การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Integration of innovative technology, product design, linking Thai Song Dam culture to promote creative tourism

ยุวดี พรธาราพงศ์
อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

กันยายน ปี พ.ศ. 2567
งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567
จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Integration of innovative technology, product design, linking Thai Song Dam culture to promote creative tourism

ยุวดี พรธาราพงศ์

อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

กันยายน ปี พ.ศ. 2567

งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ชื่อเรื่อง : **การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

ผู้วิจัย : **ยุวดี พรธาราพงศ์, อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล**

พ.ศ. : **2567**

บทคัดย่อ

การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เก็บรวบรวม

ข้อมูลจากการสำรวจ สัมภาษณ์กลุ่มชุมชนไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน จังหวัดราชบุรี เพื่อเก็บข้อมูลด้านการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพื่อสร้างช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนไทยทรงดำ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ (1) ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมไทยทรงดำ จำนวน 15 ท่าน (2) กลุ่มนักท่องเที่ยวคือกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน สุ่มแบบเจาะจงสถานที่ ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน จ.ราชบุรี

ผลการศึกษาได้ทำการศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า การออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ คือ 1. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความหมายแฝงไว้ด้วยอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ เป็นรูปแบบตุ๊กตาของที่ระลึก 2. ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำผสมผสานด้วยผ้าปักไทยทรงดำ เป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์หมอนอิง และ 3. ผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ แรงบันดาลใจจากเอกลักษณ์บ้านไทยทรงดำผสมสานลายผ้าปัก รูปแบบที่แขวนตกแต่งผนัง ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยทรงดำ คือ รูปแบบที่ 1 ตุ๊กตาของที่ระลึกแสดงอัตลักษณ์การแต่งกายวัฒนธรรมไทยทรงดำ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และชุมชนไทยทรงดำได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปผลิตเพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับชุมชน

จากผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของกลุ่มไทยทรงดำ ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น การออกแบบผลิตภัณฑ์เน้นไปที่การสร้างสรรค์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถรักษาและเผยแพร่วัฒนธรรมของไทยทรงดำให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

Title : **Integration of innovative technology, product design, linking Thai Song Dam culture to promote creative tourism**

Researcher : **Yuvadee Phontharaphong, Arnut Siripithakul**

Year : **2024**

Abstract

The integration of technological innovation in product design linked to Thai Song Dam culture aims to promote creative tourism through two primary objectives: (1) to design innovative products that reflect Thai Song Dam cultural identity to enhance creative tourism, and (2) to transfer product design innovation technology to local communities to support cultural tourism. This study employed a mixed-methods research design, incorporating both qualitative and quantitative approaches. Data were collected through surveys and interviews with members of the Thai Song Dam community in Ban Hua Khao Chin, Ratchaburi Province, focusing on product design that enhances tourism and creates income opportunities for the community.

The key informants consisted of (1) 15 cultural experts in Thai Song Dam traditions and (2) 50 purposively sampled tourists at the Thai Song Dam Cultural Center in Ban Hua Khao Chin. The study synthesized conceptual frameworks for integrating technology and innovation into culturally based product design. Findings revealed that design-driven products can promote tourism by embedding unique cultural identities. The product innovations were categorized into three types: (1) culturally symbolic souvenir dolls reflecting Thai Song Dam attire, (2) creative woven textiles combining Thai Song Dam weaving and embroidery crafted into decorative cushions, and (3) cultural basketry inspired by traditional Thai Song Dam houses and embroidery patterns, designed as wall hangings. Among these, the most highly rated and selected product for cultural tourism promotion was the souvenir doll representing traditional Thai Song Dam dress, with the highest satisfaction mean score of 4.71. Furthermore, the community received technology transfer and applied the acquired knowledge for production and income generation.

In conclusion, the product designs that reflect the distinctive culture of the Thai Song Dam people can effectively attract tourists and promote cultural tourism. These creative souvenirs help preserve and disseminate Thai Song Dam culture to a broader audience.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนการวิจัย งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund) ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2567 จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ขอขอบคุณคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้การสนับสนุนในการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่สละเวลาการให้สัมภาษณ์ เพื่อหาแนวทางในการทำวิจัย และขอขอบคุณผู้ที่ให้ความร่วมมือและให้ความอนุเคราะห์ทุกท่าน ขอขอบคุณผู้ร่วมวิจัยทุกท่านที่ช่วยกันทำงานจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่าโครงการวิจัย เรื่อง การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเกิดประโยชน์ต่อกลุ่มชุมชนในการผลิตผลิตภัณฑ์ มีการต่อยอดการผลิตจริงสำหรับการจำหน่ายสินค้าในเชิงพาณิชย์ได้อย่างดี อนึ่งถ้าหากว่าการวิจัยในครั้งนี้ มีข้อบกพร่องตกหล่นประการใด ผู้วิจัยใคร่ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อ่านและผู้สนใจนี้ต่อไป

ยุวดี พรธาราพงศ์และคณะ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....ข
กิตติกรรมประกาศ.....ค
สารบัญ.....ง
สารบัญภาพ.....ฉ
บทที่1 บทนำ.....1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 10
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....10
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....10
1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย.....11
1.5 สมมติฐานงานวิจัย.....12
1.6 กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....13
1.7 คำสำคัญของการวิจัย.....14
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....14
1.9 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....14
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....15
2.1 ข้อมูลทางวัฒนธรรมไทยทรงดำ.....15
2.1.1 วัฒนธรรมไทยทรงดำ.....15
2.1.2 อัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน.....19
2.1.3 ภูมิปัญญาท้องถิ่นและมรดกทางวัฒนธรรท้องถิ่น.....22
2.1.4 วัฒนธรรมการทอผ้าไทยทรงดำ.....23
2.1.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....28
2.2 ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....33
2.2.1 พื้นที่ทางวัฒนรรม กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้.....33
2.2.2 รูปแบบ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....41
2.2.3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....46
2.2.4 ผลิตภัณฑ์ OTOP ของชุมชน.....47
2.3 ข้อมูลเทคโนโลยีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ แนวทางสร้างสรรค์.....48
2.3.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม.....49
2.3.2 ศิลปะและความงามในการออกแบบผลิตภัณฑ์.....50

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.3.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่....51
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย....55
3.1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น....55
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย....55
3.3 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง....51
3.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูล....57
บทที่ 4 ผลการศึกษา....59
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น....59
4.2 ผลการวิเคราะห์และพัฒนาการออกแบบต้นแบบงานผลิตภัณฑ์....65
4.3 ผลการประเมินระดับความพึงพอใจการออกแบบผลิตภัณฑ์....80
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ....87
5.1 สรุปผลการศึกษา....87
5.2 อภิปรายผล....89
5.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัย....90
บรรณานุกรม....91
ภาคผนวก ก การลงพื้นที่เก็บข้อมูล....93
ภาคผนวก ข ประวัตินักวิจัย....113

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 แผนที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว บ้านหัวเขาจีน.....9
ภาพที่ 2 กรอบแนวคิด.....13
ภาพที่ 3 หมู่บ้านหัวเขาจีน.....20
ภาพที่ 4 แผนที่ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน 20
ภาพที่ 5 การทอผ้าชาวไทยทรงดำ 26
ภาพที่ 6 แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 34
ภาพที่ 7 การฟ้อนรำไทยทรงดำของชาวไทยทรงดำ 37
ภาพที่ 8 าหารพื้นถิ่น 37
ภาพที่ 9 แผนที่ท่องเที่ยวศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน 39
ภาพที่ 10 เส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยว ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีน.....40
ภาพที่ 11 กิจกรรมที่ 1 เล่าขานตำนานกิจกรรมที่ 2 เบี้ยแก่นแตง กิจกรรมที่ 2 เบี้ยแก่นแตง.....42
ภาพที่ 12 กิจกรรมที่ 3 พวงกุญแจหน้าหมอน กิจกรรมที่ 4 ยางรัดผมจากผ้าขาวม้า 42
ภาพที่ 13 กิจกรรมที่ 5 วีฮังผึ้ง(พัดใบตาล) กิจกรรมที่ 6 ตุ๊กตาสีผึ้งไทยทรงดำ 43
ภาพที่ 14 กิจกรรมที่ 7 เครื่องดื่มสมุนไพรจากน้ำผึ้งชันโรง กิจกรรมที่ 8 แจ่วเอือนด้าน 43
ภาพที่ 15 กิจกรรมที่ 9 พริกแกงเผ็ด ไทยดำรำพัน กิจกรรมที่ 10 ขนมควายลุย 44
ภาพที่ 16 งานสืบสานอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ 45
ภาพที่ 17 การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านหัวเขาจีน 60
ภาพที่ 18 ด้านหน้าศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ 60
ภาพที่ 19 สิ่งแวดล้อมรอบๆ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ 61
ภาพที่ 20 การฟ้อนรำไทยทรงดำ 63
ภาพที่ 21 ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือ 64
ภาพที่ 22 พื้นที่ขายผลิตภัณฑ์ของไทยทรงดำ 64
ภาพที่ 23 การถ่ายทอดเทคโนโลยี 86
ภาพที่ 24 การถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 86

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจนทำให้เกิดการเชื่อมต่อมาสู่แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายหลังที่มีการดำเนินการ ส่งเสริมนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ตามโครงการการพัฒนาสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และมีพัฒนามาสู่การส่งเสริมการนำวิถีภูมิปัญญามาผสานการพัฒนาการ ท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังคงมีความจำเป็นต่อการพัฒนาการ ท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่มีภาวะของการแข่งขันการของประเทศต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่ออาศัย หลักการและ แนวทางของการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์มาต่อยอด เพิ่มค่า และหาความต่างมานำเสนอต่อนักท่องเที่ยว และกระแสของตลาดการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดในยุค 4.0 หรือโลกเทคโนโลยีใน ปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากยุคปัจจุบันกระแสของการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) เข้ามามีบทบาทอย่างเห็นได้ชัด

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมการมี ส่วนร่วม และจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะ ของจุดหมายปลายทางของวันหยุดของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังหมายถึงการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์ กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของ สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรง ร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมและมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของ สถานที่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรม ที่เน้นรายได้ของชุมชนแต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน(ณัฏฐินี ทองดีและคณะ, 2560)

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง สร้างกระแส การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของสิ่งสำคัญ 3 ประการ คือ การต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ประกอบด้วยทุนทางสังคม วัฒนธรรม และมีการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เน้นการมีส่วนร่วมและประสบการณ์จริงด้วยการเรียนรู้ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมและ มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน การสร้างความแตกต่างในการท่องเที่ยวโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ มีการสร้างสรรค์ ผลงานตลอดจนพัฒนาให้เกิดความแปลกใหม่ในการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว

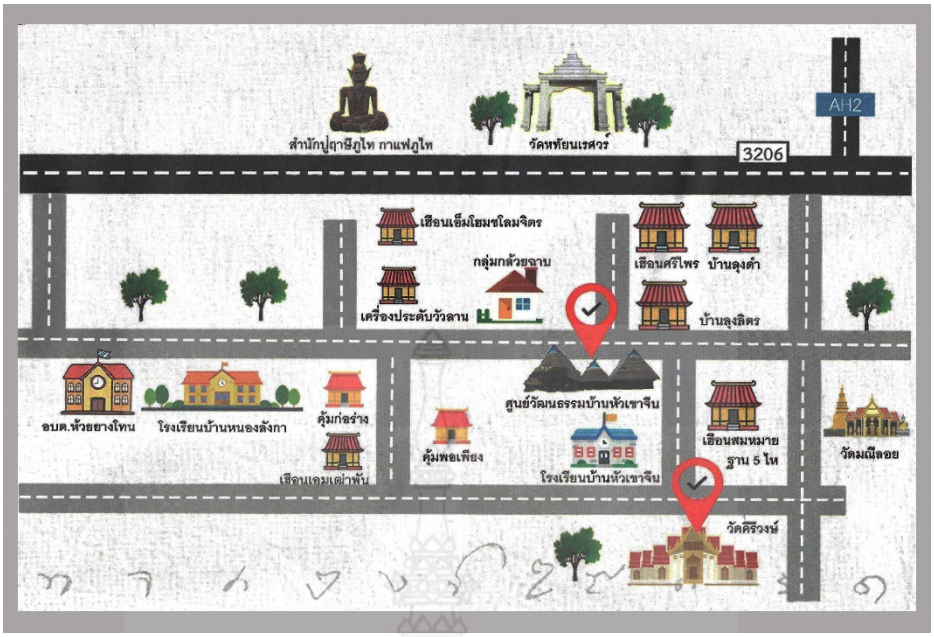
วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิต ถือว่าเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญยิ่งของชุมชนท้องถิ่นและสังคมไทย ที่ได้แสดงออกในรูปแบบและวิธีการต่างๆทั้งในรูปแบบของธรรมเนียมประเพณี ภูมิปัญญา เครื่องมือเครื่องใช้ใน

การดำเนินชีวิต ความเชื่อ แหล่งวัฒนธรรม ศิลปวัตถุ โบราณสถานสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ของคนในท้องถิ่น มีลักษณะเฉพาะท้องถิ่น เฉพาะพื้นที่ เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการเลือกสรร เรียนรู้ ปรับปรุง และสืบทอดกันมจนเกิดทักษะความชำนาญ การนำวิธีการจัดการความรู้มาใช้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น มีความเกี่ยวข้องกับการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคล มารวบรวมเก็บอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในชุมชนสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ มีความเชี่ยวชาญ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนมีความสามารถในการประกอบอาชีพ มีวัฒนธรรมที่ดีงามสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น(วรารัตน์ วัฒนชโนบและคณะ, 2558)

วัฒนธรรมไทยทรงดำ เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีถิ่นฐานดั้งเดิมอยู่ในเมืองแถนหรือเดียนเบียนฟู ซึ่งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำทางตอนเหนือของประเทศเวียดนามแต่ได้ถูกกวาดต้อนเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี ปีพุทธศักราช 2322 จนถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดเกล้าให้ไทยทรงดำตั้งถิ่นฐานอยู่ที่อำเภอเขาย้อยจังหวัดเพชรบุรีบ้านหัวเขาจีนเป็นถิ่นอาศัยของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำที่ยังอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมไทยทรงดำโดยศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำจึงเรียนรู้ว่าบริเวณทะเลมีพ่อค้าชาวจีนสำเภาเข้ามาค้าขายเกิดอุบัติเหตุเรือแตก หัวเรือเข้ามาติดภูเขา จึงเรียกว่า หัวเขาจีน และกลายเป็นชื่อหมู่บ้าน

บ้านหัวเขาจีน เป็นถิ่นอาศัยของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำที่ยังอนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรมไทยทรงดำ โดยมีศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำเป็นจุดเรียนรู้ เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมสำหรับจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทางด้านศิลปวัฒนธรรม เป็นแหล่งรวมประวัติศาสตร์ชุมชนภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรม การดำรงชีวิตของคนในชุมชนมีลักษณะที่เรียบง่าย มีความเป็นอยู่แบบพอเพียง มีความรักให้กัน มีความร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในชุมชน และภายนอก มีการประสานร่วมมือของคนในชุมชนในการร่วมทำงานต่างๆ การพึ่งตนเองทางด้านวัฒนธรรม ชาวไทยทรงดำมีขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมที่เกื้อกูลต่อการดำรงชีวิตและการร่วมกันในชุมชน มีการอนุรักษ์และสืบสานขนบธรรมเนียมประเพณี พิธีกรรม มีศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีน วิถีไทยทรงดำ การร่วมมือกันของคนในชุมชนถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการพัฒนาชุมชน

ภูมิปัญญาชาวไทยทรงดำพื้นฐานการทอผ้าที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษที่ทอผ้าใช้ในครัวเรือนที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของชนเผ่ามีการสืบทอดภูมิปัญญาสู่ชนรุ่นหลังจึงเกิดพัฒนาการการทอผ้าที่เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์และความต้องการผู้ที่สนใจ



ภาพที่ 1 แผนที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว บ้านหัวเขาจีน

ชุมชนท่องเที่ยวบ้านหัวเขาจีน ตำบลห้วยยางโทน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี เป็นชุมชนที่อยู่อาศัยของชนชาติพันธุ์หนึ่งเรียกว่า “ไทยทรงดำ”(ลาวโซ่ง)ได้อพยพย้ายถิ่นฐานมาจากดินแดงที่ห่างไกล โดยเป็นหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวบ้านหัวเขาจีน เป็นกลุ่มชุมชนที่พึ่งตนเอง โดยมีศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชนเป็นการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมสู่บุคคลภายนอก เป็นแหล่งรวบรวมอัตลักษณ์ วัฒนธรรมชุมชนไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนไทยทรงดำ จะเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญยิ่งของชุมชนท้องถิ่นและสังคมไทยที่ได้แสดงออกในรูปแบบและวิธีการต่างๆทั้งในรูปของธรรมเนียมประเพณีภูมิปัญญาเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำมาหากินความเชื่อแหล่งวัฒนธรรมศิลปะวัตถุโบราณสถานสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรมและได้มีการถ่ายทอดและสื่อสารกันมาโดยตลอด

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของการนำวัฒนธรรมไทยทรงดำมาเผยแพร่สู่สาธารณชนโดยการใช้องค์ความรู้เทคโนโลยีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นตัวเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนไทยทรงดำมีรากฐานทางวัฒนธรรมที่ดีงาม พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความหลากหลายในอัตลักษณ์ไทยทรงดำ การนำคุณค่า การใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรม ที่เน้นในเรื่องราวของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวก่อนเข้าไปเรียนรู้ในศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ และสร้างกิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ เพื่อให้ชุมชนไทยทรงดำได้ประโยชน์จากองค์ความรู้ที่ได้รับนำไปพัฒนาต่อยอดไว้ใน**ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความหมายแฝงไว้ด้วยอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ** ให้เกิดความทรงจำในการมาท่องเที่ยว ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำและ**ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากผ้าทอไทยทรงดำ** เพื่อให้ชุมชนมีการผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองที่มีความแปลกใหม่เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน

และ**ออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากชุมชน**หมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว บ้านหัวเขาจีน นำมาพัฒนาประยุกต์ใช้ให้มีความสวยงาม น่าใช้ที่สามารถจัดจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวโดยเมื่อได้เข้ามาศึกษาวัฒนธรรมไทยทรงดำและสร้างกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับ นักท่องเที่ยว นักศึกษา เยาวชน มีกิจกรรมลงมือปฏิบัติจริง สามารถเรียนรู้ วัฒนธรรมไทยทรงดำผ่านกระบวนการทางศิลปะและการออกแบบ เพื่อสร้างแนวทางในการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ด้านการพัฒนาเพื่อให้เกิดความหลากหลาย สร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.2.2 เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้แบ่งแนวทางในการศึกษาได้ 3 ขอบเขต คือ

ขอบเขตของเนื้อหา มีดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลทางวัฒนธรรมไทยทรง

- วัฒนธรรมไทยทรงดำ
- อัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน
- ภูมิปัญญาท้องถิ่นและมรดกทางวัฒนธรรท้องถิ่น
- กระบวนการทอผ้าไทยทรงดำ
- ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- พื้นที่ทางวัฒนรรม กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้
- รูปแบบ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- ผลิตภัณฑ์ OTOP ของชุมชน

3. ศึกษาเทคโนโลยีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ แนวทางสร้างสรรค์

- ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม
- ศึกษาศิลปะและความงามในการออกแบบผลิตภัณฑ์
- ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

<u>ขอบเขตของบูรณาการเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์</u> มีดังนี้

เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยทำการออกแบบแนวสร้างสรรค์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ ความงามตามหลักสุนทรียศาสตร์ และเรื่องของการใช้งานหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย แสดงรูปทรงในเรื่องคุณค่าเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาวัฒนธรรมไทยทรงดำ

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัฒนธรรมไทยทรงดำ
2. การออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำ
3. การออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ

ขอบเขตของพื้นที่ มีดังนี้

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาซึ่งเป็นแหล่งข้อมูล และพื้นที่ในการทำวิจัยดังนี้

- **ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน**
  ที่อยู่ 120 หมู่ 1 ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ ต.ห้วยยางโทน อ.ปากท่อ จ.ราชบุรี 70140
- **หมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวบ้านหัวเขาจีน**
  หมู่ 1 ต.ห้วยยางโทน อ.ปากท่อ จ.ราชบุรี 70140

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ **ระเบียบวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research)** ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานวิธีรวบรวมข้อมูลหลายๆรูปแบบ ซึ่งอาจผสมผสานโดยให้น้ำหนักความสำคัญกับการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ชุมชนไทยทรงดำที่ประกอบอาชีพทอผ้า ชุมชนจักสานบ้านหัวเขาจีน แล้วดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมไทยทรงดำ ส่งเสริมอาชีพชุมชน มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

<u>ขั้นตอนที่</u> 1 ศึกษาข้อมูลขั้นพื้นฐาน ปัญหาและความต้องการของกลุ่ม รวมทั้งศึกษาทฤษฎีต่างๆ ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและศึกษา ด้วยวิธีการ สัมภาษณ์ สำรวจ สังเกตการณ์

โดยใช้เครื่องมือในการทำวิจัยในขั้นตอนที่ 1 ดังนี้

1.1 แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต ข้อมูลทางวัฒนธรรมไทยทรงดำ

1.2 แบบสอบถาม เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในการขายของชุมชนไทยทรงดำ

สำรวจข้อมูลภาคสนาม เกี่ยวกับข้อมูลและการลงพื้นที่จัดประชุมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมวางแผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยอาศัยแนวทางและขั้นตอนบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ขั้นตอนที่ 2 ทำการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมไทยทรงดำ ที่มีแนวคิด ความงาม หลักการทำงานเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ที่จะเป็นแนวคิดในการออกแบบ จากนั้นเมื่อได้ข้อมูลในด้านหลักการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำการวิเคราะห์มาแล้วจึงทำการออกแบบและทำการประเมินแบบร่างแนวคิดเบื้องต้นหลักการทำงานของผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 3 ทดลองการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรทไทยทรงดำเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชนไทยทรงดำ เป็นการทดลองผลิตภัณฑ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์

โดยใช้เครื่องมือในการทำวิจัย ดังนี้

- แบบทดสอบการใช้งาน เพื่อประเมินคุณภาพและเก็บรวบรวมข้อมูล**การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**ที่ทำการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 4 ถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน เพื่อให้ชุมชนสามารถรับเทคโนโลยีต่อยอดในการผลิตวัตกรรมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ เพื่อวางจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

ขั้นตอนที่ 5 ประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งาน เป็นการนำเสนอผลงาน เพื่อเผยแพร่ และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบความพึงพอใจ

โดยใช้เครื่องมือในการทำวิจัย ดังนี้

- แบบประเมินความพึงพอใจ เพื่อประเมินคุณภาพของผลงานต่อผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน

ขั้นตอนที่ 6 วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลงานวิจัย

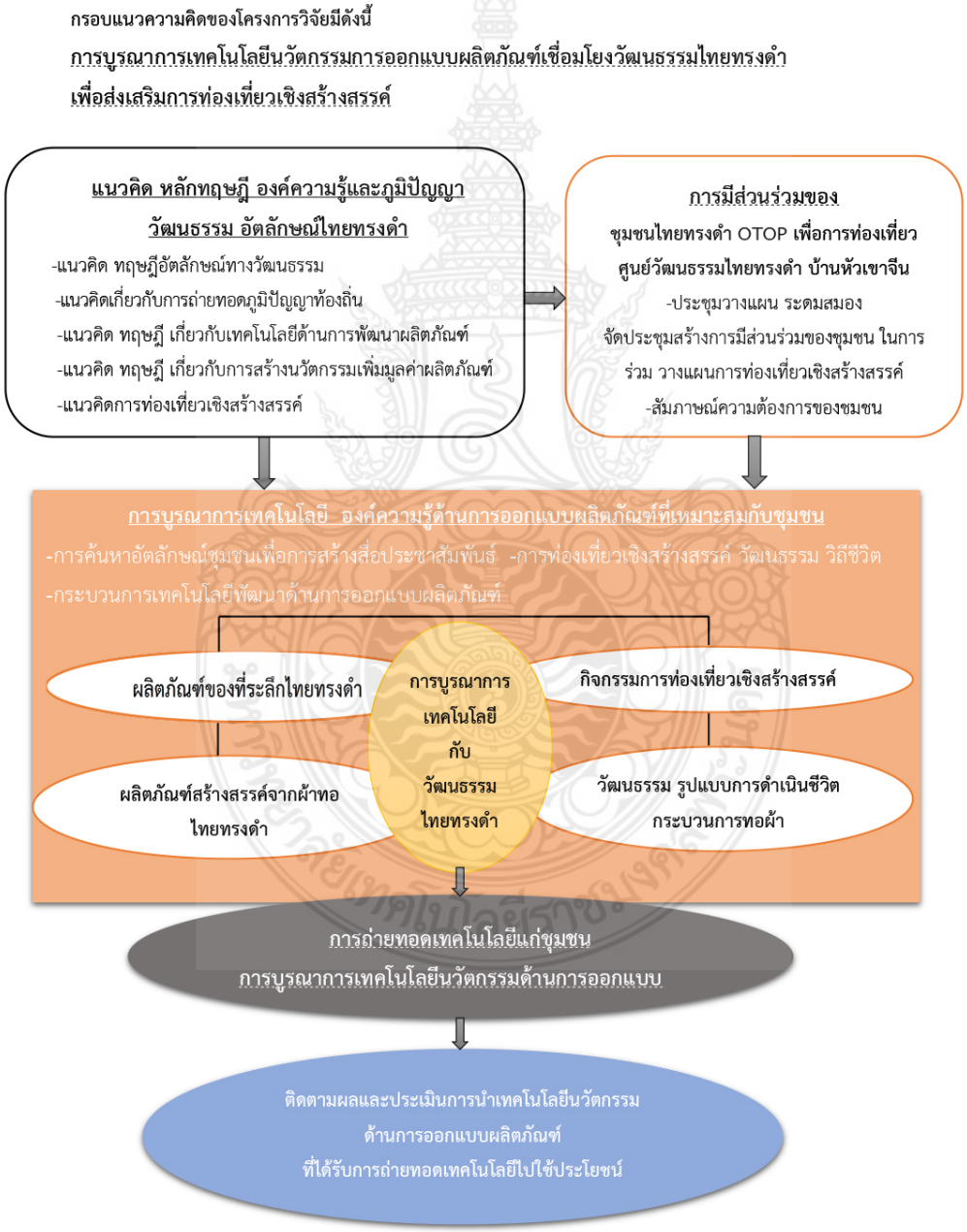
ขั้นตอนที่ 7 เผยแพร่ผลงานวิจัยการบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบเผยแพร่ทางวารสาร นำเสนอผลงานในรูปแบบแสดงนิทรรศการ และนำการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยทรงดำจดสิทธิบัตรด้านการออกแบบเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ให้แก่ชุมชน

1.5 สมมติฐานงานวิจัย

การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ของกลุ่มเป้าหมาย ค้นหาสภาพปัญหา จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งความสอดคล้องกับ**การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรม**

ไทยทรงดำ การส่งเสริมภูมิปัญญาดั้งเดิมสู่นวัตกรรมจำเป็นต้องใช้ความรู้ความเข้าใจด้านวิถีชีวิต หรือด้านศิลปวัฒนธรรมอย่างถ่องแท้ มาผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ด้านเทคโนโลยีเพื่อต่อยอดให้เกิดสิ่งใหม่ในสังคมควบคู่กับรักษาเอกลักษณ์อย่างยั่งยืน และพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมที่ต้องบูรณาการร่วมกัน เพื่อส่งเสริมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งเน้นการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมกับกิจกรรม การท่องเที่ยวของชุมชนและ ส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวการขายยกระดับรายได้ให้กับชุมชน และการสร้างแหล่งการเรียนรู้ตามแนววัตวิถี

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิด

1.7 คำสำคัญของการวิจัย

การบูรณาการเทคโนโลยี	**Technology Integration**
นวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์	**Innovative Product Design**
วัฒนธรรมไทยทรงดำ	**Thai Song Dam culture**
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	**Creative Tourism**

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้องค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. ชุมชนได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. เกิดการสร้างงาน พัฒนารายได้เข้ากับชุมชน สร้างโอกาสทางการตลาดในการผลิต จัดจำหน่าย สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ

อัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ หมายถึง การดำเนินชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของกลุ่มชาติพันธ์ไทยทรงดำ ได้แก่ ประเพณี ความเชื่อ พิธีกรรม การแต่งกาย ทรงผม

กลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ หมายถึง บุคคลที่มีเชื้อชาติมาจากบรรพบุรุษ ไทยทรงดำ มีการยึดถือปฏิบัติตามประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ ที่สืบทอดกันมา

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้างานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัย เรื่อง การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

2.1. ศึกษาข้อมูลทางวัฒนธรรมไทยทรงดำ

2.1.1 วัฒนธรรมไทยทรงดำ

2.1.2 อัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน

2.1.3 ภูมิปัญญาท้องถิ่นและมรดกทางวัฒนธรรท้องถิ่น

2.1.4 วัฒนธรรมการทอผ้า ไทยทรงดำ

2.1.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.2.1 พื้นที่ทางวัฒนรรม กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้

2.2.2 รูปแบบ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.2.3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.2.4 ผลิตภัณฑ์ OTOP ของชุมชน

2.3 ศึกษาเทคโนโลยีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ แนวทางสร้างสรรค์

2.3.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

2.3.2 ศิลปะและความงามในการออกแบบผลิตภัณฑ์

2.3.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

2.1 ข้อมูลทางวัฒนธรรมไทยทรงดำ

2.1.1 วัฒนธรรมไทยทรงดำ

วัฒนธรรมไทยทรงดำ หรือ วัฒนธรรมไทยโซ่ง เป็นวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ไทยทรงดำ (โซ่ง, ลาวโซ่ง, ไทดำ) ซึ่งเป็นชนเผ่าที่มีถิ่นฐานเดิมอยู่ในแคว้นสิบสองจุไทย (ปัจจุบันอยู่ในประเทศเวียดนามและลาว) ต่อมาได้อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรีและรัตนโกสินทร์ตอนต้น ปัจจุบันพบชุมชนไทยทรงดำในหลายจังหวัดของภาคกลางและภาคเหนือของไทย เช่น เพชรบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม ราชบุรี และพิษณุโลก เป็นต้น

ความเป็นมาของชาวไทยทรงดำ

ไทยทรงดำ มีชื่อที่เรียกขานแตกต่างกันออกไป เช่น ลาวโซ่ง ลาวซ่ง ลาวทรงดำ ไทยโซ่ง ไทยดำ ไทยซ่งดำ ไตดำ ไตซงดำ ผู้ไทยดำ ไทยทรงดำ เป็นกลุ่มชนกลุ่มน้อยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ที่เคยตั้งถิ่นฐานที่เวียดนามโดยอาศัยอยู่ตาม แม่น้ำแดงและแม่น้ำดำในเวียดนามเหนือและได้อพยพ

ย้ายถิ่นฐานมาประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2423 มีถิ่นฐานดั้งเดิมอยู่บริเวณภาคเหนือของประเทศเวียดนาม เคลื่อนย้ายเข้ามาสู่ประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2322 ร่วมกับบรรดาชาวลาวกลุ่มต่างๆ ตั้งถิ่นฐานครั้งแรกที่จังหวัดเพชรบุรี หลังจากนั้นจึงขยายออกไป ซึ่งวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวโซ่งค่อนข้างเข้มแข็ง ยังคงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

เมื่อชาวไทยกลุ่มนี้อพยพเข้ามาในประเทศไทยก็เรียกว่า“ลาวโซ่ง” หรือ “ไทยทรงดำ” (สมทรง บุรุษพัฒน์, 2540) ซึ่งเห็นชัดเจนในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้เรียกว่า “ไทย” นำหน้าชื่อกลุ่มชนหรือกลุ่มภาษา เพื่อการเน้นถึงความเป็นชาติและความเป็นไทยจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์และข้อมูลทางภาษาศาสตร์ มีความเห็นพ้องกันว่าควรพิจารณาคำนำหน้าชื่อภาษาไทยถิ่นต่างเหล่านี้ใหม่ ตามกลุ่มภาษาที่แท้จริง คือ กลุ่มภาษาลาวก็ควรใช้คำนำหน้าชื่อว่า “ลาว”ได้แก่ ลาวใต้ ลาวเวียง และลาวครั่ง กลุ่มภาษาไทยก็ควรใช้คำนำหน้าว่า “ไทย” ได้แก่ ภาษาไทดำ และไทยวน (วิภาวรรณ อยู่เย็น, 2528)

คนไทยที่รู้จักกันในนาม “ไทดำ” หรือ “ลาวโซ่ง” ในปัจจุบันมีกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำจำนวนกว่า 90 ล้านคนที่อาศัย อยู่ในดินแดนของชาติอื่น ซึ่งจำแนกได้ถึง 80 กลุ่ม ชาติพันธุ์ไทดำพบได้ใน 4 ประเทศ ได้แก่ จีน ลาว ไทย และ เวียดนามตะวันออกเฉียงเหนือ พวกเขาเชื่อว่าบรรพบุรุษของพวกเขาเกิดขึ้นในภูมิภาคสิบสองจุไทซึ่งเป็นบ้านเกิดของชาวไทดำในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และอพยพไปยังประเทศอื่นๆ เนื่องจากเกิดความขัดแย้ง หรือย้ายถิ่นฐาน ไปยังดินแดนที่อุดมสมบูรณ์มากขึ้น ท่ามกลางการอนุรักษ์แบบดั่งเดิมของชาวไทดำปัจจุบัน กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยต้องการให้เรียกว่าพวกเขาว่า “ไทดำ” มากกว่า “ลาวโซ่ง” วิถีชีวิตภาษาถิ่นวัฒนธรรม และประเพณีของพวกเขาได้รับอิทธิพลบางส่วนจากศาสนาพุทธ แต่ประเพณีและความเชื่อดั่งเดิมทั้งหมดยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้ในบางประเทศมีข้อจำกัดในการแสดงออกของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของไทดำในพื้นที่สาธารณะ ทำให้ชาวไททรงดำจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ตนเอง โดยที่ชาวไททรงดำได้ยอมรับวัฒนธรรมของชาวไทยที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เคารพสิทธิประเพณี วัฒนธรรม ยอมรับและปฏิบัติตามโดยไม่สูญเสียความเป็นตัวตน เช่นเดียวกับที่สังคมชาวไทยและกลุ่มชาติพันธุ์ไททรงดำต่างยอมรับในความแตกต่างซึ่งกันและกัน ทั้งชาวไทยและชาวไทดำจึงสามารถดำรงชีวิตร่วมกันได้อย่างมีความสุข ทำให้กลุ่มชาติพันธุ์ไทยดำยังคงไว้ซึ่งความเป็นตัวตนในสังคมของความเปลี่ยนแปลงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ประวัติการอพยพของไทยทรงดำเข้ามาอยู่ในประเทศไทย

ชาวไทยทรงดำอพยพเข้าสู่ประเทศไทยอันเนื่องมาจากเหตุที่บ้านเมืองของชาวไทยทรงดำในสิบสองจุไทมีขนาดเล็กและตั้งอยู่ในบริเวณกึ่งกลางระหว่างเวียดนามกับลาว ซึ่งต่างทำสงครามกันอยู่เสมอ ชาวไทยทรงดำจึงไม่อาจหลีกเลี่ยงภัยที่เกิดจากสงครามได้ ด้วยสาเหตุนี้จึงทำให้มีการอพยพโยกย้ายถิ่นฐานไปมาระหว่างสองประเทศนี้ในลักษณะสมัครใจ และถูกกวาดต้อนแม้การอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยก็มีสาเหตุและลักษณะการโยกย้ายที่ไม่แตกต่างกันโดยเฉพาะการโยกย้ายด้วย

เหตุผลทางสงครามมีจำนวนมากที่สุด ซึ่งตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ พบว่าไทยทรงดำได้โยกย้ายถิ่นฐานเข้ามาอยู่ในประเทศไทยหลายครั้งๆที่สำคัญๆ มีอยู่ 3 ครั้ง คือ (บุญเสริม ตินตะสุวรรณ, 2545)

ครั้งที่ 1 ปี พ.ศ. 2322 ในสมัยกรุงธนบุรี พระเจ้ากรุงธนบุรี โปรดให้สมเด็จเจ้าพระยามหากษัตริย์ศึกและเจ้าพระยาสุรสีห์ยกทัพไปตีเมืองลาวและหัวเมืองขึ้นทั้งปวงไว้ในอำนาจทั้งหมดและได้กวาดต้อนครอบครัว ชาวลาวกลุ่มต่างๆ รวมทั้งชาวลาวทรงดำ (ไทยทรงดำ) บริเวณที่ราบพรวนพินท์ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของชาวลาวทรงดำเอง เพราะถิ่นฐานเดิมของลาวทรงดำอยู่ติดกับญวนจึงเกิดสงครามขึ้นบ่อยครั้ง พระเจ้ากรุงธนบุรีทรงต้องการกำลังคนเพื่อมาทดแทนพลเมืองที่เสียชีวิตเนื่องจากสงคราม เพราะใน พ.ศ. 2310 เกิดสงครามขึ้นจึงทำให้เสียรี้พลไปจำนวนมาก พลเมืองบางส่วนต้องตายเพราะขาดแคลนอาหาร เมืองต่างๆ จึงมีพลเมืองเหลืออยู่น้อยมาก สงครามชิงหัวเมืองลาวในสมัยกรุงธนบุรีก็เป็นเหตุให้ทหารที่รบเสียชีวิตอีกมากดังนั้นพระเจ้ากรุงธนบุรีจึงต้องรวบรวมผู้คนมาเพิ่มเติมทดแทนเพื่อให้มีจำนวนมากพอ แม้จะเป็นกำลังป้องกันเมืองแล้ว ยังใช้เกณฑ์ไปราชการสงครามอีกด้วย สำหรับลาวทรงดำ โปรดให้ตั้งบ้านเรือนอยู่ที่จังหวัดเพชรบุรี

ครั้งที่ 2 ปี พ.ศ. 2335 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก หลังจากไทยสามารถมีอำนาจเหนือเมือง ลาวได้ตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี เมื่อถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก พระองค์ทรงมีนโยบายให้เมืองเวียงจันทน์เป็นศูนย์กลางการควบคุมหัวเมืองลาวทั้งหลาย จึงแต่งตั้งให้เจ้านันทเสน ราชบุตรองค์โต ของเจ้าสินิบุญสาร เป็นเจ้าเมืองเวียงจันทร์ ในปี พ.ศ. 2335 เมืองพวน เมืองแถง เอาใจออกห่างจะไปขึ้นกับญวน ซึ่งอยู่ใกล้กัน เจ้านันทเสนจึงยกกองทัพไปตีได้ แล้วกวาดต้อนลาวพวน ลาวทรงดำ และส่งลาวเหล่านี้ลงมายังกรุงเทพฯ เพื่อเป็นบรรณาการ และเป็นข้อแลกเปลี่ยน โดยจะทูลขอชนชาวลาวเวียงจันทน์ที่ถูกกวาดต้อนไปจากเมืองเวียงจันทน์ ตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรีกลับคืนไปเวียงจันทน์ ปรากฏว่าพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกไม่ทรงอนุญาต จึงเป็นเหตุให้เจ้านันทเสนคิดก่อการรบ แต่แผนการล้มเหลวพระองค์จึงถูกถอดถอนออกจากเจ้าเมืองเวียงจันทน์ รัชกาลที่ 1 ทรงโปรดเกล้าให้ชาวลาวเวียงไปอยู่ที่ จังหวัดสระบุรี ลาวพวนไปอยู่ที่จังหวัดสุพรรณบุรีและไทดำมาอยู่ที่หมู่บ้านหนองเลา หรือ หนองลาว (หนองปรง) ตำบลหนองปรง อำเภอเขาย้อยจังหวัดเพชรบุรี

ครั้งที่ 3 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ยุคนี้เกิดสงครามครั้งสำคัญระหว่างไทยกับ ลาว เรียกว่า “สงครามกบฏเจ้าอนุวงศ์” (พ.ศ.2369 - 2371) โดยที่เจ้าจันทน์ใน พ.ศ. 2347 ก็ได้สืบทอดแนวความคิดนี้ต่อมา และได้เตรียมการกอบกู้เอกราชที่จะแยกลาวให้เป็นอิสระจากไทยอย่างเงียบๆจนกระทั่งเหตุการณ์ถึงขั้นวิกฤต เมื่อเจ้าอนุวงศ์ไม่ประสบความสำเร็จในการกราบทูลของชาวลาวเวียงจันทน์ที่ถูกกวาดต้อนมาครั้งแรกอยู่ที่เมืองสระบุรี ซึ่งเป็นชุมชนที่ใหญ่ที่สุดตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี เจ้าอนุวงศ์จึงดำเนินการกอบกู้เอกราช พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงส่งกองทหารขึ้นไปปราบถึง 4 กองทัพ โดยมีกรมพระราชวังบวรฯ เป็นแม่ทัพหลวง สามารถตีเวียงจันทน์และหัวเมือง

รายทางที่ขึ้นกับเวียงจันทน์รวมทั้งหัวเมืองลาวใกล้เคียงทั้งหมดลงมากรุงเทพฯ เพื่อขจัดปัญหาที่เกิดขึ้นภายหลังตัวเจ้าอนุวงศ์ได้ขนย้ายทรัพย์สินลงเรือหนีไปพึ่งเมืองญวนก่อนเสียเมืองขณะเมื่อกองทัพไทยทำศึกสงครามปราบกบฏเจ้าอนุวงศ์อยู่นั้น เมืองพวนได้ก่อปัญหาโดยไปเข้ากับฝ่ายญวน และสร้างชนวนสงครามระหว่างไทยกับญวน จึงทำให้ญวนถือโอกาสยึดหัวเมืองลาวต่างๆ ที่อยู่ใกล้เขตแดนของตน เช่น หัวพันทั้งห้าทั้งหก ประกอบด้วยเมืองเหยิม เมืองเชียงดอ เมืองซำเหนือ เมืองซำใต้เมืองไสย และเมืองชอน ซึ่งอยู่ในเขตสิบสองจุไทและเมืองพวนพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงโปรดฯให้พระธรรมาเป็นแม่ทัพคุมกองทัพไปตั้งอยู่ที่เมืองหลวงพระบางแล้วจึงแต่งตั้งให้เจ้าราชภัย ยกกองทัพไปตีเมืองพวน และให้เจ้าอุ่นแก้ว เจ้าสัญชัย และเจ้าแก่นคำ ยกองทัพขึ้นไปตีเมืองแถง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2376 จนถึงปี พ.ศ. 2378 กองทัพไทยจึงได้รับชัยชนะพร้อมทั้งได้กวาดต้อนชาวลาวพวน และลาวทรงดำ

หลังจากปราบหัวเมืองลาวต่างๆ ได้แล้วทางกรุงเทพฯ ได้มอบให้เมืองพวนอยู่ในความดูแลของเมืองหลวงพระบาง ในปี พ.ศ. 2379 เมืองหึม เมืองดอย เมืองควร มีความกระด้างกระเดื่องต่อเมืองหลวงพระบาง เจ้าอุปราช เจ้ารางวงศ์ แห่งเมืองหลวงพระบาง จึงแต่งตั้งให้ท้าวพระยาศรีมหานาม นำลาวทรงดำลงมามอบต่อกรุงเทพฯ ต่อมาในปี พ.ศ.2381 เจ้าอุปราชกับเจ้าราชวงศ์ทะเลาะวิวาทกัน เจ้าราชวงศ์ถือโอกาสคุมลาวทรงดำไปอยู่ที่ตำบลท่าแร้ง อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เพื่อเอาความดีความชอบให้แก่ตัวเอง แต่เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง ลาวทรงดำจึงอพยพเคลื่อนย้ายครอบครัวไปอยู่ที่บ้านสะพานยายหน (สะพานยี่หน) เวียงคอย และวังตะโก และอีกครั้งหนึ่งในปี พ.ศ.2382 จดหมายเหตุเกี่ยวกับเขมรและญวนได้บันทึกไว้ว่า เมืองหลวงพระบางส่งตัวลาวทรงดำที่กวาดต้อนมาได้จากเมืองแถงจำนวนร้อยคนเศษ ลงมาถวายพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวที่กรุงเทพฯ (ประชุมพงศาวดารเล่ม 42, 2507 อ้างถึงในบุญเสริม ตินตะสุวรรณ, 2545)ไทยทรงดำที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวนั้น มีชาวไทยทรงดำตระกูลหนึ่งมีศักดิ์เป็นท้าวเพี้ย (ตำแหน่งข้าราชการหัวเมืองสมัยโบราณ) ซึ่งเป็นบุตรหลานของพระยาเถิน เป็นหัวหน้าควบคุมชาวไทยทรงดำลงมา เมื่อมาถึงจังหวัดเพชรบุรีก็พาพวกตนมาอยู่ที่ตำบลท่าแร้งอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรีอีกครั้งหนึ่ง แต่บรรดาเพี้ยและผู้ใหญ่ที่ติดตามมาด้วยไม่ชอบใจ เพราะว่าที่ตำบลท่าแร้งเป็นที่โล่งแจ้งเกินไป แต่กลับพอใจภูมิประเทศทางด้านตะวันตกของตัวเมืองมากกว่า เพราะมี ความเห็นว่ามีลักษณะคล้ายคลึงกับถิ่นฐานเดิม ซึ่งมี ป่าเขา ลำเนาไพร จึงขอตั้งถิ่นฐานอยู่ที่ตำบลสะพาน ยายหน (ปัจจุบันขึ้นอยู่กับตำบลไร่ส้ม) ทางการก็อนุญาต ต่อมาท้าวเพี้ยได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น“หลวงไชยภักดี” (นามเดิมว่า พอน หรือ ผ่อน) จนเมื่ออายุประมาณ 70 ปี ก็ถึงแก่กรรม บุตรชายของท่านชื่อว่า “นุด” ได้ตำแหน่งหลวงไชยภักดีแทนบิดา จนกระทั่งบุตรของหลวงไชยภักดี (นุด) รุ่นหลานเป็นผู้สืบทอดตำแหน่งหลวงภักดีรุ่นสุดท้ายของชาวไทยทรงดำ เมื่อบ้านเมืองได้เปลี่ยนระบบการปกครองตำแหน่งนี้จึงสิ้นสุดลงแต่นั้นมา (เหรียญเพชร ตาลวันนา, 2507 อ้างถึงในบุญเสริม ตินตะสุวรรณ, 2545)ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระนครคีรีบนเขาวังเป็นที่ประทับแรม และทรงโปรดเกล้าฯ ให้บุตรหลานของชาวไทยทรงดำมา

เป็นเด็กชา ซึ่งมีหน้าที่รับใช้ใพระราชวัง ตลอดจนหามพระคานขึ้นลงเขาวัง ทำให้เป็นที่โปรดปรานของเจ้านายหลายๆ พระองค์ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระเมตตาแก่พวกไทยทรงดำที่เป็นเด็กชาเป็นอันมาก เด็กชาเหล่าแต่งกายตามความนิยมของเผ่าตน คือสวมกางเกงขายาวสีดำ ขาแคบเกือบถึง ข้อเท้า สวมเสื้อดำแขนยาวถึงข้อมือ ลำตัวเสื้อยาวปิดสะโพก ติดกระดุมเงินมียอดตุ้มแหลมๆ กลมๆ และคาดกระเป๋า ซึ่งทำจากผ้ามีสายกระเป๋าสองข้างเพื่อคาดเอวไว้ แต่ถ้าเป็นการรับเสด็จจะสวมเสื้อยาวซึ่งเรียกกันว่า “เสื้อฮี” (เหรียญเพชร ตาลวันนา, 2507 อ้างถึงในบุญเสริม ตินตะสุวรรณ, 2545)

จากหลักฐานดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าชาวไทยทรงดำในจังหวัดเพชรบุรี ได้รับความไว้วางใจให้ปฏิบัติราชการเทียบเท่าชาวไทยโดยทั่วไป ทำให้ชาวไทยทรงดำสืบลูกหลานมาอย่างต่อเนื่องจึงเกิดการขยายกลุ่มชนไทยทรงดำไปยังอำเภอต่างๆ ของจังหวัดเพชรบุรี ในช่วงระยะเวลากว่า 200 กว่าปีที่ผ่านมาชาวไทยทรงดำอพยพออกจากพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี ในช่วงระยะเวลากว่า 200 กว่าปีที่ผ่านมาชาวไทยทรงดำอพยพออกจากพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี ไปตั้งหลักแหล่งในจังหวัดใกล้เคียงและขยายพื้นที่ออกไปไกลถึงจังหวัดเลย โดยมีข้อสันนิฐานว่าพวกเขาพยายามกลับเมืองแถงแต่ก็ไปไม่ถึง (มนตรี ศรีบุษรา, 2522) นอกจากนี้ ยังพบชาวไทยทรงดำที่อพยพจากจังหวัดเพชรบุรีไปอยู่ในจังหวัดราชบุรี กาญจนบุรี นครปฐม สุพรรณบุรี สระบุรี ลพบุรี พิษณุโลก พิจิตร สุโขทัย ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และสุราษฎร์ธานี (นำพวัลย์ กิจรักษ์กุล, 2532)

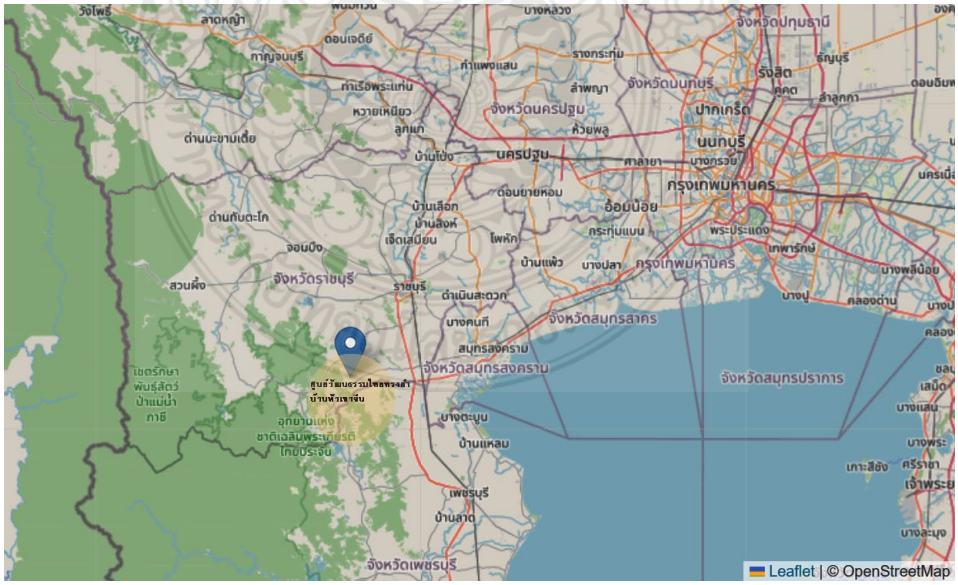
2.1.2 อัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน

วัฒนธรรมไทยทรงดำ หมายถึง การดำเนินชีวิตซึ่งมาจากการผสมผสานระหว่างความพิธีกรรมและความเชื่อ คือมรดกทางวัฒนธรรมที่ช่วยสืบสานวิถีชีวิตและความเชื่อดั้งเดิมของชุมชนไทยทรงดำ เป็นความเชื่อและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับจิต วิญญาณ

บ้านหัวเขาจีน เป็นนามเรียกขานถิ่นที่อยู่อาศัยของกลุ่มชนชาติพันธุ์ หนึ่งเรียกว่าไทยทรงดำ (ลาวโซ่ง) กลุ่มชนที่เรียกตนเองว่าไทยทรงดำนี้ได้อพยพย้ายถิ่นฐานมาจากดินแดนที่ห่างไกล และได้เข้ามาจับจองชัยภูมิที่เห็นว่าเหมาะสมกับการการดำรงชีพและได้ตั้งชื่อชุมชนนี้ว่าบ้านหัวเขาจีนเนื่องจากมนุษย์ของจีนในอดีตจะมีทะเลล้อมรอบและได้มีพ่อค้าชาวจีนนำเรือสำเภามาซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้าบริเวณนี้ แต่ได้เกิดอุบัติเหตุเรือสำเภาแตกหัวเรือมาติดอยู่กับภูเขาจึงเรียกว่า **หัวเขาจีน** ต่อมาได้ใช้เป็นชื่อหมู่บ้านว่า “**บ้านหัวเขาจีน**” มาจนถึงปัจจุบันนี้ (ข้อมูลที่มีการบันทึกเป็นตำนาน หรือ คำบอกเล่าของบรรพบุรุษ)

ภาพที่ 3 หมู่บ้านหัวเขาจีน

บ้านหัวเขาจีน อยู่ในหมู่ที่ 1 ตำบลห้วยยางโทน เขตอำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีตรงเขตเชื่อมต่อกับจังหวัดเพชรบุรี โดยบ้านหัวเขาจีน มีความเป็นอยู่แบบชนบท ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เป็นหมู่บ้านที่ยังคงรักษา และอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรมการประกอบอาชีพ และการดำรงชีวิต แบบดั้งเดิมของชาวบ้านไทยทรงดำไว้อย่างเหนียวแน่น มีความรักความสามัคคี และความเอื้ออาทรต่อกัน โดยมีวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงาม เป็นศูนย์รวมจิตใจ ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และมีความเชื่อเกี่ยวกับการนับถือผีในเดือนหก แปด และสิบสองของทุกปี ชาวไทยทรงดำ เรียกว่า เสนบ้านเสนเรือน สมาชิกในครอบครัวได้รับการสั่งสอนเพื่อสืบทอดแสดงความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ



ภาพที่ 4 แผนที่ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน

ที่มา : https://xn--th-th854271---8y3b3cappc5nqagua9gwa1w4hsm.contact.page/map

ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน อยู่ในหมู่ที่ 1 ตำบลห้วยยางโทน เขตอำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ตั้งอยู่ในโรงเรียนบ้านหัวเขาจีน มีอาคาร 3 หลังที่มีหลังคาทรงกระดองเต่า ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยทรงดำ

ชุมชนบ้านหัวเขาจีนเป็นหมู่บ้าน 1 ใน 5 ขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยยางโทน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี อยู่ห่างจากอำเภอปากท่อ ประมาณ 18 กิโลเมตร และมีอาณาเขตติดต่อกับตำบลต่าง ๆ (จิราภรณ์ แก้วมณี, 2557: 56) ดังนี้

- ทิศเหนือ จดหมู่ที่ 2, 5 ตำบลดอนทราย อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี
- ทิศใต้ จดบ้านเนินรัก หมู่ที่ 5 ตำบลหนองชุมพลเหนือ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี
- ทิศตะวันออก จดบ้านมณีลอย หมู่ที่ 7 ตำบลวังมะนาว อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี
- ทิศตะวันตก จดบ้านหนองลังกา หมู่ที่ 3 ตำบลห้วยยางโทน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

ชุมชนบ้านหัวเขาจีน ตำบลห้วยยางโทน มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบ ลาดเอียงจากทิศตะวันตกไปทางทิศตะวันออก พื้นที่ใช้ในการเกษตรเป็นดินเหนียว ในฤดูแล้งอากาศร้อนจัด แหล่งน้ำ ธรรมชาติในพื้นที่ตำบลห้วยยางโทนมีไม่มากนัก และตื้นเขินในช่วงฤดูแล้ง มีน้ำในช่วงฤดูฝน ส่วนใหญ่แหล่งน้ำสำคัญในตำบลเป็นแหล่งน้ำที่สร้างขึ้น เช่น สระน้ำสาธารณะ บ่อน้ำตื้น บ่อน้ำบาดาล ฝายน้ำล้น อ่างเก็บน้ำ ฯลฯ ทำให้ประสบปัญหาน้ำไม่เพียงพอสำหรับใช้ในการเกษตร ประชาชนใช้น้ำบาดาล อุปโภคบริโภคจากประปาหมู่บ้าน ในฤดูฝนมีฝนตกมาก ในบางพื้นที่อาจ เกิดน้ำท่วมขังในระยะสั้น ๆ (สุธาวี กลิ่นอุบล, 2562 : 41)

การคมนาคม มีเส้นทางหลัก ได้แก่

- ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 3206 สายปากท่อ –ห้วยยางโทน- ยางหัก ซึ่งเป็นถนน ที่เชื่อมการคมนาคมระหว่างอำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ซึ่งผ่านตำบลดอนทราย ตำบลห้วยยางโทน และตำบลยางหัก เพื่อเชื่อมต่อกับบ้านโป่งกระทิงบน ตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี โดยตัดผ่านพื้นที่ของตำบลห้วยยางโทนในหมู่ที่ 2, 3 และ 5
- ถนนลาดยางแอสฟัสท์ติกคอนกรีต สายวัดสว่างอารมณ์ – หนองลังกา ซึ่งผ่านบริเวณหมู่ที่ 1 และหมู่ที่ 2 โดยเชื่อมต่อกับทางหลวงหมายเลข 3206 (สายปากท่อ – ห้วยยางโทน – ยางหัก)
- ถนนลาดยางแอสฟัสท์ติกคอนกรีต สายห้วยยางโทน หนองวัวดำ ตัดผ่านพื้นที่หมู่ที่ 2 และหมู่ที่ 4

การเดินทาง

โดยรถยนต์ สามารถเดินทางโดยใช้ถนนพระราม 2 ผ่านสามแยกวังมะนาว เข้าอำเภอปากท่อ ถึงสี่แยกปากท่อ เลี้ยวซ้ายเข้าหมู่บ้าน หรือใช้ถนนเพชรเกษม ผ่านจังหวัดราชบุรี ถึงสี่แยกปากท่อ เลี้ยวขวาเข้าหมู่บ้าน

โดยรถไฟ สามารถเดินทางโดยรถไฟจากสถานีธนบุรี หรือสถานีหัวลำโพง ถึงสถานีรถไฟปากท่อ จากนั้นต่อรถจักรยานยนต์รับจ้างเข้าหมู่บ้าน

2.1.3 ภูมิปัญญาท้องถิ่นและมรดกทางวัฒนธรรท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นและมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นส่วนสำคัญที่สะท้อนเอกลักษณ์และวิถีชีวิตของชุมชน ประกอบไปด้วยองค์ความรู้ ทักษะ และประเพณีที่สืบทอดกันมาระหว่างรุ่น ซึ่งมีความหมายและคุณค่าดังนี้

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ ความสามารถ และทักษะของชุมชนหรือท้องถิ่น ที่เกิดจากการสั่งสม ประสบการณ์ และการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งช่วยให้คนในท้องถิ่นสามารถดำรงชีวิตและพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองได้ โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นมักเกี่ยวข้องกับการเกษตร หัตถกรรม การแพทย์พื้นบ้าน ศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณี และสิ่งแวดล้อม

ลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. เกิดจากประสบการณ์ของคนในท้องถิ่น
2. มีการสั่งสมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
3. ใช้แก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน
4. สามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาให้เหมาะสมกับยุคสมัยได้
5. เป็นมรดกที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น

2. มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO, 2003) ได้ให้คำจำกัดความของ “มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้” ว่าเป็นแนวปฏิบัติ การแสดงออก การแสดงศิลปะ ความรู้ และทักษะ รวมถึงเครื่องมือ วัตถุ สิ่งประดิษฐ์ และพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งชุมชน กลุ่ม หรือบุคคลยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมของตน โดยมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การสร้างความต่อเนื่องของสังคม และการส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามรุ่นอย่างยั่งยืน

ในบริบทของประเทศไทย มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นหมายถึง องค์ความรู้ ความเชื่อ วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และศิลปวัฒนธรรมที่มีรากฐานจากชุมชนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งได้รับการถ่ายทอดผ่านกิจกรรมและการปฏิบัติต่าง ๆ เช่น การผลิตงานหัตถกรรม การละเล่นพื้นบ้าน การประกอบพิธีกรรม หรือการใช้ภาษาท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความหลากหลายทางวัฒนธรรม และสามารถนำไปต่อยอดสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน (สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย, 2562)

แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในงานวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน และการ

สร้างสรรค์นวัตกรรมบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนในเชิงพาณิชย์

มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น หมายถึง สิ่งที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากความรู้ ความเชื่อ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะ ภาษา หรือภูมิปัญญา ที่ชุมชนหนึ่ง ๆ ได้สั่งสม ถ่ายทอด และยึดถือปฏิบัติกันมาอย่างต่อเนื่องจากรุ่นสู่รุ่น จนกลายเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ

มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) เช่น อาคารโบราณ วัดวาอาราม เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ งานหัตถกรรม หรือโบราณวัตถุ

2. มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) เช่น ภาษา เพลงพื้นบ้าน ละครพื้นบ้าน ความเชื่อ ภูมิปัญญาท้องถิ่น พิธีกรรม หรือประเพณี

มรดกเหล่านี้ไม่เพียงแต่แสดงถึงรากเหง้าและความภาคภูมิใจของชุมชนเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการสืบทอดองค์ความรู้ การสร้างเอกลักษณ์ และส่งเสริมความสามัคคีในสังคมท้องถิ่นอีกด้วย

มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นจึงมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชาติ เป็นพื้นฐานของการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน และเป็นแหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สามารถนำไปพัฒนาและต่อยอดเชิงสร้างสรรค์ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษาได้อย่างยั่งยืน

2.1.4 วัฒนธรรมการทอผ้า ไทยทรงดำ

การทอผ้าถือเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมที่สำคัญของชาวไทยทรงดำและสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านลวดลาย เทคนิค และความหมายทางพิธีกรรม โดยเฉพาะ “ผ้าซิ่น” และ “ผ้าขิด” ที่มีลวดลายเฉพาะตัว เช่น ลายต้นสน ลายนกยูง ลายดอกแก้ว ลายตีนซิ่น ฯลฯ

ลักษณะเด่นของผ้าทอไทยทรงดำ

1. สีผ้าส่วนใหญ่จะใช้ผ้าสีดำเป็นพื้น ซึ่งสื่อถึงอัตลักษณ์ไทยทรงดำ

2. ลวดลาย นิยมลายเรขาคณิตและลายธรรมชาติที่มีความหมาย เช่น ความอุดมสมบูรณ์ ความเป็นสิริมงคล

3. เทคนิคการทอใช้กี่พื้นบ้านแบบโบราณ และมีการถักทอด้วยมืออย่างประณีต

4. ผ้าตีนซิ่น ถือเป็นหัวใจของผ้าทอไทยทรงดำ มักตกแต่งด้วยลายขิดหรือลายจก ซึ่งต้องใช้ความชำนาญสูง

ความเชื่อและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผ้าทอไม่ใช่แค่เครื่องนุ่งห่ม แต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรม เช่น ใช้ในงานแต่งงาน งานบวช งานศพ หรือถวายพร หญิงไทยทรงดำที่สามารถทอผ้าได้ ถือเป็นหญิงสาวที่มีคุณสมบัติเหมาะสมแก่การแต่งงาน มีความเชื่อว่าการทอผ้าที่ประณีตจะนำมาซึ่งความเป็นสิริมงคลแก่ผู้สวมใส่

วัฒนธรรมการทอผ้า ผ้าทอของชาวไทยทรงดำ เป็นผ้าทอที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เป็นผ้าที่ทอไว้ใช้เองในครอบครัวเป็นการทอด้วยมือโดยใช้กี่โบราณ

ผ้าซีโป้ว หรือ ผ้าขาวม้า หมายถึง ผ้าที่ใช้สำหรับผลัดอาบน้ำหรือ พันรอบพุงแต่ชาวไทดำส่วนมากใช้ผ้าซีโป้วในพิธีกรรมต่างๆเช่นพิธีเกี่ยวกับผีโดยการมัดไว้ที่เอวของผู้ชายเพื่อเป็นการรั้งขวัญไม่ให้ติดตามผู้ตายไปถ้าเป็นพิธีเกี่ยวกับการเรียกขวัญจะใช้ร่วมกับเครื่องเซ่นต่างๆ โดยเป็น เครื่องหมายแสดงตัวเจ้าของขวัญสำหรับในพิธีแต่งงานจะใช้ เป็นของกำนัลแก่ญาติผู้ใหญ่ (ชม บุญแก้ว, 2 5 4 4)

ผ้าขาวม้า ทอมือไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน เลขที่ 92 หมู่ที่ 1 ตำบลห้วยยางโทน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี เกิดจากชนเผ่าไทยทรงดำ(ลาวโซ่ง) ซึ่งมีนิสัยชอบประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้เอง โดยเฉพาะเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายเป็นสิ่งที่จำเป็นในการดำรงชีวิตและวัฒนธรรมอันดีงามของวัฒนธรรมไทยทรงดำและผ้าขาวม้าทอมือไทยทรงดำ ก็เป็นสินค้าที่สำคัญของบ้านหัวเขาจีน เพราะเป็นผ้าขาวม้าทอมือ และมีสีสันที่สวยงาม ราคาไม่แพง สีไม่ตก เนื่องจากใช้ไหมประดิษฐ์โทเรในการทอผ้าขาวม้า

จากรากฐานของข้อมูล แสดงให้เห็นว่าผ้าขาวม้า เป็นผ้าโบราณ ที่ใช้ประโยชน์กันมานานแล้ว คนไทยรู้จักใช้ผ้าขาวม้า มาตั้งแต่สมัยพุทธศตวรรษที่ 16 ถ้านับเวลาย้อนไป จะตรงกับยุคสมัยแก่ผู้หญิงมักนุ่งผ้าถุง ส่วนผู้ชายเริ่มใช้ผ้าเคียนเอว ผ้าขาวม้า ซึ่งได้วัฒนธรรมมาจากไทยใหญ่(ไทยใหญ่ใช้โพกศีรษะ) ส่วนไทยเรายังมุ่นมวยผมอยู่ เมื่อเห็นประโยชน์ของผ้าจึงนำมาใช้บ้าง แต่เปลี่ยนมาเป็นผ้าเคียนเอว เมื่อเดินทางไกลจึงนำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวก ซึ่งให้ประโยชน์มาก เช่น ใช้ห่ออาวุธและเก็บสัมภาระในการเดินทาง ปูที่นอน นุ่งอาบน้ำ ใช้เช็ดร่างกายเมื่อไทยใหญ่เห็นประโยชน์ของการใช้ผ้าจึงนำมาเคียนเอวตามอย่างบ้าง

ผ้า เปียว เป็นผ้าฝ้ายทอมือ สีดำหรือ สีกรมท่า มีการปักลวดลายด้วยไหมบริเวณชายผ้า ที่เป็น ลักษณะเฉพาะ ของชาวไทดำลายมาตรฐานทำเป็นขดเรียกว่า ขอกุด ลาย ดอก ผัก แว่น (ตรงกลาง เป็น ดอกแปด รอบๆเป็น ขอกุด รวมกัน เรียกว่า ดอกผักแว่น) ชายละ 2 ดอก โดยทั่วไป มัก ใช้ด้าย 4 สี คือ สี แดง สีส้ม (เหลือง)สีเขียว และ สีขาว มีขนาด ความกว้าง ประมาณ 4 5 เซนติเมตร ทอด้วยฟืมขนาดเล็ก หรือฟืม หน้าแคบ ประมาณ 1 ศอก เศษเรียกว่าฟืม 7 ความยาว 2 เมตรใช้โพกศรีษะหรือพันอก (คาดอก หรือ เคียนไทยทรงดำเพชรบุรี เรียกว่า ฮ้างนม) เป็นผ้าแถบในชีวิตประจำวัน สำหรับผู้หญิงใส่ อยู่กับบ้านบางครั้ง ใช้กะเตงลูกไปนา หรือ เป็น ผ้าสไบ คล้องคอเพื่อความสวยงาม แม้แต่ต้องเสียชีวิตก็ต้องมีผ้าเปียวห่มโดยมีความเชื่อว่าลวดลายผ้าเปียวเป็นสัญลักษณ์ประจำตระกูลเมื่อเสียชีวิตลงญาติที่ล่วงลับไปก่อนแล้วจะเดินทางมารับเพื่อไปอยู่ในดินแดนเดียวกัน

เครื่องแต่งกายในพิธีกรรม

เสื้อฮี เป็น เสื้อที่ใช้สวมใส่ในพิธีกรรมชาวไทดำทุกคนต้องมีเสื้อฮีประจำตัว ฮี แปล ว่า ยาว เป็นเสื้อที่ ใช้ สวม ใส่ ทั้งที่เป็นงานมงคลและอวมงคล เช่น แต่งงาน เซ่น ผีเรือน ทำขวัญ งานศพ และ งาน รื่นเริง หากเป็น งานมงคลลายจะอยู่ด้านใน

เสื้อฮีผู้ชาย ผ้าฝ้ายย้อมคราม เป็นเสื้อตัวยาวคลุมสะโพก คอกลม กุ้นรอบคอด้วยผ้าไหม สีแดงแล้ว เดินด้วยเส้นทับด้วยผ้าไหมสีอื่นตรงคอด้านข้าง ติดกระดุมแบบคล้อง 1 เม็ด ผ่า ตลอด ตั้ง แต่กระดุม ป้ายทบมาทางด้านข้าง (ป้ายข้าง) จุดที่สวยงามที่สุด คือ ด้านข้าง (ใต้รักแร้) นิยมใช้ผ้าไหมปะเป็น ลายดอกแปด หรือ ลายขาบัว ด้านข้างของตัวเสื้อทั้งสองด้านปะด้วย ลายดอกมะลิ ลายดอกพรม โดยมี ลายผักกูดอยู่ด้านล่างและที่ตีนเสื้อ ด้านล่างมีการปด้วย ลายดอกแปดมีความเชื่อถึงการทดแทนบุญคุณ การขอขมา การได้รับการดูแลจากแถน แขนเสื้อเป็นแขนกระบอกยาวปลายแคบ ชายเสื้อจะปักด้วย ผ้าไหมสี ต่างๆ พร้อมติดกระจกชิ้นเล็กๆ ด้านข้างผ่าตั้งแต่ปลายเสื้อจนถึงเอวปักตกแต่งอย่างงดงาม มี 2 ด้านลวดลาย ด้านหนึ่งตกแต่งเต็มที่อีกด้านหนึ่งตกแต่งลวดลาย ประดับเพียงแต่น้อย ด้านที่ตกแต่ง ลวดลายเพียงแต่น้อยใช้สวมใน พิธีมงคล ทั้งหลายส่วน ด้านที่ตกแต่ง ลวดลายอย่างเต็มที่ใช้สวมใน พิธี อวมงคลหรือ สวมให้แก่คนตาย ( )

เสื้อฮีผู้หญิง สำหรับใช้ในพิธีกรรม เย็บด้วยผ้าดำหลวมๆ ไม่รัดรูป ปลายแขนตกแต่งด้วยผ้าไหมสีต่างๆ บ่าหน้าทั้งสองตกแต่งด้วยลายดอกแปด เป็นเสื้อตัวยาว ตัดเย็บด้วยผ้าฝ้ายทอมือ สีดำหรือสีครามเข้ม ตกแต่งส่วนคอชายเสื้อ หรือแขนด้วยการปักลวดลายและ เย็บชิ้นผ้าสีแดง ส้ม ขาว และเขียวรูปสามเหลี่ยมปะติดเข้าไปประกอบเป็นลวดลายบางครั้ง ตกแต่งเพิ่มเติมด้วยการประดับกระจก ตัวเสื้อเย็บติดกันใช้วิธีสวมเข้าทางศีรษะ ลวดลาย ด้านหนึ่งตกแต่งเต็มที่ อีกด้านหนึ่งตกแต่งประดับลวดลายเพียงแต่น้อยด้านที่ตกแต่ลวดลาย เพียงแต่น้อยใช้สวมในพิธีมงคล ส่วนด้านที่ตกแต่งลวดลายอย่างเต็มที่ใช้สวมในพิธีอวมงคล หรือสวมให้แก่คนตาย ลายที่นิยมนำมาปักได้แก่ ลายดอกแก้ว ลายดอกผักแว่น ลายดอกพิกุล ลายตานกแก้ว ลายหมาย่ำ ลายผีเสื้อ และ ลายหน้า เสื้อซึ่ง มีความเชื่อถึง ความอดทน ความเอื้อเฟื้อ ความกลมเกลียว ความซื่อสัตย์ ความผูกพัน และ ความจงรักภักดี อายุยืน ความมีน้ำ ใจ และ ความดีลายปะได้ แก่ ลายดอกพรมลายขาบัว ลายดอกแปด และ ลายดอกมะลิ ซึ่งมีความเชื่อเกี่ยวกับคุณค่าของความเป็นลูกผู้หญิงการขอขมาและ การได้รับการดูแลจากแถน (ประทับใจ, สิกขา. 2552)

ผ้าขาวม้า เป็นอาภรณ์อเนกประสงค์ มีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ส่วนใหญ่ทอมาจากฝ้าย แต่บางครั้งอาจทอจากเส้นไหม ในบางท้องถิ่นนิยมทอจากเส้นด้ายดิบและเส้นป่าน นิยมทอสลับสีกันเป็นลายตาหมากรุกหรือเป็นลายทาง โดยมากผลิตในแถบภาคเหนือหรือภาคอีสาน มีขนาดความกว้าง–ยาวแตกต่างกันออกไปส่วนใหญ่จะกว้างประมาณ 3 คืบ ยาว 5 คืบ อายุของการใช้งานจะประมาณ 1 – 3 ปี สำหรับราคาก็จะแตกต่างกันออกไปตามวัสดุที่ใช้ (ถ้าเป็นผ้าไหมเนื้อดีจะมีราคาแพง ซึ่งนิยมใช้แตะพาดบ่า หรือพาดไหล่)

ผ้าขาวม้าเป็นผ้าที่อำนวยความสะดวกให้กับคนไทยไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติ ภาษาไหน ก็นิยมใช้ผ้าขาวม้ามาหลายศตวรรษ โดยไม่มีทีท่าว่าจะสูญหายไปง่ายๆ เนื่องด้วยประโยชน์ของผ้ามีมากมายนานัปการ ทั้งนี้เพราะ ผ้าขาวม้า มีความเกี่ยวข้องกับวิถีทางแห่งการดำรงชีวิตมากมายหลายอย่างด้วยกัน จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า “ผ้าขาวม้า” คือสิ่งมหัศจรรย์แห่งสายใยที่ถักทอไว้อย่างประณีต

จากตำนานกาลเวลา และคุณค่าอันน่ายกย่อง สรุปความได้ว่าประโยชน์ของผ้าขาวม้า ใช้กันตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย.

ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือ ไทยทรงดำที่มีคุณค่า การถักทอผ้าแต่ละชิ้นเต็มไปด้วยสายใยแห่ง ภูมิปัญญา คุณค่าแห่งวัฒนธรรม จึงทำให้เกิดผ้าทอมือที่มีคุณค่า ผ้าขาวม้า จึงเป็นผ้าเอนกประสงค์ที่มีประโยชน์มากมาย และที่สำคัญผ้าขาวม้าทอมือ บ้านหัวเขาจีน มีสีสันสวยงาม สะดุดตา นิยมใช้ ผูกเป็นเปลปูที่นอน นุ่งอาบน้ำ ใช้เช็ดร่างกาย โพกศรีษะ ทำความสะอาดร่างกายใช้ซับเหงื่อ โพกศีรษะกันแดด ปัดฝุ่น – แมลง – ยุงใช้ผลัดเปลี่ยนเสื้อผ้า และยังใช้ทำพวงหรีดได้อีกด้วย

ภาพที่ 5 การทอผ้าชาวไทยทรงดำ

การทอผ้าขาวม้าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นและคนโซ่ง(ชาวไทยทรงดำ) เนื่องจากวิถีชีวิตของชาวไทยทรงดำ ผูกพันกับประเพณีและวัฒนธรรม คณะกรรมการกลุ่มทอผ้าไทยทรงดำ เป็นไปด้วยความรัก ความสามัคคี ความเสียสละ ความซื่อสัตย์ และการเอื้ออาทรซึ่งกันและกันทำให้กลุ่มทอผ้าไทยทรงดำ มีพัฒนาการที่ดีขึ้นในทุกๆด้าน เช่น ด้านการบริหารงาน ด้านการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด ด้านบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกลุ่มทอผ้าไทยทรงดำกลุ่มทอผ้าไทยทรงดำ ทำให้เกิด ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือ ไทยทรงดำที่มีคุณค่า การถักทอผ้าแต่ละชิ้นเต็มไปด้วยสายใยแห่งภูมิปัญญา คุณค่าแห่งวัฒนธรรม และนำไปสู่ผลิตภัณฑ์แหล่งความภูมิใจที่ชาวไทยทรงดำจะนำเสนอ คือ ผ้าทอ แพรไทย สายใยชีวิตให้กับคนทั่วไปรู้จัก ผ้าขาวม้าทอมือไทยทรงดำมากขึ้นด้วย

วัสดุที่ใช้ทอผ้าขาวม้า

ในอดีตส่วนใหญ่จะใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ใยฝ้าย ใยไหม และสีธรรมชาติ ปัจจุบันมีการใช้วัสดุที่สังเคราะห์จากสารเคมีเพิ่มมากขึ้น เช่น ใยประดิษฐ์ และสีสังเคราะห์

อุปกรณ์ทอผ้าขาวม้า

อุปกรณ์เตรียมด้ายยืน ด้ายพุ่ง

1. กง ใช้พันเส้นด้าย เพื่อเตรียมไจด้ายสำหรับฟอกและย้อม

2. อัก ใช้พันเส้นด้าย เพื่อจัดระเบียบ

3. กระบอกไม้ไผ่ ใช้สำหรับพันเส้นด้าย ใช้แทนหลอดด้าย

4. แกนกระสวย ใช้สำหรับพันด้ายพุ่งเป็นหลอดเล็กๆ

5. ไน เป็นเครื่องมือสำหรับกรอด้ายเข้าหลอดด้าย ก่อนที่จะนำไปใส่กระสวย ต้องนำไปใช้ร่วมกับระวิง มีลักษณะด้านหนึ่งเป็นกงล้อขนาดใหญ่มีเพลาหมุนด้าย มีสายพานต่อไปยังท่อเล็กๆ ที่ปลายอีกข้างหนึ่ง

6. หลักเปีย (หลักเผีย) โครงไม้สำหรับเตรียมด้ายยืน สามารถเตรียมด้ายยืนยาว 20 – 30 เมตร (ปัจจุบันมีหลักเปียขนาดใหญ่ เตรียมด้ายยืนได้ยาวกว่า 100 เมตร)

7. แปรงหวีด้ายยืน

ส่วนประกอบของกี่ทอผ้า

1. ฟืมหรือฟันหวี(reed) เป็นกรอบไม้แบ่งเป็นช่องถี่ๆด้วยลวดซี่เล็กๆ สำหรับจัดระเบียบเส้นด้ายยืน ตีกระทบเส้นด้ายพุ่งเพื่อให้ผ้ามีเนื้อแน่นเป็นผืนผ้า

2. ตะกอหรือเขาหูก (harness) ส่วนใหญ่เป็นตะกอเชือก จัดกลุ่มเส้นด้ายยืนเปิดช่องด้ายยืนสำหรับใส่ด้ายพุ่ง

3. แกนม้วนผ้าหรือไม้กำพั่น ใช้ม้วนผ้าที่ทอแล้วใช้ลำต้นไม้ที่มีขนาดสม่ำเสมอ และเหยียดตรง

4. แกนม้วนด้ายยืน ใช้ม้วนด้ายยืนขณะทอ

5. เท้าเหยียบ ใช้ควบคุมการยกตะกอ

6. ที่นั่งสำหรับนั่งขณะทอผ้า

7. กระสวยใช้สอดใส่ด้ายพุ่งจะมีลักษณะคล้ายเรือ มีร่องใส่แกนกระสวยมีทั้งแบบแกนเดี่ยวและแกนคู่

8. ผัง

ไม้เล็ก เรียว ยาวกว่าหน้าผ้าเล็กน้อย ปลาย 2 ข้างเป็นเหล็กแหลม

ใช้สำหรับขึงหน้าผ้าให้ตึง และมีขนาดคงเดิมขณะทอ

อุปกรณ์ที่ทำให้เกิดลวดลาย

1. อุปกรณ์สำหรับผ้าจก ประกอบด้วย ขนเม่น ไม้หลาบสำหรับเก็บลวดลายและจัดแยกเส้นด้ายยืนขณะทอ

2.อุปกรณ์สำหรับผ้าขิดไม้หลาบ ใช้จัดแยกด้ายยืนขณะทอ ไม้สอด ใช้เก็บลาย

วิธีการทอผ้าขาวม้า

ปัจจุบันถึงแม้ว่ายังไม่มีหลักฐานที่แน่ชัดบ่งบอกถึงต้นกำเนิดของการ ทอผ้า แต่ก็สามารถเทียบเคียงกับหลักฐานอื่นๆ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันโดย มีเหตุผลหลายอย่างสนับสนุนแนวคิดที่ว่า การทอผ้ามีวิวัฒนาการมาจากการ ทำเชือก ทอเสื่อ และการจักสาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลายเชือกทาบที่ปรากฏ ร่องรอยให้เห็นบนภาชนะดินเผา ซึ่งพบเป็นจำนวนมากตามแหล่งโบราณคดี ก่อนประวัติศาสตร์

สมัยหินใหม่ เรื่อยมาจนถึงแหล่งโบราณคดีสมัยประวัติศาสตร์ ด้วยเหตุนี้เอง จึงกล่าวได้ว่าการทอผ้าเป็นงานหัตถกรรม ที่เก่าแก่ที่สุดในโลกงานหนึ่ง

หลักของการทอผ้าก็คือการทำให้เส้นด้ายสองกลุ่มขัดกัน โดยทั้งสอง พวกตั้งฉากกัน เส้นด้ายกลุ่มหนึ่งเรียกว่า ด้ายยืนและอีกกลุ่มหนึ่งเรียกว่า ด้ายพุ่ง ลักษณะของการขัดกันของด้ายพุ่งและด้ายยืนจะขัดกันแบบธรรมดาที่เรียกว่าลายขัดหรืออาจจะเพิ่มเทคนิคพิเศษเพื่อให้ผ้ามีลวดลาย สีสันที่สวยงาม

ขั้นตอนการทอผ้าขาวม้า

1. สืบเส้นด้ายยืนเข้ากับแกนม้วนด้ายยืน และร้อยปลายด้ายแต่ละเส้นเข้าในตะกอแต่ละชุดและฟันหวี ดึงปลายเส้นด้ายยืนทั้งหมดม้วนเข้ากับแกนม้วนผ้าอีกด้านหนึ่ง ปรับความตึงหย่อนให้พอเหมาะ กรอด้ายเข้ากระสวยเพื่อใช้เป็นด้ายพุ่ง

2. เริ่มการทอโดยกดเครื่องแยกหมู่ตะกอ เส้นด้ายยืนชุดที่ 1 จะถูกแยก ออกและเกิดช่องว่างสอดกระสวยด้ายพุ่งผ่าน สลับตะกอชุดที่ 1 ยกตะกอชุดที่ 2 สอดกระสวยด้ายพุ่งกลับ ทำสลับกันไปเรื่อย ๆ

3. การกระทบฟันหวี (ฟืม) เมื่อสอดกระสวยด้ายพุ่งกลับก็จะกระทบ ฟันหวี เพื่อให้ด้ายพุ่งแน่นหนาติดกันได้เนื้อผ้าที่แน่นหนา

4. การเก็บหรือม้วนผ้า เมื่อทอผ้าได้พอประมาณแล้วก็จะม้วนเก็บใน แกนม้วนผ้า โดยผ่อนแกนด้ายยืนให้คลายออกและปรับความตึงหย่อนใหม่ ให้พอเหมาะ

ที่มา : https://souvenirbuu.wordpress.com

2.1.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุรีวรรณ จันพลา และคณะ (2554) **ศึกษาการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มชาวไทยทรงดำ ต.ไผ่หูช้าง อ.บางเลน และ ตำบลดอนข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม** บทคัดย่อ การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทาง เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในลักษณะของวิธีการ วิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิง คุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้า ไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิด การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ 3) พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ 4) ทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้น โดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ประชากรและกลุ่ม ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ (1) กลุ่มชาวไทยทรงดำในตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน และตำบลดอน ข่อย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม (2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการศึกษาความต้องการชนิดของ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ จำนวน 150 คน (3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) จำนวน 100 คน และ (4)

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ จำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า

1. ผ้าทอและเครื่องแต่งกายของชาวไทยทรงดำถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ไทย ทรงดำ ที่มีเอกลักษณ์ในการใช้ผ้าสีดำในการนุ่งห่มทั้งในชีวิตประจำวันและในการประกอบพิธีกรรมจน เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวไทยทรงดำ โดยชาวไทยทรงดำนิยมใช้ผ้าพื้นสีดำทอขึ้นอย่างง่ายๆ มี สีสันและลวดลายบ้าง โดยลวดลายของผ้าทอไทยทรงดำที่ปรากฏบนผืนผ้าสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ความผูกพัน ตลอดจนความเป็นมาของวัฒนธรรม หรือเหตุการณ์ที่สำคัญๆ ทางประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อวิถีการดำรงชีวิต จึงทำให้ผู้ทอผ้าเกิดแรงบันดาลใจที่ จะนำสิ่งเหล่านั้น มาถ่ายทอดเป็นลวดลายบนผ้าทอไทยทรงดำ ซึ่งจากการศึกษาลวดลายผ้าไทยทรงดำ พบว่าลวดลายต่างๆ ได้สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและมีบางลวดลายได้คิดค้นมาใหม่ และมีการปรับประยุกต์เพื่อให้เข้ากับสมัยปัจจุบันมากขึ้นแบ่งได้๓ ประเภทคือ ลายพืช ลายสัตว์และลายผสมอื่นๆ ในส่วนของการสื่อความหมายในการใช้สีในการทอผ้าและประดับตกแต่งของชาวไทยทรงดำ ซึ่งแต่ละสี มีความหมายแตกต่างกัน โดยเฉพาะสีครามเข้มหรือสีดำซึ่งเป็นสีหลักของผืนผ้าและการใช้งานของชาวไทยทรงดำ โดยสื่อความหมายว่าเกิดจากการเก็บกดที่ต้องพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอนมาเป็นชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย

2. การศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ พบว่า ในการออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำนั้น อันดับแรกผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการ ออกแบบโดยทั่วไปที่สำคัญคือ ประโยชน์ใช้สอย (Function) ซึ่งต้องพิจารณาทั้งในส่วนของประโยชน์ ใช้สอยด้านจิตใจ (Psychological Function) โดยการทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความพึงพอใจหรือ ถูกใจ เช่น การมีลวดลายสีสันที่สะดุดตาน่าสนใจ มีมูลค่ามากกว่าราคาที่ตั้งไว้และดูดีมีระดับเป็นสัญลักษณ์แสดงภาพพจน์ของความมีฐานะ และประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพ (Practical Function) ซึ่งเป็นประโยชน์ใช้สอยโดยตรงต่อผู้ใช้สามารถจับต้องใช้งานได้ตามที่กำหนดไว้อีกส่วนหนึ่งที่มี ความสำคัญที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงคือ การคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายและ สีสันต่างๆ ตามความเชื่อของชาวไทยทรงดำ เนื่องจากลายผ้าไทยทรงดำมีลายต่างๆ ไม่มาก และมีการ ใช้สีสันที่จำกัด การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำจึงต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษโดยเฉพาะในเรื่องของการคงเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำและความแตกต่างของวัฒนธรรมความเชื่อของแต่ละพื้นที่ ๆ ที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรมีการศึกษาในเรื่องรายละเอียดของลวดลายแต่ละลายว่ามีความเป็นมาอย่างไร มีความเชื่ออย่างไร สื่อความหมายว่าอย่างไร และใช้ในโอกาสใด ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาในเรื่องของการนำลวดลายที่ใช้ในโอกาสต่างกัน เช่น งานมงคล และงานอวมงคล มาอยู่ในผลิตภัณฑ์ชิ้นเดียวกัน 3. ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ

ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใน 5 พื้นที่ พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำส่วนใหญ่มีปัญหาดังนี้ (1) สถานที่ จำหน่ายอยู่ห่างไกล (2) มีสินค้ามีให้เลือกน้อยชนิด (3) รูปแบบ/รูปทรงไม่ทันสมัย (4) ประโยชน์ใช้ สอยที่มีน้อย (5) ราคาไม่เหมาะสม และ (6) ดูแลรักษายาก โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่มีความ พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำในภาพรวมในระดับมาก และมีความต้องการผลิตภัณฑ์จากผ้า ทอไทยทรงดำสูงสุด 5 ลำดับแรกได้แก่ (1) หมอนอิง (2) กล่องทิชชู (3) กระเป๋าสตรี (4) เสื้อ และ (5) กางเกง ในส่วนของระดับราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการมาก ที่สุดคือ 201 – 300 บาทต่อชิ้น ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำ 4 ชนิดตามที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการดังนี้๑) หมอนอิง 2) กล่องทิชชู๓) กระเป๋าสตรีและ 4) เสื้อผ้าโดยผู้วิจัยได้นำลวดลายการทอและการปักที่โดดเด่นของชาวไทยทรงดำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ลวดลายหลักที่นำใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์คือ ลายดอกพรม ลายขอกูด และลายดอกมะลิโดยนำ ลวดลายดังกล่าวมาประยุกต์ใหม่ ให้มีความทันสมัยขึ้น แต่ยังคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายเดิมไว้

4. ผลการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้ เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และการตรวจสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำโดยผู้เชี่ยวชาญ ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังนี้ 4.1 หมอนอิง โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือหมอนอิงแบบที่ 1 และ แบบที่ 2 โดยเป็นรูปแบบที่ทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจมากที่สุด อีกทั้งยังมี มีลวดลายและสีสันที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำได้ดีซึ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีสีน้ำเงิน ขาว และดำ 4.2 กล่องทิชชูโดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือกล่องทิชชูแบบที่ 1 แบบที่ 3 และแบบที่ 4 โดยกล่องทิชชูแบบที่ 4 นั้นผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีรูปร่างที่ค่อนข้างแปลก ตาน่าสนใจ ส่วนแบบที่ 4 แม้ว่ารูปร่างจะค่อนข้างธรรมดา เป็นแบบเดิม ๆ ที่มีอยู่ทั่วไป แต่เป็นรูปแบบ ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ความสนใจมากที่สุด ในส่วนของแบบที่ 4 นั้นมีลักษณะเด่นคือลวดลายและ สีสันแสดงออกถึงความเป็นไทยทรงดำได้ดี 4.3 กระเป๋าสตรีในส่วนของกระเป๋าสตรีนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความพึงพอใจในกระเป๋า สตรีแบบที่ 2 และแบบที่ 3 มากที่สุด ซึ่งก็สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญที่มีความเห็นว่าเป็นรูปแบบที่มี รูปทรงดูดีสวยงาม และดูเหมาะสม จัดลวดลายและสีสันได้กลมกลืนเหมาะสมดีมาก ดูแล้วน่าใช้มีความเป็นไทยทรงดำอยู่ครบถ้วน

พัฒนินทร์ ศุขโรจน์, (2563) **การสร้างพื้นที่การเรียนรู้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมผ่านแนวคิดพื้นที่ที่สาม** จากผลของการศึกษาวิจัย พบว่าการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม ที่เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผ่านการถ่ายภาพสามารถทำให้นักศึกษาเกิดความเข้าใจและการยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรมได้ในระดับที่สามารถนำ เอาคุณค่าประโยชน์ของความแตกต่างไปใช้ในชีวิตประจำวันโดยดำเนินการอย่างค่อยเป็นค่อยไปอาจใช้เวลาช้าหรือเร็วและมีปัจจัยซับซ้อนในหลายมิติ

ขึ้นอยู่กับแต่ละตัวบุคคล การสร้างการยอมรับ มีขั้นตอนตั้งแต่การได้รับรู้ ปะทะสังสรรค์ ชักจูง จนถึงการตัดสินใจยอมรับ โดยผ่านขั้นตอนการจัดการเรียนรู้และได้ทดลองในหลากหลายรูปแบบที่ต้องใช้การผสมผสานบูรณาการการเรียนรู้ และสามารถปรับเปลี่ยนทั้งหัวข้อ เนื้อหา และรูปแบบไปตามความต้องการความจำเป็น และกระบวนทัศน์พหุวัฒนธรรม ซึ่งทั้งนี้สถาบันการศึกษาสามารถสร้างพื้นที่การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างการยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมแก่นักศึกษาได้ในหลายรูปแบบ ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลา กระทำอย่าง สม่ำเสมอต่อเนื่องและจะต้องเอื้อต่อความหลากหลายของผู้เรียนตั้งแต่ระบบบริหารจัดการหลักสูตร การเรียนการสอน สื่อการเรียนการสอนและการประเมินผลโดยดำเนินการครบถ้วนอย่างเป็นระบบ

พิณฑ์ ไกรแก้ว และคณะ**, (2562) การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสรรค์เอกลักษณ์ให้กับชุมชนไทยทรงดำ** อภิปรายผลว่า ความคิดเห็นของชาวไทยทรงดาที่มีต่อเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสรรค์เอกลักษณ์ให้กับชุมชนไทยทรงดำ โดยภาพรวมด้านประโยชน์ต่อการใช้งานและด้านเอกลักษณ์ชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ชาวไทยทรงดามีพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์ชุดโซฟาไททรงดำ พึงพอใจต่อการใช้งานได้จริง สีสันที่ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การใช้วัสดุหลักจาก ชาวไททรงดำ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ โครงสร้างของผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเสริม ตินตะสุวรรณ, 2545 กล่าวว่า การสร้างงานศิลปะแบบพื้นเมืองของช่างไทยที่อยู่ตามท้องถิ่นต่างๆ ส่วนใหญ่ช่างพื้นบ้านจะให้ความสาคัญกับเครื่องมือเครื่องใช้ในลักษณะของการยกย่อง เคารพบูชา จนกลายเป็นเรื่องของคติความเชื่อรวมอยู่ด้วยกันเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตผู้คนที่มีอาชีพเกี่ยวกับการสร้างงานศิลปหัตถกรรม เมื่อนามาพิจารณาเปรียบเทียบเข้ากับการผลิตผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำแล้ว พบว่าชาวบ้านที่ผลิตผ้าและเครื่องนุ่งห่มส่วนใหญ่ยังคงถือปฏิบัติในเรื่องความเชื่อและพิธีกรรมที่เกี่ยวกับเส้นใยและวัตถุดิบในการทอผ้า อุปกรณ์ทอผ้า อุปกรณ์ทอผ้าของชุมชนชาวไทยทรงดำ เป็นเครื่องมือแบบพื้นบ้านที่มิได้จาหน่ายทั่วไปตามท้องตลาด ส่วนใหญ่ชาวบ้านซึ่งเป็นผู้ชายที่เป็นพ่อบ้านเป็นผู้ผลิตขึ้นใช้ในครัวเรือน ดังนั้นเมื่อนาอุปกรณ์ที่ผลิตขึ้นเองมาใช้ในการทอผ้า จึงต้องใช้อย่างระมัดระวัง เพราะถ้าหากไม่ระมัดระวังในการใช้งานอาจทาให้ชารุดเสียหายได้ หากเครื่องมือที่ใช้ในการทอผ้าชารุดเสียหาย จะทาให้เสียเวลากับการสร้างเครื่องมือใหม่ขึ้นมาทดแทน สาหรับความเชื่อเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการทอผ้านั้น ชาวไทยทรงดำกาหนดขึ้นในลักษณะข้อห้ามโดยใช้บทลงโทษเป็นตัวกำหนด ทาให้กลายเป็นความเชื่อสืบต่อมา สอดคล้องกับทฤษฎีของ สิริธัญญ์ ศิริพันธ์บุปผา. (2549) กล่าวว่า ได้ศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจากผ้าทอชาวไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่าผู้สนใจและผู้จำหน่ายมีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจากผ้าทอชาวไทยทรงดำที่ออกแบบและพัฒนาความสวยงาม ประโยชน์ในการใช้สอย และด้านแสดงลักษณะเฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก และต่อมา สอดคล้องกับทฤษฎีของ ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์. (2547) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมผ้าทอพื้นบ้านสู่ระบบอุตสาหกรรมสินค้าชุมชน : ศึกษากรณีกลุ่มแม่บ้านเพิ่มพูนทรัพย์ ตาบลนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม พบว่าการพัฒนาผืนผ้าทอ

พื้นบ้านของชุมชนเครือข่าย เพื่อเป็นวัตถุดิบในการรองรับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ที่ถูกออกแบบบนพื้นฐานการวิจัยตลาดและศักยภาพของกลุ่ม ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ตามที่ตลาดต้องการและยังได้พัฒนาผ้าทอพื้นบ้าน จากแบบดั้งเดิมสู่รูปแบบเชิงประยุกต์ ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น และทาให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 30 เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่จะได้รับการพัฒนา นอกจากนี้ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ยังทาให้สมาชิกกลุ่มเพิ่มพูนทรัพย์ ทั้งที่เป็นช่างแปรรูป และช่างทอผ้าพื้นบ้าน ได้มีต้นทุนทางความคิดเชิงออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์บนบริบทของความต้องการของผู้บริโภค แทนการผลิตไปตามวิถีความพอใจส่วนตน สามารถขยายผล และสืบทอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมผ้าทอพื้นบ้าน สู่ระบบอุตสาหกรรมสินค้าชุมชนไปได้อย่างต่อเนื่อง

อารีย์ น้ำใจดี (2562) **“ไทดำ” ชำติพันธุ์ร่วมสมัย** ไทดำเป็นกลุ่มชนกลุ่มน้อยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ที่เคยตั งถิ่นฐานที่เวียดนามโดยอาศัยอยู่ตามแม่น้าแดงและแม่น้าดำในเวียดนามเหนือ และได้อพยพย้ายถิ่นฐานมาประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2423 ซึ่งเป็น คนไทยที่รู้จักกันในนาม “ไทดำ” หรือ “ลาวโซ่ง” ในปัจจุบันมีกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ จ้านวนกว่า 90 ล้านคนที่อาศัยอยู่ในดินแดนของชาติอื่น ซึ่งจำแนกได้ถึง 80 กลุ่ม ชาติพันธุ์ไทดำพบได้ใน 4 ประเทศ ได้แก่ จีน ลาว ไทย และเวียดนาม ตะวันออกเฉียงเหนือ พวกเขาเชื่อว่าบรรพบุรุษของพวกเขาเกิดขึ นในภูมิภาคสิบสองจุไทซึ่งเป็นบ้านเกิดของชาวไทดำในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และอพยพไปยังประเทศอื่นๆ เนื่องจากเกิดความขัดแย้ง หรือย้ายถิ่นฐานไปยังดินแดนที่อุดมสมบูรณ์มากขึ้น ท่ามกลางการอนุรักษ์แบบดั งเดิมของชาวไทดำปัจจุบันกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยต้องการให้เรียกว่าพวกเขาว่า “ไทดำ” มากกว่า “ลาวโซ่ง” วิถีชีวิตภาษาถิ่นวัฒนธรรมและประเพณีของพวกเขาได้รับอิทธิพลบางส่วนจากศาสนาพุทธ แต่ประเพณีและความเชื่อดั้งเดิมทั้งหมดยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้ ในบางประเทศมีข้อจ้ากัดในการแสดงออกของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของไทดำในพื้นที่สาธารณะ ท้าให้ชาวไทดำจ้าเป็นต้องปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ตนเอง โดยที่ชาวไทดำได้ยอมรับวัฒนธรรมของชาวไทยที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เคารพสิทธิ ประเพณี วัฒนธรรม ยอมรับและปฏิบัติตามโดยไม่สูญเสียความเป็นตัวตน เช่นเดียวกับที่สังคมชาวไทยและกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำต่างยอมรับในความแตกต่างซึ่งกันและกัน ทั้งชาวไทยและชาวไทดำจึงสามารถดำรงชีวิตร่วมกันได้อย่างมีความสุข ท้าให้กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำยังคงไว้ซึ่งความเป็นตัวตนในสังคมของความเปลี่ยนแปลงตั้ง แต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

สุชาติ อิ่มสำราญ และคณะ การวิจัยเรื่อง **การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว** บทคัดย่อ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำมาศึกษาจำนวน 22 ชิ้น ผลิตขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ของลักษณะของที่ระลึก กล่าวคือ เป็น

ผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นให้ระลึกถึงและเกิดความทรงจำกับอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านของสถานที่นั้น ๆ สะท้อนผ่านการออกแบบ โดยนำเอาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นมาเป็นแรงบันดาลใจ เพื่อดึงดูดความต้องการซื้อของนักท่องเที่ยว โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ตาราง Matrix Analysis และแผนภาพ Image Scale: Product Positioning ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตัวอย่าง และสรุปผลโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ

ผลการวิจัย พบว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ แบ่งได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 แบบอนุรักษ์ มีลักษณะอนุรักษ์นิยมและความซับซ้อน กลุ่มที่ 2 แบบประยุกต์ มีลักษณะรูปแบบสมัยใหม่แต่ยังคงลักษณะซับซ้อนของศิลปะพื้นบ้านบางประการไว้ และกลุ่มที่ 3 แบบสมัยนิยม มีลักษณะสมัยใหม่และเรียบง่าย แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มหรูหรา ใช้การออกแบบแบบลดคุณสมบัติเพื่อให้เรียบง่ายด้วยการลดทอนรายละเอียดจากแบบดั้งเดิม และกลุ่มน่ารักสดใส จะเน้นสีสันสดใสและเพิ่มรูปแบบการเล่น ส่วนองค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้าน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ประเภทศิลปะพื้นบ้าน ได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน งานแกะสลัก งานฉลุหนัง งานผ้า งานกระดาษ งานโลหะ งานปูนปั้น งานจิตรกรรม สถาปัตยกรรม งานประพันธ์ 2) สิ่งที่ศิลปะพื้นบ้านสะท้อนถึง ได้แก่ เรื่องราวคติความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี ประจำท้องถิ่น 3) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ การสื่อความหมาย วัสดุ ขนาดและการใช้งาน การออกแบบสร้างสรรค์ 4) ประเภทของการออกแบบ แบ่งตามประโยชน์ใช้สอย ได้แก่ ของใช้ เครื่องประดับ ของเล่น ของตกแต่งของบริโภค 5) ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ระหว่างอนุรักษ์นิยมหรือสมัยใหม่ และซับซ้อนหรือเรียบง่าย 6) การออกแบบ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ไม่ซ้ำ จะใช้กระบวนการเปลี่ยน การพลิก การเพิ่ม การลด และการผสมผสาน

2.2 ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.2.1 พื้นที่ทางวัฒนธรรม กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้

พื้นที่ทางวัฒนธรรม หมายถึง สถานที่หรือบริเวณที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ประเพณี ศิลปะ ภูมิปัญญา และมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนหรือสังคม ซึ่งสามารถเป็นทั้งสถานที่ทางกายภาพ เช่น วัด วัง โบราณสถาน ตลาดน้ำ หรือสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และพื้นที่เชิงนามธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม ความเชื่อ และแนวคิดทางสังคมที่ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น

พื้นที่ทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการรักษาอัตลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยอาจใช้เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือเป็นพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมไปสู่เยาวชนและคนรุ่นใหม่

กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ หมายถึง กิจกรรมที่ถูกออกแบบมาเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรง การลงมือทำ และการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี

กิจกรรมเหล่านี้สามารถอยู่ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น

1. กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เช่น การฝึกทำหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการทำอาหารพื้นเมือง

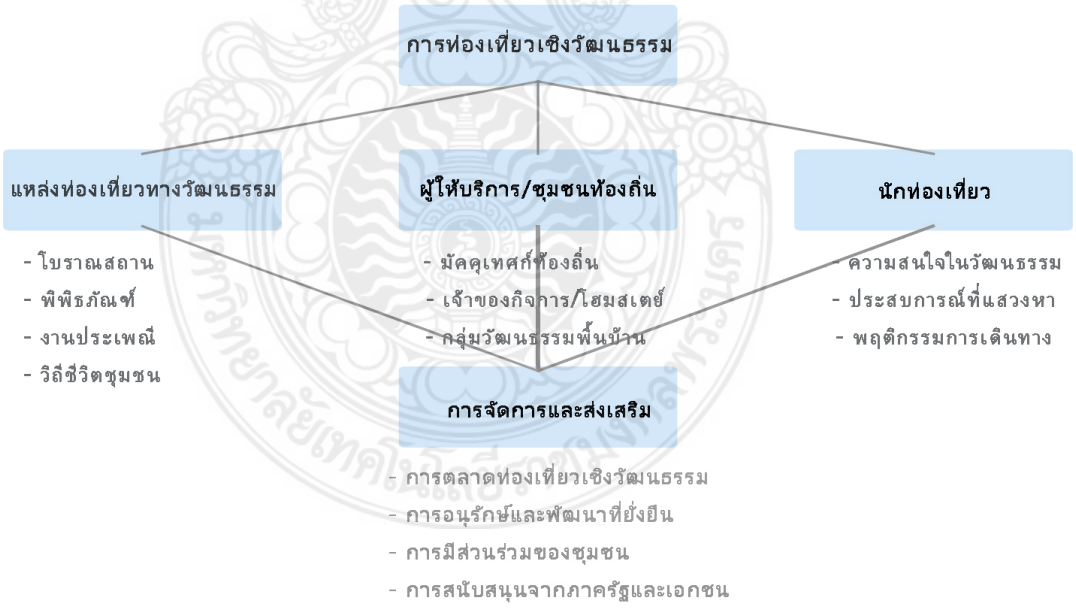
2. การศึกษานอกสถานที่ (Field Trip) เช่น การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์หรือชุมชนวัฒนธรรม

3. การแสดงศิลปะและวัฒนธรรม (Cultural Performance) เช่น การแสดงโขน ลิเก หรือดนตรีพื้นเมือง

4. การสอนผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ (Creative Learning) เช่น การเรียนรู้ผ่านเกมศิลปะ หรือโครงการออกแบบ

5. การเรียนรู้ผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community-based Learning) เช่น การเข้าไปสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน หรือการร่วมกิจกรรมเทศกาลของชุมชน

กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้แบบบูรณาการ แต่ยังช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจและซึมซับคุณค่าของวัฒนธรรม ต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อีกด้วย



ภาพที่ 6 แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วนสำคัญ ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

- โบราณสถาน
- พิพิธภัณฑ์
- งานประเพณี
- วิถีชีวิตชุมชน

2. ผู้ให้บริการ/ชุมชนท้องถิ่น

- มัคคุเทศก์ท้องถิ่น
- เจ้าของกิจการ/โฮมสเตย์
- กลุ่มวัฒนธรรมพื้นบ้าน
- กลุ่มสตรี/เยาวชนผู้สืบสาน

3. นักท่องเที่ยว

- ความสนใจในวัฒนธรรม
- ประสบการณ์ที่แสวงหา
- พฤติกรรมการเดินทาง
- การเรียนรู้และมีส่วนร่วม

4. การจัดการและส่งเสริม

- การตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- การอนุรักษ์และพัฒนาที่ยั่งยืน
- การมีส่วนร่วมของชุมชน
- การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน

พื้นที่ทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาจีน ไทยทรงดำ หมายถึง บริเวณหรือสถานที่ที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมของชุมชนไทยทรงดำในพื้นที่บ้านหัวเขาจีน ซึ่งเป็นที่รวบรวมมรดกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ หรือที่เรียกกันว่า "ลาวโซ่ง" ชุมชนบ้านหัวเขาจีน ได้ร่วมกันจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีน (เฮือนลาว) ขึ้นไว้เพื่อเป็นศูนย์ถ่ายทอดความรู้วิถีชีวิตทางวัฒนธรรมของชุมชนที่เรียกว่า “ไทยทรงดำ” และใช้เป็นศูนย์ทอผ้าไทยทรงดำของกลุ่มสตรีอาสาพัฒนา ซึ่งสามารถเป็นแหล่งเรียนรูทางภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี โดยมีการต้อนรับคณะศึกษาดูงานจากที่ต่าง ๆ ด้วยวิถีทางวัฒนธรรมท้องถิ่น และการแสดงทางวัฒนธรรมไทยทรงดำ เช่น สาธิตการทอผ้า การแสดงอิ้นกอน ฟ้อนแคน การสาธิต พิธีกรรมต่าง ๆ เป็นต้น (จิราภรณ์ แก้วมณี, 2557: 57)

ชุมชนบ้านหัวเขาจีนเป็นหนึ่งในชุมชนของชาวไทยทรงดำที่ยังคงอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมของตนอย่างเข้มแข็ง พื้นที่ทางวัฒนธรรมของชุมชนนี้จึงเป็นสถานที่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชาวไทยทรงดำในด้านต่างๆ เช่น

1. สถาปัตยกรรมและเรือนพื้นถิ่น

บ้านเรือนแบบไทยทรงดำที่สร้างด้วยไม้ ยกพื้นสูง มีหลังคาทรงโค้ง ("แป้นเกล็ด") ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำ

2. ภาษาและการสื่อสาร

ภาษาไทยทรงดำ หรือภาษาโซ่ง ซึ่งเป็นภาษาพูดที่มีลักษณะเฉพาะและใช้สืบทอดกันภายในชุมชน

3. การแต่งกาย

การแต่งกายแบบไทยทรงดำ ซึ่งนิยมใช้ชุดสีดำหรือน้ำเงินเข้ม ปักลวดลายสีขาวหรือแดง โดยเฉพาะในงานพิธีสำคัญ

4. ประเพณีและพิธีกรรม

พิธีกรรมบูชา "ผีเรือน" หรือ "ผีบรรพบุรุษ" ที่ถือเป็นหัวใจของวัฒนธรรมไทยทรงดำ เทศกาลสำคัญ เช่น "งานไหว้บรรพบุรุษ" และ "ประเพณีแห่น้ำ"

พิธีกรรมหรือประเพณี ไทยทรงดำจะประกอบไปด้วย พิธีเสนเรือน เป็นพิธีที่ สำคัญยิ่งของชาวไทยทรงดำ กล่าวคือ เสน คือ การเซ่นไหว้ ส่วนเรือนหรือเฮือนที่ชาวบ้านพูดถึงกนั คือ บ้านเรือนชาวไทยทรงดำ เชื่อว่า บรรดาบรรพบุรุษและเครือญาติที่ล่วงลับไปแล้วมาเฝ้าปกปัก รักษาลูกหลานที่ยังคงมีชีวิต ดังนั้น ตามบ้านของชาวไทยทรงดำจะกันห้องส่วนหนึ่งไว้เป็นห้องผีเรือน เรียกวา กะล้อห่อง (บ้างกเรียกว่า ห้องฮอง) เป็นที่รวมวิญญาณและเก็บรักษา ปั๊บผีเฮือน เป็นสมุดจดบันทึกรายชื่อคนตายที่ร่วมตระกูลนับถือผีเดียวกัน(จิราภรณ์ แก้วมณี, 2557: 106)

5. ศิลปะการแสดงและดนตรี

การฟ้อนรำไทยทรงดำ เช่น "รำโทน" ซึ่งเป็นศิลปะการแสดงที่มีจังหวะสนุกสนานดนตรีพื้นบ้านที่ใช้เครื่องดนตรีแบบดั้งเดิม เช่น แคน และกลอง

ภาพที่ 7 การฟ้อนรำไทยทรงดำของชาวไทยทรงดำ

6. อาหารพื้นถิ่น

อาหารดั้งเดิม เช่น แกงหน่อไม้ ต้มเปรอะ ข้าวหลาม และขนมพื้นบ้านต่างๆ

ภาพที่ 8 อาหารพื้นถิ่น

พื้นที่ทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาจีนจึงเป็นพื้นที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสังคม ที่ช่วยอนุรักษ์และถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยทรงดำให้กับคนรุ่นใหม่ รวมถึงเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสืบสานและส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชนให้คงอยู่ต่อไป

กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ของชาวไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน

ชุมชนบ้านหัวเขาจีนของชาวไทยทรงดำมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับคนรุ่นใหม่ นักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจเรียนรู้วัฒนธรรมไทยทรงดำ กิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่

1. กิจกรรมเรียนรู้ด้านภาษาและอัตลักษณ์ไทยทรงดำ

การเรียนรู้ภาษาไทยทรงดำ จัดกิจกรรมสอนภาษาพื้นเมือง ให้เยาวชนและผู้สนใจสามารถพูด ฟัง และเขียนภาษาไทยทรงดำได้

การแต่งกายไทยทรงดำ สาธิตและให้ผู้ร่วมกิจกรรมได้ลองแต่งชุดพื้นเมือง พร้อมอธิบายความหมายของลวดลายและสีสันบนเสื้อผ้า

2. กิจกรรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับหัตถกรรมและงานฝีมือ

การทอผ้าไทยทรงดำ ฝึกทอผ้าลวดลายดั้งเดิมของชาวไทยทรงดำ

การทำเครื่องจักสานและของใช้พื้นบ้าน สาธิตและสอนทำตะกร้า กระติ๊บข้าว และเครื่องมือจากไม้ไผ่ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

การทำเครื่องประดับและของที่ระลึกไทยทรงดำ อาทิ การทำเข็มกลัดที่มีลวดลายไทยทรงดำและการประดิษฐ์ของที่ระลึกจากวัสดุพื้นบ้าน

3. กิจกรรมเรียนรู้ประเพณีและพิธีกรรมไทยทรงดำ

การเรียนรู้พิธีกรรมบูชาบรรพบุรุษ – แนะนำพิธีกรรมสำคัญ เช่น การไหว้ผีเรือน และการเซ่นไหว้บรรพบุรุษ

การสาธิตพิธีแต่งงานไทยทรงดำ แสดงขั้นตอนของประเพณีแต่งงานแบบดั้งเดิม

ประเพณีแห่น้ำ ให้ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขอฝนและกาเคารพบูชาธรรมชาติ

4. กิจกรรมศิลปะ การแสดง และดนตรีพื้นบ้าน

การสอนฟ้อนรำไทยทรงดำ เช่น การรำโทน รำพื้นบ้านของชาวไทยทรงดำ

การเล่นดนตรีพื้นบ้าน สอนเล่นแคน กลอง และเครื่องดนตรีพื้นเมืองอื่นๆ

การขับร้องเพลงพื้นบ้าน เช่น เพลงกล่อมลูก เพลงขับไพเราะที่ใช้ในพิธีกรรมและเทศกาลสำคัญ

5. กิจกรรมส่งเสริมอาหารและภูมิปัญญาท้องถิ่น

การทำอาหารพื้นบ้านไทยทรงดำ เช่น การสาธิตการทำข้าวหลาม ต้มเปรอะ และแกงหน่อไม้

การทำขนมไทยทรงดำ เช่น ขนมเปียกปูน ขนมกล้วย และขนมพื้นบ้านอื่นๆ

การเรียนรู้การใช้สมุนไพรพื้นบ้าน สอนเกี่ยวกับสมุนไพรท้องถิ่นและการนำมาใช้เป็นยารักษาโรค

6. กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การนำเที่ยวชมหมู่บ้านวัฒนธรรมไทยทรงดำ ให้ความรู้เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและประวัติศาสตร์ของชุมชน

การเข้าร่วมเทศกาลวัฒนธรรมไทยทรงดำ เช่น เทศกาลไหว้บรรพบุรุษ และงานประจำปีของชุมชน

การนอนโฮมสเตย์เรียนรู้วิถีชีวิต เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสการใช้ชีวิตแบบไทยทรงดำ

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน แหล่งการเรียนรู้ชาติพันธุ์ไทยทรงดำ

ภาพที่ 9 แผนที่ท่องเที่ยวศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน

ที่มา : https://www.huaiyangton.go.th/public/list/data/detail/id/631/menu/1240/page/1

- **เส้นทางจักรยาน** ถนนที่ตัดผ่านหน้าศูนย์วัฒนธรรมเป็นเส้นทางจักรยานหลักของจังหวัดราชบุรี หากใตรปั่นจักรยานผ่านมา สามารถแวะชมการทอผ้าและซื้อของฝากได้
- **โฮมสเตย์** มีโฮมสเตย์ 7 หลัง ให้พักสำหรับผู้สนใจอยากลองใช้ชีวิตและเรียนรู้วัฒนธรรมไทยทรงดำอย่างใกล้ชิด

- **การอนุรักษ์การทอผ้า** ชุมชนมีการอนุรักษ์การทอผ้าที่โดดเด่นตามแบบฉบับวัฒนธรรมไทยทรงดำ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา

- **สินค้า** มีจำหน่ายผ้าทอมือไทยทรงดำ ลวดลายเฉพาะของที่นี่ ออกมาในรูปแบบต่างๆ เช่น กระเป๋า ผ้าพันคอ ผ้าขาวม้า

- **กิจกรรมต่างๆ**จัดขึ้นเพื่อการเรียนรู้ วัฒนธรรม เช่น การสาธิต การทอผ้าและย้อมสี

ภาพที่ 10 เส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยว ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีน

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน เรียนรู้วิถีชีวิตไทยทรงดำ

กิจกรรมที่ 1 เล่าขานตำนานโซ่ง ชุมชนไทยทรงดำ มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ควรค่าแก่การศึกษาความเป็นมาและเป็นไปของชาติพันธุ์ไทยทรงดำในพื้นที่บ้านหัวเขาจีน จังหวัดราชบุรี

กิจกรรมที่ 2 เบี้ยแก่นแตง พืชตระกูลแตงมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของชาวไทยดำ สามารถเจริญเติบโตได้ทุกที่ แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ แม้จะอยู่ไหนก็ตาม

กิจกรรมที่ 3 พวงกุญแจหน้าหมอน ลายหน้าหมอน คือการปักลวดลายลงบนหมอนโดยหญิงสาวไทยทรงดำ เพื่อแสดงถึงความพิถีพิถัน และคุณสมบัติที่เพียบพร้อมก่อนการออกเรือน แต่ละลายที่สวยงามนี้แฝงไปด้วยความหมายที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตและความเชื่อของชาวไทยดำ

กิจกรรมที่ 4 ยางรัดผมจากผ้าขาวม้า ผ้าขาวม้าเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตใช้เอง ผ้าส่วนที่เหลือจากการตัดเย็บผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ชุมชนนำมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าให้มีความเก๋ไก๋

กิจกรรมที่ 5 วีฮังผึ้ง(พัดใบตาล) เกิดจากในอดีตมีต้นตาลในพื้นที่ค่อนข้างเยอะ เมื่ออากาศร้อนจึงตัดใบตาลมาสานให้มีลักษณะคล้ายรังผึ้ง ทำได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถพัดกินลมสู้กับอากาศร้อนได้เป็นอย่างดี เย็นสบาย

กิจกรรมที่ 6 ตุ๊กตาสีผึ้งไทยทรงดำ ผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากขี้ผึ้ง บรรจุในรูปลักษณ์ตุ๊กตาไทยทรงดำ มีเอกลักษณ์และสดุดตา เป็นเครื่องสำอางที่อยู่คู่กับสตรีไทยทรงดำมาอย่างยาวนาน เป็นผลิตภัณฑ์สีผึ้งที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น

กิจกรรมที่ 7 เครื่องดื่มสมุนไพรจากน้ำผึ้งชันโรง เมนูเครื่องดื่มสมุนไพรจากน้ำผึ้งชันโรง รสชาติหวานละมุน แถมยังมีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว หนึ่งในเครื่องดื่มที่น่าสนใจ

กิจกรรมที่ 8 แจ่วเอือนด้าน เป็นอาหารท้องถิ่นใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในครัวเรือน สามารถนำมาปรุงได้กับทุกเมนูอาหาร ในทุกโอกาส แจ่วเอือนด้าน มีการปรับปรุงรสชาติให้ดีขึ้น เป็นที่นิยมมาจนถึงปัจจุบัน

กิจกรรมที่ 9 พริกแกงเผ็ด ไทยดำรำพัน พริงแกงเผ็ดหนึ่งในวัฒนธรรมอาหารของคนไทยที่สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน กลิ่นหอมของพริกพรานในพริกแกงเผ็ดรำพัน รสชาติแตกต่างจากพริกแกงเผ็ดธรรมดาเพิ่มรสชาติที่ลุ่มลึกและกลิ่นหอมเย้ายวนที่ไม่มีใครเทียบได้

กิจกรรมที่ 10 ขนมควายลุย ใช้ส่วนประกอบหลักเป็นข้าวเหนียว มาทำเป็นขนมหวาน สามารถทำได้จำนวนมากๆในคราวเดียว ส่วนคำว่าขนมควายลุย มาจากวิถีชีวิตเกษตรกร ของชาวไทยดำที่ใช้ความอดทนเป็นอย่างมากดั่งควายที่ลุยนาลุยโคลน

ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน เรียนรู้วิถีชีวิตไทยทรงดำ เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมไทยทรงดำมีกิจกรรมที่สร้างความรู้ด้านวัฒนธรรมความเป็นมาของชาวไทยทรงดำ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกกิจกรรมในการเรียนรู้วิถีได้ แต่ละกิจกรรมใช้เวลาในการเรียนรู้ประมาณ 1 ชั่วโมง

กิจกรรมที่ 1 เล่าขานตำนานโซ่ง ชุมชนไทยทรงดำ มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ควรค่าแก่การศึกษาความเป็นมาและเป็นไปของชาติพันธุ์ไทยทรงดำในพื้นที่บ้านหัวเขาจีน จังหวัดราชบุรี

กิจกรรมที่ 2 เบี้ยแก่นแตง พืชตระกูลแตงมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของชาวไทยดำสามารถเจริญเติบโตได้ทุกที่ แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ แม้จะอยู่ไหนก็ตาม

ภาพที่ 11 กิจกรรมที่ 1 เล่าขานตำนานกิจกรรมที่ 2 เบี้ยแก่นแตง กิจกรรมที่ 2 เบี้ยแก่นแตง

ภาพที่ 12 กิจกรรมที่ 3 พวงกุญแจหน้าหมอน กิจกรรมที่ 4 ยางรัดผมจากผ้าขาวม้า

กิจกรรมที่ 3 พวงกุญแจหน้าหมอน ลายหน้าหมอน คือการปักลวดลายลงบนหมอนโดยหญิงสาว ไทยทรงดำ เพื่อแสดงถึงความพิถีพิถัน และคุณสมบัติที่เพียบพร้อมก่อนการออกเรือน แต่ละลายที่สวยงามนี้แฝงไปด้วยความหมาย

กิจกรรมที่ 4 ยางรัดผมจากผ้าขาวม้า ผ้าขาวม้าเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตใช้เอง ผ้าส่วนที่เหลือจากการตัดเย็บผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ชุมชนนำมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าให้มีความเก๋ไก๋

ภาพที่ 13 กิจกรรมที่ 5 วีฮังผึ้ง(พัดใบตาล) กิจกรรมที่ 6 ตุ๊กตาสีผึ้งไทยทรงดำ

กิจกรรมที่ 5 วีฮังผึ้ง(พัดใบตาล) เกิดจากในอดีตมีต้นตาลในพื้นที่ค่อนข้างเยอะ เมื่ออากาศร้อนจึงตัดใบตาลมาสานให้มีลักษณะคล้ายรังผึ้ง ทำได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถพัดกินลมสู้กับอากาศร้อนได้เป็นอย่างดี

กิจกรรมที่ 6 ตุ๊กตาสีผึ้งไทยทรงดำ ผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากขี้ผึ้ง บรรจุในรูปลักษณ์ตุ๊กตาไทยทรงดำ มีเอกลักษณ์และสดุดตา เป็นเครื่องสำอางที่อยู่คู่กับสตรีไทยทรงดำมาอย่างยาวนาน เป็นผลิตภัณฑ์สีผึ้งที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น

ภาพที่ 14 กิจกรรมที่ 7 เครื่องดื่มสมุนไพรจากน้ำผึ้งชันโรง กิจกรรมที่ 8 แจ่วเอือนด้าน

กิจกรรมที่ 7 เครื่องดื่มสมุนไพรจากน้ำผึ้งชันโรง เมนูเครื่องดื่มสมุนไพรจากน้ำผึ้งชันโรง รสชาติหวานละมุน แถมยังมีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว หนึ่งในเครื่องดื่มที่น่าสนใจ

กิจกรรมที่ 8 แจ่วเอือนด้าน เป็นอาหารท้องถิ่นใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในครัวเรือน สามารถนำมาปรุงได้กับทุกเมนูอาหาร ในทุกโอกาส แจ่วเอือนด้าน มีการปรับปรุงรสชาติให้ดีขึ้น เป็นที่นิยมมาจนถึงปัจจุบัน

ภาพที่ 15 กิจกรรมที่ 9 พริกแกงเผ็ด ไทยดำรำพัน กิจกรรมที่ 10 ขนมควายลุย

กิจกรรมที่ 9 พริกแกงเผ็ด ไทยดำรำพัน พริกแกงเผ็ดหนึ่งในวัฒนธรรมอาหารของคนไทยที่สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน กลิ่นหอมของพริกพรานในพริกแกงเผ็ดรำพัน รสชาติแตกต่างจากพริกแกงเผ็ดธรรมดา เพิ่มรสชาติที่ลุ่มลึกและกลิ่นหอม

กิจกรรมที่ 10 ขนมควายลุย ใช้ส่วนประกอบหลักเป็นข้าวเหนียว มาทำเป็นขนมหวาน สามารถทำได้จำนวนมากๆในคราวเดียว ส่วนคำว่าขนมควายลุย มาจากวิถีชีวิตเกษตรกร ของชาวไทยดำที่ใช้ความอดทนเป็นอย่างมาก

สรุป กิจกรรมเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยทรงดำของชุมชนบ้านหัวเขาจีน ช่วยให้คนรุ่นใหม่และผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ดั้งเดิม พร้อมทั้งมีโอกาสนำไปต่อยอดเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยว และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมต่อไป

2.2.2 รูปแบบ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นแนวคิดการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับวัฒนธรรม ศิลปะ และวิถีชีวิตของชุมชน ผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ มากกว่าการเป็นเพียงผู้สังเกตการณ์

2. องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว : นักท่องเที่ยวสามารถมีปฏิสัมพันธ์และลงมือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

ความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม : สถานที่และกิจกรรมต้องสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ไม่ซ้ำแบบใคร

การเรียนรู้และการพัฒนา : นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และทักษะใหม่ๆ จากประสบการณ์ตรง

ความยั่งยืนและการพัฒนาชุมชนส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัสการชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงาม ทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่าง ทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นในด้านของศิลปะสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์รูปแบบวิถีชีวิตภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ กระตุ้นให้เกิดเป็นการ ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น

ลักษณการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับกลุ่มชาติพันธุ์

การสัมผัสโดยตรงระหว่างนักท่องเที่ยวกับ กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ มีระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งทำ ให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างน้อย 2 ประเภท (จริญญา เจริญสดใส, 2544) คือ

1) ท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรพื้นถิ่นอย่างเต็มรูปแบบโดยนักท่องเที่ยว ไปพากันอาศัยอยู่กับกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ เป็นระยะเวลาหนึ่ง และใช้ชีวิตเหมือนชนพื้นเมืองอาทิ การท่องเที่ยวพากันค้างแรมแบบโฮมสเตย์

2) การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่นแบบมีการจัดการโดย นักทัศนาจรไปทัศนศึกษาเยี่ยมชมกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่ง ในช่วงเวลาสั้นๆ ไม่พักค้างแรมโดยพยายา เรียนรู้เข้าใจวัฒนรรมของชนเผ่านั้น และแต่ไม่ได้ลองใช้ชีวิตในรูปแบบเดียวกับพื้นเมือง

(อาภาวดี ทับสิรักษ์, 2555) ได้อธิบายว่า ทุกสังคมต้องมีวัฒนธรรม และวัฒนธรรมของแต่ละ สังคมย่อมมีลักษณะเฉพาะที่แสดงออกให้ปรากฏจนทำให้บางท่านใช้ขอบเขตของวัฒนธรรมเป็นเครื่องแบ่งอาณาเขตประเทศชาติได้ลักษณะของวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วย

1. เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสิ่งช่วยในการดำเนินชีวิต ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นล้วนเป็นวัฒนธรรม

2. วัฒนธรรม เป็นผลรวมหลายสิ่งหลายอย่าง เช่น ความรู้ความเชื่อวิถีในการดำเนินชีวิต สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ

3. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมมิใช่เกิดขึ้นเอง โดยปราศจากการเรียนรู้มาก่อน และลักษณะข้อนี้เองที่ทำให้มนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์ กล่าวคือ พฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์เกิดจากการเร้าของสัญชาติญาณ ส่วนมนุษย์นั้นมีสมองอันทรงคุณภาพจึง สามารถรู้จักคิดถ่ายทอดและเรียนรู้ กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้น จากการที่มีการติดต่อกับบุคคลอื่น ในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นลักษณะที่สำคัญยิ่งของวัฒนธรรม

4. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นมรดกของสังคมเป็นผลของการถ่ายทอด การเรียนรู้และเครื่องมือ ที่ใช้ในกระบวนการดังกล่าว คือการสื่อสารโดยสัญลักษณ์ ได้แก่การที่มนุษย์มีภาษาใช้ที่แน่นอน ซึ่งมี ส่วนช่วยให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรม จากคนรุ่นก่อน ๆ ดำเนินสืบเนื่องกันมา ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีลักษณะเป็น“มรดกแห่งสังคม”

5. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็น Super Organic หมายถึง สิ่งที่เป็นปรากฏการณ์อย่างเดียวกัน ในทางกายภาพหรือทางชีวภาพนั้นอาจเป็นปรากฏการณ์ที่แตกต่างกันไปในแง่ของวัฒนธรรม กล่าวคือของสิ่งหนึ่งอาจนำมาใช้ในความหมายที่ต่างกัน ออกไปในแต่ละสังคมทั้ง ๆ ที่ก็คือสิ่งเดียวกันนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ลิ้นเป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของทุกคนชาวทิเบตนา มาใช้แสดงออกซึ่งความเคารพนับถือด้วยการแลบลิ้นส่วนชาวไทยกลับถือเป็นการแสดงที่ไม่สุภาพ เป็นต้น

6. วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต หรือแบบแผนการดำรงชีวิตของมนุษย์ นอกจากนี้ วัฒนธรรมเป็นแบบอย่างการดำรงชีวิตของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกเรียนรู้การถ่ายทอดไปด้วยการสั่งสอนทั้งทางตรงและทางอ้อม

7. เป็นผลจากการช่วยกันสร้างสรรค์ของมนุษย์และได้มีการปรับปรุงดัดแปลงสิ่งใดที่ไม่ดีหรือล้าสมัยก็เลิกใช้ไป สิ่งใดที่ดีก็ยังคงเอาไว้ใช้ต่อไป เช่น การเพาะปลูกเดิมใช้แรงสัตว์ต่อมาเห็นว่าเป็นวิธีที่ล่าช้า และล้าสมัยจึงประดิษฐ์หรือซื้อเครื่องมือเครื่องจักรมาใช้ในงานเพาะปลูกทำให้ผลผลิต มากขึ้น

8. วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงและมีการปรับตัว

9. วัฒนธรรมมิใช่เป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งแต่เป็นของส่วนรวมสิ่งที่จะถือว่าเป็นวัฒนธรรม ได้จะต้องเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับถือปฏิบัติมิใช่เฉพาะคนใดคนหนึ่งยอมรับถือปฏิบัติเท่านั้น

2.2.3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ในช่วงหลายปีที่ผ่านมีการนำกระบวนทัศน์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้ามาเป็นทางเลือกใหม่ทางการท่องเที่ยว นิยามของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ถูกกำหนดโดยนักวิชาหลากหลาย Crispin Raymond และ Greg Richards เป็นผู้ริเริ่มแนวคิด ดังกล่าวและนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาส

ให้ผู้เดินทางมาเยือนได้ พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมใน กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไป ตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ, 2554 : 37) กิจกรรมมีหลากลายไม่ว่าจะเป็นการทดลองทำอาหาร การทดลองทำศิลปหัตถกรรม การทดลองใช้ชีวิตตามแบบอย่าง ผู้คนในชุมชน เพื่อให้เข้าใจถึง วัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์ของผู้คนและสถานที่นั้นๆ ผ่านประสบการณ์ตรง นอกจากนี ยังมีหน่วยงาน และนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอีกหลายท่านได้นิยามค้าว่าการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำหรับทัศนะผู้เขียนเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวซึ่งนำทรัพยากรทางวัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ มาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพื่อสร้างสรรค์ ประสบการณ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในพื้นนที่ ดังนั้นจะ เห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวของโลกปัจจุบันที่มีจุดหมายเพื่อการสนทนา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมและเชื่อว่าจะช่วยให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการท้าความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าของความหลากหลายในวัฒนธรรม ซึ่งนอกจากจะเป็นการเสริมแรงให้กับการ ตระหนักรู้ ในคุณค่าของชุมชนของตนเองแล้ว ขณะเดียวกันก็เป็นการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของการ สร้างสรรค์ให้กับ นักท่องเที่ยวเพื่อน้าประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวไปใช้ในวิถีชีวิตของตนเอง

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Community Based Tourism: C-CBT) เป็นการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพิ่มคุณค่าหาความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์และแบ่งปันชุมชน โดยยึดหลักการกระจายอำนาจและมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างระบบและกลไกให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม ซึ่งคงรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ โดยมีการแบ่งสรรปันส่วนผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ซึ่งกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม (Active participation) ต้องมีความสร้างสรรค์มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนโดยเป็นการสร้างประสบการณ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม อันเสริมสร้างผลลัพธ์เชิงบวกให้แก่ทั้งสองฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นจิตสำนึกอนุรักษ์ความประทับใจในประสบการณ์การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม (พัฒนินทร์ ศุขโรจน์, วารสาร มจรอุบลปริทรรศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2562)

2.2.4 ผลิตภัณฑ์ OTOP ของชุมชน

ผ้าขาวม้า 4 ตะกอ กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าขาวม้าไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีน อ.ปากท่อชุมชนไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีนในปัจจุบันอำเภอปากท่อจังหวัดราชบุรีเป็นจุดที่การผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ที่สะท้อนถึงประเพณีและวัฒนธรรมพื้นเมืองผลิตภัณฑ์

ผ้าขาวม้าทอมือไทยทรงดำ ผลิตภัณฑ์สำหรับชุมชนของโดยกลุ่มถนนอผ้าไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีนได้ในส่วนของการทอผ้าขาวม้าส่วนใหญ่จะให้สีสันและเฉลิม ฉลอง

1. ผ้าซิ่นลายแตงโมผ้าซิ่นที่มีเฉพาะตัวเท่านั้นที่เปล่งแสงสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชาวไทยทรงดำดำ

2. ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ โดยทั่วไปผ้าขาวม้าและผ้าซิ่นแล้วชุมชนยังผลิตสินค้าอื่นจากผ้าทอมือเช่นกระเป๋าของที่ระลึก ต่างต่าง

2.3 ข้อมูลเทคโนโลยีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ แนวทางสร้างสรรค์

2.3.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งได้ผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์ และออกแบบเพื่อนำเสนอในรูปแบบที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทั้งในด้านการใช้งาน ความสวยงาม และคุณค่าทางจิตใจ โดยยังคงไว้ซึ่งสาระสำคัญและอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมต้นทาง (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2561)

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม หรือเรียกอีกอย่างว่า “สินค้าทางวัฒนธรรม”ยังสามารถจ้าแนกออกได้ 2 ประเภทคือ

1. สินค้าวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Culture) ได้แก่โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัด ภาพเขียน ผลงานทางศิลปะ รูปปั้น หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ทุนวัฒนธรรม สัมผัสได้นี้ไม่ได้ถูกจ้ากัดในรูปแบบเฉพาะมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังขยายความถึงไปถึงทุนกายภาพ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น อาคาร สิ่งประดิษฐ์ ทุนวัฒนธรรมรูปแบบนี้ เกิดผุผังได้ถ้าไม่ได้รับการดูแลรักษาเท่าที่ควร และวัฒนธรรมรูปแบบนี้ สามารถมีมูลค่าเพิ่มในตัวเอง

2. สินค้าวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Culture) เป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทางปัญญาหรืออาจเรียกว่าวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Nonmaterial Culture) ได้แก่ ความคิด การปฏิบัติความเชื่อและค่านิยมที่แบ่งปันระหว่างสมาชิกในชุมชน เช่นขนบธรรมเนียมประเพณี พิธีกรรม ศิลปะการแสดงวรรณกรรม นิทาน ดนตรี ตำนานพื้นบ้าน เป็นต้น ถึงแม้ว่าทุนวัฒนธรรมจะแบ่งเป็นทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ แต่ทุนวัฒนธรรมทั้งสองประเภทนี้มีความสัมพันธ์กันเนื่องจากสิ่งที่สัมผัสได้ มักมีความหมาย หรือคุณค่าอยู่เบื้องหลังนอกจากนี้ทุนวัฒนธรรมในสองรูปแบบนี้สามารถปรากฏได้ในทุกช่วงของเวลา ในฐานะทุนคงคลัง (Capital Stock) ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์และคุณค่าทางวัฒนธรรม (บุษราภรณ์ พวงปัญญาและคณะ, 2559)

ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมอาจอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์จับต้องได้ เช่น งานหัตถกรรม เสื้อผ้า ของตกแต่ง หรืออาหารพื้นถิ่น และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น การแสดง การละเล่น ศิลปะพื้นบ้าน หรือเรื่องเล่า ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมีบทบาทสำคัญในการสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน และสามารถนำไปต่อยอดเป็นทุนทางเศรษฐกิจได้ (ศุภชัย อรุณรักษ์ติชัย, 2560)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการนำองค์ความรู้จากวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือมรดกทางวัฒนธรรม มาต่อยอดและสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้ โดยไม่ละทิ้งคุณค่าทางวัฒนธรรมดั้งเดิม ซึ่งมุ่งเน้นการอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจ (ศุภชัย อรุณรักษ์ติชัย, 2560)

กระบวนการพัฒนาดังกล่าวอาจครอบคลุมตั้งแต่การออกแบบ การคัดเลือกวัสดุ การปรับปรุงรูปลักษณ์ การสร้างบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดสมัยใหม่ ขณะเดียวกันก็ยังคงสื่อสารความหมายทางวัฒนธรรมอย่างถูกต้องและมีคุณค่า (ธนกร วีระไวทยะ, 2563)

ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Products) หมายถึง สินค้าและบริการที่มีรากฐานมาจากศิลปะ ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งสะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม หมายถึง สินค้า บริการ หรือผลงานที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนหรือประเทศหนึ่งๆ ซึ่งอาจได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นจากองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี ศิลปะ และวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมนั้น

ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมสามารถนำไปพัฒนาเชิงพาณิชย์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การส่งออกสินค้า OTOP หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจและสร้างความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมโดยทั่วไปประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การศึกษาวิเคราะห์วัฒนธรรมต้นทาง การคัดเลือกจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ การผลิตต้นแบบ การทดลองตลาด และการพัฒนาเชิงพาณิชย์ ซึ่งต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน นักออกแบบ และนักพัฒนาอย่างใกล้ชิด (ธนกร วีระไวทยะ, 2563)

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางวัฒนธรรม

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลวัฒนธรรมเป็นขั้นตอนสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นกระบวนการนี้ช่วยให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดได้อย่างเหมาะสม โดยมีขั้นตอนหลักดังนี้

การสำรวจและรวบรวมข้อมูลทางวัฒนธรรม

1. ศึกษาประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น

-ค้นคว้าเอกสาร ตำนาน และเรื่องราวทางวัฒนธรรม

-ศึกษาวัตถุโบราณ ศิลปะพื้นบ้าน และสัญลักษณ์ท้องถิ่น

2. สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์ชาวบ้าน

-สอบถามข้อมูลจากชุมชนหรือบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม

-บันทึกแนวคิดและมุมมองที่สามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3. การวิเคราะห์อัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม

-วิเคราะห์อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน

-เอกลักษณ์ จุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถนำมาสร้างผลิตภัณฑ์ได้

-ศึกษาลวดลาย ศิลปะ และสัญลักษณ์เฉพาะตัวของวัฒนธรรมนั้น ๆ

-วิเคราะห์จุดแข็งของวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์

4. ประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรม

-ศึกษาแบ่งประเภทคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ จิตวิญญาณ และสังคม

-ศึกษาความหมายและเรื่องราวที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงวัฒนธรรมได้อย่างถูกต้อง

5. การวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมในตลาด

- สำรวจแนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

- วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

-ศึกษาแนวโน้มการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม

-เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมที่มีอยู่ในตลาด

-วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

-หาช่องว่างทางการตลาดที่สามารถพัฒนาเป็นจุดขายใหม่ได้

6. การนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ใช้ข้อมูลที่วิเคราะห์มาสร้างแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผสมผสานเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมเข้ากับความต้องการของตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่สวยงาม แต่ยังมีเรื่องราวที่น่าสนใจ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่ช่วยให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างลึกซึ้ง และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3.2 ศิลปะและความงามในการออกแบบผลิตภัณฑ์

ความหมายของศิลปะและความงามในการออกแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบที่ดี มีความสวยงามจะช่วยเพิ่มมูลค่า สร้างเอกลักษณ์ความน่าสนใจ โดยการออกแบบที่ดีจะต้องคำนึงถึงทั้งด้านความสวยงามและการใช้งานได้จริง

1. องค์ประกอบของศิลปะและความงามในการออกแบบผลิตภัณฑ์

- องค์ประกอบทางสายตา (Visual Elements)

- สี(Color) การใช้สีที่เหมาะสมช่วยสร้างอารมณ์และความรู้สึกให้กับผลิตภัณฑ์

-.เส้นและรูปทรง (Lines & Shapes) กำหนดโครงสร้างและลักษณะของผลิตภัณฑ์

- พื้นผิว (Texture) เพิ่มมิติและสัมผัสที่แตกต่าง

2. หลักการออกแบบ (Design Principles)

- ความสมดุล (Balance) การกระจายน้ำหนักขององค์ประกอบให้ดูสมดุล
- จุดเด่น (Emphasis) การเน้นจุดสำคัญเพื่อดึงดูดความสนใจ
- ความเป็นเอกภาพ (Unity) การจัดองค์ประกอบให้เกิดความสอดคล้องกัน
- ความกลมกลืน (Harmony) การผสมผสานองค์ประกอบให้มีความสวยงาม

3. แนวทางการนำศิลปะและความงามไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์

1. การออกแบบตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม
   - ใช้ลวดลาย ศิลปะ และสัญลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น
   - ผสมผสานเทคนิคดั้งเดิมกับการออกแบบสมัยใหม่
2. การออกแบบที่คำนึงถึงประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience – UX)
   - ทำให้ผลิตภัณฑ์ใช้งานง่ายและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค
   - ออกแบบให้มีสัมผัสที่ดีและความรู้สึกที่ดึงดูด
3. การใช้เทคโนโลยีในการออกแบบ
   - ใช้ซอฟต์แวร์ออกแบบกราฟิก 3D เพื่อเพิ่มความแม่นยำ
   - นำเทคนิคการผลิตที่ทันสมัยมาช่วยเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ศิลปะและความงามในการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่าง เพิ่มมูลค่า และทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ การออกแบบที่ดีจะต้องผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน

2.3.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Design) หมายถึง กระบวนการคิดสร้างสรรค์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการนำเทคโนโลยีและแนวคิดสร้างสรรค์มาผสมผสานเพื่อเพิ่มมูลค่าและความแตกต่างของสินค้าในตลาด

บริบทของงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่มักมุ่งเน้นไปที่การสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะในกรณีที่นำองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมชุมชน มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันในตลาดที่มีความหลากหลายสูง (พิมลพรรณ วงศ์ศรีนิล, 2561) ทั้งนี้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถเกิดได้จากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของตลาด แนวโน้มของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี หรือการตอบสนองต่อปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) หมายถึง การเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่แบบริเริ่มสร้างสรรค์ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมของธุรกิจให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น หรือเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจที่มีลักษณะเหมือนผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยสามารถจำแนกลักษณะของผลิตภัณฑ์ใหม่ออกได้เป็น 3 ลักษณะคือ (นิรัช ศิริชัย, 2548)

1) ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Innovation Product) หมายถึง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นครั้งแรกที่ยังไม่มีมาก่อนในตลาด

2) ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับปรุงในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอีกครั้ง

3) ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Me – too Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจซึ่งเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดอยู่แล้ว

ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Design) เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญในการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ที่ต้องคำนึงถึงทั้งอัตลักษณ์ของชุมชนและความคิดสร้างสรรค์ร่วมสมัย (Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D., 2016) ได้เสนอขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ไว้อย่างเป็นระบบ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ขั้นตอนหลัก ดังนี้:

1. การระบุโอกาสทางการตลาด (Opportunity Identification)

การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภค รวมถึงแนวโน้มทางสังคม วัฒนธรรม หรือเทคโนโลยี ที่เอื้อต่อการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่

2. การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Development)

การรวบรวมและพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์จากการระดมความคิด การวิเคราะห์จุดเด่นของวัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น และการเลือกแนวทางที่มีศักยภาพ

3. การคัดเลือกและประเมินแนวคิด (Concept Selection & Evaluation)

วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแนวคิด ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ การผลิต การออกแบบ และความน่าสนใจของผู้บริโภค เพื่อเลือกแนวคิดที่เหมาะสมที่สุด

4. การออกแบบรายละเอียด (Detailed Design)

พัฒนาแบบร่าง รูปแบบ รูปร่าง วัสดุ การใช้งาน และฟังก์ชันของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนาต้นแบบเพื่อทดลองใช้

5. การทดสอบต้นแบบ (Prototype Testing)

สร้างต้นแบบจริงเพื่อนำไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อประเมินข้อดี ข้อเสีย และความพึงพอใจ

6. การผลิตและการวางแผนเชิงพาณิชย์ (Production & Launch Planning)

เตรียมความพร้อมด้านการผลิต การตั้งราคาขาย กลยุทธ์ทางการตลาด และการจัดจำหน่าย เพื่อวางจำหน่ายในตลาด

การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Design) หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยมีมาก่อน หรือเป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งในด้านรูปแบบการใช้งาน ความสวยงาม นวัตกรรม วัสดุ หรือเทคโนโลยี โดยยังคงคำนึงถึงต้นทุนการผลิต ความสามารถในการผลิตจริง และศักยภาพในการทำตลาด (Ulrich & Eppinger, 2016) โดยกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มี 8 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2543)

ขั้นที่ 1 การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation) เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการค้นหาความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นความคิดที่มองเห็นลู่ทางที่จะขายผลิตภัณฑ์นั้นในขั้นนี้จึงเข้าไปเกี่ยวข้องกับการค้นหาแหล่งความคิดและวิธีการในการค้นหาความคิด

ขั้นที่ 2 การกลั่นกรองและการประเมินความคิด (Screening and Evaluation of Idea) เป็นการพิจารณากลั่นกรองความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างขึ้นจากขั้นหนึ่งว่า ความคิดใดที่จะนามาวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นต่อไป

ขั้นที่ 3 การพัฒนาแนวความคิดและการทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing) เป็นงานที่จะต้องกระทาหลังจากผ่านกระบวนการกลั่นกรองความคิดจากขั้นที่ 2 แล้ว ในขั้นที่ 3 นี้เป็นการพัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตได้สร้างขึ้นและการสร้างความคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์ให้เกิดกับผู้บริโภครวมทั้งภาพลักษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมองผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคมองผลิตภัณฑ์จริงๆส่วนการทดสอบความคิด (Concept Testing) หมายถึง การนำ ความคิดไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคเพื่อดูความรู้สึกนึกคิด และการยอมรับความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ถ้าความคิดนั้นมีความเป็นไปได้ก็จะนาไปสู่ขั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 4 การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development) เป็นการพัฒนาเครื่องมือการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ (1) ขนาดโครงสร้างและพฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย (Target Market's Size, Structure and Behavior) (2) การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) (3) ยอดขายและกาไรตามเป้าหมายในระยะยาว (Long - run Sales and Profit Goods) และกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix Strategies)

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis) เป็นการพิจารณาว่าความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คัดเลือกไว้จะมีความเป็นไปได้เพียงใดในทางธุรกิจ งานในขั้นนี้ประกอบด้วย (1) กาหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ (2) คาดคะเนความต้องการซื้อของตลาด (3) คาดคะเนต้นทุนและกาไร (4) กาหนดภาระความรับผิดชอบเพื่อศึกษาความเป็นไปได้สาหรับผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นการเปลี่ยนความคิดที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปเป็นร่าง (Physical Product) ขึ้นมาประกอบด้วย การพัฒนาด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Product Prototype) และการพัฒนาหน้าที่การทางานของผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 7 การทดสอบตลาด (Market Testing) เป็นการนาผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วไปทดสอบการยอมรับของลูกค้าเป้าหมายในอาณาเขตที่จากัด โดยมีการใช้โปรแกรมการตลาดที่กาหนดให้ ในขั้นนี้จะทาให้ทราบข้อบกพร่องที่จะต้องแก้ไขปรับปรุงต่างๆ

ขั้นที่ 8 การดำเนินธุรกิจ (Commercialization) เป็นการนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดจริงตาม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง **การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**ดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาข้อมูลมีดังนี้

1. ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล ภาคเอกสาร

ผู้วิจัยทำการศึกษารวบรวมข้อมูล ด้านเอกสาร ก่อนที่จะทำการสำรวจภาคสนาม ข้อมูลภาคเอกสารได้แก่ เอกสารข้อมูลทางราชการ วิทยานิพนธ์ วารสาร บทความหนังสือฯลฯ รวมไปถึงการค้นคว้าทางอินเตอร์เน็ต สื่อออนไลน์

2. ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลพื้นที่ ที่ทำการศึกษา

2.1 สังเกตการณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2.2 สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ในเขตพื้นที่ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยสนทนาในขอบเขตที่ระบุไว้ ให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

2.3 บันทึกข้อมูลภาพ รวบรวมเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ คุณค่าทางความงามเชิงศิลป์ เอกลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อหาแนวทางการสร้างผลงานคุณสมบัติของวัสดุต่างๆที่ทำผลิตภัณฑ์ เทคนิคกระบวนการสร้างรูป

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1.การเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ กลุ่มชุมชนไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน จำนวน 10 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

2.การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อประเมินผลงานก่อนนำไปทำต้นแบบ

3.การประเมินผลงาน ด้วยแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจ จำนวน 50 คน เพื่อประเมินผลงานผลิตภัณฑ์

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ (Interview) กลุ่มชุมชนไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้น ศึกษาข้อมูลขั้นพื้นฐาน ข้อมูลด้านวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำ ปัญหาและความต้องการของกลุ่ม ด้านผลิตภัณฑ์ ทำการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยคำถามลักษณะปลายเปิดและคำถามปลายปิดที่ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ

2. แบบสอบถาม เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในการขายของชุมชนไทยทรงดำสำรวจข้อมูลภาคสนาม เกี่ยวกับข้อมูลและการลงพื้นที่จัดประชุมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมวาง

แผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยอาศัยแนวทางและขั้นตอนบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. แบบสอบถาม แบบประเมินความพึงพอใจ เพื่อประเมินคุณภาพของผลงานต่อผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีนในส่วนของข้อมูลความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบประเมินโดยเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended)เพื่อใช้เป็นแนวทางแก้ไขปรับปรุงต่อไป

3.3 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 **ประชากรที่ใช้ในการศึกษา**

-กลุ่มประชากร ชุมชนไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน จังหวัดราชบุรี จำนวน 10 คน

-กลุ่มประชากร ผู้มีความรู้ด้านวัฒนธรรมไทยทรงดำ จำนวน 5 คน

-กลุ่มประชากร กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 57 คน

1.2 **กลุ่มตัวอย่าง**

-กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลพื้นฐานวัฒนธรรมไทยทรงดำ ได้แก่ กลุ่มสตรีทอผ้าไทยทรงดำ(บ้านหัวเขาจีน) จำนวน 10 คนใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่คุณสมบัติเป็นบุคคลคนชาติพันธุ์ไทยทรงดำ

-กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินผลงาน ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมไทยทรงดำ จำนวน 5 คนใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่คุณสมบัติเป็นคนชาติพันธุ์ไทยทรงดำ เป็นผู้นำทางวัฒนธรรมไทยทรงดำ และเป็นผู้มีความรู้วัฒนธรรมไทยทรงดำ

-กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในประเมินความพึงพอใจ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน จำนวน 50 คน ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane’, 1973 : 727-728) ดังนี้

โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจากสูตรของ Taro/Yamane/(1970, p.580)/โดยยอมให้เกิดความคาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากจำนวนประชากร 57 คน ได้ขนาด**กลุ่มตัวอย่าง 50 คน**

สูตร ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1970, p.580)

จากสูตร $$n = \frac{N}{1+ Ne^2}$$

โดยที่

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัย

e = ความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้+ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.05 หรือมีความเชื่อมั่นที่ 95 %

เมื่อแทนค่าประชากรในสูตร จะได้ผลลัพธ์ดังนี้

$$n = \frac{57}{1+ 57\ (0.05)^2}$$

$$= 49.89$$

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 50 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)จากประชากรทั้งหมด

3.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูล

การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้กระบวนการวิเคราะห์จากชุดข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่ แหล่งความรู้ต่างๆจากกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

-การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) แสดงผลการวิเคราะห์ใน รูปแบบตารางประกอบคำอธิบายโดยใช้ค่าสถิติคือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจโดยใช้สถิติร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละจากจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดรายละเอียดดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม เพศ, อายุ นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล หาค่าความถี่(Frequency) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม เพื่อวัดระดับความพึงพอใจ 3 ด้าน คือ ด้านความงาม ด้านการใช้งาน ด้านวัฒนธรรม การวัดระดับความต้องการใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้(บัวรัตน์ ศรีนิล, 2560)

เกณฑ์การให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อการแปลความหมายแบ่งเป็น 5 ระดับคะแนน จากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.50 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

3.50 - 4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจ

2.50 - 3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1.00 - 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

-การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป สำหรับการวิจัยทางสังคม SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Science for Windows)

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ขั้นตอนตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตอนที่ 2 การถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ตอนที่ 1 การศึกษาออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การศึกษาการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายวัฒนธรรมไทยทรงดำ

1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีน จังหวัดราชบุรี

บ้านหัวเขาจีน อยู่ในหมู่ที่ 1 ตำบลห้วยยางโทน เขตอำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีตรงเขตเชื่อมต่อกับจังหวัดเพชรบุรี โดยบ้านหัวเขาจีน มีความเป็นอยู่แบบชนบท ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เป็นหมู่บ้านที่ยังคงรักษา และอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรมไทยทรงดำ แต่ละปีจะมีการจัดงานอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ จะจัดขึ้นในวันขึ้นปีใหม่ไทย วันที่ 13 เมษายน ของทุกๆปี

ภาพที่ 16 งานสืบสานอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ

มีวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงาม เป็นศูนย์รวมจิตใจ และมีความเชื่อเกี่ยวกับการนับถือผีในเดือนหก แปด และสิบสองของทุกปี ชาวไทยทรงดำ เรียกว่า เสนบ้านเสนเรือน สมาชิกในครอบครัวได้รับการสั่งสอนเพื่อสืบทอดแสดงความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน

ประวัติความเป็นมาของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน

ภาพที่ 17 การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านหัวเขาจีน

ด้านหน้าศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน มีการจัดการตกแต่งด้านหน้าเพื่อเป็นจุดถ่ายรูป สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว

ลักษณะการตกแต่ง นำเอาผ้าขาวม้า ซึ่งเป็นผ้าทอของชาวไทยทรงดำ ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มนำมาตกแต่งสร้างจุดสนใจ

ภาพที่ 18 ด้านหน้าศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ

ภาพที่ 19 สิ่งแวดล้อมรอบๆ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายนในศูนย์

ภายในศูนย์มีพื้นที่สำหรับจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านหัวเขาจีนเป็นหนึ่งในชุมชนของชาวไทยทรงดำที่ยังคงอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมของตนอย่างเข้มแข็ง พื้นที่ทางวัฒนธรรมของชุมชนนี้จึงเป็นสถานที่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชาวไทยทรงดำในด้านต่างๆ เช่น

1. กิจกรรมเรียนรู้ด้านภาษาและอัตลักษณ์ไทยทรงดำ

การเรียนรู้ภาษาไทยทรงดำ จัดกิจกรรมสอนภาษาพื้นเมือง ให้เยาวชนและผู้สนใจสามารถพูด ฟัง และเขียนภาษาไทยทรงดำได้

การแต่งกายไทยทรงดำ สาธิตและให้ผู้ร่วมกิจกรรมได้ลองแต่งชุดพื้นเมือง พร้อมอธิบายความหมายของลวดลายและสีสันบนเสื้อผ้า

2. กิจกรรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับหัตถกรรมและงานฝีมือ

การทอผ้าไทยทรงดำ ฝึกทอผ้าลวดลายดั้งเดิมของชาวไทยทรงดำ

การทำเครื่องจักสานและของใช้พื้นบ้าน สาธิตและสอนทำตะกร้า กระติ๊บข้าว และเครื่องมือจากไม้ไผ่ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

การทำเครื่องประดับและของที่ระลึกไทยทรงดำ อาทิ การทำเข็มกลัดที่มีลวดลายไทยทรงดำ และการประดิษฐ์ของที่ระลึกจากวัสดุพื้นบ้าน

3. กิจกรรมเรียนรู้ประเพณีและพิธีกรรมไทยทรงดำ

การเรียนรู้พิธีกรรมบูชาบรรพบุรุษ แนะนำพิธีกรรมสำคัญ เช่น การไหว้ผีเรือน และการเซ่นไหว้บรรพบุรุษ

การสาธิตพิธีแต่งงานไทยทรงดำ แสดงขั้นตอนของประเพณีแต่งงานแบบดั้งเดิม

ประเพณีแห่น้ำ ให้ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขอฝนและกาเคารพบูชาธรรมชาติ

4. กิจกรรมศิลปะ การแสดง และดนตรีพื้นบ้าน

การสอนฟ้อนรำไทยทรงดำ เช่น การรำโทน รำพื้นบ้านของชาวไทยทรงดำ

การเล่นดนตรีพื้นบ้าน สอนเล่นแคน กลอง และเครื่องดนตรีพื้นเมืองอื่นๆ

การขับร้องเพลงพื้นบ้าน เช่น เพลงกล่อมลูก เพลงขับไพเราะที่ใช้ในพิธีกรรมและเทศกาลสำคัญ

5. กิจกรรมส่งเสริมอาหารและภูมิปัญญาท้องถิ่น

การทำอาหารพื้นบ้านไทยทรงดำ เช่น การสาธิตการทำข้าวหลาม ต้มเปรอะ และแกงหน่อไม้

การทำขนมไทยทรงดำ เช่น ขนมเปียกปูน ขนมกล้วย และขนมพื้นบ้านอื่นๆ

การเรียนรู้การใช้สมุนไพรพื้นบ้าน สอนเกี่ยวกับสมุนไพรท้องถิ่นและการนำมาใช้เป็นยารักษาโรค

6. กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การนำเที่ยวชมหมู่บ้านวัฒนธรรมไทยทรงดำ ให้ความรู้เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและประวัติศาสตร์ของชุมชน

การเข้าร่วมเทศกาลวัฒนธรรมไทยทรงดำ เช่น เทศกาลไหว้บรรพบุรุษ และงานประจำปีของชุมชน

การนอนโฮมสเตย์เรียนรู้วิถีชีวิต เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสการใช้ชีวิตแบบไทยทรงดำ

ที่มา : https://www.huaiyangton.go.th/public/list/data/detail/id/631/menu/1240/page/1

- **เส้นทางจักรยาน** ถนนที่ตัดผ่านหน้าศูนย์วัฒนธรรมเป็นเส้นทางจักรยานหลักของจังหวัดราชบุรี หากใครปั่นจักรยานผ่านมา สามารถแวะชมการทอผ้าและซื้อของฝากได้
- **โฮมสเตย์** มีโฮมสเตย์ 7 หลัง ให้พักสำหรับผู้สนใจอยากลองใช้ชีวิตและเรียนรู้วัฒนธรรมไทยทรงดำอย่างใกล้ชิด
- **การอนุรักษ์การทอผ้า** ชุมชนมีการอนุรักษ์การทอผ้าที่โดดเด่นตามแบบฉบับวัฒนธรรมไทยทรงดำ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา
- **สินค้า** มีจำหน่ายผ้าทอมือไทยทรงดำ ลวดลายเฉพาะของที่นี่ ออกมาในรูปแบบต่างๆ เช่น กระเป๋า ผ้าพันคอ ผ้าขาวม้า
- **กิจกรรมต่างๆ**จัดขึ้นเพื่อการเรียนรู้ วัฒนธรรม เช่น การสาธิต การทอผ้าและย้อมสี

สถาปัตยกรรมและเรือนพื้นถิ่น

บ้านเรือนแบบไทยทรงดำที่สร้างด้วยไม้ ยกพื้นสูง มีหลังคาทรงโค้ง ("แป้นเกล็ด") ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำ

ภาษาและการสื่อสาร

ภาษาไทยทรงดำ หรือภาษาโซ่ง ซึ่งเป็นภาษาพูดที่มีลักษณะเฉพาะและใช้สืบทอดกันภายในชุมชน

การแต่งกาย

การแต่งกายแบบไทยทรงดำ ซึ่งนิยมใช้ชุดสีดำหรือน้ำเงินเข้ม ปักลวดลายสีขาวหรือแดง โดยเฉพาะในงานพิธีสำคัญ

ประเพณีและพิธีกรรม

พิธีกรรมบูชา "ผีเรือน" หรือ "ผีบรรพบุรุษ" ที่ถือเป็นหัวใจของวัฒนธรรมไทยทรงดำ เทศกาลสำคัญ เช่น "งานไหว้บรรพบุรุษ" และ "ประเพณีแห่น้ำ"

ภาพที่ 20 การฟ้อนรำไทยทรงดำ

ศิลปะการแสดงและดนตรี

การฟ้อนรำไทยทรงดำ เช่น "รำโทน" ซึ่งเป็นศิลปะการแสดงที่มีจังหวะสนุกสนาน ดนตรีพื้นบ้านที่ใช้เครื่องดนตรีแบบดั้งเดิม เช่น แคน และกลอง

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน มีผลิตภัณฑ์หลายอย่างที่สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มได้คือ

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ผ้าขาวม้าทอมือ

ภาพที่ 21 ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือ

ภาพที่ 22 พื้นที่ขายผลิตภัณฑ์ของไทยทรงดำ

4.2 ผลการวิเคราะห์และพัฒนาการออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์

การศึกษาการบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการแล้ว ผู้วิจัยจึงดำเนินการออกแบบ**ผลิตภัณฑ์ ดังนี้** 1. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัฒนธรรมไทยทรงดำ จำนวน 5 รูปแบบ 2. ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำ จำนวน 5 รูปแบบ 3. ผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ จำนวน 5 รูปแบบ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ๆ ทันสมัยตรงตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ตารางแสดงการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัฒนธรรมไทยทรงดำ 5 รูปแบบ

ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
1. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัฒนธรรมไทยทรงดำ	**รูปแบบที่ 1**	ตุ๊กตาของที่ระลึกจากการวัฒนธรรมการแต่งกายของเด็กผู้ชาย ใส่ชุด สะพายย่าม ลักษณะบุคลิกท่าทาง ร่ายรำ
	รูปแบบที่ 2	ตุ๊กตาของที่ระลึกจากการวัฒนธรรมการแต่งกายของเด็กผู้ชาย ใส่ชุด สะพายย่าม ลักษณะบุคลิกท่าทาง ร่ายรำ

ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
1. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัฒนธรรมไทยทรงดำ	**รูปแบบที่ 3**	ตุ๊กตาของที่ระลึกจากการวัฒนธรรมการแต่งกายของเด็กผู้ชายลักษณะบุคลิกท่าทางยกมือไหว้
	รูปแบบที่ 4	ตุ๊กตาของที่ระลึกจากการวัฒนธรรมการแต่งกายของเด็กผู้ชาย ลักษณะบุคลิกท่าทางร่ายรำแสดงใบหน้าให้มีความน่ารัก
	รูปแบบที่ 5	ตุ๊กตาของที่ระลึกจากการวัฒนธรรมการแต่งกายของเด็กผู้ชาย ลักษณะบุคลิกท่าทางร่ายรำแสดงใบหน้าให้มีความน่ารัก

4.2.2 ตารางแสดงการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำ 5 รูปแบบ

ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
2. ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำ	**รูปแบบที่ 1**	หมอนอิงรูปทรงกระบอก ได้รับแรงบันดาลใจให้ผสมผสานผ้าขาวม้า เป็นผ้าพื้น ของตัวหมอน วางลายผ้าปักจากผ้าไทยทรงดำมาวางเรียงกันให้เกิดเป็นสี่เหลี่ยมในกรอบรูปทรงกระบอกเพื่อให้เกิดเป็นจุดเด่นการเย็บขอบสีดำ เพื่อสร้างกรอบที่ชัดเจนและตัดกับลวดลาย
	รูปแบบที่ 2	หมอนอิงรูปทรงพวงองุ่น ได้รับแรงบันดาลใจให้ผ้าขาวม้า เป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อเสริมความเป็นพื้นถิ่น เย็บให้เป็นรูปทรงกลมลูกเล็กๆ มาประกอบกันให้เป็นหมอนทรงพวงองุ่น เพื่อให้พื้นผิวนุ่มฟู ดูโดดเด่น มีลักษณะพิเศษคือสามารถนวดกล้ามเนื้อได้
	รูปแบบที่ 3	หมอนอิงรูปทรงสี่เหลี่ยม ใช้ผ้าขาวม้าไทยทรงดำเป็นพื้นหลัก ผสมกับลายผ้าปักไทยทรงดำ วางไว้ตรงกลางเพื่อให้เกิดจุดเด่น หมอนมีรูปทรงนุ่มฟูด้วยการเย็บขอบเป็นลูกกลมๆ ตัดขอบด้วยสีแดงเข้มและขาวเพื่อให้ดูโดดเด่น

ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
2. ผลิตภัณฑ์สร้างสรรคผ้าทอไทยทรงดำ	**รูปแบบที่ 4** 	หมอนอิงรูปทรงกลม ที่ได้รับแรงบันดาลใจให้ ผ้าขาวม้าเป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อเสริมความเป็นพื้นถิ่น โดยเย็บให้เป็นรูปทรงกลมลูกเล็กๆ มาประกอบกันให้เป็นหมอนทรงกลม เพื่อให้พื้นผิวนุ่มฟู ดูโดดเด่นและใช้งานได้สะดวก มีลักษณะพิเศษคือสามารถนวดกล้ามเนื้อได้ ตกแต่งด้วยลายผ้าปักสร้างเอกลักษณ์ให้กับความเป็นวัฒนธรรมไทยทรงดำ
	รูปแบบที่ 5 	หมอนอิงทรงสามเหลี่ยม ที่ได้รับแรงบันดาลใจให้ผสมผสาน ลายผ้าไทยทรงดำและผ้าขาวม้า โดยมี พื้นผ้าที่เป็นหลักใช้ลายผ้าขาวม้า กลุ่มโทนสีดำ มีเส้น สีชมพู สีแดง สีขาว เพิ่มความมีเอกลักษณ์ให้กับตัวหมอน ลายผ้าปักจากผ้าไทยทรงดำมาวางเรียงกันให้เกิดเป็นสี่เหลี่ยมในกรอบรูปทรงสามเหลี่ยม เพื่อให้เกิดเป็นจุดเด่น การเย็บขอบสีดำ เพื่อสร้างกรอบที่ชัดเจนและตัดกับลวดลาย

3. ผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ 5 รูปแบบ

ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
3. ผลิตภัณฑ์จักสาน วัฒนธรรมไทยทรงดำ	**รูปแบบที่ 1**	เครื่องแขวนประดับตกแต่งผนังได้รับแรงบันดาลจาก ลวดลายจักสาน ส่วนปลายบนใช้การจักสานเป็นวงกลม ตรงกลางใส่ลายผ้าปักไทยทรงดำเพื่อเน้นให้เกิดจุดเด่นและผสมผสานผ้าไทยทรงดำสีดำตรงกลางใส่ลายผ้าปัก ไล่ลำดับวางเรียงให้มุมชนมุม แล้วใส่พู่สีแดงเพื่อให้ได้องค์ประกอบในผลงาน
	รูปแบบที่ 2	เครื่องแขวนประดับตกแต่งผนังส่วนปลายบนออกแบบให้รูปปลายยอดหลังคาโค้ง ตามแบบบ้านไทยทรงดำขอบเป็นเส้นจักสานไม้ไผ่ เพิ่มความเป็นธรรมชาติลวดลายผ้าไทยทรงดำใช้โทนสี แดง เขียว ดำ และส้มลายจักสานแทนพู่ โดยใส่ลวดลายจักสานในส่วนล่างแทนพู่ห้อย
	รูปแบบที่ 3	เครื่องแขวนประดับตกแต่งผนังผนังที่มีโครงสร้างได้รับแรงบันดาลใจจากบ้านไทยทรงดำ "บ้านหัวเขาจีน" ส่วนปลายบนออกแบบให้รูปแบบปลายยอดหลังคาโค้ง ตามแบบบ้านไทยทรงดำขอบเป็นเส้นจักสานไม้ไผ่ เพิ่มความเป็นธรรมชาติใช้ลวดลายผ้าปักไทยทรงดำ ใช้โทนสี แดง เขียว ดำ และส้มลายจักสานแทนพู่ โดยใส่ลวดลายจักสานในส่วนล่างแทนพู่

ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
3. ผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ	**รูปแบบที่ 4** 	เครื่องแขวนประดับตกแต่งผนัง ผนังที่มีโครงสร้างได้รับแรงบันดาลใจจาก บ้านไทยทรงดำ "บ้านหัวเขาจีน" องค์ประกอบหลังคาโค้ง ตามเอกลักษณ์ของบ้านไทยทรงดำ พื้นลายจักสาน เพื่อรักษาความเป็นงานหัตถกรรม ขอบเป็นเส้นจักสานไม้ไผ่ เสริมสัมผัสของวัสดุธรรมชาติตรงส่วนกลางนำลวดลายผ้าปักไทยทรงดำ ใช้สี แดง เขียว ดำ และส้ม นำลายจักสานมาแทนพู่
	รูปแบบที่ 5 	เครื่องแขวนประดับตกแต่งผนัง ผนังที่มีโครงสร้างได้รับแรงบันดาลใจจาก บ้านไทยทรงดำ "บ้านหัวเขาจีน" -ส่วนบนมีลักษณะ หลังคาทรงสูงปลายโค้งขึ้น ตามเอกลักษณ์ของบ้านไทยทรงดำ -ลวดลายจักสานผสมกับลายผ้าประยุกต์ ที่ให้กลิ่นอายของภูมิปัญญาท้องถิ่น -ลายผ้าปักไทยทรงดำตกแต่งขอบด้วยลายจักสาน ในโทนสี แดง เขียว ส้ม ช่วยเน้นอัตลักษณ์ไทยทรงดำมี พู่สีแดง เพิ่มความพลิ้วไหวและความอ่อนช้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมไทยทรงดำสำหรับผู้เชี่ยวชาญ เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และ นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยทรงดำ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญชาวไทยทรงดำ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของชาวไททรงดำ

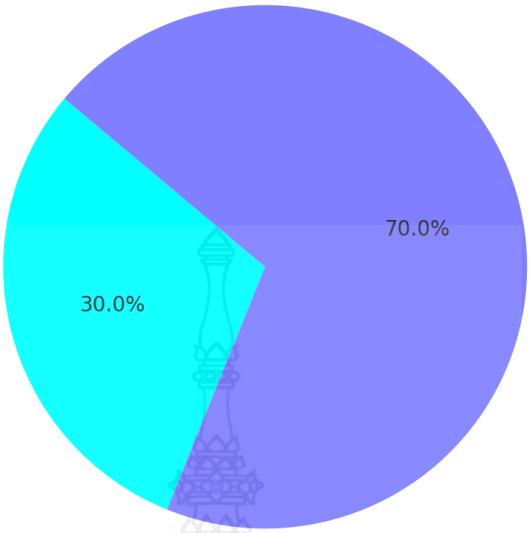
ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศอายุ และ อาชีพ ดังตาราง 4.2.2

ตารางที่ 4.2.2 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน ร้อยละ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน(n=10)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	3	30.00
หญิง	7	70.00
อายุ		
41-50 ปี	2	2.00
51- 60 ปี	6	6.00
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	2	2.00
อาชีพ		
ÌĎĬd^ďˇ	1	1.00
ŀĹ^Ęą◂ýĎ	2	2.00
Ęčý Ì^ÌĬĞ˙	7	7.00

จากตารางที่ 4.2.2 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 70.00) มีอายุระหว่าง 51- 60 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 6.00) มีอาชีพเกษตรกรรม (ร้อยละ 7.00) จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน สามารถสรุปผลและวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. เพศ

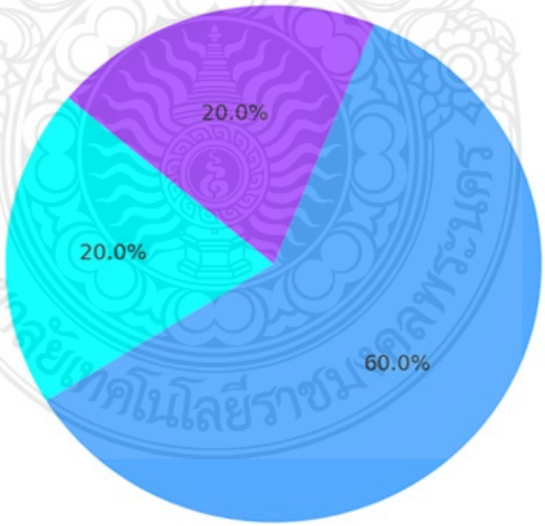


หญิง คิดเป็นร้อยละ **70.00**

ชาย คิดเป็นร้อยละ **30.00**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แสดงให้เห็นว่าเพศหญิงมีบทบาทสำคัญในบริบทของข้อมูลชุดนี้ อาจสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับชุมชนหรือท้องถิ่นมากกว่า

2. อายุ

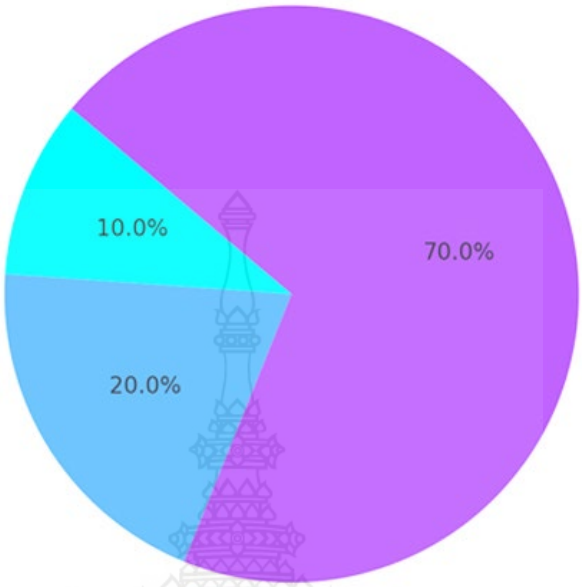


ช่วงอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ **60.00**

ช่วงอายุ 41-50 ปี และ **มากกว่า 60 ปี** อย่างละ **20.00**

กลุ่มอายุที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือช่วง 51-60 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงานที่มีประสบการณ์และอาจมีบทบาทในการถ่ายทอดองค์ความรู้ หรือเป็นผู้นำทางด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

3. อาชีพ



เกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ **70.00**

ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ **20.00**

รับราชการ คิดเป็นร้อยละ **10.00**

ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม สะท้อนให้เห็นว่าชุมชนอาจมีลักษณะเป็นสังคมเกษตรเป็นหลัก การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมใดๆ ควรสอดคล้องกับบริบทและวิถีชีวิตของคนในชุมชน

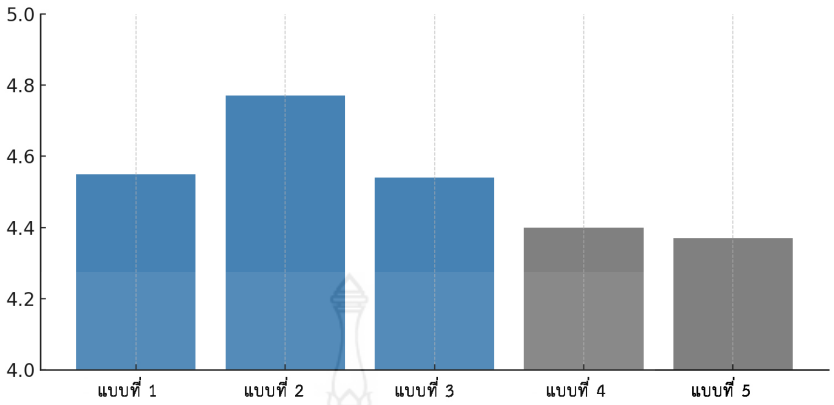
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์ ความคิดเห็นของชาวไทยทรงดาที่มีต่อเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสรรค์เอกลักษณ์ให้กับชุมชนไทยทรงดาในองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ ด้านการนำเสนออัตลักษณ์ ไทยทรงดำ ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการนำเสนอผลงานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.2.3 ผลการวิเคราะห์ รูปแบบที่ 1 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัฒนธรรมไทยทรงดำ 5 รูปแบบ

หัวข้อการประเมิน	1			2			3			4			5		
	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า
1.การนำเสนออัตลักษณ์ ไทยทรงดำ															
1.1 แสดงวัฒนธรรมไทยทรงดำได้ชัดเจน	4.30	0.78	มาก	4.80	0.40	มากที่สุด	4.40	0.80	มาก	4.60	0.66	มากที่สุด	4.40	0.66	มาก
1.2 แสดงเอกลักษณ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยว	4.20	0.87	มาก	4.70	0.45	มากที่สุด	4.50	0.67	มากที่สุด	4.40	0.48	มาก	4.40	0.48	มาก
1.3 การสื่อสารผ่านอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ	4.60	0.48	มากที่สุด	4.60	0.48	มากที่สุด	4.40	0.66	มาก	4.20	0.87	มาก	4.50	0.5	มากที่สุด
1.4 ความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ	4.70	0.45	มากที่สุด	4.70	0.45	มากที่สุด	4.70	0.45	มากที่สุด	4.30	0.90	มาก	4.40	0.66	มาก
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์															
2.1 ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว	4.80	0.40	มากที่สุด	4.80	0.40	มากที่สุด	4.80	0.40	มากที่สุด	4.50	0.80	มากที่สุด	4.40	0.80	มาก
2.2 ความสะดวกต่อการใช้งาน	4.50	0.50	มากที่สุด	4.90	0.30	มากที่สุด	4.30	0.90	มาก	4.60	0.48	มากที่สุด	4.30	0.78	มาก
2.3 ขนาดมีความเหมาะสม	4.60	0.48	มากที่สุด	4.70	0.45	มากที่สุด	4.90	0.30	มากที่สุด	4.70	0.45	มากที่สุด	4.30	0.78	มาก
2.4 ความน่าสนใจ	4.80	0.40	มากที่สุด	4.80	0.40	มากที่สุด	4.40	0.66	มาก	4.70	0.45	มากที่สุด	4.50	0.67	มากที่สุด
3. การนำเสนอผลงานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์															
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสารในการท่องเที่ยวได้	4.50	0.50	มากที่สุด	4.80	0.40	มากที่สุด	4.50	0.50	มากที่สุด	4.40	0.48	มาก	4.1	0.7	มาก
3.2 ผลิตภัณฑ์สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมได้	4.50	0.50	มากที่สุด	4.90	0.30	มากที่สุด	4.50	0.67	มากที่สุด	4.30	0.45	มาก	4.4	0.48	มาก
รวม	**4.55**	**0.53**	**มากที่สุด**	**4.77**	**0.40**	**มากที่สุด**	**4.54**	**0.60**	**มากที่สุด**	**4.40**	**0.48**	**มาก**	**4.37**	**0.65**	**มาก**

จากตารางที่ 4.2.3 การแสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก อันดับที่ 1 คือ แบบที่ 2 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 อันดับที่ 2 แบบที่ 1 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และ อันดับที่ 3 คือ แบบที่ 3 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54



1. ด้านการนำเสนออัตลักษณ์ไทยทรงดำ ได้รับการประเมินในระดับมากถึงมากที่สุด หัวข้อความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ที่ **4.70** แสดงถึงความสามารถในการถ่ายทอดตัวตนของวัฒนธรรมไทยทรงดำได้ชัดเจนและน่าเชื่อถือ

2. ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้รับการประเมินในระดับมากที่สุด **ข้อความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว** ได้รับคะแนนระดับสูงแสดงถึงความเหมาะสมทั้งในด้านการใช้งาน ขนาด และการออกแบบเพื่อดึงดูดความสนใจ

3. ด้านการนำเสนอผลงานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม ได้รับคะแนนสูงที่สุด อยู่ที่ 4.90 ผลิตภัณฑ์มีการสื่อสารในการท่องเที่ยวได้ สวยงาม เป็นสื่อกลางถ่ายทอดองค์ความรู้และอัตลักษณ์ไทยทรงดำ

สรุปภาพรวมทั้ง 3 ด้าน

ผลการประเมินทั้งหมดอยู่ในระดับมากถึง มากที่สุดกลุ่มที่ให้คะแนนสูงที่สุดคือ กลุ่มที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 4.77 ด้านที่โดดเด่นที่สุดคือ การแสดงอัตลักษณ์วัฒนธรรม และรูปแบบผลิตภัณฑ์ สะท้อนว่าผลงานสามารถตอบโจทย์ทั้งด้าน เนื้อหา ความงาม และการใช้งาน ได้เป็นอย่างดี

ค่าเฉลี่ยรวมและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

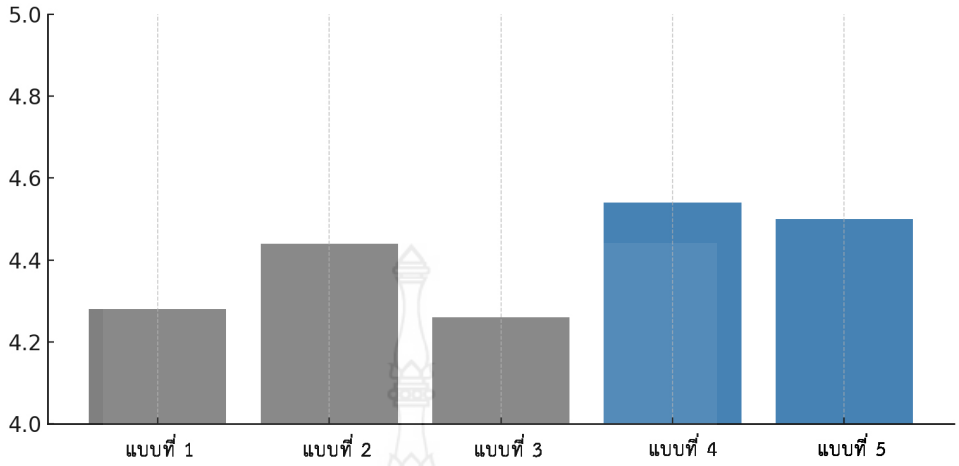
กลุ่มประเมิน	ค่าเฉลี่ยรวม	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
แบบที่ 1	4.55	0.53	มากที่สุด
แบบที่ 2	4.77	0.40	มากที่สุด
แบบที่ 3	4.54	0.60	มากที่สุด
แบบที่ 4	4.40	0.48	มาก
แบบที่ 5	4.37	0.65	มาก

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัฒนธรรมไทยทรงดำ 5 รูปแบบ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในช่วง 4.37–4.77 แปลได้ว่าอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในเกณฑ์สูงโดยรวมจากผู้ประเมินทุกกลุ่ม

ตารางที่ 4.2.4 ผลการวิเคราะห์ รูปแบบที่ 2 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำ 5 รูปแบบ

หัวข้อการประเมิน	1			2			3			4			5		
	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า
1.การนำเสนออัตลักษณ์ ไทยทรงดำ															
1.1 แสดงวัฒนธรรมไทยทรงดำได้ชัดเจน	4.00	0.77	มาก	4.20	0.74	มาก	4.40	0.66	มาก	4.50	0.67	มากที่สุด	4.5	0.67	มากที่สุด
1.2 แสดงเอกลักษณ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยว	4.40	0.48	มาก	4.30	0.64	มาก	4.40	0.91	มาก	4.50	0.80	มากที่สุด	4.40	0.80	มาก
1.3 การสื่อสารผ่านอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ	4.40	0.66	มาก	4.50	0.67	มากที่สุด	4.30	0.78	มาก	4.60	0.80	มากที่สุด	4.30	0.78	มาก
1.4 ความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ	4.30	0.78	มาก	4.30	0.78	มาก	4.30	0.78	มาก	4.70	0.45	มากที่สุด	4.80	0.40	มากที่สุด
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์															
2.1 ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว	4.40	0.8	มาก	4.60	0.66	มากที่สุด	3.90	0.83	มาก	4.20	0.97	มาก	4.20	0.97	มาก
2.2 ความสะดวกต่อการใช้งาน	4.30	0.78	มาก	4.70	0.64	มากที่สุด	4.50	0.80	มากที่สุด	4.50	0.80	มากที่สุด	4.60	0.80	มากที่สุด
2.3 ขนาดมีความเหมาะสม	4.30	0.78	มาก	4.80	0.40	มากที่สุด	4.40	0.80	มาก	4.80	0.40	มากที่สุด	4.80	0.40	มากที่สุด
2.4 ความน่าสนใจ	4.10	0.83	มาก	4.10	0.83	มาก	4.10	0.83	มาก	4.70	0.45	มากที่สุด	4.30	0.90	มาก
3. การนำเสนอผลงานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์															
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสารในการท่องเที่ยวได้	4.30	0.78	มาก	4.40	0.80	มาก	4.20	0.74	มาก	4.40	0.80	มาก	4.40	0.80	มาก
3.2 ผลิตภัณฑ์สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมได้	4.30	0.64	มาก	4.50	0.50	มากที่สุด	4.10	0.70	มาก	4.50	0.50	มากที่สุด	4.70	0.64	มากที่สุด
รวม	**4.28**	**0.73**	**มาก**	**4.44**	**0.66**	**มาก**	**4.26**	**0.78**	**มาก**	**4.54**	**0.66**	**มากที่สุด**	4.50	0.71	มากที่สุด

ตารางที่ 4.2.4 การแสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำ อันดับที่ 1 คือ แบบที่ 4 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 อันดับที่ 2 แบบที่ 5 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และอันดับที่ 3 คือ แบบที่ 2 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44



1. ด้านการนำเสนออัตลักษณ์ไทยทรงดำ ได้รับการประเมินในระดับมากที่สุด หัวข้อความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ที่ **4.80** แสดงถึง ผลงานมีความสามารถในการสื่อสารและถ่ายทอดวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน

2. ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้รับการประเมินในระดับมากที่สุดอยู่ที่ 4.80 **ข้อความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว** ได้รับคะแนนระดับสูงแสดงถึงความเหมาะสมทั้งในด้านการใช้งาน ขนาด และการออกแบบเพื่อดึงดูดความสนใจ

3. ด้านการนำเสนอผลงานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม ได้รับคะแนนสูงที่สุด อยู่ที่ 4.70 ผลิตภัณฑ์มีการสื่อสารในการท่องเที่ยวได้ สวยงาม เป็นสื่อกลางถ่ายทอดองค์ความรู้และอัตลักษณ์ไทยทรงดำ

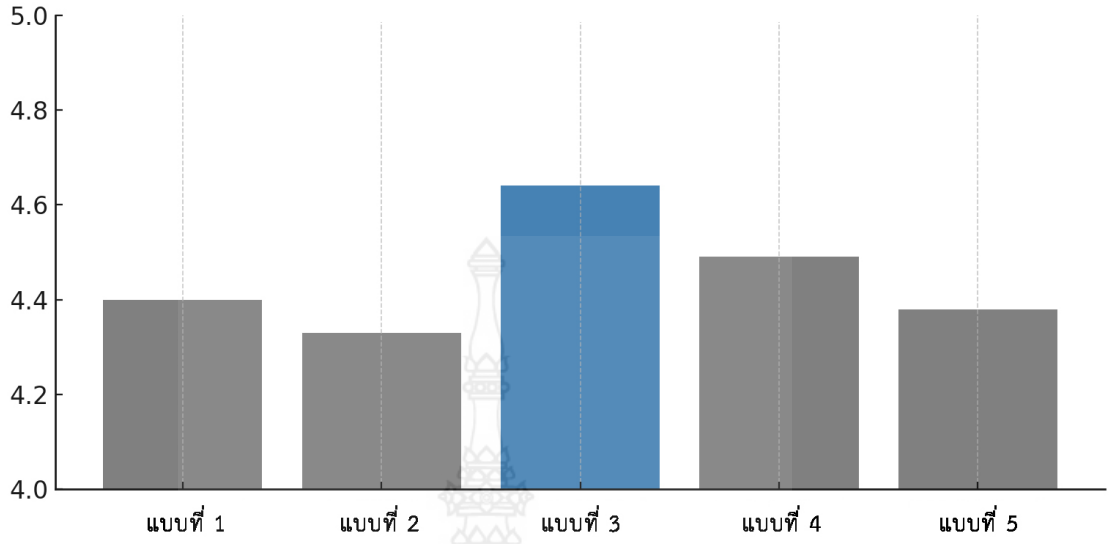
สรุปภาพรวมทั้ง 3 ด้าน

ผลการประเมินทั้งหมดอยู่ในระดับมาก กลุ่มที่ให้คะแนนสูงที่สุดคือ กลุ่มที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 4.77 ด้านที่โดดเด่นที่สุดคือ การแสดงอัตลักษณ์วัฒนธรรม และรูปแบบผลิตภัณฑ์ สะท้อนว่าผลงานสามารถตอบโจทย์ทั้งด้าน เนื้อหา ความงาม และการใช้งาน ได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 4.2.5 ผลการวิเคราะห์ รูปแบบที่ 3 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ 5 รูปแบบ

หัวข้อการประเมิน	1			2			3			4			5		
	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	Sd.	แปลค่า
1.การนำเสนออัตลักษณ์ ไทยทรงดำ															
1.1 แสดงวัฒนธรรมไทยทรงดำได้ชัดเจน	4.30	0.78	มาก	4.60	0.80	มากที่สุด	4.40	0.80	มาก	4.70	0.45	มากที่สุด	4.10	0.70	มาก
1.2 แสดงเอกลักษณ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยว	4.10	0.7	มาก	4.50	0.80	มากที่สุด	4.50	0.80	มากที่สุด	4.80	0.40	มากที่สุด	4.40	0.80	มาก
1.3 การสื่อสารผ่านอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ	4.30	0.78	มาก	4.4	0.80	มาก	4.80	0.40	มากที่สุด	4.70	0.64	มากที่สุด	4.10	0.94	มาก
1.4 ความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ	4.40	0.80	มาก	4.4	0.80	มาก	4.20	0.87	มาก	4.30	0.90	มาก	4.30	0.90	มาก
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์															
2.1 ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว	4.20	0.97	มาก	4.30	0.90	มาก	4.70	0.64	มากที่สุด	4.60	0.66	มากที่สุด	4.40	0.80	มาก
2.2 ความสะดวกต่อการใช้งาน	4.10	0.94	มาก	4.10	0.94	มาก	4.90	0.30	มากที่สุด	4.50	0.80	มากที่สุด	4.30	0.64	มาก
2.3 ขนาดมีความเหมาะสม	4.60	0.66	มากที่สุด	4.00	0.89	มาก	4.80	0.60	มากที่สุด	4.40	0.48	มาก	4.40	0.48	มาก
2.4 ความน่าสนใจ	4.30	0.90	มาก	4.20	0.87	มาก	4.80	0.40	มากที่สุด	4.20	0.87	มาก	4.20	0.87	มาก
3. การนำเสนอผลงานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์															
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสารในการท่องเที่ยวได้	4.40	0.80	มาก	4.70	0.45	มากที่สุด	4.50	0.67	มากที่สุด	4.30	0.90	มาก	4.80	0.40	มากที่สุด
3.2 ผลิตภัณฑ์สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมได้	4.30	0.78	มาก	4.10	0.83	มาก	4.80	0.40	มากที่สุด	4.40	0.80	มาก	4.80	0.40	มากที่สุด
รวม	**4.40**	**0.80**	**มาก**	**4.33**	**0.81**	**มาก**	**4.64**	**0.58**	**มากที่สุด**	**4.49**	**0.69**	**มาก**	**4.38**	**0.69**	**มาก**

จากตารางที่ **4.2.5** แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ อันดับที่ 1 คือ แบบที่ 3 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 อันดับที่ 2 แบบที่ 4 มีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และอันดับที่ 3 คือ แบบที่ 1 มีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40



1. ด้านการนำเสนออัตลักษณ์ไทยทรงดำ ได้รับการประเมินในระดับมากที่สุด หัวข้อการสื่อสารผ่านอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ที่ **4.80** แสดงถึง ผลงานมีความสามารถในการสื่อสารและถ่ายทอดวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน

2. ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้รับการประเมินในระดับมากที่สุดอยู่ที่ 4.80 **ขนาดมีความเหมาะสมและความน่าสนใจ** ได้รับคะแนนระดับสูงแสดงถึงความเหมาะสมทั้งในด้านการใช้งาน ขนาด และการออกแบบเพื่อดึงดูดความสนใจ

3. ด้านการนำเสนอผลงานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม ได้รับคะแนนสูงที่สุด อยู่ที่ 4.80 ผลิตภัณฑ์มีการสื่อสารในการท่องเที่ยวได้ สวยงาม เป็นสื่อกลางถ่ายทอดองค์ความรู้และอัตลักษณ์ไทยทรงดำ

สรุปภาพรวมทั้ง 3 ด้าน

ผลการประเมินทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด แบบที่ให้คะแนนสูงที่สุดคือ แบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.64 ด้านที่โดดเด่นที่สุดคือ การแสดงอัตลักษณ์วัฒนธรรม และรูปแบบผลิตภัณฑ์ สะท้อนว่าผลงานสามารถตอบโจทย์ทั้งด้าน เนื้อหา ความงาม และการใช้งาน ได้เป็นอย่างดี

4.3 ผลการประเมินระดับความพึงพอใจการออกแบบผลิตภัณฑ์

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 50 คน ซึ่งความคิดเห็นที่มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากหัตถกรรมผ้าทอโดยแสดงเป็นค่าร้อยละ (%) ของข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ **4.3.1** ดังนี้

ตารางที่ 4.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	23	30.00
หญิง	27	70.00
อายุ		
น้อยกว่า 20	29	58.00
21- 30 ปี	9	18.00
31- 40 ปี	7	14.00
41-50 ปี	5	10.00
51- 60 ปี	0	0.00
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	0	0.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	29	58.00
ปริญญาตรี	21	42.00
ปริญญาโท	0	0.00
สูงกว่าปริญญาโท	0	0.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	29	58.00
İĎİď^ďİ/รัฐวิสาหกิจ	12	24.00
เกษตร	2	4.00
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	7	14.00
แม่บ้าน	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้		
5,001 - 10,000 บาท	20	40.00
10,001 - 20,000 บาท	15	30.00
30,001 - 45,000 บาท	8	16.00
45,001 บาทขึ้นไป	7	14.00
อื่นๆ	0	0.00

จากตารางที่ 4.3.1 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 70.00) มีอายุน้อยกว่า 20 ปี (ร้อยละ 58.00) ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 58.00) มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 58.00) มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท (ร้อยละ 40.00) จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน สามารถสรุปผลและวิเคราะห์ได้ดังนี้

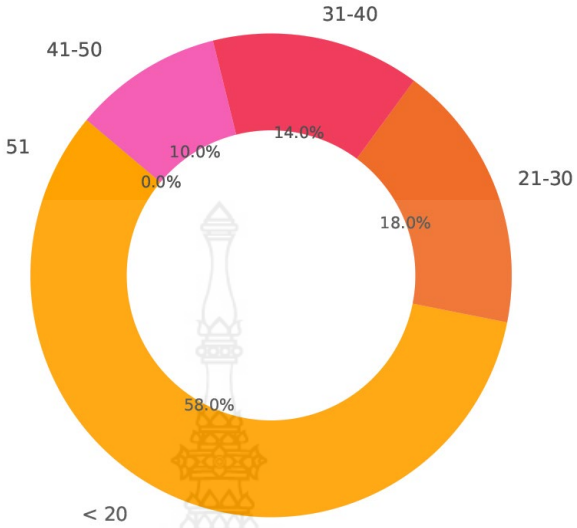
1. เพศ

หญิง จำนวน 27 คน (ร้อยละ70)

ชาย จำนวน 23 คน (ร้อยละ30)

จากการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 30

2. อายุ



ต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 29 คน (ร้อยละ58)

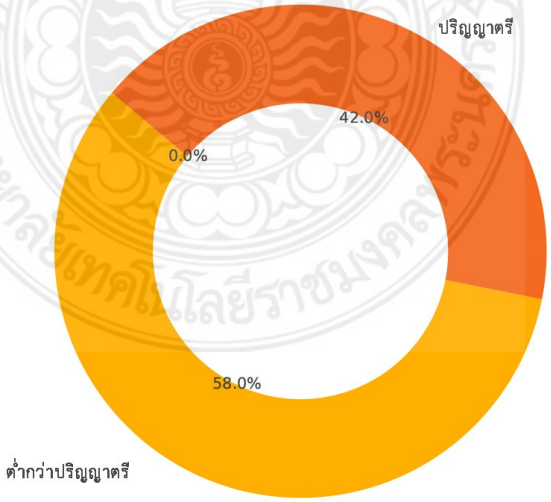
21 – 30 ปี จำนวน 9 คน (ร้อยละ18)

31 – 40 ปี จำนวน 7 คน (ร้อยละ14)

41 – 50 ปี จำนวน 5 คน (ร้อยละ10)

51 ไม่มี

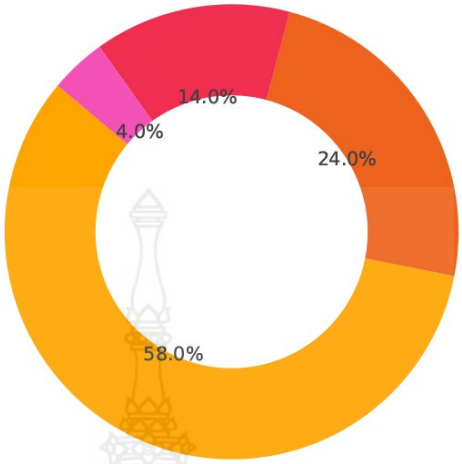
3. ระดับการศึกษา



ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 คน (ร้อยละ58)

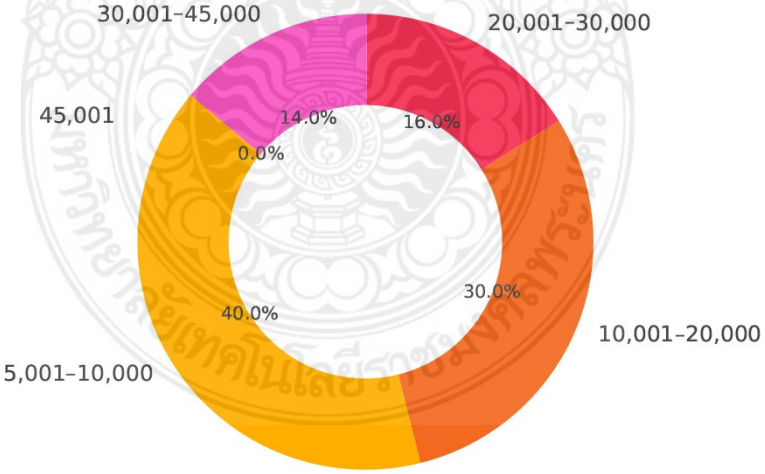
ปริญญาตรี จำนวน 21 คน (ร้อยละ42)

4. อาชีพ



นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 29 คน (ร้อยละ58)
รับเจ้าหน้าที่/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 คน (ร้อยละ24)
ค้าขาย/ธุรกิจส่วน จำนวน 7 คน (ร้อยละ14)
เกษตรกร จำนวน 2 คน (4%)

5. รายได้



5,001 – 10,000 บาท จำนวน 20 คน (ร้อยละ 40)
10,001 – 20,000 บาท จำนวน 15 คน (ร้อยละ 30)
20,001 – 30,000 บาท จำนวน 8 คน (ร้อยละ 16)
30,001 – 45,000 บาท จำนวน 7 คน (ร้อยละ 14)
มากกว่า 45,000 บาท ไม่มี

ตารางที่ 4.3.2 แสดงผลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบ

(n=50)

ลำดับ	รายการประเมิน	ผลการการออกแบบ							
		รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รวม	ระดับการประเมิน
		$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	
1.	**ด้านความสวยงาม**								
	1. มีความเป็นเอกลักษณ์	4.51	0.68	4.37	0.81	4.07	0.62	4.32	มาก
	2. คุณค่าความงาม	4.61	0.61	4.47	0.70	4.49	0.80	4.52	มากที่สุด
	3. ความโดดเด่น น่าสนใจ	4.53	0.60	4.11	0.74	4.07	0.81	4.43	มาก
2.	**ด้านการใช้งาน**								
	4. มีความแข็งแรง ทนทาน	4.70	0.46	4.51	0.53	3.91	0.84	4.37	มาก
.	5. สามารถสะท้อนอัตลักษณ์พื้นที่	4.88	0.33	4.82	0.38	4.63	0.55	4.78	มากที่สุด
	6. เชื่อมโยงการท่องเที่ยววัฒนธรรมไทยทรงดำ	4.79	0.41	4.74	0.44	4.42	0.67	4.65	มากที่สุด
	7. รูปแบบตอบสนองความต้องการต่อนักท่องเที่ยว								
3.	**ด้านวัฒนธรรม**								
	8. การสื่อสารผ่านอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ	4.77	0.42	4.82	0.38	4.42	0.56	4.67	มากที่สุด
.	9. ความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ	4.95	0.22	4.95	0.22	4.11	0.48	4.67	มากที่สุด
	10.ความโดดเด่นของวัฒนธรรมไทยทรงดำ	0.00	0.00	0.00					
	ผลรวม	**4.71**	0.46	**4.59**	0.52	**4.26**	0.66	**4.52**	มากที่สุด

จากตารางที่ **4.3.2** แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์อันดับที่ 1 คือ แบบที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัฒนธรรมไทยทรงดำ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 อันดับที่ 2 ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำ แบบที่ 2 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และอันดับที่ 3 คือ แบบที่ 3 ผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจากวัฒนธรรมไทยทรงดำ ผลการประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 รูปแบบ ได้วิเคราะห์ใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านความสวยงาม ด้านการใช้งาน และด้านวัฒนธรรม โดยใช้แบบสอบถามประเมินค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) จากกลุ่มผู้ประเมิน ดังนี้

1. ด้านความสวยงาม

ด้านความสวยงามพิจารณาจากความมีเอกลักษณ์ คุณค่าความงาม และความโดดเด่นน่าสนใจ พบว่า รูปแบบที่ 1 ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดในด้านความมีเอกลักษณ์ ค่าเฉลี่ย 4.51 และคุณค่าความงามค่าเฉลี่ย 4.61 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นรูปแบบที่ได้รับการยอมรับในเรื่องของการออกแบบที่มีความเฉพาะตัว สวยงามน่าสนใจ

2. ด้านการใช้งาน

ด้านการใช้งานพิจารณาจาก มีความแข็งแรง ทนทาน, สามารถสะท้อนอัตลักษณ์พื้นที่, เชื่อมโยงการท่องเที่ยววัฒนธรรมไทยทรงดำ, รูปแบบตอบสนองความต้องการต่อนักท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบที่ 1 มีจุดเด่นในด้านความแข็งแรง ทนทาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 และการสะท้อนอัตลักษณ์พื้นที่ค่าเฉลี่ย 4.88 สะท้อนถึงความสามารถในการประยุกต์ใช้วัสดุและการออกแบบการใช้งานจริง ขณะเดียวกัน รูปแบบที่ 2 และ รูปแบบที่ 3 ยังได้รับคะแนนในระดับที่ดีในด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน และความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

3. ด้านวัฒนธรรม

ด้านวัฒนธรรมพิจารณาจากการสื่อสารผ่านอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ, ความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ, ความโดดเด่นของวัฒนธรรมไทยทรงดำ พบว่า รูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 2 ได้รับคะแนนสูงสุดในหัวข้อความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ (4.95) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 รูปแบบสามารถถ่ายทอดสาระสำคัญของวัฒนธรรมผ่านงานออกแบบได้อย่างชัดเจน

สรุปผลการออกแบบ

รูปแบบที่ 1 ได้คะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดที่ 4.74 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำที่สุดที่ 0.417 ซึ่งแสดงถึงความสม่ำเสมอของการประเมินและความพึงพอใจในระดับสูงมาก

รูปแบบที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.61 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.487 ซึ่งยังคงอยู่ในระดับมาก และใกล้เคียงกับรูปแบบที่ 1

รูปแบบที่ 3 ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ 4.32 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุดที่ 0.656 แสดงถึงความผันผวนในการประเมินและระดับความพึงพอใจที่น้อยกว่าอีกสองรูปแบบ

ตอนที่ 2 การถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มชุมชนไทยทรงดำสามารถผลิตเพื่อจำหน่ายในการท่องเที่ยว ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ

ภาพที่ 23 การถ่ายทอดเทคโนโลยี

ภาพที่ 24 ถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ระเบียบวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน(Mixed Methods Research) ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานวิธีรวบรวมข้อมูลหลายๆรูปแบบ ซึ่งอาจผสมผสานโดยให้น้ำหนักความสำคัญกับการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ผลการออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อการเชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำผลการค้นคว้าผลิตภัณฑ์สำหรับการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบคือ

1. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากวัฒนธรรมไทยทรงดำ รูปแบบที่ทำการค้นคว้าได้ คือ ตุ๊กตาจากอัตลักษณ์การแต่งกายของชาวไทยทรงดำ สู่แรงบันดาลใจในการการออกแบบ 5 รูปแบบ การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวคือ รูปแบบที่ 2 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 ตุ๊กตาของที่ระลึกจากการวัฒนธรรมการแต่งกายของเด็กผู้ชาย การแต่งตัว ใส่ชุดสีดำ เสื้อก้อม คาดกระเป๋า สะพายย่าม ลักษณะบุคลิกท่าทาง การรายรำ

2. ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำ รูปแบบที่ทำการออกแบบคือ ผลิตภัณฑ์หมอนอิง ที่นำลายผ้าปักผสมผสานกับผ้าขาวม้าไทยทรงดำ สู่แรงบันดาลใจในการการออกแบบ 5 รูปแบบ การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำ คือ รูปแบบที่ แบบที่ 4 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว รูปทรงที่มีอัตลักษณ์เน้นรายปักของผ้าไทยทรงดำ

3. ผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ รูปแบบที่ทำการค้นคว้าได้ คือ ที่แขวนตกแต่งผนังได้รูปแบบจากบ้านจากวัฒนธรรมด้านที่อยู่อาศัย และลายผ้าปักของไทยทรงดำที่มีเอกลักษณ์ สู่แรงบันดาลใจในการการออกแบบ 5 รูปแบบ การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวคือ รูปแบบที่ แบบที่ 3 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64

ผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว รูปทรงที่มีการผสมผสานกันวัฒนธรรมไทยทรงดำ กับลายผ้าปักไทยทรงดำ

ภาพรวมนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 รูปแบบได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ นำผลงานประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว มีผลการประเมินผลงานการออกแบบที่สามารถถ่ายทอดผ่านการออกแบบได้อย่างชัดเจน คือ

รูปแบบที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัฒนธรรมไทยทรงดำ ค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.74 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำสุด (0.417) แสดงถึง ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงความเหมาะสมที่สุดทั้งในด้านรูปลักษณ์ การใช้งาน และคุณค่าทางวัฒนธรรม

รูปแบบที่ 2 ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำ มีคะแนนเฉลี่ยรองลงมา (4.616, SD = 0.487) ยังคงอยู่ในระดับมาก แสดงถึง ความน่าสนใจในระดับสูง แต่ยังอาจมีจุดที่ควรพัฒนาเพิ่มเติม การกระจายคะแนนเริ่มแสดงความหลากหลายนิดหน่อย อาจเป็นเรื่องของสไตล์หรือประสบการณ์ผู้ใช้งาน

รูปแบบที่ 3 ผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 4.32 และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด (0.656) แสดงถึงความไม่สม่ำเสมอของความคิดเห็น และ ความพึงพอใจในระดับต่ำกว่า อาจเกิดจากการออกแบบที่ยังไม่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้เต็มที่ หรือมีข้อจำกัดด้านใดด้านหนึ่งชัดเจน เช่น ความชัดเจนของอัตลักษณ์ หรือความเหมาะสมในการใช้งาน

ผลสรุปการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตุ๊กตาไทยทรงดำ

5.1.2 ผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การถ่ายทอดเทคโนโลยีจากแนวคิดสู่ชุมชนไทยทรงดำมีการจัดการฝึกอบรม เพื่อถ่ายทอดความรู้ในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรทไทยทรงดำมาเป็นสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชนเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อใช้สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวในศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ มีกลุ่มชุมชนเข้าร่วมอบรม จำนวน 15 คนซึ่งเป็นสมาชิกในกลุ่ม ได้รับองค์ความรู้สู่การนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ต่อชุมชนไทยทรงดำ

ผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีออกแบบนวัตกรรมในบริบทวัฒนธรรมไทยทรงดำไม่ใช่แค่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย แต่เป็นการถ่ายทอดความเข้าใจ โดยบูรณาการความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน มีประโยชน์ต่อชุมชนดังนี้

1. ช่วยให้ช่างฝีมือท้องถิ่นชาวไทยทรงดำสามารถต่อยอดฝีมือแบบดั้งเดิมให้เข้ากับตลาดสมัยใหม่ ได้

2. สร้างการมีส่วนร่วมแบบมีความหมาย (Participatory Design) ระหว่าง นักออกแบบ ช่างฝีมือ ชุมชน และนักท่องเที่ยว

3. เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ เช่น ของที่ระลึกของฝากเชิงวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนไทยทรงดำ

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องการบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลการศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า การออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ คือ 1. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความหมายแฝงไว้ด้วยอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ เป็นรูปแบบตุ๊กตาของที่ระลึก 2. ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าทอไทยทรงดำผสมผสานด้วยผ้าปักไทยทรงดำ เป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์หมอนอิง และ3. ผลิตภัณฑ์จักสานวัฒนธรรมไทยทรงดำ แรงบันดาลใจจากเอกลักษณ์บ้านไทยทรงดำผสมสานลายผ้าปัก รูปแบบที่แขวนตกแต่งผนัง ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยทรงดำ คือ รูปแบบที่ 1 ตุ๊กตาของที่ระลึกแสดงอัตลักษณ์การแต่งกายวัฒนธรรมไทยทรงดำ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และความคิดเห็นของชาวไทยทรงดำที่มีต่อเรื่องของนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยภาพรวมด้านประโยชน์ต่อการใช้งานและด้านเอกลักษณ์ชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าชาวไทยทรงดำมีพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตุ๊กตไทยทรงดำ มีความพึงพอใจต่อการใช้งานได้จริง ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์เหล่านี้จึงเป็นการสื่อสารวัฒนธรรมผ่านสิ่งของใช้งาน ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสอดคล้องกับทฤษฎีของ สุชาติ อิ่มสำราญ (2564) การบูรณาการกับวัสดุเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าซึ่งคุณลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ดี คือ ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ การคิดดัดแปลงผสมผสานกัน เพื่อนำไปสู่การคิดค้นสิ่งแปลกใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะท้องถิ่นและตรงกับจุดประสงค์ที่ต้องการ อีกทั้งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมทางการใช้สอย ความสะดวกสบาย และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เป็นสำคัญผู้ออกแบบต้องสามารถตอบคำถามได้ว่าผลิตภัณฑ์นำไปใช้อย่างไรใช้ที่ไหนและสำหรับใครการออกแบบจึงจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด จากผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของกลุ่มไทยทรงดำ ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น การออกแบบผลิตภัณฑ์เน้นไปที่การสร้างสรรค์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถรักษาและเผยแพร่วัฒนธรรมของไทยทรงดำให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรทไทยทรงดำมาเป็นสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชนเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อใช้สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวในศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ

5.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยทรงดำ นั้นสามารถพัฒนาต่อให้มีความหลากหลาย เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับชุมชน

2. จากผลการวิจัยที่พบว่าผ้าไทยทรงดำ มีคุณค่าเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยทรงดำ จึงควรมีการส่งเสริมจัดการองค์ความรู้ด้านการปักผ้าไทยทรงดำ เพื่อเป็นการอนุรักษ์

3. จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยที่สำคัญคือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นช่วงวัยเด็กถึงวัยรุ่นจึงทำให้การตัดสินใจซื้อของที่ระลึกตุ๊กตาไทยทรงดำ ดังนั้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรเน้นที่กลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยด้านวัฒนธรรมในชาติพันธุ์ไทยทรงดำในแง่มุมต่างๆ เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมให้บุคคลภายนอกรับรู้

2. ควรมีการวิจัยเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำในจังหวัดราชบุรีเพื่อเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของชุมชนไทยทรงดำ เพื่อเป็นการสื่อสาร ให้บุคคลภายนอกได้รับรู้ถึงวัฒนธรรมไทยทรงดำ

3. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การจัดการด้านการตลาดเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไทยทรงดำเป็นหลัก

บรรณานุกรม

จุรีวรรณ จันพลา และคณะ. **(2554).** รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรม.

จิราภรณ์ แก้วมณี. **(2557).** "การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนบ้านหัวเขาจีน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี" วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฐิติพันธ์ จันทร์หอม, ผดุง พรมมูล และกาสัก เต๊ะขันหมาก. **(2555).** "การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยศิลปะและภูมิปัญญาของชาวไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐม." วารสารสมาคม นักวิจัย. 17, 2 (พฤษภาคม -สิงหาคม 2555).

ธนกร วีระไวทยะ. **(2563).** การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างอัตลักษ์ชุมชนวารสารวิชาการศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 12(2), 45–59.

นิรัช ศิริชัย. **(2548).** การจัดการผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุษราภรณ์ พวงปัญญา, สัญญา เคณาภูมิ, ยุภาพร ยุภาศ. **(2559).** แนวทางการจัดการเพื่อยกระดับสินค้าทางวัฒนธรรม.วารสารใบลาน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุ บลราชธานี ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2559

ประทับใจ สิกขา. **(2552).** ผ้าในวิถีชีวิตไทดำ. โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี

ประภากร แก้ววรรณา.**(2552).** การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น. อุดรธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

พิมลพรรณ วงศ์ศรีนิล. **(2561).** การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น. วารสารวิชาการศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 10(1), 50–63.

พัฒนินทร์ ศุขโรจน์. **(2563).** การสร้างพื้นที่การเรียนรู้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมผ่านแนวคิดพื้นที่ที่สาม. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต : ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม – เมษายน

ภัททิยา ยิมเรวัต. **(2544).** ประวัติศาสตร์สิบสองจุไท. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สร้างสรรค์.

ศุภชัย อรุณรักษ์ติชัย. **(2560).** เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : นวัตกรรมทางความคิดสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิเชียร ใจดี. **(2563).** การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านหัตถกรรมชุมชน. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

สิริธัญญ์ ศิริพันธ์บุปผา. **(2549).** การศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจากผ้า ทอชาวไทยทรงดา จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ. **(2554).** การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative. Tourism Thailand. วารสารเมืองโบราณ ปีที่37 ฉบับ 1 มกราคม-มีนาคม 2554

สุชาติ อิ่มสำราญ, พรเทพ เลิศเทวศิริ และ อินทิรา พรมพันธุ์. **(2564).** การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว. วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. ปีที่ 33 ฉบับที่ 32 กรกฎาคม-ธันวาคม 2564

สุธาวี กลิ่นอุบล. **(2562).** การศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหัวเขาจีน ตำบลห้วยยางโทน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาพัฒนศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุภาพร โพธิ์ศรี. **(2565).** การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น.วารสารการออกแบบสร้างสรรค์, 10(2), 45-59.

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย. (2562). รายงานสถานการณ์ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของประเทศไทย พ.ศ. 2562. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงวัฒนธรรม.

อาภาวดี ทับสิรักษ์. **(2555).** การพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวญัฮกุร อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

อารีย์ น้ำใจดี, พิชญาภา ยืนยาว. **(2562).** “ไทดำ” ชาติพันธุ์ร่วมสมัย. วารสารเวอร์ริเดียน สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร. ปีที่ 12 ฉบับที่ 6 เดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม พ.ศ. 2562

องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยยางโทน. **(2555).** ข้อมูลชุมชนบ้านหัวเขาจีน หมู่ที่ 1 ตำบลห้วยยางโทน ราชบุรี

UNESCO. (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Retrieved from https://ich.unesco.org/en/convention

ภาคผนวก

ภาพผนวก ก

การลงพื้นที่เก็บข้อมูล

ชุมชนท่องเที่ยว
บ้านหัวเขาจีน

ชุมชนท่องเที่ยว
บ้านหัวเขาจีน

ภาคผนวก

เอกสารรับรองจริยธรรม

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

Human Research Ethics Approval Certification
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Research/Project Category: Exemption Review

Application Number: IRB-006-2024

Research/Project Title

(Thai Title) : การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อสงเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(English Title) : Integration of innovative technology, product design, linking Thai Song Dam culture to promote creative tourism.

Head of Research/Project Name : Asst. Prof. Dr. Yuvadee Phorntharaphong

Department Title : Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.

Approval Number: IRB-COE-009-2024

Date of Approval: March 2024, 16

End of Approval: End of Research/Project Date

This Research/Project has been approved From Human Research Ethics Committee of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.

Signature.....

(Asst. Prof. Dr. Prin Boonkanit)

Head of Human Research Ethics Committee

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ใบรับรองการประเมินจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ประเภทโครงการวิจัย : แบบยกเว้น (Exemption Review)

รหัสโครงการ : IRB-006-2024

ชื่อโครงการวิจัย

(ภาษาไทย) : การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อสงเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(ภาษาอังกฤษ) : Integration of innovative technology, product design, linking Thai Song Dam culture to promote creative tourism.

หัวหน้าโครงการวิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ยุวดี พรธาราพงศ์

สถาบันที่สังกัด : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หมายเลขหนังสือรับรอง : IRB-COE-009-2024

วันที่ออกเอกสารรับรอง : 16 มีนาคม 2567

วันหมดอายุเอกสารรับรอง : วันที่สิ้นสุดการดำเนินโครงการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ได้รับการประเมินจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ลงนาม.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญ์ บุญกนิษฐ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทร. 0 2665 3777 ต่อ 8178

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง

การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Integration of innovative technology, product design, linking Thai Song Dam culture to promote creative tourism.

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

โดย

ผศ.ดร. ยุวดี พรธาราพงศ์
ผศ.ดร. อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จัดทำขึ้นเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และคำแนะนำดังกล่าวที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ประเมินผลงานที่เป็นประโยชน์ มา ณ โอกาสนี้

.....

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แบบสัมภาษณ์

โครงการวิจัย เรื่อง การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

<u>ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ มีจำนวน 5 ข้อ</u>

1.เพศ.....

2.อายุ.....

3.เชื้อชาติ.....สัญชาติ.....

4.อาชีพหลัก.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลหลักเกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมไทยทรงดำ มีจำนวน 7 ข้อ

1. ประวัติความเป็นมาของชุมชนไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน จ.ราชบุรี

1.1 ชีวิต ความเป็นอยู่ ในอดีต และปัจจุบัน เป็นอย่างไร

.....

.....

1.2 ความเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตเป็นอย่างไร

.....

.....

1.3 การคงอยู่ของชุมชนไทยทรงดำเป็นอย่างไร

.....

.....

2. วัฒนธรรมไทยทรงดำเป็นอย่างไร

1.1 อัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

1.2. วัฒนธรรมด้านที่อยู่อาศัย

.....

.....

.....

1.3 วัฒนธรรมด้านการแต่งกาย

.....

.....

.....

1.4 วัฒนธรรมด้านวิถีชีวิต

.....

.....

.....

3.การรวมกลุ่มสมาชิกไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน จังหวัดราชบุรี

.....

.....

4.จำนวนสมาชิกในกลุ่ม.....

5. รายได้.....

6. ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน

6.1 ประวัติความเป็นมาของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน

.....

.....

.....

....6.2 ลักษณะการท่องเที่ยวในศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

6.3 จำนวนนักท่องเที่ยว.....

6.4 โปรแกรมการท่องเที่ยวในศูนย์เป็นอย่างไรบ้าง.....

6.5 รูปแบบการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร.....

7. รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในศูนย์

7.1 ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการสำหรับการส่งเสริมการขาย และการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

7.2 มีแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ลงชื่อ .....

(.....)

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถาม

สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ด้านวัฒนธรรมไทยทรงดำ

เรื่อง

การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Integration of innovative technology, product design, linking Thai Song Dam culture to promote creative tourism.

โดย

ผศ.ดร. ยุวดี พรธาราพงศ์

ผศ.ดร. อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

<u>คำชี้แจง</u>

1. แบบประเมินความพึงพอใจนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จัดทำขึ้นเพื่อการสำรวจความคิดเห็นของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานเพื่อนำผลงานไปใช้ประโยชน์และเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และ ข้อเสนอแนะ ดังกล่าวที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยต่อไป

2. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ระดับการให้คะแนนตามหมายเลขในความคิดเห็นของท่านในประเด็นต่างๆในระดับการตัดสินใจการพิจารณามีเกณฑ์ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

“ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ประเมินผลงานที่เป็นประโยชน์ มา ณ โอกาสนี้”

คณะผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานะภาพของผู้ตอบ

ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ มีจำนวน 5 ข้อ

1.เพศ.....

2.อายุ.....

3.เชื้อชาติ.....สัญชาติ.....

4.อาชีพ.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมไทยทรงดำ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย/ในช่องของรูปแบบ โดยความคิดเห็นของท่าน ใช้เกณฑ์พิจารณาดังนี้

ระดับความคิดเห็น

ระดับ 5 ได้แก่ มีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 ได้แก่ มีความพึงพอใจมาก

ระดับ 3 ได้แก่ มีความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 ได้แก่ มีความพึงพอใจน้อย

ระดับ 1 ได้แก่ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

<u>คำชี้แจง</u> : โปรดตอบแบบสอบถามและทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

หัวข้อการประเมิน	**ระดับความเห็น**				
	5	4	3	2	1
1. **การนำเสนออัตลักษณ์ ไทยทรงดำ**					
1.1 แสดงวัฒนธรรมไทยทรงดำได้ชัดเจน					
1.2 แสดงเอกลักษณ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยว					
1.3 การสื่อสารผ่านอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ					
1.4 ความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ					
2. **รูปแบบผลิตภัณฑ์**					
2.1 ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว					
2.2 ความสะดวกต่อการใช้งาน					
2.3 ขนาดมีความเหมาะสม					
2.4 ความน่าสนใจ					
3. **การนำเสนอผลงานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**					
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสารในการท่องเที่ยวได้					
3.2 ผลิตภัณฑ์สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมได้					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ

คณะผู้วิจัย

แบบสอบถาม

ประเมินความพึงพอใจ

สำหรับนักท่องเที่ยว

เรื่อง

การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Integration of innovative technology, product design, linking Thai Song Dam culture to promote creative tourism.

โดย

ผศ.ดร. ยุวดี พรธาราพงศ์

ผศ.ดร. อาณัฏ ศิริพิชญ์ตระกูล

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

<u>คำชี้แจง</u>

1. แบบประเมินความพึงพอใจนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง การบูรณาการเทคโนโลยีนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จัดทำขึ้นเพื่อการสำรวจความคิดเห็นของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานเพื่อนำผลงานไปใช้ประโยชน์และเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และ ข้อเสนอแนะ ดังกล่าวที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยต่อไป

2. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ระดับการให้คะแนนตามหมายเลขในความคิดเห็นของท่านในประเด็นต่างๆในระดับการตัดสินใจการพิจารณามีเกณฑ์ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีออกแบบนวัตกรรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยทรงดำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

“ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ประเมินผลงานที่เป็นประโยชน์ มา ณ โอกาสนี้”

คณะผู้วิจัย

<u>ตอนที่ 1</u> ข้อมูลสถานะภาพของผู้ตอบ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย X ในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ 21- 30 ปี ☐ 31- 40 ปี

☐ 41- 50 ปี ☐ 51- 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท ☐ สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ เกษตร ☐ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

☐ แม่บ้าน ☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ อื่นๆ(ระบุ).....

5. รายได้

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 5,001- 10,000 บาท

☐ 10,001 - 20,000 บาท ☐ 20,001 - 30,000 บาท

☐ 30,001 - 45,000 บาท ☐ 45,001 บาทขึ้นไป

☐ อื่นๆ(ระบุ).....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจด้านความสวยงาม ด้านการใช้งาน ด้านวัฒนธรรม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย/ในช่องของรูปแบบ โดยความคิดเห็นของท่าน ใช้เกณฑ์พิจารณาดังนี้

ระดับความคิดเห็น

ระดับ 5 ได้แก่ มีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 ได้แก่ มีความพึงพอใจมาก

ระดับ 3 ได้แก่ มีความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 ได้แก่ มีความพึงพอใจน้อย

ระดับ 1 ได้แก่ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ประเด็นการประเมิน		ระดับคุณค่า				
		ระดับความคิดเห็น				
		1	2	3	4	5
ด้านความสวยงาม						
1	มีความเป็นเอกลักษณ์					
2	คุณค่าความงาม					
3	ความโดดเด่น น่าสนใจ					
ด้านการใช้งาน						
4	มีความแข็งแรง ทนทาน					
5	สามารถสะท้อนอัตลักษณ์พื้นที่					
6	เชื่อมโยงการท่องเที่ยววัฒนธรรมไทยทรงดำ					
7	รูปแบบตอบสนองความต้องการต่อนักท่องเที่ยว					
ด้านวัฒนธรรม						
8	การสื่อสารผ่านอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ					
9	ความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ					
10	ความโดดเด่นของวัฒนธรรมไทยทรงดำ					

ข้อเสนอแนะและเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ

คณะผู้วิจัย

ภาคผนวก ข

ประวัตินักวิจัย

ประวัตินักวิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) **นางสาวยุวดี พรธาราพงศ์**

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Miss Yuvadee Phontharaphong

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 1022 00905 78 9

3. ตำแหน่งปัจจุบัน **อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)**

4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
โทรศัพท์ 0-2282-8531-2 , 0-2282-9231-4 ต่อ 4201,4202 โทรสาร 02-282-2384
e - Mail : yuvadee.s@rmutp.ac.th

5. ประวัติการศึกษา

2562 ป.ร.ด. ทัศนศิลป์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยบูรพา

2549 ศ.ม. ประยุกต์ศิลปศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร

2542 ศ.บ. จิตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

6.สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

สาขาวิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ สาขาวิชาศิลปศึกษา สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์

7.ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : -

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย :

-การออกแบบสื่อการเรียนรู้ทางศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางอารมณ์สำหรับเด็กพิการทางสมอง (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2553)

-ออกแบบชุดอุปกรณ์การระบายสีเพื่อส่งเสริมพัฒนาการและช่วยฝึกสมาธิสำหรับเด็กสมาธิสั้น (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2554)

-ศึกษากระบวนการและรูปแบบของเสื่อกกเพื่อพัฒนาสู่การออกแบบเฟอร์นิเจอร์แนวศิลปะไทยร่วมสมัย (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2555)

-การศึกษาวิเคราะห์รูปแบบเครื่องจักสานสู่การสร้างสรรค์เป็นงานประติมากรรมตกแต่งบ้านโดยใช้ประโยชน์จากกากกาแฟเหลือทิ้ง (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2556)

-การศึกษาและพัฒนาอุปกรณ์ช่วยฝึกคลานเพื่อฝึกพัฒนาการทางการเคลื่อนไหว สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางร่างกายและสุขภาพ (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2557)

-ศึกษากระบวนการทำเครื่องปั้นดินเผาโดยใช้ประโยชน์จากกากกาแฟเหลือทิ้งเพื่อพัฒนาสู่การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2558)

-การออกแบบรูปทรงแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวาสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แนวคิดเอกลักษณ์ท้องถิ่น (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2558)

-การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านจากจักสานเชือกมัดฟางแนวทางผลิตภัณฑสร้างสรรค์วัฒนธรรมท้องถิ่น (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2561)

-การออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ตกแต่งผนังบ้านจากเศษผ้าไหมเหลือทิ้ง (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2561)

-การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุจากภูมิปัญญาท้องถิ่นไม้ตาลโตนด (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2562)

-การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุจากเศษผ้าทอพื้นเมืองเหลือทิ้ง (ทุนสนับสนุน จาก กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม งบประมาณแผ่นดิน ปี 2563) 2564

-การออกแบบแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวาจากน้ำยางพาราเพื่อลดต้นทุนในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานผักตบชวา(ทุนสนับสนุน จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม งบประมาณแผ่นดิน ปี 2564)

-การจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อการออกแบบสร้างอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมรายได้เชิงพาณิชย์ (ทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

- การบูรณาการองค์ความรู้และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากผ้าทอพื้นเมือง เพื่อเพิ่มมูลค่าวัดรางบัว จังหวัดราชบุรี (ทุนสนับสนุน จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัย และนวัตกรรม งบประมาณแผ่นดิน ปี 2565)

- การศึกษาและพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเครื่องเบญจรงค์สู่การสร้างสรรค์ประติมากรรมโคมไฟร่วมสมัย(สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ ประจำปี 2565)

7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :

-การออกแบบสื่อการเรียนรู้ทางศิลปะเพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางอารมณ์สำหรับเด็กพิการทางสมอง (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2553)

-ออกแบบชุดอุปกรณ์การระบายสีเพื่อส่งเสริมพัฒนาการและช่วยฝึกสมาธิสำหรับเด็กสมาธิสั้น (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2554)

-ศึกษากระบวนการและรูปแบบของเสื่อกกเพื่อพัฒนาสู่การออกแบบเฟอร์นิเจอร์แนวศิลปะไทยร่วมสมัย (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2555)

-การศึกษาวิเคราะห์รูปแบบเครื่องจักสานสู่การสร้างสรรค์เป็นงานประติมากรรมตกแต่งบ้านโดยใช้ประโยชน์จากกากกาแฟเหลือทิ้ง (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2556)

-การศึกษาและพัฒนาอุปกรณ์ช่วยฝึกคลานเพื่อฝึกพัฒนาการทางการเคลื่อนไหว สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางร่างกายและสุขภาพ (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2557)

-ศึกษากระบวนการทำเครื่องปั้นดินเผาโดยใช้ประโยชน์จากกากกาแฟเหลือทิ้งเพื่อพัฒนาสู่การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2558)

-การออกแบบรูปทรงแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวาสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แนวคิดเอกลักษณ์ท้องถิ่น (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2558)

-การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านจากจักสานเชือกมัดฟางแนวทางผลิตภัณฑสร้างสรรค์วัฒนธรรมท้องถิ่น (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2561)

-การออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ตกแต่งผนังบ้านจากเศษผ้าไหมเหลือทิ้ง (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2561)

-การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุจากภูมิปัญญาท้องถิ่นไม้ตาลโตนด (มทร.พระนคร งบประมาณแผ่นดิน ปี 2562)

-การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุจากเศษผ้าทอพื้นเมืองเหลือทิ้ง (ทุนสนับสนุน จาก กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม งบประมาณแผ่นดิน ปี 2563) 2564

-การออกแบบแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวาจากน้ำยางพาราเพื่อลดต้นทุนในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานผักตบชวา(ทุนสนับสนุน จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม งบประมาณแผ่นดิน ปี 2564)

-การจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อการออกแบบสร้างอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมรายได้เชิงพาณิชย์ (ทุนอุดหนุนการทำ

กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

- การบูรณาการองค์ความรู้และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากผ้าทอพื้นเมือง เพื่อเพิ่มมูลค่าวัดรางบัว จังหวัดราชบุรี (ทุนสนับสนุน จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัย และนวัตกรรม งบประมาณแผ่นดิน ปี 2565)

- การศึกษาและพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเครื่องเบญจรงค์สู่การสร้างสรรค์ประติมากรรมโคมไฟร่วมสมัย(สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ ปี 2565)

7.4 งานวิจัยที่กำลัง

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) **นายอาณัฎ ศิริพิชญ์ตระกูล**

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) **Mr. Arnut Siripithakul**

2.เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน **3 1001 00666 55 1**

3.ตำแหน่งปัจจุบัน **อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)**

4.หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

168 ถ.ศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 0-2282-8531-2 , 0-2282-9231-4 ต่อ 4201,4202 โทรสาร 02-282-2384

e-Mail : arnut_kmitl@yahoo.com

5. ประวัติการศึกษา

ค.อ.บ.(ศิลปอุตสาหกรรม) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ค.อ.ม.(เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

สาขาวิชาการ เทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์

กลุ่มวิชา วิทยาการคอมพิวเตอร์

7.ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : -

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : -

- โครงการออกแบบและพัฒนาเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่งบ้านจากวัสดุหญ้าแฝกสำหรับบ้านพักอาศัยขนาดกลาง ปี 2554 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาบกล้วยเพื่อส่งเสริมอาชีพในจังหวัดปัตตานี ปี 2555

- ศึกษาและพัฒนาของตกแต่งบ้านจากกระบวนการผลิตกรงนกหัวจุกกลุ่มหัตถกรรมและแกะสลักไม้บ้านปากน้ำ จังหวัดปัตตานี ปี 2555

- การศึกษากระบวนการและรูปแบบผ้าทอไทยพวนเพื่อพัฒนาและ ออกแบบเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านแนวคิดศิลปะไทยร่วมสมัย ปี 2558 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การใช้ประโยชน์วัสดุจากหญ้าแฝกกับการออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นทางภาคกลางสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปี 2558 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การศึกษากระบวนการและรูปแบบผ้าทอขาวม้าร้อยสีเพื่อพัฒนาออกแบบเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านแนวคิดศิลปะไทยร่วมสมัย ปี 2559 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การใช้ประโยชน์ อีวีเอ เหลือทิ้งในอุตสาหกรรมรองเท้าเพื่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศเศรษฐกิจ ปี 2559 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- เศษวัสดุ EVA และ PVC เหลือใช้ในอุตสาหกรรมเพื่อผลิตภัณฑ์ออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ ปี 2559 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การใช้ประโยชน์หญ้าแฝกเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่นภาคอีสานแนวคิดศิลปะไทยร่วมสมัยสู่แนวทางอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ปี 2561 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การใช้ประโยชน์จากเถาย่านางกับออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา หัตถกรรมท้องถิ่นทางภาคใต้สู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปี 2561 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การศึกษาการเพิ่มคุณภาพวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรเพื่อการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้านสู่การสร้างอาชีพให้เศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ปี 2562 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การจัดการการใช้ประโยชน์หญ้าแฝกเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หญ้าแฝกสู่สากลตามแนวทางพระราชดำริ ปี 2563 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) : การจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์ในมิติเชิงชุมชน สังคม ตามแนวพระราชดำริ

- การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง ปี 2564 งบประมาณด้านววน. Full Proposal ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564

- การจัดการองค์ความรู้ด้านการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจฐานราก ปี 2565 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : แผนงานจัดการความรู้การวิจัยและถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์

- การพัฒนาและใช้ประโยชน์อัตลักษณ์เมืองรองภาคกลางตอนล่างด้วยนวัตกรรมการออกแบบเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ปี 2565 กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : งบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2565

- การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์วัสดุพื้นถิ่นเพื่อการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์สู่การเพิ่มทักษะและรายได้ในชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจฐานราก ปี 2566 กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : งบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2566

- การใช้ประโยชน์วัสดุพื้นถิ่นประเภท ต้นกก และอัตลักษณ์พื้นถิ่นในการพัฒนาลวดลายและผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าวัสดุท้องถิ่น ตำบลโคกปรง อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชบูรณ์ปี 2566 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : วิจัยและพัฒนาสุนทรียภาพและความคิดสร้างสรรค์ของด้านศิลปกรรม

- การใช้ประโยชน์นวัตกรรมออกแบบและอัตลักษณ์ชุมชนพัฒนาลวดลายผ้าทอบ้านโคกปรง จังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์เพื่อยกระดับและส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าชุมชน ปี 2566 กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : งบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2567

- การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขศิลป์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี ปี 2567 กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : งบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2567

- การจัดการองค์ความรู้และงานวิจัยด้านการออกแบบเพื่อใช้ประโยชน์งานหัตถกรรมพื้นถิ่นสู่การยกระดับชุมชนพอเพียงตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ปี 2567 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) : การจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์ในมิติเชิงชุมชน สังคม ตามแนวพระราชดำริ

7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :

- โครงการออกแบบและพัฒนาเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่งบ้านจากวัสดุหญ้าแฝกสำหรับบ้านพักอาศัยขนาดกลาง ปี 2554 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาบกล้วยเพื่อส่งเสริมอาชีพในจังหวัดปัตตานี ปี 2555

- ศึกษาและพัฒนาของตกแต่งบ้านจากกระบวนการผลิตกรงนกหัวจุกกลุ่มหัตถกรรมและแกะสลักไม้บ้านปากน้ำ จังหวัดปัตตานี ปี 2555

- การศึกษากระบวนการและรูปแบบผ้าทอไทยพวนเพื่อพัฒนาและ ออกแบบเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านแนวคิดศิลปะไทยร่วมสมัย ปี 2558 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การใช้ประโยชน์วัสดุจากหญ้าแฝกกับการออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นทางภาคกลางสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปี 2558 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การศึกษากระบวนการและรูปแบบผ้าทอขาวม้าร้อยสีเพื่อพัฒนาออกแบบเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านแนวคิดศิลปะไทยร่วมสมัย ปี 2559 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การใช้ประโยชน์ อีวีเอ เหลือทิ้งในอุตสาหกรรมรองเท้าเพื่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศเศรษฐกิจ ปี 2559 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- เศษวัสดุ EVA และ PVC เหลือใช้ในอุตสาหกรรมเพื่อผลิตภัณฑ์ออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ ปี 2559 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การใช้ประโยชน์หญ้าแฝกเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่นภาคอีสานแนวคิดศิลปะไทยร่วมสมัยสู่แนวทางอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ปี 2561 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การใช้ประโยชน์จากเถาย่านางกับออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา หัตถกรรมท้องถิ่นทางภาคใต้สู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปี 2561 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การศึกษาการเพิ่มคุณภาพวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรเพื่อการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้านสู่การสร้างอาชีพให้เศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ปี 2562 งบประมาณแผ่นดิน ผ่านทาง มทร.พระนคร

- การจัดการการใช้ประโยชน์หญ้าแฝกเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หญ้าแฝกสู่สากลตามแนวทางพระราชดำริ ปี 2563 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) : การจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์ในมิติเชิงชุมชน สังคม ตามแนวพระราชดำริ

- การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอาศัยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์เมืองรองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง ปี 2564 งบประมาณด้านววน. Full Proposal ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564

- การจัดการองค์ความรู้ด้านการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจฐานราก ปี 2565 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : แผนงานจัดการความรู้การวิจัยและถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์

- การพัฒนาและใช้ประโยชน์อัตลักษณ์เมืองรองภาคกลางตอนล่างด้วยนวัตกรรมการออกแบบเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ปี 2565 กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : งบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2565

- การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์วัสดุพื้นถิ่นเพื่อการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์สู่การเพิ่มทักษะและรายได้ในชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจฐานราก ปี 2566 กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : งบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2566

- การใช้ประโยชน์วัสดุพื้นถิ่นประเภท ต้นกก และอัตลักษณ์พื้นถิ่นในการพัฒนาลวดลายและผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าวัสดุท้องถิ่น ตำบลโคกปรง อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชบูรณ์ปี 2566 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : วิจัยและพัฒนาสุนทรียภาพและความคิดสร้างสรรค์ของด้านศิลปกรรม

- การใช้ประโยชน์นวัตกรรมออกแบบและอัตลักษณ์ชุมชนพัฒนาลวดลายผ้าทอบ้านโคกปรง จังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์เพื่อยกระดับและส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าชุมชน ปี 2566 กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : งบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2567

- การใช้ประโยชน์นวัตกรรมการออกแบบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเรขศิลป์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : พื้นที่ศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี ปี 2567 กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.) : งบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2567

- การจัดการองค์ความรู้และงานวิจัยด้านการออกแบบเพื่อใช้ประโยชน์งานหัตถกรรมพื้นถิ่นสู่การยกระดับชุมชนพอเพียงตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ปี 2567 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) : การจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์ในมิติเชิงชุมชน สังคม ตามแนวพระราชดำริ

7.4 งานวิจัยที่กำลังทำ : -