกแบบลวดลายผ้าจำนวน 3 รูปแบบ ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CS5 และ Photoshop CS5

ขั้นตอนที่ 3 (Research: R2) – การคัดเลือกแบบลวดลายผ้าจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำมาพัฒนาเป็นลายผ้าต้นแบบ ได้แก่ ผู้ออกแบบลวดลายจำนวน 3 คน ผู้ออกแบบแฟชั่นจำนวน 1 คน และคนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาจำนวน 1 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามคุณสมบัติที่กำหนดคือ ประกอบอาชีพทางด้านการออกแบบลวดลายที่มีประสบการณ์ 5 ปีขึ้นไป

ขั้นตอนที่ 4 (Development: D2) – ออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกประกอบด้วย เสื้อผ้า หมวก และกระเป๋าด้วยโปรแกรม Photoshop CS5

ขั้นตอนที่ 5 (Development: D3) – การประเมินและปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยสำรวจความพึงพอใจและทำการรายงานผล ข้อเสนอแนะ จากนั้นปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ รายงานผลและเผยแพร่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก สัมภาษณ์คนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาเพื่อหาแนวทางในการออกแบบลวดลายแบบไม่มีโครงสร้าง รวมถึงการสัมภาษณ์นักออกแบบแฟชั่น เพื่อหาองค์ความรู้ด้านรูปแบบลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม

2. ประเด็นคำถามปลายเปิดที่ใช้ในการสัมภาษณ์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ผู้จำหน่ายของที่ระลึกย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา เพื่อหาแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กระบวนการเริ่มต้นโดยการลงพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ศึกษาลักษณะโครงสร้างของสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่า และสัมภาษณ์คนในพื้นที่เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมถึงจุดเด่นหรือลักษณะเฉพาะของสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาที่สามารถนำมาเป็นแนวคิดในการออกแบบ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เลือกพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และความต้องการทั่วไปที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (สี ขนาด ลวดลาย แบบ)

4. แบบประเมินการออกแบบลวดลาย โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตรประเมินค่า 5 ระดับ

5. แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตรประเมินค่า 5 ระดับ

การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษา ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบประเมินและแบบสอบถามความพึงพอใจสำหรับการวิจัย

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหาของแบบประเมินและแบบสอบถามจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน หลักจากนั้นหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ระหว่าง 0.5–1

3. การคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยการนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาจำนวน 10 คน ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น

ของแบบสอบถามด้วย Cronbach’s Alpha Coefficient จากการวิเคราะห์ได้ความเชื่อมั่น 0.89 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ได้

4. ปรับปรุงแบบประเมินและแบบสอบถามความพึงพอใจให้มีความถูกต้องแล้วจึงนำไปเก็บรวมรวมข้อมูลต่อไป

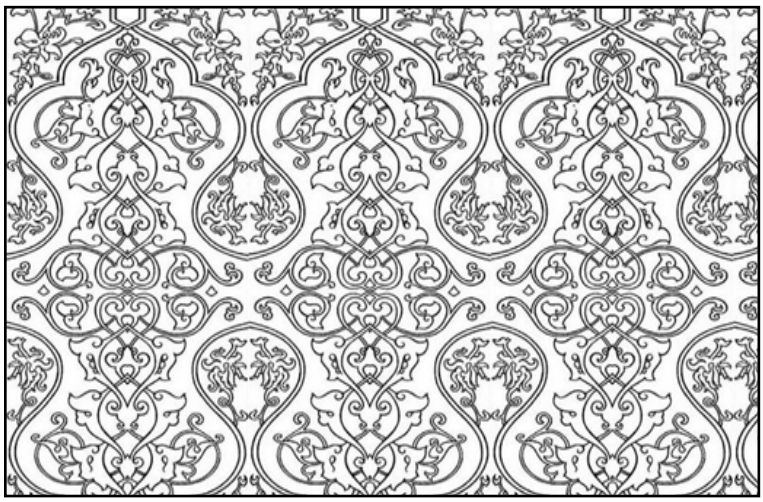
สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง สถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาสู่การเล่าเรื่องบนผืนผ้า: กระบวนการบูรณาการความรู้ด้านการออกแบบและการเล่าเรื่องสู่การสร้างคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม ผู้วิจัยรายงานผลการศึกษาได้ดังนี้

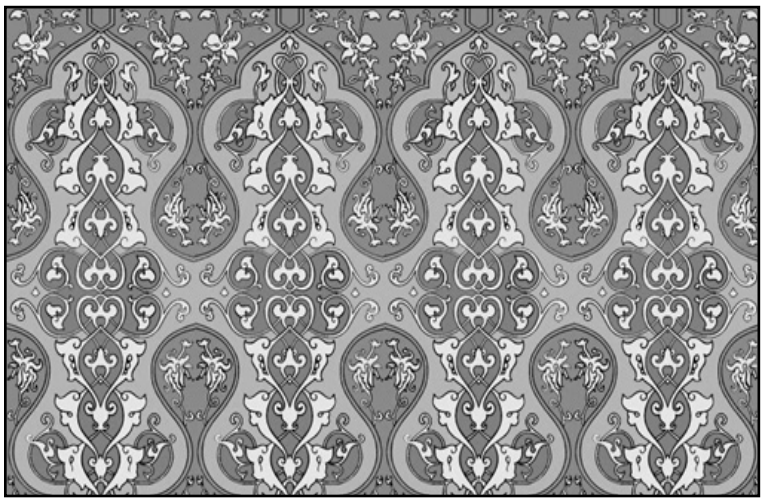
1. ผลการศึกษาเรื่องเล่าสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลา จากการเก็บข้อมูลพบว่าหากย้อนรอย 170 ปี ที่มีการฝังหลักชัยเมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2385 ย่านเมืองเก่าของจังหวัดสงขลา เป็นที่รู้จักกันในนาม “สงขลาบ่อยาง” ในย่านเมืองเก่าสงขลามาจากครอบครัวที่มีฐานะร่ำรวย เนื่องจากในอดีตกลุ่มคนรุ่นแรก ๆ ที่เข้ามาประกอบอาชีพค้าขายกับต่างชาติล้วนเป็นชาวจีนที่อพยพมาจากแผ่นดินใหญ่ ทั้งนี้คนจีนยังมีความสนิทสนมกับพ่อค้าชาวจีนจากพื้นที่อื่น ๆ มากกว่าคนไทยซึ่งเป็นคนพื้นถิ่น เช่น คนจีนจากจีนแผ่นดินใหญ่ สิงคโปร์ เมืองมะลังกา และเมืองปีนัง ซึ่งผลจากการค้าขายกับชาวต่างชาติได้ส่งอิทธิพลถึงรูปแบบความเชื่อ รูปแบบการดำรงชีวิต และรูปแบบสถาปัตยกรรมในย่านเมืองเก่าสงขลา ทั้งสถาปัตยกรรมเหล่านั้นต่างถูกสร้างเป็นบ้านเรือนสำหรับอยู่อาศัย และการค้าขายเป็นส่วนใหญ่ (ONEP, 2021)

สถาปัตยกรรมที่ผ่านกาลเวลาและร่วมสมัยมาจนปัจจุบัน อาคารบ้านเรือนโบราณเหล่านี้ได้กลายมาเป็นจุดสนใจ เช่น อาคารบ้านเรือน โดยอาคารบ้านเรือนสงขลาจะมีความแตกต่างจากอาคารบ้านเรือนของปีนังซึ่งถือเป็นที่ได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกโลก เมืองมะละกา เมืองภูเก็ต เมืองเหล่านี้จะมีสถาปัตยกรรมคล้ายกันทั้งเมือง แต่อาคารบ้านเรือนเมืองสงขลาจะแตกต่างคือ ลักษณะบ้านมีรูปแบบหลากหลาย เช่น ตึกแถวแบบจีนดั้งเดิม อาคารพาณิชย์แบบจีนผสมตะวันตกหรือเรียกว่า ชิโนยูโรเปียน รวมทั้งบ้านแบบไทยและมุสลิม ผสมผสานอยู่ในบริเวณเดียวกัน (ONEP, 2021) จากข้อมูลทั้งหมดนี้ทำให้ผู้วิจัยสามารถออกแบบลวดลายผ้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกดังนี้ ลวดลายผ้าผู้วิจัยได้นำแนวคิดการออกแบบอาคารบ้านเรือนมาเป็นแนวคิดหลัก โดยสร้างลวดลายผ้าตามลักษณะพิเศษของตัวบ้านเป็นจุดสำคัญของการจัดองค์ประกอบศิลป์ และการใช้สีอาคารเหมือนมุสลิม คือสีฟ้าคราม สีเหลืองทอง และตัดด้วยสีโอ๊คอ่อนของเนื้อไม้เพื่อให้ลวดลายมีความเด่นชัดและมีมิติมากยิ่งขึ้น ด้านผลิตภัณฑ์ในการออกแบบทุกประเภทหรือสร้างสรรค์ชิ้นงานที่ต้องนำเรื่องราวทางวัฒนธรรมเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมนั้น ๆ สิ่งที่ต้องทำเสมอคือการกำหนดกรอบของการสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและเชิงออกแบบเพื่อให้กระบวนการของความคิดสร้างสรรค์เป็นไปตามวัตถุประสงค์นั้น ๆ การกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นและทันสมัย Inkong (2019) กล่าวว่าในโลกปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงนั้น การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นแรงดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ไม่น้อย เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคจะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและต้องการผลิตภัณฑ์ที่สนองความต้องการได้ในเวลาที่ต้องการ

2. ผลการออกแบบลวดลายผ้าและพัฒนาของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของย่านเมืองเก่าสงขลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จากการศึกษาพบว่าการออกแบบลายผ้าเบื้องต้นจะออกแบบลงในโปรแกรม Adobe Illustrator CS5 และ Photoshop CS5 เป็นหลัก ผลจากกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้แนวคิดลวดลายผ้าในการเล่าเรื่องสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาด้วยการพิจารณาเลือกรูปแบบอาคารบ้านเรือนแบบสไตล์ชิโนยูโรเปียน ห้องแถวเก๋งจีน (จีน–ตะวันตก) และสถาปัตยกรรมแบบผสมจีนยุโรป และมุสลิมมาผสมผสานในการสร้างสรรค์ลวดลาย ดังภาพที่ 2 และเลือกสีที่เหมาะสมคือ สีฟ้าคราม สีเหลืองทอง และตัดด้วยสีโอ๊คอ่อนของเนื้อไม้เพื่อให้ลวดลายมีความเด่นชัดและมีมิติ จากนั้นนำไปพัฒนาลายผ้าต้นแบบ ซึ่งลวดลายผ้าถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ที่โดนเด่นมาจับคู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมดังภาพที่ 3 และภาพที่ 4



ภาพที่ 2 : โครงสร้างลวดลาย
ที่มา : Researcher (2023)



ภาพที่ 3 : ลวดลายผ้า
ที่มา : Researcher (2023)



ภาพที่ 4 : ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
ที่มา : Researcher (2023)

ผลการเสนอแบบจำลองการบูรณาการการออกแบบลายผ้าและการเล่าเรื่องสู่การสร้างคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าของพื้นที่ศึกษา จากการศึกษาพบว่า การออกแบบลายผ้าได้รับแรงบันดาลใจจาก “สถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าสงขลา” จังหวัดสงขลา เป็นการนำสถาปัตยกรรมโบราณในชุมชนย่านเมืองเก่าสงขลาที่มีความโดดเด่นมีเสน่ห์และมีมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าทั้งทางด้านประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชน การสร้างสรรค์ลวดลายบนผืนผ้าที่ได้แรงบันดาลใจมาจากสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าผสมผสานเข้ากับกับวิถีชีวิตย่านเมืองเก่าจึงถูกให้คุณค่าที่แตกต่างไปจากเดิม ลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าคือ อาคารบ้านเรือนแบบสไตล์ชิโนยูโรเปียน ห้องแถวเก๋งจีน (จีน–ตะวันตก) สถาปัตยกรรมแบบผสมจีน–ยุโรปและมุสลิม สีที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของสถาปัตยกรรมเหล่านี้คือ สีฟ้าคราม สีเหลืองทอง และสีโอ๊คอ่อนของเนื้อไม้ นักออกแบบนำองค์ประกอบเหล่านี้มาผสมผสานในการสร้างสรรค์ลวดลายและเลือกสีที่เหมาะสมในการสร้างอัตลักษณ์ที่โดนเด่น มีความเด่นชัดและมีมิติมากยิ่งขึ้น

จะเห็นได้ว่าการนำทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์และออกแบบลวดลายบนผืนผ้า นอกจากการนำเสนอความสวยงาม วิจิตรศิลป์ของลวดลายแล้วยังคงเอกลักษณ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ซึ่งมีส่วนช่วยในการปลูกฝังจิตสำนึกในการเห็นคุณค่าและอนุรักษ์สืบทอดมรดกวัฒนธรรมชุมชนย่านเมืองเก่าสงขลาให้ยั่งยืนและคงอยู่ตลอดไป ซึ่งผู้วิจัยปรับให้ลวดลายผ้าสามารถใช้ในชีวิตจริง ดูทันสมัย แต่ยังคงเอกลักษณ์ลักษณะอันสวยงามของลวดลายสถาปัตยกรรมไว้ โดยจะอยู่ในรูปแบบ Sustainable Fashion และสามารถออกแบบพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นได้จริง

3. ผลประเมินความเป็นอัตลักษณ์และความพึงพอใจ เกี่ยวกับลวดลายผ้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของย่านเมืองเก่าสงขลา แบบประเมินเกี่ยวกับวัดความเป็นอัตลักษณ์และความพึงพอใจ ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่า การประเมินความเป็นอัตลักษณ์การออกแบบลวดลายของสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าสงขลา มีระดับการประเมินความเป็นอัตลักษณ์การออกแบบลวดลายในภาพรวม ลวดลายผ้าตรงตามเป้าหมายมีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านลวดลายผ้ามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และแปลกใหม่มีค่าเฉลี่ย 4.27 ด้านลวดลายที่ออกแบบมีความเหมาะสมโดดเด่นและน่าสนใจมีค่าเฉลี่ย 4.17

ด้านลวดลายมีความคมชัดสม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านลวดลายมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวมีค่าเฉลี่ย 4.13 โดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.39 พิจารณาแต่ละผลิตภัณฑ์พบว่า เสื้อผ้าได้รับความพึงพอใจมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.53 รองลงมาคือ หมวกมีค่าเฉลี่ย 4.40 และกระเป๋ามีค่าเฉลี่ย 4.23 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. สถาปัตยกรรมในภาพลักษณ์ของย่านเมืองเก่าสงขลามีลักษณะเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ซึ่งแตกต่างจากสถาปัตยกรรมทั่วไป เพราะภาพที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวนั้นเป็นภาพของวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นเป็นตัวแสดงโลดแล่นร่วมอยู่ ประกอบกับฉากภาพที่สวยงามของสถาปัตยกรรมเก่าแก่ที่นักท่องเที่ยวต่างชื่นชอบและให้ความสนใจเป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้สินค้าวัฒนธรรมของย่านเมืองเก่าสงขลา นั่นคือการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าในบริบทการออกแบบลวดลาย โดยการนำสถาปัตยกรรมเก่าแก่ที่เรียงรายกันอยู่หน้าถนนนั้นผูกเข้ากับวิถีชีวิตย่านเมืองเก่าจึงถูกให้คุณค่าที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า (Srimarat, 2015) กล่าวว่าการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า สามารถทำได้โดยผ่านกระบวนการแปรสินค้า (Commodification) คือ การนำเอาวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ได้แก่ แนวคิด คติ ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม ฯลฯ มาฝังตัวเข้าไปในวัตถุหรือวิถีการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม โดยมีระบบทุนนิยมทำหน้าที่คัดเลือกวัฒนธรรมที่ได้รับการจัดให้เป็นรูปธรรมที่เป็นที่ต้องการเพื่อการบริโภค เมื่อผ่านกระบวนการแปรเป็นสินค้านี้แล้วจึงเกิดคำใหม่ของวัตถุว่า “สินค้าและบริการ” การให้คุณค่าของวัตถุสิ่งของเช่นเดียวกับย่านเมืองเก่าสงขลาที่ผู้คนได้ให้คุณค่าต่อย่านเมืองเก่าที่แตกต่างจากที่เคยเป็นมาในอดีตทั้งยังมีส่วนร่วมและช่วยกันผลักดันให้ย่านเมืองเก่ากลายเป็นผลผลิตอย่างหนึ่งทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Rattana (2019) กล่าวว่าคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์กำหนดขึ้นจากประสบการณ์ การเรียนรู้ จึงทำให้การกำหนดคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสติปัญญาของคนในสังคมรวมถึงบริบทโดยรอบของสังคมนั้น ๆ

2. หลักการและแนวคิดในการออกแบบ เป็นการรวมกันขององค์ประกอบในงานออกแบบสร้างสรรค์ทั้งทางด้านศิลปะ ความงาม ที่คำนึงถึงปัจจัยด้านการใช้สอย ความแข็งแรง ปลอดภัย วัสดุ ผสานกับศาสตร์วิเคราะห์พฤติกรรมผู้เกี่ยวข้อง (ผู้ใช้ ผู้ผลิต และผู้ขาย) ด้านการตลาดและผลกระทบโดยรวมตั้งแต่การคิดการผลิต จำหน่าย การใช้และเสื่อมสลายในท้ายที่สุด แม้จะมีการแยกย่อยเฉพาะเจาะจง เพิ่มความสำคัญในศาสตร์ใดแขนงหนึ่งเป็นแนวคิดหลัก จนเกิดเป็นทฤษฎีและแนวคิดเฉพาะทางขึ้นซึ่งมีความหลากหลาย แต่ความเรียบง่ายและวัตถุประสงค์หลักของการยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ยังคงเป็นสิ่งพื้นฐานที่สุดที่จะถูกนำมากล่าวและนำไปปรับใช้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ Keawpan et al. (2020) กล่าวว่าการออกแบบที่ดีย่อมส่งผลถึงผลิตภัณฑ์ที่ดี โดยที่นักออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการโดยใช้เกณฑ์เพื่อกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดีว่าควรมีองค์ประกอบอย่างไร จึงพิจารณาแล้วใช้ความคิดสร้างสรรค์ หากระบวนการหรือวิธีเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมตามหลักการออกแบบ

3. การประเมินความเป็นอัตลักษณ์และความพึงพอใจ เกี่ยวกับลวดลายและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกย่านเมืองเก่าสงขลา การประเมินความเป็นอัตลักษณ์และความพึงพอใจ เป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า จากกลุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจำนวน 30 คน พบว่า ลวดลายมีระดับการประเมินความเป็นอัตลักษณ์การออกแบบลวดลายผ้า ในภาพรวมตรงตามเป้าหมายมีค่าเฉลี่ย 4.19 โดยลวดลายที่ออกแบบมีความเหมาะสม โดดเด่น และน่าสนใจ มีความละเอียดคมชัดสม่ำเสมอ มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งสอดคล้องกับ Pichayasoonthorn (2013) กล่าวว่าการออกแบบลวดลายเป็นศิลปประยุกต์แขนงหนึ่งที่สร้างสรรค์องค์ประกอบทางศิลปะให้ปรากฏเป็นรูปแบบในลักษณะลวดลาย เพื่อเสริมแต่งโครงสร้างสิ่งต่าง ๆ ให้มีคุณค่ายิ่งขึ้นกว่าเดิมที่มีอยู่ และการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพบว่า มีระดับพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในภาพรวม พึงพอใจมากที่สุด เป็นลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.53 คือเสื้อผ้า รองลงมาคือ หมวก และกระเป๋า ตามลำดับ แต่ทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์มีช่วงของค่าเฉลี่ยเลขคณิตใกล้เคียงกัน โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผู้วิจัยจึงวางแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าว่าต้องมีความงามควบคู่กับสอดแทรกเนื้อหาในเรื่องราวสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าคือ การเป็นของที่ระลึกตัวแทนสงขลา เพื่อมีส่วนช่วยในการปลูกฝังจิตสำนึกเรื่อง การเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมไทย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสืบสานวัฒนธรรมไทยให้ยั่งยืน แต่ในขณะเดียวกันก็มีความทันสมัย มีการใช้งานตอบรับกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ทั้งยังต้องตอบรับกับกรรมวิธีการผลิตสมัยใหม่ สามารถผลิตได้ในท้องถิ่น ตลอดจนเป็นงานวิจัยต้นแบบในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อจำหน่ายในร้านค้าอื่น ๆ หรือผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีความสนใจ

สรุปผลการศึกษา

สถาปัตยกรรมตึกแถวในชุมชนเมืองเก่าสงขลา มีความงดงามทางด้านรูปลักษณ์เฉพาะตัวและมีความหลากหลายของการผสมผสานในตัวตึกแถวเอง และหลากหลายรูปแบบในภาพรวม เกิดเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างจากตึกแถวในย่านอื่น โดยมีความโดดเด่นและมีมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าทั้งทางด้านประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชน ลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าคือ อาคารบ้านเรือนแบบสไตล์ชิโนยูโรเปียน ห้องแถวเก๋งจีน (จีน–ตะวันตก) สถาปัตยกรรมแบบผสมจีน–ยุโรป และมีจังหวะความสูงอาคารที่ต่างระดับกัน มีช่องว่างระหว่างอาคารในระดับลึกและในระดับตื้นอย่างน่าสนใจ ผู้วิจัยนำองค์ประกอบเหล่านี้มาผสมผสานในการสร้างสรรค์ลวดลายบนผืนผ้าและเลือกสีที่เหมาะสมในการสร้างอัตลักษณ์ที่โดนเด่น มีความกลมกลืนอันเป็นลักษณะงดงามเฉพาะถิ่น

จากอัตลักษณ์ดังกล่าวนำมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจและเป็นที่ต้องการของตลาดการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ของความทรงจำที่ตอบสนองการตลาดอย่างสร้างสรรค์ที่คำนึงถึงมรดกทางวัฒนธรรมทั้งในด้านของรูปแบบและความเป็นสัญลักษณ์ดั้งเดิมที่เป็นลักษณะเฉพาะถิ่น เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนี้ให้กับชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดสงขลาเพื่อยกระดับการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจต่อไป

ข้อเสนอแนะและการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยเรื่องจากสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาสู่การเล่าเรื่องบนผืนผ้า กระบวนการบูรณาการความรู้ด้านการออกแบบและการเล่าเรื่องสู่การสร้างคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม สามารถสรุปได้ว่าการออกแบบลวดลาย ควรมีการออกแบบให้มีขนาดต่างกัน จังหวะ ระยะห่างของลวดลายควรมีการเว้นระยะห่าง เพื่อไม่ให้ลวดลายดูแน่นจนเกินไป จะได้เหมาะสมกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการผลิตต้นแบบ บางครั้งก็ทำให้ได้ผลในทางที่สร้างสรรค์เช่น การคุมโทนสีโดยภาพรวมกลายเป็นเทคนิควิธีการใช้สีที่น่าสนใจจึงควรนำไปศึกษาและพัฒนาต่อไปเพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

References

Inkong, P. (2019). **Cultural Product Design Concept Style Analysis.** Unlimited Printing.

Keawpan, T., Itsaranuwat, S. & Plangnok, J. (2020). Principles and Concepts in Product Design. *Journal of Humanities and Social Sciences Surin Rajabhat University*, 22(2), 161–182.

Lertcharnrit, T. (2011). **The Creative Cultural Resource Management.** Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organisation).

National Institute of Thai Wisdom and Education (NITWE). (1999). **Concepts and Case Studies of Guidelines for Promoting Wisdom in Foreign Countries.** T.P. Print Company Limited.

Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning (ONEP). (2021). **Old Community.** Bangkok.

Phanadamrong, E. (2016). Storytelling. *Siriraj Medical Bulletin*, 9(3), 194–196.

Pichayasoonthorn, P. (2013). **Foundation of Design.** Chulalongkorn University,

Rattana, E. (2019). **Thailand Cultural Heritage of Movies Registered as National Films Heritage.** Thammasat University.

Sariya, P. (2006). **Decorative Design.** Odean Store.

Sopakanee, B. (2020). **Development of Souvenir–Jewelry Product From Cultural Capital By Conjoint Analysis Technique.** Srinakharinwirot University.

Srimarat, T. (2015). **Cultural Identity and Commodification: A Case Study of Ping Nakara Boutique Hotel and Spa, Chiang Mai.** Chiang Mai University.

Sriton, A. & Tularuk, U. (2021). **Sacred Water and Cultural Communication of Phu Wiang Mountain Community,Wiang Kao, Khon Kaen.** The 22nd National Graduate Research Conference, Khon Kaen University.

Tantiset, K. (2014). The Commodification of the Candle Festival of Ubonratchathani. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 3(1), 137–150.

Thanapornpun, R. (2006). **Investigate Arts, Reinforce Sciences, Create Creations.** Mr.Copy.