



อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ  
สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา  
Batik Pattern Identity with Natural Indigo Colors  
to the Design of Souvenir Products, Songkhla Province

ติณณา อุดม

TINNA UDOM

คุณิณีพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2566



อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ  
สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา

Batik Pattern Identity with Natural Indigo Colors  
to the Design of Souvenir Products, Songkhla Province

ติณณา อุดม

TINNA UDOM

คุณศึกษานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาคุณศึกษานิพนธ์  
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร


2566

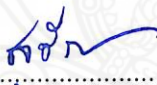
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร


ชื่อคุณุญนิพนธ์ อັตลัษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์  
ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา  
ชื่อ นามสกุล ตินณา อุดม  
ชื่อปริญญา ปรัชญาคุณุญบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)  
สาขาวิชา คหกรรมศาสตร์  
คณะ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ดร.จรัสพิมพ์ ว่างเย็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ดร.สุชีรา ผ่องใส  
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัทร กี่อารีโย


คณะกรรมการสอบคุณุญนิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบคุณุญนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว

  
.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สาคร ชลสาคร)


  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม มานะรุ่งวิทย์)

  
.....กรรมการ  
(ดร.สุชีรา ผ่องใส)

  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัทร กี่อารีโย)

  
.....กรรมการ  
(ดร.จรัสพิมพ์ ว่างเย็น)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้นับ  
คุณุญนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาคุณุญบัณฑิต  
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

  
.....คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนภ โสตรโยม)

วันที่ 24 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2567

ชื่อคุณิพนธ์	อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลิก จังหวัดสงขลา
ชื่อ นามสกุล	ดิณณา อุดม
ชื่อปริญญา	ปรัชญาคุณิบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา และคณะ	คหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2566

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก 2) ศึกษากระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ 3) ออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลิกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่กำหนดเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ ผู้ที่อาศัยในชุมชนย่านเมืองเก่า อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องทางด้านสถาปัตยกรรมเมืองเก่า จำนวน 5 คน เพื่อศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก ผู้เชี่ยวชาญด้านเส้นใยและการออกแบบทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 5 คน เพื่อศึกษากระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ และนักท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านเมืองเก่า อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา จำนวน 150 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลิกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถาม และแบบประเมินความพึงพอใจวิธีดำเนินการวิจัย ทำการศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเชิงลึก จากนั้นนำมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบลวดลายและสร้างสรรค์เป็นลวดลายบาติกด้วยการย้อมสีครามธรรมชาติ เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลิก จำนวน 1 คอลเลคชั่น ประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา ด้านอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก พบว่าเมืองเก่าสงขลาเป็นเมืองสำคัญที่มีมรดกวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และเป็นแหล่งผสมผสานทางวัฒนธรรมอันหลากหลายของกลุ่มคนสามศาสนา คือ ชาวไทยพุทธ ไทยจีน และไทยมุสลิม ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบวิถีชีวิตชุมชนที่มีเอกลักษณ์และรูปแบบของสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น มีรูปแบบงานศิลปกรรมจากลวดลายธรรมชาติผสมผสาน

ลวดลายสถาปัตยกรรม ผู้วิจัยนำความหมายที่มีร่วมกันของรูปแบบลวดลาย รวมถึงทฤษฎีการออกแบบและความคล้ายคลึงกัน โดยมีองค์ประกอบของสี โครงร่างเงา รายละเอียดตกแต่ง และวัสดุทำให้เกิดเป็นลวดลายใหม่ที่สวยงามและแฝงด้วยเรื่องราวของอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา ด้านผลการศึกษาระบบการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ พบว่า ลวดลายที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน คือ ลวดลายที่ 1 จากแนวความคิดการออกแบบของโรงสีแดง หับ โห้ หิน มัสยิดบ้านบน และประตูเมืองสงขลา มีเอกลักษณ์เฉพาะในด้านโครงสร้างตัวอาคารผสมผสานระหว่างอาคารในย่านเมืองเก่าประกอบเป็นโครงสร้างและนำลักษณะของเส้นโค้งที่ทำให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวจากลวดลายช่องลมมาประกอบเป็นลวดลายที่สะท้อนความงามและอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ จากนั้นนำไปสร้างสรรค์ลวดลายบาติกและย้อมสีครามธรรมชาติ ทำการทดสอบความคงทนของสีต่อแสง พบว่า มีความคงทน >4 ทดสอบความคงทนของสีต่อการซัก พบว่า มีความคงทนระดับ 4 ทดสอบความคงทนของสีต่อการขัดถู พบว่า มีความคงทนสภาวะแห้ง ระดับ 2 - 3 ความคงทนสภาวะเปียก ระดับ 1 - 2 และความต้านทานต่อการขัดถู พบว่า มีความต้านทาน >10,000 ครั้ง และประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวยุคต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาประเภทเสื้อผ้า มีค่าคะแนนสูงสุด ( $\bar{X}$ =4.34) รองลงมาผ้าโพกศีรษะและรองเท้าเท่ากัน ( $\bar{X}$ =4.30) กระเป๋า ( $\bar{X}$ =4.28) และหมวก ( $\bar{X}$ =4.27) ตามลำดับ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}$ = 4.30)

**คำสำคัญ:** อัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา, การออกแบบลวดลาย, ผ้าบาติก, สีครามธรรมชาติ, ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

<b>Dissertation Title</b>	Batik Pattern Identity with Natural Indigo Colors to the Design of Souvenir Products, Songkhla Province
<b>Author</b>	Tinna Udom
<b>Degree</b>	Doctor of Philosophy (Home Economics)
<b>Major Program</b>	Home Economics Faculty of Home Economics Technology
<b>Academic Year</b>	2023

## ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the identity of Songkhla old town in terms of designing batik patterns 2) to study the process of creating patterns on batik using natural indigo, and 3) to design souvenirs as modern products using sustainable design concept. The study was conducted from both qualitative and quantitative. The sample groups, which were determined as necessary sources of information for the objectives, were the people living in the community of the old town area, Mueang district, Songkhla province, as well as five scholars who specialized in the architecture of the old town. The sample groups were studied for investigating the identity of Songkhla old town in designing batik patterns. Five specialists in fiber and design, from both public and private sectors, were studied for inspecting the process of creating patterns on batik using natural indigo. Additionally, 150 tourists in the old town area, Mueang district, Songkhla province, participated to be evaluated their satisfaction in designing souvenirs as modern products using sustainable design concepts. The research tools were in-depth interviews, questionnaires, and satisfaction assessments. Research methodology was studying the identity of Songkhla old town in terms of designing batik patterns by in-depth interviewing the specialists. Then the interview was analyzed for designing patterns and creating batik patterns by dyeing with natural indigo. This process was conducted for designing one collection of souvenir products and evaluating satisfaction of tourists. The data was analyzed using statistics: percentages, means, and standard deviation.

The results of the study regarding the identity of Songkhla old town in terms of designing batik patterns showed that the old town was an important town with a valuable cultural heritage in terms of history, art, and culture. Moreover, it was a source of diverse cultures of three religious' groups: Thai Buddhists, Thai Chinese, and Thai Muslims. This diversity reflected the unique ways of life of the community and the outstanding architectural patterns. There were art forms, based on natural patterns, combined with architectural patterns. The researcher utilized the combination of the meanings in the patterns, design theory and similarities, the elements of colors, shadow outlines, decorative details, and materials to create new and beautiful patterns indirectly showing the identity of Songkhla old town for designing three patterns. The researcher discovered that pattern 1 was the most satisfying pattern. The results of the study about the process of creating patterns on batik with natural indigo showed that the patterns came from the design concept of Hab Ho Hin Red Mill, Bannbon Mosque, and Songkhla city gate. Pattern 1 was unique in terms of building structure: the mixture of the buildings in the old town making up the structure. Afterwards, the curved characteristics, which gave a feeling of movement from the vent patterns, were applied to assemble into patterns that reflected beauty and spatial identity. Finally, the assembled patterns were used to create batik patterns and dye the batik with natural indigo. From the test results, the color fastness to light of the dyed batik was at level >4. The color fastness to washing was at level 4. The color fastness to the friction in a dry state was at level 2-3, and in a wet state was at level 1-2. The resistance against abrasion was >10,000 times. In addition, the further development of clothing souvenir products gained the highest score ( $\bar{x}$ =4.34). The second was headdresses and shoes ( $\bar{x}$  =4.30). The third was bags ( $\bar{x}$ =4.28). The fourth was hats ( $\bar{x}$ =4.27). Overall, the products gained a high level of satisfaction with an average of ( $\bar{x}$ = 4.30).

**Keywords:** Identity of Songkhla Old Town, Pattern Design, Batik, Natural Indigo, Souvenir Product

## กิตติกรรมประกาศ

ดุขุฎนินพณธ์อ้ถลัษณลวตลายฝ้บาคดกด้วยสีครามธรรมาชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณท์ของที่ ระลึก จ้งหวัดสงขลา สำเร้งลู่วงไปด้วดี ซึ่งได้รับความช่วยเหลืออย่างดีย้งจาก ดร.จรัสพิมพ์ ว่างเียง อาจารย์ที่ปรึกาขุฎนินพณธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขณูภัทร ก้ออารโย และ ดร.สุชึรา ผ่องใส ที่ปรึกาขุฎนินพณธ์รว่ม ที่ได้ให้คำแนะน้าและข้อคิตเห็นต่าง ๆ ของการวิจัยเป็นอย่งดีมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สาคร ชลสาคร ประธานกรรมการ พร้อมด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม มานะรุ่งวิทย์ กรรมการ ที่ได้ให้คำแนะน้าและข้อคิตเห็นต่าง ๆ ของการ วิจัยเป็นอย่งดี และขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลามาเป็นประธาน และกรรมการในการสอบขุฎนิน พณธ์คร้งนี้ พร้อมให้คำแนะน้าที่เป็นประโยชน์และแก้ไขเพื่อให้มีควมสมบูรณ้มากย้งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ สาขาคหกรรมศาสตร์ ที่ได้ให้คำแนะน้าและ ช่วยเหลือในการดำเนินงานวิจัย ขอขอบพระคุณอาจารย์จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่สละเวลาในการให้ข้อมูลและให้พื้นที่ในการดำเนินงานวิจัยจนสำเร้ง ลู่วง ขอขอบพระคุณคณาจารย์และบุคลากร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้ให้คำแนะน้าและดำเนินการช่วยเหลือด้านเอกสารต่าง ๆ ตลอดจน เพื่อน ๆ นักศึกษาระดับปริญญาเอกทุกท่านที่ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้การทำขุฎนินพณธ์ฉบับนี้ เสร้งสมบูรณ้ม

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และญาติพี่น้อง ที่ได้ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ ทั้งร่างกายและ แรงใจตลอดจนเป็นกำลังใจสำคัญที่ตีมาตลอดจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอมอบ ประโยชน์อันเกิดจากขุฎนินพณธ์ฉบับนี้ให้แก่คณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

หากขุฎนินพณธ์ฉบับนี้มีความผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขออภัยและน้อมรับไว้แต่เพียง ผู้เดียว

ติณณา อุดม



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(9)
สารบัญแผนภูมิ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	5
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
1.5 กรอบแนวความคิด	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา	9
2.2 การล้อมด้วยสี่ธรรมชาติดจากคราม	26
2.3 การสร้างสวดลายและเทคนิควิธี	50
2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	80
2.5 การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด	93
2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	103
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	111
3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	111
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	112
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	114
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	118

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	120
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	120
4.2 อภิปรายผล	183
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	193
5.1 สรุปผล	193
5.2 ข้อเสนอแนะ	198
เอกสารอ้างอิง	200
ภาคผนวก	208
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	210
หนังสือขอความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์	211
ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย	213
ภาคผนวก ค ผลการคำนวณค่า IOC	232
ภาคผนวก ง รายงานผลการทดสอบความคงทนของผ้าเรยอน	235
ภาคผนวก จ ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูล	242
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	249

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างครามฝักตรงและครามฝักงอ	33
2.2 ชนิดของสีย้อมที่ใช้ย้อมเส้นใยชนิดต่าง ๆ	46
2.3 การเปรียบเทียบคู่แข่ง	99
4.1 ลวดลายจากเรื่องราวอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาด้านสถาปัตยกรรม	131
4.2 ผลการคัดเลือกลวดลายผ้าบาติกจากผู้เชี่ยวชาญ	134
4.3 ผลการทดสอบความคงทนของสีต่อการซัก	147
4.4 รายงานผลการทดสอบผ้าเรยอน	149
4.5 รูปแบบผลิตภัณฑ์ตามสถานที่ต่าง ๆ	153
4.6 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา	159
4.7 ข้อมูลจำนวนและค่าร้อยละของจำนวนเพศ	169
4.8 จำนวนอายุและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยว	169
4.9 อาชีพของนักท่องเที่ยว	170
4.10 รายได้ของนักท่องเที่ยว	170
4.11 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดสงขลา	171
4.12 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา	171
4.13 ยานพาหนะของนักท่องเที่ยว	171
4.14 แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวที่ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา	172
4.15 การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (เสื้อผ้า)	173
4.16 การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (หมวก)	175
4.17 การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (กระเป๋า)	177
4.18 การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (ผ้าโพกศีรษะ)	179
4.19 การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (รองเท้า)	181

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	7
2.1	18
2.2	20
2.3	20
2.4	21
2.5	21
2.6	22
2.7	23
2.8	24
2.9	24
2.10	25
2.11	26
2.12	30
2.13	31
2.14	31
2.15	32
2.16	35
2.17	36
2.18	52
2.19	53
2.20	53
2.21	54
2.22	55
2.23	55
2.24	57

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.25 แม่พิมพ์เทียนโลหะ	57
2.26 แม่พิมพ์แผ่นไม้	58
2.27 กรอบไม้ชิงฝ้าแบบต่าง ๆ	59
2.28 ภาพร่างผลงานศิลปะจากธรรมชาติผันแปรไปสู่นามธรรม	71
2.29 แนวความคิดแบบร่างลายพิมพ์ฝ้าจากสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น (จิตรกรรมฝาผนัง)	71
2.32 Ansoff Matrix	98
2.33 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	101
4.1 โรงสีแดง ถนนนครนอก	121
4.2 บ้านนครใน ถนนนครใน	122
4.3 ศาลหลักเมือง ถนนนางงาม	122
4.4 มัสยิดอุสาสนอิสลาม	123
4.5 ประตูเมืองสงขลา	123
4.6 ผลจากการศึกษาอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าสงขลา	124
4.7 สัมภาษณ์นางรอรานา แวดอเลาะ	127
4.8 สัมภาษณ์ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิชญ์ อนุชาญ	127
4.9 สัมภาษณ์นายธนวัฒน์ เลขาพันธ์	128
4.10 สัมภาษณ์ดร.จเร สุวรรณชาติ	128
4.11 สัมภาษณ์คุณดนัย โต๊ะเจ	129
4.12 รูปแบบลวดลายที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ	135
4.13 แม่พิมพ์ที่ใช้ในการสร้างลวดลาย	136
4.14 รูปแบบลวดลายผ้าบาติกเขียนเทียนและเทคนิคการใช้แม่พิมพ์	137
4.15 ต้นคราม	139
4.16 การเก็บใบคราม	140
4.17 ใบครามที่บดด้วยวัตถุแช่ 18 ชั่วโมง	140
4.18 การเติมปูนขาว (ปูนกินหมาก) ให้น้ำคราม	141
4.19 การกวนคราม	142
4.20 การแยกตะกอน	142

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.21 น้ำต่าง (ซีไล้)	143
4.22 การเตรียมน้ำมะขามเปียก	144
4.23 การโจกคราม	144
4.24 การย้อมคราม	146
4.25 การลอกเทียนออกจากผ้า	146
4.26 ผลประเมินแบบสอบถาม/สัมภาษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์	151
4.27 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกย่านเมืองเก่าสงขลาจำนวน 1 คอลเลคชั่น	156
4.28 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	157
4.29 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	158
4.30 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	159
4.31 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	160
4.32 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	161
4.33 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	162
4.34 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	163
4.35 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	164
4.36 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	165
4.37 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	166
4.38 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	167
4.39 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว	168
4.40 การเกิดองค์ความรู้อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติสู่การ ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา	188
4.41 โมเดลวิเคราะห์องค์ประกอบในธุรกิจ	192

## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	115
3.2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2	116
3.3 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3	117
4.1 กระบวนการสร้างลวดลายผ้าบาติก	138
4.2 กรอบแนวคิดในการออกแบบลวดลายที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนในบริบทเชิงพื้นที่เพื่อต่อยอดสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	185



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากยุทธศาสตร์ชาติ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันในประเด็นยุทธศาสตร์ สร้างความหลากหลายในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ทำให้ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมให้ชุมชนหรือพื้นที่ อนุรักษ์ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของตนเอง นอกจากนี้การเข้าถึงองค์ความรู้ในชุมชน สังคม เพื่อสร้างนวัตกรรมทางสังคมเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการสร้างความยั่งยืนทางสังคมที่สำคัญ ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชน การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ควบคู่ไปกับการพัฒนาประเทศและสิ่งแวดล้อม องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, (2564) ได้แก่การนำแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable design) เข้ามาร่วมใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้ควรคู่กับการได้นำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มเมืองจังหวัดที่มีเรื่องราวหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรม อย่างเช่นจังหวัดสงขลา รวมถึงการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจอีกทางหนึ่งในการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิต นำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับจังหวัด

เมืองเก่าหรือย่านเก่า คือบริเวณของเมืองที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะแห่งสืบต่อมาแต่กาลก่อน และมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือมีรูปแบบผสมผสานของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น หรือมีลักษณะของรูปแบบวิวัฒนาการทางสังคมที่สืบต่อมาของยุคต่าง ๆ หรือเคยเป็นตัวเมืองดั้งเดิมในสมัยหนึ่ง หรือโดยหลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือสถาปัตยกรรม ซึ่งมีคุณค่าในทางศิลปะ โบราณคดี และประวัติศาสตร์ที่ยังคงหลักฐานทางกายภาพที่บ่งบอกถึงลักษณะอันเด่นชัดของโครงสร้างเมืองหรือโบราณสถานในอดีตและยังมีการใช้สอยในลักษณะเมืองที่ยังมีชีวิตอย่างต่อเนื่องจากอดีตจนถึงปัจจุบัน (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2554) การรื้อฟื้นการท่องเที่ยวเมืองเก่าได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในรอบ 10 ปี ที่ผ่านมารายงานการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของโลกที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม คาดว่าจะเป็นตลาดที่มีการเติบโตเร็วที่สุดและเติบโตในระดับที่สูงต่อเนื่องในอนาคต ปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของกลุ่มนี้คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะไปเยี่ยมชมแหล่งมรดกโลกของยูเนสโก (UNESCO) เพื่อเพิ่มประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม



ในขณะที่เดียวกันจำนวนแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมได้รับการรับรองจากยูเนสโก (UNESCO) จำนวนเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ค่อนข้างมีการศึกษาที่ดีและรายได้สูง ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อดิจิทัลต่าง ๆ ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดก ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้กลายมาเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะนำมาพัฒนาเป็นสินค้าด้านการท่องเที่ยว

เมืองสงขลาเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์และพัฒนาการของเมืองสืบต่อเนื่องมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันสงขลาเป็นเมืองท่าสำคัญบนฝั่งทะเลด้านตะวันออกของอ่าวไทยมาแต่โบราณ พัฒนาการของการก่อรูปเมืองสงขลาผันแปรไปตามการเปลี่ยนแปลงของอำนาจรัฐ ชื่อเมืองสงขลาปรากฏเป็นครั้งแรกในบันทึกของพ่อค้าและนักเดินทางชาวอาหรับ-เปอร์เซีย ในนามของเมืองชิงกูร์ หรือชิงกอรา ยุคของเมืองสงขลาในปัจจุบันพัฒนาการสืบต่อเนื่องมาจากเมืองสงขลาเก่าหัวเขาแดงบริเวณริมปากทะเลสาบสงขลาในช่วงพุทธศตวรรษที่ 22 ปลายพุทธศตวรรษที่ 23 โดยมีศูนย์กลางการปกครองหรือสถานที่ตั้งเมืองสามแห่งตามลำดับพัฒนาการคือ เมืองสงขลาฝั่งหัวเขาแดง เมืองสงขลาฝั่งแหลมสน และเมืองสงขลาฝั่งบ่อยาง ซึ่งอยู่ในเขตเทศบาลนครสงขลาในปัจจุบัน โดยเริ่มแรกมีถนนสองสาย คือ ถนนนครนอก เป็นถนนเส้นนอกติดกับทะเลสาบ และถนนนครใน เป็นถนนเส้นในเมือง ต่อมา มีการตัดถนนสายที่สามเรียกว่าถนนเก้าห้องหรือย่านเก้าห้อง เพื่องานสมโภชเสาหลักเมือง ต่อมาเรียกกันว่า ถนนนางงาม ปัจจุบันถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงามยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ มีห้องแถวไม้แบบจีน ตึกคลาสสิกสไตล์ชิโนยูโรเปียน ศาลเจ้าพ่อกวนอู โรงแรมนางงาม โรงแรมไม้เก่าแก่ประดับลายฉลุไม้ฉลุประณีต เป็นถนนที่ประกอบไปด้วยอาคารและสถาปัตยกรรมที่งดงามเป็นแหล่งการเรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของชาวสงขลาผ่านมุมมองทางสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นแลนด์มาร์คที่น่าสนใจ ดังจะเห็นได้จากสถาปัตยกรรมอันงดงาม วิถีชีวิตของคนที่มีเสน่ห์และเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ ถือได้ว่าเป็นจุดท่องเที่ยวย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลาที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อันจะส่งผลให้เกิดเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีความยั่งยืน หนึ่งในนั้นคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในรูปแบบของสิ่งทอ เพื่อเป็นการพัฒนาแนวคิดในการต่อยอดวิถีงานหัตถกรรมในรูปแบบใหม่ให้เป็นที่น่าสนใจและมีความแตกต่างจากของเดิมซึ่งสามารถสร้างแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้ (เกรียงไกร เกิดศิริ, 2562)

นอกจากนี้จังหวัดสงขลามีผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับจังหวัด นั่นคือ “ผ้าบาติก” ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ผลิตผ้าบาติกเพื่อสนองความต้องการของตลาดมากขึ้น หลายชุมชน หลายหน่วยงานผลิตผ้าบาติกเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค และย่อมมีความหลากหลายตามแต่พื้นที่ มีคุณภาพ อัตลักษณ์ลวดลาย ผลิตภัณฑ์ และราคาที่แตกต่างกันออกไป ความโดดเด่นของผ้าบาติกอยู่ที่สีและลวดลายของภาพที่สามารถบอกอะไรได้หลายอย่างทั้งถิ่นที่มาวัฒนธรรมความเป็นอยู่ ธรรมชาติ เอกลักษณ์ของแหล่งผลิตหรือกระทั่ง

ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ อย่างไรก็ตามการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอและยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมมากขึ้น ทำให้กรรมวิธีในการผลิตผ้าบาติกเปลี่ยนไปจากเดิม กรรมวิธีการผลิตมีเทคนิคและลวดลายที่แสดงอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ในกระบวนการและกรรมวิธี บางพื้นที่ใช้สีธรรมชาติ บางพื้นที่ใช้สีเคมี วิธีการทำไม่ต่างกัน การทำผ้าบาติก พิมพ์เทียน ต้มสี ระบายสี ย้อมสี ผ้าบาติกเป็นงานหัตถอุตสาหกรรมและงานศิลปะของการซึมสี การต้ม การระบาย การย้อม บางสีอาจซึมเข้าไปในอีกสีหนึ่งหรือการที่สีซึมเข้าไปตามรอยแตกของเส้นเทียน เหล่านี้ทำให้ผ้าบาติกมีลักษณะรายละเอียดไม่เหมือนกัน แม้ว่าจะใช้แม่พิมพ์อันเดียวกันก็ตามในแง่นี้จึงทำให้ผ้าบาติกแตกต่างกับผ้าที่พิมพ์ลายอื่นในระบบอุตสาหกรรม สามารถทำให้ลายและสีสันเหมือนกันตลอดผืนความแตกต่างนี้คือเสน่ห์ของผ้าบาติก

สีอิติโกหรือสีครามเป็นสีย้อมธรรมชาติที่เก่าแก่มาก พบหลักฐานในหลุมฝังศพของคนจีนที่มีอายุประมาณ 6000 ปี ประชากรที่อาศัยในเขตร้อนของโลกล้วนเคยทำสีครามจากต้นไม้ชนิดต่าง ๆ ตามภูมิภาคนั้น ๆ สีครามเป็นสีที่ใช้กันมากในสมัยก่อน เพราะสีครามเป็นสีที่สวยงามและสด ต่อมาในปี 1914 โลกมีการใช้สีครามลดลง เนื่องจากได้พัฒนาไปสู่ยุคของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การย้อมสีจึงนิยมใช้สีย้อมสังเคราะห์มากกว่าสีย้อมธรรมชาติเพราะสีย้อมสังเคราะห์เป็นสีที่สามารถติดเนื้อผ้าได้ดี ทนต่อการซักและแสงแดด สะดวกรวดเร็วในการย้อมแต่มีราคาแพง และที่สำคัญ คือ น้ำย้อมสีที่เหลือจากกระบวนการย้อมสีก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากประกอบด้วยโลหะหนัก เช่น โครเมียม ดีบุก และตะกั่ว ต่อมาได้มีการสำรวจตามหมู่บ้านที่มีการย้อมด้วยสีย้อมสังเคราะห์ พบว่าชาวบ้านเหนืน้ำสีย้อมที่เหลือลงลำธารสาธารณะหรือไปรวมไว้ที่บ่อพักโดยไม่มีการบำบัดอย่างถูกวิธี นอกจากนี้ผู้ย้อมยังละเลยเรื่องความปลอดภัยต่อสุขภาพของตัวเองและผู้ใกล้ชิด โดยไม่มีการป้องกันการรับสารพิษจากสีย้อมทั้งการสัมผัสโดยตรงและสูดดม เนื่องจากมีการย้อมต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 10 ปี ทำให้เกิดปัญหาเหล่านี้ภายหลัง นอกจากนี้ยังมีปัญหาจากสารเคมีตกค้างในเนื้อผ้าทำให้เป็นอันตรายต่อผู้ใช้ได้ (นิมนวล จันทรุญ, 2560)

ปัจจุบันกระแสนิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติมีมากขึ้น ทำให้คนรักสุขภาพหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมและดูแลตัวเอง เพราะในยุคที่สีเคมีได้รับความนิยม ผลตามมาคือสุขภาพของผู้ใช้เกิดการสะสมโลหะหนักในร่างกายสูงเป็นเวลานานหลายปี เพราะฉะนั้นการใช้สีธรรมชาติที่ได้มาจากวัสดุท้องถิ่นจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกได้เป็นอย่างดี และเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า การย้อมครามธรรมชาติเป็นกระบวนการย้อมเย็นใช้ระยะเวลาในการหมักเป็นการควบคุมสภาวะการให้สี และการย้อมติดของอนุภาคสีกับเส้นใย โดยอาศัยความเป็นต่างในเปอร์เซ็นต์ที่พอเหมาะจากน้ำซึ่เข้าของพืช เช่น ไม้มะขาม ไม้ขี้เหล็ก เปลือกฝักงุ่นหรือผลไม้ในท้องถิ่น เช่น มะขามหรือใบพืชที่มีรสเปรี้ยวมาผสมกับเนื้อคราม จะเห็นได้ว่าเป็นวิธีการ

จัดการทรัพยากรรอบตัวมาใช้ประโยชน์ทั้งสิ้น แนวทางหนึ่งในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และยังรวมไปถึงการคำนึงถึงสังคมหรือคนในชุมชนที่อาศัยอยู่คือ แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) การออกแบบอย่างยั่งยืนคือแนวทางการออกแบบที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบไปตลอดจนหมดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์และคำนึงถึงสังคมหรือคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ เช่น การสร้างงานให้กับคนในชุมชนเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น (สุวิทย์ อินทิพย์, 2552)

ดังนั้นการสร้างสรรคและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกถือว่าเป็นส่วนประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเพราะเป็นประสบการณ์ที่จับต้องได้ เป็นประสบการณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวระลึกถึงสถานที่ที่เคยไป และรื้อฟื้นความทรงจำของพวกเขาได้ นอกเหนือไปจากนี้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของชุมชนยังมีส่วนช่วยพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ช่วยอนุรักษ์และสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนช่วยเผยแพร่อัตลักษณ์ท้องถิ่นไปสู่สาธารณะ (Marzouki, 2020) ในสภาพความเป็นจริงมีหลายชุมชนที่นำเข้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากภายนอกซึ่งสามารถสร้างยอดขายได้ดีกว่าผลิตภัณฑ์ของชุมชนเอง กรณีดังกล่าวไม่ก่อให้เกิดผลดีต่อชุมชนท้องถิ่นเนื่องจากผลประโยชน์จะเกิดกับเจ้าของผลิตภัณฑ์จากภายนอกมากกว่า สมควรอย่างยิ่งที่จะต้องมีการยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในชุมชนเองให้มีคุณค่าและใช้มาตรการด้านการตลาดดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากซื้อซึ่งการพัฒนาดังกล่าวของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวของชุมชนต้องคำนึงถึงพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างความแตกต่างและความยั่งยืน (กิตติกรณ์ บำรุงบุญ และ ปิยลักษณ์ โพธิ์วรรณ, 2563)

จากประเด็นดังกล่าวผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวโดยการใช้อัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา ด้านสถาปัตยกรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชนที่มีความดั้งเดิม มีกลิ่นอายของเมืองเก่าจังหวัดสงขลา และประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น รวมถึงความเป็นศิลปะสมัยใหม่ที่กระตุ้นความสนใจแก่นักท่องเที่ยวมาใช้เป็นส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์ลวดลาย และผลักดันส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ได้อย่างแท้จริง โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างผ่านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

## 1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก
- 1.2.2 เพื่อศึกษากระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ
- 1.2.3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน

## 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

### 1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

- 1.3.1.1 กลุ่มผู้ประกอบการบาติกย่านเมืองเก่าสงขลา
- 1.3.1.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา

**1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา** ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในระดับปฐมภูมิ (primary sources) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 1.3.2.1 ศึกษาอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าสงขลาที่สะท้อนความต้องการของนักท่องเที่ยวผ่านสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ในชุมชนเมืองเก่าสงขลา
- 1.3.2.2 ศึกษาการย้อมสีธรรมชาติจากคราม
- 1.3.2.3 ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าและแนวโน้มการออกแบบผลิตภัณฑ์

### 1.3.3 ขอบเขตด้านการย้อม

- 1.3.3.1 วัตถุดิบให้สี คือ ต้นคราม
- 1.3.3.2 ผ้าที่ใช้ทำการทดลองได้แก่ ผ้าเรยอน

**1.3.4 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประกอบด้วย ประชากรที่กำหนดเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วยกลุ่มบุคคล 3 กลุ่ม

1.3.4.1 ศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาเพื่อการออกแบบลวดลายผ้าบาติก กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่อาศัยในชุมชนย่านเมืองเก่า อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา นักวิชาการที่เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมเมืองเก่า กำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จากเกณฑ์การคัดเลือก คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเมืองเก่าสงขลา วิถีวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิม และผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านโครงสร้างสถาปัตยกรรม จำนวน 5 คน ด้วยการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.3.4.2 เพื่อศึกษากระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านเส้นใยและการออกแบบ ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยแต่ละกลุ่ม

อาชีพมีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 5 คน ซึ่งกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.3.4.3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน ประชากรในการประเมินผลความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ คือ นักท่องเที่ยวที่ย่านเมืองเก่า อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา เนื่องจากไม่สามารถกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอนได้ การศึกษานี้ได้ใช้วิธีกำหนดศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 150 คน และเป็นผู้ที่มีความสมัครใจในการเข้าร่วมโครงการวิจัย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 **อัตลักษณ์ลวดลาย** หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะย่านเมืองเก่าสงขลา ด้านสถาปัตยกรรม ได้แก่ ตึกแถวเส้นถนนนางงาม ถนนนครนอกและถนนนครใน ความคลาสสิกสไตล์ชิโนยูโรเปียน และวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่มีความดั้งเดิม ที่มีจุดเด่นสะท้อนให้เห็นเป็นลักษณะโดดเด่นเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลาย

1.4.2 **สีครามธรรมชาติ** หมายถึง สารสกัดจากใบคราม มี 4 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบแรกพบที่ใบคราม ชื่อ Indican เป็นสารไม่มีสี ไม่ละลายน้ำ เมื่อแยกออกจากใบครามกลายเป็นรูปแบบที่ 2 ชื่อ Indoxyl ไม่มีสีละลายอยู่ในน้ำคราม เมื่อ Indoxyl ถูกออกซิไดส์กลายเป็นรูปแบบที่ 3 ชื่อ Indigo blue สีน้ำเงิน ไม่ละลายน้ำ ถูกเก็บไว้ในเนื้อคราม แต่เมื่อ Indigo blue ถูกรีดิวซ์จะกลายเป็นรูปแบบที่ 4 ชื่อ Indigo white ไม่มีสี ละลายอยู่ในน้ำย้อม สีครามรูปแบบที่ใช้ย้อมผ้าเรยอนคือ Indigo white ส่วน สีครามที่ติดผ้าเรยอนคือ Indigo blue

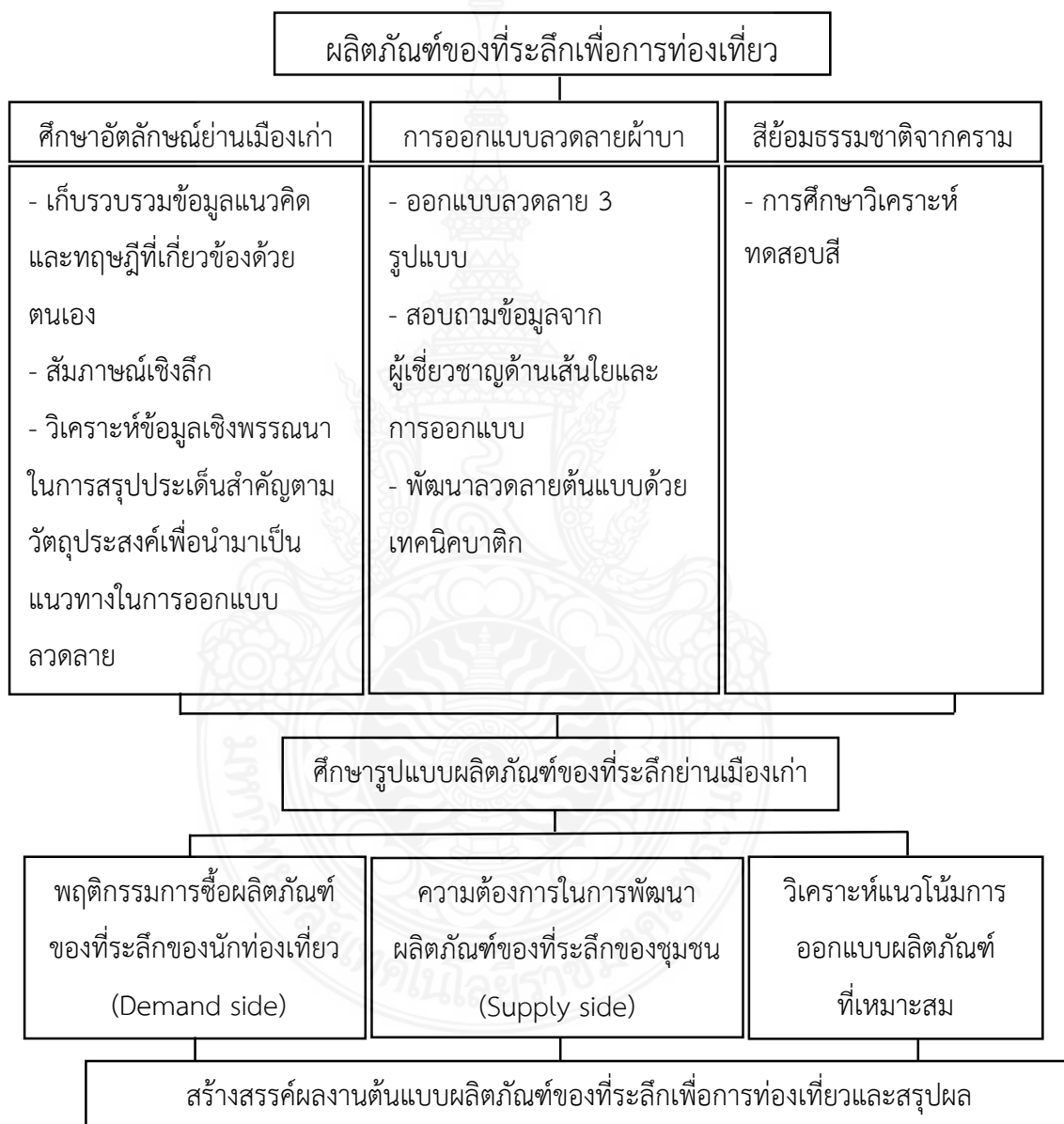
1.4.3 **น้ำย้อมคราม** หมายถึง สารละลาย Indigo white ที่เป็นผลผลิตจาก Indigo blue ในเนื้อครามหมักกับน้ำซี้เก้่า ประมาณ 15 วัน มีสีเหลืองอมเขียว

1.4.4 **ผ้าบาติก** หมายถึง ผ้าที่ผลิตขึ้นโดยวิธีเขียนด้วยจันตัง (Tjanting) และการใช้บล็อกพิมพ์ ลงบนผ้าเรยอนให้เกิดเป็นลวดลายจากอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา

1.4.5 **ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก** หมายถึง สิ่งของที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตนักท่องเที่ยวประเภทประโยชน์ใช้สอย ประกอบด้วย เสื้อผ้า หมวก ผ้าโพกศีรษะ รองเท้า กระเป๋า

## 1.5 กรอบแนวความคิด

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของเรื่องอัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา สามารถเขียนกรอบแนวความคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ได้ลดลายผ้าบาติกที่สะท้อนอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา

1.6.2 ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา

1.6.3 นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากย่านเมืองเก่าสงขลา

1.6.4 ผลการวิจัยเป็นแนวทางพื้นฐานของการศึกษาเกี่ยวกับงานผ้าบาติกของชุมชนท้องถิ่น ทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดการพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดเชิงพาณิชย์ในอนาคต



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ การออกแบบลวดลายผ้า การย้อมสีธรรมชาติ ความเป็นมาและการผลิตผ้าบาติก ความเป็นมาย่านเมืองเก่าสงขลา โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและเรียบเรียงข้อมูลเอกสารงานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา
- 2.2 การย้อมด้วยสีธรรมชาติจากคราม
- 2.3 การสร้างลวดลายและเทคนิควิธี
- 2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 2.5 การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
- 2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ เมื่อมีการพูดถึงลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนหรือชุมชนมักใช้คำว่าเอกลักษณ์ แต่มาในปัจจุบันนิยมใช้คำว่า อัตลักษณ์ เนื่องจากความหมายของคำว่าอัตลักษณ์จะสะท้อนในแง่มุมมองที่มีอยู่หนึ่งเดียว อันเดียว แต่ในความเป็นจริงกลุ่มคนหรือชุมชนได้มีหลายเอกลักษณ์ ดังนั้นในปัจจุบันจึงนิยมใช้คำว่า อัตลักษณ์ หรือความเป็นตัวตนมากกว่าเอกลักษณ์ ซึ่ง “อัตลักษณ์” มีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเดิมนั้นเป็นที่เข้าใจว่า เอกลักษณ์ (Identity) เป็นคำเดียวกันที่แสดงให้เห็นคุณสมบัติของคนหรือสิ่งหนึ่งและเป็นคุณสมบัติเฉพาะของสิ่งนั้นที่ทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น แต่ในทางสังคมศาสตร์แนวใหม่ทางทฤษฎียุคหลังสมัยใหม่ วิถีคิดในกระแสนี้หรือถอนความเชื่อเกี่ยวกับคุณสมบัติที่เป็นแกนของปัจเจกภาพ ความเป็นปัจเจกกลายเป็นเรื่องของกรนิยามความหมาย ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบท มิได้หมายถึงคุณสมบัติเฉพาะตัวอีกต่อไป ดังนั้นจึงใช้คำ “อัตลักษณ์” แทนคำว่า “เอกลักษณ์”



ฉลาดชาย รมิตานนท์, (2540) กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์นั้นไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอย ๆ ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งก่อสร้างทางสังคม (Social construct) นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งหยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” ดังนั้น อัตลักษณ์ทั้งหลายจึงมีกระบวนการถูกผลิตให้เกิดขึ้นสามารถถูกบริโภค และถูกควบคุมจัดการอยู่ในวัฒนธรรมเหล่านี้และทั้งยังมีการสร้างความหมายต่าง ๆ ผ่านทางระบบต่าง ๆ ของการสร้างภาพตัวแทนที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่าง ๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราเลือกได้ หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์ และได้พบว่าอัตลักษณ์ชุมชนมีลักษณะหรืออัตลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนนั้น ๆ สามารถบ่งชี้ลักษณะบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ ได้ ซึ่งสามารถสรุปแนวคิดและทฤษฎีด้านอัตลักษณ์ ได้ดังนี้

แนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์ด้านสถานที่ (Place Identity) เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของสถานที่และสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ เพื่อหาคุณลักษณะที่แท้จริงของพื้นที่นั้น ๆ เกิดขึ้น 3 ประการ

1) ลักษณะทางกายภาพ มีลักษณะเป็นองค์ประกอบทางโครงสร้างด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ รูปแบบของชุมชนมีลักษณะที่เด่นชัด ทั้งด้านภูมิศาสตร์ โดยมีอัตลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่เป็นภูมิทัศน์วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และลักษณะทางสถาปัตยกรรม

2) ระบบกิจกรรมบนพื้นที่ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่ลักษณะกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างทางกายภาพของชุมชน เห็นถึงความเด่นชัดและบ่งบอกถึงความสำคัญของกิจกรรมที่ชุมชนปฏิบัติสัญลักษณ์ของสถานที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างความหมายของสถานที่ สามารถสร้างการรับรู้ที่แท้จริงเพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะของสถานที่และการอ้างอิงสถานที่ได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง

ดังนั้น อัตลักษณ์จึงถูกผลิตถูกบริโภคและถูกควบคุมจัดการภายในวัฒนธรรม พร้อมกับการสร้างความหมายต่าง ๆ ผ่านระบบการสร้างภาพตัวแทนที่เกี่ยวกับตำแหน่งทางอัตลักษณ์ที่หลากหลายที่สามารถนำไปสร้างเป็นอัตลักษณ์ได้ จากประเด็นที่ได้ศึกษาข้างต้นนั้นเพื่อที่จะวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันระหว่างลักษณะทางกายภาพ วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชน และการรับรู้อัตลักษณ์ของสถาปัตยกรรมในชุมชน ที่จะนำสู่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ของชุมชนและความต้องการของชุมชน

**2.1.2 ความหมายของอัตลักษณ์** “อัตลักษณ์” มาจากภาษาบาลีว่า อตต รวมกับคำว่า ลักษณะ โดยที่ “อัตตะ” มีความหมายว่าตัวตนของตน ส่วน “ลักษณะ” หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการให้คำนิยามและตีความหมายเชิงคุณค่า ซึ่งคุณค่าเหล่านั้นไม่จำเป็นต้องได้รับความเป็นสากล แต่เป็นความหลากหลายทางวัฒนธรรมหรือการสร้างตัวตนจากวัฒนธรรมย่อยก็ได้ ทำให้

เกิดการยอมรับซึ่งพหุลักษณะทางสังคมซึ่งไม่เหมือนกับเอกลักษณ์ในค่านิยมสมัยแรกที่จะต้องสร้างเพื่อความเป็นปึกแผ่นของสังคมเท่านั้น แต่อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการยอมรับในการมีอยู่ของปัจเจกอย่างจริงจัง ในสมัยก่อนนั้น เมื่อพูดถึงคนไทยในสายตาของชาวต่างประเทศ ก็คือการยิ้มแย้มจนได้รับสมญาว่าเป็น “Land of Smiles” หรือ “ดินแดนแห่งรอยยิ้ม” ถัดมาก็คือ การเป็นมิตรกับชาวต่างชาติและความเอื้ออารี โดยปกติคนไทยมักจะเป็นคนที่สุภาพเรียบร้อย รักสนุก ชอบความสะอาดสบาย และเก็บความรู้สึก นอกจากรอยยิ้มแล้วคนไทยไม่ค่อยแสดงอะไรออกมาทางสีหน้าหรืออากัปกริยา ไม่ว่าจะชอบหรือไม่ชอบจะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ดังนั้นจึงออกจะเป็นการยากที่จะคาดเดาความหมายจากรอยยิ้มของคนไทย(พนาภรณ์ ศรีมูล, 2555)

(ฉลาดชาย รมิตานนท์ 2554) กล่าวว่า อัตลักษณ์มีความสำคัญต่อระบบสังคมกล่าวคือประการแรกทำให้เรารู้สึกว่าเป็นตัวเราหรือพวกเราที่แตกต่างจากคนอื่น โดยไม่จำเป็นต้องมีเพียงหนึ่งแต่อาจมีหลายลักษณะที่ประกอบขึ้นมา อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับคนหรือสิ่งของแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ซึ่งบ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะ ลักษณะพิเศษที่จะบ่งบอกตัวตนของสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น (อภิญา รุ่งพิทักษ์มานะ และ ภรดี พันธุภากร 2546) กล่าวว่า อัตลักษณ์มีความหมายเป็นปัจเจกที่เชื่อมต่อกับสังคม ซึ่งสังคมกำหนดบทบาทหน้าที่และคุณค่าที่ติดตามมากับความเป็นสมาชิกกับภรรยา ความเป็นศิษย์-อาจารย์ อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของสัญลักษณ์ด้วย อัตลักษณ์ (Identity) เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเองและการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (Awareness) ในตัวเราและพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง นั่นคือเราจะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนก็คือการระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่ง และมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไรและ “ฉันเป็นใคร” ในสายตาคนอื่น

การสร้างอัตลักษณ์บนความเปลี่ยนแปลงและความหลากหลายของผู้คน จำเป็นต้องรู้จักตัวตนทั้งของผู้รับสารและของสิ่งอันพึงสร้างอัตลักษณ์อย่างถ่องแท้ นั้นหมายความว่าต้องศึกษาปัจจัยตลอดจนตัวแปรต่าง ๆ ต้องเรียนรู้หารู้จักจตุรร่วมในความหลากหลายของผู้คนผู้เป็นกลุ่มเป้าหมาย ความรู้ความเข้าใจเหล่านี้มีบทบาทสำคัญยิ่งในลำดับขั้นตอน วางตัว และออกตัวสิ่งที่ต้องการสร้างอัตลักษณ์ เช่น อัตลักษณ์ที่ก่อตัวจากวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของชุมชนและชาติเกิดขึ้นจากลักษณะร่วมของคนในชาติซึ่งอยู่ภายใต้เงื่อนไขสิ่งแวดล้อมเดียวกัน เช่น การได้รับการปลูกฝังเรื่องมโนทัศน์ สภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศ สามารถส่งผลให้เกิดวัฒนธรรม ประเพณี การแต่งกายและการดำรงชีวิตในรูปแบบเฉพาะของชาติและชุมชนนั้น ๆ นอกจากนี้ลักษณะการตัดสินใจและกระทำการใด ๆ ในนาม

ตัวแทนของชาติก็มีผลเช่นกัน เช่น อัตลักษณ์ชาติ ชุมชน ก่อตัวผ่านอาวุธประจำชาติ ผ่านศิลปะการต่อสู้ ผ่านรูปแบบหน้ากากประจำชาติ ผ่านชุดนักรบ ผ่านที่อยู่อาศัย

ยุริฉัตร บุญสนธิ (2546) ได้กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์มีความสำคัญต่อระบบสังคม กล่าวคือประการแรกทำให้เรารู้สึกว่าเป็นตัวเราหรือพวกเราที่แตกต่างจากคนอื่น โดยไม่จำเป็นต้องมีเพียงหนึ่งแต่อาจมีหลายลักษณะที่ประกอบขึ้นมา อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับคนหรือสิ่งของแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งบ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะลักษณะพิเศษที่จะบ่งบอกตัวตนของสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น

นัทธนัย ประสานนาม (2550) ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์ว่า อัตลักษณ์ เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งเกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ระหว่างตัวเรากับคนอื่นโดยผ่านการมองเห็นตนเองและคนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนักในตัวเองและพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง นั่นคือเราจะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนก็คือการระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร และ“ฉันเป็นใคร” ในสายตาของคนอื่น “อัตลักษณ์” มีความแตกต่างจากคำว่าบุคลิกภาพ เนื่องจากบุคคลอาจมีความเหมือนกันได้ในแง่ของบุคลิกภาพ เช่น การมีนิสัยหรือลักษณะบางอย่างที่อาจเหมือนกันได้ การเหมือนกันในด้านอัตลักษณ์ของบุคคลนั้นเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีความรู้สึกร่วมกันในด้านตระหนักบางอย่างเกี่ยวกับตัวตนของเรา หมายถึงการยอมรับในความเป็นตัวตน ประกอบเข้ากับการแสดงตัวตนให้เห็นว่ามีความเหมือนกันหรือมีความแตกต่างกันอย่างไรกับกลุ่มอื่นหรือบุคคลอื่น

อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ได้มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อตัวขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งวัฒนธรรมนั้นก็เป็นโครงสร้างทางสังคมที่ไม่หยุดนิ่งตายตัวและเป็นวงจรซึ่งเรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” ดังนั้น อัตลักษณ์จึงถูกผลิต (Produced) ถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) ภายใต้วัฒนธรรมพร้อมกับการสร้างความหมายต่าง ๆ ผ่านระบบการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งต่าง ๆ อันหลากหลายที่สามารถนำไปสร้างเป็นอัตลักษณ์ได้ (Hall, 1997)

**2.1.3 อัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา** ที่ผ่านกาลเวลารับรู้ได้จาก ถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงามยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ ความเป็นมาที่ยาวนานที่มีวัฒนธรรมหลากหลายคนในชุมชนมีทั้งคนจีน คนที่นับถือพุทธ นับถือศาสนาอิสลามอยู่ร่วมกันมานาน วัฒนธรรมเก่า ๆ ที่ผสมผสานถ่ายทอดผ่านวิถีชีวิตทั้งอาหาร การประกอบอาชีพ อาคารบ้านเรือน การประกอบการค้าต่าง ๆ เห็นร่องรอยความเก่าแก่มาเป็นเวลากว่า 200 ปี ถนนในสายเมืองเก่าสงขลาเริ่มเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ผู้คนนิยมมาถ่ายรูปรูปภาพบ้านเรือนตึกเก่า ๆ มีห้องแถวไม้แบบจีน ตึกคลาสสิกสไตล์ชิโนยูโรเปียน ศาลเจ้าพ่อควนคู โรงแรมนางงาม โรงแรมไม้เก่าแก่ประดับลายฉลุไม้วิจิตรบรรจง ย่านเก่าที่ย้อนรอยไปสู่ความรุ่งเรืองในอดีตของสงขลาที่เปี่ยมด้วยบรรยากาศของวันวานสุดคลาสสิกและ

นำค้นหา โดยครอบคลุมถนนสายสำคัญ 3 สาย ได้แก่ ถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงาม ที่เคยเฟื่องฟูมากในยุคหนึ่ง กล่าวกันว่า เมื่ออดีตราว 200 ปีก่อนตัวเมืองสงขลาตั้งอยู่ ทางฝั่งตะวันตกของทะเลสาบเรียกว่า "เมืองสงขลาฝั่งแหลมสน" จนกระทั่ง พ.ศ. 2385 จึงขยายมาทางฝั่งทิศตะวันออกบริเวณตำบลบ่อยาง เรียกกันว่า "เมืองสงขลาฝั่งบ่อยาง" ซึ่งเริ่มแรกมีถนนสองสายคือถนนนครนอก อันเป็นถนนเส้นนอกที่ติดกับทะเลสาบ และถนนนครในเป็นถนนเส้นในเมือง ต่อมามีการตัดถนนสายที่สามเรียกว่าถนนเก่าห้อง หรือย่านเก่าห้อง เพื่องานสมโภชเสาหลักเมืองต่อมาก็เรียกกันว่าถนนนางงามนั่นเอง การเดินชมย่านเก่า หากค่อย ๆ ลัดเลาะไปตามถนนทั้ง 3 สายจะพบความคลาสสิกจากห้องแถวไม้แบบจีน ตึกเก่าสไตล์ชิโนยูโรเปียน โรงแรมนางงาม อันเป็นโรงแรมไม้เก่าแก่ประดับลายฉลุไม้วิจิตรบรรจง รวมทั้งยังมีตึกแถวแบบจีนโบราณของชาวจีนฮกเกี้ยนปะปนอยู่ด้วยกัน ทั้งสองฟากถนน อาคารหลายหลังมีการปรับปรุงทาสีใหม่แต่ก็ยังคงมีเอกลักษณ์น่าสนใจ ชิมของอร่อย ย่านเก่า อีกกิจกรรมหนึ่งที่มาเติมเต็มอารมณ์ชมย่านเก่าเมืองสงขลาได้อิ่มเอมขึ้น ก็คือการได้อิ่มท้องจากขนมอร่อยมากมาย ทั้งไทย จีน ฝรั่งเศส ที่มีให้เลือกชมและชิมอย่างเอร็ดอร่อย ละลานตาไปด้วยอาหารคาวหวานท้องถิ่นอันเลื่องชื่อ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของถนนสายนี้ไปเสียแล้ว ซึ่งมีทั้งร้านขนมไทย ร้านไอศกรีม ร้านกาแฟโบราณ ร้านชาลาเปา และต้องไม่พลาดโจ๊กเกาะลอย ข้าวสตูร้านเกียดฟิง (โกยิว) สตูแบบจีนที่กินคู่กับชาลาเปาร้อน ๆ หรือจะลองก๋วยเตี๋ยวหางหมู ก๋วยเตี๋ยวเป็ด และไส้กรอกสูตรเวียดนาม รวมทั้งขนมสำปันนี ซัมมอด ทองเอก ข้าวฟ่างกวน ขนมเทียนสด ซึ่งเป็นขนมโบราณที่หากินยากในสมัยนี้

สงขลายังเป็นเมืองแห่งพาณิชย์ การค้าขาย เป็นเมืองท่ามีวัฒนธรรมที่ผสมผสาน อัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาสงขลาเป็นเมืองแห่งความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเป็นภูมิภาคที่อุดมไปด้วยทรัพยากรทางทะเลเป็นแหล่งพาณิชย์ อัตลักษณ์ของสงขลาจึงมีความเป็นตัวตนของเมืองที่แตกต่างจากแหล่งอื่น จากการศึกษางานวิจัยเรื่องการศึกษ้อัตลักษณ์เมืองแห่งไมซ์ จังหวัดสงขลาพบว่า สงขลามีศักยภาพเป็นเมืองแห่งไมซ์เนื่องจากจังหวัดสงขลาเป็นศูนย์การค้าชายแดนใต้ การเงิน การลงทุน และการบริการ การคมนาคมขนส่งสู่ประเทศอาเซียน มีความสะดวกในการเข้าเมืองและสถานที่จัดงาน ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ อีกทั้งมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ยังพบว่าอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสงขลา ผู้รับบริการต้องการนำอัตลักษณ์ด้านอาหารมาสอดแทรกมากที่สุดเพราะสงขลาเป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรและแปรรูปอาหารทะเล ในขณะที่อัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมด้านวิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรมถือเป็นมรดกทางสถาปัตยกรรมที่ทรงคุณค่า

การท่องเที่ยวยังเป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างของจังหวัดสงขลาที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว อัตลักษณ์ของจังหวัดสงขลาที่มีความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในจังหวัด จากการศึกษาผลการวิจัยถึงอัตลักษณ์ที่สงขลาเป็นนั่นถ่ายทอดผ่านเหมาะสมแก่นำมาพัฒนาธุรกิจเสนออัตลักษณ์ให้โดดเด่นได้ผ่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา พบว่า สงขลา ยังคงเป็นเมืองแห่งการ

ท่องเที่ยว และเมืองเศรษฐกิจหลักแห่งภาคใต้ ซึ่งมีความสำคัญในการเชื่อมต่อระหว่างการค้าคมนาคมขนส่ง ทำหน้าที่เสมือนประตูเชื่อมระหว่างประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งมีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่แตกต่างกันออกไปตาม เอกลักษณ์วัฒนธรรมและเศรษฐกิจจึงเหมาะที่จะพัฒนาธุรกิจพร้อมกับส่งเสริมการค้าขายของคนในชุมชน ให้เกิดความน่าสนใจ และแปลกใหม่มากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก

ดังนั้นการพัฒนาชุมชนเพื่อรับรองการเปลี่ยนแปลงจึงมีความจำเป็น การศึกษาได้พบว่าสงขลา มีประสิทธิภาพในการเป็นสถานที่ตั้งของโครงการ เพื่อนำมาซึ่งการพัฒนาต่อยอดสินค้าให้มีความโดดเด่น และเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าในอนาคตเนื่องจากสงขลาเป็นจังหวัดที่เข้าถึงง่ายจากประเทศต่าง ๆ จากข้อมูลของสถิตินักท่องเที่ยวของสงขลา และข้อมูลท่องเที่ยวต่าง ๆ โครงการการออกแบบร้านค้าชุมชน เพื่อเป็นต้นแบบให้กับการใช้งานในรูปแบบใหม่ โดยการต่อยอดพัฒนาเป็นงานออกแบบเชิงลึกในการออกแบบตกแต่งภายในของร้านค้าต้นแบบที่คำนึงถึงอัตลักษณ์ดั้งเดิมและบริบทของท้องถิ่นให้สอดคล้องกับพื้นที่ใช้สอย การออกแบบที่นำเสนอเป็นรูปแบบตามแนวคิดร้านพิพิธภัณฑ์ (Shop Museum) ซึ่งเป็นการออกแบบร้านค้าที่มีขนาดหรือรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกันมารวบรวมในการออกแบบตกแต่งภายใน โดยเน้นเรื่องการได้ใช้สัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์กับการทำงานร่วมกันของพื้นที่และลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงตัวสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในหลายรูปแบบ

จากการศึกษางานวิจัยของณัฏฐ์ จันเสน เมื่อเปรียบเทียบกับสถาปัตยกรรมภูเก็ตกับสงขลา พบว่าเรือนแถวแสดงออกถึงมรดกทางวัฒนธรรมของการค้าขายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ร่วมกับอาณานิคมตะวันตก เรือนแถวในคาบสมุทรมาลายู ดังเช่น สิงคโปร์มีการนิยามเรือนแถวว่า “Palladian Shophouse หรือ Raffles Shophouse” ตามแหล่งที่มา Sir Stamford Raffle สร้าง Jackson Plan เป็นรูปแบบผังเมืองในสิงคโปร์ หรือ Penang heritage trust นิยามเรือนแถว “The Eclectic style” หมายถึงรูปแบบศิลปะผสมผสานที่ได้รับอิทธิพลหลักจากกลุ่มวัฒนธรรมลูกผสมหรือเพอรานากัน ในขณะที่เรือนแถวในคาบสมุทรภาคใต้ของประเทศไทยถูกนิยามว่า “ชิโนยูโรเปียน” มามากกว่า 200 ปี วาทกรรมของเรือนแถวเริ่มต้นที่จังหวัดภูเก็ตโดยสถาปนิกรุ่นใหม่ในสมัยนั้น ซึ่งระบุว่าเป็นการผสมผสานทางสถาปัตยกรรมระหว่างจีนและตะวันตกโดยเฉพาะโปรตุเกส ทั้งที่การศึกษาพบว่ามีกลุ่มคนจีนย้ายถิ่นฐานรวมถึงนำรูปแบบเรือนแถวมาจากเมืองอาณานิคมช่องแคบปีนังและสิงคโปร์ในช่วงยุคอาณานิคมอังกฤษ แต่ทำไมเรือนแถวในคาบสมุทรภาคใต้ของประเทศไทยถูกเรียกว่า “ชิโนยูโรเปียน” จนถึงปัจจุบัน การตอบคำถามงานวิจัย ทบทวนการรับรู้อัตลักษณ์ภายใต้ คำว่า “ชิโนยูโรเปียน” เปรียบเทียบย่านเมืองเก่าภูเก็ตและสงขลา ด้วยการเก็บข้อมูลรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากมุมมองของคนในพื้นที่ จากการสำรวจพบว่าเรือนแถวในย่านเมืองเก่าภูเก็ตภายใต้คำว่าชิโนยูโรเปียน ได้รับอิทธิพลหลักมาจากเมืองปีนัง ความคิดเห็นส่วนใหญ่กล่าวว่าอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมระหว่างจีนและตะวันตก มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ

ทางเดินหน้าอาคาร ชุ่มหน้าต่างทรงสูงและผนังประตูทางเข้าแบบจีน ไม่พบการระบุงค์ประกอบของโปรตุเกสแต่คนในพื้นที่ยอมรับการใช้นิยามซิโนยูโรเปียน เพราะแสดงถึงอัตลักษณ์ของตนเองได้ชัดเจนและแบ่งตัวเองจากพื้นที่อื่นได้ รวมถึงยังสามารถสร้างอัตลักษณ์ในด้านต่าง ๆ เช่น อัตลักษณ์ทางการตลาด อัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ส่วนในย่านเมืองเก่าสงขลาภายใต้คำว่าซิโนยูโรเปียน ได้รับรูปแบบเรือนแถวจากป็นังและภูเก็ตถือเป็นรูปแบบใหม่ในพื้นที่ความคิดเห็นส่วนใหญ่พยายามจะแยกอัตลักษณ์เรือนแถวแบบจีนและที่ได้รับอิทธิพลตะวันตก เพราะอัตลักษณ์ที่เด่นชัดของสงขลาคือเรือนแถวรูปแบบจีน กล่าวคือ เรือนแถวในพื้นที่อาจไม่ใช่ซิโนยูโรเปียน เพราะไม่มีองค์ประกอบหลักของทางเดินหน้าอาคาร ดังนั้นถ้าจะนิยามเรือนแถวกลุ่มนี้ให้เหมาะสมมีข้อเสนอแนะให้เรียกว่า “ซิโนยูโรเปียน” เพราะสามารถอธิบายถึงอัตลักษณ์ได้ชัดเจนและครอบคลุมกว่า (ณัฐย จันเสน, 2559)

สถาปัตยกรรมเมืองเก่าเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของสงขลาเป็นสิ่งที่มีความอย่างยาวนาน เป็นเมืองที่มีทุนมรดกทางประวัติศาสตร์ ซึ่งปรากฏออกมาในรูปของสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม และศิลปวัตถุสามารถนำมาเพิ่มมูลค่าทางด้านการท่องเที่ยว ในเชิงประวัติศาสตร์หรือการท่องเที่ยวเมืองเก่าได้เป็นอย่างดี การนำมรดกทางประวัติศาสตร์เหล่านี้มาเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการจัดการด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวให้พร้อมทั้งด้านการอนุรักษ์บูรณะและพัฒนาแหล่งประวัติศาสตร์ รวมถึงบริเวณโดยรอบ การจัดการการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และการจัดการสิ่งแวดล้อมความสะอาดด้านการท่องเที่ยวการสร้างความพร้อมเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะจากประชาชนที่อยู่อาศัยในพื้นที่เมืองเก่าทั้งในเรื่องการร่วมอนุรักษ์บูรณะดูแลแหล่งดึงดูดใจทางประวัติศาสตร์การร่วมดูแลรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบต่าง ๆ ภายในพื้นที่เมืองเก่าและการเคารพในกฎระเบียบที่สร้างขึ้นมาบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่เมืองเก่า

สงขลาเป็นเมืองเก่าที่ได้รับประกาศ "เมืองเก่าสงขลา" เป็นเมืองสำคัญที่มีมรดกวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรมและเป็นแหล่งผสมผสานทางวัฒนธรรมอันหลากหลายของกลุ่มคน 3 ศาสนา คือ ชาวไทยพุทธ ไทยจีนและไทยมุสลิม ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบวิถีชีวิตชุมชนที่มีเอกลักษณ์และรูปแบบของสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น (การเคหะแห่งชาติ, 2552) ได้รับการประกาศขอบเขตเมืองเก่าสงขลา โดยสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2553 จึงมีขอบเขตพื้นที่เมืองเก่าที่ชัดเจน และมีนโยบายจากหน่วยงานทางภาครัฐมาสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดเป็นรูปธรรม ตามมติคณะรัฐมนตรีให้ทุกฝ่ายช่วยกันรักษาเมืองเก่า สอดคล้องกับนโยบายการอนุรักษ์เมืองเก่าของหน่วยงานราชการ ในระดับท้องถิ่นและกลุ่มประชาสังคม ด้วยจุดมุ่งหมายในการยื่นรายชื่อเมืองเก่าสงขลา เข้าสู่กระบวนการขอขึ้นทะเบียนมรดกโลก จึงจำเป็นต้องมีการเตรียมการและแผนบริหารจัดการเมืองให้ได้ รับการอนุรักษ์

คุ้มครองพื้นที่อย่างเหมาะสม โดย “ภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคม” เป็นองค์กรภาคประชาชนที่ดำเนินการอนุรักษ์ - พัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่อง รวบรวมรักษาและเผยแพร่ความรู้เรื่องเมืองเก่าสงขลา เฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงเพื่อรักษาคุณค่าของเมือง สนับสนุนการนำเมืองสงขลาสู่เมืองมรดกโลกร่วมกับองค์กรภาคประชาชน ภาครัฐและเอกชน (ดวงใจ นันทวงศ์, 2563)

จากการทบทวนวรรณกรรมและกรณีศึกษาในระดับสากล เห็นถึงโอกาสของการพัฒนาเมืองด้วยการนำแนวความคิดการประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise) สร้างผลประโยชน์ร่วมในการอนุรักษ์เมือง โดยการระดมทุนจัดตั้งบริษัทสงขลาเฮอริเทจ จำกัด ด้วยการมีส่วนร่วมกับชุมชน สร้างแผนการบริหารจัดการเมืองเก่า เพื่อนำมาซึ่งการอนุรักษ์พัฒนาเมืองเก่าอย่างยั่งยืน ซึ่งผลสรุปจนได้ รูปแบบการประกอบการเพื่อการพัฒนาเมือง จัดทะเบียนจัดตั้งองค์กรต้นแบบบริษัทสงขลาเฮอริเทจ จำกัด ร่วมกับตัวแทนชุมชนบ้านข้าวโม้ ตามแผนธุรกิจด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อออกแบบฟื้นฟู อาคารทรงคุณค่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้วัฒนธรรม การพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น ทดลองดำเนินกิจการร่วมกันกับชุมชน และประเมินผลการดำเนินการ เพื่อสรุปการพัฒนาแนวทางการประกอบการเพื่อสังคมที่จะสนับสนุนในการอนุรักษ์ - พัฒนาเมืองเก่าสงขลา ผลการดำเนินงานสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงภายในพื้นที่ชุมชนร่วมกันปรับปรุงฟื้นฟูอาคารเก่าในพื้นที่ถนนหนองจิก เกิดฐานเรียนรู้ภูมิปัญญาในชุมชน โครงการฟื้นฟูบูรณะศาลเจ้าปูนเก่าร่วมกับชุมชน ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนบริษัทสงขลาเฮอริเทจในพื้นที่ เพื่อส่งต่อองค์ความรู้ด้านการประกอบการเพื่อสังคมเป็นแบบอย่างสำหรับกรอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ (ดวงใจ นันทวงศ์, 2563)

ความสนใจของนักท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ส่วนใหญ่มักเก็บความประทับใจภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของสถานที่นั้น ๆ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลาจะรับรู้ถึงอัตลักษณ์ของสถาปัตยกรรมสมัยเก่า โดยเมืองเก่าสงขลาที่มีความหลากหลายของวัฒนธรรมผ่านอาคาร ตึกรามบ้านช่อง ทั้งแบบตึกแถวจีนดั้งเดิม แบบจีนพาณิชย์ ตึกแถวแบบซิโน-ยูโรเปียน และตึกแถวแบบจีนสมัยใหม่ ซึ่งวัฒนธรรมบ้านเรือนผ่านสถาปัตยกรรมนี้เป็นอัตลักษณ์หนึ่งของเมืองสงขลาซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากแหล่งอื่นผ่านเมืองท่าการค้าในอดีตที่เคยมีการค้ากับปักษ์ซึ่งก็จะแตกต่างหากเปรียบเทียบกับแหล่งที่อื่น อีกทั้งความหลากหลายทางวัฒนธรรมด้านอาหารที่มีโดดเด่นของสงขลาเองจนได้รับคำกล่าวขานถึงอาหารว่า หรอยจั้งหู้ อาหารที่รู้จักกัน เช่น ไอศกรีมใส่ไข่ หรือไอศกรีมยิว ถั่วข้าว ข้าวมันแกงไก่ ไช้กรอบ และอีกมากมายซึ่งกล่าวไว้ในข้างต้นแล้วอาหารเหล่านี้ยังอยู่ในความประทับใจและสนใจของนักท่องเที่ยว อาหารที่มีหลากหลายนี้ เป็นอาหาร ขนม คาวหวานแบบเก่าดั้งเดิม สูตรอาหารที่ถ่ายทอดผ่านรุ่นแล้วรุ่นเล่า ผู้คนรับประทานบริโภคคุ้นต่อรุ่นบอกกล่าวความอร่อยมายาวนานจนเกิดเป็นชื่อเสียงอยู่คู่กับเมืองเก่าจังหวัดสงขลา สิ่งเหล่านี้เป็นเสน่ห์ของสงขลาเมืองเก่าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวตลอด

**2.1.4 เมืองเก่าสงขลา** ก่อนการก่อตั้งเมืองสงขลาอย่างในปัจจุบัน เมืองสงขลาเดิมมีที่ตั้งในบริเวณ “หัวเขาแดง” และมีชาวมุสลิมเป็นผู้ปกครอง ทั้งยังเป็นศูนย์กลางการค้าในระดับนานาชาติอันนำมาสู่ความเจริญรุ่งเรืองของเมืองในระดับที่สามารถผลิตสกุลเงิน “ซิงกอร่า” ของตนเองได้ ต่อมาภายหลังอยุธยาได้ส่งกองทัพมาเพื่อปราบปรามเมือง สงขลาซึ่งขณะนั้นถือเป็นรัฐอิสระจนกระทั่งเมืองสงขลาแตก แต่นั่นมาเมืองสงขลาหัวเขาแดงจึงหมดบทบาททางการปกครอง ภายหลังชาวสงขลาได้ย้ายถิ่นฐานอีกครั้งหนึ่ง พร้อมทั้งเปลี่ยนแปลงผู้ปกครองเป็นชาวจีน และเนื่องจากความหมายหลากหลายทางชาติเผ่าพันธุ์ของชาวสงขลาทำให้มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมแบบไทย จีน และอิสลาม

ย่านเมืองเก่าของจังหวัดสงขลา เป็นที่รู้จักกันในนาม “สงขลาบ่ออย่าง” เป็นเมืองที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์ อันโดดเด่นเนื่องจากมีทะเลขนานบ่อเมืองถึง 2 ด้าน ประกอบด้วยทะเลสาบสงขลาทางทิศใต้ และทะเลอ่าวไทยทาง ทิศตะวันออกของเมือง และเมื่อประกอบกับภาพเมืองที่มีแนวเขาล้อมรอบอยู่ ทำให้เมืองสงขลามีลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่นกว่าเมืองอื่น นอกจากนี้เมืองสงขลาเคยเป็นเมืองท่าที่สำคัญ และเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนสินค้าในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งจากสาเหตุสำคัญดังกล่าวทำให้พ่อค้าจากนานาประเทศให้ความสนใจเข้ามาค้าขายและตั้งถิ่นฐาน ณ เมืองสงขลาบ่ออย่างแต่นั้นมาก่อนที่เส้นทางการเดินทางจากทางบกจะกลายเป็นเส้นทางหลักสำหรับการคมนาคมขนส่งในเวลาต่อมา ปัจจุบันเมืองสงขลาเป็นเมืองที่มีพัฒนาการในหลาย ๆ ด้านและเกิดโครงการเพื่อพัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านสาธารณูปโภคซึ่งผลจากการพัฒนาของเมืองทำให้เกิดการสร้างอาคารใหม่ ๆ แทนที่อาคารรูปแบบเก่า การรื้ออาคารทางประวัติศาสตร์ลงเพื่อการขยายพื้นที่ผิวทางจราจร นอกจากนี้สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของเมืองบางแห่งยังรายล้อมไปด้วยชุมชนแออัด หรืออาคารพาณิชย์สมัยใหม่ซึ่งเป็นสาเหตุจากการขยายตัวของเมือง ยิ่งไปกว่านั้น การขยายตัวของอุตสาหกรรมการประมงในเมืองสงขลาทำให้เกิดการว่าจ้างแรงงานต่างด้าวเข้ามาซึ่งคนกลุ่มนี้ได้เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดปัญหาทางมลภาวะในพื้นที่และยังทำให้สภาพทางภูมิทัศน์ของเมืองเสื่อมโทรม

#### 2.1.4.1 เอกลักษณะทางประวัติศาสตร์ย่านเมืองเก่าสงขลา

##### 1) อัตลักษณ์แห่งสถาปัตยกรรม

1.1) ตึกแถวแบบจีนดั้งเดิม สร้างในช่วงปี พ.ศ. 2379 ซึ่งเป็นช่วงแรกในการตั้งเมืองสงขลา รูปแบบสถาปัตยกรรมจะมีส่วนหน้าใช้สำหรับการค้าขาย ด้านบนใช้เก็บของมีช่องส่งของเล็ก ๆ มีความยาวจากที่ดินประมาณ 30 – 40 เมตร และเนื่องจากเป็นแปลงดินที่ยาว ผู้ออกแบบจึงได้ออกแบบให้มีช่องเปิดโล่ง (Court) กลางส่วนอาคารด้านหลังเป็นที่พักอาศัย กรมศิลปากรได้ระบุห้องแถวแบบจีนหลังแรกของสงขลาตั้งอยู่บนถนนเก่าห้อง (ถนนนางงาม)



1.2) ตึกแถวแบบจีนพาณิชย์ ลักษณะเป็นอาคารถัดมาจากรูปแบบจีนดั้งเดิม การออกแบบมีอายุประมาณ 70 ปีขึ้นไป รูปแบบกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมคล้ายแบบจีนดั้งเดิมแต่มีการประยุกต์ให้มีความทันสมัยขึ้นลักษณะที่สองเป็นอาคารตอบสนองทางการค้า

1.3) ตึกแถวแบบจีนสมัยใหม่ ลักษณะเป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมที่ยังปรากฏความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยแบบจีนคือ มีโถงตรงกลางมีองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมแบบยุโรปในสมัยปลายรัชกาลที่ 5 ต่อเนื่องรัชกาลที่ 6 เช่น หน้าต่างหัวเสาและมีลวดลายปูนปั้นแต่ที่น่าแปลกใจคือมีลายดาว และการใช้สีอาคารเหมือนมุสลิม คือ สีเขียว สีเหลืองทองและสีอิฐอ่อนของเนื้อไม้ เป็นอาคารที่มีลักษณะพิเศษพบเพียงไม่กี่หลังแสดงถึงความหลากหลายทางเชื้อชาติศาสนา อย่างไรก็ตามก็ตีสถาปัตยกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ของย่านเมืองเก่า บางก็อยู่ในสภาพชำรุดทรุดโทรม บางก็มีการต่อเติม หรือบางแห่งมีการทุบและสร้างใหม่ ซึ่งทำให้เทศบาลนครสงขลา กรมศิลปากรได้เข้ามามีบทบาทในการอนุรักษ์ ดูแลสถาปัตยกรรมของย่านเมืองเก่า จึงส่งผลให้มีการวางแผนอนุรักษ์และพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาขึ้น ซึ่งได้ทำความเข้าใจกับคนในพื้นที่ในการให้อนุรักษ์บ้านเก่าให้มากที่สุด หรือหากมีการต่อเติมควรจะไม่ใกล้เคียงกับแบบเดิมให้มากที่สุด

1.4) ตึกแถวแบบสงขลาดั้งเดิม (ซิโน - ยูโรเปียน) มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่ประดับตกแต่งด้วยลวดลายแบบจีน และยุโรปผสมกันคล้ายกับรูปแบบที่เรียกว่า ซิโน ยูโรเปียน ซึ่งพบมากที่สุดที่ภูเก็ต แต่ที่สงขลาจะไม่มีทางเดินใต้อาคารที่เรียกว่า หงอคงก็ อาคารจะมีช่องเปิดกลางอาคารและเป็นที่ตั้งของบ่อน้ำ ซึ่งในอดีตน้ำดื่มจะมีรสจืดสะอาดจนสามารถดื่มได้



ภาพ A (ตึกแถวแบบจีนดั้งเดิม)



ภาพ B (ตึกแถวแบบจีนพาณิชย์)



ภาพ C (ตึกแถวแบบจีนสมัยใหม่)



ภาพ D (ตึกแถวแบบสงขลาดั้งเดิม (ซิโน-ยูโรเปียน))

ภาพที่ 2.1 สถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลา

ที่มา: ภาควิชาอนุรักษ์เมืองสงขลา (2560)

#### 2.1.4.2 ภาพสตรีทอาร์ท

เป็นภาพที่มีการออกแบบโดยนักจิตรกรและกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบภาพแนวอาร์ท คลาสสิก และความทันสมัย แต่ละภาพวาดมีความแตกต่างกันออกไป บ้างก็ออกแบบโดยไม่มีขีดจำกัดทางความคิด บ้างก็สื่อถึงความชอบส่วนตัว แต่จะมีการออกแบบให้ทันสมัยเข้ากับคนสมัยใหม่มากยิ่งขึ้นแต่ละภาพแต่ละมุมล้วนให้ความหลากหลายทางด้านอารมณ์และความรู้สึก

1) ภาพวาดที่มีความคล้ายพญานาค อีกหนึ่งอย่างที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของสงขลานั้น คือ พญานาคพ่นน้ำเป็นประติมากรรมรูปปั้นส่วนหัวพญานาคที่มีความคล้ายกับหัวพญานาคและสะท้อนถึงความเป็นสงขลาได้เป็นอย่างดี

2) ภาพชายหนุ่มคลาสสิก หากพูดถึงวัฒนธรรม ยุค 90 นั้นผู้คนในจังหวัดสงขลา ชายหนุ่มที่มีความคลาสสิกในการแต่งกาย แต่กลับทำให้เห็นว่าความคลาสสิกนั้นมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและเหมาะสมกับสงขลาอย่างมาก

3) ภาพ Air Asia เป็นภาพแนวการเชิญชวนในการท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา มาดูความเป็นเอกลักษณ์ไม่ว่าจะมาสายการบินไหนถ้ามาภาคใต้อย่าลืมแวะมาที่จังหวัดสงขลา

4) ภาพประตูเมือง ภาพนี้เป็นภาพที่มีประตูเมืองสงขลาอยู่ตรงกลาง ส่วนด้านข้างคือ ผู้ชายสองคนทั้งสองคนมีความแตกต่างในเรื่องของการแต่งกาย ถึงแม้ว่าจะไม่ค่อยเห็นถึงความแตกต่างที่ชัดเจน แต่ที่เห็นได้ชัดคือ คนด้านซ้ายมือ คือคนที่นับถือศาสนาพุทธ ส่วนคนด้านขวามือ คือคนที่นับถือศาสนาอิสลาม สืบเนื่องจากการสวมใส่หมวกกะปิเยาะ (หมวกที่ผู้ชายอิสลามใส่) ถึงแม้จะเป็นภาพที่บ่งบอกถึงความแตกต่างทางศาสนาแต่ชาวสงขลาก็ไม่เคยคิดบางแยก

#### 2.1.4.3 สถานที่สำคัญในย่านเมืองเก่าสงขลา

1) ย่านเมืองเก่าถนนนครใน ถนนนครนอก ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครสงขลา เป็นกลุ่ม อาคาร โบราณเก่าแก่ดั้งเดิม เป็นสถาปัตยกรรมแบบจีน ก่อด้วยอิฐถือปูน มีทั้งอาคารชั้นเดียวและสองชั้น ปัจจุบันอาคารเหล่านี้ยังมีเหลือให้เห็นอยู่อีกจำนวนมากที่ถนนนครใน และถนนนครนอก โดยถนนทั้งสองสายนี้ แต่เดิมเป็นแหล่งธุรกิจการค้าใจกลางเมืองสงขลาเคยใช้เป็นสถานที่รับเสด็จพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 และพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 อาคารแบบสงขลาในย่านเมืองเก่าถนนนครใน ถนนนครนอกจะมีความแตกต่างจากอาคารบ้านเรือนของปักษ์ใต้ ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกโลก โดยเมืองมะละกาและเมืองภูเก็ต เมืองเหล่านี้จะมีสถาปัตยกรรมคล้ายกัน แต่อาคารบ้านเรือนเมืองสงขลาจะแตกต่างคือลักษณะบ้านมีรูปแบบหลากหลายคละกันทั้งย่าน เช่น ตึกแถวแบบจีน ดั้งเดิม อาคาร

พาณิชย์ แบบจีนผสมแบบตะวันตกหรือเรียกว่า Chino European รวมทั้งบ้านแบบไทยและมุสลิม ผสมผสานกันอยู่ในบริเวณเดียวกัน



ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงภูมิทัศน์ทางสถาปัตยกรรม บริเวณถนนนครใน  
ที่มา: จเร สุวรรณชาติ (2560)



ภาพที่ 2.3 ภาพแสดงภูมิทัศน์ทางสถาปัตยกรรม บริเวณบ้านบน  
ที่มา: จเร สุวรรณชาติ (2560)



ภาพที่ 2.4 ภาพแสดงตำแหน่งศาลเจ้าในบริเวณเมืองเก่าสงขลา ถนนนางงาม  
ที่มา: จเร สุวรรณชาติ (2560)

2) ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา ประตูทางเข้าสู่สีแดงสด แต่งแต้มด้วยสถาปัตยกรรมลายมังกร สะท้อนให้เห็นความผูกพันระหว่างเมืองสงขลา กับเมืองจีน นักท่องเที่ยวนิยมถ่ายรูปหน้าประตูศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสีแดงสด ศาลเจ้าแห่งนี้ถือเป็นความมั่งคั่งทางวัฒนธรรมที่หาได้จากเมืองเก่าสงขลา ไม่ต้องไปถึงแดนมังกรกว่าหลายศตวรรษที่ชาวจีนเข้ามาในดินแดนสิงคโปร์ จุดประกายให้เมืองเล็ก ๆ แห่งนี้มีความคึกคักทางการค้า เล่ากันว่า พระยาวิเชียรคีรี (เถี้ยนเส้ง) ผู้เป็นคนจีนเชื้อสายฮกเกี้ยน ย้ายเมืองมาจากฝั่งแหลมสนเนื่องจากความอึดอัดของเมืองเมื่อย้ายมาต้องสร้างศาลหลักเมือง เพื่อให้เป็นที่รวมใจของคนในเมือง ซึ่งขณะนั้นยังเป็นชาวจีนเสียเป็นส่วนใหญ่ ผู้ใหญ่หลายคนบอกว่าที่นี่คือจุดเริ่มต้นของเมืองสงขลา บ่อยๆ ภายในศาลหลักเมืองจะมีทั้งโรงจิว ซึ่งได้โรงจิวจะเปิดเป็นร้านก๋วยเตี๋ยวเล็ก ๆ ขายมานานกว่า 50 ปี นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาสักการะองค์เทพต่าง ๆ และหลักเมืองสงขลา เพื่อขอพรตั้งอยู่ที่บริเวณถนนนางงาม



ภาพที่ 2.5 ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา ถนนนางงาม  
ที่มา: ภาคิคนรักเมืองสงขลา (2560)

3) โรงสีแดง หับ โห้ หิ้น อาคารหลังใหญ่สีแดงสดเลื่องชื่อคือโรงสีข้าวเก่าที่มีอายุเก่ากว่า 100 ปี อีกบทบันทึกประวัติศาสตร์ที่สำคัญอีกหน้าของชาวสงขลา หากเดินเข้าไปภายในโกดัง จะพบกับจุดถ่ายรูปยอดฮิตของชาวสงขลา ทั้งป้ายหับ โห้ หิ้น หรือท่าเทียบเรือ ย้อนกลับไปในปี พ.ศ.2457 รองอำมาตย์ตรีขุนราชกิจการ ได้เปิดกิจการโรงสีข้าวขึ้น ณ ที่แห่งนี้ กิจการเติบโตเป็นโรงสีข้าวขนาดใหญ่ที่ทันสมัยที่สุดในยุคนั้น รับสีข้าวจากพื้นที่รอบทะเลสาบสงขลา อีกทั้งเหลือส่งไปจำหน่ายยังมาเลเซียแต่เมื่อกิจการล้มเลิกไป โกดังแห่งนี้ปัจจุบันจึงเป็นที่ตั้งของสำนักงานภาคิคนรักเมืองสงขลาสมาคม กลุ่มคนสำคัญที่อยู่เบื้องหลัง การปลูกกระแสการท่องเที่ยวสงขลาให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง และยังเป็นที่ตั้งของอุทยานการเรียนรู้ TK Park สงขลา สถานที่หาความรู้ของคนในเมืองเก่าสงขลา ตั้งอยู่ที่ถนนนครนอก (ตะลุยกีฬาส่งขลาเมืองเก่าสุดชิค, เข้าถึงวันที่ 3 สิงหาคม 2565)



ภาพที่ 2.6 โรงสีแดง หับ โห้ หิ้น

ที่มา: ภาคิคนรักเมืองสงขลา (2560)

4) มัสยิดบ้านบน เป็นย่านที่ชาวมุสลิมที่เก่าแก่อีกแห่ง เป็นที่ตั้งของร้านค้า บ้านเรือนของชาวมุสลิม แล้วยังเป็นที่ตั้งของมัสยิดศาสนาอิสลาม (มัสยิดบ้านบน) ซึ่งมีความเก่าแก่มาก เพราะสร้างขึ้นเมื่อ 5 ปีหลัง การพระราชทานเสาหลักเมืองของ ร.3 (พ.ศ. 2385) มัสยิดที่นี่มีสถาปัตยกรรมคล้ายโบสถ์วิหารของวัดหลายแห่งในตัวเมืองสงขลา จนมีการกล่าวขานว่า ที่นี่คือมัสยิดทรงไทย สะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานของศิลปะไทย จีน และ มุสลิมถนนแห่งนี้ยามค่ำคืนจะเต็มไปด้วยของกินหลากหลายทั้ง น้ำชา โรตีสี ข้าวแกง อาหารมุสลิม วิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชาวสงขลา ชุมชน

แห่งนี้เป็นที่ตั้งของ โรงหนังบ้านบน ซึ่งสร้างขึ้นเมื่อ 2473 เป็นโรงหนังเก่าที่มีความผูกพันกับชาวสงขลา ถือเป็นตำนานโรงหนังแห่งหนึ่งของเมืองแห่งนี้ ตั้งอยู่ที่ถนนพัทลุง



ภาพที่ 2.7 มัสยิดบ้านบน

ที่มา: ภาศึคนรักเมืองสงขลา (2560)

5) ถนนคนเดิน เมืองสงขลา มีอยู่ทั่วไปหลายแห่ง จัดเรียงจัดเรียงวันไม่ให้ซ้ำกัน แต่ที่น่าสนใจมีอยู่ 2 แห่งคือ ถนนคนเดินแต่แรก และถนนคนเดินตลาดสองเล ถนนคนเดินแต่แรกมีทุกวันศุกร์และเสาร์ บนถนนจะนะข้างกำแพงเมืองเก่าสงขลาอายุถึง 175 ปี บริเวณหน้าพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสงขลาและพิพิธภัณฑท์พำมะรง เป็นบรรยากาศการจับจ่ายแบบย้อนยุคสู่ครั้งอดีต ที่ภาษาใต้ใช้ว่า “แต่แรก” มีร้านค้าอาหารพื้นเมืองดั้งเดิมของสงขลา ผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่น สินค้าโอท็อปของฝากของที่ระลึกให้เลือกมากมาย นอกจาก “ถนนคนเดินสงขลาแต่แรก” แล้วริมทะเลสาบสงขลา และถนนนครใน ยังมีถนนคนเดิน “ตลาดสองเล เก๋ เท่ ริมเลสาบ” ให้ได้สัมผัสกับบรรยากาศตามโซนต่าง ๆ เช่น โซนสอง เลชวนชิว สองเลชวนช้อป สองเลสี่เซียว สองเลชวนชิม และสองเลชวนชม ให้ได้เก็บเกี่ยวความเป็น “ตลาดสองเล เก๋ เท่ ริม เลสาบ” รวมทั้งการเดินทางเที่ยวชมและถ่ายภาพบ้านเรือนเก่าแก๋ในย่านเมืองเก่าซึ่งเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าเยี่ยมชมได้อย่างเต็มที่ (สงขลา เมืองมนต์เสน่ห์สองฝั่งทะเล 50 จุดหมายแห่งความประทับใจ, 2560)



ภาพที่ 2.8 ถนนคนเดิน เมืองสงขลา

ที่มา: ภาศึคนรักเมืองสงขลา (2560)

6) บ้านนครใน พิพิธภัณฑสถานเอกอัครราชทูตบอกล่าวีกีตึคนสงขลา “บ้านนครใน” เป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งแรกบนถนนนครใน เขตเทศบาลนครสงขลาเกิดขึ้นด้วยความมุ่งมั่นและใจของนักอนุรักษ์ที่เล็งเห็นคุณค่าของข้าวของเครื่องใช้นานาชนิด ซึ่งเกิดจากความสุขในการสะสมของ นายกระจำง จารุพฤษภพัณธ์ อดีตสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสงขลา

จากสิ่งของสะสมส่วนตัวเหล่านั้นประกอบกับความรู้สึกที่ต้องการแบ่งปันความสุขและความรู้เกิดขึ้นจากรื่องราวของวัตถุแต่ละชิ้นประกอบกับกระแสการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา ในช่วง 4 - 5 ปีที่ผ่านมาที่ทำให้นายกระจำง จารุพฤษภพัณธ์ สร้างบ้านไม้แบบจีนโบราณและบ้านตึกสีขาว ตามแบบอาคารโบราณที่ถนนนครในเมืองเก่าสงขลา ให้เป็นต้นแบบในการอนุรักษ์อาคารแบบชิโนยูโรเปียนของสงขลา บ้านนครในมีพื้นที่ 20 ตารางวา จัดแสดงของเก่า เช่น เติงเก่าของเจ้าเมืองสงขลา อายุกว่า 100 ปี ตู้โบราณที่เก็บสะสมมาประมาณ 30 - 40 ปี ถ้วยชามจากเมืองจีนอายุ 100 กว่าปี ประมาณ 100 ชิ้น รวมของสะสมทั้งหมดในพิพิธภัณฑสถานับพันชิ้น (สงขลาเมืองมนต์เสน่ห์สองฝั่งทะเล 50 จุดหมายแห่งความประทับใจ, 2560)



ภาพที่ 2.9 บ้านนครใน พิพิธภัณฑสถานเอกอัครราชทูตบอกล่าวีกีตึคนสงขลา

ที่มา: ภาศึคนรักเมืองสงขลา (2560)

7) บ้านสงครามโลก ตึกโบราณ เป็นตึก 3 ชั้น ตั้งอยู่บนถนนนครนอกตัดกับ ถนนยะลา อาคารจีนรูปทรงสูงเก๋ๆ 3 ชั้น อาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก ก่อผนังอาคารด้วยอิฐเผา โบราณของเมืองสงขลามีเรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจอย่างมาก คาดกันว่าบ้านหลังนี้คือสถานที่ สำคัญทางประวัติศาสตร์ สำคัญจนถูกถ่ายภาพโดยเครื่องบินกองทัพอากาศอังกฤษก่อนบินมาทิ้ง ระเบิดอาคารใหญ่ 3 ชั้น เมืองสงขลา เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ.2488 โดยคิดว่าอาจเป็น กองบัญชาการทหารญี่ปุ่น เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์



ภาพที่ 2.10 บ้านสงครามโลก

ที่มา: ภาศึคนรักเมืองสงขลา (2560)

8) พิพิธภัณฑ์พ้อมะรงค์ หรือ บ้านของตระกูลติณสุลานนท์เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์ เดิมเป็นที่ตั้งบ้านพักของรองอำมาตย์โท ขุนวินิจ ทัศนธรรม (บั้ง ติณสุลานนท์) บิดาของ ฯพณฯ พลเอก เปรม ติณสุลานนท์ งดงามด้วยลักษณะแบบบ้านเรือนไทย สร้างขึ้นเพื่อจำลองสถานที่เกิดของ ฯพณฯ พลเอก เปรม ติณสุลานนท์ เมื่อเดินขึ้นมาบนเรือนจะเจอ เข้ากับชานเรือนสำหรับนั่งเล่น และหากสังเกตดี ๆ ทั้งพื้นไม้และตัวเรือนถูกขัดอย่างมันวาว บ่งบอก ถึงความใส่ใจของผู้ดูแล ช่างบนเรือนประกอบด้วยห้องต่าง ๆ เช่น ห้องนอน ห้องครัว และข้าวของ เครื่องใช้ของครอบครัวติณสุลานนท์ ที่บรรจงวางเรียงตกแต่งอย่างประณีตและพิถีพิถันเพื่อคอยทำ หน้าที่บอกเล่าเรื่องราวประวัติความทรงจำแก่ผู้มาเยือน (ย่านเมืองเก่าสงขลา กับ 9 จุดเช็คอินสุดฮิต หลงเสน่ห์กลิ่นอายอดีต เข้าถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2567)





ภาพที่ 2.11 พิพิธภัณฑ์พืชมะรงค์ หรือ บ้านของตระกูลติณสูวานนท์  
ที่มา: ภาศิศนรักเมืองสงขลา (2560)

## 2.2 การย้อมด้วยสีธรรมชาติจากคราม

2.2.1 ประวัติความเป็นมาของสีคราม สีครามหลายคนอาจเข้าใจว่าเป็นสารเคมีที่นำมาใช้ในการย้อมผ้า ความจริงแล้วสีครามเป็นสีที่ได้มาจากต้นครามซึ่งสีจากธรรมชาติโดยผ่านกระบวนการผลิตหลายขั้นตอนกว่าจะได้เป็นสีคราม โดยมีประวัติความเป็นมาดังนี้

(อนุรัตน์ สายทอง, และคณะ, 2555) ได้รวบรวมข้อมูลความเป็นมาของผ้าครามซึ่งมีอดีตอันยาวนานร่วม 6,000 ปี ในดินแดนแถบเส้นศูนย์สูตร เช่น อเมริกาใต้ ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ แอฟริกา ยุโรปตอนใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยแต่ละแห่งจะสกัดสีคราม (Indigo blue) จากพืชต่างชนิดกัน เช่น ยุโรปสกัดครามจากต้นโหวด ญี่ปุ่นและเกาหลีสกัดครามจาก Polygonum Tinctorium ชาวจีนและชาวเวียดนามสกัดสีครามจาก Strobilanthes Flaccidifolius ส่วนคนไทยและลาวจะสกัดสีครามจากต้นคราม (Indigofera Tinctoria)

เมื่อยุโรปพบดินแดนชมพูทวีปในศตวรรษที่ 16 สีครามจากอินเดียซึ่งสกัดจาก Indigofera Arrecta เป็นสินค้าออก สีครามชั้นเยี่ยมที่อังกฤษ ฝรั่งเศสและเยอรมันต้องการมีการตั้งโรงงานผลิตสีครามธรรมชาติในอินเดีย จนส่งผลเสียหายต่อธุรกิจสีครามจากโหวด แต่เมื่อเยอรมันสังเคราะห์สีครามได้และผลิตให้เป็นการค้าในปี ค.ศ. 1890 ความนิยมในสีครามธรรมชาติจึงลดลงอย่างรวดเร็ว โดยเหลืออยู่ราวร้อยละ 4 ทั่วโลก ในปี ค.ศ. 1914 คนหันไปใช้สีครามสังเคราะห์และสีสังเคราะห์อื่น ๆ ที่ย้อมง่าย สีเข้ม สม่ำเสมอ และราคาถูก จนถึงศตวรรษที่ 20 ผลการใช้สารสังเคราะห์ทั้งสีย้อม ปู่ยสารปราบศัตรูพืช และอื่น ๆ ปรากฏผลต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสุขภาพผู้คน มีงานวิจัยรายงานสีย้อมสังเคราะห์ก่อมะเร็งในสัตว์ทดลอง พืชและสัตว์ต่าง ๆ มีสารเคมีตกค้างในร่างกายผู้คนจึงหันมาสู่ธรรมชาติอีกครั้ง ทำให้ทั้งอาหาร ยา และเครื่องนุ่งห่ม ที่ผลิตจากธรรมชาติ โดยวิถีธรรมชาติกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งหนึ่ง รวมถึงการใช้สีครามธรรมชาติเกือบทุกสี การสกัดสีจากธรรมชาติเกือบทุก

ชนิดใช้วิธีต้มเคี่ยวให้ได้สีน้ำเงินเข้ม และย้อมขณะน้ำสีร้อน มีเพียงจากผลมะเกลือและใบครามที่ใช้วิธีการหมักและการย้อมเย็นหลาย ๆ ซ้ำ ปัญหาใหญ่ของฝ้ายย้อมสีธรรมชาติคือสีตกจากการซักล้างและสีซีดเนื่องจากอากาศและแสงแดด มีเพียงสีครามและสีจากมะเกลือที่ติดทนนาน สีครามและสีจากมะเกลือจึงเป็นที่น่าสนใจแต่ขาดการสืบทอดวิธีการย้อม การย้อมสีครามเคยอยู่ในชนบทอีสานทุกจังหวัด เตรียมน้ำย้อมด้วยวิธีเดียวกันคือหมักเนื้อครามกับน้ำขี้เถ้า และมีการเติบโตวัตถุดิบที่เป็นแหล่งของกรด เช่น พืชที่ให้รสเปรี้ยว ได้แก่ มะเฟือง มะขาม ใบสมอ แต่กระบวนการจะซับซ้อนและควบคุมยาก มีการพยายามศึกษากระบวนการหมักเนื้อครามและอัตราเร็วการเกิดปฏิกิริยาเคมีของการหมักศึกษาอายุของต้นครามที่ให้ปริมาณสีมากที่สุด ศึกษาปริมาณสีครามจากต้นครามต่างพันธุ์ ซึ่งพบว่าพันธุ์ฝักงอให้สีครามร้อยละ 0.104 และพันธุ์ฝักตรงร้อยละ 0.094 ของใบสด ศึกษากระบวนการทำสีครามและฝ้ายย้อมครามของภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ จนสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของสีครามได้ รวมถึงศึกษาวิธีลดความยุ่งยากของกระบวนการย้อมครามและย่นระยะเวลาการเตรียมเนื้อคราม (ยุพิน สมคำพื และคณะ, 2565)

ในประเทศไทยมีฝ้ายย้อมครามใช้ตั้งแต่เมื่อใดไม่มีหลักฐานชัดเจน แต่ภาพถ่ายเก่า ๆ ของคนในชนบทหรือแม้แต่ชุมชนที่ยังรักษาวัฒนธรรมการแต่งกายไว้ยังปรากฏฝ้ายย้อมครามอย่างต่อเนื่อง เพียงแต่ใช้ในชุมชนเท่านั้นจนเป็นสัญลักษณ์ของคนชนบท เมื่อสีสังเคราะห์ถูกนำเข้ามาราว 50 ปีที่แล้ว การย้อมครามหายไปเช่นกันกับทั่วโลก แต่เมื่อผู้คนต้องการผลิตภัณฑ์ธรรมชาติอีกครั้ง ประมาณปี พ.ศ. 2535 สกจนครจึงเป็นแห่งแรกในประเทศไทยที่ฟื้นฟูและบำรุงฝ้ายย้อมครามจากภูมิปัญญาที่ถูกกลบไว้ด้วยวัฒนธรรมชนบทสมัยใหม่ ล่วงเข้าปีที่ 5 ของการศึกษาค้นคว้าจึงมีผลิตภัณฑ์ฝ้ายย้อมครามรูปแบบต่าง ๆ ตามยุคตามสมัยออกสู่ตลาดผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเชียงใหม่และกรุงเทพฯ ปีที่ 6 มีการศึกษาเคมีของคราม อธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดระหว่างกระบวนการสกัด ตกตะกอนสีคราม การเตรียมเนื้อคราม และการย้อมคราม ทำให้คนย้อมครามเข้าใจสีครามและเข้าใจข้อห้ามที่หลากหลายที่บอกเล่ากันมาคู่กับฝ้ายย้อมคราม หลังการเผยแพร่กระบวนการเตรียมสีครามและผลิตฝ้ายย้อมคราม นักวิชาการและผู้บริโภคในสังคมเมืองเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาการทำฝ้ายย้อมคราม รู้จักสีครามที่ย้อมติดฝ้ายได้ดี โดยฝ้ายมีคุณสมบัติที่ดีในการระบายอากาศและซับเหงื่อ ขณะที่สีครามเป็นสีวัต เกาะจับโครงสร้างภายในของใยฝ้ายได้ดี ฝ้ายย้อมครามจึงกลายเป็นความภาคภูมิใจของคนสกจนคร คือฝ้ายย้อมคราม นอกจากนี้ ฝรั่งเศส ญี่ปุ่นและอิตาลี ต้องการฝ้ายย้อมครามคุณภาพดีจากสกจนครไม่จำกัดจำนวนในราคาที่สูงใกล้เคียงกับผ้าไหมแต่ภูมิปัญญาและกำลังการผลิต ฝ้ายย้อมครามคุณภาพดี ไม่เพียงพอ เนื่องด้วยขาดปัจจัยหลายอย่าง เช่น ผู้บริหารจัดการที่เข้าใจทั้งเรื่องธุรกิจข้อจำกัดของการทำฝ้ายย้อมคราม และวัฒนธรรมของคนชนบท ผู้ชำนาญการย้อมและการออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ เส้นใยฝ้ายธรรมชาติที่มีผลต่อคุณภาพฝ้ายอ้อมคราม และผู้ผลิตฝ้ายอ้อมคราม ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เช่น นักพัฒนา นักปกครอง นักวิชาการ ผู้นำชุมชนและคนหนุ่มสาววัยทำงานของชุมชน ควรเรียนรู้ในเรื่องสีครามและฝ้ายอ้อมคราม เพื่อส่งเสริมสนับสนุนและให้คำชี้แนะแก่ผู้ที่สนใจได้ถูกต้อง และหากสามารถเป็นผู้บริหารจัดการธุรกิจฝ้ายอ้อมครามได้ จะสามารถสร้างงาน รายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีแก่คนชนบทได้ การเผยแพร่ความรู้เรื่องการทำฝ้ายอ้อมครามก็เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนดังกล่าว (อนุรัตน์ สายทอง และคณะ, 2555)

ช่วงก่อน 50 ปี แม่บ้านของทุกครัวเรือนในภาคอีสานจะทำสีครามและฝ้ายอ้อมคราม เพื่อเตรียมเครื่องนุ่งห่มให้สมาชิกในครอบครัว ลักษณะของฝ้ายอ้อมคราม มี 2 แบบ ตามลักษณะการใช้งาน แบบแรกจะทำจากเส้นฝ้ายอ้อมสีครามและทอเป็นสีน้ำเงินทั้งผืน เตรียมไว้สำหรับบุรุษและสตรี นุ่งห่มขณะทำงานประจำวัน หรือตัดกางเกงและกระโปรง อีกแบบหนึ่งทำจากฝ้ายเส้นเล็ก มัดหมี ลวดลายอย่างประณีตทอเป็นผ้าถุงสำหรับสตรีสวมใส่ในโอกาสพิเศษ หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เทคโนโลยีและวัฒนธรรมจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยอย่างรวดเร็วประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปมาก วัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนกลายเป็นวัฒนธรรมซื้อขาย ผู้หญิงที่รับผิดชอบเครื่องนุ่งห่มของครอบครัว หันไปสนใจซื้อฝ้ายและสิ่งทอจากโรงงานอุตสาหกรรม ซื้อสีสังเคราะห์มาใช้สำหรับย้อมเส้นฝ้าย ซึ่งย้อมได้ง่ายและเร็วสามารถผลิตผ้าได้มาก จากหน้าที่ทำเครื่องนุ่งห่มให้สมาชิกในครอบครัว กลายเป็นอาชีพทำผ้าเพื่อขายการย้อมครามเหลือเพียงหมู่บ้านละ 1 - 2 คน ทำเป็นอาชีพรับจ้างย้อมเส้นสำหรับนุ่งห่มไปทำงานในไร่นา แต่เนื่องจากทำยากและใช้เวลานาน ในที่สุดก็ผู้ฝ้ายอ้อมสีสังเคราะห์ไม่ได้ อาชีพรับจ้างย้อมครามก็หายไปยิ่งนานวันคนเคยย้อมครามก็จะหายไป

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้การผลิตเครื่องอุปโภคบริโภคทำได้รวดเร็วและเพิ่มปริมาณได้มากมีการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติอย่างมากป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตระดับอุตสาหกรรม ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติลดลง แต่ปริมาณขยะและสารเคมีปนเปื้อนมากขึ้นความสมดุลทางธรรมชาติเสียไป คุณภาพดิน น้ำ และอากาศด้อยลง ในที่สุดผลร้ายเหล่านี้ก็ตกกระทบต่อสุขภาพของประชากร นอกจากนี้การที่คนพึ่งพาเทคโนโลยีมากทำให้ขาดการพึ่งพากันในสังคม ขาดการพึ่งพาสิ่งแวดล้อมใกล้ตัว ความสัมพันธ์อันดีในชุมชนหายไป ทำให้เกิดปัญหาทางสังคมตามมา คนส่วนหนึ่งซึ่งเข้าใจปัญหานี้จึงหันมาสนใจบริโภคและใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติโดยตรง ไม่ผ่านระบบอุตสาหกรรม เช่น นิยมรับประทานผักพื้นบ้าน ข้าวกล้อง และนิยมใช้ผ้าฝ้าย ผ้าไหมพื้นเมืองย้อมสีธรรมชาติ ฝ้ายอ้อมสีคราม จึงถูกฟื้นฟูอีกครั้ง

ปัจจุบันฝ้ายอ้อมครามเป็นที่น่าสนใจและมีความต้องการอย่างมาก แต่ฝ้ายอ้อมครามคุณภาพที่ดี ยังคงออกสู่ตลาดน้อย ขณะที่ฝ้ายอ้อมครามคุณภาพปานกลางออกสู่ตลาดได้มากกว่า ฝ้ายอ้อมคราม

คุณภาพดี สีจะเข้มหรือจาง ก็ต้องสีสดใส สะอาด สีไม่ตก ซึ่งคุณภาพเหล่านี้เป็นผลมาจากคุณภาพของวัตถุดิบและความรู้ความชำนาญของผู้ผลิต การเตรียมสีครามและการย้อมสีครามมีเทคนิคพิเศษกว่าการย้อมสีธรรมชาติอื่น ๆ เริ่มตั้งแต่การเลือกใบครามอายุพอดีและอยู่ในสภาพใบสด ดังนั้นจะต้องเก็บใบครามอายุประมาณ 3 - 4 เดือน ในตอนเช้ามีดก่อนน้ำค้างแห้ง และชาน้ำปริมาณท่วมใบครามพอดี แช่ไว้ประมาณ 18 - 24 ชั่วโมง หากใช้เวลาแช่มากหรือน้อยกว่านี้จะได้ปริมาณสีครามน้อยกว่า การแช่ใบครามสดในน้ำไม่ใสแช่ให้สีครามละลายน้ำ แต่แช่ให้สารเคมี 2 ชนิดในใบครามสดทำปฏิกิริยากันเกิดเป็นสีครามที่ละลายน้ำได้ ถ้าใบครามแห้งสารเคมีชนิดหนึ่งในใบครามเสียสภาพธรรมชาติ ไม่สามารถเกิดปฏิกิริยากับสารอีกชนิดหนึ่งได้ ดังนั้นถ้าปล่อยให้ใบครามแห้งก่อนแล้งนำมาแช่น้ำจะไม่ได้สีครามในน้ำแช่ เช่นเดียวกันกับการต้มใบครามไม่ได้สีครามเช่นกัน เราสามารถย้อมผ้าในสีครามในน้ำแช่หรือที่เรียกว่าน้ำครามได้ แต่ต้องทำอย่างรวดเร็วแข่งกับอากาศ เพราะสีครามในน้ำแช่เป็นสารที่ทำปฏิกิริยากับอากาศได้ตกลงเป็นสีครามน้ำเงินซึ่งไม่ละลายน้ำ ไม่สามารถซึมเข้าเกาะจับเนื้อในของใยผ้าได้ สีครามสีน้ำเงินใช้ย้อมผ้าไม่ได้ แต่ถ้าเอาสีครามสีน้ำเงินไปหมักในน้ำขี้เถ้าในสัดส่วนที่พอเหมาะและปรับความเป็นกรดเป็นด่างให้พอเหมาะ สีครามสีน้ำเงินจะเปลี่ยนเป็นสีครามสีเหลืองละลายในน้ำขี้เถ้าซึ่งสีครามสีเหลืองนี้ทำปฏิกิริยาได้ดีกับอากาศกลายเป็นสีครามสีน้ำเงินเช่นกันกับสีครามในน้ำแช่ผิวหน้าของน้ำย้อมจึงเป็นสีน้ำเงินแต่น้ำย้อมข้างล่างเป็นสีเหลือง สีครามที่ใช่ย้อมผ้าได้ดีคือสีครามสีเหลือง ไม่ใช่สีครามสีน้ำเงิน

## 2.2.2 คราม

ชื่อวิทยาศาสตร์: *Indigofera tinctoria* L.

ชื่อวงศ์: LEGUMINOSAE-PAPILIONOIDEAE

ชื่อสามัญ: Indigo

ชื่อท้องถิ่น: คราม คาม ครามย้อม

ส่วนที่ใช้: ใบ

สีที่ได้: สีฟ้า สีน้ำเงิน

ลักษณะ: ไม้เนื้ออ่อนกิ่งเลื้อยพาดอาศัยการพาดเกาะตามสิ่งที่อยู่ใกล้เพื่อทอดลำต้น มีการแตกกิ่งก้านสาขาไม่มากนัก ใบเป็นใบประกอบขนาดเล็ก กว้าง 0.5 - 1 เซนติเมตร ยาว 1 - 1.5 เซนติเมตร ดอก มีขนาดเล็กคล้ายดอกถั่ว สีเขียวอ่อนอมครีม เริ่มบานมีสีแดงหรือชมพู ฝักลักษณะคล้ายฝักถั่วแต่เล็กกว่า ขนาดความยาวของฝัก 5 - 8 เซนติเมตร ผลมีลักษณะเป็นสีน้ำตาล แตกฝักได้ เมล็ดขนาดเล็กสีน้ำตาลอ่อน รูปทรงกระบอกอยู่ภายในฝัก ประมาณ 8 - 10 เมล็ด เมล็ดสีครีมอมเหลือง เป็นพรรณไม้ในเขตร้อนชื้นกระจายพันธุ์อยู่ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ไทย พม่า ลาว

ฯลฯ เจริญเติบโตได้ดีในที่โล่งแจ้งในธรรมชาติ เมล็ดที่ร่วงหล่นจะงอกเป็นต้นเจริญเติบโตในหน้าฝน และเมล็ดจะแก่ในช่วงฤดูหนาว จะมีช่วงวงจรชีวิตอยู่ในเดือนพฤษภาคม-ธันวาคม แต่สามารถเก็บ เมล็ดนำมาปลูกเลี้ยงได้ตลอดปี ขยายพันธุ์โดยการเพาะเมล็ด

#### 2.2.2.2 ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ ดังนี้

1) ลำต้น: เป็นพรรณไม้พุ่มขนาดเล็ก แตกกิ่งก้านสาขามาก บ้างว่าแตกกิ่งก้านน้อย มีความสูงของต้นประมาณ 4 - 6 ฟุต หรือสูงประมาณ 1 - 2 เมตร ลำต้นมีลักษณะกลมสีเขียว มัก พาดเกาะตามสิ่งที่อยู่ใกล้กับลำต้น ขยายพันธุ์ด้วยวิธีการเพาะเมล็ด โดยเป็นพรรณไม้ที่ชอบแสงแดด ทนทานต่ออากาศร้อน ฝน และดินเค็มได้ดี พบขึ้นได้ตามป่าโปร่งทางภาคอีสานและทางภาคเหนือจะ นิยมปลูกต้นครามกันไว้เพื่อใช้สำหรับทำสีย้อมผ้า และมักขึ้นเป็นวัชพืชทั่วไปตามสวน



ภาพที่ 2.12 ลำต้นครามป่า (ครามฝักงอ)

ที่มา: นิมนวล จันทรุญ (2560)

2) ใบ: ใบมีลักษณะคล้ายกับใบก้างปลาแต่จะมีขนาดเล็กกว่า โดยใบเป็นใบ ประกอบแบบขนนก เรียงสลับกัน ลักษณะของใบย่อยเป็นรูปวงรีแกมรูปขอบขนาน หรือเป็นรูปไข่ กลีบ ปลายใบมน โคนใบสอบ ส่วนขอบใบเรียบ ใบมีขนาดกว้างประมาณ 0.8 - 1 เซนติเมตร และยาว ประมาณ 1.5 - 3.5 เซนติเมตร แผ่นใบสีเขียวมีลักษณะบาง



ภาพที่ 2.13 ไบครามป่า (ครามฝักงอ)

ที่มา: นิมนวล จันทรุญ (2560)

3) ดอก: ออกดอกเป็นช่อตามซอกใบ ช่อดอกยาวประมาณ 10 - 15 เซนติเมตร ดอกย่อยมีลักษณะเป็นรูปดอกถั่ว ดอกย่อยมีลักษณะเป็นรูปดอกถั่วอาจมีสีชมพู สีแสด สีม่วงหรือสีขาว กลีบดอกเป็นสีม่วงแกมสีน้ำตาลหรือเป็นสีชมพูและเป็นสีเขียวอ่อนแกม



ภาพที่ 2.14 ดอกต้นคราม

ที่มา: นิมนวล จันทรุญ (2560)

4) ผล: เป็นฝักขนาดเล็กออกเป็นกระจุก มีเมล็ดภายในคล้ายฝักถั่วเขียวยาว 1 - 3.5 เซนติเมตร ภายในมีประมาณ 6 - 12 เมล็ด เมล็ดสีครีมอมสีเหลืองขนาดเล็ก



ภาพที่ 2.15 ผลต้นคราม

ที่มา: นิมนวล จันทรุญ (2560)

**2.2.3 วิธีการปลูกครามและการเก็บเกี่ยว** พื้นที่ปลูกครามที่เหมาะสมควรเป็นบริเวณที่มีแสงแดดเพียงพอ น้ำไม่ควรท่วมขัง ส่วนมากจะเป็นตามหัวไร่ปลายนาซึ่งชาวบ้านนิยมปลูกครามมากที่สุด ในการปลูกครามควรไถกลบเพื่อให้วัชพืชกลายเป็นปุ๋ยพืชสดในดิน ควรตากดินไว้ประมาณ 2 - 3 วัน เหมือนการปลูกไร่ทั่วไป ขุดและย่อยดินแล้วคราดให้หน้าดินเรียบเสมอกัน หว่านเมล็ดครามที่เตรียมไว้ให้กระจายตัวสม่ำเสมอทั่ว ๆ ไป แปรลง ทำเช่นเดียวกับการหว่านเมล็ดข้าวในนา การปลูกจะปลูกกัน 2 ช่วง คือ ในฤดูฝนและฤดูแล้ง การปลูกในฤดูฝนระหว่างเดือน พฤษภาคม - มิถุนายน ก่อนการหว่านเมล็ดทุกครั้งควรทำให้ดินชุ่มน้ำก่อน หากวันที่เราปลูกฝนไม่ตกก็ควรรดน้ำก่อนหว่านเมล็ดครามลงไปแต่หากฝนตกก็ให้หว่านเมล็ดครามลงแปลงเลย การหว่านเมล็ดครามควรหว่านให้ระยะห่างพอสมควร หลังจากหว่านเมล็ดเสร็จแล้วให้หมั่นรดน้ำทุกวันจนกว่าต้นครามที่งอกนั้นมีระยะระหว่างต้นใกล้เคียงกันมากเกินไปก็ให้ถอนทิ้ง เพื่อให้มีระยะห่างของต้นพอสมควร ต้นครามจะได้แตกกิ่งก้านใบได้ดี เมื่อต้นครามโตได้ประมาณ 2 สัปดาห์ ให้สังเกตการณ์เจริญเติบโตหากเห็นว่า ต้นครามโตช้าควรใส่ปุ๋ย อาจเป็นปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยเคมีก็ได้ ให้รดอย่างสม่ำเสมอทุกวัน นับตั้งแต่เริ่มหว่านเมล็ด หากเราใส่ปุ๋ยให้น้ำอย่างสม่ำเสมอจะทำให้ต้นครามมีใบขนาดใหญ่ สีเข้ม จนอายุได้ 3 - 4 เดือน ก็ทำการเก็บเกี่ยวก่อนการเก็บเกี่ยวทุกครั้ง ผู้เก็บครามควรต้องสวมเสื้อผ้ามิดชิด เพราะใบครามมีขนาดเล็กที่มองไม่เห็นจะติดเนื้อผ้า เมื่อสัมผัสกับผิวหนังจะทำให้ระคายเคือง และคันตามร่างกาย การเก็บเกี่ยวครามนิยมเก็บครามในเวลาเช้ามือก่อนพระอาทิตย์ขึ้น เนื่องจากได้ปริมาณครามมาก หากเก็บในเวลาทีพระอาทิตย์ขึ้นแล้วจะทำให้ครามที่เก็บเกี่ยวส่งผลให้ได้ปริมาณครามน้อย

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างครามฝักตรงและครามฝักงอ (ประไพ ทองเชิญ, 2552)

ลักษณะส่วนต่าง ๆ ของคราม	ครามฝักตรง	ครามฝักงอ
1. ลำต้น และการแตกกิ่ง	ลำต้นเตี้ยสูง 1 เมตร โคนต้นสูงจากดินประมาณ 10 - 15 เซนติเมตรจึงแตกพุ่ม ลำต้นมีขนาดเล็กกว่าครามฝักงอ แต่เปลือกลำต้นเกลี้ยงออกสีน้ำตาล แตกกิ่งและมีกิ่งแขนงแผ่ออกเป็นพุ่มใหญ่	ลำต้นสูงเรียวยาวมากกว่า 2 เมตร โคนต้นสูงจากดินประมาณ 30 เซนติเมตร จึงแตกพุ่ม ลำต้นกลมเปลือกสีเทา ขรุขระ แตกกิ่งประมาณ 4 - 5 กิ่ง และพุ่มตรงไม่มีกิ่งแขนง
		
2. ลักษณะใบ	ใบตรงเรียวยาวขนาดเล็กกว่าชะคราม และปลายใบมน การเรียงตัวของใบจะชิดกัน ทำให้เกิดพุ่มใบหนาแน่นไม่โปร่งแสง	ใบทรงเรียวยาวใหญ่กว่าครามฝักตรง และปลายใบเรียวแหลม การเรียงตัวของใบบนลำต้นและกิ่งก้านค่อนข้างห่าง ทำให้ทรงพุ่มมีความสูงโปร่ง
		



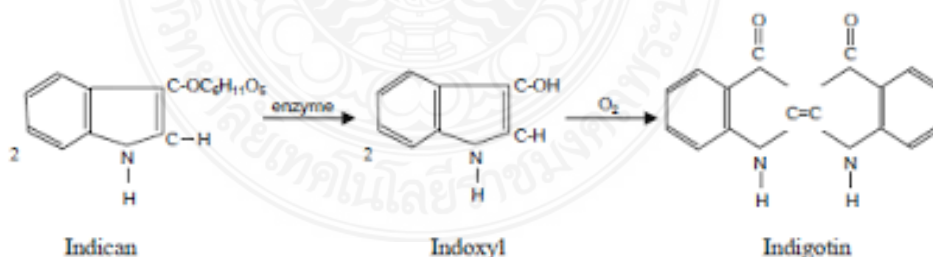
ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนต่าง ๆ ของคราม	ครามฝักตรง	ครามฝักงอ
3. ลักษณะดอก	ผลิดอกที่ก้านแขนง 	ผลิดอกที่ข้อของกิ่งก้านเรียงกัน 
4. ลักษณะฝักเมล็ด	ฝักทรงกระบอกตรง มีขนาด เทียบเท่าก้านไม้ขีด ยาวประมาณ 4 เซนติเมตร 	ฝักตรงกระบอกโค้งงอ มรขนาด เทียบเท่าก้านไม้ขีด ยาว ประมาณ 3 - 4 เซนติเมตร 
5. ลักษณะเมล็ด	เมล็ดทรงกระบอกคล้ายลูกปัด ขนาดจิว สีน้ำตาล 	เมล็ดทรงสี่เหลี่ยมลูกเต๋า สีเทา ดำ 

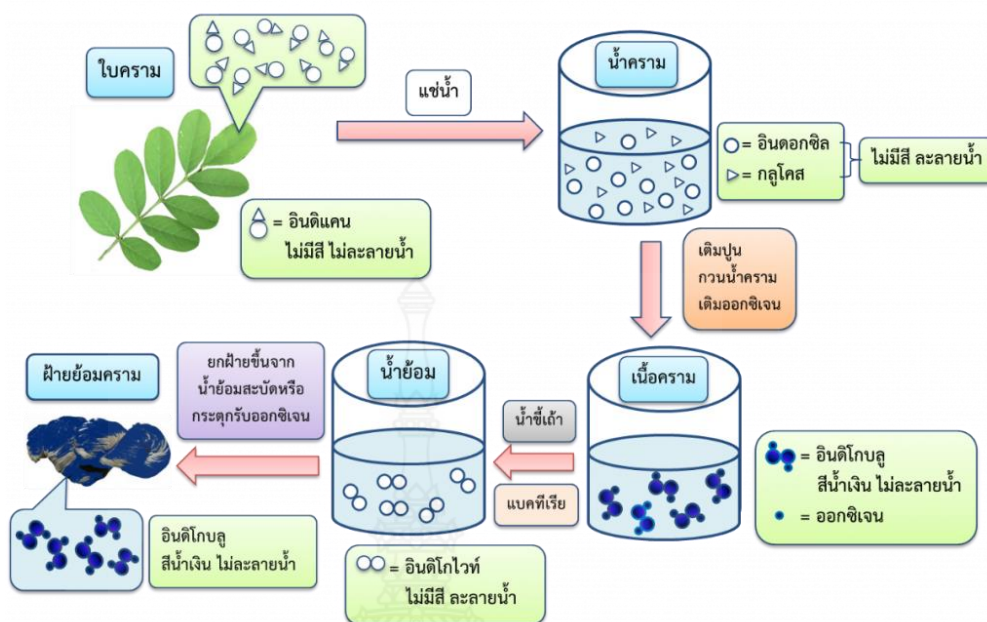
**2.2.4 เคมีของสีคราม** สีครามมีชื่อทางเคมีคือ (1-2,3-dihydro-3-oxo-2H-indol-2-ylidene)-1,2-dihydro-3H-indol-3-one ชื่อทั่วไปคือ Indigo blue หรือ Indigotin เป็นผลึกรูปเข็มสีม่วงหรือสีน้ำเงินระเหิดที่ 170 องศาเซลเซียส มีสมบัติไม่ละลายน้ำ แอลกอฮอล์ อีเทอร์และกรดเจจาง แต่ละลายดีมากในสารละลายอะนิลีนและพิริดีน เมื่อครามละลายในตัวทำละลายที่ไม่มีขั้วจะปรากฏสีม่วงแดง และเมื่อละลายในตัวทำละลายมีขั้วจะปรากฏสีน้ำเงิน สีครามทำปฏิกิริยากับกรดซัลฟูริกเย็นจะเกิดกรดไดซัลโฟนิคซึ่งทำให้อยู่ในรูปของเกลือโซเดียมได้ง่าย เรียกว่า อินดิโกคาร์มีน ซึ่งมีสีน้ำเงินเข้มใช้ย้อมติดสีได้ดี

ต้นครามมีสารต้นตอคือ สารอินดิแคน (Indican หรือ indoxyl- $\beta$ -D-glucoside) ซึ่งเป็นสารไม่มีสีและไม่ละลายน้ำ เมื่อนำใบครามมาชอน้ำ เอนไซม์ ปีต้า - กลูโคซิเดส - $\beta$ -glucosidase จะหลุดออกจากอินดิแคน เหลือแต่ อินดอกซิล ปฏิกิริยาการเปลี่ยนอินดิแคนในใบครามไปเป็นอินดอกซิล เป็นปฏิกิริยาแบบดูดความร้อน อินดรอกซิลถูกออกซิไดส์ได้ง่ายด้วยออกซิเจนในอากาศ กลายเป็นสารอินดิโกบลู ซึ่งไม่ละลายในน้ำและจะตกตะกอนอยู่บนภาชนะ คุณสมบัติของอินดิโกบลู ทำให้ถูกย้อมได้โดยการละลายในน้ำต่างกลายเป็นอินดิโกไวท์ที่ละลายน้ำได้ สังเกตได้จากสีของน้ำย้อมจะเปลี่ยนจากสีน้ำเงินเป็นสีเขียวปนเหลือง จากนั้นจึงทำการย้อมโดยนำผ้ามาชุบน้ำบิดจนหมาดลงย้อมในหม้อย้อม อินดิโกไวท์ ที่ละลายในน้ำย้อมจะแทรกซึมเข้าเนื้อผ้า จับเชลลูลอสของเส้นใยด้วยพันธะไฮโดรเจน (Hydrogen bond) เมื่อยกผ้ามาสัมผัสกับอากาศ อินดิโกไวท์ จะกลับเป็นอินดิโกบลู

การทำสีครามธรรมชาติเป็นปฏิกิริยาเคมีทุกขั้นตอนจากสารต้นตอที่มีในใบคราม เอนไซม์ในใบคราม ออกซิเจนในอากาศ แบคทีเรียบาซิลลัสในธรรมชาติ น้ำขี้เถ้าและปูนขาว ปฏิกิริยาต่อเนื่องในกระบวนการทำสีครามและการย้อมคราม



ภาพที่ 2.16 ปฏิกิริยาในกระบวนการทำสีครามและการย้อมคราม



ภาพที่ 2.17 การเปลี่ยนแปลงทางเคมีของสีครามในกระบวนการย้อม

ที่มา: ศูนย์คราม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร (2560)

## 2.2.5 กระบวนการย้อมสีคราม มีขั้นตอนดังนี้

2.2.5.1 การเตรียมเนื้อคราม โดยการแช่ครามสดในน้ำให้ได้น้ำครามซึ่งมีวิธีการแตกต่างกัน บางแห่งแช่ 1 วัน บางแห่ง 1 - 2 วัน หรือแช่จนครามเปื่อยอาจถึง 3 วัน วิธีการโดยตัดต้นครามสดมามัดเป็นพ่อนพอดีกกับกำมือแล้วนำกิ่งของครามมัด จากนั้นเรียงมัดครามให้เป็นระเบียบลงในโอ่งโดยไม่ต้องกดให้แน่น บรรจุครามจนเต็มโอ่ง เติมน้ำจนท่วมพ่อนครามข้างล่างขึ้นมาแช่ด้านบนแทน โดยใช้ น้ำอันเดิมแช่ไว้ อีก 1 วัน ส่วนกากครามทิ้งไป ถ้าเป็นครามบ้านโงะบางให้ผลผลิตต่ำกว่า เติมน้ำในระดับเดียวกันกับมัดครามใช้วัตถุหนักทับมัดครามแช่ไว้ 2 - 3 วัน จนใบครามเปื่อย จึงแยกกิ่งครามออกแล้วจึงใช้ครามสดชุดใหม่แช่ลงไปอีกชุดละ 1 วันหลาย ๆ ชุดจนกว่าจะได้ น้ำครามเข้มข้น เมื่อได้น้ำครามสีเขียวปนเหลืองให้เติมปูนขาวผสมลงไป จนกระทั่งน้ำครามสีน้ำเงิน และมีฟองให้หยุดเติมปูนขาวและทำการตีคราม จากนั้นพักน้ำครามที่มีฟองแล้วไว้ 1 - 3 คืน โดยเนื้อครามจะแยกจมอยู่ด้านล่าง ส่วนฟองที่แตกไม่หมดเกาะกันอยู่ที่ผิวหน้าของของเหลว รินของเหลวใสสีเหลืองทิ้ง เก็บเนื้อครามชั้นล่าง ซึ่งมีลักษณะสีน้ำเงินเหลว ๆ เหมือนโคลน เก็บไว้ในโอ่งแยก หมั่นคอยดูแลไม่ให้เนื้อครามแห้งเป็นผงโดยการเติมน้ำขี้เถ้าเล็กน้อยให้ครามมีความชื้นอยู่ในลักษณะเหมือนแป้งขนมที่นวดแล้ว เนื้อครามลักษณะนี้เก็บไว้ใช้ได้ 2 - 3 ปี

### 2.2.5.2 การเตรียมสีคราม

- 1) การเก็บใบครามควรเก็บในตอนเช้ามืดเพื่อป้องกันการโดนแสงแดด
- 2) บรรจุใบคราม ตัน กิ่งในภาชนะ 10 กิโลกรัม ใช้มือกดใบครามให้แน่น เติมน้ำให้ท่วม 20 ลิตร แช่ไว้ 10-12 ชั่วโมง
- 3) แยกกากใบออก จะได้น้ำครามใส สีฟ้าจาง
- 4) เติมน้ำขาว 400 กรัม กวนจนกว่าฟองครามจะยุบ พักไว้ 1 คืนรินน้ำใสทิ้ง ถ้าน้ำใสสีเขียวแสดงว่าใส่ปูนน้อย ยังมีสีครามเหลืออยู่ในน้ำคราม ถ้าใส่ปูนใสพอดี น้ำใสเป็นสีขาว หากใส่ปูนมากเกินไป เนื้อครามเป็นสีเทาใช้ไม่ได้ เนื้อครามดีต้องเนื้อเนียนละเอียด สีน้ำเงินสดและเป็นเงา ซึ่งอาจเก็บเป็นเนื้อครามเปียกหรือเนื้อครามผงก็ได้ขึ้นอยู่กับการใช้งานในขั้นตอนก่อนหม้อมือ อย่าเชื่อว่าแช่ใบครามนานแล้วจะได้สีครามมาก เพราะผลการวิจัยปรากฏชัดว่า เมื่ออุณหภูมิคงที่ สีครามตั้งต้นในใบครามจะถูกสลาย (Hydrolyses) ให้สีคราม (Indoxyl) ออกมาอยู่ในน้ำครามได้มากที่สุดในเวลาที่เหมาะสมเท่านั้น การแช่ใบครามที่ใช้เวลาน้อยหรือมากจนเกินไป จะได้สีครามน้อยแต่สิ่งแปลกปลอมมาก ทำให้ปนในผ้าที่ย้อมด้วยผ้าจึงหมองสีไม่สวย หากต้องการสีความเร็วให้แช่ใบครามในน้ำอุ่นไม่เกิน 40 องศาเซลเซียส

2.2.5.3 การหม้อมครามเตรียมน้ำย้อม ซึ่งเนื้อครามเปียก (Indigo blue) 1 กิโลกรัม ผสมน้ำขี้เถ้า 3 ลิตร ในโองดิน โจงน้ำย้อมทุกเช้า - เย็น สังกะสี กลิ่น และฟอง วันที่ 3 ใช้มะขามเปียก 100 กรัม ต้มกับน้ำ 1 ลิตร พักให้เย็น ผสมลงไปโองน้ำย้อม โจงครามทุกวันและสังกะสีต่อไป ซึ่งน้ำย้อมจะใสขึ้น เปลี่ยนเป็นสีเขียวปนสีน้ำเงิน กลิ่นหอมอ่อน ฟองสีน้ำเงิน โจงครามทุกวันจนกว่าน้ำย้อมจะเป็นสีเหลืองอมเขียวหรือเขียวยอดตอง ชุ่นขึ้น ฟองสีน้ำเงินเข้มวาว ไม่แตกยุบ แสดงว่าเกิดสีคราม (Indigo white) ในน้ำย้อมแล้ว ซึ่งใช้เวลาทั้งหมด 7 วัน

- 1) การดูแลน้ำย้อมในหม้อมคราม การดูแลน้ำย้อมในหม้อมครามให้ย้อมได้ทุกวัน เช้า - เย็น ติดต่อกันนาน ๆ เป็นขั้นตอนที่ยากที่สุดในการทำสีคราม แต่ถ้าช่างย้อมเข้าใจสีครามและหมั้นสังกะสีอีกทั้งซื้อตรงสม่ำเสมอในการปฏิบัติ จะสามารถดูแลหม้อมครามแต่ละหม้อได้นานหลายปี การดูแลหม้อมครามเป็นงานที่ทำหาย และเป็นตัวชี้วัดความชำนาญของช่างย้อม ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาฝึกฝน สังเกต และทดลองทุกวันตลอด 3 - 5 ปี ถ้าอยากเป็นช่างที่ชำนาญการย้อมครามภายในระยะเวลา 1 ปี ต้องรู้จักสีครามให้ดี หลักการสำคัญต้องช่างสังกะสีและสม่ำเสมอ ฝึกความชำนาญวิธีใดวิธีหนึ่ง ไม่ควรเปลี่ยนวัตถุดิบที่เคยใช้ และไม่ควรเปลี่ยนคนย้อมและดูแลหม้อมคราม

- 2) กระบวนการผลิตครามและย้อมคราม ทุกขั้นตอนจึงมีข้อจำกัดในเรื่องส่วนผสม เวลา อุณหภูมิ ความชื้น และความเป็นกรด - ด่าง ปริมาณสารที่เกี่ยวข้องและทักษะปฏิบัติ

ล้วนสำคัญต่อคุณภาพของสีและผ้าย้อมคราม ช่างย้อมต้องช่างสังเกต เข้าใจ ยอมรับ เคารพ และศรัทธาไม่ว่าจะก่อหม้อครามด้วยสูตรใดก็ต้องสังเกตการเปลี่ยนแปลงสี กลิ่น ฟอง และความหนืดของน้ำย้อมทุกวัน โดยทุกเช้า - เย็นต้องตักน้ำย้อมยกขึ้นสูงประมาณ 1 ฟุต แล้วเทน้ำย้อมกลับคืนลงหม้อเดิม 4 - 5 ครั้ง เรียกว่าโจกคราม ลักษณะของน้ำย้อม วันแรกสีน้ำเงิน ฟองใสไม่มีสี แตกยุบตัวเร็ว กลิ่นเนื้อคราม น้ำย้อมเหลว วันต่อไปน้ำย้อมใสสีน้ำตาล กลิ่นและฟองเหมือนเดิม ประมาณวันที่ 7 จะได้กลิ่นหอมเฉพาะตัวของสีคราม น้ำย้อมจะเป็นสีเขียว ฟองสีฟ้าใสแตกง่าย ประมาณวันที่ 10 - 15 กลิ่นสีครามแรงมากขึ้นผิวหน้าของน้ำย้อมเป็นสีน้ำเงินเข้ม เมื่อปาดผิวหน้าจะเห็นน้ำย้อมสีเหลืองเข้มปนสีเขียวอ่อน เมื่อโจกครามจะเห็นน้ำย้อมหนืด ชุ่นข้น เกิดฟองสีน้ำเงินเข้มชุ่น เป็นเงาสีเทา ไม่แตก และเห็นริ้วสีน้ำเงินของ Indigo blue ที่เกิดจาก Indigo white ในน้ำย้อมถูกออกซิไดส์โดยอากาศ การเกิดสีครามเช่นนี้ คนทำสีครามเรียกว่าหม้อนิลไม่มาน้ำย้อมเป็นสีน้ำเงินไม่เป็นสีเหลือง ภูมิปัญญาชาวบ้านแก้ไขโดยเติม มะขามเปียก หากแก้ไขแล้วหม้อนิลยังไม่มา น้ำย้อมอาจเนาหมั้นหรือเป็นสีน้ำตาลแสดงว่าไม่สามารถแก้ไขได้แล้ว เรียกว่าหม้อนิลตาย ต้องเทน้ำย้อมทิ้งตั้งต้นก่อหม้อนิลใหม่

3) การเตรียมสีครามหรือการก่อหม้อครามทำได้หลายสูตร แต่ใช้วัตถุดิบที่จำเป็นเหมือนกันคือ ประกอบด้วยเนื้อครามกับน้ำขี้เถ้าและปูนขาวอีกเล็กน้อย ภูมิปัญญาท้องถิ่นแถบอีสานเหนือส่วนใหญ่ใช้เนื้อครามในสภาพเหลวเหมือนเนยเหลว (Indigo paste) ส่วนน้อยใช้เนื้อครามในน้ำคราม ไม่เคยใช้เนื้อครามแห้ง ดังนั้นภูมิปัญญาท้องถิ่นแถบอีสานเหนือจึงระมัดระวังดูแลเนื้อครามเป็นอย่างดีไม่ให้แห้ง แม้จะเก็บไว้เป็นปีก็ตาม ขณะที่ภูมิปัญญาท้องถิ่นแถบอีสานใต้ใช้เนื้อครามเป็นก้อนและแห้ง (ภาษาท้องถิ่นเรียกว่า ตรีม) เมื่อจะก่อหม้อครามก็ใช้ตรีม 2 ก้อนผูกกันให้ผงของตรีมร่วงลงไป ในน้ำขี้เถ้า ภูมิปัญญาท้องถิ่นแถบอีสานเหนือจะใช้สีครามย้อมฝ้ายแต่ภูมิปัญญาท้องถิ่นแถบอีสานใต้ใช้สีครามย้อมไหม สำหรับขี้เถ้าที่ใช้ก่อหม้อครามทำจากขี้เถ้าของไม้บางชนิดด้วยเทคนิคพิเศษ ต่างจากขี้เถ้าที่ได้จากฟืนหรือถ่านไม้สำหรับหุงต้มในครัวเรือน ไม้ที่ทำขี้เถ้าสำหรับก่อหม้อครามได้แก่ ต้นเพกา ต้นจามจุรีต้นขี้เหล็กต้นนุ่น ต้นมะละกอ เหง้ากล้วย เปลือกฝักนุ่น ทางมะพร้าว งวงตาล (เกสรตัวผู้) ต้นผักขมหนาม ฯลฯ แล้วแต่จะหาชนิดใดได้ง่าย ไม้เหล่านี้หากมีลักษณะไม่แห้งนักจะยิ่งดีในการเผาก็จะเผาให้ไหม้ในระดับหนึ่งไม่ถึงขั้นเป็นผงขี้เถ้า เมื่อเผาได้ที่แล้วจะพรมน้ำเล็กน้อยในขี้เถ้าขณะร้อน พักไว้ให้อุ่น ๆ พอจับต้องได้จึงเก็บขี้เถ้าขึ้นนั้นในภาชนะปิด หากทิ้งไว้ให้ขี้เถ้าเย็นหรือแห้งเป็นผง เมื่อนำมาทำน้ำขี้เถ้าจะได้น้ำขี้เถ้าที่ไม่เค็มเพียงพอ ในการทำน้ำขี้เถ้าก็เตรียมภาชนะที่เจาะรูด้านล่างไว้และรองด้วยใยมะพร้าวหรือปุยนุ่นหรือฟองน้ำเก่า ๆ ก็ได้จากนั้นบรรจุขี้เถ้าขึ้นในภาชนะดังกล่าวกดอัดขี้เถ้าให้แน่น เติมน้ำให้ได้ระดับเดียวกับระดับเดิมของขี้เถ้าก่อนกด กรองเอาน้ำขี้เถ้า

ครั้งที่ 1 เติมน้ำระดับเดิมและกรองครั้งที่ 2 รวมน้ำซี้เก่าทั้ง 2 ครั้งเข้าด้วยกัน การทำเช่นนี้เป็นการควบคุมความเข้มข้นของน้ำซี้เก่าให้พอดีกับน้ำซี้เก่าไว้ในภาชนะที่ไม่ซี้และทนเค็ม

หลังจากก่อกำหนดด้วยสูตรต่าง ๆ แล้ว น้ำย้อมเริ่มต้นจะมี PH มากกว่า 11 เนื่องจากปูนขาวในเนื้อครามและน้ำซี้เก่าต่างก็เป็นต่าง ผู้ทำครามต้องใจครามทุกเช้า-เย็น เติมออกซิเจนแก่จุลินทรีย์ด้วย หากไม่ใจครามจะเกิดฟิล์มเมือกปิดผิวหน้าของน้ำย้อม น้ำย้อมมีกลิ่นเหม็นเน่าเสียต้องเททิ้ง ประโยชน์อีกอย่างของการใจครามก็เพื่อสังเกตการเปลี่ยนแปลงสีและฟองของน้ำย้อม ซึ่งเริ่มแรกจะมีสีน้ำเงินเข้ม ฟองใสไม่มีสี PH ของน้ำย้อมลดลงทุกวัน ประมาณวันที่ 5 - 7 น้ำย้อมจะมีสีเขียว กลิ่นหอมเฉพาะตัวถ้าน้ำย้อมไม่เปลี่ยนสีกลิ่นไม่เปลี่ยน ให้เติมน้ำต้มมะขามเปียก (มะขามเปียก 100 กรัม ต้มในน้ำ 1 ลิตร พักให้เย็น กรองเอาน้ำเก็บในภาชนะปิด) ประมาณ 200 มิลลิลิตร ต่อน้ำคราม 3 ลิตร หากวันรุ่งขึ้นสียังไม่เปลี่ยนให้เติมอีกและสังเกตสีทุกวัน หลังจากนั้นสีของน้ำย้อมเหลืองมากขึ้น เขียวลดลงลักษณะน้ำย้อมหนืด ขุ่นขึ้น จนประมาณวันที่ 15 - 20 น้ำย้อมมีสีเหลืองเข้มกลิ่นหอม แสดงว่าเกิดสีคราม (Indigo white) มากพอแล้วในน้ำย้อม จึงทำการย้อมหรืออาจไม่นานหากน้ำย้อมเหลืองจัดให้ย้อมได้เลย

เส้นใยที่ย้อมติดสีครามได้ดีที่สุดคือใยฝ้ายธรรมชาติถ้าเป็นฝ้ายจากร้านค้าจะถูกเคลือบด้วยแป้งมันมาก การติดสีจะไม่ดีหรือติดแล้วก็ลอกหลุดภายหลังพร้อมกับแป้งมัน ถ้าเป็นใยโทเรจจะติดสีไม่เข้ม ได้สีฟ้า-เทา แต่มีความวาวสวยงาม ใยไหมติดสีครามยากเช่นกัน ภูมิปัญญาจังหวัดสุรินทร์จะเติมน้ำส้มแดงในน้ำย้อมและเติมเหล้าขาวประมาณ 1 ช้อนชาต่อน้ำย้อม 1 ลิตร ก่อนย้อมไหมฟอก เส้นใยที่ใช้อย่างต้องสะอาดและหมาดน้ำ ฝ้ายที่ใช้อย้อมมีปริมาณพอเหมาะ คือน้ำย้อม 3 ลิตรควรใช้ฝ้ายไม่เกิน 100 กรัม ขณะย้อมให้สังเกตน้ำย้อมด้วย เมื่อน้ำย้อมเหลืองมากขึ้นสีเหลืองจะจางลง สีเขียวจะเข้มขึ้น ให้หยุดย้อม ทั้งนี้เพราะเมื่อสีครามเกิดมากพอแล้วในน้ำย้อม แสดงว่าขณะนั้นภาวะของน้ำย้อมสมดุลพอดีระหว่างปริมาณเนื้อคราม สีคราม ปูนขาว น้ำซี้เก่า และภาวะความเป็นกรด-ด่าง เมื่อย้อมฝ้ายปริมาณพอดีในเวลาพอดีให้มีสีครามเหลืออยู่พอที่จะย้อมได้อีก น้ำย้อมอยู่ในภาวะสมดุล เมื่อเติมเนื้อครามกับน้ำซี้เก่าอีกเพียงเล็กน้อย ไม่ให้ไปรบกวนช่วง PH ของการเกิดสีใช้เวลาอีกไม่น้อยกว่า 6 ชั่วโมง น้ำย้อมจะเหลืองจัดและย้อมได้อีกเติมเนื้อครามกับน้ำซี้เก่าอีกเล็กน้อย พักไว้อีกไม่น้อยกว่า 6 ชั่วโมง ก็ย้อมได้อีกทำซ้ำ ๆ จะย้อมได้เรื่อย ๆ นานหลายปีด้วยเหตุนี้จึงพบบางครั้งวัวเรือนมีหม้อครามตั้งแต่รุ่นคุณยายซึ่งเป็นคนย้อมครามชั้นครูตกทอดถึงลูกหลาน ถ้าใช้ฝ้ายมากเกินไปหรือย้อมนานเกินไป ฝ้ายจะดูดซับสีครามไปมากหรือหมดไปจากน้ำย้อม เมื่อเติมเนื้อครามและน้ำซี้เก่าอีกก็เหมือนการเริ่มก่อกำหนดใหม่ ต้องรออีก 15 - 20 วันเหตุการณ์เช่นนี้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเรียกว่าหม้อนิลหนีโดยภูมิปัญญาอธิบายถึงสาเหตุไม่ได้แต่บอกต่อ ๆ กันมาว่าให้เติม

มะขามเปียก 1 กำมือ หรือแช่เปลือกมะม่วงแผ่นเท่าฝ่ามือ หรือทุบมะเฟืองทั้งลูกแช่ลงไป อีก 2 - 3 วัน หม้อนิลก็กลับมา ถ้าย้อมฝ้ายในปริมาณและในเวลาพอดีแต่เต็มเนื้อครามกับน้ำขี้เถ้ามากจนรบกวน PH ของน้ำย้อมให้สูงเกินช่วงเกิดสีหม้อนิลก็หนีอีกเช่นกัน เรียกกลับมาได้โดยเติมสิ่งเปรี้ยว ๆ แต่หากเติมมากเกินไป ทำให้ PH ต่ำกว่าช่วงเกิดสีก็จะเรียกว่าหม้อนิลตาย ต้องเททิ้ง ทางแก้คือเติมปูนขาวลงไปหม้อนิลก็กลับมา ซึ่งปรากฏการณ์หม้อนิลหนีคือปัญหา ใหญ่ที่สุดของการทำสีครามและย้อมคราม

**2.2.6 สารช่วยย้อม (Mordant)** สีธรรมชาติ เป็นสีที่ได้จากส่วนต่าง ๆ ของพืชหรือสัตว์ บางชนิดเป็นสีที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติในเวลาอันรวดเร็ว ได้มีการใช้สีธรรมชาติมาตั้งแต่สมัยโบราณแล้ว ไม่ว่าจะนำมาย้อมผ้าหรือใช้เป็นสีผสมอาหาร ซึ่งสีที่ได้จากสีธรรมชาติก็พบว่ามีความคล้ายสีได้จากส่วนต่าง ๆ ของต้นไม้ เช่น ใบ ดอก เปลือกไม้ แก่น เป็นต้น ยังมีบางนิยามที่กล่าวว่า สีย้อมธรรมชาติ หมายถึงสารจากวัสดุธรรมชาติที่สามารถละลายน้ำได้และสามารถให้สีกับเส้นใยได้ ซึ่งอาจอยู่ในรูปที่มีสีหรือไม่ก็ได้ ส่วนใหญ่เป็นสีที่ได้จากการสกัดจากพืช เปลือกไม้ ใบไม้ และรากไม้ มีกรรมวิธีเพื่อจะทำให้เกิดเป็นสีต่าง ๆ ได้สวยงามแปลกตา มีความต่างจากสีสังเคราะห์ ส่วนผสมของสีย้อม ขั้นตอนการย้อม และความประณีตในกระบวนการย้อมสีจะเป็นตัวกำหนดความงดงามและคุณภาพของสีที่ได้รับ การย้อมสีแต่ละสีก็จะมีกรรมวิธีส่วนผสม หรือเทคนิคที่แตกต่างกันไป เส้นไหมของสีธรรมชาติอยู่ที่บางสีที่ย้อมออกมามีลักษณะเฉพาะที่หากมีจะย้อมซ้ำให้เหมือนเดิมได้อีก หรือหากที่จะใช้สีเคมีย้อมให้ได้เหมือน ซึ่งผู้สนใจในการย้อมสีธรรมชาติต้องแสวงหาความรู้เหล่านั้น จากการศึกษาและการทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง

สีที่ได้จากธรรมชาติส่วนมากไม่สามารถย้อมติดวัสดุสิ่งทอได้คงทนด้วยตัวเอง เพราะตัวสีเองไม่มีพลังเกาะติดต่อเส้นใยต่าง ๆ จึงต้องใช้สารมอร์แดนต์ (Mordant) หรือสารช่วยย้อม การย้อมแบบที่ใช้สารมอร์แดนต์ในกระบวนการย้อม ช่วยให้การยึดติดระหว่างสีธรรมชาติกับเส้นใยได้ดีขึ้น เพื่อความคงทนของสีย้อม เมื่อมอร์แดนต์ซึมเข้าไปภายในเส้นใยแล้วจะจับตัวกับโมเลกุลที่ใหญ่ขึ้น และเปลี่ยนรูปของโมเลกุลสีย้อมอยู่ในรูปที่ไม่ละลายน้ำ สีจะไม่ตกหรือซีดจาง ส่งผลให้สีนั้น ๆ มีค่าความคงทนของสีที่ดีขึ้น

**2.2.6.1 การย้อมโดยไม่ใช้มอร์แดนต์** โดยนำเส้นด้ายฝ้ายที่จะย้อมที่ผ่านการทำความสะอาดแล้วไปใส่ในภาชนะที่บรรจุน้ำย้อมที่สกัดได้แล้วทำให้ร้อนที่อุณหภูมิ 70 – 80 องศาเซลเซียส นาน 1 ชั่วโมง จากนั้นนำเส้นด้ายฝ้ายที่ย้อมออกหมักไว้ 1 คืน บิดให้หมาดแล้วนำออกมาตากให้แห้งในที่ร่ม จากนั้นจึงล้างทำความสะอาดด้วยน้ำสะอาดจนน้ำที่ล้างใสและกระตุกเส้นด้ายฝ้ายแล้วตากในที่ร่มให้แห้งอีกครั้ง

2.2.6.2 การย้อมด้วยมอร์แดนท์คำว่า Mordant มาจากภาษาฝรั่งเศสโบราณ Mordre ซึ่งหมายถึงการกัดหรือการกร่อนซึ่งนำมาใช้โดยหมายถึงการกระทำของมอร์แดนท์ที่ช่วยกัดกร่อนเส้นใยให้เกิดรูเล็ก ๆ เพื่อให้อนุภาคของสีย้อมเข้าไปติดได้ง่าย ทำให้การติดสีของสีย้อมบนเส้นใยดีขึ้น มอร์แดนท์มี 3 ชนิดคือ

1) Metallic mordant เช่น chrome, alum, bluestone, coppers, tin salt and titanium salt

2) Tannin mordant เช่น cutch, sumac, tannin acid

3) Oil mordant เช่น turkey-red oil, gallipoli oil, fatty acid

การย้อมแบบนี้การติดสีจะเกิดเป็น 3 ขั้นตอนคือ

ขั้นที่ 1 สีย้อมจะซึมเข้าสู่ภายในเส้นใย

ขั้นที่ 2 มอร์แดนท์จะดูดซึมเข้าเส้นใย

ขั้นที่ 3 สีและมอร์แดนท์จะทำปฏิกิริยากันภายในเส้นใย กลายเป็นสารประกอบสีตัวใหม่ (อาจเกิดในน้ำย้อมก็ได้) ซึ่งเป็นสารประกอบสมบูรณ์หรือละอองสี (Lake) แล้วซึมผ่านช่องว่างของเส้นใยเข้าไปภายใน

การย้อมที่ต้องใช้มอร์แดนท์เป็นการย้อมสีพวกสารประกอบที่มีลักษณะเฉพาะคือทำให้เกิดสีเมื่อทำปฏิกิริยากับเกลือไฮดรอกไซด์ของโลหะโดยหมู่ไฮดรอกซิลจะเกาะอยู่ที่ตำแหน่ง Ortho ในโมเลกุลของ Chromophore การใช้มอร์แดนท์ต่าง ๆ กันทำให้ได้สีต่าง ๆ กันขึ้นอยู่กับชนิดของโลหะเช่น สีย้อมที่ชื่อ Haemaein ซึ่งได้จากต้นไม้ชนิดหนึ่ง เมื่อย้อมโดยใช้เกลือของอลูมิเนียมเป็นมอร์แดนท์จะได้สีน้ำเงิน ถ้าใช้เกลือของโครเมียมจะให้สีดำอมน้ำเงิน สีย้อมที่มีชื่อว่า Alizalin เมื่อย้อมโดยใช้เกลืออลูมิเนียมเป็นมอร์แดนท์จะได้สีแดง ถ้าใช้เกลือของเหล็กจะให้สีม่วงมอร์แดนท์สมัยโบราณมักใช้เกลือของเหล็ก ดีบุก อลูมิเนียม ส่วนมอร์แดนท์ สมัยใหม่ใช้เกลือของโครเมียมในรูปเกลือของโครเมท (Chromate) และไบโครเมท (Bichromate) ซึ่งใช้ได้ง่ายการจำแนกประเภทมอร์แดนท์ไม่มีข้อกำหนดชัดเจน บ้างกำหนดมอร์แดนท์ไว้ว่าหมายถึงความถึงเกลือของโลหะเท่านั้น นอกจากนี้ในการย้อมสีบางอย่างนั้นอาจมีการใช้สารอื่นเพิ่มเติมหลังจากการย้อมสีแล้วเพื่อช่วยให้สีติดทนยิ่งขึ้น สารประเภทเหล่านี้เรียกว่าสารฟิกซิงหรือสารช่วยตรึงสี (Fixing agents) ตัวอย่างสารเหล่านี้ ได้แก่ แทนนินหรือกรดแทนนิกกรดแลคติกกรดอะซิติก น้ำมะขาม เป็นต้น กระบวนการย้อมมอร์แดนท์มีด้วยกัน 3 วิธีดังนี้

1) การย้อมมอร์แดนท์ก่อนการย้อมสี (Pre-mordanting) วิธีนี้เป็นวิธีที่นิยมใช้กันทั่วไปโดยนำสิ่งที่จะย้อมที่ผ่านการทำความสะอาดแล้วไปใส่ในภาชนะที่บรรจุสารละลายมอร์แดนท์



ส่วนมากจะทำให้ร้อนนาน 15 นาทีก่อนปล่อยแช่ทิ้งไว้ในสารละลายต่ออีก 15 นาทีถึง 1/2 ชั่วโมง จากนั้นจะนำสิ่งที่จะย้อมออกไปย้อมน้ำย้อมสีต่ออีก 1 ชั่วโมงแล้วนำออกมาหมักไว้ 1 คืน และทำให้แห้ง จากนั้นจึงล้างทำความสะอาดด้วยน้ำสะอาดและทำให้แห้งอีกครั้ง

2) การย้อมมอร์แดนต์พร้อมการย้อมสี (Simultaneous mordanting) การย้อมสีวิธีการนี้สารละลายของมอร์แดนต์จะเติมลงไปโดยตรงในการย้อม การย้อมใช้อุณหภูมิเดียวกันกับการย้อมสี ทั้งนี้การเติมมอร์แดนต์จะมีทั้งที่เติมในน้ำย้อมก่อน ย้อมเติมหลังการย้อมผ่านไประยะเวลาหนึ่งเติมเป็นช่วง ๆ ระหว่างการย้อมและการเติมก่อนการย้อมสีก็ไล่สิ้นสุด การย้อมแบบนี้มีข้อเด่นที่ลดขั้นตอนของกระบวนการลงแต่สีที่ได้มักไม่คงทนเท่าการย้อมแบบแรก หลังการย้อมแล้วสิ่งที่ย้อมอาจถูกปล่อยแช่ไว้ในน้ำย้อมจนเย็นตัวลงหรืออาจถูกนำออกจากน้ำย้อมทันที ส่วนมากจะล้างด้วยน้ำที่อุณหภูมิลดลงเรื่อย ๆ หรือล้างในน้ำสบู่อ่อน ๆ จนกว่าสีไม่ตกอีกต่อไป จากนั้นจึงนำไปทำให้แห้งการย้อมแบบนี้มีข้อดีที่น้ำย้อมที่ใช้แล้วอาจไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งนอกจากจะทำให้เกิดการสูญเสียสิ่งที่มีคุณค่าในน้ำย้อมแล้วยังก่อให้เกิดปัญหาในการบำบัดน้ำเสียด้วย

3) การย้อมมอร์แดนต์หลังการย้อมสี (Post-mordanting) มอร์แดนต์บางอย่างสามารถย้อมหลังการย้อมสีได้ เช่นเกลือของดีบุกเกลือของเหล็กแทนนินหรือกรดแทนนิกการย้อมมอร์แดนต์แบบนี้อาจใช้วิธีย้อมแยกอิสระหรือในบางกรณีมอร์แดนต์จะถูกเติมลงไปในการย้อมในช่วง 5 ถึง 10 นาทีสุดท้ายก่อนนำวัสดุที่แช่ในน้ำย้อมออก บางกรณีผู้ย้อมจะแช่วัสดุในสารละลายเกลือดีบุกหรือเกลือของเหล็กหลังการย้อมสีเพื่อช่วยในการเปลี่ยนแปลงเจดสีมอร์แดนต์ นอกจากนี้จะทำให้สีติดแล้วยังพบว่า มีส่วนสำคัญต่อสมบัติความคงทนของสีที่ย้อมได้ต่อแสงด้วยมอร์แดนต์ บางอย่างมีผลต่อสภาพเส้นใยหลังย้อม เช่น อลูมิเนียมทำให้เส้นใยมีความยืดหยุ่น และทนต่อแรงดึงลดลง

การใช้สารช่วยย้อมในการย้อมผ้ามี 3 วิธี คือ

- 3.1) การใช้ก่อนการย้อมสีซึ่งต้องนำเส้นด้ายไปชุบสารช่วยย้อมก่อนนำไปย้อมสีธรรมชาติ
- 3.2) การใช้พร้อมกับการย้อมสีเป็นการใส่สารช่วยย้อมไปในน้ำสีแล้วจึงนำเส้นด้ายลงย้อม
- 3.3) การใช้หลังย้อมสีนำเส้นด้ายไปย้อมสีก่อนแล้วจึงนำไปย้อมกับสารช่วยย้อมภายหลัง

**2.2.7 สมบัติของสารช่วยย้อม** จำแนกสารช่วยย้อมออกตามชนิดของสี ดังนี้ (พวงผกา สุนทรชัยนาคแสง, 2548)

2.2.7.1 สีไดเร็กซ์ เป็นสารที่ทำให้เกิดสีบนวัสดุสิ่งทอประเภทเซลลูโลส (มีประจุลบ) ซึ่งมีสารที่เป็นองค์ประกอบดังนี้

1) เกลือแกง เป็นสารอิเล็กโตรไลต์ ทำหน้าที่ลดประจุบนผิวหน้าผ้าเส้นใย

2) สารช่วยเปียกประจุลบ เป็นสารทำให้วัสดุเปียกทั่วกัน ทำให้น้ำสีแทรกซึมวัสดุดีขึ้น

3) สารพนักสีประจุบวก เป็นสารที่ทำให้สีไดเร็กซ์อยู่ในวัสดุ มีขนาดโมเลกุลที่ใหญ่ขึ้น ทำให้เมื่อซักล้างสีจะหลุดยากขึ้น

4) สบู่สังเคราะห์ เป็นสารที่กำจัดสีส่วนเกินหรือสีที่ไม่ติดกับเส้นใยให้หลุดออกไปทำให้ความคงทนต่อการซักล้างและขัดถูดีขึ้น

2.2.7.2 สีรีแอคทีฟ เป็นสารที่ทำให้เกิดสีบนวัสดุสิ่งทอ ประเภทเซลลูโลส (มีประจุลบ) ซึ่งมีสารที่เป็นองค์ประกอบดังนี้

1) เกลือแกง เป็นสารอิเล็กโตรไลต์ ทำหน้าที่ลดประจุบนผิวหน้าผ้าเส้นใยหรือเกลือซัลเฟต เซลลูโลสเมื่ออยู่ในน้ำ และน้ำเป็นตัวกลางของการย้อม และซักล้าง

2) สารช่วยเปียกประจุลบ เป็นสารที่ทำให้วัสดุเปียกทั่วกัน และทำให้น้ำสีแทรกซึมวัสดุได้ดีขึ้น

3) ด่างโซดาไฟ ทำให้สภาวะน้ำย้อมมีค่า pH 10.5 – 11 ซึ่งเหมาะสมกับการเกิดพันธะหรือต่างโซดาแอซ โควาเลนท์กับเส้นใย และจะเป็นสารที่ทำให้สีรีแอคทีฟที่อยู่ในวัสดุเกิดปฏิกิริยาทางเคมีกับเส้นใย ทำให้เมื่อซักล้างสีจะหลุดยากขึ้น

4) สบู่สังเคราะห์ เป็นสารที่กำจัดสีส่วนเกิน หรือสีที่ไม่ติดกับเส้นใยให้หลุดออกไป ทำให้ความคงทนต่อการซักล้างและขัดถูดีขึ้น

2.2.7.3 สีวัต เป็นสารที่ทำให้เกิดสีบนวัสดุสิ่งทอ เป็นประเภทเซลลูโลส (ไม่ละลายน้ำ จะไม่มีประจุเมื่อละลายน้ำ จะอยู่ในรูปลิควิด จะแสดงประจุลบ) ซึ่งมีสารที่เป็นองค์ประกอบดังนี้

1) สารป้องกันการเคลื่อน เป็นสารป้องกันไม่ให้สีวัตเคลื่อนที่ในระหว่างการทำให้แห้ง ขึ้นต้นตัวของสีเพื่อป้องกันการย้อมที่ไม่สม่ำเสมอ

2) เกลือแกง เป็นสารอิเล็กโตรไลต์ ทำหน้าที่ลดประจุบนผิวหน้าผ้าเส้นใยเมื่ออยู่ในน้ำ

3) สารช่วยเปียก เป็นสารทำให้วัสดุเปียกทั่วกัน และทำให้น้ำสีแทรกซึมวัสดุดีขึ้น

4) ต่างโซดาไฟ เป็นสารที่ทำให้เกิดค่าความเป็นด่าง (pH 12 - 13) โซเดียมไฮดรอกไซด์ที่อยู่ในช่วงที่โซเดียมไฮดรอกไซด์มีความสามารถทำให้สีที่ละลายน้ำกลายเป็นสีที่ละลายน้ำ

5) ไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ ทำหน้าที่เป็นสารออกซิไดซ์ และทำให้สีที่ละลายน้ำกลายเป็นสีที่ (สารออกซิไดซ์) ไม่ละลายน้ำ

6) สารป้องกันน้ำ เป็นสารป้องกันหรือจับอออนของโลหะ ที่มีอยู่ในน้ำไม่ให้จับกับสีกระด้างระหว่างการย้อมสีและฟีนิกสี (ใช้ในกรณีน้ำย้อมมีความกระด้างสูง)

7) สารทำให้สีกระจายตัว เป็นสารที่ทำให้สีตัวกระจายตัวในน้ำไม่ให้เกิดตะกอนซึ่งจะทำให้สีที่ได้รับ อ่อน แก ไม่เท่ากัน และอาจเกิดจุดหรือเม็ดสีเป็นวัสดุที่ย้อม

8) สบู่สังเคราะห์เป็นสารที่กำจัดสีส่วนเกิน หรือสีที่ไม่ติดกับเส้นใยให้หลุดออกไป ทำให้ความคงทนต่อการซักล้างและขัดถูดีขึ้น

2.2.7.4 สีซัลเฟอร์ เป็นสารที่ทำให้เกิดสีบนวัสดุสิ่งทอ ประเภทเซลลูโลส (ไม่ละลายน้ำจะไม่มีประจุ เมื่อละลายน้ำจะอยู่ในรูปลิโจะแสดงประจุลบ) ซึ่งมีสารที่เป็นองค์ประกอบดังนี้

1) สารป้องกันการเคลื่อน เป็นสารป้องกันไม่ให้เกิดสีซัลเฟอร์เคลื่อนที่ในระหว่างการทำให้แห้ง ตัวของสีขึ้นต้นเพื่อกันการย้อมที่ไม่สม่ำเสมอ

2) เกลือแกง ทำหน้าที่ช่วยในการทำให้สีติดซึม อย่างสมบูรณ์บนเส้นใยหรือเกลือซัลเฟต ลดประจุบนผิวหน้าผ้าเส้นใยเซลลูโลส และช่วยทำให้สีประจุลบเข้าใกล้เส้นใยได้มาก

3) สารช่วยเปียก เป็นสารทำให้วัสดุเปียกทั่วกัน และทำให้น้ำสีแทรกซึมวัสดุ

4) ต่างโซดาไฟ ซึ่งเป็นสารที่ทำให้ค่าความเป็นด่าง (pH 12 - 13) โซเดียมไฮดรอกไซด์ซึ่งอยู่ในช่วงที่โซเดียมไฮดรอกไซด์มีความสามารถทำให้สีซัลเฟอร์ (สารรีดิวซ์) ที่ไม่ละลายน้ำกลายเป็นสีที่ละลายน้ำ

5) ไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ทำหน้าที่เป็นสารออกซิไดซ์ทำให้สีที่ละลายน้ำกลายเป็นสี (สารออกซิไดซ์) ซัลเฟอร์ที่ไม่ละลายน้ำ

6) สารป้องกันน้ำ เป็นสารป้องกันหรือจับอออนของโลหะที่อยู่ในน้ำไม่ให้จับกับสีในน้ำกระด้าง ระหว่างการย้อมสีและฟีนิกสี (ใช้ในกรณีน้ำย้อมมีความกระด้างสูง)

7) สารทำให้สีกระจายตัว เป็นสารที่ทำให้สีตัวกระจายตัวในน้ำไม่ให้เกิดตะกอน ซึ่งจะทำให้สีที่ได้รับ อ่อน แก ไม่เท่ากัน และอาจเกิดจุดหรือเม็ดสีเปื้อนวัสดุที่ย้อม

8) สบู่สังเคราะห์ เป็นสารที่กำจัดสีส่วนเกิน หรือสีที่ไม่ติดกับเส้นใยให้หลุดออกไป ทำให้ความคงทนต่อการซักล้าง และขัดถูดีขึ้น

2.2.7.5 สีดิสเพิร์ส เป็นสารที่ทำให้เกิดสีบนเส้นใยสังเคราะห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเส้นใยพอลิเอสเตอร์ซึ่งเป็นเส้นใยไม่มีประจุ ซึ่งมีสารที่เป็นองค์ประกอบดังนี้

1) สารช่วยกระจายตัว ช่วยทำให้สีดิสเพิร์ส อยู่ในสภาพละเอียด และกระจายตัวได้ดีโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่ออยู่ในอุณหภูมิสูง

2) สารหล่อลื่น ป้องกันไม่ให้ผ้ามีรอยแตก รอยยับ หรือร่องรอย ต่าง ๆ เมื่อนำไปย้อมแล้วสีจะติดไม่สม่ำเสมอบริเวณรอยยับของผ้า

3) กรด และบัฟเฟอร์ กรด มีความจำเป็นในการย้อมสีดิสเพิร์สเนื่องจากในสภาวะความเป็นกรด เป็นด่างมีค่าเท่ากับ 5 - 6 จะทำให้สีติดบนเส้นใยพอลิเอสเตอร์สำหรับระบบบัฟเฟอร์ใช้เพื่อควบคุมมิให้ค่าความเป็นกรดเป็นด่างของการย้อมลดลง หรือเพิ่มขึ้น

4) สารช่วยพา เป็นตัวช่วยในการติดสีดิสเพิร์ส ซึ่งทฤษฎีสำหรับการอธิบายหน้าที่ของสารช่วยพา มีดังนี้คือ สารช่วยพามีผลต่อสีย้อมในอ่างย้อม สารช่วยพามีผลต่อเส้นใยที่ไม่ชอบน้ำ ซึ่งปัจจุบันนี้ทฤษฎีข้อสองน่าจะเป็นไปได้มากกว่าข้อแรก

5) สารละลายรีดักชันเคลียร์ ประกอบด้วยโซดาไฟ ไฮโดรซัลไฟท์ และสบู่สังเคราะห์ (ที่ทนด่าง) เพื่อขจัดสีส่วนเกินออกจากเส้นใย เป็นการเพิ่มความคงทนของสีต่อกระบวนการอื่น

2.2.7.6 สีแอสิด เป็นสารที่ทำให้เกิดสีบนเส้นใยไนลอนและเส้นใยโปรตีน ซึ่งเป็นเส้นใยมีประจุบวกในสภาวะการย้อม ซึ่งมีสารที่เป็นองค์ประกอบดังนี้

1) สารช่วยกระจาย สารที่ช่วยทำให้สีกระจายตัวอย่างสม่ำเสมอ เป็นสารที่มีหมู่เคมีคล้ายกับสีแอสิด สารดังกล่าว จะแข่งกับตัวสีแอสิดโดยสารจะต้องเข้าไปจับกับหมู่ที่ว่องไวกับสีแอสิดของเส้นใยก่อนที่สีจะจับ ดังนั้นจึงเป็นอัตราการดูดซับสีและทำให้ความเร็ว ในการย้อมสีลดลง ทำให้สีติดบนเส้นใยได้อย่างสม่ำเสมอ สารทำให้เกิดสารเป็นสารที่สามารถทำปฏิกิริยากับสีย้อมในอ่างย้อม ก่อให้เกิดสารประกอบเชิงซ้อน ซึ่งลดความเร็ว และอัตราการดูดซับของสีแอสิด เมื่ออุณหภูมิสูงขึ้นและเวลาในการย้อมเพิ่มขึ้น สารดังกล่าวจะค่อยๆ แตกตัวแล้วจึงปลดปล่อยสีย้อมออกมา ดังนั้นสีแอสิดก็จะดูดซับบนเส้นใยอย่างสม่ำเสมอ

2) สารบัพเฟอร์ สารควบคุมค่าความเป็นกรดเป็นด่าง อาจอยู่ในรูปของเกลือ หรือกรดแอมโมเนียมอะซิเตด หรือแอมโมเนียมซัลเฟต กรดน้ำส้ม มักนิยมในการย้อมสีแอซิด สำหรับเกลือแอมโมเนียมจะค่อย ๆ แยกตัวเมื่ออยู่ในอุณหภูมิที่เหมาะสมกับการย้อมจะปล่อยกรด ดังนั้นจึงลดค่าความเป็นกรดเป็นด่าง และสีแอซิดก็จะถูกดูดซึมเข้าไปในเส้นใย ลักษณะเช่นนี้จะช่วยลดอัตราการดูดซึมของสี เพื่อที่จะทำให้เกิดการย้อมที่สม่ำเสมอ สำหรับสีแอซิดบางตัวจำเป็นต้องเติมกรดเมื่ออยู่ในช่วงปลายของกระบวนการย้อม

3) สารหล่อลื่น ใช้เพื่อป้องกันไม่ให้เส้นใยแตกตัว เมื่อถูกกับผนังเครื่อง หรือเกิดรอยยับ และผิวหนังวัสดุมีลักษณะขรุขระ

2.3.7.7 สีเบสิก เป็นสารที่ทำให้เกิดสีบนวัสดุสิ่งทอ ประเภทเส้นที่เป็นอะคริลิกเป็นหลัก ซึ่งเป็นสีที่มีการแตกตัวให้ประจุบวกในสภาวะการย้อม โดยมีสารที่เป็นองค์ประกอบดังนี้

1) สารป้องกันน้ำกระด้าง เป็นสารจับอออน ประจุบวก - ประจุลบ ของโลหะในอ่างย้อม เพื่อป้องกันการตกตะกอนของสีจากอออนลบ

2) สารช่วยเปียก ประเภทไม่มีประจุ ช่วยทำให้ผ้าเปียก

3) โซเดียมซัลเฟต (ผง) ช่วยทำให้เกิดการย้อม อย่างสม่ำเสมอ เป็นสารหน่วงปฏิกิริยาการติดสีอย่างอ่อน ๆ และช่วยทำให้สีบางตัวมีเสถียรภาพในอ่างย้อม

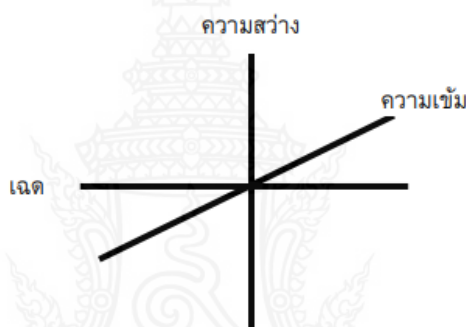
ตารางที่ 2.2 ชนิดของสีย้อมที่ใช้ย้อมเส้นใยชนิดต่าง ๆ (คณะวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยแม่โจ้)

ชนิดสีย้อม	ชนิดเส้นใย					
	เซลลูโลส	โปรตีน	พอลิเอไมด์	โพลีเอสเตอร์	อะคริลิก	อะซิเตด
สีไดเร็กซ์	✓✓	✓				
สีรีแอคทีฟ	✓✓	✓✓	✓			
สีแวต	✓✓	✓		✓		
สีซัลเฟอร์	✓✓					
สีอะโซอิก	✓✓		✓	✓		✓
สีแอซิด		✓✓	✓✓			
สีเบสิก					✓✓	
สีดิสเพิร์ส			✓✓	✓✓	✓	✓✓

หมายเหตุ: ✓✓ หมายถึง ย้อมได้ดี และ ✓ ย้อมได้

**2.2.8 ค่าสี** ในการมองเห็นสีของสายตามนุษย์เรา จะพบว่า บางครั้งเราไม่สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างสี 2 สี ที่มีเฉดสีใกล้เคียงกัน จึงมีการตั้งระบบสำหรับวัดค่าสีขึ้น ในปัจจุบันที่นิยมใช้มี 2 ระบบคือ

- 1) ระบบ Munsell เป็นระบบค่าสีพื้นฐาน อาศัยสมบัติการมองเห็น 3 ประการ คือ
  - 1.1) ความสว่าง (lightness หรือ value) เป็นความสว่างของสี
  - 1.2) ความเข้ม (saturation หรือ chroma)
  - 1.3) เฉดสี (hue) คือ สีที่มนุษย์เรามองเห็น 10 สี คือ แดง (R) แดงเหลือง (RY) เหลือง (Y) เหลืองเขียว (YG) เขียว (G) เขียวน้ำเงิน (GB) น้ำเงิน (B) น้ำเงินม่วง (BP) ม่วง (P) และ ม่วงแดง (PR) สมบัติทั้ง 3 จะปรากฏเป็นแกนตั้งฉากซึ่งกันและกัน



ค่าสีที่วัดได้ในระบบ Munsell จะมีทั้งตัวอักษรและตัวเลขของ เฉดสี ความสว่าง และความเข้ม เช่น 7.5 R 9/2 หมายถึง สีนี้ เฉดสีมีค่า 7.5 (สีแดงออกเหลือง) ความสว่างเป็น 9 (มีสีอ่อน) และความเข้มเป็น 2 (ยังไม่อิ่มตัว) สีนี้จึงมองเห็นเป็นสีชมพูซีด

- 2) ระบบ CIELAB เป็นระบบค่าสี มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ
  - 2.1) แหล่งกำเนิดแสงมาตรฐาน
  - 2.2) วัตถุมีสีที่ต้องการวัดค่าสี ซึ่งเมื่อแสงตกกระทบจะเกิดการกระจายแสงออกมายังตัวตรวจหา
  - 2.3) ผู้ทำการวัด

ค่าที่วัดได้ในระบบ CIELAB คือ

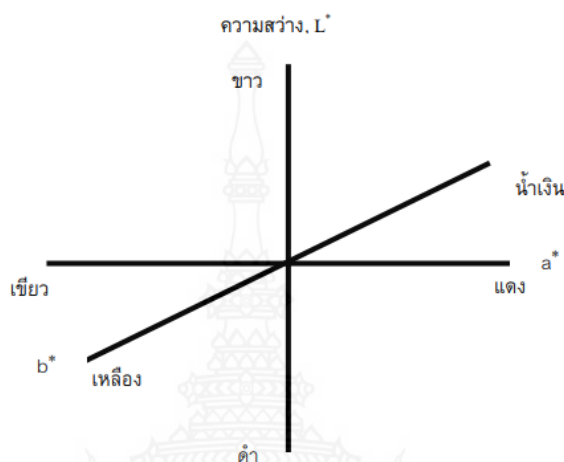
- 1) ความสว่าง ( $L^*$ ) มีค่า 0 – 100  
 สีที่มีความสว่าง  $L^* = 0$  เป็นสีดำ (มืด)  
 $L^* = 100$  เป็นสีขาว (สว่าง)
- 2) ค่า  $a^*$  เป็นค่าบอกสี แดง – เขียว  
 โดย สีแดง มีค่า  $a^*$  เป็นบวก

สีเขียว มีค่า  $a^*$  เป็นลบ

3) ค่า  $b^*$  เป็นค่าบอกสี เหลือง - น้ำเงิน

โดย สีเหลือง มีค่า  $b^*$  เป็นบวก

สีน้ำเงิน มีค่า  $b^*$  เป็นลบ



นอกจากนี้ ระบบ CIELAB ค่า  $a^*$  และ  $b^*$  ยังสัมพันธ์กับค่าเฉดสีและความเข้มของสีในระบบ Munsell ทำให้ได้ค่าอีก 2 ค่า คือ มุมเฉดสี (hue angle,  $h^*$ ) และความเข้ม (chroma,  $C^*$ )

ค่ามุมเฉดสี,  $h^*$  มีหน่วยเป็นองศา บอกตำแหน่งของปริภูมิสี ดังนี้

$h^* = 0$  องศา แสดงว่า เป็น สีแดง

$h^* = 90$  องศา แสดงว่า เป็น สีเหลือง

$h^* = 180$  องศา แสดงว่า เป็น สีเขียว

$h^* = 270$  องศา แสดงว่า เป็น สีน้ำเงิน

ค่าความเข้ม,  $C^*$  บอก ความสดใสของสีที่ความสว่างหนึ่ง ๆ หาได้จาก

$$C^* = \sqrt{(A^*)^2 + (B^*)^2}$$

## 2.2.9 อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่อการย้อม

2.2.9.1 อิทธิพลของความร้อนต่อการย้อม การเพิ่มอุณหภูมิจะเพิ่มอัตราการเกิดปฏิกิริยาเคมี เช่น ถ้าเพิ่มอุณหภูมิขึ้น 10 องศาเซลเซียส จะทำให้อัตราการเกิดปฏิกิริยาเคมีเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า ผลของการเพิ่ม อุณหภูมิจะทำให้เกิดผลดังนี้ 1) อัตราการย้อมเพิ่มขึ้น และ 2) สีที่จะซึมเข้าไปในเส้นใยช่วง ท้ายของสมดุลงจะลดลง

2.2.9.2 อิทธิพลของสารช่วยย้อม เนื่องจากน้ำย้อมสามารถซึมเข้าไปภายในเส้นใยได้แต่ค่อนข้างช้า ใช้เวลานาน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องใช้สารเคมีเพิ่มลงไปใต้น้ำย้อมเพื่อเร่งปฏิกิริยาให้

เร็วขึ้นและทำให้สีติด ทนทานสม่ำเสมอ สารจำพวกนี้เรียกว่า สารช่วยย้อม (dye auxiliaries) สารช่วยย้อมที่สำคัญ และนิยมใช้กันมากกับน้ำย้อมสีธรรมชาติ ได้แก่ เกลือ ซึ่งหาได้ง่าย มีราคาถูก และโซเดียมอออน ของเกลือจะทำหน้าที่ลดประจุลบของเส้นใยทำให้แอนไอออนของสีสามารถซึมเข้าไปใกล้ เส้นใยจนกระทั่งเกิดแรงแวนเดอวาลส์มีประสิทธิภาพทำให้เกิดการติดสีบนเส้นใย

2.2.9.3 อิทธิพลของความเป็นกรด-เบส สีส่วนใหญ่มักทำการย้อมในสภาวะที่เป็นกลาง การย้อมในสภาวะที่เป็นกรดไม่ทำให้เกิดผลดีต่อการย้อมและอาจทำให้เฉดสีเปลี่ยนไปการย้อมในสภาวะ ที่เป็นด่างอ่อนอาจทำได้เช่นกันแต่จะมีผลของการหน่วง (Retarding Effect) ต่ออัตราการดูดซึมสี (rate of absorption) การเติมโซดาแอชอาจเติมได้มากถึง 3 เปอร์เซ็นต์เพื่อลดความกระด้างของน้ำหรือมีฉะนั้นก็เป็นการช่วยละลายสีเช่น การย้อมสีไคเร็กซ์ซึ่งสีไคเร็กซ์มีสมบัติเป็นเกลือโซเดียมของกรดซัลโฟนิค ในการเตรียมสีไคเร็กซ์นั้น ปฏิกริยาอาจเกิดไม่สมบูรณ์กรดซัลโฟนิคอาจเปลี่ยนแปลงไปเป็นเกลือโซเดียมไม่หมด ทำให้สีเปลี่ยนสีในขณะที่ทำการย้อม ดังนั้น จึงนิยมใส่โซดาแอชลงในปริมาณเล็กน้อยเพื่อเปลี่ยนซัลโฟนิคที่เหลือให้เป็นเกลือโซเดียมของกรด

## 2.2.10 ข้อดีและข้อจำกัดของสีธรรมชาติ

### 2.2.10.1 ข้อดีของสีธรรมชาติ

- 1) ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้ผลิตและผู้บริโภค
- 2) น้ำทิ้งจากกระบวนการผลิตไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
- 3) วัตถุดิบหาได้ง่ายในชุมชนไม่ต้องใช้สีเคมีที่นำเข้าจากต่างประเทศ
- 4) การย้อมสีธรรมชาติสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองเป็นความรู้ที่เพิ่มพูนขึ้นตามประสบการณ์ สามารถถ่ายทอดให้แก่คนรุ่นหลังเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่น
- 5) สีธรรมชาติมีความหลากหลาย ตามชนิด อายุและ ส่วนของพืชที่ใช้ ตลอดจนชนิดของสารกระตุ้นหรือขึ้น ตอนการย้อม
- 6) การย้อมสีธรรมชาติทำให้เห็นคุณค่าและรู้จักใช้ประโยชน์ของทรัพยากรธรรมชาติ

### 2.2.10.2 ข้อจำกัดของสีธรรมชาติ

- 1) ปริมาณสารสีในวัตถุดิบย้อมสีมีน้อย ทำให้ย้อมได้สีไม่เข้มหรือทำให้ต้องใช้วัตถุดิบในปริมาณมาก
- 2) ปัญหาด้านการผลิตคือไม่สามารถผลิตได้ในปริมาณมากและไม่สามารถผลิตสีตามที่ตลาดต้องการ
- 3) สีซีดจางและมีความคงทนต่อแสงต่ำ



4) คุณภาพการย้อมสีธรรมชาติขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่งควบคุมได้ยาก การย้อมสีให้เหมือนเดิมจึงทำได้ยาก (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2560)

## 2.3 การสร้างลวดลายและเทคนิควิธี

**2.3.1 แหล่งกำเนิดผ้าบาติก** บาติก มีประวัติความเป็นมาที่เก่าแก่ประมาณ 2,000 กว่าปีมาแล้ว ส่วนแหล่งกำเนิดมาจากไหนยังไม่เป็นข้อยุติ เพราะเนื้อของผ้าที่ค้นพบมีความผุกร่อนจนยากจะพิสูจน์ในเรื่องของเวลาที่แน่นอนได้ นักวิชาการหลายคนเชื่อว่า อียิปต์เป็นต้นกำเนิด เนื่องจากมีการค้นพบหลักฐานเป็นผ้าบาติกสมัยไบเซนไทน์ แต่กระนั้นก็ตามยังมีการสันนิษฐาน ข้อหนึ่งที่น่าให้อ้างให้เห็นเด่นชัดที่ว่า ผ้าบาติกมีต้นตอมาจากเอเชียและแผ่ขยายเข้าไปในประเทศมาเลเซีย โดยมีตัวอย่างแบบพิมพ์บาติกในสมัยศตวรรษที่ 8 ซึ่งอาจเป็นฝีมือของศิลปินชาวจีน แบบพิมพ์นี้ถูกเก็บไว้ในพิพิธภัณฑสถาน (Nara) ประเทศญี่ปุ่น นอกจากนั้นยังมีอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการชาวยุโรป กลุ่มนี้เชื่อไปอีกทางหนึ่งว่า ผ้าบาติกเริ่มมีในอินเดียก่อนแห่งใด จากนั้นจึงแพร่เข้าไปในอินโดนีเซีย แต่อย่างไรก็ตามชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ยืนยันว่า ศัพท์เฉพาะ ขั้นตอน สี รวมทั้งวิธีที่ใช้เขียนลายเป็นของอินโดนีเซียซึ่งไม่เคยมีในประเทศอินเดียมาก่อน ถึงจะมีการค้นพบผ้าบาติกในที่ต่างกัน แต่ผ้าบาติกของอินโดนีเซียน่าจะเกิดจากประเทศอินโดนีเซียเอง เพราะมีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนกับบาติกของชาติอื่น ๆ และยังมีผู้ยืนยันระบุอีกว่า การทำผ้าโล่งบาติกมีต้นกำเนิดมาจากอินโดนีเซียอย่างแน่นอนเนื่องจากเหตุผลดังกล่าว (จิตรกรรมบาติก, 2562)

บาติกในอินโดนีเซีย บาติกในอินโดนีเซียในระยะแรก เชื่อว่ามีการทำกันเฉพาะในหมู่ชนชั้นสูงหรือทำเฉพาะในพระราชวัง แต่ก็มีผู้ให้ความเห็นขัดแย้งว่า น่าจะเป็นศิลปะพื้นบ้านที่ใช้กันทั่วไปเป็นสามัญ เนื่องจากผู้ทำผ้าบาติกมักจะเป็นผู้หญิง และทำหลังว่างจากการทำนา ดังที่ นภาพร โลนุชิต, (2551) ได้กล่าวว่า ในคริสต์ศตวรรษที่ 12 ประชาชน ชาวได้ปรับปรุงวิธีการทำผ้าบาติก แต่ทั้งนี้ก็วิวัฒนาการมาจากความรู้ดั้งเดิมในคริสต์ศตวรรษที่ 13 การทำผ้าบาติกผูกขาด โดยสุลต่าน โดยมีสตรีในราชสำนักเป็นผู้ผลิต ผ้าบาติกในยุคนี้เรียกว่า “คราทอน” (Kraton) เป็นผ้าบาติกที่เขียนด้วยมือ (Batik Tulis) แต่เมื่อผ้าบาติกได้รับความนิยมมาก การทำผ้าบาติกได้แพร่หลายไปสู่ประชาชน ผ้าบาติกในระยะแรกมีเพียงสีครามและสีขาวในศตวรรษที่ 17 ได้มีการค้นพบสีอื่น ๆ อีกเช่น สีแดง สีน้ำตาล สีเหลือง สีต่าง ๆ เหล่านี้ ได้มาจากพืชทั้งสิ้น ต่อมาก็รู้จักผสมสีทำให้ได้สีต่าง ๆ ออกมามากขึ้น และในช่วงปลายศตวรรษที่ 17 ได้มีการสั่งผ้าลินิน สีขาวจากต่างประเทศเข้ามา นับเป็นความก้าวหน้าในการทำผ้าบาติกอีกก้าวหนึ่งโดยเฉพาะเทคนิคการระบายสีผ้าบาติก เพราะเริ่มมีการ

ใช้สีเคมีในการย้อม ซึ่งสามารถทำให้ผลิตผ้าบาติกได้จำนวนมากขึ้น และได้พัฒนาระบบธุรกิจผ้าบาติก จนกลายเป็นสินค้าออก โดยมีประเทศฮอลแลนด์เป็นประเทศแรกที่น่าเข้าผ้าบาติกจากอินโดนีเซีย และกลายเป็นสินค้าเข้าที่สำคัญของฮอลแลนด์ชนิดหนึ่ง ในระยะต่อมาผ้าบาติกได้แพร่หลายเข้าไปสู่ประเทศใกล้เคียงอื่น ๆ โดยเข้าไปในเยอรมนีในราวต้นคริสต์ศตวรรษที่ 1900 ผ้าบาติกถูกนำไปตัดเย็บเป็นชุดแฟชั่นของคนชั้นสูงของสตรี และนอกจากนั้นยัง นิยมนำผ้าไปทำเครื่องใช้ชนิดอื่น เช่น ผ้ามาเน เป็นต้น จากนั้นชาวเยอรมันได้พัฒนาดินสอเขียนเทียนขึ้นจากแก้ว โลหะ และความร้อนจากกระแสไฟฟ้า ดินสอนี้สามารถปรับแต่งการไหลของเทียนให้มีเส้นหนาหรือบางได้ตามความต้องการ งานผ้าบาติกได้แพร่หลายไปทั่วยุโรปจนเป็นสินค้าส่งออกปี ค.ศ. 1830 ชาวยุโรปได้เลียนแบบผ้าบาติกของชาว และส่งมาจำหน่ายที่เกาะชวา ปี ค.ศ. 1940 ชาวอังกฤษได้พยายามเลียนแบบให้ดียิ่งขึ้น เพื่อส่งมาจำหน่ายในเกาะชวาเช่นเดียวกัน ช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 มีการทำเครื่องมือการพิมพ์ผ้าบาติก โดยทำแม่พิมพ์โลหะทองแดง ซึ่งเรียกว่า “จ๊ับ” (Cap) สามารถผลิตผ้าบาติกได้เร็ว ต้นทุนถูก แทนผ้าบาติกเขียนดั้งเดิม การทำผ้าบาติกด้วยแม่พิมพ์เกิดผลิตภัณฑ์ พื้นเมืองเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน ประชาชนเริ่มทำผ้าบาติกเป็นอาชีพมากขึ้น การผลิตผ้าบาติกจากเดิมที่เคยใช้ฝีมือสตรีแต่เพียงฝ่ายเดียว เริ่มมีผู้ชายเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต โดยเฉพาะการพิมพ์เทียนและการย้อมสี ส่วนการแต้มสีลวดลายยังใช้ฝีมือสตรีเช่นเดิม บาติกที่เขียนด้วยมือถือว่าเป็นบาติกชั้นสูง มีราคาแพง เนื่องจากมีกรรมวิธีที่ต้องใช้ทักษะฝีมือมาก มีความประณีต และมีลวดลายไม่ซ้ำกัน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดการเลียนแบบผ้าบาติกด้วยวิธีการ พิมพ์ลายแบบซิลค์สกรีน ซึ่งดูคล้ายกับผ้าบาติกของแท้ราคาถูก

การใช้ผ้าบาติกนิยมใช้กันอย่างกว้างขวางทั้งบุรุษ สตรี เด็ก จนกลายเป็นเครื่องแต่งกายประจำชาติ แม้กระทั่งเครื่องแบบนักเรียนของคนยุคต่อมา การแต่งกายของชาวอินโดนีเซีย มีการแบ่งเป็นประเภท ดังนี้

2.3.1.1 โสร่ง (Sarung) เป็นผ้าที่ใช้นั่งโดยการพันรอบตัว

2.3.1.2 สลินดาง (Salendang) หมายถึง ผ้าซึ่งนิยมใช้ในการนุ่งทับกางเกงของบุรุษ หรือเรียกว่า “ผ้าทับ”

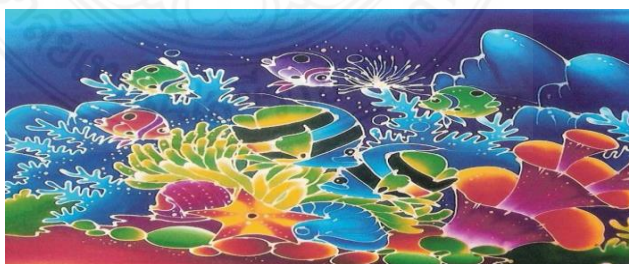
2.3.1.3 อุเต็ง (Udeng) หรือ ผ้าที่ใช้สำหรับคลุมศีรษะ โดยทั่วไปมักจะเป็นรูปสี่เหลี่ยมจตุรัส ผ้าชนิดนี้สุภาพบุรุษใช้สำหรับโพกศีรษะจะเรียกว่า “ซุรบาน” สำหรับสตรีจะใช้ทั้งคลุมศีรษะและปิดหน้าอกเรียกว่า “คิมเบิน”

ปัจจุบันอินโดนีเซียได้มีการส่งเสริมให้มีการผลิตผ้าบาติกในระบบอุตสาหกรรม โดยผนวกเอาเทคนิคการทำผ้าบาติกแบบดั้งเดิมซึ่งเขียนเทียนด้วยเครื่องมือที่เรียกว่า “จันตัง” (Tjanting) ผสม กับกระบวนการพิมพ์เทียนด้วย แม่พิมพ์ที่ทำด้วยโลหะทองแดง (Cap, Print Block) รัฐบาล

อินโดนีเซียได้วางนโยบายในการค้นคว้าปรับปรุงอุตสาหกรรมผ้าบาติก โดยตั้งเป็นหน่วยงานที่เรียกว่า “ศูนย์พัฒนาบาติกแห่งรัฐยอกยาคาร์ตา (Balai Panel Itian Batik Kerajian Yogyakarta) (ประภาพร ศุภตรัยวรพงศ, 2562)

บาติกเริ่มต้นเข้ามาในประเทศไทยครั้งแรกทาง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ยะลา ปัตตานีและนราธิวาส คนไทยรับเทคนิคการทำผ้าบาติกที่ถือเป็นความลับที่ถ่ายทอดกันในตระกูลของมาเลเซีย โดยวิธีการไปเป็นลูกจ้างในโรงงานทำผ้าบาติกซึ่งเป็นญาติพี่น้องกัน เดิมคนไทยจะรู้จักผ้าบาติกในลักษณะของ “ผ้าพัน หรือผ้าปาเต๊ะพัน” โดยเรียกตามวิธีนุ่ง คือ พันรอบตัว ส่วนคำว่า “โลรง” ซึ่งเป็นภาษาอินโดนีเซีย หมายถึง “ผ้านุ่ง” คนท้องถิ่นภาคใต้เรียกผ้าบาติกว่า “ผ้าปาเต๊ะหรือผ้าบาเต๊ะ” คนรุ่นเก่า เรียกผ้าบาติกที่ไม่ได้ผลิตในประเทศไทยว่า “ฝ้ายาวอ หรือ จาวอ” ซึ่งหมายถึงผ้าขาว (ตะวัน ตนยะแหละ และ สายใจ เบ็ญโส๊ะ, 2560)

ผ้าบาติกในประเทศไทยได้ถูกพัฒนาเรื่อยมา จากการทำไว้ใช้เองมาเป็นระบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน ก่อตั้งเป็นโรงงานเล็กบ้างใหญ่บ้าง ผ้าบาติกกลายเป็นสินค้าที่ขายกันในท้องถิ่น และเป็นที่ยอมรับในนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการเผยแพร่โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และถูกบรรจุอยู่ในหลักสูตรการเรียนการสอนของโรงเรียน เพาะช่างเป็นแห่งแรก ตั้งแต่ช่วงปีพุทธศักราช 2509 - 2510 สถาบันการศึกษาในภาคใต้เอง เช่น วิทยาลัยครู วิทยาลัยเทคนิค โรงเรียนสารพัดช่าง ได้ทำการเผยแพร่ให้ความรู้แก่ชุมชน มีการเขียนบทความ ตำรา วารสาร ตลอดจน เผยแพร่ความรู้ทางโทรทัศน์ และมีการสอนการทำผ้าบาติกในรายวิชาศิลปะพื้นบ้าน ปัจจุบันการเรียนการสอนบาติกมีแพร่หลายในหลายระดับ ตั้งแต่ชั้นประถม จนถึงระดับปริญญา มีการทำผ้าบาติกในหลากหลายลักษณะมากกว่าที่เคยทำมาแต่ครั้งอดีต เช่น ทำเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้ในสำนักงาน ของที่ระลึก เป็นต้น (ประภาพร ศุภตรัยวรพงศ, 2562)



ภาพที่ 2.18 งานบาติกลายเขียนระบายสี

ที่มา: อารีนา อีสามะ (2560)

**2.3.2 ประเภทของบาติกเพื่อการใช้สอย** บาติกเพื่อการใช้สอย เป็นบาติกที่นำผ้าหรือกระดาษที่ทำเป็นบาติกเสร็จแล้วมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งกลุ่มออกมาได้อีก 2 กลุ่ม ดังนี้

**2.3.2.1 ประเภทของผ้าบาติกเพื่อการแต่งกาย**

ผ้าบาติกเพื่อการแต่งกาย ประกอบไปด้วยผ้าบาติกในแบบต่าง ๆ และสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1) ผ้าพื้น ผ้าพื้นเป็นผ้าที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางโดยเฉพาะสตรี มีชื่อเรียกแตกต่างกันตามการใช้สอย เช่น ผ้าพื้นที่ใช้พันร่างกายอย่างเช่นโสร่ง ผ้าพื้นคอ ผ้าเช็ดหน้า เป็นต้น



ภาพที่ 2.19 งานบาติกผ้าพื้นคอ

ที่มา: thailandbatik (2556)

2) ผ้าซิ่น เป็นผ้าบาติกที่กำหนดขนาดความกว้างความยาวของแต่ละซิ่นเอาไว้แล้วเพื่อนำไปใช้ตัดเย็บเป็นชุดที่ประกอบด้วยเสื้อ กระโปรง กางเกง ทั้งของบุรุษและสตรี



ภาพที่ 2.20 งานบาติกผ้าซิ่น

ที่มา: thailandbatik (2556)

3) ผ้าสำเร็จ เป็นเสื้อผ้าสำเร็จมาแล้วนำมาทำบาติกภายหลัง เช่น เสื้อยืดคอกลม (T-Shirt) เป็นต้น

### 2.3.3 ประเภทของบาติกเพื่อการตกแต่ง

ผ้าบาติกเพื่อการตกแต่งเป็นบาติกที่ทำขึ้นเพื่อการตกแต่งบ้าน หรือนำมาตกแต่งของใช้ อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า บาติกเคหะภัณฑ์ สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.3.3.1 บาติกที่ทำจากผ้า เช่น ผ้าปูโต๊ะ ผ้าคลุมตู้เย็น ผ้าม่าน ผ้าปูเตียง ผ้าห่ม

2.3.3.2 บาติกที่ทำจากกระดาษสา มักทำเป็นของใช้หรือของที่ระลึก เช่น โคมไฟ พัด โม่บาย กระดาษห่อของขวัญ กรอบรูป ปกสมุดบันทึก เป็นต้น (ประภาพร ศุภตรัยวรพงศ์, 2562)

2.3.4 เทคนิคของการทำบาติก การทำบาติก มีวิธีการที่เป็นหลักการใหญ่ ๆ คือการใช้เทียนกันสีหรือปิดสีเพื่อไม่ให้สีติดลงในส่วนที่ใช้เทียนกันนั้นแต่เทคนิคดังกล่าวมีการแยกย่อยออกไปอีกตามลักษณะของการใช้เทียนรวมถึงการย้อม ดังนี้

2.3.4.1 บาติกลายเขียนระบายสี การเขียนเทียนลงบนผ้าด้วยจันดั่งให้เป็นลวดลายที่อาจเป็นรูปทรงต่าง ๆ ประกอบกันขึ้นแล้วระบายสีอย่างประณีตด้วยพู่กัน บาติกเทคนิคนี้ต้องใช้ทักษะฝีมือมาก แต่ก็ได้รับความนิยมสูงในประเทศไทย เนื่องจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนทำการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง อีกทั้งวัสดุอุปกรณ์หาซื้อได้ง่าย ลักษณะของผลงานแลดูสดใสสวยงามด้วยลวดลายที่ไม่ซ้ำกันและมีความวิจิตรบรรจง



ภาพที่ 2.21 บาติกลายเขียนระบายสี

ที่มา: hatyaitoday (2560)

2.4.3.2 บาติกลายเขียนย้อมสี บาติกลายเขียนย้อมสีมีวิธีทำที่สำคัญ คือ การเขียนเทียนลงบนผ้าด้วยจันดั่งหรือพู่กันให้เป็นลวดลาย จากนั้นจึงนำไปย้อมสีโดยวิธีจุ่มลงในอ่างย้อมที่ผสม

สีไว้แล้วในปริมาณที่เหมาะสม ต่อการย้อมผ้าได้ทั้งผืน การเขียนเทียนและการย้อมสียังสามารถทำซ้ำไปมาได้ หลาย ๆ ครั้งเพื่อเก็บสีให้ได้หลาย ๆ สีโดยจะลำดับการย้อมสีจากน้ำหนักร้อน ไปหาสีเข้มกว่า เช่น เริ่มจากสีเหลือง แล้วย้อมสีส้ม สีแดง และสุดท้ายเป็นสีม่วง เป็นต้น



ภาพที่ 2.22 บาดิกลายเขียนย้อมสี

ที่มา: hatyaitoday (2560)

2.4.3.3 บาดิกลายพิมพ์บาดิกลายพิมพ์ เป็นการใช้แม่พิมพ์ที่ทำจากโลหะ ไม้ หรือ เชือก ชุบเทียนแล้วพิมพ์เทียนลงบนผ้า การพิมพ์จะต้องมีโต๊ะพิมพ์โดยเฉพาะที่ปูรองพื้นด้วยขี้เลื่อย และกากกล้วย เพื่อให้เทียนที่กดลงบนผ้าแห้งเร็ว ไม่ซึมเยิ้มจนไม่เป็นเส้นลาย เพราะกากกล้วยมีความเย็นและมีความนุ่ม จากนั้นจึงนำไปย้อมสีหรือระบายสี ผลงานที่ได้จะมีลักษณะลวดลายในแต่ละแม่ลายซ้ำกันตามแม่พิมพ์นั้น แม่พิมพ์ที่นำมาใช้มีทั้งแบบ สำเร็จรูปที่มีผู้ผลิตขาย โดยเฉพาะแม่พิมพ์โลหะของอินโดนีเซีย มาเลเซียที่ทำจากทองแดงและสังกะสี หรือไม่ก็อาจเป็น แม่พิมพ์ที่ทำขึ้นเองเพื่อให้ได้ลวดลายแตกต่างจากผู้อื่น แม่พิมพ์ประเภทนี้จะทำขึ้นอย่างง่าย ๆ และทำจากวัสดุที่มีอยู่ทั่วไป เช่น แผ่นไม้ เชือก กระจดาช แผ่นอะคริลิก เป็นต้น (ประภาพร ศุภตรัยวรพงศ, 2562)



ภาพที่ 2.23 บาดิกลายพิมพ์

ที่มา: อนุรัตน์ วัฒนาวงศ์สว่าง (2562)

2.3.5 อุปกรณ์และวัสดุในการทำบาติก สามารถจัดกลุ่มอุปกรณ์และวัสดุออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.3.5.1 อุปกรณ์ในการทำบาติกอุปกรณ์ในการทำบาติกเป็นอุปกรณ์ถาวรที่สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ได้อีก มีความคงทนแต่จะใช้งานไปได้สักระยะตามอายุการใช้งานของอุปกรณ์แต่ละอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

1) เครื่องมือเขียนเทียนและพิมพ์เทียน

1.1) จันตั่ง (Tjanting) เป็นอุปกรณ์ที่มีความสำคัญในการทำบาติก โดยเฉพาะบาติกเทคนิคลาย เขียนย้อมสี และเทคนิคลายเขียนระบายสี จันตั่ง จะมีส่วนที่เป็นกระเปาะบรรจุเทียนทำมาจากทองเหลือง และใช้ในการ ตักน้ำเทียนเพื่อเขียนหรือเดินเส้นเทียนลงบนผืนผ้าตามรูปแบบที่ต้องการ จันตั่งสำหรับเขียนเทียนมีหลายรูปแบบแตกต่างกันไป เช่น แบบรองเท้า แบบหยดน้ำ แบบหัวนก แบบยาวรี แบบกลม แบบกรวย หรือทรงกระบอกส่วนประกอบที่สำคัญของจันตั่ง มีอยู่ 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ด้ามจับ (Handle) ส่วนใหญ่จะทำด้วยไม้กลึงกลม เพื่อป้องกันความร้อน

ส่วนที่ 2 ถ้วย (Cup) สำหรับตักเก็บน้ำเทียนในการเขียนเส้นเทียน

ส่วนที่ 3 ปลายท่อหรือพวย (Nip) สำหรับให้น้ำเทียนไหลออก ปลายท่อที่ใช้ในการเขียนเส้นเทียน จะมีขนาดที่แตกต่างกันเพื่อให้ได้ลวดลายและขนาดของเส้นเทียนที่แตกต่างกัน มีอยู่ 4 ขนาดได้แก่

เบอร์ SS (Super Small Size) เป็นจันตั่งเขียนเทียนที่มีลักษณะเล็กพิเศษ เหมาะกับงานที่ต้องการรายละเอียดของเส้นเทียนที่ประณีต แต่จะมีปัญหาการอุดตันได้ง่ายมาก

เบอร์ S (Small Size) เป็นจันตั่งที่มีปลายท่อเล็ก เส้นเทียนจะมีขนาดเล็กเหมาะกับงานที่ต้องการความประณีตแต่จะมีปัญหาการอุดตันได้ง่าย

เบอร์ M (Middle Size) เป็นจันตั่งที่มีปลายท่อไม่ใหญ่เกินไปมีขนาดพอดี เส้นเทียนจะไม่ใหญ่ หรือเล็กจนเกินไป ควบคุมได้ง่าย

เบอร์ L (Large Size) เป็นจันตั่งที่มีปลายท่อใหญ่ ขนาดของเส้นเทียนจะโต น้ำเทียนจะไหลออกเร็ว เหมาะสำหรับใช้กับผ้าเนื้อหนา

จันตั่งทั่วไปจะมีปลายท่อเพียงทางเดียว แต่มีจันตั่งของอินโดนีเซียบางชนิด อาจจะมีปลายท่อ 3 - 4 ท่อเพื่อที่จะสามารถเดินเส้นเทียนได้หลาย ๆ เส้นพร้อมกันเป็นการสร้างลวดลายได้รวดเร็วหลากหลายยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.24 จันตั่ง

ที่มา: อนุรัตน์ วัฒนาวงศ์สว่าง (2562)

1.2) แปรงหรือฟู่กันเป็นอุปกรณ์ที่สามารถนำมาเขียนเขียนได้อีกแบบหนึ่ง แต่ต้องเป็นแปรงหรือฟู่กันที่มีขนเป็นวัสดุจากธรรมชาติ การใช้อุปกรณ์นี้ ผู้ทำมีวัตถุประสงค์ให้เส้นเขียนมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น รอยเส้นที่หนาและใหญ่ หรือเส้นหยาบ ๆ ตามลักษณะของขนแปรงหรือไม่ก็อาจตัดส่วนตรงกลางของแปรงให้มีช่องว่าง เพื่อให้เส้นเขียนมีลักษณะเป็นเส้นคู่

1.3) แม่พิมพ์เขียน แม่พิมพ์เขียนที่ใช้ในการทำบาติกมีอยู่ด้วยกัน

2 กลุ่ม

- กลุ่มที่ 1 Cap จับเป็นภาษาอินโดนีเซีย ใช้เรียกแม่พิมพ์เขียนโลหะ มักทำด้วยทองแดง ทองเหลือง และสังกะสีที่มาจากกระป๋องนม แม่พิมพ์ที่ทำขึ้นจากทองแดงเป็นแม่พิมพ์ที่มีคุณภาพดีสามารถเก็บความร้อนจากน้ำเขียนได้ดีที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดของลวดลายได้มากกว่าแม่พิมพ์ชนิดอื่น ๆ ช่างทำบาติกชาวไทยจะสั่งนำเข้ามาจากอินโดนีเซียหรือมาเลเซีย แต่แม่พิมพ์ดังกล่าวมีราคาสูง ซึ่งโดยมากคนไทยจะใช้แม่พิมพ์ที่ทำจากกระป๋องนมซึ่งมีราคาถูกกว่ามาก



ภาพที่ 2.25 แม่พิมพ์เขียนโลหะ

ที่มา: อนุรัตน์ วัฒนาวงศ์สว่าง (2562)



- กลุ่มที่ 2 กลุ่มแม่พิมพ์เทียนชนิดที่ทำด้วยวัสดุที่หาได้ง่าย เช่น เชือกปอ เชือกป่าน แผ่นไม้ แผ่นสังกะสี หรือแผ่นอะคริลิกหนา สิ่งเหล่านี้เอานำมาตัด เจาะ ตัด หรือ ขัดให้เป็นลวดลายที่มีลักษณะเฉพาะตามการออกแบบของนักออกแบบมักมีรูปทรงที่ไม่ซับซ้อนมาก เช่น รูปดอกไม้ใบไม้ดวงดาว หรือรูปอิสระ เป็นต้น วัสดุต่าง ๆ ประกอบกันขึ้นด้วยการใช้ตะปูเข็มตอก ยึดไว้ (ประภาพร ศุภตรัยวรพงศ์, 2562)



ภาพที่ 2.26 แม่พิมพ์แผ่นไม้

ที่มา: bategthailand (2560)

1.4) ไส้แทงหรือลวดแทงเป็นอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อแก้ปัญหาการอุดตันของ ปลายท่อ ทำจากเส้นลวดขนาดเล็ก มีด้ามเป็นไม้กลึงกลม เส้นลวดขนาดเล็ก อาจใช้สายกีตาร์เบอร์ เล็กที่สุดก็ได้เพราะมีความแข็ง เป็นสปริงไส้แทงหรือลวดแทงจะใช้แทงเข้าไปในปลายท่อ เนื่องจาก อาจจะมีเศษฝุ่นละอองอุดตันภายในจันทัง ทำให้หน้าเทียนไหลไม่สม่ำเสมอ ในการแทงต้องทำขณะที่ จันทังยังร้อนเพื่อให้การไหลของน้ำเทียนสะดวกขึ้น

1.5) กระซอนสแตนเลส เทียนบาดิกเมื่อใช้นาน ๆ ไปจะมีตะกอนสะสม อยู่มาก ซึ่งจะเป็นอุปสรรคกับการเขียนเทียน เพราะ ตะกอนดังกล่าวจะไปอุดตันท่อหรือพวยของ จันทังได้ ดังนั้นจึงต้องมีการกรองเทียนโดยใช้กระซอนสแตนเลส กรองเทียน เอาตะกอนแยกตะกอน นั้นออกไป กระซอนที่เลือกมาใช้กรองเทียนควรเป็นชนิดกระซอนที่ใช้ลวดเส้นเล็ก ๆ สานกันแบบ

1.6) ชุดต้มเทียน ชุดต้มเทียนประกอบด้วยอุปกรณ์ ดังนี้

- เตาสำหรับต้มเทียน ที่เหมาะสมที่สุด คือ เตาไฟฟ้าเพราะ สามารถปรับอุณหภูมิ

- สูงต่ำได้ สามารถควบคุมอุณหภูมิความร้อนของน้ำเทียนได้ดี และมีความปลอดภัยสูง หากไม่มีเตาไฟฟ้าสามารถใช้เตาแก๊สแบบปิกนิกได้แต่ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษเพราะเทียนอาจถูกเปลวไฟทำให้เกิดอันตรายได้

1.7) ภาชนะต้มเทียน ภาชนะสำหรับต้มเทียนต้องเป็นภาชนะประเภท โลหะที่เก็บความร้อนได้ดี เช่น อะลูมิเนียม สแตนเลส เหล็ก ทองเหลือง หรือภาชนะเคลือบก็ได้ ขนาด และลักษณะควรให้เหมาะสม คือ เป็นภาชนะ ปากกว้างก้นลึก สามารถใช้จั่นตั้งจุ่มต้มน้ำเทียนได้ สะดวก ปริมาณน้ำเทียนที่ต้มไว้ในภาชนะควรจะมี ประมาณมากกว่าครึ่งหนึ่งของภาชนะ เพื่อสะดวก ในการตักและการรักษาอุณหภูมิให้มีความร้อนสม่ำเสมอ (ประภาพร ศุภตรัยรพวงศ์, 2562)

1.8) กรอบไม้ มีความจำเป็นในขั้นตอนการเขียนเทียนและระบายสี ใช้สำหรับยึดซึ่งผ้าให้ตึง และทำให้ ผ้าสูงลอยขึ้นจากพื้นสะดวกต่อการปฏิบัติการดังกล่าว ขนาดของ กรอบไม้ขึ้นอยู่กับขนาดของผ้าและรูปแบบที่ต้องการจะเขียนโดยกรอบไม้ต้องได้ขนาดใหญ่กว่าผ้า หรือขนาดลดลาด้านละประมาณ 10 ซม. ไม้ที่นำมาใช้ทำกรอบควรเป็น ไม้เนื้ออ่อน อาจเป็นไม้ ระแนง หรือไม้ที่มีลักษณะแบน ขนาดหน้าไม้ประมาณ  $\frac{1}{2} \times 1$  นิ้ว หรือ  $1 \times 1$  นิ้ว หรือ  $1 \times 2$  นิ้ว อย่งใดอย่างหนึ่ง การทำกรอบไม้ซึ่งผ้า มีวิธีทำอยู่ 2 แบบ ดังนี้

- นำไม้มาประกอบกันขึ้นเป็น 4 เหลี่ยม เข้ามุมแล้วตอกด้วยตะปู ให้แข็งแรง

- ใช้ไม้ 4 ท่อน ขนาดหน้าไม้เท่ากัน แล้วทำการบากไม้ทุกท่อน เป็นร่องช่วงละประมาณ 10 ซม. เวลาจะใช้ให้นำไม้มาประกบเข้าลือคตรงร่องบากให้ตรงกัน สะดวก ต่อการปรับขนาดของงาน



ภาพที่ 2.27 กรอบไม้ซึ่งผ้าแบบต่าง ๆ

ที่มา: bategthailand (2560)

1.9) ขาเหล็กหรือที่รองรับกรอบไม้ ขาเหล็ก ใช้สำหรับตั้งรองรับกรอบไม้ชิงผ้าบาติก เพื่อสะดวกในการปฏิบัติงานในหลายขั้นตอน ขาเหล็กจะมี 4 ขา ถ้าใช้แบบที่แยกส่วนกันได้จะสะดวกในการจัดเก็บเคลื่อนที่ได้ง่าย และสามารถปรับขนาดเพื่อรองรับกับขนาด ของกรอบไม้ได้อีกด้วยแต่อย่างไรก็ตามขาเหล็กสามารถออกแบบเป็นแบบถาวร หรือประยุกต์ใช้กับโต๊ะทั่วไปที่มีอยู่แล้วก็ได้

1.10) โต๊ะพิมพ์เทียน โต๊ะพิมพ์เทียน เป็นอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับพิมพ์เทียน เพราะจะเป็นส่วนรองรับวัสดุอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการพิมพ์โดยเฉพาะ เช่น กระจกหรือตะกร้าที่บรรจุขี้เลื่อย กาบกล้วย และผืนผ้า ลักษณะของโต๊ะพิมพ์เทียนนี้ ควรจะมีส่วนของหน้าโต๊ะที่เรียบ แข็งแรง และกว้างพอสมควร เพื่อความสะดวกในการพิมพ์เทียน

1.11) ราวตากผ้า ราวสำหรับตากผ้าบาติกมีความจำเป็นอย่างยิ่งในทุก ๆ เทคนิคของบาติก เพราะในขั้นตอนกระบวนการการทำงานจะประกอบด้วยการตากผ้าทั้งในขั้นตอนการตากหลังการซักเอาสารเคลือบผ้าออก และการตากผ้า หลังจากการซักทำความสะอาดในขั้นตอนท้ายสุด ราวตากผ้าจะทำขึ้นมาเฉพาะ การประกอบกันของราวผ้า สามารถทำได้หลายลักษณะ อาจขึ้นอยู่กับขนาดของพื้นที่ เพราะราวตากผ้านี้จะตั้งไว้ในที่ร่มภายในอาคาร หรือที่โล่งที่แดดส่องไม่ถึงก็ได้

1.12) ชุดอุปกรณ์ระบายสี ชุดอุปกรณ์ระบายสี ประกอบด้วยอุปกรณ์ดังนี้

- พู่กันและแปรงสำหรับระบายสี อาจมีทั้งพู่กันแบบกลมและแบบแบน และเป็นชนิดที่ใช้สำหรับระบายสีน้ำโดยเฉพาะ เพราะจะสามารถอุ้มน้ำได้ดี พู่กันสีน้ำในท้องตลาดทั่วไป มีอยู่หลายลักษณะและหลายยี่ห้อ ถ้าคุณภาพดีจะมีราคาสูงมาก อย่างไรก็ตามการใช้อุปกรณ์ในราคาเหมาะสม และหมั่นฝึกฝนให้เกิดทักษะฝีมือน่าจะเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด

- ภาชนะบรรจุสี ใช้ภาชนะที่เป็นพลาสติกเหลือใช้จากการใช้งานอย่างอื่นหรือจะใช้กระปุกสีขาวใสมีฝาเกลียวหมุนปิดได้แน่น ขนาดบรรจุตามการใช้งานมากหรือน้อย การใช้ภาชนะบรรจุสีแบบมีฝาปิดเมื่อใช้สีเสร็จแล้ว ต้องปิดฝาให้แน่นเพื่อยืดอายุการใช้งาน

- ตะกร้าพลาสติก ใช้ตะกร้าพลาสติกสำหรับใส่ภาชนะบรรจุสีหลายสี เพื่อสะดวกต่อการใช้งานในการระบายสี ควรเลือกชนิดที่มีน้ำหนักเบา ขนาดความสูงเหมาะสมกับขนาดของภาชนะบรรจุสี ขนาดความกว้าง ยาวก็เช่นกันควรเหมาะสมตามจำนวนของภาชนะบรรจุสี หรือตามความสะดวกของผู้ใช้งาน

1.13) ชุดอุปกรณ์เคลือบน้ำยากันสติก การเคลือบน้ำยาามีวิธีการอยู่หลายแบบแล้วแต่ความเหมาะสม โดยทั่วไปจะพิจารณาจากขนาดของผ้าว่าจะเหมาะสมกับการเคลือบแบบใด เช่น ใช้แปรงทານ้ำยา การกลิ้งน้ำยาด้วยลูกกลิ้ง หรือการจุ่มผ้าลงในน้ำยา ชุดอุปกรณ์สำหรับการเคลือบผ้าโดยรวม มีดังนี้

- ภาชนะใส่น้ำยาเคลือบ เช่น กะละมังเล็ก ถาด หรือภาชนะ
- แปรงใช้สำหรับทาน้ำยาเคลือบในกรณีที่ทำผ้าบาติกเป็นผืนเล็ก ๆ แปรงที่ใช้จะเป็นขนาด 1 – 2 นิ้ว หรือมากกว่าก็ได้ เป็นแปรงทาสีชนิดขนแข็งทั่วไป
- ลูกกลิ้ง ใช้สำหรับกลิ้งน้ำเคลือบในกรณีที่ผ้าบาติก
- แผ่นพลาสติกใช้ปูรองพื้นสำหรับทาน้ำยาเคลือบ ใช้เสื่อน้ำมัน ผ้ายาง หรือแผ่นพลาสติกหนาก็ได้
- ถุงมือยาง ให้เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำยาเคลือบสัมผัสกับผิวหนัง

1.14) ชุดอุปกรณ์ซักล้าง ในการซักล้างของการทำผ้าบาติกจะแบ่งเป็นอุปกรณ์ 2 ชุด คือ อุปกรณ์ซักล้างน้ำยาเคลือบ และอุปกรณ์ซักล้างหลังการต้มผ้าลอกเทียน ในแต่ละจุดให้ใช้กะละมังขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ได้ จำนวนอย่างน้อย 2 ใบ เพราะการซักจะมีการซักหลาย ๆ น้ำ และไม่ควรใช้อุปกรณ์ปนกัน เพราะจะทำให้สิ่งต่าง ๆ ที่ตกค้างกลับมาเปื้อนผ้าได้

1.15) ชุดอุปกรณ์ต้มผ้าลอกเทียน การต้มผ้าลอกเทียน คือการต้มเพื่อทำความสะอาดผ้า และละลายเทียนออกจากผ้า ภาชนะ ที่ใช้ต้มผ้าควรเป็นกะละมังอลูมิเนียมหรือปื๊บก็ได้ จำนวน 2 ใบ สำหรับผ้าจำนวนไม่มาก หรือถ้าเป็นระบบโรงงาน อาจจะใช้กระทะขนาดใหญ่ โดยใบแรกใช้ต้มน้ำเปล่าเพื่อละลายเทียนใบที่ 2 ต้มน้ำผสมโซดาแอช สบู่เหลว ผงซักฟอกอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้ผ้าสะอาดยิ่งขึ้น ในการต้มจะใช้หินถ่าน หรือเตาแก๊สก็ได้ตามความสะดวกและเหมาะสม

1.16) เตารีดและที่รองรีด เตารีดและที่รองรีด เป็นอุปกรณ์จำเป็นอยู่ 2 ชั้นตอน คือ ชั้นตอนการรีดเพื่อขับเทียนออก และชั้นตอนการรีดเพื่อตกแต่งผ้าให้เรียบเงางาม เตารีดที่ใช้ควรเป็นเตารีดไฟฟ้าแบบธรรมดาทั่วไป ส่วนที่รองรีดที่เหมาะสม ควรเป็นที่รองรีดที่มีหน้ากว้างมากเป็นพิเศษ เพราะจะสะดวกในการวางผ้าบาติกแบบไม่ต้องเลื่อนผ้าและกระดาดขับเทียนบ่อย ๆ

1.17) เสื่อกันเปื้อน เสื่อกันเปื้อนเป็นอุปกรณ์ที่ผู้ที่ทำผ้าบาติกใช้สวมกันเปื้อนขณะปฏิบัติงาน เพราะโอกาสที่วัสดุต่าง ๆ จะกระเด็นมาเปื้อนเสื้อผ้าหรือเนื้อตัวของผู้ทำมีสูงมาก โดยเฉพาะสีและน้ำเทียน เสื่อกันเปื้อนในท้องตลาดมีทั้งแบบผ้า ถ้าจะให้ดีควรใช้แบบพลาสติก เพราะจะสามารถกันน้ำเทียนได้ แต่ถ้าเป็นแบบผ้าควรใช้แบบผ้าที่มีเนื้อหนาสมควร

2) วัสดุในการทำบาติก วัสดุในการทำบาติกเป็นวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้แล้วหมดไป ประกอบไปด้วยวัสดุต่าง ๆ ดังนี้

2.1) เทียน เป็นวัสดุสำคัญที่ใช้สำหรับกันสีและปิดส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสีเทียนที่ใช้ทำบาติกมีอยู่ด้วยกัน 2 แบบ คือ แบบแรกเป็นเทียนสำเร็จรูปนำมาละลายใส่ภาชนะใช้ได้เลย มีสีขาวขุ่น เป็นที่เขียนจะมีความเหนียวมีราคาแพง แบบที่ 2 เป็นเทียนได้จากส่วนผสมระหว่าง ขี้ผึ้งแท้ (Bee Wax) และพาราฟิน (Para Wax) ในอัตราส่วนที่เหมาะสม คุณสมบัติของขี้ผึ้งจะมีความเหนียวเกาะจับผ้าได้ดี ส่วนพาราฟินจะมีความเปราะแตกหักได้ง่าย เหมาะกับงานบาติกที่ทำให้เกิดรอยแตกของเส้นเทียน (Crack) ในการผสมเทียนแบบมาตรฐานให้ใช้ ขี้ผึ้ง 40% พาราฟิน 60% นอกจากนี้อาจมีส่วนผสมของยางสน ซึ่งขึ้นอยู่กับสูตรในการผสมเพื่อสร้างเทคนิคที่แตกต่างกันอย่างไรก็ดี เทียนที่ใช้ในการทำบาติกสามารถใช้ได้อีกต่อไปเรื่อย ๆ โดยมากผู้ใช้มักจะเพิ่มเติมปริมาณลงไปเมื่อน้ำเทียนลดลง

2.2) ผ้า ผ้าที่ใช้สำหรับทำผ้าบาติก โดยมากเป็นผ้าที่ทำมาจากใยธรรมชาติเพราะสามารถทำปฏิกิริยาดูดซับ สีได้ดีและย้อมสีติด แต่ไม่ควรใช้ผ้าที่มีเนื้อหนาจนเกินไป เพราะน้ำเทียนจะซึมผ่านได้ยากทำให้มีปัญหาในการกันสีได้ ฝ้ายธรรมชาติที่นำมาใช้มีอยู่ด้วยกันหลายชนิด สามารถแบ่งหมวดได้ 2 หมวดด้วยกัน คือ ผ้าทอมือ กับผ้าทอโรงงาน ดังนี้

- ผ้าทอมือ ผ้าทอมือในบ้านเราที่มีผู้นำมาใช้ในการทำบาติก เช่น ผ้าฝ้ายทอมือ ผ้าไหมทอมือ และผ้าใยกล้วย ทั้ง 3 แบบนี้ มักมีเส้นใยที่ใหญ่ เนื้อไม่ค่อยเรียบเสมอ ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ

- ผ้าทอโรงงาน เป็นฝ้ายธรรมชาติที่มีการผลิตโดยรูปแบบอุตสาหกรรม

- ผ้าฝ้ายลินิน (Muslin) เป็นผ้าที่นิยมนำมาใช้ในการทำผ้าบาติก มีตั้งแต่เนื้อขนาดกลางจนถึง เนื้อหนา ก่อนนำมาทำบาติกไม่จำเป็นต้องทำความสะอาดผ้าก่อน เนื่องจากไม่ค่อยมีสารเคมีเกาะติด ผ้าฝ้ายลินินมีหลาย ชนิด เช่น Pescale, Caligo, Chintz, Oxford, Sherting

- ผ้าไหม (Silk) ควรใช้ไหมเนื้อบาง จนถึงปานกลางเพื่อจะได้ไม่มีปัญหาของการไหลขึ้น ของน้ำเทียน ผ้าไหมที่นิยมนำมาทำบาติกแบบระบาย ได้แก่ ไหมไทย ไหมจีน ไหมแก้ว และไหมอินโดนีเซีย

- ผ้าใยลินิน (Linen) เป็นผ้าที่ทอจากใยแฟลกซ์ เนื้อฝ้ายมีน้ำหนัก นำมาย้อมสีได้ดี

- ผ้าสาลูชนิดบาง (Lawn) มีลักษณะโปร่งบางเหมือนผ้าแก้ว เนื้อนุ่มชุ่ม ทอด้วยฝ้ายหวิ ผิวเรียบ สามารถย้อมสีได้ดี
- ผ้าสาลู (Batist) มีลักษณะเหมือนกับผ้าสาลูชนิดบาง แต่เนื้อผ้ามีลักษณะที่บึกว่าเนื้อนุ่ม ฟอกขาว ชุบมันไม่ตกแต่งด้วยสารใด ๆ ทั้งสิ้น ค่อนข้างยับง่าย
- ผ้าปาน (Voile) มีน้ำหนักเท่ากับผ้าสาลูเนื้อบาง เป็นผ้าที่มีเนื้อนุ่ม ฝ้าย้อมติดสีดีสีสวยสด เนื้อผ้าไม่ค่อยยับ ผ้าบาติกของอินเดียนิยมทำมาจากผ้าปานเหมาะสำหรับตัดเสื้อฤดูร้อน
- ผ้าพีระมิต (Cambric) เป็นผ้าฝ้ายเนื้อบางเช่นเดียวกัน แต่ไม่โปร่งใส มีน้ำหนักเบา เป็นมันเงาเล็กน้อยเนื่องจากลงแป้งทำให้มีผิวสัมผัสสดใส ดังนั้นก่อนนำไปทำผ้าบาติกควรซักล้างให้สะอาดเสียก่อน
- ผ้าป๊อบปิ้น เป็นผ้าฝ้ายที่ไม่มีการตกแต่งผิว ย้อมสีได้ดี สามารถนำมาทำบาติกได้โดยไม่ต้องซักล้างน้ำก่อน ผ้าป๊อบปิ้นมีชื่อทางการค้าหลายชนิด เช่น ECE, Lucky
- ผ้าแพรฟูจ (Fug) เป็นผ้าหนักกว้างทอจากใยเรยอน เนื้อนุ่มเหมือนไหมมีชื่อเรียก อีกอย่างหนึ่งว่า เรยอน
- ผ้ายัด (Knit) ผ้ายัดมีหลายชนิดแต่ที่นำมาทำบาติกได้ดี คือ ผ้ายัดที่ใช้ฝ้าย 100% อาจจะทำอยู่ในรูปผลิตภัณฑ์สำเร็จ เช่น เสื้อยัดคอกลมแขนสั้น (T - Shirt) เป็นต้น (ประไพ ศุภตรัยวรพงศ, 2548)

2.3) สีที่ใช้ในการทำผ้าบาติกมีอยู่หลายชนิด ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติการเลือกใช้เทคนิค และการใช้กับผ้าชนิดต่าง ๆ การเลือกใช้สีสำหรับย้อมหรือระบายผ้าบาติก ควรเลือกใช้สีที่ติดในสภาพเป็น เนื่องจากการย้อมและการระบาย สีบาติกไม่ใช้ความร้อนเพราะบาติกมีการเขียนเส้นเทียนหรือพิมพ์ลายเทียนจะทำให้เทียนละลายหลุดลอกได้ อีกทั้งเทียนที่ใช้ในการเขียนบาติกไม่ทนต่อสารเคมีที่มีความเข้มข้น สารเคมีเหล่านี้จะทำปฏิกิริยากับเทียนทำให้เทียนหลุดลอกจากผ้าได้และขั้นตอนสุดท้ายของการทำผ้าบาติก ต้องมีการต้มละลายเทียนในน้ำร้อนเพื่อทำความสะอาดให้เทียนหลุดลอก สีบางประเภทไม่ทนต่อความร้อนอาจทำให้มีหลุดลอกหรือจางได้ สีที่ใช้ในการทำบาติกพบว่ามีย้อมด้วยกันหลายชนิด ดังที่ (ธวัชชัย เทียนประทีป, 2545) ได้อธิบายไว้ดังนี้

- สีรีแอคทีฟ (Reactive Dyes) เป็นสีที่นิยมนำมาทำบาติกลายเขียนระบายมากที่สุด เนื่องจากเป็นสีที่ละลายน้ำได้ทั้งน้ำร้อนหรือน้ำเย็น และย้อมใยเซลลูโลสที่ดีที่สุด เป็นสีที่ติดผ้าได้ง่าย สม่่าเสมอ สีสดใสสว่าง มีความคงทนสูงทนต่อแสงแดดและการซักฟอกได้ดี

ในการเลือกใช้ควรใช้สีที่เหมาะสมสำหรับทำผ้าบาติกย้อมเย็นเท่านั้น คือควรใช้สี รหัส “M Dyes”, MX ซึ่ง M หมายถึง การย้อมเป็นไม่ควรใช้สี ที่มีรหัส “H” (Hot Dyes) หมายถึง การย้อมร้อน

- สีวัต (Vat Dyes) เป็นสีที่ไม่ละลายน้ำต้องใช้สารรีดิวซ์ (Reduce) ที่เหมาะสมเช่น โซเดียมไฮโดรซัลไฟด์มาทำให้ละลายจึงจะติดใยเซลลูโลสได้ สีชนิดนี้มีความคงทนต่อแสงแดด

- สีอะโซอิก (Azole Dyes) ตัวสีไม่ละลายน้ำธรรมดา แต่ละลายน้ำที่มีด่างผสม เป็นสีที่ไม่นิยมย้อมใยเซลลูโลส

- สีเบสิก (Basic Dyes) ละลายน้ำได้ สีติดผ้าไม่ดี ย้อมติดได้เพียงเล็กน้อย หรือไม่ติดเลยมีคุณภาพต่ำทนต่อแสงได้น้อย ซีดเร็ว ซักแล้วสีตก

- สีเอซิด (Acid Dyes) เป็นสีที่ใช้ย้อมเส้นใยที่ได้จากพืชและสัตว์ โดยเฉพาะ เช่น ไหม ขนสัตว์ ป่าน ปอ สามารถละลายน้ำได้ ส่วนมากจะย้อมในน้ำย้อมที่เป็นกรด

- สีไดเรกต์ (Direct Dyes) เป็นสีสังเคราะห์ชนิดแรกที่ย้อมติดใยฝ้าย โดยไม่ใช้สารช่วยติด ละลายน้ำได้ดี เวลาซักสีตกมาก

- สีซัลเฟอร์ หรือซัลไฟต์ (Sulphur Dyes or Sulphide Dyes) หรือเรียกว่า สีกำมะถัน มักจะให้สีทึบและดำน ส่วนใหญ่ใช้ย้อมสีดำ น้ำตาล กรมท่า สีชนิดนี้ไม่ละลายน้ำจึงต้องใช้สารรีดิวซ์

- สีอินดิโกโซล หรือ ซัลลูทิลิสต์ (Indigosol Dyes or Sulubilised Vat Dyes) สามารถ นำมาใช้งานลักษณะเดียวกับสีวัต ส่วนที่แตกต่างกันคือ สีวัตจะละลายในต่างส่วนสีอินดิโกโซลละลายในน้ำ แต่เวลาสีละลายแล้วจะไม่ปรากฏเป็นสีจะต้องมีโซเดียมไนไตรต์ และกรดซัลฟิวริกอยู่จึงจะปรากฏเป็นสีให้เห็น

#### 2.4) สารกันสีตก สารกันสีตกที่ใช้ในการทำบาติกมีอยู่ด้วยกัน 2 ชนิด

- โซเดียมซิลิเกต (Na Sio) เป็นน้ำยาที่ใช้เคลือบหลังจากที่มีระบายหรือย้อมแห้งสนิทแล้ว มีความเป็นด่าง มีลักษณะเหลวข้นคล้ายน้ำผึ้ง ถ้าความข้นของโซเดียมซิลิเกตสูงจะต้องผสมน้ำในอัตราส่วนประมาณ 1/5 ส่วน สังเกตให้ดีถ้าผสมน้ำมากเกินไปจะทำให้ความเข้มข้นของน้ำยาลดลงไป คุณสมบัติในการกันสีตกหรือ Fixed สีก็จะลดลงตามไปด้วย

- สารฟิกซ์แอลบี (Fix - LB) เป็นสารกันสีตกแบบใหม่ ที่มีลักษณะเป็นผงค่อนข้างละเอียด สีเหลืองอ่อน ใช้ผสมรวมกับผงสีรีแอคทีฟ ในอัตราส่วน 1 : 1 หลังจากการระบายสี ซึ่งผสมสารฟิกซ์แอลบี (Fix - LB) ลงไปแล้วให้ทิ้งไว้อย่างน้อย 24 ชั่วโมงจึงนำไปซักล้างด้วยน้ำเปล่า 2 - 3 น้ำและสามารถเก็บสีไว้ใช้ได้เพียง 3 วันเท่านั้น (ศุภชัย สร้อยจิต, 2561)

2.5) สารต้มผ้า สารต้มผ้า เป็นสารที่ใช้ในผสมกับน้ำสำหรับต้มผ้าเพื่อขจัดน้ำยาเคลือบผ้าและเทียนออกให้หมดจด และทำให้ผ้าบาติกสะอาด เส้นเทียนปรากฏเป็นสีขาวชัด สารต้มผ้านี้อาจใช้โซดาแอช (Soda Ash) สบู่หรือผงซักฟอกโดย เลือกอย่างใดอย่างหนึ่งได้

2.6) สารแช่ผ้า สารแช่ผ้า หมายถึง สารที่ใช้ในขั้นตอนการแช่ผ้าเพื่อขจัดสารเคลือบ หรือสารตกแต่งผ้าให้หลุดออก เพื่อจะได้ไม่เป็นอุปสรรคต่อการย้อม สารนี้ คือน้ำส้มสายชูกลั่นที่ใช้ในครัวเรือนทั่วไป

2.7) สารซักผ้า สารซักผ้า หมายถึง สารที่ใช้ซักผ้าในครัวเรือนทั่วไป อาจอยู่ในรูปของน้ำยาซักแห้งหรือผงซักผ้า สารซักผ้าจะใช้ซักผ้าในขั้นตอนเตรียมผ้าเพื่อทำบาติก และซักในขั้นตอนสุดท้ายหลังจากต้มลอกเทียนเสร็จแล้ว

2.8) ผ้าซับเทียน ผ้าที่ใช้ร่วมกับขั้นตอนการเขียนเทียน โดยผ้าซับเทียนจะใช้ซับน้ำเทียนที่เกาะอยู่รอบ ๆ ส่วนถ้วยของจันต๊ะ เพื่อกันไม่ให้เทียนหยดลงส่วนอื่น ๆ เป็นผ้าที่ใช้อุดปลายท่อจันต๊ะเอาไว้เมื่อต้องการย้ายตำแหน่งการเขียนเทียน ผ้าที่ใช้ซับเทียนควรเป็นผ้าที่เรียบ เนื้อบางปานกลาง สะอาด ไม่ควรเป็นผ้าเนื้อขน แข็งและหนา ช่างทำบาติกบางคนใช้กระดาษชำระซับเทียน โอกาสที่กระดาษชำระจะเปื้อยติดกับกระเปาะจันต๊ะและตกลงไปในหม้อเทียนกลายเป็นตะกอนกลับมาอุดตันในท่อจันต๊ะมีสูง จึงไม่แนะนำให้ใช้ แต่มีบางกรณีช่างทำบาติกบางคนไม่ใช้ผ้าซับเทียนแต่จะใช้กระดาษแข็งพับเป็นกรวยของเทียนแทน เทียนที่หยดและไหลออกมาเมื่อเต็มกรวยแล้วใช้ช้อนตักขณะที่เทียนยังอุ่นๆ เอากลับมาใช้ใหม่ได้

2.9) กระดาษซับเทียน กระดาษซับเทียนเป็นกระดาษที่ใช้ซับเทียนขณะที่มีการรีดเทียนออก โดยจะวางรองผ้าทั้งด้านล่าง และด้านบนเอาไว้ก่อนทำการรีดเทียน มักจะใช้เป็นกระดาษปรีฟ (Paper News) มี 2 ชนิดในท้องตลาด คือ ชนิดสีเหลืองและสีขาวผู้ทำผ้าบาติกจำนวนหนึ่งใช้กระดาษหนังสือพิมพ์ แต่ผู้เขียนเห็นว่าหมึกพิมพ์มีโอกาส หลุดมาเปื้อนผ้าให้เสียหายได้ แต่อย่างไรก็ตามการหากต้องการใช้เพื่อความประหยัด ควรระมัดระวังปัญหาดังกล่าว ด้วยการไม่รีดเทียนตำแหน่งเดิมของกระดาษหนังสือพิมพ์นานเกินไปก็จะช่วยป้องกันได้ระดับหนึ่ง

2.10) ชุดวาดเขียน ประกอบไปด้วยกระดาษชาร์ทแข็งสีขาว กระดาษวาดเขียน ปากกาเมจิกกันน้ำสีเข้ม ดินสอ ยางลบ และสีน้ำหรือสีไม้ดินสอ จะใช้สร้างลวดลาย ตั้งแต่การร่างภาพจนกระทั่งเป็นลวดลาย ต้นแบบขนาดเท่าจริงที่พร้อมจะลอกลายลงบนผ้าเพื่อจะทำการเดินเส้นเทียนต่อไป (จิตรกรรมบาติก, 2562)



## 2.3.2 การสร้างลวดลาย

2.3.2.1 ความหมายของการออกแบบลวดลาย สำหรับความหมายของการออกแบบลวดลายเป็นคำที่แยกออกมาเป็น 2 คำ คือ “การออกแบบ” กับ “ลวดลาย” จาก 2 คำนี้เมื่อเรามาแยกความหมายเป็น 2 ประเด็นดังนี้คือ

ความหมายของคำว่า “การออกแบบ”

ความหมายของคำว่า “ลวดลาย”

นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้มากมายดังนี้

พรทิพย์ เรืองธรรม (2556) กล่าวไว้ว่า การออกแบบ (Design) คือ การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบโดยวางแผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยวัสดุ และการผลิตของสิ่งที่ต้องการออกแบบนั้น เช่น การออกแบบหมวก คือ การวางแผนสร้างหมวกในรูปแบบใหม่ โดยเน้นความเหมาะสมของรูปทรง สี เส้น เป็นต้น

พินาลิน สาริยา (2549) กล่าวว่า การออกแบบ คือ การรู้จักวางแผนกำหนดขั้นตอนในการสร้างงานอย่างเหมาะสมสวยงาม เพื่อประโยชน์ใช้สอยในรูปแบบต่าง ๆ หรืออีกนัยหนึ่ง การออกแบบ คือ การกำหนดความนึกคิด (Idea) ตามประเภทและวัตถุประสงค์ในการสร้างผลงาน โดยสอดคล้องกับคุณสมบัติของวัสดุที่นำมาใช้

มานิช กงกะนันท์ (2538, อ้างใน อ้อยทิพย์ พลศรี, 2545) กล่าวไว้ว่า การออกแบบ คือ กระบวนการสร้างสรรค์ประเภทหนึ่งของมนุษย์ โดยมีทัศนธาตุและลักษณะของทัศนธาตุเป็นองค์ประกอบ ใช้ทฤษฎีต่าง ๆ เป็นแนวทางและใช้วัสดุ นานาชนิดเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ โดยที่นักออกแบบจะต้องมีขั้นตอนในการปฏิบัติงานหลายขั้น ตลอดกระบวนการสร้างสรรค์นั้น

พรทิพย์ เรืองธรรม (2556) กล่าวไว้ว่า การออกแบบหมายถึง การเตรียมการโดยการอาศัยขั้นตอนหรือแบบแผนที่บรรจุไว้เป็นเครื่องมือของโครงการที่กำหนดขึ้นตามจุดมุ่งหมายในทางออกแบบในสาขาวิชาซีพนั้น ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

ประเสริฐ ศีลรัตน์ (2538) กล่าวไว้ว่า การออกแบบคือ การแก้ปัญหาและรู้หลักการในศิลปะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ใช้สอยและเกิดความงาม โดยการสร้างสรรค์ผลงานขึ้นมาโดยไม่ลอกเลียนหรือความคิดเดิมที่มีมาก่อน

จากความหมายของการออกแบบ จากนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายข้างต้นนั้นเราพอสรุปได้ว่า การออกแบบ หมายถึง การรู้จักแก้ปัญหาและเข้าใจในเรื่ององค์ประกอบทางศิลปะ มาใช้ในการออกแบบมีการวางแผน การคิดสร้างสรรค์ประกอบการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยรวมไปถึงวัสดุ อุปกรณ์นั้น ๆ

ความหมายของคำว่า “ลวดลาย” สำหรับความหมายของคำว่า “ลวดลาย” มีผู้ให้ความหมายของลวดลายไว้ดังนี้ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (2538 : 720) ได้กำหนดไว้ว่า ลวดลายเป็นคำนาม หมายถึง ลายต่าง ๆ ที่เขียนหรือแกะสลัก ฝีมือ ความสามารถที่แสดงให้ปรากฏโดยปริยายหมายความว่า มีลูกไม้หรือชั้นเชิงต่าง ๆ

อ้อยทิพย์ พลศรี (2545) กล่าวไว้ว่า การออกแบบลวดลาย หมายถึง การจัดระบบความคิดผ่านกระบวนการสร้างสรรค์เป็นลวดลายต่าง ๆ โดยอาศัยองค์ประกอบของการออกแบบประยุกต์ให้เข้ากับวัสดุ เทคนิควิธีการ และรูปแบบของงานที่จะออกแบบอย่างมีชั้นเชิง

พินาสิน สาริยา (2549) กล่าวไว้ว่า การออกแบบลวดลาย หมายถึง การกำหนดความนึกคิด (Idea) ด้วยจุดเส้น รูปร่าง รูปทรง และสี เพื่อสร้างสรรค์ผลงานประกอบการสร้างผลงาน

จากความหมายของคำว่า “การออกแบบ” และคำว่า “ลวดลาย” ข้างต้นนั้น เมื่อนำทั้ง 2 คำมารวมกันกลายเป็นคำว่า “การออกแบบลวดลาย” หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์งานลวดลายต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง สีและเทคนิควิธีการต่าง ๆ ให้เกิดลายขึ้นมาในรูปแบบแปลกใหม่สอดคล้องกับการนำไปใช้สอยเป็นสำคัญ

2.3.2.2 แนวทางในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก สำหรับแนวทางในการออกแบบลวดลายโดยทั่ว ๆ ไปแล้วมีแนวทางหลายทางในการออกแบบลวดลายดังเช่น (พินาสิน สาริยา, 2535) กล่าวไว้ว่า แนวทางในการออกแบบลวดลายมี 4 แนวทาง ดังนี้

1) สร้างงานจากความจริง (Realistic) หมายถึง การสร้างงานโดยได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติหรือจากการดูของจริง ลักษณะของงานจะมีรายละเอียดสี แสง เงา เหมือนกับที่ตามองเห็น เช่น

1.1) ภาพหุ่นนิ่ง (Still Life) ได้แก่ ภาพดอกไม้ ผลไม้ สิ่งของเครื่องใช้ประเภทต่าง ๆ

1.2) ภาพทิวทัศน์ (View) ได้แก่ ภาพทะเล ภาพบ้านสิ่งก่อสร้าง ภาพบรรยากาศ

1.3) ภาพคน (Figure) ได้แก่ ภาพคนเหมือน ซึ่งเน้นความงามที่ใบหน้า ภาพคนครึ่งตัวเน้นลักษณะท่าทาง ภาพคนเต็มตัวเน้นสัดส่วน ท่าทาง

1.4) ภาพสัตว์ (Animal) ได้แก่ ภาพสัตว์ทุกชนิด

2) สร้างงานจากความคิด (Idealistic) หมายถึง การสร้างงานโดยได้รับแรงบันดาลใจจากความเชื่อ คำบอกเล่าหรือสิ่งที่ไม่เคยพบเห็นจากจินตนาการ อุดมคติ มโนภาพหรือจากเรื่องราวที่ประมวลขึ้นเป็นภาพ เช่น

- 2.1) ภาพเรื่องราวในประวัติศาสตร์
- 2.2) ภาพเรื่องราวเกี่ยวกับวรรณคดี
- 2.3) ภาพเรื่องราวเกี่ยวกับศาสนา
- 2.4) ภาพเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี

3) สร้างจากนามธรรม (Abstract) หมายถึง การสร้างงานโดยการถ่ายทอดเฉพาะความรู้สึกของผู้สร้างเท่านั้น ผู้ดูอาจรู้เรื่องหรือไม่รู้เรื่องก็ตาม ผู้สร้างผลงาน คำนึงถึงเพียงเพื่อให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกรับรู้ด้วยวิจารณญาณ ความคิดคำนึง

4) สร้างงานโดยประยุกต์จากของจริง (Applied Realistic) หมายถึง การสร้างผลงานการประยุกต์ ดัดแปลง ปรับปรุง ตัดทอน ต่อเติมให้เกิดความงามร่วมกันระหว่างของจริงและความคิดสร้างสรรค์ของผู้สร้างงาน การสร้างงานแบบนี้สามารถสร้างงานได้ตามความต้องการสร้างงานได้อย่างกว้างขวาง (อ้อยทิพย์ พลศรี, 2545) กล่าวไว้ว่า แนวคิดหรือแนวทางของการออกแบบลวดลายผ้าบาติกที่ปรากฏอยู่มี 2 แนวทางคือ

4.1) รูปแบบที่ได้จากธรรมชาติ หมายถึง รูปแบบที่เราได้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ ใบไม้ สัตว์ แมลง หิน น้ำ เป็นต้น รูปแบบเหล่านี้มีขนาดรูปร่างสีเส้นแตกต่างกันไป นี่แหละที่เรามักจะได้รับแรงบันดาลใจ แล้วถ่ายทอดออกมาโดยวิธีการตัดทอนปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ให้เกิดลายสวยงามได้

4.2) รูปแบบที่ได้จากมนุษย์สร้างขึ้น รูปร่างที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นรูปแบบที่มนุษย์คิดขึ้นเองตามจินตนาการของแต่ละบุคคล ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ

- ลักษณะลวดลายจากเรขาคณิต หมายถึง การออกแบบลวดลายผ้าที่นำลักษณะของเส้นโค้ง เส้นตรง เส้นคด ตลอดจนรูปทรงเรขาคณิต เช่น รูปทรงกลม รูปเหลี่ยม รูปกรวย

- ลักษณะลวดลายจากไทยและลายเครือเถา เป็นลักษณะลวดลายตามลักษณะของศิลปะประจำชาติ เช่น ลายกนก ลายเครือเถา เป็นต้น

- ลักษณะลวดลายจากความคิดของผู้ออกแบบเองที่เรียกว่า ลายนามธรรม (Abstract) หมายถึง ผู้ออกแบบลวดลายที่ได้แรงบันดาลใจจากความรู้สึกนึกคิดในการถ่ายทอดออกมาจากความนึกคิดให้ผู้ดูรับรู้ด้วยความคิด คำนึงลวดลายนั้น ๆ สามารถทำให้ผู้ดูบอกได้ว่าเป็นลวดลายอะไร แต่ผู้สร้างงานหรือผู้ออกแบบสามารถอธิบายได้ (อ้อยทิพย์ พลศรี, 2545) กล่าวไว้ว่า แนวทางของการออกแบบลวดลายมีแนวทาง ดังนี้

แนวทางจากธรรมชาติ เช่น ลวดลายจากพืชชนิดต่าง ๆ ได้แก่ ลำต้น ใบไม้ เปลือกไม้ กิ่งก้าน รากหรือแม้แต่ผลก็ตาม ลวดลายจากสัตว์ ได้แก่ สัตว์บก สัตว์น้ำ สัตว์ครึ่งบก ครึ่งน้ำ สัตว์ปีก ลวดลายจากวัตถุธรรมชาติ ได้แก่ ก้อนหิน ดิน ททราย แร่ธาตุชนิดต่าง ๆ ลวดลายจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เป็นลักษณะที่เกิดขึ้นจากปรากฏการณ์บางอย่างอาจจะอยู่เป็นเวลานาน ได้แก่ ลักษณะการทับซ้อนของโขดหิน ลักษณะการก่อตัวของก้อนเมฆ หรือดวงดาว

รูปทรงเรขาคณิต มนุษย์สร้างรูปทรงเรขาคณิตขึ้นโดยอาศัยการสังเกตจากธรรมชาติแล้วตัดทอนให้มีลักษณะที่เรียบง่าย ด้วยการใช้เครื่องมือช่วยในการสร้างให้มีฐานกำเนิดมาจากรูปทรงเรขาคณิตมากมาย ทั้งวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม เป็นต้น

รูปทรงอิสระ ลักษณะของรูปทรงอิสระเป็นลักษณะที่ไม่มีรูปแบบแน่นอนตายตัว จึงมีนักออกแบบไม่น้อยที่นิยมใช้รูปทรงอิสระมาสร้างสรรค์ลวดลายต่าง ๆ เพราะนอกจากจะมีความคิดเป็นอิสระในการสร้างสรรค์แล้ว ลักษณะของงานก็จะดูแปลกไปอีกแนว

จากแนวทางของอ้อยทิพย์ พลศรี ที่กล่าวแล้วข้างต้น พอสรุปได้ว่า แนวทางของการออกแบบลวดลายมี 3 ทาง คือ จากธรรมชาติ จากรูปทรงของเรขาคณิต และรูปทรงอิสระ สำหรับแนวทางการออกแบบลวดลายผ้าของ พิณาลิน สาริยา (2549) กล่าวว่าแนวทางในการออกแบบลวดลายผ้าที่สำคัญคือ จะต้องออกแบบลวดลายให้ครบ 1 ช่วงลาย (Repeat) และลวดลายนั้นจะต้องต่อกันได้ทั้ง 4 ด้านอย่างลงตัวพอดีเวลานำไปพิมพ์ ขนาดของลวดลายผ้าที่มีจำหน่ายอยู่โดยทั่วไป มีขนาดหน้าผ้ากว้าง 36 นิ้ว 40 นิ้ว 45 นิ้ว และ 60 นิ้ว ซึ่งออกแบบลวดลายจะต้องออกแบบลวดลายให้มีขนาดสอดคล้องกับแม่แบบสำหรับพิมพ์ ผู้ออกแบบลวดลายผ้าสำหรับพิมพ์ในกรณีที่เป็นผ้าสำหรับตัดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายก็สามารถออกแบบลวดลายแม่แบบสำหรับพิมพ์ผ้าได้ 2 แบบ ดังนี้

1) ออกแบบลวดลายแม่แบบสำหรับพิมพ์ผ้าขนาดเท่ากับขนาดความกว้างของผ้า 36 นิ้ว 40 นิ้ว 45 นิ้ว และ 60 นิ้ว ยาว 18 นิ้ว

2) ออกแบบลวดลายแม่แบบสำหรับพิมพ์ผ้าขนาด 2 ส่วน 3 ส่วน 4 ส่วน และ 6 ส่วน ผลรวมของสัดส่วนเท่าความกว้างของหน้าผ้า ดังนี้

2.1) กว้าง 20 นิ้ว ยาว 18 นิ้ว

2.2) กว้าง 10 นิ้ว ยาว 18 นิ้ว

2.3) กว้าง 10 นิ้ว ยาว 9 นิ้ว

จากแนวทางการออกแบบลวดลายผ้าบาติกของ พีนาลิน สาริยา (2549) ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีแนวทางการออกแบบลวดลายผ้าที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ ซึ่งปรัชญา อาภรณ์, (2537) กล่าวไว้ว่า แนวทางในการออกแบบผ้าบาติกให้สวยงามได้นั้น จะต้องยึดหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1) การลอกแบบ เป็นขั้นตอนที่ง่าย โดยเริ่มต้นการลอกแบบจากคนอื่น เพื่อให้รู้ว่า จะทำอย่างไรดีในการเริ่มต้น แต่ไม่ควรลอกของคนอื่นตลอดไปเป็นแนวทางที่ถาวร เพราะจะไม่เป็น การสร้างสรรค์ผลงานใหม่ที่เท่าที่ควร ดังนั้นการลอกแบบเพื่อการศึกษาเริ่มต้นเท่านั้น

2) การดัดแปลงแบบ เป็นขั้นตอนที่ควรฝึกฝนเป็นขั้นตอนที่เริ่มใช้ความคิด ปัญญา ขึ้น หลักในการดัดแปลงได้แก่ ดัดแปลงในเรื่องของ สี ขนาด จำนวน การจัดภาพและที่สำคัญดัดแปลง เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานที่จะทำและนำไปใช้ในรูปแบบต่าง ๆ

3) การคิดแบบขึ้นมาใหม่ สำหรับการคิดแบบขึ้นมาใหม่นั้น เป็นขั้นตอนที่ดียิ่งใน การสร้างสรรค์ผลงานที่ช่วยทำให้เกิดแนวทางรูปแบบใหม่ขึ้น แต่ค่อนข้างจะทำยากเพราะนอกจากจะ อาศัยความสามารถในการจัดรูปแบบให้สวยงามแล้ว ยังต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม รวมถึงจะ ออกแบบอย่างไรให้เป็นที่ต้องการของตลาดเพื่อจำหน่าย ดังนั้นการออกแบบอาจมีแนวทางดังนี้

3.1) จัดเรื่องราวหรือส่วนต่าง ๆ ของภาพให้เหมาะสมของชิ้นงาน

3.2) รูปแบบที่ออกแบบอาจมาจากของจริงหรือภาพถ่ายจากของจริง เช่น ดอกไม้ แมลง ปู ปลา กุ้ง เป็นต้น

3.3) คิดรูปแบบให้สอดคล้องกับภูมิประเทศหรือสภาพท้องถิ่น เช่น เมือง ชายทะเลก็นำเอารูปปลา ปู เต่า หอย กุ้ง มาเป็นแบบเพื่อให้เข้ากับบรรยากาศและยังเป็นเอกลักษณ์

3.4) นำเอารูปแบบสัตว์หรือธรรมชาติอย่างอื่นมาเป็นแบบและตัดทอนส่วน ละเอียดออกบ้างให้เหลือเส้นรอบนอก และภายในที่สำคัญบางส่วนไว้

จากนักวิชาการหลายท่านที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นนั้น ในเรื่องของแนวทางในการออกแบบ ลวดลายผ้าหากพิจารณาแล้ว พอสรุปได้ว่า แนวทางออกแบบลวดลายผ้าบาติกมีแนวทางใหญ่ ๆ 3 แนวทางคือ จากนามธรรมจากธรรมชาติและจากมนุษย์สร้างขึ้น แนวคิดจากนามธรรม เป็นการ ออกแบบลวดลายซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากความรู้สึกนึกคิดในการถ่ายทอดของผู้ออกแบบลวดลาย เพียงเพื่อให้ผู้นำลวดลายผ้าไปใช้เกิดความรู้สึกรับรู้ด้วยความคิดคำนึงลวดลายนั้น ๆ ไม่สามารถทำให้ ผู้นำลวดลายผ้าไปใช้บอกได้ว่าเป็นลวดลายอะไร อาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ มาเป็นสื่อแทนค่า ความรู้สึกมากกว่า จากภาพที่ 2.28 จะเห็นได้ว่า คัมภีร์ดา เลือกใช้สีแทนความรู้สึก สร้างให้เกิด ความรู้สึกบรรยากาศ และการเคลื่อนไหวในช่วง ณ ขณะนั้นจากธรรมชาติเป็นลวดลายที่สร้างขึ้นโดย อาศัยรูปแบบจากธรรมชาติเป็นสื่อหรือแรงบันดาลใจ ในการสร้างสรรค์ผลงาน ผสมผสานกับความคิด

สร้างสรรค์ของผู้ออกแบบลวดลายด้วยวิธีการลด เพิ่ม ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงแต่ลวดลายนั้นยังคงทำให้ผู้นำลวดลายผ้าไปใช้บอกได้ว่าเป็นลวดลายอะไรส่วนแนวทางจากมนุษย์คิดขึ้นเป็นการทำให้เกิดบางสิ่งบางอย่างขึ้นมา ซึ่งบางสิ่งบางอย่างนั้นอาจไม่เคยมีอยู่มาก่อน ทั้งที่เป็นผลิตผล กระบวนการ หรือความคิด จากภาพที่ 2.29 จะเห็นได้ว่าสุภาพรถ่ายทอดผลงานผ่านเรื่องราวจากจิตรกรรมฝาผนังสมัยอยุธยาสู่ลายพิมพ์ผ้า โดยนำเอาจุดเด่นหรือจุดที่น่าสนใจมาออกแบบผสมกันของธรรมชาติในยุคสมัยอยุธยา จิตใจของมนุษย์ และการแบ่งแยกชนชั้นของมนุษย์ เช่น แนวทางด้านรูปแบบเรขาคณิต ได้แก่ รูปร่าง - รูปทรงสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม วงกลม หรือรูปแบบอื่น ๆ หรือลวดลายจากเส้นใย ลายไทย ลายเครือเถาและลายจินตนาการของผู้สร้างเอง



ภาพที่ 2.28 ภาพร่างผลงานศิลปะจากธรรมชาติผันแปรไปสู่นามธรรม

ที่มา: คัมภีรดา สุขขวัญ (2559)



ภาพที่ 2.29 แนวความคิดแบบร่างลายพิมพ์ผ้าจากสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น

ที่มา: สุภาพร อามิตร (2560)

2.3.2.3 ลักษณะรูปแบบลวดลายผ้าบาติก ลักษณะรูปแบบลวดลายผ้าบาติก เป็นส่วนสำคัญของการออกแบบลวดลายผ้าบาติกโดยเฉพาะลวดลายผ้าบาติกลายเขียน ผู้ออกแบบสามารถออกแบบให้มีรายละเอียดสลับซับซ้อนอย่างไรก็ได้ ดังนั้นลักษณะรูปแบบลวดลายผ้าบาติกมีลักษณะใหญ่ 4 ชนิด คือ

1) ลายเรขาคณิต เป็นลักษณะของลวดลายที่นำลักษณะของเส้นคือเส้นตรง เส้นโค้ง เส้นคด ตลอดจนรูปทรงเรขาคณิต เช่น รูปทรงกลม รูปเหลี่ยม รูปกรวยต่าง ๆ ส่วนมากนิยมนำมาจัดองค์ประกอบให้ซ้ำกัน (Repetition) หรือเคลื่อนไหวอย่างมีจังหวะ (Rhythmic) การลื่นไหลของเส้น ตลอดจนการจัดเส้นให้มีความต่อเนื่องกัน การจัดรูปทรงให้บังกัน ซ้อนกันคาบเกี่ยวกัน ซึ่งเหมาะกับผ้าบาติกสำหรับบุรุษมากกว่าสตรีหรืองานจิตรกรรมเทคนิคบาติกเพื่อประดับฝาผนัง

2) ลวดลายที่ดัดแปลงมาจากธรรมชาติ โดยเฉพาะดัดแปลงมาจากส่วนต่าง ๆ ของพรรณพฤกษา เช่น ดอก ใบ กิ่ง ก้าน ลวดลายชนิดนี้มักจัดองค์ประกอบให้ดูนุ่มนวลอ่อนหวาน ลักษณะของลายมีการลื่นไหล และต่อเนื่องกันเป็นจังหวะ บางครั้งอาจนำเอาเส้นตรง เส้นโค้งมาจัดองค์ประกอบให้ดูเป็นใบ ช่อ พวง ซึ่งเป็นลักษณะที่เลียนแบบมาจากธรรมชาติหรือดัดแปลงมาจากธรรมชาติ ทั้งในเรื่องรูปทรงและสีสัน ลวดลายชนิดนี้นิยมใช้กับผ้าปูโต๊ะ ผ้าคลุมผม ผ้าคลุมตู้เย็น ผ้า màn ตลอดจนผ้าตัดเสื้อสตรี

3) ลายไทยและลายเครือเถา เป็นลักษณะลวดลายตามลักษณะของศิลปะประจำชาติ เช่น ลายกนก และลายเครือเถา ลายดอกพุดตาน ลายประเพณีนิยมเขียนบนผ้าไหมและไหมจีนเป็นผ้าตัดเสื้อและภาพบาติกประดับผนัง

4) ลายประเพณีภาพสัตว์ โดยทั่วไปนิยมภาพนกมากกว่าภาพอื่น ๆ เนื่องจากภาพนกรูปร่างสวยงามและมีสีสันดึงดูดความสนใจมากกว่าภาพสัตว์ชนิดอื่น โดยเฉพาะบาติกจากอินโดนีเซียยกย่องว่าบาติกลายนกเป็นบาติกชั้นสูง ภาคใต้ของไทย นั้นนิยมภาพลายนกยูงมากกว่าภาพสัตว์ชนิดอื่น นอกจากนี้การทำบาติกสมัยใหม่ โดยเฉพาะเมืองชายทะเล เช่น ภูเก็ต ยะลา นราธิวาส ยังมีการออกแบบเป็นลวดลายของใต้ท้องทะเล เช่น หอย ปู ปะการัง กุ้ง เป็นต้น

2.3.2.3 หลักการออกแบบลายผ้าบาติก หลักการออกแบบลายผ้าบาติกโดยทั่วไปแล้ว มีหลักการออกแบบที่ยึดองค์ประกอบของการออกแบบ (Elements of Design) เพื่อถ่ายทอดความคิดให้เป็นการออกแบบและเป็นแบบอย่างที่น่าสนใจ ซึ่งมีหลักการออกแบบลายผ้าดังนี้

1) ลายขนาดจิ๋ว เป็นลายที่มีขนาดเล็กมากมีส่วนละเอียดมากสามารถใช้งานได้เกือบทุกประเภท เพราะบางลายดูไกล ๆ แทนจะไม่มีผลต่อการทำลายสิ่งแวดล้อมเลย คือ ลวดลายไม่เด่นชัด

2) ลายขนาดเล็ก เป็นลายขนาดเล็ก เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1 – 2 เซนติเมตร มีส่วนละเอียดไม่มาก ใช้ประโยชน์ได้มาก

3) ลายขนาดกลาง ลายขนาดกลางนี้จะมีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 2 – 3 เซนติเมตร อาจจะเป็นลายที่มีขนาดใหญ่กว่าลายขนาดเล็กหรือขนาดเท่ากัน แต่มีตำแหน่งในการวางลายห่างกว่ากัน คือ ลายขนาดกลางจะมีช่องว่างมากกว่าลายขนาดเล็ก แต่การใช้งานจะไม่กว้างขวางเท่าลายขนาดเล็ก เนื่องจากต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในเรื่องขนาดของวัตถุที่นำผ้าที่มีลายขนาดกลางไปใช้เป็นส่วนประกอบหรือตกแต่ง

4) ลายขนาดใหญ่ เป็นลายที่มีขนาดใหญ่กว่าลายขนาดกลางขึ้นไป มีเส้นผ่าศูนย์กลางของลายประมาณ 4 เซนติเมตรเป็นต้นไป จะเป็นงานที่ออกแบบเพื่อใช้ประโยชน์เฉพาะงานนั้น ๆ เช่น ผ้าคลุมเตียง ผ้าม่าน

นอกจากขนาดลวดลายในการออกแบบแล้ว พิณาลิน สาริยา (2549) ได้กล่าวว่า การออกแบบลวดลายผ้า ยังจะต้องคำนึงในส่วนของลวดลาย ยังจะต้องคำนึงในส่วนของลวดลายที่จะนำมาสร้างนั้นมี 4 ประเภท ดังนี้

2.3.2.4 จุด คือ รายละเอียดย่อยที่เล็กที่สุด มีลักษณะกลมขนาดเล็ก – ใหญ่ แตกต่างกันขึ้นอยู่กับประโยชน์ใช้สอยหรือความต้องการของการนำไปใช้ประกอบให้เกิดเป็นลวดลายที่แปลกใหม่ เช่น

- 1) การนำจุดไปใช้เรียงกันและทำซ้ำกัน
- 2) การนำจุดไปใช้โดยให้ช่วงจังหวะซ้ำกัน
- 3) การนำจุดไปใช้โดยให้สมดุลกันเหมือนกันทั้งสองข้าง
- 4) การนำจุดไปใช้โดยให้ขนาดแตกต่างกัน

2.3.2.5 เส้น คือ รายละเอียดย่อยที่เกิดจากจุดหลาย ๆ จุดที่ต่อเนื่องกัน มีลักษณะของความยาวและทิศทางที่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่กับการกำหนดรูปแบบเพื่อนำไปใช้ประกอบให้เกิดเป็นลวดลายที่แปลกใหม่ตามความต้องการ ลักษณะของเส้นมีหลายลักษณะ เช่น เส้นตั้ง เส้นนอน เส้นทแยง เส้นตัดกัน เส้นโค้ง เส้นหยัก ซึ่งแต่ละเส้นจะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันไป



2.3.2.6 รูปร่าง คือ รายละเอียดที่เกิดจากเส้นที่ลากไปในทิศทางใด ๆ โดยไม่ทับเส้นเดิมตามต้องการและกลับมายังจุดเริ่มต้น โดยก่อให้เกิดพื้นที่ลักษณะต่าง ๆ ขึ้น เพื่อนำไปใช้ประกอบการสร้างลวดลายที่แปลกใหม่ตามความต้องการ มีแนวทางการนำรูปร่างแบบต่าง ๆ ไปใช้ให้เกิดลวดลายดังนี้

- 1) รูปร่างที่มีลักษณะพื้นที่ธรรมชาติ
- 2) รูปร่างที่มีลักษณะพื้นที่เรขาคณิต
- 3) รูปร่างที่มีลักษณะพื้นที่สิ่งของเครื่องใช้
- 4) รูปร่างที่มีลักษณะพื้นที่อิสระ

2.3.2.7 แสง - เงา คือ รายละเอียดย่อยของการออกแบบลวดลายที่เสริมสร้างให้ลวดลายเกิดค่าน้ำหนักความอ่อน - แข็ง ขึ้นในลวดลาย เช่น การกำหนดพื้นที่แต่ละส่วนเพื่อให้เกิดความเด่นชัด สวยงามของลวดลาย

การใส่แสง - เงาให้เกิดความแตกต่างในลวดลายตามที่กำหนด

การใส่แสง - เงาที่มีค่าความเข้มในส่วนของลวดลายที่ต้องการเน้นให้เกิดจุดสนใจ เพื่อให้เกิดความเด่นชัดของลวดลาย

ในส่วนของการออกแบบลวดลายดังกล่าวแล้วนั้น ยังมีส่วนประกอบที่สำคัญในการจัดลวดลายในเชิงการออกแบบอีกมากมายหลายประการ ดังนี้

#### 2.3.2.8 เอกภาพ (Unity)

เอกภาพ คือ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กัน มองดูแล้วเป็นกลุ่มก้อน ไม่แตกกระจาย การออกแบบสร้างสรรค์งานศิลปะ เป็นการสร้างเอกภาพขึ้นจากความสับสน ยุ่งเหยิง ทั้งยังเป็นการจัดระเบียบและดุลยภาพให้แก่สิ่งที่ขัดแย้งกัน เพื่อให้รวมตัวกันได้เป็นอย่างดี รายละเอียดเกี่ยวกับเอกภาพ มีดังนี้

1) เอกภาพแบบคงที่ (Static unity) หมายถึง การจัดกลุ่มของรูปร่างหรือรูปทรงทางเรขาคณิต เอกภาพในลักษณะนี้จะให้ความรู้สึกแข็ง มั่นคง ไม่แสดงความรู้สึกเคลื่อนไหว เช่น งานออกแบบสถาปัตยกรรมทั่ว ๆ ไป รวมทั้งงานออกแบบ 2 มิติและ 3 มิติอื่น ๆ

2) เอกภาพแบบเคลื่อนไหว (Dynamic unity) หมายถึง การจัดกลุ่มของรูปร่างหรือรูปทรงอิสระ เอกภาพในลักษณะนี้จะให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว

2.3.2.9 สมดุลในลักษณะเท่ากัน (Symmetry Balance) คือ ลวดลายหรือรูปทรงที่มีความแตกต่างกันทั้งสองด้านซ้ายขวา หรือที่เรียก สมมาตร

2.3.2.10 สมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน (Asymmetry Balance) คือ ลวดลายหรือรูปทรงที่ดูแล้วไม่เท่ากันหรือไม่เหมือนกันทั้งซ้ายและขวา ที่เรียกว่า อสมมาตร การสมดุลในลักษณะแบบนี้ ถึงแม้ว่าจะไม่เท่ากันในด้านขนาด รูปร่าง มวล ในทางการออกแบบสามารถทำให้ดูแล้วเกิดความสมดุลได้ในความรู้สึกด้วยน้ำหนัก เส้น สี หรือ ชาติอื่น ๆ โดยไม่ดูโน้มเอียงไปด้านซ้ายหรือขวาด้านบนหรือด้านล่าง การออกแบบในลักษณะนี้มีจุดประสงค์ในด้านความทันสมัย แปลกตาไม่จำเจดูแล้วไม่น่าเบื่อ โดยการใช้น้ำหนักของสี ซึ่งช่วยให้งานออกแบบดูแล้วไม่เอียงไปด้านใดด้านหนึ่งนั้น หมายถึง ดูแล้วให้ความรู้สึกสมดุล

#### 2.3.2.11 ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts)

1) ส่วนเด่นและส่วนรอง (Dominance and Subordination) หมายถึง การเน้นให้เกิดความโดดเด่นทางศิลปะ ดูแล้วเกิดความน่าสนใจ ประทับใจ แก่ผู้พบเห็น จุดเน้นอาจจะเป็นสี รูปทรง ลวดลาย หรือพื้นผิวของผลงาน ในการเน้นจุดเด่นควรมีตำแหน่งไม่กระจายทั่วทั้งตัวผลงาน เพราะถ้าจุดเด่นเกินขึ้นทั่วไปเหมือนกัน จะกลายเป็นความกลมกลืนทันที ควรมีตำแหน่งอื่น จะช่วยให้เกิดความลดหลั่นทางผลงานการออกแบบ ดูแล้วเกิดความนุ่มนวล

2) จังหวะลีลา (Rhythm) หมายถึง ความสัมพันธ์ในทางความรู้สึก เคลื่อนไหวในระยะความถี่ ความห่าง ของสัดส่วนช่องว่าง เป็นการรวมเอาการซ้ำของธาตุ (Visual Element) เข้าด้วยกันอย่างสมบูรณ์ มีจังหวะที่ลงตัวพอดีแล้วให้ความรู้สึกไม่เบื่อ จังหวะลีลามีอยู่ 3 ลักษณะ คือ จังหวะที่ซ้อนกัน จังหวะที่สลับกัน และจังหวะที่ต่อเนื่อง

3) ความแตกต่าง (Contrast) ความประสงค์ของนักออกแบบที่ต้องการจะออกแบบให้เกิดความขัดแย้งในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของส่วนต่าง ๆ ในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อแก้ปัญหาความซ้ำซาก จำเจ ที่ก่อให้เกิดความเบื่อหน่าย ความแตกต่างจะช่วยให้เกิดความแปลกใหม่ตื่นเต้นเร้าใจ

4) ความกลมกลืน (Harmony) ในการออกแบบให้เกิดความงดงาม จะต้องประสานส่วนประกอบในการออกแบบให้กลมกลืนกันอย่างมีเอกภาพ โดยการจัดส่วนประกอบในการออกแบบให้กลมกลืนกัน หลักของความกลมกลืนกันพิจารณาอย่างกว้าง ๆ ได้แก่ ความคล้ายกัน ความใกล้เคียงกัน ความเหมือนกัน ความคิดในแนวเดียวกัน ความกลมกลืนมากที่สุด คือ ความเหมือนกัน ความกลมกลืนน้อยที่สุด คือ ความเกือบต่างกัน

ความกลมกลืนในการออกแบบ เป็นความกลมกลืนของส่วนประกอบในการออกแบบซึ่งมีทั้งความกลมกลืนของเส้น ทิศทาง รูปร่าง ขนาด สัดส่วน สี น้ำหนัก ลักษณะผิว รวมทั้งความกลมกลืนของความคิดและจุดมุ่งหมาย

2.3.2.12 ความขัดแย้ง (Contrast) ความขัดแย้ง คือ การจัดส่วนประกอบของการออกแบบที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันมาไว้ด้วยกัน ใช้แก้ความเบื่อหน่ายอันเกิดจากความกลมกลืนที่มากเกินไป ซึ่งจะทำให้งานออกแบบนั้นน่าสนใจและมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ความขัดแย้งที่เป็นเอกภาพจะต้องเป็นความขัดแย้งที่กลมกลืน คือ ขัดแย้งเป็นส่วนน้อยกลมกลืนเป็นส่วนใหญ่ คุณสมบัติที่แตกต่างของส่วนประกอบในการออกแบบ มีทั้งความแตกต่างกันของเส้น ทิศทาง รูปร่าง รูปทรง ขนาด สัดส่วน สี น้ำหนัก และลักษณะผิว

2.3.2.13 สัดส่วน (Proportion) สัดส่วน หมายถึงความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของสิ่งต่าง ๆ ซึ่งจำแนกออกได้ 2 ลักษณะ คือ

1) สัดส่วนที่สัมพันธ์กันในตัวเอง เช่น สัดส่วนของคน ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่าง หัว ตัว แขน ขา และส่วนประกอบอื่น ๆ คนที่มีสัดส่วนสวยงามจะมีความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของร่างกายอย่างเหมาะสม สมส่วน เช่น สัดส่วนของวินสตีมีชื่อเสียงทั่วโลก สัดส่วนของพระพุทธรูปปางลีลา สมัยสุโขทัย

2) สัดส่วนของตัวเองที่ไปสัมพันธ์กับสิ่งอื่น เช่น สัดส่วนของแว่นตาที่รับกับใบหน้าของคน หรือสัดส่วนของคนที่สัมพันธ์กับขนาดของเก้าอี้ ประตู เสื้อผ้า เป็นต้น

2.3.2.14 ช่วงจังหวะ (Rhythm) เปรียบเทียบได้กับการเต้นของหัวใจที่มีการเต้นเป็นระยะสม่ำเสมอ หรือเปรียบเทียบกับการติกลองที่มีลีลาของช่วงตีถี่ห่างเป็นระยะ ๆ ซึ่งมีช่วงจังหวะในการตีแตกต่างกันไปได้หลายลักษณะ เมื่อเปรียบเทียบกับกรออกแบบทางด้านทัศนศิลป์ ก็คือการจัดส่วนประกอบของการออกแบบให้มีช่วงจังหวะในลักษณะต่าง ๆ นั้นเอง ช่วงจังหวะในการออกแบบสามารถแบ่งออกได้ 3 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1) จังหวะซ้ำ ๆ กัน หมายถึง การออกแบบด้วยเส้น สี หรือรูปร่าง ให้มีจังหวะซ้ำ ๆ กัน โดยให้คำนึงถึงหลักของสัดส่วน และเอกภาพเป็นสำคัญ

2) จังหวะที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง หมายถึง จังหวะการซ้ำของส่วนประกอบในการออกแบบ ที่มีการเปลี่ยนความยาวหรือความหนาของเส้นแต่ถ้าเปลี่ยนเป็นลำดับเหมือน ๆ กัน ทั้งภาพก็จะดูน่าเบื่อ นอกจากการเปลี่ยนความยาวและความหนาของเส้นแล้ว ยังมีการเปลี่ยนช่องไฟระหว่างเส้นหรือรูปร่าง เปลี่ยนสีแท้ น้ำหนักความจัดของสีหรือเปลี่ยนปริมาณการทับกันของส่วนประกอบ เปลี่ยนลักษณะผิวจากเรียบให้เป็นหยาบ และจากความสว่างสดใสให้ขุ่นมัว

3) จังหวะที่เคลื่อนไหวสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง หมายถึง จังหวะการซ้ำของส่วนประกอบในการออกแบบที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกันไปอย่างต่อเนื่องและให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว

จากประเด็นที่ได้ศึกษาข้างต้นนั้น หลักการและแนวคิดในการออกแบบ เป็นการรวมกันขององค์ประกอบในงานออกแบบสร้างสรรค์ทั้งทางด้านศิลปะ ความงาม ที่คำนึงถึงปัจจัยด้านการใช้สอย ความแข็งแรง ปลอดภัย วัสดุ ผสานกับศาสตร์วิเคราะห์พฤติกรรมผู้เกี่ยวข้อง (ผู้ใช้ ผู้ผลิต และผู้ขาย) ด้านการตลาด และผลกระทบโดยรวมตั้งแต่การคิด การผลิต จำหน่าย การใช้และเสื่อมสลายในท้ายที่สุด แม้จะมีการแยกย่อยเฉพาะเจาะจง เพิ่มความสำคัญในศาสตร์ใดแขนงหนึ่งเป็นแนวคิดหลัก จนเกิดเป็นทฤษฎีและแนวคิดเฉพาะทางขึ้นที่มีความหลากหลาย แต่ความเรียบง่ายและวัตถุประสงค์หลักของการยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ยังคงเป็นสิ่งพื้นฐานที่สุดที่จะถูกนำมากล่าวและนำไปปรับใช้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

2.3.2.15 วิธีการสร้างลวดลายและกางวางลวดลายผ้าบาติก วิธีการสร้างลวดลายเป็นการนำเอาหลักการออกแบบทางศิลปะมาประยุกต์ใช้ ดังอ้อยทิพย์ พลศรี (2545) กล่าวว่า การสร้างลวดลายมีหลากหลายมากมายดังนี้

1) การสร้างแบบจากแม่ลาย จากพจนานุกรมศัพท์ศิลปะอังกฤษ – ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2530) ได้กำหนดว่า หมายถึง ส่วนสำคัญที่เป็นประธานของสิ่งใดหรือเป็นความคิดที่เป็นส่วนประกอบสำคัญขององค์ประกอบใด ๆ เป็นต้น การสร้างแบบจากแม่ลายสามารถสร้างต้นแบบได้ ดังนี้

1.1) การเรียงลำดับ เป็นการนำลวดลายต้นแบบนั้นมาเรียงลำดับในลักษณะซ้ำของรูปร่าง

1.2) การสลับภาพซ้ายขวา เป็นการวางลวดลายต้นแบบในลักษณะสะท้อนผ่านกระจกเงา ภาพจะกลับซ้ายเป็นขวา

1.3) การหมุนรอบจุด เป็นการวางลายต้นแบบรอบจุดศูนย์กลางจุดหนึ่งในลักษณะของภาพหมุนอจวางซ้ำกัน 2 – 8 ชั้น ซึ่งจะให้ลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

1.4) การสลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด เป็นการนำลายต้นแบบวางสลับซ้ายขวาขณะรอบจุดศูนย์กลาง

1.5) การหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ เป็นการนำต้นแบบ 2 ขึ้นมาวางรอบจุด แล้วนำมาเรียงลำดับกันอีกครั้งหนึ่ง ภาพที่ได้จะไม่เหมือนกับภาพที่สะท้อนจากกระจก เพราะรูปทรงจะตรงข้าม

1.6) การเรียงลำดับสลับจังหวะ เป็นการนำแบบมาเรียงลำดับและสะท้อนกลับลงด้านล่างในลักษณะสลับพื้นปลา ซึ่งจะให้ลวดลายที่แตกต่างกันออกไปจากการเรียงลำดับ

1.7) การสร้างโดยใช้จังหวะ เป็นการสร้างลวดลายโดยใช้จังหวะให้เลื่อนไหลและการใช้จังหวะโดยวิธีซ้ำ ซึ่งทั้งสองลักษณะนี้เราสามารถสร้างเป็นลวดลายได้ดังนี้

- การซ้ำจังหวะเท่ากัน คือ การกำหนดหน่วยตั้งแต่สองหน่วยขึ้นไปให้มีระยะห่างระหว่างหน่วยเท่า ๆ กัน ในรูปของเส้น รูปร่าง สี หรือลักษณะผิว เป็นต้น
- การซ้ำจังหวะไม่เท่ากัน คือ การจัดจังหวะของหน่วยให้มีช่องไฟหรือรูปแบบของหน่วยให้แตกต่างกัน ทำให้ลวดลายดูแปลกตา มีการเคลื่อนไหวและน่าสนใจ
- การซ้ำจังหวะสลับกัน คือ การจัดจังหวะที่มีรูปร่างแบบอย่างน้อยสองจุดขึ้นไปให้มีลักษณะต่างกัน จัดวางสลับกันซึ่งจะมีระยะห่างเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้
- การจัดจังหวะแบบทับซ้อนกัน คือ การจัดจังหวะของหน่วยแต่ละหน่วยให้มีลักษณะทับซ้อนโดยเส้นระยะห่างเท่ากันมาประกบในทิศทางที่แตกต่างกัน เช่น จากบนลงล่างหรือซ้ายไปขวา เป็นต้น ทำให้ลวดลายมีลักษณะที่หลากหลายขึ้น
- การจัดจังหวะแบบเปลี่ยนทิศทาง คือ การจัดปรับเปลี่ยนทิศทางของรูปร่างรูปทรงให้แปลกไปจากกลุ่ม ซึ่งอาจจะเปลี่ยนทิศทางจากซ้ายไปขวา หรือบนไปล่าง เป็นต้น

1.8) การสร้างโดยการใช้รูปและพื้น คือการสร้างลวดลายโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ของรูปและพื้นให้มีความประสานกลมกลืนกันจนแยกไม่ออกว่าอันไหนรูปอันไหนพื้น ทำให้ลวดลายมีความกลมกลืน

1.9) การสร้างโดยการใช้ตาราง คือ การจัดลวดลายให้อยู่ภายในกรอบของตารางหรือเกิดจากการเชื่อมต่อระหว่างกลุ่มของตาราง โดยกำหนดตารางเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือสี่เหลี่ยมผืนผ้า

1.10) การสร้างโดยใช้หลักการการต่อลวดลาย การต่อลวดลายมีลักษณะการต่อหลายลักษณะด้วยกันขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบจะเลือกใช้ลักษณะใด นภาพร โลงุชิต (2551) ได้อธิบายรายละเอียดของแต่ละลักษณะไว้ดังนี้

- การต่อลายในลักษณะสี่เหลี่ยม เริ่มต้นด้วยการสร้างสี่เหลี่ยมให้มีขนาดเท่า ๆ กัน จะเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือด้านเท่าก็ได้ เริ่มต้นด้วยการเขียนเป็นตารางแล้วเขียนลวดลายลงในช่องสี่เหลี่ยมนั้น ๆ ลายจากรูปสี่เหลี่ยมเป็นสิ่งที่เห็นได้ชัด เนื่องจากนักออกแบบสามารถสร้างลวดลายลงไปนสี่เหลี่ยมนั้นแล้วนำรูปสี่เหลี่ยมเหล่านั้นมาเรียงต่อกันในแนวนอนและแนวตั้งก็สามารถเกิดลวดลายได้ไม่มีที่สิ้นสุด ถือเป็นหลักฐานขั้นพื้นฐานในการออกแบบลายผ้า โดยให้รูปสี่เหลี่ยมหนึ่งรูปเป็นหนึ่งหน่วยของลายผ้า

- การต่อลายในลักษณะการเรียงอิฐแนวนอน และแนวตั้ง การต่อลวดลายในลักษณะแบบนี้เป็นแบบการเรียงอิฐ มีหลักเกี่ยวเนื่องมาจากการต่อลายรูปสี่เหลี่ยม มีการเปลี่ยนแปลงง่าย มีโครงสร้างจากการขีดเส้นเป็นตาราง ตามแนวนอนจะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า หรือสี่เหลี่ยมจัตุรัสก็ได้ เป็นการเรียงสลับระหว่างแถวที่ 1 กับแถวที่ 2 คือ แถวที่ 1 จะเป็นเสมือนหลัก แถวที่ 2 จะเรียงสลับกับแถวที่ 1 โดยใช้เส้นแบ่งครึ่งของสี่เหลี่ยมในแถวที่ 1 ที่เป็นหลักอยู่แล้ว ส่วนแถวที่ 3 ทำเช่นเดียวกับแถวที่ 1 ส่วนแถวที่ 4 ทำเช่นเดียวกับแถวที่ 2 สลับกันดังนี้เรื่อยไป จะทำให้เกิดลวดลายที่แปลก ลักษณะการจัดวางนี้ สามารถจะใช้เรียงสลับแนวตั้งได้ เรียกว่า Half-Drop คือ เรียงกันแล้วแต่มีการลดระดับครึ่งหนึ่ง ลวดลายที่ลดระดับนี้ เมื่อต่อลายสมบูรณ์ จะมองเห็นเป็นแนวเส้นเฉียงหรือเส้นทแยงมุม

- การต่อลายในลักษณะเหลี่ยมเพชร หรือสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน เกิดจากการสร้างสี่เหลี่ยมจัตุรัสเรียงกันลักษณะเฉียงตามแนวเส้นทแยงมุมขนานกันไป สี่เหลี่ยมจัตุรัสเอียง 45 องศา หรือวิธีการเรียงอิฐมาใช้โดยการตีเส้นระหว่างมุมตรงกันข้ามให้ขนานกันเรื่อยไป จะเกิดรูปสี่เหลี่ยมเพชร หรือสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนขึ้น เมื่อใส่ลวดลายบรรจุลงในสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนนี้ และนำมาเรียงกันจะดูเป็นแนวตรง หรือแนวเฉียงก็ได้

- การต่อลายในลักษณะสามเหลี่ยมนี้เกิดจากการแบ่งสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน คือ ลากเส้นทแยงมุมของสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ลวดลายที่บรรจุในรูปสามเหลี่ยมนำมาเรียงต่อกัน ได้เป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส สี่เหลี่ยมผืนผ้า หกเหลี่ยม แปดเหลี่ยม แม้กระทั่งวงกลม เริ่มต้นด้วยการสร้างสี่เหลี่ยมจัตุรัส แล้วแบ่งภายในเป็นตารางสี่เหลี่ยมเท่า ๆ กัน จากนั้นลากเส้นระหว่างมุมของสี่เหลี่ยมเล็ก ก็จะได้สี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หรือเหลี่ยมเพชรจะลากเส้นทแยงมุมของสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนก็จะเกิดรูปสามเหลี่ยม 2 รูป ภายในสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน

- การต่อลายในลักษณะลวดลายตาข่าย ที่มีลักษณะรีและป่องตรงกลางคล้ายคลื่น เป็นลักษณะการต่อเชื่อมจากสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน แต่ดัดแปลงด้านข้างให้โค้ง เมื่อเชื่อมต่อแล้ว จะเป็นรูปคล้ายลวดตาข่าย หัวและท้ายแหลม ตรงกลางป่อง วางอยู่ในแนวตั้ง หรือแนวนอน การใส่ลวดลายในโครงสร้างนี้จะได้ลักษณะของเส้นและสีที่ทำให้ลวดลายงดงาม มีความแปลกที่แตกต่างกัน

- การต่อลายในลักษณะหกเหลี่ยม โครงสร้างนี้จะเริ่มโดยการสร้างสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ต่อจากนั้นก็ลากเส้นเชื่อมเป็นหกเหลี่ยม หรืออาจจะสร้างโดยลากเส้นรัศมี จากศูนย์กลางของวงกลมให้มี 6 จุด ระยะห่างเท่า ๆ กัน แล้วลากเส้นเชื่อมจุด จะได้รูปหกเหลี่ยมด้านเท่า แล้วให้ออกแบบลวดลายเข้าไปบรรจุในรูปหกเหลี่ยมระยะห่างเท่ากัน เชื่อมต่อลาย

ระหว่างจุด เรียงเป็นแถวคล้ายรังผึ้งบางทีดูเหมือนต่อลายในลักษณะสามเหลี่ยมก็ได้ขึ้นอยู่กับการวางรูปลวดลายและน้ำหนักอ่อนแก่ที่บรรจุลงไป

- การต่อลายในลักษณะรูปพัด เกิดจากโครงสร้างรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน การสร้างรูปพัดนี้ต้องอาศัยส่วนของวงกลมด้านบนโค้ง ด้านล่างปลายแหลม หรือเกิดจากส่วนของวงกลมซ้อนกัน และส่วนที่ได้จากเส้นรอบวงมาติดกันเหมือนพัดที่คลี่ออก ลวดลายจะบรรจุลงในรูปพัดอาจต่างกันหรือซ้ำกันในแนวนอนหรือแนวตั้ง

## 2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ปัจจุบันสภาพตลาดมีการแข่งขันสูงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดจำนวนมาก ส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นลง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะอยู่รอดได้ในตลาด จึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี "ความใหม่" ที่แตกต่างและเป็นสาระสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องตรงกับลักษณะความต้องการของผู้บริโภคจากความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่ จึงอาจจำแนกผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ 3 ลักษณะคือ

Innovative Product หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีใครได้นำเสนอในตลาดมาก่อน หรือเป็นแนวคิดใหม่ที่ผู้บริโภคอาจยังคาดไม่ถึง

Replacement Product of Modify Product หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนา เปลี่ยนแปลงปรับปรุงมาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วในตลาดทำให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้มากขึ้นกว่าเดิม

Imitative or Me-too Product หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับกิจการแต่ไม่ใหม่ใน ท้องตลาด เกิดจากการที่กิจการเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทำให้กิจการมีโอกาสทำกำไรสูงจึงเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดเพื่อขอส่วนแบ่งตลาดบ้าง

ผลิตภัณฑ์เป็นหัวใจหลักของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หาก ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจได้และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า การพัฒนากลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการส่งเสริมการขาย ก็ไม่อาจทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก แต่ถ้าหากลูกค้ามีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ก็จะเกิดการซื้อซ้ำ และมีการซื้อผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพิ่มเติม นอกจากนั้นลูกค้ายังจะเป็นผู้แนะนำผลิตภัณฑ์นั้นให้คนอื่น ๆ โดยการบอกต่อ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการขายและเพิ่มโอกาสในการขาย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการอีกด้วย ดังนั้นการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดอยู่เสมอจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ

ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) หมายถึงสินค้าและบริการที่ นำเสนอแก่ตลาดเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของ ลูกค้าได้ ซึ่งสินค้าและบริการที่สามารถทำการตลาดการท่องเที่ยวได้ หมายถึงรวมถึงดังต่อไปนี้

สินค้าที่มีรูปร่างสามารถจับต้องได้ เช่น ห้องพัก อาหาร เครื่องดื่ม สิ่งอำนวยความสะดวก บริการ เช่น การต้อนรับ บริการนำเที่ยว บริการจัดประชุม เป็นต้น

สถานที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเที่ยว

บุคลากร เช่น พนักงานที่ให้บริการในด้านต่าง ๆ เป็นต้น

องค์กร เช่น หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ สมาคมโรงแรมไทย

แนวคิด เช่น ชื่อสินค้าหัตถกรรมไทย วิถีไทย Amazing Thailand การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นการบริโภคสินค้าและบริการที่ประกอบกันหลายประเภท ซึ่งนักท่องเที่ยวจะบริโภคควบคู่กันไปในเวลาเดียวกัน

**2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก** ถูกทำให้เกิดขึ้นภายใต้แนวคิดความต้องการปฏิสังสรรค์ระหว่างความนึกคิด ความรู้สึกและกาลเวลา ความหมายของ ของที่ระลึก มาจากคำสำคัญว่า ของ อาจหมายถึง สิ่งและ ระลึก หมายถึง นึกถึงหรือคิดถึง ราชบัณฑิตยสถาน, (2542) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ของที่ระลึกหมายถึงสิ่งที่เก็บไว้เป็นที่ระลึก ซึ่งเมื่อนำความหมายมาสรุปความแล้ว อาจสรุปได้ว่าของที่ระลึกหมายถึง สิ่งที่เก็บไว้เป็นที่ระลึก หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความคิดถึงหรือนึกถึง และจากความหมายของคำที่มีความเกี่ยวข้องมีความใกล้เคียงกัน หรือมีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือมีความเกี่ยวข้องกับของที่ระลึก ได้แก่

2.4.1.1 ของกำนัล หมายถึง สิ่งให้ด้วยเสนาห์หา

2.4.1.2 ของขวัญ หมายถึง สิ่งที่ให้ตามอัธยาศัยไมตรีในงานเทศกาลหรืองานแต่งงาน

2.4.1.3 ของที่ระลึก หมายถึง ของที่มอบให้หรือเก็บไว้เป็นที่ระลึก

2.4.1.4 ของรัก หมายถึง สิ่งอันเป็นที่รัก

จากความสำคัญดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ของที่ระลึกอาจหมายถึงสิ่งต่าง ๆ ที่นำมาใช้เป็นสิ่งจูงใจ ให้เกิดการคิดถึงหรือนึกถึงเรื่องราวที่ได้เกี่ยวข้อง ของที่ระลึกอาจหมายถึงสิ่งที่ใช้เป็นสื่อเพื่อหวังผลทางด้านความทรงจำให้สิ่งที่ผ่านมาในอดีตกลับกระจ่างชัดขึ้นในปัจจุบัน

ของที่ระลึกอาจหมายถึงสัญลักษณ์แทนบุคคล เหตุการณ์เรื่องราวที่ได้รับการออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำให้คิดถึงหรือนึกถึงอยู่เสมอในตัวบุคคล เหตุการณ์หรือเรื่องราว เป็นต้น



ดังนั้น ของที่เล็ก เมื่อนำมาใช้หรือนำมาให้กับบุคคลในโอกาสที่แตกต่างไป อาจมีชื่อเรียกหรือมีค่านิยมที่ใช้เรียกของหรือสิ่งของนั้น ๆ ให้แตกต่างกันออกไปได้ เช่น การนำไปให้บุคคลผู้เป็นที่รักและนับถือ อาจเรียกสิ่งของนั้นว่า ของกำนัล ของฝาก หรือของที่ระลึก ก็ได้ แต่ถ้าหากนำสิ่งของไปให้แก่เจ้าของขวัญเมื่อพิธีการทำขวัญแล้ว หรือมอบให้แก่กันในเวลาเดียวกัน เพื่อเป็นการถนอมขวัญหรือเพื่ออัญญาศัยไมตรี เช่น วันปีใหม่ วันคล้ายวันเกิด วันแต่งงาน จะเรียกว่าของขวัญ และหากมอบสิ่งของให้เพื่อเป็นการตอบแทนผู้มาช่วยงานหรือผู้มาร่วมงานหรือผู้มาร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในงาน เช่น งานแต่งงาน งานศพ งานนิทรรศการ เป็นต้น จะเรียกว่า ของชำร่วย (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542) เหตุการณ์ที่จะใช้ชื่อเรียกชื่อใดหรือให้ในโอกาสใดก็ตาม จุดหมายย่อยอาจแตกต่างกันไปตามวาระและกำหนดนิยม แต่จุดหมายที่แท้จริงก็คือเป็นการให้เพื่อกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำ อันอยู่ในขอบข่าย ของที่ระลึก

ลักษณะของของที่ระลึก มีความหลากหลายและแตกต่างกันไปตามลักษณะการใช้สอยบริบท และที่มารวมทั้งฝีมือช่าง และกระแสโลกาภิวัตน์แนวโน้มของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ถึงอย่างไรก็ตามลักษณะของของที่ระลึกสามารถแยกออกได้ใหญ่ ๆ ดังนี้ (สุวิทย์ อินทิพย์, 2552)

วัสดุที่ใช้ทำโดยสภาพทางภูมิศาสตร์และสภาพดินฟ้าอากาศอันแตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่น ทำให้ทรัพยากรและวัสดุในแต่ละที่ไม่เหมือนกัน จุดเริ่มต้นของรูปแบบของที่ระลึกจึงเริ่มต้นจากการที่มนุษย์นำเอาวัสดุนำเอาวัสดุธรรมชาติต่าง ๆ มาแปรรูปและประกอบเข้าด้วยกัน จนกลายเป็นสิ่งใหม่ขึ้นเข้ามาแทนที่ของธรรมชาติที่เคยใช้และกลายเป็นสัญลักษณ์ หรือเป็นตัวแทนของธรรมชาติที่ใช้ในชีวิตประจำวันของมนุษย์

การที่วัสดุในแต่ละท้องถิ่นไม่เหมือนกันย่อมทำให้สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมานั้นแตกต่างกันเช่น ในท้องถิ่นที่เป็นป่าดงลานก็ย่อมได้ใบจากต้นลานมาทำผลิตภัณฑ์ใบลาน ในท้องถิ่นที่มีการปลูกข้าวก็ได้ฟางมาทำเชื้อเพลิงในการทำเครื่องปั้นดินเผา จากไร่จากสวนก็ได้ใบตองมาสร้างสรรค์ศิลปะประดิษฐ์ จากป่าไผ่ก็ได้ผลิตภัณฑ์จักสาร แต่ถึงอย่างไรก็ตามแม้ในท้องถิ่นเดียวกันจะนำวัสดุในท้องถิ่นชนิดเดียวกันมาใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ แต่รูปแบบของสิ่งที่สร้างก็อาจแตกต่างกันออกไป เช่น ในท้องถิ่นที่มีต้นไผ่ บ้างก็นำมาจักสารเป็นหมวก บ้างก็นำมาสานเป็นตะกร้า บ้างก็ทำเป็นพัด เป็นต้น

เทคนิคการทำสิ่งใดก็ตามที่สร้างสรรค์ขึ้นมาจากมือมนุษย์ ย่อมมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านรูปแบบและวิธีการสร้าง เนื่องจากมนุษย์มีพัฒนาการทางด้านสติปัญญา และวิวัฒนาการทางด้านการผลิตอันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ทักษะและความชำนาญ ซึ่งการพัฒนาการทางด้าน

สติปัญญา ทำให้รู้จักสร้างสรรค์ดัดแปลง เช่น ต่อ เติม เพิ่ม และลดรูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการทั้งทางด้านการใช้สอยและความงาม

ส่วนวิวัฒนาการทางด้านการผลิตอันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ทักษะ และความชำนาญทำให้รู้จักการดัดแปลงสร้างสรรค์เทคนิคและวิธีใหม่ ๆ ในการผลิต ตลอดจนคิดค้นหาเครื่องมือเครื่องใช้ที่มาช่วยให้มีประสิทธิภาพในการผลิตดียิ่งขึ้น ทั้งเทคนิคในการสร้างเครื่องมือส่งผลให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีรูปลักษณะที่ผิดแผกแตกต่างกันออกไปตามการออกแบบสร้างสรรค์ของมนุษย์ซึ่งเป็นงานที่แสดงออกถึงความสามารถ ทักษะ และความชำนาญของผู้สร้าง

ค่านิยมหรือประเพณีนิยมในท้องถิ่น ในแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันด้วยภูมิศาสตร์ สภาพดิน ฟ้า อากาศ ทรัพยากรและวัสดุในแต่ละท้องถิ่นไม่เหมือนกันทำให้รูปแบบและรูปร่างของสิ่งที่สร้างขึ้นต่างกันอย่างสิ้นเชิงและมีการสืบทอดวัฒนธรรมทางรูปแบบโดยสร้างสมในทางปฏิบัติกัน แม้ว่าจะมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาของการผลิตจากรุ่นสู่รุ่นก็ตาม แต่ลักษณะของการผลิตก็แตกต่างกันไปตามค่านิยมหรือความต้องการของแต่ละท้องถิ่น

จากลักษณะของของที่ระลึกที่กล่าวมา ทำให้เชื่อได้ว่าความเป็นท้องถิ่นและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันอย่างหลากหลายของแต่ละพื้นที่นั้นส่งผลต่อการสร้างสรรค์ผลงานคุณค่าและวัฒนธรรม ที่เกิดจากประเพณีและวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ และลักษณะเฉพาะถิ่น การสร้างศิลปหัตถกรรมในท้องถิ่นต่าง ๆ ย่อมมีวิธีการและเลือกวัสดุให้เหมาะสมกับการใช้สอยและคตินิยมของท้องถิ่น ซึ่งต้องใช้เวลาสะสมประสบการณ์เพื่อพัฒนาให้เกิดความสมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะทำได้ อาจจะเป็นเวลาหลายชั่วชีวิตคน จากบรรพบุรุษสืบทอดกันมาจนถึงคนในยุคปัจจุบัน จนเป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มชน หรือชุมชนในท้องถิ่นนั้น ๆ จนเกิดเป็นคตินิยมเป็นแบบแผนสืบทอดมาจนถึงคนในยุคปัจจุบัน จนเป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มชน หรือชุมชนในท้องถิ่นนั้น ๆ จนเกิดเป็นคตินิยมเป็นแบบแผนสืบทอดมา คติและแบบแผนพื้นบ้านที่ยึดถือกันในแต่ละท้องถิ่นนั้นเป็นแบบแผนที่เป็นไปอย่างเรียบง่ายตามลักษณะการดำเนินชีวิตของแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกันออกไป วัฒนธรรมเฉพาะท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นสิ่งที่มีสะท้อนให้เห็นประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน สะท้อนให้เห็นลักษณะวัฒนธรรมการประกอบอาชีพ การดำรงชีวิตตลอดจนสะท้อนให้เห็นลักษณะทางภูมิศาสตร์ของแต่ละท้องถิ่นและเป็นสิ่งที่มีคุณค่าที่สำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

## 2.4.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มาจากเหตุผล 2 ประการ คือ

2.4.2.1 ความต้องการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม รูปแบบค่านิยม หรือประเพณีในท้องถิ่นที่สร้างวัตถุขึ้น เพื่อจุดมุ่งหมายในการบริโภคจุดมุ่งหมายในการใช้สอย หรือสร้างขึ้นเพื่อใช้ประดับตกแต่งเป็นวัตถุทางศิลปะ โดยมีเป้าหมายแห่งการนำไปใช้และรูปแบบที่สืบทอดกันมานับชั่วอายุคนของแต่ละท้องถิ่น อันถือว่าเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ เมื่อมีการติดต่อกันในระหว่างกลุ่มชนต่างวัฒนธรรม ไม่ว่าจะด้วยระบบแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายก็ตาม

2.4.2.2 ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมจากอดีตถึงปัจจุบัน มักจะเกิดการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกก็มีเหตุผลในการสร้างสรรค์เช่นกัน

1) ในทางเศรษฐกิจ แต่เดิมการผลิตสร้างสิ่งต่าง ๆ ขึ้นก็เพื่อประโยชน์และเพื่อความสะดวกสบายในการใช้เฉพาะตนหรือสมาชิกในครอบครัวเท่านั้น ผลงานที่กระทำถูกกำหนดขึ้นมาจากความพึงพอใจ และจากคุณค่าเพื่อประโยชน์ใช้สอย ดังนั้นรูปแบบของงานจึงไม่แน่นอน บุคคลสามารถกระทำในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เมื่อเป็นงานส่วนตัวผลงานจึงมีรูปแบบที่เฉพาะตัว มีการกำหนดโครงสร้างและลวดลายตกแต่งตามความพอใจ ซึ่งความพอใจนี้ระยะเวลาหนึ่งอาจผูกพันอยู่กับความเชื่อความศรัทธา ที่บุคคลผู้สร้างมีต่อสิ่งต่าง ๆ ด้วยระยะต่อมางานส่วนตัวก็เริ่มเปลี่ยนเข้าสู่งานอาชีพเมื่อบุคคลบางคนได้ใช้ความสามารถพิเศษ ในการกระทำผลงานเป็นที่สนใจของคนอื่น ๆ เกิดมีความปรารถนาในสิ่งของหรือผลงานนั้นร่วมกัน การกระทำผลงานในเรื่องระบบจำนวน จึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองการเลือกใช้ และการแลกเปลี่ยนผลงานซึ่งกันและกัน แล้วพัฒนามาถึงการแลกเปลี่ยนผลงานกับสิ่งของเครื่องใช้ กับอาหารและกลายเป็นระบบซื้อขายขึ้น เมื่อบุคคลหนึ่งได้รับความสำเร็จจากการได้กระทำผลงานขึ้นมา บุคคลอื่นซึ่งก็มีความประสงค์จะได้รับความสำเร็จในผลงานจากการกระทำของเขาบ้าง ระบบการทำงานเพื่อการแข่งขันจึงเริ่มขึ้น การแข่งขันก็มักจะแข่งขันในเรื่องของอัตราประโยชน์ก่อน จากนั้นก็มาแข่งขันกันในเรื่องรูปแบบส่วนโครงสร้างเรื่องของคุณภาพและสัดส่วน ต่อมาจึงแข่งขันกันในเรื่องของความสะดวกสบายในการนำไปใช้ในเรื่องความปลอดภัย และในเรื่องความสวยงาม พอมาถึงระยะนี้ผลงานนั้น ๆ ก็ได้รูปแบบแน่นอนว่าเป็นอะไร และเป็นอย่างไร เป็นเครื่องมือ เป็นเครื่องใช้เป็นเครื่องประดับ เป็นวัตถุทางศิลปะ ก็หมายความว่าบุคคลส่วนหนึ่งในกลุ่มในสังคมนั้น ๆ ไม่ต้องทำการเพาะปลูก ไม่ต้องเลี้ยงสัตว์ ก็สามารถมีอาหาร เครื่องนุ่งห่ม เพื่อประโยชน์ส่วนตน ได้จากการทำผลงานสิ่งของเครื่องใช้ ขึ้นมาเพื่อการแลกเปลี่ยนหรือซื้อขาย ให้ได้มาซึ่งอาหารและเครื่องนุ่งห่มนั้น ๆ ก็นับได้ว่าเป็นการเริ่มต้นงานอาชีพของบุคคล ต่อมาก็เป็นงานอาชีพของครอบครัว และอาจถึงขั้นอุตสาหกรรมโรงงาน

2) ในทางสังคม เมื่อสภาพการเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับการพัฒนาสภาพความเป็นอยู่ของผู้คน จากการสร้างสรรค์เพื่อเพียงพอ แก่ความต้องการของตนเองและครอบครัว มาเป็นการสร้างเพื่อแลกเปลี่ยนซื้อขาย จากชีวิตความเป็นอยู่ที่มีเอกลักษณ์ของกลุ่ม ของชุมชน ของท้องถิ่นเมื่อมีการแลกเปลี่ยนหรือถูกครอบงำทางวัฒนธรรมจนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพการดำรงชีพในสังคมย่อมทำให้ผลผลิตอันเอื้ออำนวยต่อการดำรงชีวิตต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วยเพื่อความเหมาะสมเช่นกัน

3) ในทางวัฒนธรรม ความเจริญทางวัตถุ ความสำเร็จในทางวิทยาศาสตร์ ตลอดจนมาตรฐานการครองชีพที่สูงของสังคมแห่งหนึ่ง อาจเป็นเหตุทำให้เกิดความสนใจยอมรับจากสังคมอีกแห่งหนึ่ง เมื่อสังคมกลุ่มที่รับเอาวัฒนธรรมของผู้อื่นมาไว้ ทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเอง

ถูกทอดทิ้ง ขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมค่อย ๆ สูญไปรูปแบบสิ่งของเครื่องใช้ในพิธีประเพณี ตลอดจนความเชื่อต่าง ในอดีตสูญหายไป หรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป แต่ถึงอย่างไรก็ตามแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยทั่วไปอาจมีแหล่งผลิตสินค้าของที่ระลึกหลาย ๆ แหล่งที่ประสบความสำเร็จ และอีกหลาย ๆ แหล่งที่ประสบปัญหา ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากฝีมือเชิงชั้นการผลิตยังไม่ถูกหรือตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ กลยุทธ์ด้านการตลาดยังไม่ดีหรือจะด้วยอุปสรรคอื่นใดก็ตาม แนวทางต่อไปนี้จะช่วยคลี่คลายปัญหาได้บ้าง และนำแนวทางการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกไปใช้ในทิศทางที่เหมาะสม

4) พยายามใช้วัสดุในท้องถิ่นให้มากที่สุด เพื่อเป็นการใช้ทรัพยากรที่หาได้ง่ายและอยู่ใกล้ตัวให้ได้ประโยชน์ ซึ่งจะเป็นการลดต้นทุน และเพิ่มพูนมูลค่าให้กับวัสดุที่อาจทิ้งขว้างอยู่ในท้องถิ่น หรืออาจหาวัสดุจากแหล่งอื่นมาเสริมแต่งเพิ่มคุณค่าเพิ่มความสวยงามและความคงทนให้ประโยชน์ใช้สอยด้วย

5) ผลงานที่ผลิตจะต้องแสดงออกถึงความเป็นท้องถิ่น เพราะจะสอดคล้องกับการเป็นสินค้าของที่ระลึกอย่างแท้จริง เพราะเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจะสะท้อนผ่านหน้าตาของของที่ระลึกและยังเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้านั้นง่ายขึ้น และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ในลักษณะปากต่อปาก ต่อไปว่าเมื่อไปเยือนแหล่งท่องเที่ยววันนั้น จะต้องหาซื้อของที่ระลึกอย่างนี้กลับมา

6) พยายามใช้แรงงานในด้านหัตถกรรมให้มากที่สุด เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ซึ่งกล่าวได้ว่ามาจากสังคมอุตสาหกรรมที่เรียกว่า แชนเมทต์ (Handmade) เป็นสิ่งแปลกและเป็นของหายาก จึงเกิดค่านิยมให้ชมชอบและสะสมกัน ในขั้นตอนการผลิตหากจำเป็นต้องใช้เครื่องจักรกลเข้าช่วยเพิ่มการผลิตสินค้าจำนวนมาก ๆ ก็ให้ใช้เฉพาะส่วนที่จำเป็นและใช้อย่างประหยัดจนเมื่อผลิตออกมาแล้วไม่สามารถแยกออกได้ว่า อันไหนเป็นฝีมือหัตถกรรมหรือจักรกล

7) ให้ขนาดและน้ำหนักของสินค้าจะนำพาได้สะดวก และไม่เสียหายได้ง่าย ถ้าเป็นสินค้าขนาดใหญ่ก็สามารถแยกส่วน หรือถอดชิ้นส่วนออกบรรจุในกล่องหรือหีบห่อเพื่อความสะดวกในการขนส่ง

8) พยายามรักษาคุณภาพการผลิตสินค้าของที่ระลึกให้ได้มาตรฐานชื่อเสียงในการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ที่มีความละเอียดประณีต ความสวยงาม ผ่างด้วยประโยชน์ใช้สอยคือ ให้เป็นทั้งของประดับสวยงามและมีประโยชน์ใช้งานได้ ซึ่งลักษณะสินค้าอย่างนี้จะได้เปรียบในการตัดสินใจซื้อได้มากกว่าเป็นสินค้าสวยงามอย่างเดียว

9) มีการประดิษฐ์คิดค้นรูปแบบของสินค้าใหม่ ๆ อยู่เสมอแต่ยังคงต้องรักษาเค้าโครงของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นสอดแทรกอยู่บ้าง โดยอาจประดิษฐ์รูปแบบ ขนาด หรือวัสดุให้หลากหลายออกไป

2.4.2.3 การจัดแบ่งประเภทของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ที่ถูกกำหนดสร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นของบริโภค เครื่องใช้ไม้สอยเครื่องประดับหรือวัตถุทางศิลปะ ย่อมมีความผูกพันกับวัสดุ ความพร้อมของเครื่องมือ และอิทธิพลของสิ่งต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มสร้างและสืบต่อกันมาทำให้มีรูปแบบที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอย่างมากมาย ซึ่งจุดประสงค์ในการสร้างก็แตกต่างกันออกไป และถ้าจะกำหนดแบ่งผลิตภัณฑ์เหล่านั้น เพื่อจัดประเภทในรูปลักษณะของที่ระลึกแล้วอาจสามารถกำหนดแบ่งได้ ดังนี้

#### 1) แบ่งจากจุดประสงค์ในการสร้าง

จุดประสงค์ในการผลิตสร้างสิ่งต่าง ๆ ขึ้นเพื่อประโยชน์ใด ๆ ก็ตามไม่ว่าจะเป็นเพื่อใช้สอยให้สอดคล้องกับความต้องการ เพื่อสนองต่อความเชื่อ ความศรัทธาหรือความต้องการทางด้านจิตใจหรือสร้างขึ้นเพื่อจัดจำหน่ายตามสภาวะความจำเป็นทางเศรษฐกิจและความเปลี่ยนแปลงทางสังคม จุดประสงค์ที่ต่างกันเหล่านั้น ย่อมทำให้ผลผลิตมีรูปลักษณะที่ต่างกันออกไปตามความมุ่งหมายแห่งการสร้างดังนี้

1.1) รูปลักษณะของที่ระลึกที่สร้างตามประเพณีนิยม ประเพณีนิยม คือ การสืบเนื่องรูปแบบและการจัดทำต่อ ๆ กันมา ดังนั้น รูปลักษณะของที่ระลึกประเภทนี้ จึงเป็นสิ่งที่สร้างสืบทอดวัฒนธรรมทางรูปแบบแต่ละช่วงอายุคนต่อเนื่องกันมา โดยจุดประสงค์ของคนรุ่นก่อนอาจสร้างสิ่งนั้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยเป็นจุดประสงค์หลัก แต่เมื่อสภาวะประกอบหลายอย่างเกิดความเปลี่ยนแปลง จุดประสงค์ในการสร้างของคนรุ่นต่อ ๆ มาอาจเปลี่ยนเป็นสร้างเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามรูปแบบของผลผลิตหรือเทคนิควิธีในการสร้างก็ยังคงยึดถือแบบอย่างของอดีตอยู่ อาจพัฒนาตัดแปลงไปบ้างเพื่อความเหมาะสมกับสภาพกาลแต่รูปลักษณะส่วนใหญ่ยังคงแสดงให้เห็นบุคลิกภาพ และลักษณะทางวัฒนธรรมของชาติหรือของท้องถิ่นอย่างเด่นชัด ซึ่งใช้เป็นตัวกำหนดในกรอบแนวคิดในการวิจัยในการเลือกรูปแบบของลวดลายในการนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของจังหวัดสงขลา

1.2) รูปลักษณะของที่ระลึกที่สร้างขึ้นตามสมัยนิยม เป็นรูปแบบซึ่งอาจถูกแบ่งค่ามาจากเหตุการณ์ ปราบฏกการณ์ ความนิยมในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง ออกเป็นรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ของเหตุการณ์ หรือสิ่งที่ปรากฏในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง และอาจแพร่ไปยังอีกกลุ่มชนหนึ่งในระยะเวลาหนึ่ง จากนั้นก็เสื่อมความนิยมไปพร้อมกัน มีรูปแบบสิ่งใหม่เข้ามาแทนที่ หมุนเวียนเปลี่ยนไปตามกาลเวลา แต่ละช่วงเวลาที่นิยมนี้เรียกว่า สมัยรูปแบบที่ปรากฏในช่วงสมัย หรือช่วงเวลาใดก็เรียกรูปแบบในช่วงที่นิยมนี้ว่าเป็น รูปลักษณะตามสมัยนิยม

1.3) รูปลักษณะของที่ระลึกที่สร้างขึ้นเฉพาะของบริโภคเครื่องใช้สอยเครื่องประดับหรือวัตถุทางศิลปะที่สร้างขึ้นเฉพาะนี้จะถูกสร้างขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายให้เป็นของที่ระลึก

โดยตรงซึ่งรูปแบบอาจได้รับการออกแบบสร้างเพื่อเฉพาะบุคคล เฉพาะเหตุการณ์ เฉพาะสถานที่ เฉพาะงาน

- การสร้างของที่ระลึกเฉพาะบุคคล อาจเป็นรูปโล่ เหรียญ ถ้วย จง เป็นต้น ที่ได้รับการออกแบบจัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นเกียรติแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยมอบให้บุคคลนั้น เพื่อเป็นของที่ระลึกเตือนความทรงจำในเหตุการณ์ใดก็ตาม หรือเพื่อจำหน่ายแจกจ่ายเพื่อเผยแพร่ให้บุคคลอื่น ๆ ได้มีไว้เพื่อเตือนใจให้ระลึกถึงบุคคลนั้น

- การสร้างของที่ระลึกรูปแบบเฉพาะงาน เป็นการสร้างเฉพาะเพื่อให้ แจกแลก ซื้อมอบในงานนั้น ๆ โดยตรง เช่น การจัดแสดงสินค้า การฉลองวันเกิด งานเลี้ยงส่งงานสังสรรค์ งานเลี้ยงรุ่น เป็นต้น ซึ่งงานเหล่านี้มักจะสร้างสิ่งอนุสรณ์ไว้เป็นลักษณะเฉพาะ เพื่อให้ผู้ร่วมกิจกรรมในงานได้ระลึกถึงเมื่อเวลาผ่านไป

- การสร้างของที่ระลึกรูปแบบเฉพาะเหตุการณ์ สภาพหรือสิ่งที่ปรากฏขึ้นเป็นเหตุการณ์ อาจเป็นเหตุการณ์ที่ดี ที่ร้ายแรง ที่เป็นตำนาน ซึ่งเรื่องราวต่าง ๆ ทำให้เกิดความสะเทือนใจแก่ผู้รับรู้ ในเหตุการณ์นี้มักจะถูกจับช่วงตอนใดตอนหนึ่งของเหตุการณ์มาถ่ายทอดสร้างสรรค์ สร้าง “สิ่ง” หรือ “ของ” ขึ้นมาไว้เป็นอนุสรณ์ให้ระลึกถึง

2) แบ่งตามคุณค่าแห่งการนำไปใช้ การจัดแบ่งประเภทของที่ระลึกในลักษณะนี้ เป็นการจัดแบ่งโดยถือเอาเป้าหมายการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ที่สำคัญ คือ

2.1) ของที่ระลึกประเภทบริโภค คือ ของที่ระลึกอยู่ในรูปลักษณะของอาหาร ซึ่งกล่าวได้ว่า อาหารเป็นรูปลักษณะของ “ของ” สิ่งหนึ่งที่มีการให้แก่นานานนับตั้งแต่อดีตกาลทั้งนี้เนื่องจากอาหารเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยังชีพ อดีตการให้ปันอาหารอาจอยู่ในลักษณะคงรูปแบบธรรมชาติเดิม คือ ผลไม้ก็อยู่ในรูปแบบผลไม้เนื้อก็อยู่ในรูปแบบของเนื้อ ไม่มีการปรุงแต่งเปลี่ยนจากรูปลักษณะเดิม ครั้นต่อมาเมื่อมนุษย์สามารถเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ได้ แทนที่จะเอาเวลาออกไปหาอาหาร ก็เอาเวลาส่วนนั้นมาประดิษฐ์สร้างปรุงแต่งอาหารให้มีรูปมีรสที่ แลดูน่าบริโภคขึ้น เมื่อมีการแบ่งกลุ่มแรงงานของมนุษย์ในสังคมผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาหารโดยตรง ก็พยายามพัฒนาทั้งรูปแบบและรสชาติของอาหารให้สามารถกระตุ้นเร้าความต้องการของผู้คนยิ่งขึ้น เช่น การแกะสลักผักผลไม้การประดิษฐ์สร้างสรรค์อาหารในรูป และรสที่แปลกและใหม่การใส่ ภาชนะหรือบรรจุหีบห่อที่สวยงาม ดังนี้ เป็นต้น จนในปัจจุบันอาหารเป็นของสิ่งหนึ่งที่นอกจากเป็น เครื่องยังชีพที่สำคัญแล้ว ยังถูกนำมามอบให้แก่นักซื้อขายแลกเปลี่ยนในรูปแบบของขวัญ ของชำร่วย ของที่ระลึก เช่น แค้ก กระเช้าผลไม้ขนมลูกชุบ ขนมเทียนเสวย เครื่องประกอบ ของหวานที่บรรจุในกล่องที่กะทัดรัด ขนมปัง และด้วยเหตุที่อาหารเป็นสิ่งหรือของบริโภคที่ไม่ สามารถเก็บไว้ในระยะเวลาอันนาน ๆ อีกทั้งเมื่อ

ได้รับแล้วมีการบริโภคในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ อาหารจึงมักไม่ค่อยได้รับการยอมรับว่าเป็นของที่ระลึก ดังสิ่งของเครื่องใช้ที่เป็นถาวรวัตถุอื่น ๆ

2.2) ของที่ระลึกประเภทประโยชน์ใช้สอย เครื่องมือเครื่องใช้ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์มานับตั้งแต่อดีตกาล และมีการให้ปัน หรือซื้อขายแลกเปลี่ยนแก่กัน เพื่อการนำไปใช้แต่เครื่องมือเครื่องใช้บางชนิดที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นอย่างเป็นพิเศษต่างจากรูปแบบที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งด้วยสีสันทลวย การใช้วัสดุที่ทรงคุณค่า เครื่องมือ เครื่องใช้นั้น มักจะถูกนำไปเป็นของที่ระลึก และระดับมากกว่าการนำไปใช้อื่นในปัจจุบัน เครื่องจักรกลได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีพด้วยการเป็นเครื่องแทนการใช้มือหรือใช้เครื่องมือ รูปลักษณะของสิ่งใช้สอยประเภทเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ นับวันก็จะสูญไปเพราะไม่มีความจำเป็น ทางด้านการนำมาใช้ดังนั้น การผลิตจึงเบนเป้าหมายไปเป็นของที่ระลึกไป เครื่องใช้ไม้สอยที่เป็น ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ของใช้ในสมัยอดีต เช่น นาฬิกา โคมไฟ ตะเกียง ที่ปรากฏให้เห็นได้ตาม ร้านขายของเก่าหรือร้านขายของที่ระลึกแก่ชาวต่างประเทศ และแม้กระทั่งอาวุธที่ใช้ในการศึก สงครามไม่ว่าจะเป็นดาบ หอก โล่และอื่น ๆ ปัจจุบันก็กลายเป็นของที่ระลึกไปแล้วของที่ระลึก ประเภทประโยชน์ใช้สอย เช่น เครื่องแต่งกายของใช้บนโต๊ะอาหาร ของใช้สำนักงาน ของประดับตกแต่ง

2.3) ของที่ระลึกประเภทประโชยน์ตกแต่ง เครื่องมือเครื่องใช้มักถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการทางด้านร่างกาย แต่สิ่งที่ยังประโยชน์ในด้านการตกแต่ง มักจะถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อจิตใจเป็นส่วนใหญ่ซึ่งของที่ระลึกประเภทนี้มีทั้งที่ใช้ในการตกแต่งร่างกายได้แก่ เครื่องประดับ ตกแต่งอาคาร ตกแต่งสถานที่พิธีการ

2.4) ของที่ระลึกประเภทวัตถุทางศิลปะของที่ระลึกประเภทนี้ส่วนใหญ่สร้างสรรค์ขึ้นโดยศิลปินออกแบบและสร้างขึ้นโดยคนคนเดียว อาจด้วยวิธีการใด ๆ จนสำเร็จเป็นงานศิลปะศิลปวัตถุเหล่านี้แต่เดิมเป็นการถ่ายทอดสร้างสรรค์ของศิลปินเพื่อแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกอันเป็นความงามและความพึงพอใจมากกว่าจะมุ่งสร้างเพื่อประโยชน์ในทางซื้อขายแลกเปลี่ยนภายหลังเมื่อสภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป ความจำเป็นในเรื่องปัจจัยอื่น ๆ ที่สำคัญต่อการครองชีพทำให้ศิลปินเริ่มหันมาผลิตสร้างผลงานเพื่อซื้อขายกันมากขึ้น และผลงานประเภทศิลปวัตถุเหล่านี้ส่วนใหญ่มักจะนำไปใช้ประโยชน์ในการตกแต่งมากกว่าประโยชน์อย่างอื่น

2.4.2.4 การออกแบบ (Design) หมายถึง การใช้แนวคิดในการเลือกใช้วัสดุเพื่อสร้างสรรค์ งานศิลปะให้มีหน้าที่ใช้สอยตามความต้องการทั้งในด้านประโยชน์ส่วนตัวและความงามในรูปร่าง ลักษณะตลอดทั้งรูปทรงในทางศิลปะให้คำจำกัดความการออกแบบว่า คือการรวมมูลฐานของทางศิลปะทั้งหลายเข้าด้วยกันด้วยการเลือกหรือการจัดไม่ว่าจะจัดด้วยวัสดุอะไร ผู้ออกแบบจะต้อง

นำเอา สิ่งนั้นไปใช้คือ เส้น รูปร่าง รูปทรง สีช่องว่าง และความสวยงามของพื้นผิว การออกแบบ หมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน

องค์ประกอบของการออกแบบของที่ระลึก การที่มนุษย์พยายามสร้างสรรค์ สิ่งต่าง ๆ ขึ้นได้นั้นย่อมมีสาเหตุอันเป็นที่มาแห่ง แนวความคิดที่จะทำและจุดมุ่งหมายอันเป็นที่ไปแห่ง การกระทำการออกแบบสร้างสรรค์ของที่ระลึก ก็เช่นกันย่อมต้องมีสาเหตุและจุดมุ่งหมาย ซึ่งสาเหตุ และจุดมุ่งหมายนั้นมีอยู่มากมาย (สุวิทย์ อินทิพย์, 2552)

- 1) เป็นการออกแบบเพื่อพัฒนาอาชีพและแข่งขันในด้านการผลิต
- 2) เป็นการออกแบบที่มีผลมาจากการรักในงาน อันเป็นการกระทำด้วยใจรักใน การสร้างสรรค์ของงานที่ระลึก
- 3) เป็นการออกแบบเพื่อการพัฒนาความคิดรวบยอดให้เป็นไปตามยุคสมัยที่มีความนิยม
- 4) เป็นการออกแบบเพื่อสร้างผลงานตอบสนองความเชื่อทางลัทธิประเพณี
- 5) เป็นการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการทางร่างกาย ทางจิตใจ และความต้องการทางด้านอื่น ๆ ของบุคคลโดยส่วนรวมและส่วนตัว
- 6) เป็นไปตามสัญญาข้อตกลง ข้อผูกมัด อันเป็นการผูกพันระหว่างผู้ออกแบบกับผู้ว่าจ้าง
- 7) เป็นการออกแบบเพื่อทดสอบตามความมุ่งหมายกฎเกณฑ์ข้อกำหนด
- 8) การออกแบบอันเป็นผลเนื่องมาจากความนิยมทางปรัชญาธรรมวัตถุสิ่งที่เป็นอนุสรณ์
- 9) เป็นการออกแบบอันมีผลที่ต่อเนื่องจากชาตินิยม เพื่ออนุรักษ์สิ่งที่ดีเด่นและแบบแผนดั้งเดิมไว้ให้ปรากฏต่อไป
- 10) เป็นการออกแบบตามลัทธินิยมทางศาสนา ความเชื่อ ความศรัทธาที่มีต่อรูปวัตถุ
- 11) เป็นการออกแบบอันมีผลสืบเนื่องมาจากความรัก ความเกลียดชัง ความสมหวัง ความผิดหวัง ความหวาดกลัว รวมทั้งผลการกระทบทางจิตใจ ทั้งสิ่งที่เป็นจริง และสิ่งที่เหนือความเป็นจริง
- 12) เป็นการออกแบบอันสืบเนื่องมาจากความคิดริเริ่ม จินตนาการ และแนวความคิดที่จะสร้างสรรค์ผลงานนั้น ๆ ให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น



13) เป็นการออกแบบเพื่อตอบสนองความรู้สึกนึกคิดที่เป็นอิสระและเสรี

14) เป็นการออกแบบเพื่อสร้างรสนิยมใหม่เปลี่ยนแนวคิดของบุคคลว่า  
สิ่งของรูปแบบเช่นนั้นไม่จำเป็นต้องใช้เพื่อประโยชน์เช่นนั้นตลอดไป อาจใช้เพื่อประโยชน์อย่างอื่นอีก  
ก็ได้

15) เป็นการออกแบบเพื่อความเหมาะสมกับวัสดุ เหมาะสมกับเครื่องมือ  
เครื่องจักร เพื่อความประหยัดและมีประโยชน์ใช้สอยมีความคงทนถาวร

### 2.4.3 หลักและวิธีการออกแบบของทีระลิก มีดังนี้ (นวลน้อย บุณยวงษ์, 2539)

2.4.3.1 เส้น (line) คือจุดหลาย ๆ จุดที่เรียงติดต่อกันไป เรามองเห็นภาพธรรมชาติ  
เป็นรูปทรงต่าง ๆ ได้ก็เพราะเส้นรอบนอกของสิ่งนั้นเป็นอันดับแรก เช่น ใบไม้กิ่งไม้ต้นไม้เส้นรอบ  
นอกจะประกอบด้วยเส้นโค้งเป็นส่วนใหญ่ นอกจากเส้นรอบนอกภายในนั้นแล้วยังมีส่วนประกอบ เส้น  
ต่าง ๆ อีกมากมาย ดังนั้นอาจจะสรุปได้ว่า เส้นพื้นฐาน (Basic line) ประกอบด้วยเส้นต่าง ๆ ดังนี้

1) เส้นตั้ง (Vertical line) ถ้าลากเส้นในแนวตั้งมาก ๆ จะให้ความรู้สึก สูง  
สง่า ถ้ามีเส้นตั้งขนานกันมาก ๆ จะทำให้รู้สึกแคบลง

2) เส้นเฉียง (Direction line) ให้ความรู้สึกในทางเคลื่อนไหวต่อการมอง

3) เส้นโค้ง (Curved line) ให้ความรู้สึกในทางนิ่มนวล อ่อนหวานและ  
เคลื่อนไหว

4) เส้นหยัก (Zigzag line) ให้ความรู้สึกในทางเคลื่อนไหวอย่างรุนแรง ถ้า  
ใช้มากไปจะทำให้เกิดความสับสน

2.4.3.2 รูปทรง (Form) รูปทรงในการออกแบบ หมายถึง เส้นที่นำมาประกอบกัน  
เข้า ทำให้เกิดเนื้อที่ และมีรูปร่างต่าง ๆ เช่น เส้นโค้ง ถ้านำปลายของเส้นมาชนกันก็จะเกิดเป็น รูปทรง  
กลม แนวคิดของรูปทรงในการออกแบบแบ่งออกเป็น ส่วน ๆ ดังนี้

1) รูปทรงธรรมชาติ (Nature form)

2) รูปทรงเรขาคณิต (Geometrical form)

3) รูปทรงอิสระ (Free form)

2.4.3.3 สี (Colors) สีมีความสำคัญมากไม่เฉพาะเพียงนี้ที่ออกแบบเท่านั้น แต่สียังมี  
บทบาทต่อชีวิตมนุษย์ทุก ๆ คนด้วย ในการออกแบบจึงต้องคำนึงเรื่องสีเป็นสิ่งสำคัญ เพราะสีจะ  
ช่วยเสริมให้งานเด่นชัดขึ้นโดยทั่ว ๆ ไป แล้วสีแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 3 ประเภท คือ

1) สีของนักจิตวิทยา เป็นสีที่มีอิทธิพลด้านจิตใจที่ให้ความรู้สึกต่อการ  
มองเห็นสีจิตวิทยามีผลจากการทดลองค้นคว้า ดังนี้

- 1.1) สีขาว เป็นสีแห่งความบริสุทธิ์สดใส ความใหญ่ความรู้สึก ปลอดภัย
  - 1.2) สีแดง ทำให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้น ร้อน รุนแรง อันตราย
  - 1.3) สีแดงชาติ เป็นสีที่ทำให้เกิดความประณีตงดงาม
  - 1.4) สีชมพู เป็นสีที่ทำให้เกิดความประณีตงดงาม
  - 1.5) สีเขียว เป็นสีที่ทำให้เกิดความรู้สึกเย็นสบาย
  - 1.6) สีเหลือง เป็นสีที่ทำให้เกิดความรู้สึกสว่างให้ความรู้สึกได้ทั้งร้อนเย็น
  - 1.7) สีน้ำเงิน เป็นสีที่ทำให้เกิดความรู้สึกสงบ เครื่องขريم มั่นคง
  - 1.8) สีดำ เป็นสีที่ทำให้เกิดความรู้สึกลึกลับ หนักแน่น แข็งแรง และ เศร้า
- 2) สีของนักวิทยาศาสตร์หมายถึง สีของแสง เรามองเห็นสีได้จากแสง

ซึ่งจากการทดลอง พบว่า

- 2.1) สีแดง มีคลื่นแสงยาวที่สุด
- 2.2) สีม่วง มีคลื่นแสงสั้นที่สุด สำหรับแม่สีที่เกิดขึ้นจากแสงซึ่ง

นักวิทยาศาสตร์ได้คิดประดิษฐ์ขึ้น มีแม่สีอยู่ 3 สีคือ

- 2.3) สีแสด (Vermillion)
- 2.4) สีเขียว (Emerald green)
- 2.5) สีม่วง (Violet)

2.4.3.4 ผิว (Texture) พื้นผิวเป็นส่วนประกอบของการออกแบบ ในรูปแบบของงานทุกชนิดจะต้องมีพื้นผิวของวัสดุนั้น ๆ การออกแบบจึงต้องเลือกลักษณะของผิวให้เหมาะสมกับงาน งานออกแบบพื้นผิวมีลักษณะการใช้งาน แบ่งออกได้ดังนี้

- 1) ผิวเรียบ (Smooth texture)
- 2) ผิวขรุขระ (Rough texture)

2.4.3.5 ช่องว่าง (Space) ในทางการออกแบบ หมายถึง บริเวณว่าง ความว่าง ช่องไฟ ซึ่งเป็นบริเวณว่างที่รองรับวัตถุที่มองเห็นเกิดขึ้นระหว่างรูปและพื้น มีความหมายหลายกรณี

- 1) ช่องว่างเป็นฉากหลัง (Back ground) ถ้าฉากหลังที่บสีเส้นแสง – เงา ทำให้รูปเด่นมีคุณค่ามากขึ้น
- 2) ช่องว่าง เป็นช่องไฟระหว่างตัวอักษรกับพื้น ทำให้เกิดจังหวะและความกลมกลืน
- 3) ช่องว่าง เป็นบริเวณว่างรอบ ๆ ทำให้มีคุณค่าทางปริมาตร

2.4.3.6 แสง - เงา (Light and Shade) ในทางการออกแบบ คือ การแสดงคุณค่าของ แสง - เงา ภายในรูปทรงแสง สีแสง - เงา เกิดขึ้นหลายกรณีเช่น

- 1) แสง - เงา ที่เกิดจากการเขียน (Drawing)
- 2) เส้น ที่เกิดจากการเขียนแสดงระยะอ่อนแก่ (Vale) ทำให้เกิดแสง - เงา
- 3) แสง - เงา ที่เกิดจากรูปทรงลอยตัว ซึ่งในงานออกแบบนำไปใช้มาก

2.4.3.7 มวล (Mass) ในการออกแบบมวล เป็นรูปทรงที่แสดงปริมาตร น้ำหนัก ลักษณะลอยตัว (Round relief) จะเห็นได้จากการออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น แจกัน โต๊ะ ขวดปากกา การออกแบบจะต้องทำให้เหมาะสมกับรูปทรงนั้น ๆ และมีความแข็งแรงเหมาะสมกับการใช้งาน พื้นฐานของมวลได้มาจากรูปทรงเรขาคณิต เช่น รูปทรงปริซึม (Prism), รูปกรวย (Cone), รูปทรงพีระมิด (Pyramid), รูปทรงกลม (Double curved)

การออกแบบเพื่อกำหนดของที่ระลึกในแต่ละครั้ง หากได้มีการกำหนดแน่นอน ลงไปทั้งรูปแบบประเภท วัสดุการนำไปใช้ โดยมีการสำรวจและวางแผนที่มีเป้าหมายชัดเจน ย่อมทำให้ของที่ระลึกที่ผลิตสร้างขึ้นนั้น มีความหมายมากกว่าการออกแบบสร้างขึ้นอย่างไร้เป้าหมายทั้งนี้เนื่องจากของที่ระลึกอาจเปรียบได้ดั่งสื่อสัญลักษณ์สิ่งที่ใช้แทนบุคคล เหตุการณ์ สถานที่ อันมีความหมายต่อความรู้สึกนึกคิดในทางการกระตุ้นเร้าจิตใจให้คิดและระลึกถึง ดังนั้น ลำดับขั้นของการออกแบบควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

การกำหนดประเภท คือ กำหนดเป้าหมายเบื้องต้นในเรื่องรูปแบบว่าจะให้มี แนวโน้มไปในลักษณะใด เช่น อาจกำหนดให้มีรูปแบบในลักษณะตามประเพณีนิยมก็อาจออกแบบ จำกัดให้ชัดเจนไปได้อีกว่ารูปแบบประเพณีนิยมนั้น จะเป็นประเพณีนิยมแบบสากลทั่วไป หรือเป็น รูปแบบประเพณีนิยมเฉพาะของท้องถิ่น ของภูมิภาค ของชุมชน หรืออาจกำหนดสร้างให้มี รูปแบบในลักษณะตามสมัยนิยมก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้ว่าจะเป็นรูปแบบที่กำลังนิยมอยู่โดยทั่วไปในปัจจุบัน หรือรูปแบบที่กำลังจะเป็นที่นิยม และรูปแบบที่พยายามจะสร้างให้กลายเป็นความนิยมขึ้นมาใหม่ในอนาคตต่อไป และถ้าจะกำหนดเป้าหมายในเรื่องรูปแบบให้เป็นลักษณะเฉพาะนั้น เป็นรูปแบบเฉพาะของอะไรของบุคคล เหตุการณ์งาน สถานที่

เก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบสร้างสื่อสัญลักษณ์สิ่งแทนบุคคล เหตุการณ์สถานที่ หรือแทนสิ่งใด ๆ ก็ตาม ผู้ออกแบบควรเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบให้มีลักษณะสอดคล้องกับความเป็นสิ่งนั้นอย่างแท้จริง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอาจเป็นประวัติเรื่องราวรายละเอียด รูปภาพ หลักฐานเอกสารสิ่งตีพิมพ์

สำรวจค่านิยม ในปัจจุบันของที่ระลึกมีส่วนผูกพันกับค่านิยม รสนิยมของบุคคลอยู่มาก คำว่า “ค่านิยม” อาจหมายถึงความสนใจ ความพึงพอใจ ความชอบ ความนิยม หน้าที่ พันธะ ทัศนคติ ความปรารถนาความอยาก ความต้องการ ความเหนงหน่าย และความดึงดูด หรือความรู้สึกอื่น ที่มนุษย์มีต่อผลผลิตมีต่อการกระทำ สิ่งเหล่านี้มนุษย์ยึดถือไว้สำหรับเป็นแนวทางในการใช้เลือกหรือแนวทางในการจัดการรวบรวมองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ด้วยวิธีการที่เหมาะสม จากคำจำกัดความของคำว่า “ค่านิยม” คำเดียว บางครั้งก็ให้ความหมายต่อการทำงานของมนุษย์เป็นอย่างดี มากในการออกแบบเพราะมีส่วนผูกพันกับค่านิยมทั้งตัวนักออกแบบเอง แล้วรวมไปถึงผู้ใช้ผู้บริโภคด้วย ค่านิยมจึงเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการออกแบบสร้างของที่ระลึกอย่างกว้างขวาง ผู้ที่สร้างสรรค์ต้องใช้ความสังเกต และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมของผู้ใช้ผู้บริโภค ไว้เป็นพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการออกแบบ

กำหนดคุณค่าและการนำไปใช้ การจับประเด็น ของข้อมูลที่เป็นเนื้อหาเรื่องราว เพื่อกำหนดถ่ายทอดเป็นรูปแบบให้สอดคล้องกับค่านิยมนั้น สามารถกระตุ้นเร้าทางความรู้สึกให้เกิดความประทับใจอันเป็นคุณค่าทางความรู้สึกหรือคุณค่าภายใน ส่วนคุณค่าอีกประการหนึ่งที่ผู้ออกแบบควรคำนึงควบคู่กันไปด้วย คือคุณค่าภายนอกหรือคุณค่าทางกายภาพของวัตถุคุณค่านี้อาจเกิดจากการนำวัสดุที่มีคุณค่าในตัวเองอยู่บ้างแล้วมาสร้างสรรค์เป็นของที่ระลึก เช่น อัญมณี งาม แก้ว ทอง หรือค่าของงานอยู่ที่ความเก๋กะทัดรัด แปลกตา น่าทึ่ง สวยงาม มีคุณค่าต่อการมอง สามารถบันดาลให้เกิดความภาคภูมิใจมีเกียรติมีสง่าราศีดังนี้ เป็นต้น และคุณค่าอีกลักษณะหนึ่งก็คือ คุณค่าที่เกิดจากการนำไปใช้ในปัจจุบันของที่ระลึกมักออกมาในรูปของสิ่งของเครื่องใช้เครื่องประดับ ที่ได้รับการออกแบบให้มีความหมายว่าเป็นของที่ระลึก นับว่าเป็นความคิดที่ดีผู้รับสามารถใช้ประโยชน์จากของที่ระลึกได้ด้วย ซึ่งดีกว่าตั้งไว้เพื่อคุณค่าทางจิตใจหรือคุณค่าทางความงามเฉย ๆ ซึ่งรูปแบบที่ใช้ในการ ออกแบบ อาจดัดแปลงแปรรูปจากสิ่งของเครื่องใช้เครื่องประดับที่มีปรากฏอยู่แล้วให้เป็นของที่ระลึก เช่น เอาถ้วยชาม ช้อนส้อม จาน ย่อขนาดและสัดส่วนลงให้พอเหมาะแล้วกำหนดสัญลักษณ์ของที่ระลึกลงไปเป็นของที่ระลึกได้โดยสมบูรณ์

## 2.5 การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

**2.5.1 กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด** การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง ลักษณะและทิศทางของการตลาดขององค์กรในระยะยาว การวางแผนการตลาดของกิจการเป็นการวางแผนที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความนิยมจนตัดสินใจซื้อ แผนกลยุทธ์ทางการตลาดจึงเป็นแผนที่จะต้องมีการวิเคราะห์อย่างถ่องแท้ เพื่อ

กำหนดแผนที่มีประสิทธิภาพ แผนกลยุทธ์ทางการตลาดจึงเป็นแผนที่จะต้องมีการวิเคราะห์อย่างถ่องแท้ เพื่อกำหนดแผนที่มีประสิทธิภาพ แผนกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริหารทางการตลาดต้องคอยประเมินสถานการณ์สภาพแวดล้อมของตลาดอยู่ตลอดเวลา และในขณะเดียวกันก็จะทำให้ผู้บริหารทางการตลาดได้มีโอกาสคาดคะเนเหตุการณ์ข้างหน้าอยู่เสมอ ซึ่งเป็นการพัฒนาผู้บริหารทางการตลาดให้มีความรู้ และความเข้าใจแนวทาง การตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในระยะยาวแล้ว ผู้บริหารยังจำเป็นต้องวางแผนย่อยซึ่งเป็นแผนระยะสั้นอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมต่อสถานการณ์ทุก ๆ สถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารทางการตลาดสามารถปฏิบัติได้ตามสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเหมาะสม การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดนี้โดยทั่วไปจะยึดส่วนประสมทางการตลาดเป็นหลัก ซึ่งประกอบด้วย

2.5.1.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ โดยการบริโภคหรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Gary Armstrong & Philip Kotler & Michael Harker, 2009) โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมาจากสิ่งที่สัมผัสได้ หรือสัมผัส ไม่ได้ เช่น รูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลิ่น สี ราคา ตราสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของ ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ ตัวผลิตภัณฑ์ที่น่าเสนอขายนั้นสามารถเป็นได้ทั้งในรูปแบบของการมีตัวตนหรือการไม่มีตัวตนก็ได้ เพียงแต่ว่าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จำเป็นต้องมีอรรถประโยชน์ และมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านั้น ทั้งนี้การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ควรจะต้องคำนึงและให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน เพื่อให้สินค้า หรือบริการของกิจการมีความแตกต่างอย่างโดดเด่น

1.1) องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน คุณภาพ รูปร่าง ลักษณะ การบรรจุภัณฑ์ตราสินค้า เป็นต้น

1.2) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงตำแหน่งของ ผลิตภัณฑ์ว่าอยู่ในส่วนใดของตลาด ซึ่งจะมีความแตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย

1.3) การพัฒนาเพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่ โดยการปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอย่างสม่ำเสมอ จะต้องคำนึงถึงความสามารถของบริษัทในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นไปเรื่อย ๆ

2.5.1.2 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านราคา หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือ บริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการนั้น ๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่ชำระ (Gary Armstrong & Philip Kotler & Michael Harker, 2009: 88) นอกจากนี้ยังอาจหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ซึ่งลูกค้าใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างราคา ที่ต้องชำระเงินออกไปกับคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับกลับมาจากผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งหากว่าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะทำการตัดสินใจซื้อ กิจการควรจะคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ

#### 1.1) การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ดังนี้

- สถานการณ์ สภาพ และรูปแบบของการแข่งขันในตลาด
- ต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อมเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า
- คุณค่าที่รับรู้ได้ในสายตาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- ปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจเกี่ยวข้อง

2) กลยุทธ์ด้านการจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือบริการรวมถึงวิธีการที่ จะนำสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาว่า กลุ่มเป้าหมายคือใคร และควรกระจายสินค้า หรือบริการสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทางใดจึงจะเหมาะสมมากที่สุด (THbusinessinfo, 2558)

#### 2.1) จัดจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคโดยตรง (Direct)

#### 2.2) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่ง (Wholesaler)

#### 2.3) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าปลีก (Retailer)

2.4) จำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (Wholesaler and Retailer)

#### 2.5) จำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทน (Dealer)

การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจนั้นมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการให้บริการเนื่องจากทำเลที่ตั้งที่กิจการเลือกไว้ นั้น จะเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการจึงควรครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ กลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้ความสำคัญของทำเลที่ตั้งจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจแต่ละประเภท โดยในส่วนของการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องคำนึงถึงปัจจัยทั้ง 3 ส่วนดังนี้

- ลักษณะและรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ
- ความจำเป็นในการใช้คนกลาง เพื่อจัดจำหน่ายสินค้า หรือบริการของธุรกิจ
- ลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างความสนใจความคิด ความรู้สึก ความต้องการ และความพึงพอใจในสินค้า หรือบริการ โดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำในตัวผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่า การส่งเสริมการตลาดนั้นจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกความเชื่อและพฤติกรรม การซื้อสินค้า หรือบริการ (Etzel, 2007) หรืออาจเป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อก็ได้ ทั้งนี้จะต้องมีการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ อย่างผสมผสานกันหรือเรียกได้ว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC: Integrated Marketing Communication) ซึ่งการใช้เครื่องมือในรูปแบบใดนั้น จะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย (ศิริวรรณ วิมูลชาติ, 2546)

3) การส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการจะประกอบไปด้วย 3 เครื่องมือหลัก ดังนี้

3.1) การโฆษณา หมายถึง กิจกรรมการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจ และความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการแก่ผู้ที่ได้รับสารจากโฆษณา ดังกล่าว ซึ่งการโฆษณาสามารถทำได้ในหลากหลายช่องทางการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ตามแต่ผลกระทบของกลุ่มที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย

3.2) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว หมายถึง การนำเสนอแนวความคิดของบุคคลที่มีต่อสินค้า หรือบริการ ซึ่งอาจจะมีทั้งในรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อเป็นค่าตอบแทนหรือไม่ ต้องมีการจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทนก็ได้สำหรับการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารข้อมูลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยอาจจะเป็นจากองค์กรถึงผู้บริโภคทั่วไป หรือจากองค์กรถึงองค์กรด้วยกัน เป็นต้น

3.3) การขายโดยพนักงาน หมายถึง การขายสินค้าที่มีการสื่อสารทั้งสองทาง (Two-ways Communication) หรือ การขายแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face) ซึ่งผู้ขายและผู้ซื้อจะได้พบหน้ากัน มีการสอบถาม แลกเปลี่ยนข้อมูล และเสนอขายสินค้า หรือบริการกันโดยตรง

4) กลยุทธ์ด้านบุคคล บุคคลหรือบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ ซึ่งนับรวมตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน ยาม เป็นต้น โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ

5) กลยุทธ์ด้านกายภาพและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้าการบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้านการบริการ ที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพในภาพรวม ซึ่งก็คือในส่วนของสภาพทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าให้ความสนใจ และความแปลกใหม่ของสภาพทางกายภาพที่แตกต่างไปจากผู้ให้บริการรายอื่น เช่นเดียวกันกับ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2546) กล่าวไว้ว่า ลักษณะกายภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสจับต้องได้ในขณะที่ยังใช้สินค้าหรือบริการอยู่ นอกจากนี้อาจหมายถึงความถึง สัญลักษณ์ที่ลูกค้าเข้าใจความหมายในการรับข้อมูล จากการทำการสื่อสารทางการตลาดออกไปในสาธารณะ เป็นลักษณะการสร้างคุณภาพให้กับบริการ ให้มีภาพลักษณ์ที่ส่งผลทางบวกให้กับ บริการ หรืออาจรวมไปถึงการปรับปรุงด้านกายภาพต่าง ๆ ให้ดีขึ้นอีกด้วย

6) กลยุทธ์ด้านกระบวนการ กระบวนการ หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรม ตามแต่รูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งหากว่ากิจกรรมต่าง ๆ ภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงและประสานกันจะทำให้ กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ กระบวนการทำงานในด้านของการบริการ จำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานภายในองค์กรทุกคนเกิดความเข้าใจตรงกัน สามารถปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างถูกต้องและราบรื่น

## 2.5.2 การวางแผนการเจริญเติบโตของธุรกิจในอนาคต (Ansoff Matrix)

ในขั้นตอนการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ผู้บริหารจำเป็นต้องวางแผนการเจริญเติบโตของธุรกิจในอนาคต ซึ่งจะเป็นการกำหนดทิศทางในการขยายธุรกิจให้มีความเจริญรุ่งเรือง และสร้างชื่อเสียงของกิจการในระยะยาว ซึ่งอาศัยข้อมูลจากการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในกระบวนการจัดการทางการตลาด



เครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนการเจริญเติบโตของธุรกิจใหม่ในอนาคต เรียกว่า Ansoff Matrix โดยพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมหรือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านตลาดหรือลูกค้า (Market) ว่าเป็นตลาดที่มีอยู่เดิม หรือเป็นตลาดใหม่ ซึ่งมีกลยุทธ์ให้เลือกใช้รวม 4 กลยุทธ์ดังนี้

2.5.2.1 การเจาะตลาด (Market Penetration) เป็นกลยุทธ์การเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้กับลูกค้ากลุ่มเดิม

2.5.2.2 การพัฒนาตลาด (Market Development) เป็นกลยุทธ์การเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์เดิมในตลาดใหม่ ซึ่งก็คือลูกค้ากลุ่มใหม่นั้นเอง คำว่าตลาดใหม่หรือลูกค้ากลุ่มใหม่ในที่นี้อาจเป็นตลาดใหม่ในแง่ของพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ หรืออาจจะเป็นตลาดในแง่ของลักษณะของกลุ่มลูกค้าก็ได้

2.5.2.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นกลยุทธ์การเพิ่มยอดขายโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวใหม่เพื่อขายแก่ลูกค้ากลุ่มเดิม

2.5.2.4 การขยายสู่ทางเลือกที่แตกต่าง (Diversification) เป็นกลยุทธ์การเพิ่มยอดขายโดยรวมของกิจการโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อขายให้แก่ลูกค้ากลุ่มใหม่

	ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม	ผลิตภัณฑ์ใหม่
ตลาดที่มีอยู่เดิม	การเจาะตลาด (Market Penetration)	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)
ตลาดใหม่	การพัฒนาตลาด (Market Development)	การขยายสู่ทางเลือกที่แตกต่าง (Diversification)

ภาพที่ 2.32 Ansoff Matrix

ที่มา: เอก บุญเจือ และ นิตยา ไชยชนะ (2557)

### 2.5.3 การเปรียบเทียบคู่แข่ง

ตารางที่ 2.3 การเปรียบเทียบคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	PHRO KHUN	Naraya	Jim Thompson
ด้านผลิตภัณฑ์	<p>1. ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ไม่มีสินค้าเลียนแบบ</p> <p>2. มีการใส่เรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ มีกระบวนการออกแบบอย่างยั่งยืน ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบไปตลอดจนหมดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์และคำนึงถึงสังคมหรือคนในชุมชนที่อาศัยอยู่</p> <p>3. ใช้เทคนิคบาติกในการสร้างสรรค์ลวดลายและย้อมด้วยสีธรรมชาติจากคราม</p>	<p>1. ผลิตภัณฑ์สิ่งทอทำด้วยมือ</p> <p>2. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันมากในแต่ละรุ่น ไม่มีความโดดเด่น</p>	<p>1. ใช้ผ้าไหมเกรด A ซึ่งมีราคาสูงมาก</p> <p>2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีความแตกต่างกัน เน้นการใช้วัสดุ</p>
ด้านราคา	ราคาอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	ราคาระดับปานกลาง - สูง	ราคาระดับสูง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<p>1. พื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา หรือตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำในจังหวัดสงขลา</p> <p>2. มีเพจเป็นของตนเอง</p>	<p>1. มีร้านค้าเป็นของตนเอง</p> <p>2. มี Website เป็นของตนเอง</p> <p>3. ส่งสินค้าให้กับร้านค้าปลีกในประเทศไทย</p>	<p>1. มีร้านค้าเป็นของตนเอง</p> <p>2. ส่งออกไปยังต่างประเทศ</p> <p>3. มี Website เป็นของตนเอง</p>
ด้านส่งเสริมการขาย	<p>1. ในอนาคตมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับ Thai Designer</p> <p>2. ออกคอลเลคชันใหม่</p>	<p>1. ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก</p>	<p>1. ไม่มีการจัดการส่งเสริมการขาย</p>

## 2.5.4 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด STP Marketing ซึ่งประกอบด้วย

Sementation การแบ่งส่วนตลาด

2.5.4.1 ระดับการแบ่งส่วนตลาด : Thai style เป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งตลาดเป้าหมายคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2.5.4.2 หลักเกณฑ์ในการแบ่งตลาดผู้บริโภค

1) เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ตามรายได้รายได้ของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งสำคัญ โดยปัจจุบันผู้คนตระหนักในเรื่องการใช้จ่ายมากขึ้น และจะใช้จ่ายเฉพาะสิ่งของที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตเท่านั้น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาจึงเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวคนไทย เพราะนักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลามีความพึงพอใจในวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่น จึงทำให้มีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้ในปริมาณที่มาก

2.5.4.3 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมทัศนคติและความต้องการ

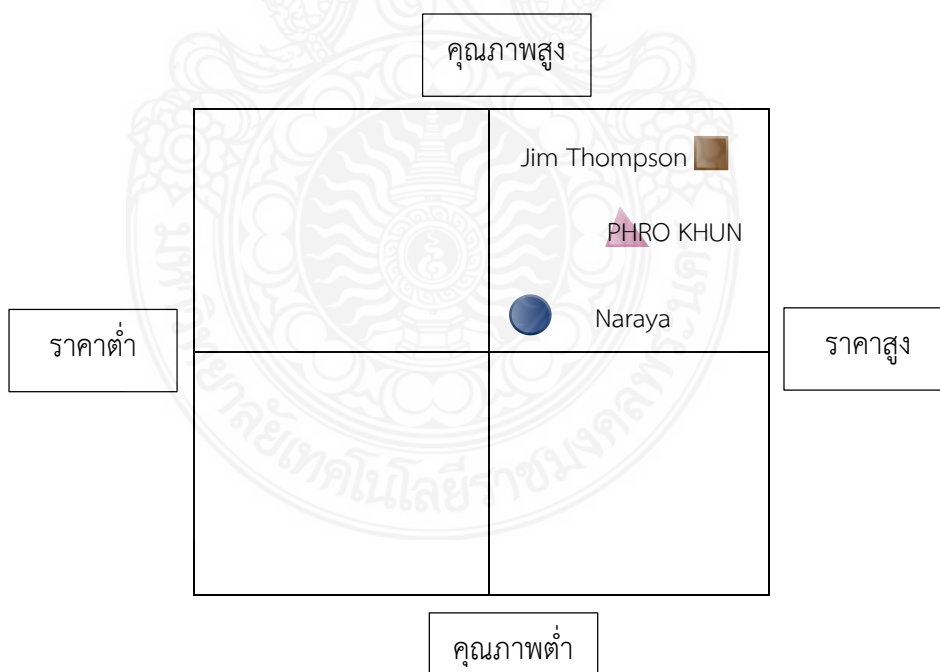
1) โอกาสในการซื้อ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแสดงอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาได้อย่างชัดเจน รวมถึงมีรูปแบบที่ทันสมัยตอบโจทย์วิถีชีวิตของคนในชุมชนและยังมีกลิ่นอายของความเป็นพหุวัฒนธรรม ดังนั้นคาดว่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนี้จะมีโอกาสในการสร้างผลกำไรระยะยาวให้กับกิจการ โดยซื้อมอบให้บุคคลพิเศษ เนื่องในโอกาส, เทศกาลสำคัญต่าง ๆ หรือเป็นของที่ระลึก

2) เจตคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีเจตคติที่ดีต่อย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งถือเป็นเมืองที่มีประวัติและเรื่องราวมากมาย เช่น อาหาร วัฒนธรรม การแสดง สถาปัตยกรรม สามารถที่จะขับเคลื่อนให้เมืองสงขลาเป็นเมืองสร้างสรรค์โดยการร่วมกันพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานที่สะท้อนอัตลักษณ์ได้จะดีมาก ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจในการชำระเงินเพื่อแลกกับคุณค่าทางใจของผลิตภัณฑ์

3) อัตราการซื้อซ้ำ จะแบ่งผู้บริโภคออกเป็น 2 ประเภท คือ ซื้อเพื่อมอบให้เป็นของที่ระลึกแก่ตนเองและคนพิเศษและซื้อเพื่อสะสม ซึ่งเป็นความชอบส่วนบุคคล นอกจากนี้อัตราการซื้อซ้ำอาจอยู่ในระดับสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นล้วนมีคุณค่าและอัตลักษณ์ของเรื่องราวและคุณค่าทางจิตใจทำให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจและแรงกระตุ้นในการซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น

2.5.4.4 Targeting ตลาดเป้าหมาย จากการวิเคราะห์ตลาด ผู้วิจัยสังเกตเห็นช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยเริ่มจากพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวล้นไหลเข้ามาตลอดทั้งปี คือย่านเมืองเก่าสงขลา ถนนนางงาม ถนนนครนอก และถนนนครใน สำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการซื้อสินค้าเพื่อเป็นของที่ระลึกแก่ตนเองและมอบให้แก่คนพิเศษ หรือเนื่องในโอกาสวันสำคัญต่าง ๆ และกลุ่มเป้าหมายต่อมา คือ คนไทยที่ต้องการสนับสนุนสินค้าของไทย การอนุรักษ์วัฒนธรรมและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบไปตลอดจนหมดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์และคำนึงถึงสังคมหรือคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ แต่ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับสายตาของผู้ใหญ่มากกว่าเด็ก

2.5.4.5 Position การวางตำแหน่ง ผู้วิจัยวางตำแหน่งจากคุณภาพและราคา เนื่องจากสินค้าของผู้วิจัยเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับระดับราคาค่อนข้างสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ให้คุณค่าทางจิตใจ โดยผู้วิจัยจะใช้เกณฑ์คุณภาพและราคาในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อค้นหาตำแหน่งทางการตลาด ทั้งนี้กิจการมีความมุ่งเน้นในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ให้สามารถยอมรับ จดจำ และเกิดการซื้อซ้ำ



ภาพที่ 2.33 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

## 2.5.4 กลยุทธ์ทางการตลาด Marketing Mix (4P's)

2.5.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก Phrokhun เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่ต้องการซื้อเพื่อมอบให้กับบุคคลพิเศษและเป็นของที่ระลึกสำหรับนักสะสมทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีรูปแบบและการออกแบบที่มีความร่วมสมัยระหว่างไทยผสมผสานความเป็นสากล ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเกิดการยอมรับและเป็นที่ยอมรับ ผู้วิจัยผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ไม่มีสินค้าเลียนแบบ โดยมีการใส่เรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ มีกระบวนการออกแบบอย่างยั่งยืน ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบไปตลอดจนหมดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์และคำนึงถึงสังคมหรือคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ โดยใช้เทคนิคบาติกในการสร้างสรรค์ลวดลายและย้อมด้วยสีธรรมชาติจากคราม ทั้งนี้จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ การใส่เรื่องราวในการออกแบบผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นที่บ่งบอถึงพหุวัฒนธรรมไทย จีน มุสลิม ที่เป็นเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมของชาวสงขลา เรียกได้ว่าเป็นการกระตุ้นยอดขายสำหรับนักสะสมและกระตุ้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา เผยแพร่ความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาสู่สาธารณชนได้อย่างดีอีกด้วย

2.5.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบ่งตามประเภทของการใช้งาน ซึ่งมีทั้งหมด 8 รูปแบบ ได้แก่ เสื้อผ้า 1 รูปแบบ, หมวก 2 รูปแบบ, รองเท้า 2 รูปแบบ, กระเป๋า 1 รูปแบบ, ผ้าคลุมไหล่/ผ้าโพกศีรษะ 1 รูปแบบ โดยการตั้งราคาจะพิจารณาจากต้นทุนของวัสดุที่นำมาใช้ในการผลิต ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณของวัสดุที่นำมาตัดเย็บและใช้เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

2.5.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจะจัดจำหน่ายที่ย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นแห่งแรก เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาติสัญจรไปมาไม่ขาดสาย ซึ่งเป็นการกระตุ้นแรงจูงใจผู้บริโภค นอกจากนี้อนาคตจะมีการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากเป็นใจกลางเมืองแห่งการค้าขายของคนสงขลา และมีการขายผ่านเพจออนไลน์เพื่อสะดวกต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคต่างจังหวัดอีกด้วย

2.5.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีการใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายโดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค เช่น ผู้วิจัยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีการนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ในหลายแง่มุม ที่ไม่เหมือนใคร และรูปแบบของผลิตภัณฑ์จะมีการปรับเปลี่ยนไปตามกระแสยุคแฟชั่น และกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบัน เพื่อเตรียมพร้อมการเพิ่มยอดขาย มีการคาดการณ์ในเป้าหมายระยะยาว

โดยการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์และรายการผลิตภัณฑ์ เมื่อตราสินค้าเป็นที่รู้จักและยอมรับ ให้มีความหลากหลายและน่าสนใจยิ่งขึ้น

## 2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.6.1 อัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา

จาตุรนต์ จรรย์รัตน์กุล และคณะ (2563) บทความการวิจัยเรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์ ลวดลายประดับธรรมาสน์ : วัดพระแท่นศิลาอาสน์ จังหวัดอุดรดิตถ์ ศึกษา 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ศึกษาสภาพโดยรวมของธรรมาสน์ตามหลักการทางด้านศิลปะไทย ส่วนที่ 2 การศึกษารายละเอียด รูปแบบ และขนาดตลอดจนลักษณะเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ของลวดลายประดับธรรมาสน์ที่ปรากฏในส่วนประกอบหลักต่าง ๆ พื้นที่ในการวิจัยคือ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น วัดพระแท่นศิลาอาสน์ จังหวัดอุดรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายประดับธรรมาสน์ดังกล่าวซึ่งเป็นศิลปะในสมัยอยุธยาตอนปลาย นั้น มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เด่นไม่มีที่ไหนเหมือน ประกอบด้วยลายไม่ซ้ำกัน โดยสามารถแบ่งเป็น ลายกนก ลายกระจง ตลอดจนสามารถแบ่งกลุ่มลายที่เป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจน คือ ลวดลายทุกลายมีลักษณะลายที่ไม่เหมือนและไม่ซ้ำกัน ลวดลายหลายลายมีลักษณะพิเศษที่มีการนำรูปของคน เทวดา สัตว์ เข้ามาประกอบเป็นตัวลายได้อย่างวิจิตร งดงาม

ทวิศักดิ์ มูลสวัสดิ์ (2561) จากการศึกษาและพัฒนางานด้านการออกแบบที่สัมพันธ์กับ ศิลปวัฒนธรรม เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของงานออกแบบเครื่องประดับไทยร่วมสมัยที่สะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต โดยการศึกษาและวิเคราะห์ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์และทุนนิยมในปัจจุบัน ผลการศึกษาที่ได้คือ แนวทางการค้นหาอัตลักษณ์ของงานออกแบบเครื่องประดับไทยร่วมสมัยสามารถแบ่งได้เป็น 2 วิธีคือ 1. เครื่องประดับไทยร่วมสมัย ภายใต้แนวคิด “การเกิดพันธุ์ผสม” คือการเกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่าง วัฒนธรรมเดิม(ปัจจุบัน) กับอิทธิพล(ปัจจัยใหม่) จนเกิดการหล่อหลอมเป็นวัฒนธรรม ก่อเกิด เครื่องประดับในบทบาทของภาษาทางวัฒนธรรมร่วมสมัยและคุณค่าใหม่ทางสังคมและวัฒนธรรม ที่มีอัตลักษณ์ของการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยไทยสอดคล้องกับวิถีชีวิตในปัจจุบัน 2. เครื่องประดับไทยธรรมดา หมายถึงอัตลักษณ์ไทยร่วมสมัยแบบไทย ๆ หรือไทยธรรมดา ซึ่งมีความร่วมสมัยอยู่แล้วในตัวอยู่ทุกขณะ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันปัจจุบันสามารถพบเห็นได้ทั่วไปในวิถีของผู้คนหรือสามารถเรียกทับศัพท์ภาษาอังกฤษได้ว่า วัฒนธรรม ป๊อปปูล่าร์ (Popular Culture) หรือเรียกสั้น ๆ ว่า วัฒนธรรมป๊อป ไทยธรรมดามีความยืดหยุ่นสูง ง่าย ๆ สบาย ๆ ไม่อิงอยู่กับไทยประเพณี ไม่มีข้อจำกัด แนวคิดนี้เป็นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าหรือการด้นสด (Improvisation)

ด้วยการรื้อสร้างทั้งทางกายภาพและมโนคติ ของบริบททางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดภาษาทางวัฒนธรรม ร่วมสมัยของเครื่องประดับ แนวทางนี้เสาะหาช่องทางใหม่ของการสื่อสารและอภิปรายถึงความเป็นไปได้ในฐานะเครื่องมือ สำหรับการตั้งคำถามถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของวัฒนธรรมป๊อปปูลาร์ ในเครื่องประดับ 2. อุตลักษณ์ใหม่ของเครื่องประดับร่วมสมัยไทยคือทิวภาวะเกิดจากแนวคิดของการผสมผสานทางวัฒนธรรม และพื้นฐานของความเป็นคนไทย 3. การผสมผสานทางวัฒนธรรมส่งผลให้เกิดอัตลักษณ์ของเครื่องประดับร่วมสมัยไทยและเกิดนวัตกรรมทางวัฒนธรรม นำไปสู่การพัฒนา ส่งเสริมสังคมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีพื้นฐานอยู่บนการพัฒนาทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

## 2.6.2 การสร้างสรรค์ลวดลายผ้าบาติก

ศุภชัย สร้อยจิต (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผ้าบาติกสีคราม : มิติความงามวิถึปัตตานีสู่ งานศิลปะ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เทคนิค กระบวนการทำผ้าบาติกสีคราม หารูปแบบแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบผ้าบาติกสีครามและสร้างสรรค์ผลงานศิลปะร่วมสมัยจากแนวความคิดมิติความงามวิถึปัตตานี ผลการวิจัยสร้างสรรค์ เกิดองค์ความรู้ รูปแบบและลักษณะเฉพาะผ่านกระบวนการเทคนิคผ้าบาติกสีครามที่ได้จากการศึกษาเทคนิคการย้อมครามนำมาทำการทดลองปรับประยุกต์การย้อมครามเพื่อให้เหมาะสมกับวัสดุที่มีอยู่ในพื้นที่ปัตตานี ผลการทดลองได้ผลงานศิลปะผู้วิจัยนำเสนอในรูปแบบ Installation Art จำนวน 4 ชุด ดังนี้ 1) ผลงานชุดมุขปาฐะปันตัยอิณี 2) ผลงานชุดฟ้าคราม-ผ้าคราม 3) ผลงานชุดวิถีตีกลาที่ยะหริ่ง และ 4) ผลงานชุดสัมพันธ์ภาพนกับคนตานี โดยใช้รูปทรงแทนสัญลักษณ์คุณค่าทางความหมาย จากกระบวนการทางความคิดถ่ายทอดเรื่องราวประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยที่เข้าไปใช้ชีวิตในจังหวัดปัตตานี ความงดงามของธรรมชาติซึ่งแฝงนัยสะท้อนถึงความงดงามของประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ธรรมชาติ ตลอดจนถึงมิติความงามของถิ่นอายวิถึปัตตานีในมุมมองของคนนอกพื้นที่ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบลวดลายของผ้าบาติก ในกลุ่มอันดามัน ลวดลายดัดแปลงจากนามธรรม พบว่า จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่ลวดลายที่พบมาก ได้แก่ ปู ปลา กุ้ง หอย ปะการัง ลวดลายดอกไม้ ได้แก่ ดอกกล้วยไม้ ดอกกุหลาบ ดอกลีลาวดี ดอกเฟื่องฟ้า ดอกจำปา ดอกศรีตรัง ทั้งสามจังหวัดไม่มีความแตกต่างกัน จังหวัดภูเก็ตจะนิยมเขียน ลายกนกประยุกต์ จังหวัดพังงา และกระบี่ไม่นิยมเขียน จึงมีความแตกต่างกัน ลายเลขาคณิต จังหวัดภูเก็ตและกระบี่ไม่นิยมเขียน ส่วนจังหวัดพังงานิยมเขียนลวดลายจุดเด่นของผ้าบาติกในจังหวัดภูเก็ตนิยมเขียนลวดลายแหลมพรหมเทพ อาคารชิโนยูโรเปียน จังหวัดพังงานิยมเขียนเขาตะปู เขาช้าง ส่วนจังหวัดกระบี่นิยมเขียนรองเท้านารี นกแก้ว เขาขนานน้ำ สำหรับสีส้นรูปแบบลวดลายจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ พบว่า สีพื้นนิยมสีชมพู สีฟ้า สีน้ำเงิน สีม่วง ส่วนตัวลายใช้กับพื้นและสีกลมกลืน

### 2.6.3 สีย้อมธรรมชาติจากคราม

Li et al. (2022) ได้ศึกษาวิจัยข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับ ความก้าวหน้าของสีย้อมธรรมชาติ: แหล่งที่มา ลักษณะโครงสร้าง ผลกระทบต่อสุขภาพ ความท้าทาย และศักยภาพ ผลการศึกษาพบว่าตามลักษณะโครงสร้าง สีย้อมธรรมชาติส่วนใหญ่ประกอบด้วยแคโรทีนอยด์ โพลีฟีนอล พอร์ไฟริน และอัลคาลอยด์ และสีย้อมใหม่ล่าสุดบางสีถูกสรุปไว้ฤทธิ์ทางเภสัชวิทยา บางประการของแคโรทีนอยด์ แอนโทไซยานิน เคอร์คูมินและเบตาเลนในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาได้มีการสรุปและผลกระทบทางชีวภาพของสีย้อมที่มีต่อสภาพแสง ข้อเสียของสีย้อมธรรมชาติ ซึ่งรวมถึงแหล่งที่มา ราคา ความคงตัว และการดูดซึมที่ไม่ดี นั้นจำกัดการใช้มีการอธิบายกลยุทธ์ที่เป็นไปได้ (ทรัพยากรที่เป็นไปได้ เทคโนโลยีชีวภาพ กลยุทธ์การสกัดและการแยกใหม่ กลยุทธ์ในการปรับปรุงความเสถียร) ซึ่งจะ นำไปสู่การพัฒนาและการใช้สีย้อมธรรมชาติ

Febriasari et al. (2021) ได้ศึกษาเรื่องพอลิเมอร์คอมโพสิตเมมเบรนสำหรับการบำบัดน้ำเสียอุตสาหกรรมบด การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสังเกต ผลของการเพิ่ม PVP ต่อการซึมผ่านของเมมเบรนโพลีเอทิลีนและประสิทธิภาพการกั้นเพรียงในระดับ ห้องปฏิบัติการผ่านกระบวนการอัลตราฟิลเตรชัน (UF) ด้วยการเพิ่ม PVP ความดันในการทำงานของเมมเบรนโพลีเอทิลีนลดลงเมื่อเทียบกับที่ไม่มี PVP จากผลการกรองแบบเมมเบรน ประสิทธิภาพการกำจัด สูงสุดของ COD, TDS (ของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด) และค่าการนำไฟฟ้าที่ได้รับในการศึกษาคือ 80.4, 84.6 และ 83.6% ตามลำดับบนเมมเบรน PSf/PVP 0.35 ที่ทำงานที่ 4 บาร์ นอกจากนี้ ประสิทธิภาพการ กำจัดสีสูงสุดคือ 85.73% ใน PSf/PVP 0.25 ที่ทำงานที่ 5 บาร์ ประสิทธิภาพการกั้นเพรียงถูกระบุโดย การคำนวณมูลค่าของความสกปรกของเมมเบรนทั้งหมด ย้อนกลับ และไม่สามารถย้อนกลับได้ โดยใน การศึกษานี้ เมมเบรนที่มีประสิทธิภาพการกั้นเพรียงที่ดีที่สุดคือ PSf/PVP 0.25

Burkinshaw et al. (2008) ได้ศึกษาการใช้สีย้อมโดยการใช้กรดแทนนิก (Tannic acid) และเฟอร์รัสซัลเฟต ( $\text{FeSO}_4$ ) เป็นสารช่วยติดสี โดยทดลองใช้กรดแทนนิกผสมกับเฟอร์รัสซัลเฟต ในการย้อมก่อนนำมาย้อม ด้วยสีย้อมและย้อมด้วยสีย้อมมาก่อนนำมาย้อมด้วยกรดแทนนิกและเฟอร์รัสซัลเฟต เปรียบเทียบกับการใช้  $\text{Na}_2\text{Cr}_2\text{O}_7$  และ  $\text{FeSO}_4$  ในการย้อม โดยไม่ใช้กรดแทนนิกเป็นสารช่วยย้อมผลที่ได้คือ การย้อมโดยใช้กรดแทนนิกมาเป็นตัวช่วยย้อมจะให้ผลที่ดีกว่าทั้ง 2 วิธี

Vankar et al. (2007) ได้ศึกษาผลของมอร์แดนท์ที่ใช้ในการย้อมและศึกษาผลการย้อมแบบโซ นิเคเตอร์และวิธีย้อมแบบปกติตรวจสอบสมบัติของสีย้อมจากพืช กะเม็ง โดยการสกัดสีจากต้นกะเม็ง โดย การสกัดด้วยน้ำแล้วนำไปสแกนด้วยเครื่องมือ UV-vis Spectrophotometer ที่ความยาวคลื่น 400- 800 นาโนเมตร พบว่ามอร์แดนท์แต่ละชนิดให้สีที่ต่างกัน โดยสารส้มให้สีน้ำตาลเข้ม



เฟอร์รอสซิลเฟต หรือ สนิมเหล็ก ให้สีน้ำตาลเหลืองคอปเปอร์ซิลเฟต หรือทองแดง ให้สีเขียว โพลแทสเซียม ไดโครเมตให้สีเขียว

### 2.6.3 ผลผลิตของทีระลีก

ดวงรัก รัตนพันธ์ และ ชัชวาลย์ รัตนพันธ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องการออกแบบของทีระลีก : การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเชื่อมโยงศาสตร์ความรู้ผนวกกับการประยุกต์วัสดุพื้นถิ่นเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล Thailand 4.0 คือ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาพัฒนาให้ตรงจุดเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทยให้มีศักยภาพและไปสู่เป้าหมายทางการตลาด การเชื่อมโยงศาสตร์ความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่อยู่ใกล้ตัว ซึ่งถูกเก็บไว้ในมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่าง ๆ โดยสามารถนำศาสตร์ความรู้ เทคโนโลยีและวัฒนธรรมเหล่านี้ออกมาจากบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถจากหน่วยงานสถาบันการศึกษา ร่วมกับภาคเอกชน และใช้พลังของประชารัฐโดยมีภาคส่วนเป็นตัวสนับสนุน โดยเริ่มพัฒนาจากตนเองแล้วเริ่มต่อยอดเครือข่ายต่างประเทศ เสมือนกับบันได 3 ขั้นตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพึ่งพาตนเอง พึ่งพากันเอง และรวมกันเป็นกลุ่มอย่างมีพลังการนำเสนอกระบวนการออกแบบของทีระลีกผ่าน 9 แนวความคิดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้ที่มีเอกลักษณ์เด่นชัด ได้แก่ สิบสองเมืองนักชัชร หัตถกรรมแกะหนังตะลุง หัตถกรรมลูกบิดโนราห์ หัตถกรรมผ้ามัดย้อม หัตถกรรมผ้าบาติก หัตถกรรมหางอวน หัตถกรรมจักสานกระจูด หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและศิลปะมาลาญ ดังนั้น การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ผลิตรายเก่าและรายใหม่ในชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ที่มีศักยภาพได้มีความรู้ความเข้าใจในการประยุกต์วัสดุพื้นถิ่นมาออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มตรงตามความต้องการของตลาดและผู้บริโภค

อมิตา เฉลิมสุข (2560) การออกแบบของทีระลีกเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องกรณีศึกษา G Village Bangkok SOVENIR DESIGN AND DEVELOPMENT FOR EXPERIENTIAL CONSUMER COMMUNICATION, A CASE OF “G VILLAGE BANGKOK” งานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีจะต้องผสมผสานปัจจัยต่าง ๆ ทั้งรูปแบบ (Form) ประโยชน์ใช้สอย (Function) ภายวิภาคเชิงกล (Ergonomics) และอื่น ๆ ให้เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิต แฟชั่น หรือแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภค เป้าหมายได้อย่างกลมกลืนลงตัวมีความสวยงามโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางการตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตจำนวนมาก ส่วนการให้ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่น การออกแบบเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้าตามแฟชั่น อาจพิจารณาที่ประโยชน์ใช้สอย ความสะดวกสบายในการใช้ และความสวยงามเป็นหลัก

แต่สำหรับการออกแบบยานพาหนะ เช่น จักรยาน หรือเครื่องบิน อาจต้องคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวครบทุกข้อหรือมากกว่านั้น

#### 2.6.4 การพัฒนาด้านการตลาด

ศศิกานต์ สังข์ทอง (2561) การตลาดที่ประสบความสำเร็จเริ่มจากแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ เป็นการต่อยอดการตลาดแบบดั้งเดิมที่เคยทำกันมาก่อน เป็นการให้ความสำคัญในการใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการมาพัฒนาสินค้า บริการ และการขับเคลื่อนทางการตลาดต่าง ๆ เป็นการนำเสนอทั้งในมิติเชิงบวกและเชิงลบ ให้ความสำคัญกับสังคมทั้งภายในและภายนอก ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับเพิ่มเนื้อหาในรูปแบบข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร นอกจากการใช้สื่อดั้งเดิมอย่างป้ายประกาศ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ควรต้องการปรับช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสารการตลาด และควรมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดของกลุ่มผ่านสื่อออนไลน์ด้วย เพราะหากข่าวสารถูกนำไปยังบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายก็เท่ากับเป็นการเสียเวลาเปล่าต้องมีการบูรณาการการสื่อสาร สื่อพื้นบ้านกับสื่อใหม่ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาสินค้า โดยการเลือกสื่อที่เหมาะสมสู่การเชื่อมโยงสื่อพื้นบ้านกับสื่อใหม่ เพื่อผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

รัชฎาพร เกตานนท์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สภาพการดำเนินการ สภาพปัญหาและความ ต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น 3) ศึกษาจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 4) ศึกษาการเทียบเคียงการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จ 5) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) สมาชิกกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว 3) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1.การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การคิด ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความแปลกแตกต่างไปจากเดิม โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าและ คุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มอาชีพฯ มีความต้องการผลิต

ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในสังคมไทยให้มากขึ้นเนื่องจากได้รับความสนใจและตลาดมีความต้องการมากขึ้นตลอดเวลา เนื่องจากมีกรรมวิธีหรือกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยไร้สารเคมี ทำให้ผู้ใช้มีสุขภาพอนามัยที่ดีขึ้นและยังเป็นการ สร้างฐานที่มั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนด้วยความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ความรู้ในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ความคิดสร้างสรรค์และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มอาชีพ 2. วิถีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพฯ จังหวัดนครปฐมคือวิธีการดำเนินงานใน การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว ได้แก่ 1) การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ 2) กระบวนการผลิต 3) กลยุทธ์ทางการตลาด 4) จุดเด่นจุดอ่อน 5) ปัจจัยแห่งความสำเร็จ 6) ปัญหาอุปสรรค และ 7) คุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อชีวิตและสังคมท้องถิ่นตลอดจนการถ่ายทอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพ 3. กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวมีโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เติบโตเป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นของจังหวัดนครปฐมได้ด้วยมีจุดแข็งในเรื่องของวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์มีความคงทนถาวร สามารถเสริมสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้และมีจุดอ่อนในเรื่องของวัตถุดิบหายากมากขึ้น การขาดแคลนแรงงานประเภทช่างฝีมือชั้นสูงและขาดองค์ความรู้ที่สามารถส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มอาชีพ โอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นพบว่า กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวในจังหวัดนครปฐมสามารถพัฒนาให้เป็นธุรกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ด้วยปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ได้แก่ 1) ความเหมาะสมในเรื่องของโลจิสติกส์ 2) การสนับสนุนจากรัฐบาลและ 3) ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ ที่นิยมสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานช่างฝีมือและแสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม 4. การเทียบเคียงการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จในด้านปฏิบัติงานมีความคล้ายคลึงกันในประเด็นการมีโครงสร้างองค์กรที่เข้มแข็งสมาชิกในกลุ่มมีความรู้ความสามารถและมีทักษะทาง อาชีพมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และมีวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการ และกลุ่มอาชีพมีกลยุทธ์ที่ดีตลอดจนมีการค้นหากลยุทธ์ใหม่ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ 5. แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีประเด็นหลักๆ ในการพัฒนา 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการองค์กร 2) ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด 3) ด้านการบริหารจัดการด้านการผลิตและบริการ และ 4) ด้านการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาในทุกด้านมีรากฐานมาจากแนวคิด การ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานใน 7 ประเด็น ได้แก่ 1) การใช้องค์ความรู้ 2) การศึกษา 3) การสร้างสรรค์งาน 4) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม 5)

วัฒนธรรม 6) ภูมิปัญญา และ 7) เทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ท่องถิ่นกะลามะพร้าวในจังหวัดนครปฐมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความก้าวหน้า มั่นคง มั่นคั่ง และยั่งยืนต่อไป

สุวิตา แก้วอารีลาภ (2560) ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างสรรค์คอลเลกชันผ้าบาติกภายใต้ชื่อ โครงการ “Southern chic” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสร้างคอลเลกชันใหม่ให้กับผู้ผลิตสินค้าผ้าบาติก 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มบ้านรัก กลุ่มลายเส้น และกลุ่มยี่งบาติก 2) เพื่อศึกษากระบวนการสร้างสรรค์ คอลเลกชันผ้าบาติก 3) เพื่อยกระดับผ้าบาติกให้ทันสมัย มีความแปลกใหม่ และแตกต่างจากรูปแบบผ้า บาติกที่มีอยู่เดิม จากผลการออกแบบและพัฒนาคอลเลกชันให้กับผู้ผลิตสินค้าผ้าบาติก โดยนำมรดกทาง ธรรมชาติและวัฒนธรรมของภาคใต้มาเป็นแนวทางการออกแบบในครั้งนี้ ได้ยกระดับการพัฒนาผู้ผลิต สินค้าผ้าบาติกให้มีความรู้ ความเข้าใจต่อกระบวนการพัฒนาสินค้าในรูปแบบคอลเลกชันมากขึ้น ทำให้ ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกมีความสวยงาม ทันสมัย และแตกต่างจากรูปแบบผ้าบาติกที่มีอยู่ในท้องตลาด ซึ่งทำให้ผู้บริโภคจดจำตัวตนของผู้ผลิตสินค้าได้ดีขึ้น และมีความต้องการซื้อสินค้ามากขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตมีรายได้ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าตนเองได้ ทั้งนี้ผู้ผลิตจำเป็นต้องพัฒนาคอลเลกชันตามความ ต้องการใหม่ ๆ ของผู้บริโภค และการเปลี่ยนแปลงของตลาดอยู่เสมอ

กฤษณะ ดาราเรือง (2560) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงาน พัฒนาระบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้า และการจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ประกอบการและสอบถามความคิดเห็นผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม มีประธานกลุ่มที่มีความรู้ความสามารถในการนำภูมิปัญญามาใช้ในกระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานและรางวัลต่าง ๆ พัฒนาคูณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและได้รับการยอมรับจากชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน แต่ในขณะเดียวกันยังคงมีจุดอ่อนในด้านขาดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ Brand ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ในส่วนของผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาระบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์ ภายหลังได้รับการพัฒนาแล้ว พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ดังนั้นแสดงให้เห็นว่า ตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้ามีความสำคัญต่อวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ การศึกษาผลการจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม พบว่า ประกอบด้วย

1) ออกงานแสดงสินค้าอย่างต่อเนื่อง 2) แสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด Modern Trade 3) ขยายกลุ่มตลาดในธุรกิจสปาและธุรกิจโรงแรม 4) พัฒนาการดำเนินงานด้วยตลาด 4.0 ผ่าน Social Media และ Digital Marketing 5) พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์สินค้า ตลอดจนรูปแบบการจัดกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย 6) สร้าง Brand Online ผ่าน Social Branding 7) พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการ 8) ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคตลอดจนกลยุทธ์ของสินค้า Modern Trade 9) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และ 10) ส่งเสริมการศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนประสบการณ์แก่บุคลากร ดังนั้น ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนบ้านแหลม จังหวัดนครสวรรค์ สามารถนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง อุตสาหกรรมลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่ออกแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาเพื่อออกแบบลวดลายผ้าบาติก เพื่อศึกษากระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน โดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวและการสัมภาษณ์คนในชุมชน ผู้ประกอบการ นักวิชาการ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยอย่างครบถ้วน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามรายละเอียดและขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

#### 3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับ อัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาด้านสถาปัตยกรรมต่อการออกแบบลวดลายผ้าบาติก เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลา ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมี 3 กลุ่ม คือ

- 3.1.1 นักท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา จำนวน 150 คน
- 3.1.2 ผู้ที่อาศัยในชุมชนย่านเมืองเก่า อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา จำนวน 1 คน
- 3.1.3 นักวิชาการที่เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมเมืองเก่า จำนวน 4 คน
- 3.1.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านเส้นใยและการออกแบบ ทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 2 คน
- 3.1.5 นักวิชาการด้านการออกแบบลวดลาย จำนวน 3 คน

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) นักท่องเที่ยว ทำการเก็บแบบสอบถามในส่วนของนักท่องเที่ยวที่ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และในส่วนของผู้ที่อาศัยในชุมชนย่านเมืองเก่าสงขลา นักวิชาการที่เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมเมืองเก่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย นักวิชาการ

ใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกโดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยพิจารณาและตัดสินใจเลือกผู้ที่สามารถตอบคำถามการวิจัยได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนี้มีความจำเป็นและมีความสำคัญต่อเรื่องที่ทำวิจัยอย่างยิ่ง รวมทั้งข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เก็บข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ 1. ใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา 2. ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย 3. ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา

**3.2.1 การใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง** ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นการ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) โดยผู้วิจัยได้กำหนดคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าก่อนการเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลตามโครงสร้างคำถามที่ได้กำหนดไว้ ประเด็นหลักในการสัมภาษณ์แบ่งไว้ 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับมุมมองของผู้ถูกสัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา วิถีวัฒนธรรมของชาวสงขลาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

**3.2.2 การใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลด้านรูปแบบลวดลายจากผู้เชี่ยวชาญ** แบบสอบถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของลวดลาย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายต้นแบบ ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ตอนที่ 2 การสร้างสรรค์ลายผ้าบาติกจากอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกรูปแบบลวดลาย การเก็บรวบรวมจากเครื่องมือข้างต้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เมื่อได้ผลของการศึกษาอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยจึงสร้างสรรค์ลวดลายผ้าบาติก จำนวน 1 รูปแบบ จากนั้นใช้ข้อมูลที่ได้ในการสร้างสรรค์และพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา จำนวน 1 คอลเลคชั่น เมื่อได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้ศึกษาวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อประเมินใช้ปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์มีความยั่งยืนต่อไป

**3.2.3 การใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา** ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์และรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามรายละเอียด ดังนี้ แบบสอบถาม (Questionnaires) มีทั้งหมด 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป เป็นการเก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสงขลา ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา ยานพาหนะในการเดินทาง แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสมต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นแบบสอบถาม 5 ระดับความพึงพอใจ

**3.2.4 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญพิจารณาแบบสอบถามในงานวิจัย** ด้านความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการออกแบบลวดลายผ้าบาติก เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และ ตรวจสอบความถูกต้องของภาษา แล้วนำผลมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน เมื่อพิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถาม ตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างค่า คำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC, Index of Item Objective Congruence) หลังการปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try out) กับบุคคลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน คือ แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficence) (กัลยา วิริยะ, 2550) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89

**3.2.5 วิธีการสร้างเครื่องมือในการวิจัย** ได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือในการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

3.2.5.1 ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัย และเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.2.5.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่ออัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา ด้านสถาปัตยกรรมต่อการออกแบบลวดลายผ้าบาติก เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลา



3.2.5.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาคุณิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ และครอบคลุมของการวิจัยมากที่สุด

3.2.5.4 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และตรวจสอบความถูกต้องของภาษา แล้วนำผลมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.5 - 1

3.2.3.5 นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficence) (กัลยา วิริยะ, 2550)

3.2.3.6 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

### 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาด้านสถาปัตยกรรมต่อการออกแบบลวดลายผ้าบาติก เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลา การศึกษาครั้งนี้ใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีรายละเอียดดังนี้

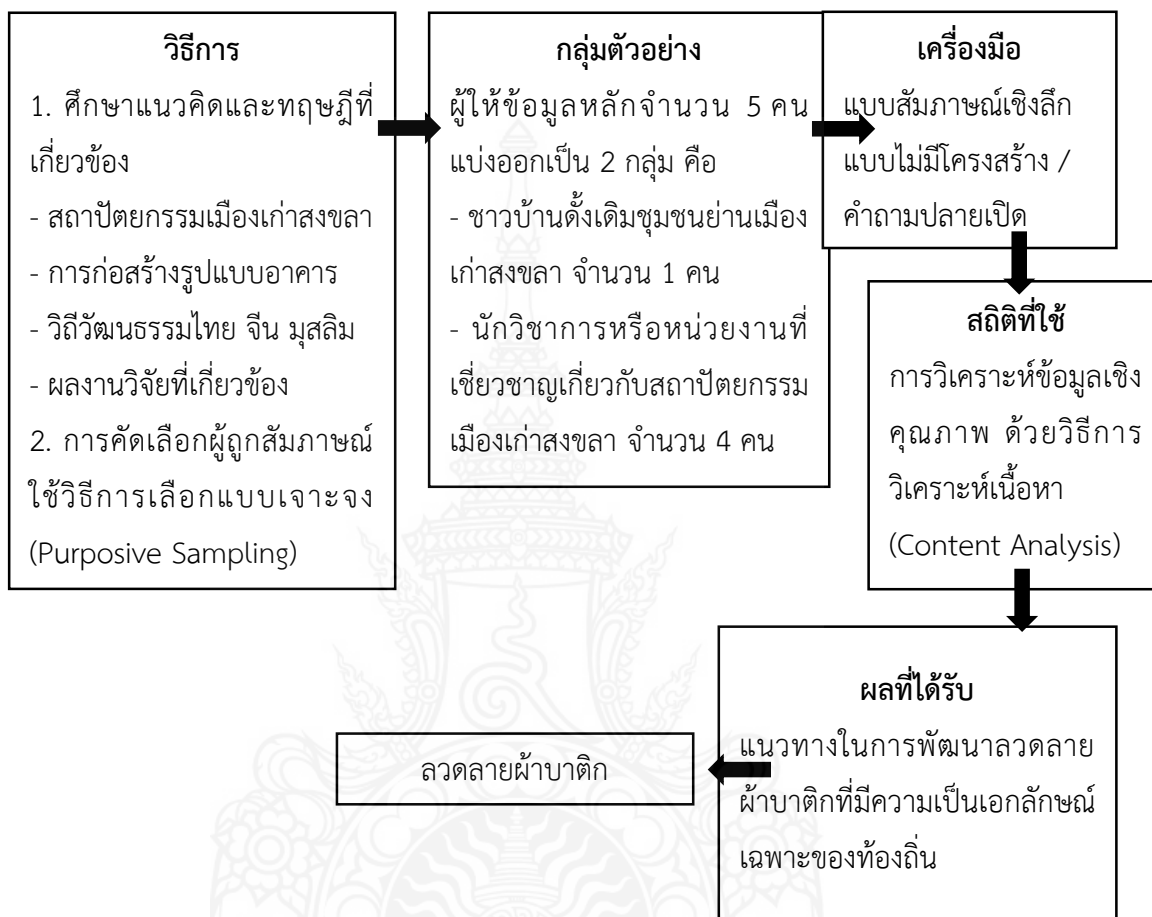
แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสังเกตสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษา

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ข้อมูลจากเอกสาร เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางในการศึกษาและนำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยดำเนินการขอสัมภาษณ์นั้ดหมายในการสัมภาษณ์ มีการแนะนำตัวเอง แจ้งจุดประสงค์ในการสัมภาษณ์และขออนุญาตบันทึกเสียงพร้อมกับการจดบันทึกข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปผลการวิจัย

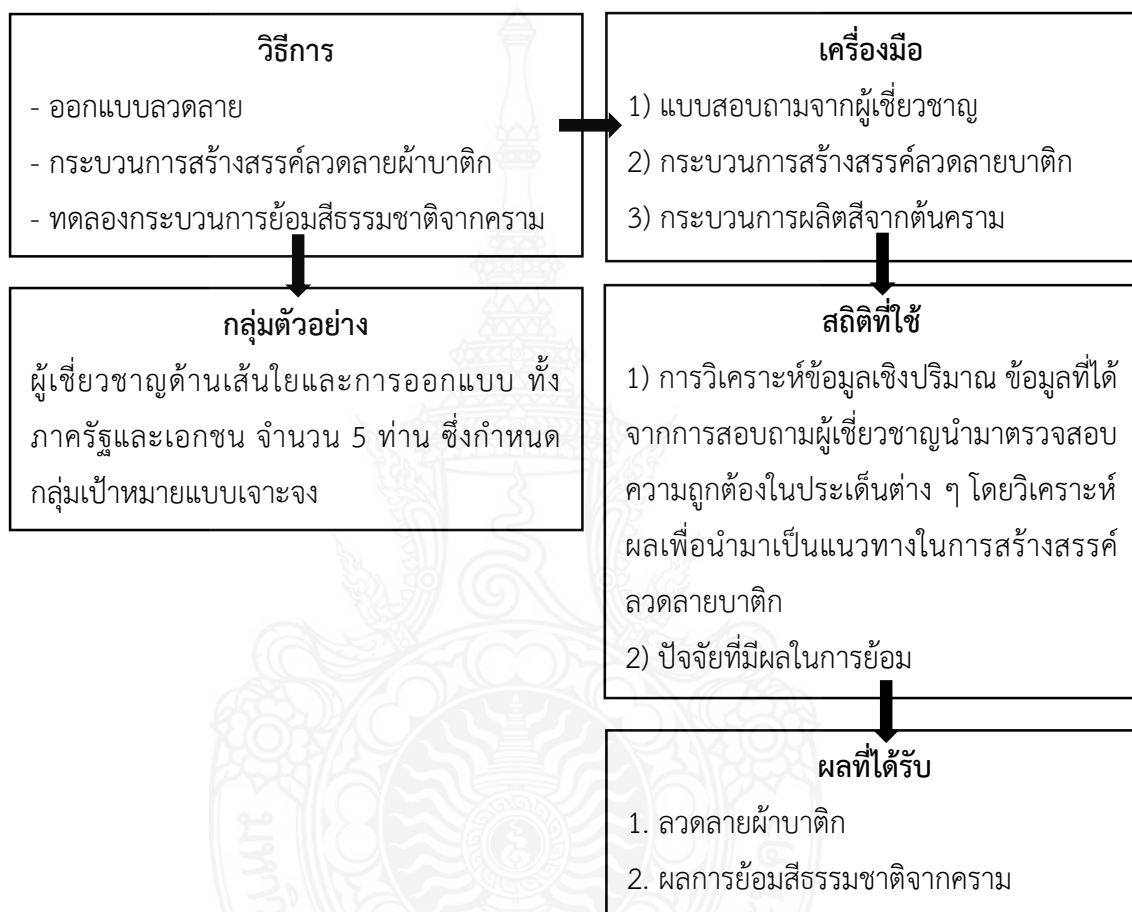
**3.3.1 กระบวนการศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก**  
จากกระบวนการศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบลวดลายของผ้าบาติก เรื่องอัตลักษณ์เมืองเก่า

สงขลาด้านสถาปัตยกรรมต่อการออกแบบลวดลายผ้าบาติก เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา สามารถเขียนกระบวนการศึกษาได้ดังนี้



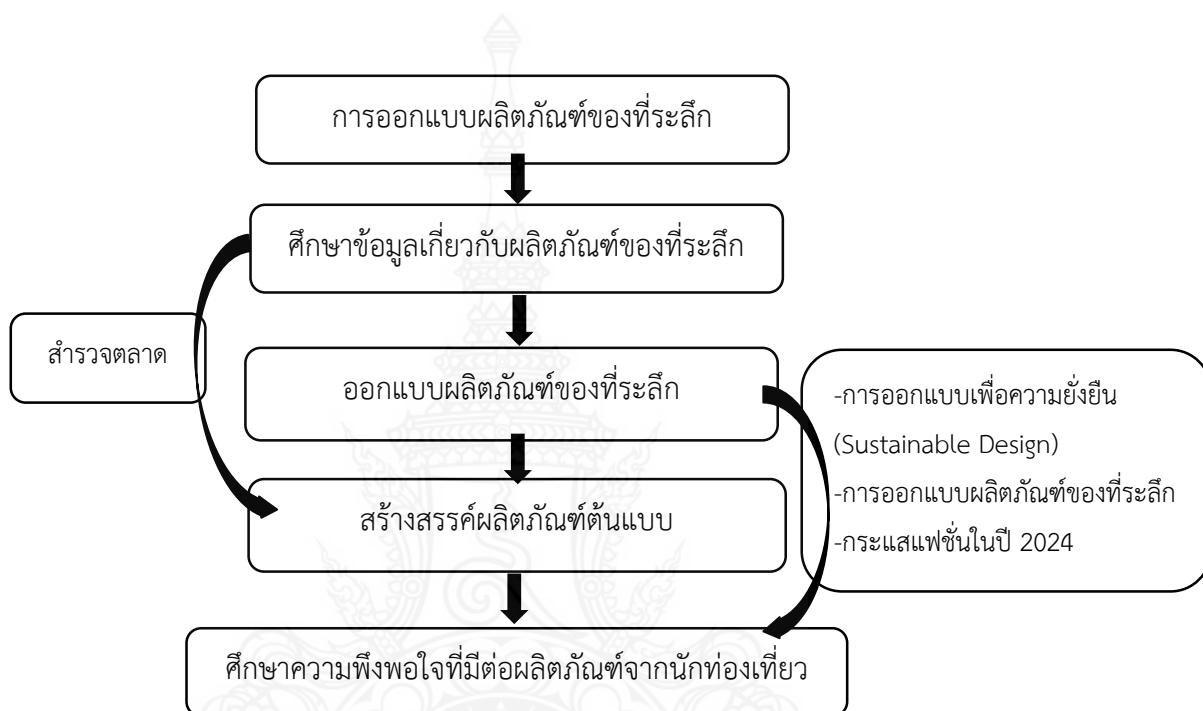
แผนภูมิที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

**3.3.2 กระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ** จากกระบวนการศึกษาลวดลายผ้าบาติกและการย้อมสีครามธรรมชาติ เรื่องอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาด้านสถาปัตยกรรมต่อการออกแบบลวดลายผ้าบาติก เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลาสามารถเขียนกระบวนการศึกษาได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 3.2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

3.3.3 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน เพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการสอบถามเพื่อความชัดเจนให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย เรื่องอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาต้านสถาปัตยกรรมต่อการออกแบบลวดลายผ้าบาติก เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลา สามารถเขียนกระบวนการศึกษาได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 3.3 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การจัดทำข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

**3.4.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing)** ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้จากการออกเก็บข้อมูล โดยแยกข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออก

**3.4.2 การลงรหัส (Coding)** นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วมาลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

**3.4.3 การประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์** โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.4.3.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics analysis) เป็นการคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการสอบถามเพื่อความชัดเจนให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย

3.4.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในส่วนของการใช้แบบสัมภาษณ์ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำมาตรวจสอบ ความถูกต้อง ในประเด็นต่าง ๆ โดยวิเคราะห์เนื้อหา จัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สรุป และตีความ สังเคราะห์ข้อมูลให้ตรงประเด็น ชัดเจนตามวัตถุประสงค์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบกลยุทธ์ และนำเสนอผลการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive) บรรยายและแปลความหมายตามความสภาพที่ปรากฏจากการรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์และนำเสนอ

การใช้แบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ เกี่ยวกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามรายละเอียด ดังนี้ แบบสอบถาม (Questionnaires) มีทั้งหมด 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการเก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสงขลา ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา ยานพาหนะในการเดินทาง แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา แบบสอบถาม 5 ระดับความพึงพอใจมีเกณฑ์การเลือกตอบและให้นำหนักคะแนนดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มาก

ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง น้อย

ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

และสำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ย

ดังนี้

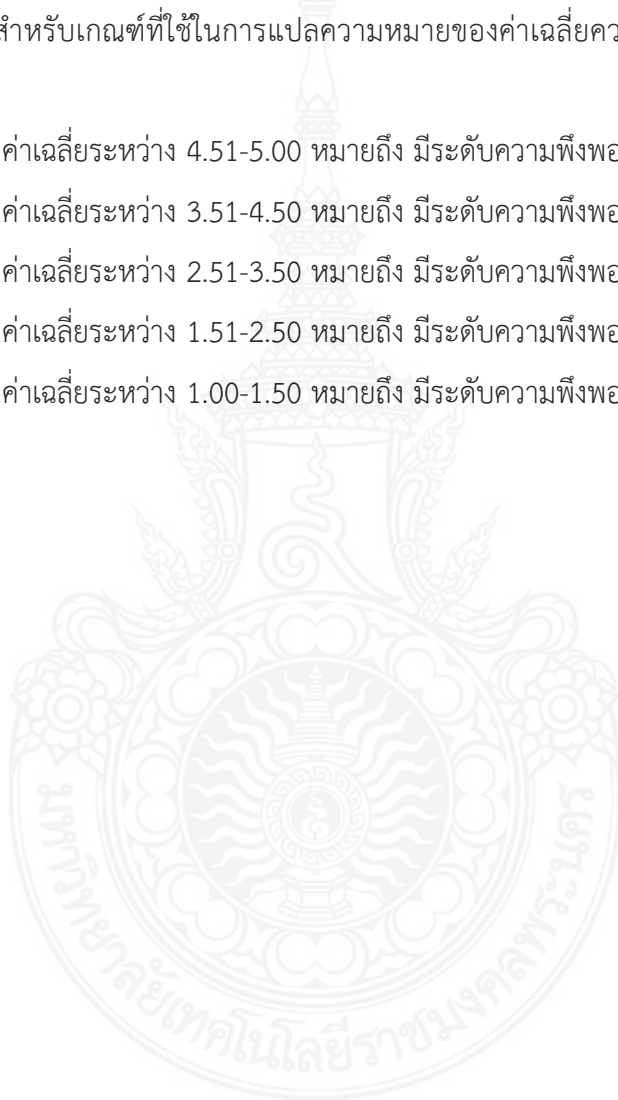
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด



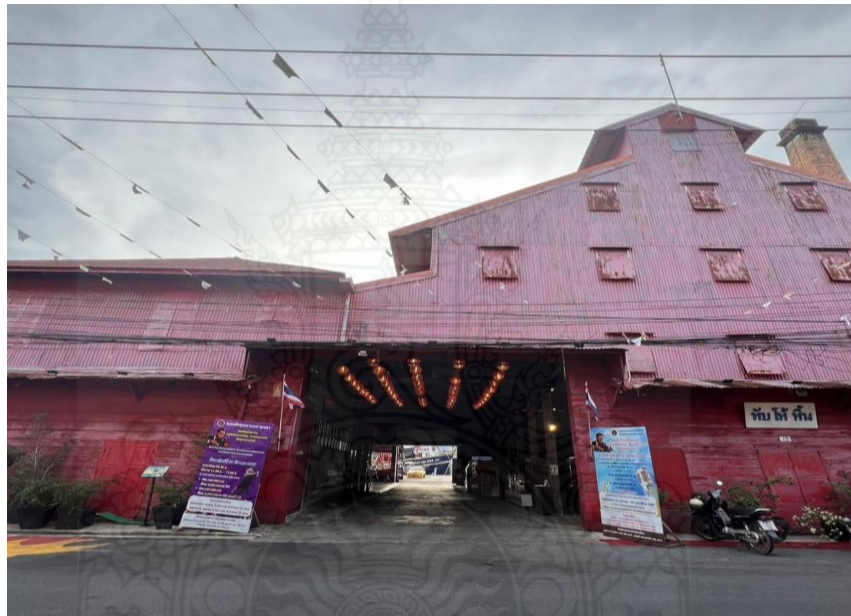
## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษา และลงพื้นที่ย่านเมืองเก่าเพื่อเก็บข้อมูลประกอบในการสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ย่านเมืองเก่า โดยมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก เนื่องจากจังหวัดสงขลา กำลังจะถูกยกให้เป็นเมืองมรดกโลกและมีการบูรณะและแปรสภาพบ้านเรือนย่านเมืองเก่า ซึ่งเป็นแลนด์มาร์คที่น่าสนใจ ถือได้ว่าเป็นจุดท่องเที่ยวย่านวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา ต้องการหาอัตลักษณ์เพื่อสร้างและผลักดันส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของจังหวัดที่สะท้อนวิถีการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นสินค้าที่ให้ความรู้สึกระหว่างถึงอัตลักษณ์ได้อย่างแท้จริงเป็นส่วนส่งเสริมหรือสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว ของจังหวัดสงขลา ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลาผ่านระยะเวลากว่า 200 ปี ครอบคลุมถนนสายสำคัญ 3 สาย ได้แก่ ถนนนครนอกเลียบทะเลสาบ ถนนนครในอยู่ภายในกำแพงเมือง ซึ่งทั้งสองเส้นนี้เป็นถนนสองสายแรกของสงขลา และตัดถนนเส้นนางงาม (เดิมชื่อถนนเก่าห้อง) มาทางฝั่งตะวันออกตามลำดับ มีมรดกทางวัฒนธรรมมากมายที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์คือ ด้านสถาปัตยกรรมศาสตร์ ด้านวัสดุตกแต่งประกอบอาคาร ด้านวัตถุโบราณ ภูมิทัศน์ และผังเมือง โดยรูปแบบมีความเชื่อมโยงผ่านเรื่องของวิถีชีวิต ศาสนาและวัฒนธรรมส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นมาจนถึงยุคปัจจุบัน อีกทั้งยังมีขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่นพื้นเมือง และศิลปะพื้นบ้าน เป็นการรวมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลายเชื้อชาติและศาสนาอยู่ร่วมกัน เช่น ไทยพุทธ ไทยมุสลิม ไทยเชื้อสายจีน และชาวตะวันตก รวมกันเป็นพหุสังคมนอยู่ร่วมกันท่ามกลางความหลากหลายทำให้เกิดการหลอมรวมทางวัฒนธรรมกลายเป็นเมืองท่าชายทะเลที่มีเสน่ห์และเอกลักษณ์ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.1 โรงสีแดง ถนนนครนอก  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)

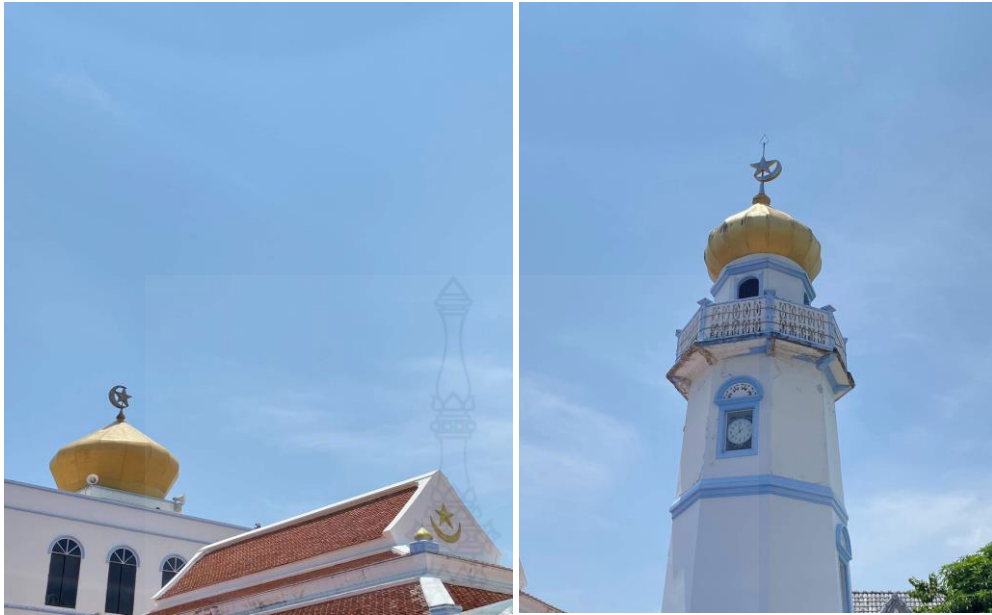




ภาพที่ 4.2 บ้านนครใน ถนนนครใน  
 ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)



ภาพที่ 4.3 ศาลหลักเมือง ถนนนางงาม  
 ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)

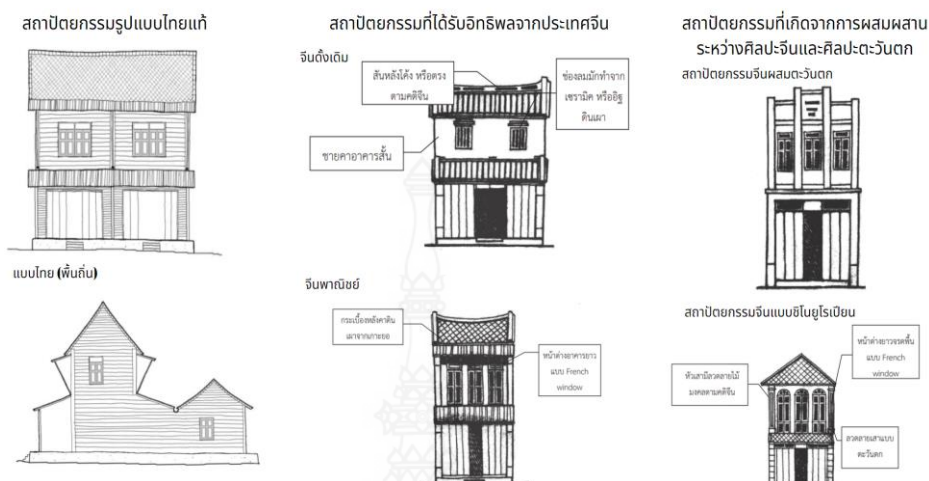


ภาพที่ 4.4 มัสยิดอุสาสนอิสลาม  
ที่มา: ตინณา อุดม (2566)



ภาพที่ 4.5 ประตุนเมืองสงขลา  
ที่มา: ตินณา อุดม (2566)

#### 4.1.1.1 ผลจากการศึกษาอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าสงขลา



ภาพที่ 4.6 ผลจากการศึกษาอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าสงขลา

ที่มา: จเร สุวรรณชาติ (2560)

จากการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาจากถนนนครนอก ถนนนครใน และนางงาม ยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ ความเป็นมาที่ยาวนานที่มีวัฒนธรรมหลากหลายมีทั้งคนจีน คนที่นับถือ พุทธ นับถือศาสนาอิสลามอยู่ร่วมกันมานาน วัฒนธรรมเก่า ๆ ที่ผสมผสานถ่ายทอดผ่านวิถีชีวิตทั้ง อาหาร การประกอบอาชีพ อาคารบ้านเรือน การประกอบการค้าต่าง ๆ เห็นร่องรอยความเก่าแก่มาเป็นเวลากว่า 200 ปี ถนนในสายเมืองเก่าเริ่มเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ผู้คนนิยมมาถ่ายรูปสภาพ บ้านเรือนตึกเก่า ๆ มีห้องแถวไม้แบบจีน ตึกคลาสสิกสไตล์ชิโนยูโรเปียน โรงแรมไม้เก่าแก่ประดับลายฉลุไม้วิจิตรบรรจง ย่านเมืองเก่าที่ย้อนรอยไปสู่ความรุ่งเรืองในอดีตของสงขลาที่เปี่ยมด้วยบรรยากาศของวันวานสุดคลาสสิกและน่าค้นหา โดยครอบคลุมถนนสายสำคัญ 3 สาย ได้แก่ถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงามที่เคยเฟื่องฟูมากในยุคหนึ่ง กล่าวกันว่าเมื่ออดีตราว 200 ปีก่อน ตัวเมืองสงขลาตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของทะเลสาบเรียกว่า เมืองสงขลาฝั่งแหลมสน จนกระทั่ง พ.ศ. 2385 จึงขยายมาทางฝั่งทิศตะวันออกบริเวณตำบลบ่อยาง เรียกกันว่า เมืองสงขลาฝั่งบ่อยาง ซึ่งเริ่มแรกมีถนนสองสายคือ ถนนนครนอก เป็นถนนเส้นนอกติดกับทะเลสาบ และถนนนครในเป็นถนนเส้นในเมือง ต่อมามีการตัดถนนสายที่สามเรียกว่าถนนเก่าห้อง หรือย่านเก่าห้อง เพื่องานสมโภชเสาหลักเมืองต่อมาก็เรียกกันว่าถนนนางงามนั่นเอง การเดินชมย่านเมืองเก่า หากค่อย ๆ ลัดเลาะไปตามถนนทั้ง 3 สาย จะพบความคลาสสิกจากห้องแถวไม้แบบจีน ตึกเก่าสไตล์ ชิโนยูโรเปียน โรงแรมนางงามอันเป็นโรงแรมไม้เก่าแก่ประดับลายฉลุไม้วิจิตรบรรจง รวมทั้งยังมีตึกแถวแบบจีนโบราณของชาวจีน

ฮกเกี้ยนปะปนอยู่ด้วยทั้งสองฟากถนน อาคารหลายหลังมีการปรับปรุงทาสีใหม่แต่ก็ยังคงมีเอกลักษณ์ น่าสนใจ

สถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของสงขลา เป็นสิ่งที่มีมาอย่างช้านาน ผลการศึกษาของ (พาฝัน นิลสวัสดิ์ ดูฮาเมเลน, 2563) พบว่า เมืองเก่าสงขลาเป็นเมืองที่มีทุนมรดกทางประวัติศาสตร์ ซึ่งปรากฏออกมาในรูปของสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม และศิลปวัตถุสามารถนำมาเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยว ในเชิงประวัติศาสตร์หรือการท่องเที่ยวเมืองเก่าได้เป็นอย่างดี การนำมรดกทางประวัติศาสตร์เหล่านี้มาเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการจัดการด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวให้พร้อมทั้งด้านการอนุรักษ์บูรณะและพัฒนาแหล่งประวัติศาสตร์รวมถึงบริเวณโดยรอบ การจัดการการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวการสร้างความพร้อมเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนโดยเฉพาะจากประชาชนที่อยู่อาศัยในพื้นที่เมืองเก่าทั้งในเรื่องการร่วมอนุรักษ์บูรณะดูแลแหล่งดึงดูดใจทางประวัติศาสตร์การร่วมดูแลรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบต่าง ๆ ภายในพื้นที่เมืองเก่า

4.1.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ส่วนอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าสงขลา จากการลงพื้นที่ศึกษาย่านเมืองเก่า ผู้วิจัยพบว่าอัตลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นเมืองเก่าสงขลา มีความผสมผสานกันด้วยสามวัฒนธรรม หรือที่เรียกว่า พหุวัฒนธรรม ไทย จีน มุสลิม โดยชาวสงขลาทั้ง 3 กลุ่มอยู่ร่วมกันและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เพราะคนแต่ละกลุ่มมีความชำนาญและการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน จนกลายเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข ทำให้เกิดความมั่งคั่งทางวัฒนธรรมที่สร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน นอกจากนี้วิถีชีวิตของผู้คนสามศาสนาภายในย่านเมืองเก่าสงขลาแล้ว จากการวิจัย พบว่า สถาปัตยกรรมในย่านเมืองเก่าถือว่าเป็นความมั่งคั่งทางศิลปวัฒนธรรมที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน โดยรูปแบบสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าสงขลาได้รับอิทธิพลจากการทำการค้าและความเชื่อของผู้คนในพื้นที่ ผสมผสานความเป็นพหุวัฒนธรรมของชาวตะวันออกและชาวตะวันตกเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับ “การผสมผสานของวัฒนธรรมที่บรรพชนได้สร้างมาตั้งแต่อดีต ก็มีสถาปัตยกรรมที่ได้รับวัฒนธรรมจากคนจีนฮกเกี้ยน ในรัชกาลที่ 3 ที่ตั้งเมืองสงขลาเก่าประสบปัญหาในเรื่องของที่ทำกิน เป็นที่น้ำขังหลังก็ขยายไม่ออกแล้วพื้นที่ของเขาแล้ว คนไทยไม่สามารถขยายพื้นที่ได้ก็เลยอพยพ จีนดั้งเดิมก็มีการค้าขาย สถาปัตยกรรมก็มีรูปแบบต่าง ๆ เช่น จีนสมัยใหม่ จีนผสมยุโรปเย็น เราจะไม่ใช่คำว่าชิโนโปรตุกีสเหมือนภูเก็ต มันต่างจากสงขลา ของภูเก็ตคือสังเกตทางเดินใต้หลังคาก็จะมีหงอคาก็ แต่ของสงขลาเมื่อเปิดประตูบ้านจะไม่มีทางเดินใต้หลังคา ส่วนมากจะเรียกว่าชิโนยุโรปเย็น”(จเร สุวรรณชาติ, 6 กันยายน 2566, การสื่อสารส่วนบุคคล) รวมถึงการตกแต่งลวดลายช่องลม ลวดลายบนแผ่นกระเบื้องของบ้านแต่ละหลัง สอดคล้องกับ “ที่จริงแล้วสงขลาเรามีสถาปัตยกรรมอยู่ทั้งหมด 4 รูปแบบ ในสามยุค ยุคจีนดั้งเดิม ยุคจีนใหม่ ชิโนยุโรปเย็นและพาณิชย์ บ้านที่อยู่ทุกวันนี้เป็นบ้านหลังเดิม ๆ เมืองเก่าสงขลา มีอาคาร 200 หลังที่ขึ้นทะเบียนไว้แล้ว

เป็นอาคารที่ไม่เหมือนกันสักหลังเลย มีแบบยุโรปกับมุสลิมปนกันอยู่ ซิโนกับจีนก็มีลักษณะอีกแบบ” (ธนวัฒน์ เลขาพันธ์, 5 กันยายน 2566, การสื่อสารส่วนบุคคล) “ถ้าถามว่าสถาปัตยกรรมของบ่อয়ง แต่เดิมทั้งหมดเป็นอย่างไร เป็นเรือนจาก ซึ่งเราก็ก็น้อยอยู่ ถ้าถามว่าทำไมถึงมุงจาก ก็เพราะเรามีจาก และเรามีไม้ แล้วมีความอุดมสมบูรณ์เพียงพอ เพราะฉะนั้นเราจึงเห็นว่ามีบ้านมุงจาก บ้านที่มีจะต้อ แข็งแรง สวยงามขึ้น ประณีตขึ้น พอชาวจีนเข้ามาเขาก็เอาวิชาสถาปัตยกรรมที่เขามีมาสร้างในสงขลา ด้วย ที่นี้พอฝรั่งเศษเขามีอิทธิพล เขาก็เอามาผสมกันศิลปะมันจึงผสมผสานกันได้” (รอฮานา แวดอเลาะ, 4 กันยายน 2566, การสื่อสารส่วนบุคคล)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก สรุปได้ว่าสถาปัตยกรรมในย่านเมืองเก่าสงขลา ได้รับการผสมผสานศาสตร์แหล่งเชิงโบราณอันมีเสน่ห์ที่หลอมรวมสถาปัตยกรรมไทย จีน มุสลิมและตะวันตกเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองของชาวสงขลาตั้งแต่ออดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ สถาปัตยกรรมในย่านเมืองเก่าสงขลาประกอบด้วยสถาปัตยกรรมที่มีอิทธิพลหลักเด่น ๆ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) สถาปัตยกรรมแบบไทยภาคใต้ 2) สถาปัตยกรรมแบบจีน 3) สถาปัตยกรรมแบบตะวันตก ดังนั้น จากอิทธิพลสถาปัตยกรรมแบบจีนและตะวันตกที่ผสมผสานเข้ากับสถาปัตยกรรมไทย ทำให้อาคารที่พักอาศัยซึ่งส่วนใหญ่ที่เป็นตึกแถว (Shophouses) ภายในย่านเมืองเก่าสงขลา มีรูปแบบที่แตกต่างกัน อีกทั้งการตกแต่งลวดลายช่องลม ลวดลายแผ่นพื้น กระเบื้อง กระเบื้องหลังคา ดินเผา รวมทั้งเครื่องลายคราม เครื่องประดับสลักดูนลาย จากการวิเคราะห์พบว่า ลวดลายที่ปรากฏในงานสถาปัตยกรรม งานตกแต่งอาคารช่องลม แผ่นพื้น กระเบื้อง สามารถสรุปข้อมูลได้ในเชิงลวดลายที่มีลักษณะเดียวกันคือ ลวดลายพืชประเภทเครือเถา การลื่นไหลของเถาไม้ ธรรมชาติหรือการเลื้อยของดอกไม้ต้นไม้อื่น

### สัมภาษณ์ข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- 1) นางรอฮานา แวดอเลาะ อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย



ภาพที่ 4.7 สัมภาษณ์นางรอฮานา แวดอเลาะ

ที่มา: ดิณณา อุดม (2566)

การเผยแพร่ภาพถ่ายในดุษฎีนิพนธ์ได้รับอนุญาตจากบุคคลในภาพ  
เพื่อใช้ในการศึกษาได้

- 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิชญ์ อนุชาญ อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย



ภาพที่ 4.8 สัมภาษณ์ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิชญ์ อนุชาญ

ที่มา: ดิณณา อุดม (2566)

การเผยแพร่ภาพถ่ายในดุษฎีนิพนธ์ได้รับอนุญาตจากบุคคลในภาพ  
เพื่อใช้ในการศึกษาได้

- 3) นายธนวัฒน์ เลขาพันธ์ อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย



ภาพที่ 4.9 สัมภาษณ์นายธนวัฒน์ เลขาพันธ์

ที่มา: ตีพิมพ์ อุดม (2566)

การเผยแพร่ภาพถ่ายในดุษฎีนิพนธ์ได้รับอนุญาตจากบุคคลในภาพ  
เพื่อใช้ในการศึกษาได้

- 3) ดร.จเร สุวรรณชาติ อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย



ภาพที่ 4.10 สัมภาษณ์ดร.จเร สุวรรณชาติ

ที่มา: ตีพิมพ์ อุดม (2566)

การเผยแพร่ภาพถ่ายในดุษฎีนิพนธ์ได้รับอนุญาตจากบุคคลในภาพ  
เพื่อใช้ในการศึกษาได้

5) คุณดนัย โต๊ะแจ เจ้าของกิจการโรงแรมในนคร บุติกโฮเต็ล สงขลา ถนนนางงาม



ภาพที่ 4.11 สัมภาษณ์คุณดนัย โต๊ะแจ

ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)

การเผยแพร่ภาพถ่ายในดุษฎีนิพนธ์ได้รับอนุญาตจากบุคคลในภาพ  
เพื่อใช้ในการศึกษาได้

4.1.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ส่วนความต้องการการสร้างสรรค์  
ลวดลายของผลิตภัณฑ์บาติกผ่านอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ที่อยู่อาศัยในย่านเมืองเก่าสงขลาทำให้ทราบถึง  
ความต้องการของนักท่องเที่ยว ว่ามีการบริโภคหรือความต้องการอย่างไรเมื่อมาเที่ยวในย่านเมืองเก่า  
สงขลา หากผู้ประกอบการจะสร้างสรรค์ชิ้นงานผ้าบาติกให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว  
และเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานบาติกของสงขลาให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวในย่านเมือง  
เก่าสงขลา ซึ่งสะท้อนได้จากคำให้สัมภาษณ์ของผู้มีประสบการณ์ ดังนี้

“ลวดลายบางลายทำตามใจลูกค้าอาจจะง่ายกว่าตามใจช่าง เพราะลูกค้าบางคน  
อาจจะไม่เข้าใจ เพราะในออนไลน์มีตัวเลือกให้กับลูกค้ามากมาย ทั้งมัดย้อมและเขียนเทียน หลาย  
เทคนิค ตอนนี้นั้นมีกลุ่มของอุตสาหกรรมพาณิชย์ที่พยายามผลักดันให้เป็นสินค้าอุตสาหกรรมมากกว่า  
เป็นสินค้างานฝีมือ ซึ่งมันทำให้เอกลักษณ์งานฝีมือของเราขาดหายไป” ใหม่ (หมวย นามแฝง, 15  
ตุลาคม 2566, การสื่อสารส่วนบุคคล)

“หลังจากโควิดสินค้าค่อนข้างมีจำกัด สมัยก่อนเป็นลายธรรมชาติ ลายดอกไม้ แต่  
ปัจจุบันมีการพัฒนาไปเรื่อย ๆ ทั้งลวดลายสีสัน ลวดลายของที่นี่ก็ไม่เหมือนที่อื่นตอนนี้ที่ทำคือเป็น



งานสไตล์โทน สีดำพีริเซนต์ให้ลูกค้าดูให้เห็นมันคือลายกำแพง ลายอิฐแตก ใช้เทคนิคเคลือบสีให้มันแตก ถ้าเป็นเมืองเก่าไม่ได้เอามาเขียนทั้งแผงมีการปรับรูปแบบใหม่ สีที่ท่าจะพยายามทำเป็นสีเดียนั้น ลายเส้น จะขายง่ายกว่า” (คุณเพชร, 13 พฤศจิกายน 2566, การสื่อสารส่วนบุคคล)

“เรื่องของรูปแบบของผลิตภัณฑ์สำคัญมากในปัจจุบัน ไม่ใช่เพียงแค่ลวดลาย เพราะสมัยนี้กลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มผู้บริโภคที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น การลดช่องว่างระหว่างเจนก็ลดลง อย่างเห็นได้ชัด ถ้าจะออกแบบให้ดูจากกระแสชนบวกับยังคงเอกลักษณ์ท้องถิ่นไว้ ยิ่งทำให้ผลิตภัณฑ์ดูน่าสนใจและแตกต่างจากตลาดทั่วไปในเมืองสงขลา”


“การสร้างลวดลายผ้าเราไม่จำเป็นต้องหีบมันมาวาง เราควรมีการสร้างลายเส้นที่เป็นของตัวเองเพิ่มขึ้นมาให้มันดูมีความแตกต่างและน่าสนใจ ไม่จำเป็นต้องมองครั้งเดียวแล้วนึกถึงเมืองเก่า แต่ใส่รายละเอียดเข้าไปในตัวลวดลายให้ภาพมันดูเป็นเหมือนภาพอิสระ แต่จริง ๆ แล้วมันคือลวดลายอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าสงขลา ยิ่งทำให้เป็นที่สนใจของผู้บริโภคและเปิดตลาดให้กับกลุ่มลูกค้าในช่วงวัยต่าง ๆ มากขึ้น ” (พีโป้ง, 20 ตุลาคม 2566, การสื่อสารส่วนบุคคล)

“สินค้าในร้านตอนนี้มีค่อนข้างน้อย เนื่องจากไม่ทราบความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน เลยไม่กล้าที่จะลงทุน แต่จริง ๆ สินค้าแฟชั่นตอนนี้ถือว่าดีมากเพราะสังเกตคนที่เดินผ่านไปมาก็คือกลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา แล้วก็มีวัยสูงอายุไปเลย ซึ่งกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ถ้าชอบหรือสนใจคิดว่าซื้อราคาไม่แรงมาก ยังไงก็ขายได้” (คุณผึ้ง นามแฝง, 14 พฤศจิกายน 2566, การสื่อสารส่วนบุคคล)


#### 4.1.2 เพื่อศึกษากระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสัณฐานธรรมชาติ

4.1.2.1 ผลการสร้างสรรค์ลวดลาย การสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถถ่ายทอดความเป็นตัวตนหรือการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวผ่านการสร้างสรรค์งานศิลปะของผืนผ้าจึงสามารถทำได้ และเป็นสิ่งที่ทรงคุณค่าต่อการรักษา สามารถบอกเล่าเรื่องราวผ่านสินค้าที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์จากแรงบันดาลใจที่ได้รับรู้จากสถานที่ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา หลากๆ มุมสะท้อนออกมาเป็นลายผ้า เป็นผลิตภัณฑ์และยังสามารถสนองความต้องการของลูกค้า เก็บความประทับใจในการมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลาไม่ลืมเลื่อนไปตามกาลเวลา โดยผู้วิจัยได้แบ่งที่มาของลวดลายที่ปรากฏในย่านเมืองเก่าสงขลาด้านสถาปัตยกรรมและได้รับการคัดเลือกรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อสร้างสรรค์เป็นลวดลายต้นแบบดังนี้


ตารางที่ 4.1 ลวดลายจากเรื่องราวอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาด้านสถาปัตยกรรม

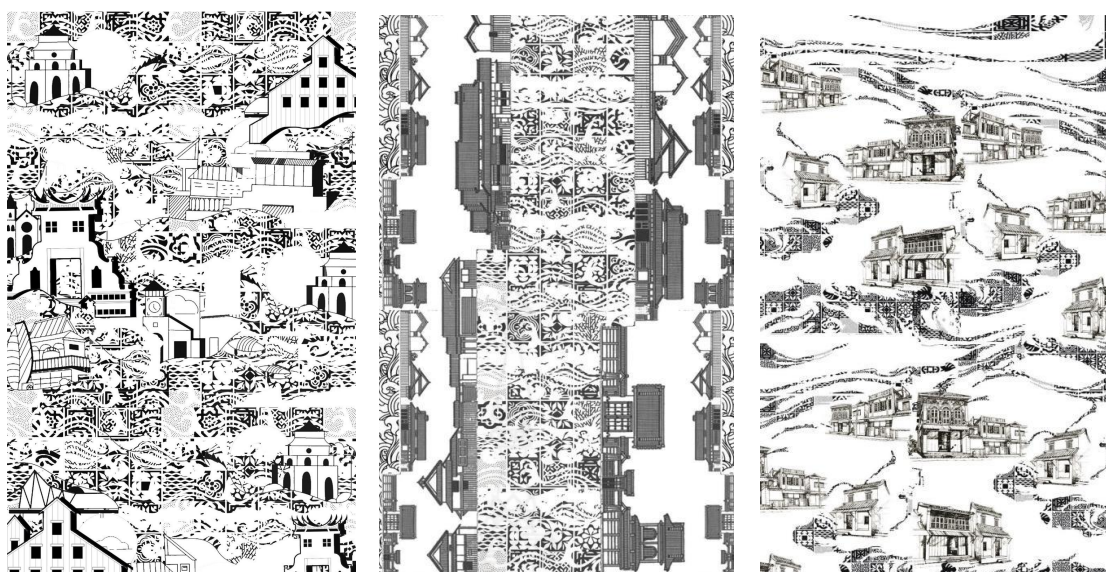
ที่	ที่มาและแนวคิด	รูปแบบลวดลายจากอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา
<ul style="list-style-type: none"> <li>- โรงสีแดง หับ โห้ หิน</li> <li>- มัสยิดบ้านบน</li> <li>- ประตูเมืองสงขลา</li> </ul>	<p>แนวคิดการออกแบบมาจากรูปทรงของโรงสีแดง หับ โห้ หิน ในย่านเมืองเก่าสงขลา มัสยิดบ้านบน ประตูเมืองสงขลา ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวออกมาในรูปแบบของโครงสร้างของตัวอาคาร ผสมผสานระหว่างตัวอาคารในย่านเมืองเก่าประกอบเป็นโครงสร้างลวดลาย และนำลักษณะของเส้นโค้งที่ทำให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวอย่างลื่นไหลต่อเนื่องประกอบเป็นลวดลายที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากลวดลายช่องลม โดยใช้ลายเส้นที่ซับซ้อน มีตัวเลือกของอาคารบ้านเรือนและใช้เส้น Landscape ที่ลวดลายช่องลมเป็น Detail ให้โดดเด่นในตัวอาคาร</p>	<p>รูปแบบที่ 1</p> 

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ที่	ที่มาและแนวคิด	รูปแบบลวดลายจากอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา
<p>- รูปแบบอาคารในย่านเมืองเก่า</p> <p>- บ้านนครใน</p>	<p>แนวคิดการออกแบบมากจากลักษณะตึกแถวดั้งเดิมย่านเมืองเก่าและบ้านนครใน โดยนำโครงสร้างตัวอาคารมาประกอบเป็นลวดลายผสมผสานลักษณะลวดลายประกอบอาคารแบบมลายู โดยดึงรูปแบบของเส้นมาจากสิ่งประดับอาคาร ลวดลายแบบมลายูได้รับอิทธิพลทางความเชื่อของศาสนาอิสลามในงานศิลปะ ทำให้รูปแบบของลวดลายที่ใช้ในสถาปัตยกรรมมลายูจะเป็นลายพฤกษชาติ ลายเรขาคณิต ลายที่เลียนแบบมาจากธรรมชาติ โดยการออกแบบลายเส้น Landscape ที่ผสมผสานรูปแบบอาคาร และสร้างลวดลาย ซึ่งภายในลวดลายนั้นมีการสอดแทรกของลวดลายประกอบอาคารแบบมลายู และช่องลมของตัวอาคาร จะเห็นได้ว่าเส้นของลวดลายมีการเชื่อมต่ออาคารหนึ่งไปยังอีกอาคารหนึ่ง เปรียบเสมือนอาคารบ้านเรือนที่ติดกันและมีตัวช่องลมกันระหว่างอาคาร</p>	<p>รูปแบบที่ 2</p> 

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ที่	ที่มาและแนวคิด	รูปแบบลวดลายจากอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ศาลหลักเมือง</li> <li>- วัดดอนแอ้</li> </ul>	<p>แนวคิดการออกแบบลวดลายมาจากลักษณะโครงสร้างและสิ่งประกอบอาคารของศาลหลักเมือง เช่น ชุ่มหลังคา ลวดลายกระเบื้อง และ ชุ่มกำแพงได้ลวดลายที่สะท้อนถึงความเป็นวัฒนธรรมแบบจีนประเพณี โดยผู้วิจัยได้ใช้ลายเส้นของอาคารเป็นเส้นตั้งและเส้นนอน มีการเรียงตัวของอาคารที่ชิดติดกัน ตรงกลางมีการใช้ลวดลายจากช่องลม สิ่งประกอบสถาปัตยกรรม ภายในวัดดอนแอ้ รูปแบบลวดลายจะมีลักษณะแบบจีนประเพณีหรือที่เรียกว่าทรงเก้งจีนที่สะท้อนอัตลักษณ์แบบจีน และสร้างความโดดเด่นให้ตัวอาคาร และเน้นการออกแบบที่ไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย</p>	<p>รูปแบบที่ 3</p> 



รูปแบบที่ 1

รูปแบบที่ 2

รูปแบบที่ 3

ตารางที่ 4.2. ผลการคัดเลือกลวดลายผ้าบาติกจากผู้เชี่ยวชาญ

ลวดลาย	ผู้เชี่ยวชาญ					รวม
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	
ลวดลายที่ 1	✓	✓		✓		3
ลวดลายที่ 2			✓			1
ลวดลายที่ 3					✓	1

จากตารางที่ 4.2 ผลการคัดเลือกลวดลาย พบว่า ลวดลายที่ใกล้เคียงกับสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลามากที่สุดจากการเลือกของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน คือ ลวดลายที่ 1 โดยรวมให้เหตุผลว่า สงขลามีประวัติเรื่องราวมากมาย ซึ่งในอดีตสงขลาเป็นเมืองท่า ทำให้คนสงขลามีทั้งเชื้อสายที่เป็นจีน มุสลิม และคนไทยพุทธดั้งเดิม รวมถึงอาหาร วัฒนธรรม ศิลปะ ภูมิปัญญา และสถาปัตยกรรม ลวดลายที่ผู้วิจัยได้ออกแบบเป็นสิ่งที่เกิดความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่และมีความสอดคล้องกับสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลา อีกทั้งมีการใช้แนวคิดการออกแบบสมัยใหม่ ถือว่าเป็นสิ่งที่ดีและน่าสนใจ



ภาพที่ 4.12 รูปแบบลวดลายที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ  
ที่มา: ตินณา อุดม (2566)

#### 4.1.2.2 ผลการสร้างสรรค์ลวดลายผ้าบาติก

1) สร้างสรรค์ลวดลายบาติกจากแม่พิมพ์ไม้/โลหะจากเทคโนโลยี CNC ที่สามารถสร้างลวดลายได้หลากหลายและรวดเร็ว วัสดุมีความคงทนแข็งแรง



ภาพที่ 4.13 แม่พิมพ์ที่ใช้ในการสร้างลวดลาย

ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)

2) ผ้าที่ใช้สำหรับทำผ้าบาติกคือผ้าเรยอน ที่ทำมาจากธรรมชาติ เพราะสามารถทำปฏิกิริยาดูดซับและติดสีได้ดี

3) ร่างลวดลายลงบนผ้าด้วยดินสอ

4) นำเทียนใส่ในภาชนะตม จนละลายและให้รักษาอุณหภูมิไว้ที่ 60-70 องศาเซลเซียส

5) นำแม่พิมพ์ที่เตรียมไว้ไปจุ่มลงในเทียนละลายโดยให้จุ่มเพียง 2 เซนติเมตรเท่านั้น และให้แน่ใจว่าเทียนได้เข้าไปในลายทุกรายละเอียด ไม่มีเว้นว่าง

6) กดแม่พิมพ์ที่มีเทียนละลายลงไปบนผ้าให้เพียงพอที่จะซึมไปถึงด้านล่างของเนื้อผ้า

7) หลังจากใช้แม่พิมพ์แล้วสลับการใช้ปากกาเขียนโดยการตักน้ำขี้ผึ้งเหลวเขียนตามรอยดินสอที่ร่างไว้ลักษณะเส้นต่อเนื่องกันตลอด จะขาดตอนไม่ได้ พยายามสังเกตระดับ

ความร้อนของซีฟิ่งให้อยู่ในระดับพอดี ถ้าร้อนเกินไปลักษณะเส้นจะฟูกระจายไม่สม่ำเสมอ ถ้าร้อนน้อยเกินไปก็เขียนไม่ออกซีฟิ่งเหลวไม่สามารถแทรกเข้าเนื้อผ้าได้

8) กลับไปทำทวนซ้ำตั้งแต่ขั้นตอนที่ห้าจนเสร็จ ได้ตามลวดลายที่ต้องการแล้ว รอจนกว่าจะแห้งจึงจะนำไปย้อมด้วยสีครามธรรมชาติ

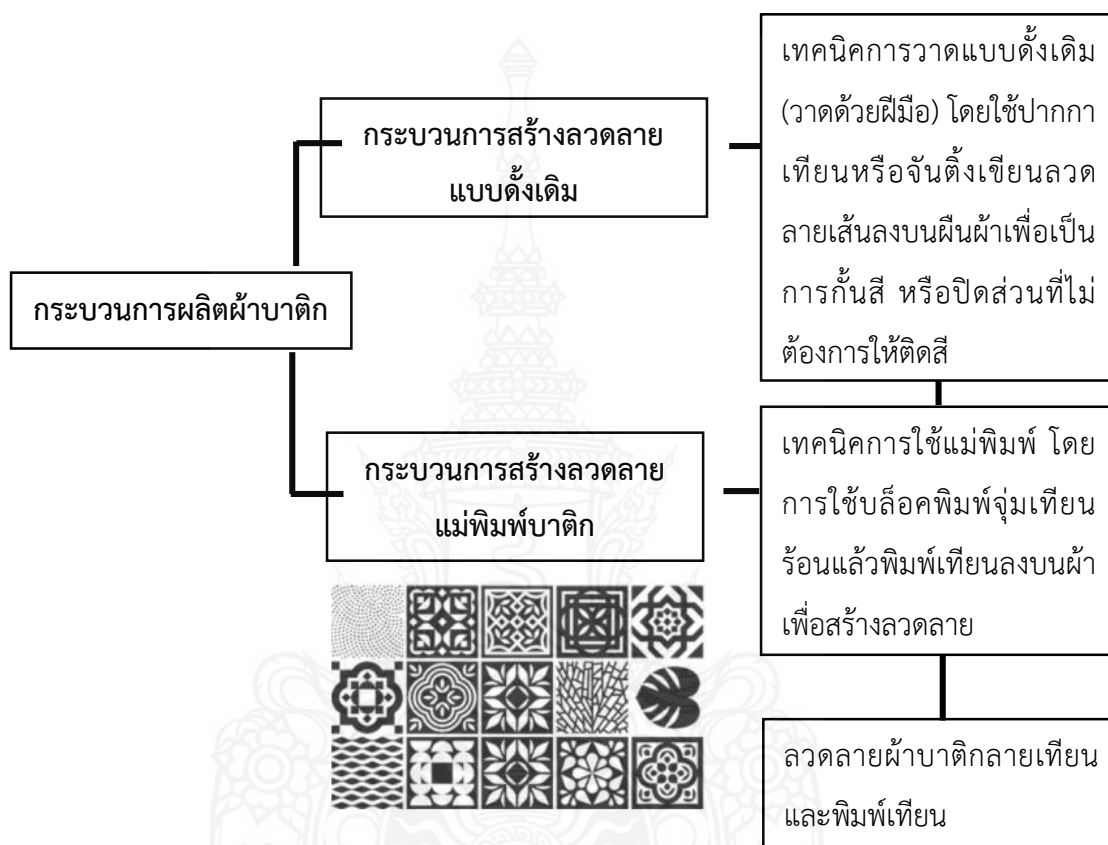


ภาพที่ 4.14 รูปแบบลวดลายผ้าบาติกเขียนเทียนและเทคนิคการใช้แม่พิมพ์  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)

บาติกพิมพ์เทียน เป็นบาติกที่ใช้ในการพิมพ์เทียนเพื่อสร้างลวดลาย โดยผู้วิจัยใช้วิธีการผสมผสานระหว่างความเป็นดั้งเดิมและสมัยใหม่ในการสร้างลวดลายเพื่อยังคงกลิ่นอายของความเป็นเอกลักษณ์ลวดลายผ้าบาติก โดยความโดดเด่นของผ้าบาติกอยู่ตรงลวดลายของภาพที่สะท้อนได้ถึงถิ่น



ที่มา วิถีชีวิต อัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลา และจินตนาการสร้างสรรค์ของผู้สร้างสรรค์ ลวดลาย ส่วนกรรมวิธีที่ซับซ้อนอยู่ที่กระบวนการทั้งเขียน พิมพ์ ย้อมสี งานผ้าบาติกนี้จึงมีลวดลายที่ไม่ซ้ำกัน หรือเรียกได้ว่ามีเพียงชิ้นเดียวเท่านั้น



แผนภูมิที่ 4.1 กระบวนการสร้างลวดลายบาติก

#### 4.1.2.3 ผลการผลิตสีจากต้นคราม การผลิตสีจากต้นคราม ประกอบด้วย 4

ขั้นตอน คือ การเตรียมน้ำคราม การเตรียมเนื้อคราม การเตรียมสีคราม และการย้อมคราม

1) การเตรียมน้ำครามได้จากการแช่ใบคราม ต้นครามอายุ 3-4 เดือน ให้สังเกตจากสีน้ำเงินที่หยดได้ต้น ให้เก็บใบครามทั้งกิ่ง ตอนเช้า ขณะใบยังสด นำมาฉีกเป็นฟ่อนเรียงลงภาชนะเกือบเต็ม เติมน้ำลงไปพอท่วม ทับด้วยวัตถุหนักแช่ 10 ชั่วโมง จึงกลับใบครามข้างล่างขึ้นทับข้างบน แช่อีก 8 ชั่วโมง หลังจากการแช่ใบคราม 18 ชั่วโมง แยกกากใบครามออกได้น้ำครามสีเหลืองแกมเขียวมีฟองสีขาว

ข้อควรระวัง การแช่ใบครามที่ใช้เวลาน้อยหรือมากเกินไป จะได้สีครามน้อย เพราะสีครามในใบครามจะละลายออกมาอยู่ในน้ำได้มากเมื่ออุณหภูมิสูงขึ้น เมื่ออุณหภูมิคงที่เวลาที่เหมาะสมจึงได้สีครามในน้ำครามมากที่สุด



ภาพที่ 4.15 ต้นคราม  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)



ภาพที่ 4.16 การเก็บใบคราม  
 ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)



ภาพที่ 4.17 ใบครามทับด้วยวัตถุแข็ง 18 ชั่วโมง  
 ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)

2) การเตรียมเนื้อคราม หลังจากที่น้ำครามสีเหลืองแกมเขียว มีฟองสีขาว แล้วให้เติมปูนขาว ประมาณ 10 กรัม ต่อน้ำคราม 1 ลิตร หรือเติมทีละน้อยพร้อมสังเกตสีของน้ำครามและฟอง จนกระทั่งฟองเป็นสีน้ำเงินเข้มจึงหยุดเติมทำการกวนน้ำคราม จนสังเกตเห็นสีของน้ำครามเปลี่ยนเป็นสีน้ำเงิน ฟองสีน้ำเงินยุบตัวอย่างรวดเร็วจึงหยุดกวน การกวนครามอาจใช้มือหรือไม้ไผ่สานกระแทกน้ำคราม หลังจากนั้นพักครามไว้ 1 คืน หลังจากกวนครามและพักไว้ 1 คืน จึงแยกของเหลวใสชั้นบนทิ้ง เก็บตะกอนครามสีน้ำเงินชั้นล่างไว้เตรียมสีครามต่อไป การแยกตะกอนครามใช้วิธีรินของเหลวใสชั้นบนทิ้ง เก็บฟองและตะกอนครามไว้ ก็จะได้เนื้อคราม



ภาพที่ 4.18 การเติมปูนขาว (ปูนแดง) ให้น้ำคราม  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)



ภาพที่ 4.19 การกวนคราม  
 ที่มา: ตีฉนวน อุตม (2566)



ภาพที่ 4.20 การแยกตะกอน  
 ที่มา: ตีฉนวน อุตม (2566)

3) การเตรียมสีครามโดยละลายเนื้อครามในน้ำขี้เถ้า ชั่งเนื้อครามเปียก (Indigo blue) 1 กิโลกรัมผสมน้ำขี้เถ้า 3 ลิตร ในโองดิน โจงน้ำย้อม 3-4 ครั้งทุกเช้า - เย็น สังเกตสีกลืน ฟอง วันที่ 3 ใช้น้ำมะขามเปียก 50 กรัม ขยำกับน้ำขี้เถ้าพอให้แตกและ ผสมลงไป ในโองย้อมโจงครามทุกวันและสังเกตต่อไป ซึ่งน้ำย้อมจะใสขึ้น เปลี่ยนเป็นสีเขียวปนน้ำเงิน กลิ่นหอมอ่อน ฟองสีน้ำเงิน โจงครามทุกวันจนกว่าน้ำย้อมจะเป็นสีเหลืองอมเขียวหรือเขียวยอดตอง ชุ่มชื้น ฟองสีน้ำเงินเข้มวาวไม่แตกยุบ แสดงว่าเกิดสีคราม (Indigo white) ในน้ำย้อมแล้ว ซึ่งใช้เวลาทั้งหมดประมาณ 7 วัน



ภาพที่ 4.21 น้ำต่าง (ขี้เถ้า)

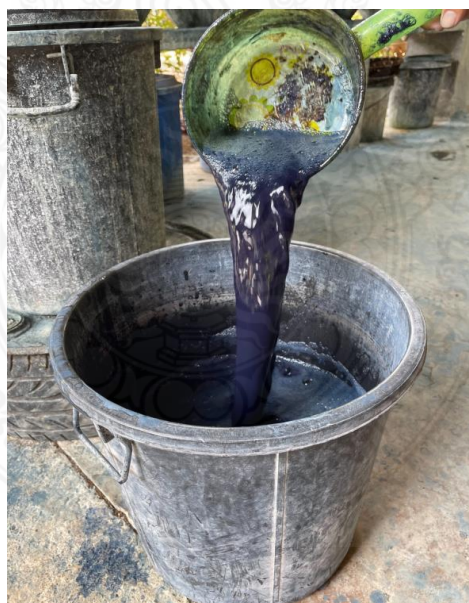
ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)

คุณสมบัติของน้ำต่าง

- 1) น้ำต่างเมื่อผสมกับเนื้อคราม น้ำจะเปลี่ยนเป็นสีครามเข้มขึ้น
- 2) สารที่ได้จากน้ำต่างเป็นตัวช่วยทำปฏิกิริยาย้อมสีธรรมชาติ เป็นส่วนสำคัญต่อการก่อสีครามในกระบวนการย้อม



ภาพที่ 4.22 การเตรียมน้ำมะขามเปียก  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)



ภาพที่ 4.23 การโจกคราม  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2566)

4) การย้อมคราม จากการวิเคราะห์กระบวนการเตรียมน้ำย้อม พบว่า มีหลายสูตรแต่ผู้วิจัยเลือกสูตรมาตรฐานที่ผ่านการทดลองจากนักวิชาการ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์อนรรักษ์ สายทอง) และสูตรระยะสั้นใช้เวลาเตรียมน้ำย้อม 8 ชั่วโมง

**สูตรการย้อมคราม** การเตรียมน้ำย้อม ระยะเวลา 3 วัน

วัตถุดิบ	เนื้อคราม	1 กิโลกรัม
	น้ำด่าง (น้ำซี้เถ้า)	3 ลิตร
	น้ำมะขามเปียก	3 ลิตร

**วิธีการเตรียมน้ำย้อม**

ทำความสะอาดถังพลาสติกหรือภาชนะที่จะใช้ก่หม้อคราม

เติมเนื้อคราม และน้ำด่างลงในถัง กวนให้เป็นเนื้อเดียวกัน

เติมน้ำมะขามเปียก แล้วกวนให้เข้ากัน

โจกทุกวันเช้าและเย็นประมาณ 2 - 3 วัน สังเกตสีน้ำย้อมจะเริ่มสีเขียวอมเหลือง และเกิดฟองสีน้ำเงินหรือสีครามบริเวณผิวน้ำย้อมบางบอกว่าน้ำย้อมในหม้อครามสามารถย้อมได้

**การเตรียมผ้าก่อนย้อมคราม**

การทำความสะอาดผ้าเพื่อให้เส้นใยดูดซับได้ดีและได้สีสม่ำเสมอ โดยมีวิธีทำความสะอาด นำผ้ามาล้างด้วยน้ำสะอาด จากนั้นนำผ้าไปย้อมครามในหม้อน้ำย้อม

**การย้อมผ้าจากคราม**

นำผ้าที่ผ่านการทำความสะอาดแล้ว ไปย้อมครามในหม้อน้ำย้อม จากนั้นใช้มือ 2 ข้างขยำผ้า (ระวังเทียนแตก) มีจังหวะและน้ำหนักมือในการย้อมสม่ำเสมอ ย้อมด้วยความประณีต พยายามให้ผ้าสัมผัสน้ำย้อมสีเหลืองบริเวณผิวน้ำถึงกลางหม้อให้มากที่สุด เมื่อย้อมหม้อที่ 1 เสร็จแล้วให้ขึ้นมาแล้วนำผ้าไปย้อมในหม้อครามถัดไป ผู้วิจัยใช้ย้อมทั้งหมด 2 หม้อ เพื่อให้ผ้าที่ออกมามีสีครามเข้ม พักทิ้งไว้ 5 นาที จากนั้นนำผ้าที่ได้จากการย้อมต้มในน้ำเดือดแล้วซักล้างเพื่อขจัดคราบเทียนออกจากผ้า เพื่อให้บริเวณที่มีคราบเทียนหลุดออก ส่วนที่หลุดไปจะไม่ติดสี (สีเดิมของผ้า)





ภาพที่ 4.24 การย้อมคราม  
ที่มา: ตติณณา อุตม (2566)



ภาพที่ 4.25 การลอกเทียนออกจากผ้า  
ที่มา: ตติณณา อุตม (2566)

## 4.1.2.4 การทดสอบกระบวนการย้อมสี

**ผลการทดสอบความคงทนของสีต่อการซัก** โดยได้มาตรฐานของ ISO 105-B02: 2014(E) EXPOSURE CYCLE A2 สรุปผลได้ดังนี้

การทดสอบความคงทน โดยใช้ผ้าหลายเส้นใยเป็นตัวทดสอบความแตกต่างความเข้มของสี ผลการย้อมสีธรรมชาติจากครามโดยใช้น้ำซึ่เก่าที่ความเข้มข้น 20% ที่เป็นสารช่วยติดพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงดังนี้

**ตารางที่ 4.3** ผลการทดสอบความคงทนของสีต่อการซัก

ที่	รายการ	ผลทดสอบตามมาตรฐาน ISO 105-B02: 2014(E) EXPOSURE CYCLE A2
<b>ความคงทนของสีต่อแสง</b>		
1	สีเปลี่ยนจากเดิม (ระดับ)	>4

**หมายเหตุ:** อัตราความคงทนของสีต่อแสงจะมีค่าจากระดับ 1 (มีความคงทนต่ำสุด) ถึงระดับ 8 (มีความคงทนสูงสุด)

ที่	รายการ	ผลทดสอบตามมาตรฐาน ISO 105-B02: 2014(E) TEST NO A2S (40°C, 30 นาที)
<b>ความคงทนของสีต่อการซัก</b>		
2	สีเปลี่ยนจากเดิม (ระดับ)	>4
3	สีตกติดผ้าขาว (ระดับ)	
	- ACETATE	1-2
	- COTTON	4
	- NYLON	4
	- POLYESTER	4-5
	- ACRYLIC	4-5
	- WOOL	4-5

**หมายเหตุ:** สารละลายที่ใช้ (150 มิลลิลิตร): 1993 AATCC STANDARD REFERENCE DETERGENT WOB 4 กรัม/ลิตร: โซเดียมเปอร์บอเรต ความเข้มข้น 1 กรัม/ลิตร

- สีเปลี่ยนจากเดิม ระดับ 5	หมายถึง	ไม่มีการเปลี่ยนแปลงของสี
4	หมายถึง	สีเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย
3	หมายถึง	สีเปลี่ยนแปลงพอสังเกตเห็นได้
2	หมายถึง	สีเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก
1	หมายถึง	สีเปลี่ยนแปลงมาก
- สีตกติด ระดับ 5	หมายถึง	ไม่มีการตกติดของสี
4	หมายถึง	สีตกติดเล็กน้อย
3	หมายถึง	สีตกติดพอสังเกตเห็นได้
2	หมายถึง	สีตกติดค่อนข้างมาก
1	หมายถึง	สีตกติดมาก

ตารางที่ 4.3 ผลการทดสอบความคงทนของสีต่อการซัก (ต่อ)

ที่	รายการ	ผลทดสอบตามมาตรฐาน ISO 105-B02: 2014(E) R 0199-1/66
<b>ความคงทนของสีต่อการขัดถู</b>		
4	สีตกติดผ้าขาวสภาพแห้ง (ระดับ)	
	- แนวเส้นด้ายยืน	2-3
	- แนวเส้นด้ายพุ่ง	2-3
5	สีตกติดผ้าขาวสภาพเปียก (ระดับ)	
	- แนวเส้นด้ายยืน	1-2
	- แนวเส้นด้ายพุ่ง	1-2
<b>ความต้านทานต่อการขัดถู</b>		
6	จำนวนรอบการขัดถูที่ทำให้ขึ้นทดสอบขาด	
	- ชั้นที่ 1	>10,000
	- ชั้นที่ 2	>10,000
	- ชั้นที่ 3	>10,000
	- ค่าต่ำสุด	>10,000

ตารางที่ 4.4 รายงานผลการทดสอบผ้าเรยอน

ที่	รายการ	ผลทดสอบตามมาตรฐาน IOS 3801 : 1977 (E) METHOD 5
น้ำหนักผ้า: ทดสอบตามมาตรฐาน IOS 3801 : 1977 (E) METHOD 5		
1	น้ำหนักผ้า (กรัมต่อตารางเมตร)	234
จำนวนเส้นด้าย: ทดสอบตามมาตรฐาน IOS 7211/2 : 1984 (E), METHOD C		
จำนวนเส้นด้ายต่อนิ้ว		
-	เส้นด้ายยืน	52
-	เส้นด้ายพุ่ง	46
จำนวนรวมเส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่ง (เส้นต่อตารางนิ้ว)		98
ขนาดเส้นด้าย: ทดสอบตามมาตรฐาน BASED ON ISO 7211/5: 1984 (E) SECTION 2, METHOD A*		
ขนาดเส้นด้าย (Ne)		
-	เส้นด้ายยืน	14.0
-	เส้นด้ายพุ่ง	9.4

หมายเหตุ: \*หมายถึง รายการทดสอบที่ไม่ได้การรับรอง มอก.17025-2561 จากสำนักงานมาตรฐาน  
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

#### 4.1.3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวความคิดการ ออกแบบอย่างยั่งยืน

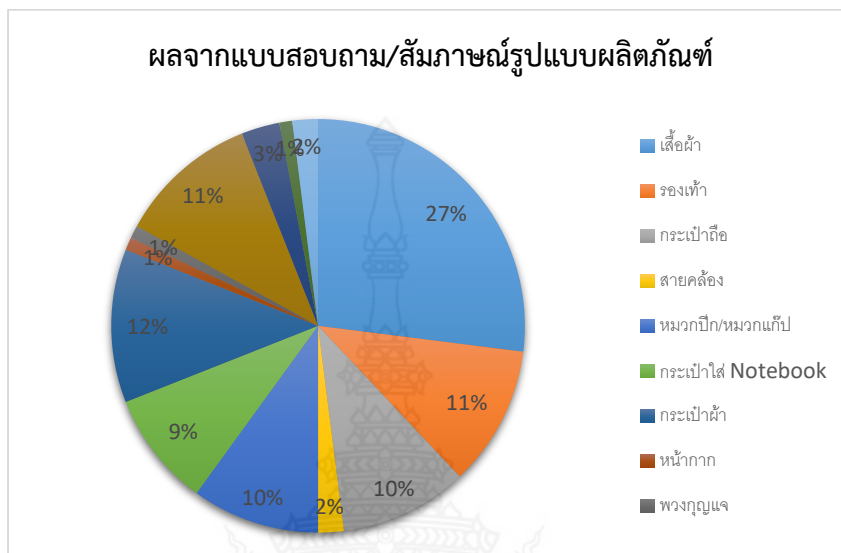
4.1.3.1 จากการลงพื้นที่ศึกษาและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วน  
ประสมทางการตลาด (4P's) และรูปแบบผลิตภัณฑ์ สามารถแยกประเภทผลิตภัณฑ์ตามจัดต่าง ๆ ได้  
ดังนี้

ตารางที่ 4.5 รูปแบบผลิตภัณฑ์ตามสถานที่ต่าง ๆ

สถานที่	รูปแบบผลิตภัณฑ์
ร้านสองแสน ถนนนางงาม	- ขนมไทย - พวงกุญแจ/แม่เหล็กติดตู้เย็น - เสื้อสกรีน
ร้านจักษณคุณยาย ถนนนางงาม	- ผลิตภัณฑ์จักษณ กระเป๋า พวงกุญแจ ของใช้ที่เป็นงานจักษณ
ร้านสงขลา Station ถนนนครนอก	- แก้วกาแฟ - ถุงผ้า/ผ้าพันคอ - หมวก - ไปสการ์ดที่ระลึก/สมุด - ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหาร - งานหัตถกรรมท้องถิ่นชุมชน
ร้าน Stand Brew ถนนนครใน	- ของที่ระลึก กระเป๋า หมวก รองเท้า แว่นตา เสื้อผ้า - แก้วน้ำ - เครื่องประดับ - งานศิลปะ ของตกแต่งบ้าน
เร็นผ้าสีมาแล	- ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP จังหวัดภาคใต้
ถนนคนเดินสงขลาแต่แรก	- สินค้าสำเร็จรูป - อาหาร - ขนมพื้นเมือง

4.1.3.2 ผลการศึกษาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า การวิจัยนี้ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถเล่าเรื่องและสะท้อนวิถีวัฒนธรรม ซึ่งประโยชน์การใช้งานต้องตอบสนองวิถีชีวิตนักท่องเที่ยว เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า สายคล้องถ่ายรูป หมวก และของที่ระลึก โดยในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยมีผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายที่วัสดุหลัก คือ ผ้าบาติกที่พัฒนาตลอดจากอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา อีกทั้งยังทำให้เกิดรายได้แก่ชุมชนท้องถิ่นที่ผลิตผ้าบาติกอย่างกลุ่มผ้าทอสะพานปลา และเป็นแนวทางในการสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการในชุมชนย่านเมือง

เก่าสงขลาได้อีกด้วย ซึ่งเสื้อผ้า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นลำดับที่ 1 และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ตามตารางดังนี้



ภาพที่ 4.26 ผลประเมินแบบสอบถาม/สัมภาษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2567)

4.1.3.3 ผลการศึกษาวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีในการออกแบบ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและวิเคราะห์ให้ได้ลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมรวมทั้งการใช้เทคนิคการผลิตในเรื่องของการทำบาติกเพื่อสร้างคุณค่าและเรื่องราวให้กับพื้นที่ ชุมชน และผู้ประกอบการ เพื่อให้ผลสรุปและทิศทางการออกแบบมีวิธีการดำเนินตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) วิเคราะห์ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย การออกแบบเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Design) ในงานวิจัยนี้ เริ่มต้นจากการพัฒนาตลาดจากอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาแล้วนำไปพัฒนาเป็นผ้าบาติก โดยนายวสันต์ เส็งเสี่ยม (พี่โป่ง) เจ้าของกิจการร้านสีลาวตีบาติก อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา อีกทั้งการถ่ายทอดกระบวนการคิดออกแบบตลาดที่สะท้อนอัตลักษณ์รวมทั้งเกิดแรงกระตุ้นในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มผู้ประกอบการของที่ระลึกในพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยเฉพาะกลุ่มผ้าทอสะพานพลา ที่มีแนวโน้มจะเพิ่มการยอมรับธรรมชาติจากคราม และเปิดตลาดที่กว้างขึ้น โดยงานวิจัยนี้เชื่อมเครือข่ายการทำงานแบบมีกระบวนการสร้างพันธมิตรของงานผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทำให้เกิดห่วงโซ่เศรษฐกิจภายในชุมชน ซึ่งกระบวนการผลิตโดยชุมชน ใช้วัสดุ

ของชุมชน และจัดจำหน่ายภายในชุมชนหรือจังหวัดทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนแบบยั่งยืนตามแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน (Sustainable Design)

2) วิเคราะห์ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ การออกแบบเป็นสิ่งแรกที่มีความสำคัญมากที่สุด ผู้วิจัยได้คำนึงถึง หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์ในการกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดี ความคิดสร้างสรรค์วิธีการต่าง ๆ มาผสมผสานเพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ คือ 1) หน้าที่ใช้สอย 2) ความปลอดภัย 3) ความแข็งแรง 4) ความสะดวกสบายในการใช้งาน 5) ความสวยงาม 6) ราคาพอสมควร 7) การซ่อมแซมง่าย 8) วัสดุและกรรมวิธีในการผลิต 9) การขนส่ง

3) วิเคราะห์กระแสแฟชั่นในปี 2024 - 2025 แฟชั่นหมุนเวียน หรือ Circular Fashion จากสถานการณ์ผลกระทบสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงต่อเนื่อง ปัจจุบันเทรนด์โลกและพฤติกรรมของผู้คนทั่วโลกมีแนวโน้มที่เปลี่ยนไป ผู้คนเริ่มให้ความสำคัญและใส่ใจกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน หรือ Circular Economy จึงเริ่มเข้ามา มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลง นั่นทำให้ผู้ผลิตสินค้าหลายรายได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยเริ่มต้นจากกระบวนการผลิตที่เปลี่ยนวัตถุดิบ (Raw Material) ในการผลิตที่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้ หรือใช้วัสดุที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิลมากขึ้น เพื่อลดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้งจะออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสำคัญในเรื่องของอายุการใช้งานยาวนานมาเป็นปัจจัยหลัก ที่ผ่านมามีหลาย ๆ แบรินด์ก็มีความพยายามที่จะทำแคมเปญการตลาดต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมแนวคิด Circular Fashion ทำให้เริ่มมีผู้บริโภคสนใจและสนับสนุนแนวคิดนี้ อย่างไรก็ตามแม้ว่าประเด็นเรื่องความยั่งยืนจะกลายเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการทุกอุตสาหกรรมทั่วโลกต้องให้ความสำคัญในการ Re-think การออกแบบผลิตภัณฑ์และสินค้า รวมไปถึงกระบวนการผลิตของตนเองแล้ว ทุกวันนี้ผู้บริโภคก็เริ่มมีแนวคิดที่สนับสนุนและช่วยกันขับเคลื่อนแนวคิดแฟชั่นแบบยั่งยืนไปด้วย เริ่มจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างง่าย ๆ เช่น การเลือกซื้อเสื้อผ้าที่มีคุณภาพดี มีความคงทนใช้งานได้นาน หรือแม้กระทั่งเปิดใจให้กับสินค้ามือสอง คนยุคใหม่เริ่มคิดเยอะมากขึ้น ก่อนที่จะทิ้ง หรือซื้อเสื้อผ้าตัวใหม่ รวมถึงมีไอเดียสร้างสรรค์ในการ Mix & Match เสื้อผ้าที่มีให้ใช้งานได้คุ้มค่ามากที่สุด รวมทั้งสนับสนุนและเลือกซื้อเสื้อผ้าที่ให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อม ร่วมมือกันใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยมองผลกระทบไปถึงการมีส่วนร่วมช่วยลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่โลกให้ได้มากที่สุด นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ใช้พลังงานน้อยกว่า หรือพัฒนาวัสดุและเทคโนโลยีใหม่ ๆ สำหรับนำไปใช้ผลิตสินค้าแฟชั่นที่ยั่งยืนมากขึ้น เพื่อทำให้ความยั่งยืนกลายเป็นเรื่องมาตรฐานและเข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่นเดียวกับประโยคที่กล่าวว่า “Sustainable Fashion is the New Normal”

4.1.3.4 ผลงานการสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ่านแนวคิดทฤษฎีในการออกแบบ

ตารางที่ 4.6 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

ภาพร่างการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	แนวคิดในการออกแบบ
	<p>Grandpa Chic การแต่งตัวที่ได้แรงบันดาลใจมาจากรุ่นคุณปู่ โดยจะเน้นความสบายด้วยเครื่องแต่งกายรูปทรงหลวมคู่อ่อนคลาย ไม่ว่าจะเป็นเสื้อตัวโคร่ง กางเกงทรงหลุ่ โดยความน่าสนใจของสไตล์ Grandpa Chic คือการผสมผสานสไตล์วินเทจ ให้กลิ่นอายของความเป็นเมืองเก่าดั้งเดิม เข้ากับยุคสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว เป็นความร่วมสมัยแต่ไม่ลดทอนความคลาสสิก และยังต้องทำให้รู้สึกสบายในเวลาเดียวกัน</p>
	



## ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ภาพร่างการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	แนวคิดในการออกแบบ
	<p>แนวคิดออกแบบมาจากรูปทรงของโรงสีแดง หับ โห้ หิ้น ในย่านเมืองเก่าสงขลาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมาในรูปแบบของกระเป๋า ที่มีเบื้องหลังมาจากความต้องการทำกระเป๋าให้ผู้ที่จำเป็นต้องมีสัมภาระระยะขณะเดินทางให้มีกระเป๋าสำหรับใส่ของอย่างเหมาะสม</p>
	<p>แรงบันดาลใจมาจากความชื่นชมและยกย่องความสวยงามตามวิถีวัฒนธรรมจีนมาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยในซีซั่นล่าสุด Spring/Summer 2024 ผู้ออกแบบได้นำแรงบันดาลใจในการมองชีวิตแบบหมุนกลับ ให้กลับคืนสู่ความสมดุลและหันกลับมาใส่ใจคุณค่าของชีวิตมากขึ้น ท่ามกลางชีวิตที่รีบเร่ง ทั้งนี้ยังคำนึงถึงไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวันแท้จริง โดยเน้นการออกแบบในสไตล์มิกซ์แอนด์แมทช์ ที่ทำให้สามารถสวมใส่ได้ยาวนาน ไม่ล้าสมัย และสามารถเข้ากับไลฟ์สไตล์การแต่งตัวได้ทั้งในวันทำงานและวันหยุด</p>

## ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ภาพร่างการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	แนวคิดในการออกแบบ
	<p>แนวคิดออกแบบมาจากจากดิ่งรูปแบบของเส้นมาสร้างเป็นรูปทรงจากสิ่งประดับอาคารแบบมลายูลวดลายแบบมลายูได้รับอิทธิพลทางความเชื่อของศาสนาอิสลามในงานศิลปะ ทำให้รูปแบบของลวดลายที่ใช้ในสถาปัตยกรรมมลายูจะเป็นลวดลายที่เลียนแบบมาจากธรรมชาติ บวกกับการนำวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวจีนดั้งเดิมและชาวมุสลิมมาผสมผสานในการออกแบบ</p>
	<p>แนวคิดด้านการออกแบบผู้วิจัยได้นำลักษณะทางด้านรูปทรงของขนมสำปันนีที่มีลักษณะคล้ายดอกไม้ มาสร้างสรรค์ชิ้นใหม่เพื่อตอบโจทย์การใช้งาน และเพื่อให้หมวกเป็นเครื่องประดับชิ้นสำคัญในการแต่งตัวที่เข้าถึงได้ ดึงเอาตัวตน เส้นทึบ และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้สวมใส่ให้ออกมาเฉิดฉายอีกครั้ง</p>

กระบวนการข้างต้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาประกอบการออกแบบผลิตภัณฑ์และนำไปตัดเย็บจนได้เป็นผลิตภัณฑ์จำนวน 1 คอลเลคชั่น โดยมีลักษณะเด่นสำคัญของผลิตภัณฑ์ คือ เป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเสื้อผ้าและเครื่องประกอบการแต่งกายรูปแบบ Unisex ที่ผลิตจากผ้าบาติกย้อมสีธรรมชาติจากคราม รูปแบบทันสมัยผสมกับรายละเอียดของลวดลายและองค์ประกอบของอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาที่สอดแทรก พหุวัฒนธรรม ประกอบด้วย ศาสนาพุทธ ศาสนาอิสลาม และคนไทยเชื้อสายจีนที่มีการหลอมรวมวัฒนธรรมเป็นวัฒนธรรมเฉพาะของสงขลา มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืนในแง่ของการใช้งานที่ร่วมสมัยสวมใส่ได้หลากหลายโอกาสและสามารถสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบสำหรับของที่ระลึกย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จำนวน 1 คอลเลคชั่น



ภาพที่ 4.27 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของที่ระลึกย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จำนวน 1 คอลเลคชั่น

ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.28 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2567)



ภาพที่ 4.29 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตีณา อุดม (2567)



ภาพที่ 4.30 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2567)



ภาพที่ 4.31 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2567)



ภาพที่ 4.32 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2567)





ภาพที่ 4.33 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2567)



ภาพที่ 4.34 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตีณา อุดม (2567)



ภาพที่ 4.35 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2567)



ภาพที่ 4.36 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2567)



ภาพที่ 4.37 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตีณา อุดม (2567)



ภาพที่ 4.38 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตติณณา อุดม (2567)



ภาพที่ 4.39 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสำหรับนักท่องเที่ยว  
ที่มา: ตีพิมพ์ อุดม (2567)

4.1.3.3 ผลการสอบถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา สำหรับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมเยือนพื้นที่ย่านเมืองเก่า อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา เนื่องจากไม่สามารถกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอนได้ การศึกษานี้ได้ใช้วิธีกำหนดศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 150 คน และเป็นผู้ที่มีความสมัครใจในการเข้าร่วมโครงการวิจัย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่ออัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาเมืองเก่าสงขลา

ตอนที่ 1 ตารางข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลจำนวนและค่าร้อยละของจำนวนเพศ

(n=150)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	74	49.33
หญิง	76	50.67
รวม	150	100.00

ตารางที่ 4.8 จำนวนอายุและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยว

(n=150)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	8	5.33
21-30 ปี	53	35.33
31-40 ปี	43	28.67
41-50 ปี	21	14.00
51-60 ปี	22	14.67
61 ปีขึ้นไป	3	2.00
รวม	150	100.00



ตารางที่ 4.9 อาชีพของนักท่องเที่ยว (n=150)

(n=150)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
แม่บ้าน	12	8.00
นักเรียน / นักศึกษา	65	43.33
ค้าขาย	25	16.67
ข้าราชการ	13	8.67
พนักงานหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน	14	9.33
อื่น ๆ	21	14.00
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.10 รายได้ของนักท่องเที่ยว

(n=150)

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000	65	43.33
10,001- 20,000	40	26.67
20,001- 30,000	32	21.33
30,001- 40,000	10	6.67
50,001 ขึ้นไป	3	2.00
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.11 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดสงขลา

(n=150)

วัตถุประสงค์ในการมา ท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยว	58	38.67
พักผ่อน	48	32.00
เยี่ยมบ้าน	35	23.33
ประชุม	9	6.00
อื่น ๆ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.12 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา

(n=150)

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	31	20.67
ครอบครัว	72	48.00
กลุ่มเพื่อน	41	27.33
กลุ่มใหญ่	6	4.00
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.13 ยานพาหนะของนักท่องเที่ยว

(n=150)

ยานพาหนะในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถส่วนตัว	58	38.67
รถโดยสาร	31	20.67
รถเช่า/รถตู้	47	31.33
จักรยานยนต์	14	9.33
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.14 แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวที่ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา

(n=150)

ลำดับ/แรงจูงใจ	จำนวน	ร้อยละ
การมาพักผ่อน	47	31.33
การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	36	24.00
การหาประสบการณ์การท่องเที่ยว	34	22.67
การหาความบันเทิงและความเพลิดเพลิน	25	16.67
การหาความรู้ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเมืองเก่า	8	5.33
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>

จากตารางข้อมูลทั่วไป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 150 สามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 50.67 และเพศชาย จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 49.33 ตามลำดับ

อายุ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.67 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

อาชีพ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเป็น นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาอาชีพค้าขายจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 อาชีพอื่น ๆ (ธุรกิจส่วนตัว) จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อาชีพพนักงานหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 อาชีพข้าราชการจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.67 อาชีพแม่บ้านจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

รายได้ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยที่ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมารายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รายได้ 20,001 - 30,000 จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 รายได้ 30,001 - 40,001 จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และรายได้ 50,001 ขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.67 รองลงมาพักผ่อน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 เยี่ยมบ้านจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 และมาประชุมจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครอบครัวจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมากลุ่มเพื่อนจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 27.33 มาเที่ยวคนเดียวจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.67 และมาเป็นกลุ่มใหญ่จำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ยานพาหนะของนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มารถส่วนตัวจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.67 รองลงมารถเช่า/รถตู้ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 รถโดยสารจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.67 และรถจักรยานยนต์จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 ตามลำดับ

แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวที่ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาพักผ่อนจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 รองลงมาการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 การหาประสบการณ์การท่องเที่ยวจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 การหาความบันเทิงและความเพลิดเพลินจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และการหาความรู้ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเมืองเก่าจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 ตามลำดับ

**ตอนที่ 2** ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่ออัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา

**ตารางที่ 4.15** การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (เสื้อผ้า)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคะแนนเฉลี่ย
<b>ด้านลวดลาย</b>			
ความสวยงามของลวดลาย	4.48	1.06	มาก
ความสมบูรณ์ของลวดลาย	4.31	0.94	มาก
ความชัดเจนของลวดลาย	4.31	1.03	มาก
ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.33	1.03	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.36</b>	<b>1.01</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคะแนน เฉลี่ย
<b>ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์</b>			
ประโยชน์ในการใช้งาน	4.41	1.03	มาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.27	1.01	มาก
ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ	4.31	1.05	มาก
การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม	4.34	1.04	มาก
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก	4.34	1.02	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.34</b>	<b>1.03</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านเอกลักษณ์ชุมชน</b>			
ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ เมืองเก่าสงขลา	4.42	1.03	มาก
ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.25	1.10	มาก
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน	4.29	1.08	มาก
เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง	4.31	1.08	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.32</b>	<b>1.07</b>	<b>มาก</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>4.34</b>	<b>1.04</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (เสื้อผ้า) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 คนมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.34$ ) โดยจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านลวดลาย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสวยงามของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.48$ ) ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.33$ ) ความชัดเจนของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.31$ ) ความสมบูรณ์ของลวดลาย ( $\bar{X}=4.31$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.36$ )

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.41$ ) ความคงทนในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.34$ ) การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงามมี

ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.34) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.34) ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.31) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.27) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}$ =4.34)

ด้านเอกลักษณ์ชุมชน เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลามีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.42) เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.31) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชนมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.29) ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.25) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}$ =4.42)

**ตารางที่ 4.16** การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (หมวด)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคะแนนเฉลี่ย
<b>ด้านลวดลาย</b>			
ความสวยงามของลวดลาย	4.42	1.02	มาก
ความสมบูรณ์ของลวดลาย	4.24	1.03	มาก
ความชัดเจนของลวดลาย	4.30	1.04	มาก
ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.25	1.05	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.30</b>	<b>1.03</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์</b>			
ประโยชน์ในการใช้งาน	4.35	1.08	มาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.17	1.11	มาก
ความคงทนในการใช้งาน	4.21	1.12	มาก
ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ	4.24	1.08	มาก
การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม	4.23	1.11	มาก
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก	4.23	1.09	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.24</b>	<b>1.10</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคะแนนเฉลี่ย
<b>ด้านเอกลักษณ์ชุมชน</b>			
ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา	4.38	1.05	มาก
ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.19	1.04	มาก
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน	4.26	1.09	มาก
เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง	4.28	1.10	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.28</b>	<b>1.07</b>	<b>มาก</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>4.27</b>	<b>1.07</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (หมวก) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 คนมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.27$ ) โดยจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านลวดลาย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสวยงามของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.42$ ) ความชัดเจนของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.30$ ) ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.25$ ) ความสมบูรณ์ของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.24$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.30$ )

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.35$ ) วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.24$ ) การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.23$ ) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.23$ ) ความคงทนในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.21$ ) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.17$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.24$ )

ด้านเอกลักษณ์ชุมชน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.38$ ) เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย

( $\bar{X}$ =4.28) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชนมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.26) ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.19) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}$ =4.28)

ตารางที่ 4.17 การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (กระเป่า)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคะแนนเฉลี่ย
<b>ด้านลวดลาย</b>			
ความสวยงามของลวดลาย	4.48	1.00	มาก
ความสมบูรณ์ของลวดลาย	4.25	1.00	มาก
ความชัดเจนของลวดลาย	4.27	1.06	มาก
ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.29	1.03	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.33</b>	<b>1.02</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์</b>			
ประโยชน์ในการใช้งาน	4.38	1.07	มาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.23	1.05	มาก
ความคงทนในการใช้งาน	4.18	1.11	มาก
ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ	4.27	1.07	มาก
การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม	4.21	1.09	มาก
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก	4.25	1.12	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.25</b>	<b>1.09</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านเอกลักษณ์ชุมชน</b>			
ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา	4.41	1.00	มาก
ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.18	1.05	มาก
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน	4.25	1.08	มาก
เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง	4.29	1.06	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.28</b>	<b>1.05</b>	<b>มาก</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>4.28</b>	<b>1.06</b>	<b>มาก</b>



จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (กระเป่า) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 คน มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.28$ ) จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านลวดลาย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสวยงามของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.48$ ) ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.29$ ) ความชัดเจนของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.27$ ) ความสมบูรณ์ของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.25$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.33$ )

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.38$ ) ใช้งานสะดวกจากท้องถิ่นในการออกแบบมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.27$ ) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.25$ ) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.23$ ) การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.21$ ) ความคงทนในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.18$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.25$ )

ด้านเอกลักษณ์ชุมชน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลามีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.41$ ) เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.29$ ) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชนมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.25$ ) ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.18$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.28$ )

**ตารางที่ 4.18** การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา  
(ผ้าโพกศีรษะ)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคะแนน เฉลี่ย
<b>ด้านลวดลาย</b>			
ความสวยงามของลวดลาย	4.48	0.98	มาก
ความสมบูรณ์ของลวดลาย	4.27	1.02	มาก
ความชัดเจนของลวดลาย	4.30	1.05	มาก
ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.23	1.05	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.32</b>	<b>1.02</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์</b>			
ประโยชน์ในการใช้งาน	4.35	1.03	มาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.19	1.02	มาก
ความคงทนในการใช้งาน	4.27	1.07	มาก
ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ	4.29	1.03	มาก
การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม	4.23	1.07	มาก
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก	4.29	1.07	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.27</b>	<b>1.05</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านเอกลักษณ์ชุมชน</b>			
ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ เมืองเก่าสงขลา	4.45	0.98	มาก
ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.24	1.00	มาก
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน	4.33	1.04	มาก
เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง	4.34	1.05	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.34</b>	<b>1.02</b>	<b>มาก</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>4.30</b>	<b>1.03</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (ผ้าโพกหัว) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 คนมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.30$ ) โดยจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านลวดลาย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสวยงามของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.48$ ) ความชัดเจนของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.30$ ) ความสมบูรณ์ของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.27$ ) ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.23$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.32$ )

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.35$ ) วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.29$ ) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.29$ ) ความคงทนในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.27$ ) การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.23$ ) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.19$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.27$ )

ด้านเอกลักษณ์ชุมชน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลามีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.45$ ) เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.34$ ) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชนมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.33$ ) ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.24$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.34$ )

ตารางที่ 4.19 การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (รองเท้า)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคะแนนเฉลี่ย
<b>ด้านลวดลาย</b>			
ความสวยงามของลวดลาย	4.49	1.00	มาก
ความสมบูรณ์ของลวดลาย	4.24	1.05	มาก
ความชัดเจนของลวดลาย	4.26	1.06	มาก
ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.30	1.10	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.32</b>	<b>1.05</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์</b>			
ประโยชน์ในการใช้งาน	4.41	1.05	มาก
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.23	1.07	มาก
ความคงทนในการใช้งาน	4.29	1.07	มาก
ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ	4.23	1.08	มาก
การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม	4.27	1.09	มาก
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก	4.33	1.09	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.29</b>	<b>1.07</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านเอกลักษณ์ชุมชน</b>			
ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา	4.39	1.02	มาก
ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.19	1.03	มาก
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน	4.28	1.04	มาก
เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง	4.34	1.05	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.30</b>	<b>1.03</b>	<b>มาก</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>4.30</b>	<b>1.06</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (รองเท้า) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 คนมีความพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}=4.30$ ) โดยจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านรสชาติ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสวยงามของรสชาติมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.49) ความเหมาะสมของรสชาติต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.30) ความชัดเจนของรสชาติมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.26) ความสมบูรณ์ของรสชาติมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.24) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}$ =4.32)

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.41) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.33) ความคงทนในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.29) การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงามมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.27) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.23) วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.23) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}$ =4.29)

ด้านเอกลักษณ์ชุมชน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลามีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.39) เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.34) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชนมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.28) ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.19) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}$ =4.30)

4.1.3.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านของที่ระลึกในย่านเมืองเก่าสงขลา จำนวน 6 แห่ง คือ ร้านสองแสน ถนนนางงาม, ร้านจักสานคุณยาย ถนนนางงาม, ร้านสงขลา Station ถนนนครนอก, ร้าน Stand Brew ถนนนครใน, เร็นผ้าสีมาแล, ถนนคนเดินสงขลาแต่แรก เกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อธิบายได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ประกอบการของที่ระลึกมีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน บางเป็น 1) ประเภทของบริโภค เช่น มีบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม อาหารทะเลแปรรูป ขนมหวาน 2) ประเภทประโยชน์ใช้สอย เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า หมวก นาฬิกา 3) ประเภทประโยชน์ตกแต่ง ได้แก่ เครื่องประดับตกแต่งร่างกาย เช่น กำไล สร้อยแหวน และจะมีบางที่ขายเฉพาะสินค้าประเภทบริโภคอย่างเดียว เนื่องจากสินค้าประเภทอื่นลูกค้าไม่นิยม แหล่งที่มาของสินค้าแบ่งได้เป็น 1) สินค้าที่ผลิตขึ้นเอง เช่น อาหารแปรรูป ขนมต่าง ๆ 2) สินค้าที่ซื้อมาจากแหล่งอื่นแล้วนำมาแพคเกจขึ้นแบบติดชื่อร้านและไม่ติดชื่อร้าน 3) สินค้าที่ฝากขาย โดยมีคนนำมาเสนอสินค้าเพื่อฝากขายกับทางร้าน เช่น พนักงานขายจากบริษัท เจ้าของสินค้าในท้องถิ่น โดยแบ่งเปอร์เซ็นต์ และรับผิดชอบสินค้าเองสำหรับบางร้านการผลิตสินค้าเอง หรือการนำสินค้าเข้ามาขายจะต้องผ่านการคัดเลือกจากกรรมการของทางร้าน โดยดูจากรสชาติ คุณภาพ และบรรจุภัณฑ์ และประโยชน์การใช้งาน

ด้านราคา (Price) ผู้ประกอบการร้านของที่ระลึก มีการกำหนดราคาที่แตกต่างกัน โดยมีปัจจัยด้านการใช้วัตถุดิบในส่วนผสม ด้านกระบวนการผลิต ด้านบรรจุภัณฑ์ และกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งมีผลในการกำหนดราคาขายสินค้า นอกจากนี้มีการเปรียบเทียบราคากับร้านอื่น ๆ เพื่อจะไม่ตั้งราคาสินค้าสูงหรือต่ำเกินไป สำหรับบางร้านดูรวมถึงต้นทุนในการสูญเสียสินค้าที่ผลิต และต้นทุนสินค้าที่เป็นของซิม และดูว่าต้องการกำไรเท่าไรจึงนำมากำหนดราคาขาย และบางช่วงที่ต้องขึ้นราคาสินค้าก็ต้องขึ้นราคาไปโดยเน้นที่คุณภาพสินค้า จะไม่มีการคงราคาหรือลดราคาโดยที่ลดคุณภาพลดปริมาณ หรือเปลี่ยนแปลงส่วนผสมของสินค้าที่ผลิต

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สถานประกอบการร้านของที่ระลึกอยู่ติดริมถนนทั้ง 3 สายของย่านเมืองเก่าสงขลาคือ ถนนนางงาม ถนนนครนอก และถนนนครใน เป็นเส้นทางสำหรับผู้ที่ต้องการซื้อของที่ระลึกเพื่อเดินทางกลับ ซึ่งในแต่ละร้านจะมีกลยุทธ์เพิ่มเติมช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการเพิ่มสาขาในจุดต่าง ๆ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ของทางร้าน หรือติดป้ายโฆษณาในช่วงแรก ๆ และหลังจากที่ลูกค้ารู้จักแล้วจะเป็นการบอกปากต่อปาก มีการจัดแสดงสินค้าตัวอย่าง มีการติดตั้งป้ายภายในร้านเพื่อแนะนำข้อมูล รายละเอียด เกี่ยวกับสินค้า มีการจัดโปรโมชั่น เช่น มีการลดราคาสินค้าเมื่อซื้อในปริมาณที่ ผู้ประกอบการกำหนด

## 4.2 อภิปรายผล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งหวังว่าผลการวิจัยนี้จะสามารถเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลายผ้าบาติกและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้กับชุมชนย่านเมืองเก่าสงขลาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา ได้นำไปประยุกต์ใช้ซึ่งสาระสำคัญที่น่าสนใจ มีดังนี้

**4.2.1 จากการศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาเพื่อการออกแบบลวดลายผ้าบาติก** พบว่าทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชนย่านเมืองเก่าสงขลา มีความหลากหลาย สามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก ได้แก่ มรดกวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และเป็นแหล่งผสมผสานทางวัฒนธรรมอันหลากหลายของกลุ่มคนสามศาสนา คือ ชาวไทยพุทธ ไทยจีน และไทยมุสลิม ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบวิถีชีวิตชุมชน สิ่งเหล่านี้ถือเป็นข้อมูลที่สำคัญเพื่อนำมาต่อยอดในการออกแบบลวดลาย ซึ่งสอดคล้องกับ ปานฉัตร อินทร์คง, (2560) ในการออกแบบทุกประเภทหรือสร้างสรรค์ชิ้นงานที่ต้องนำเรื่องราวทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องในกิจกรรมนั้น ๆ ที่ต้องทำเสมอคือการกำหนดกรอบของการสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและเชิง

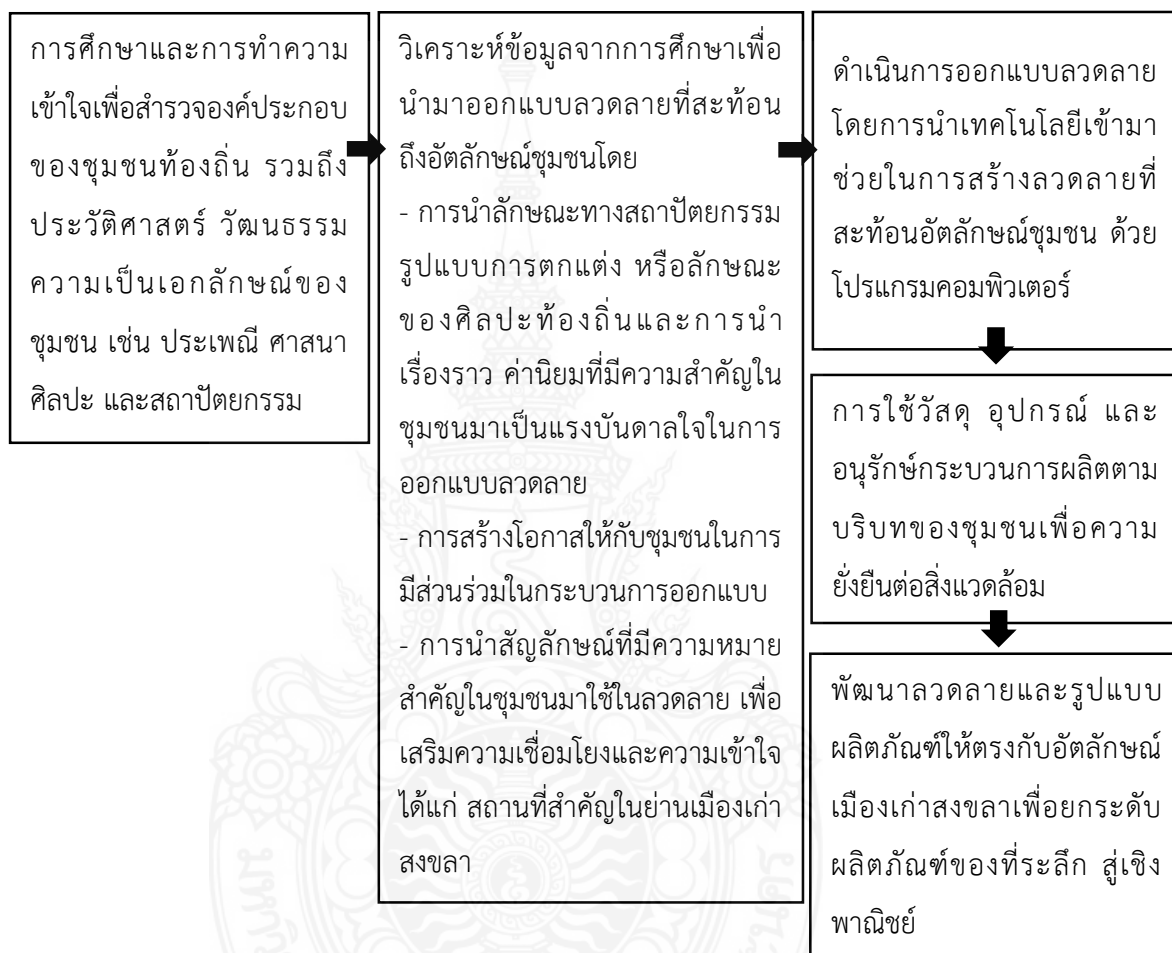
ออกแบบ เพื่อให้กระบวนการของความคิดสร้างสรรค์เป็นไปตามวัตถุประสงค์นั้น ๆ การกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่น ทันสมัย

จุดเด่นของเอกลักษณ์เมืองเก่าสงขลาคือ เอกลักษณ์โดดเด่นทางด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Appearance) เนื่องจากเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของชาวสงขลาผ่านมุมมองทางสถาปัตยกรรมที่เห็นอยู่ในลักษณะของบ้านเรือนที่เรียกกันว่า ชิโนยูโรเปียน เป็นอาคารที่มีลักษณะการผสมผสานระหว่างศิลปะการก่อสร้างแบบตะวันตกผสมตะวันออก ซึ่งตะวันตกคือ โปรตุเกส ส่วนตะวันออกคือ จีน ที่มีความเป็นพหุวัฒนธรรม เชื่อมโยงบริบทพื้นที่และอัตลักษณ์ของชนชาติต่าง ๆ ที่สะท้อนออกมาจากโครงสร้างสถาปัตยกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ (จเร สุวรรณชาติ, 6 กันยายน 2566, การสื่อสารส่วนบุคคล) กล่าวว่า “เมืองเก่าสงขลามีความโชคดี เพราะมีคู่เปรียบเทียบอย่างปิ้งและมะละกาที่เป็นเมืองมรดกโลกอยู่ก่อนแล้ว ตัวเทียบเช่นนี้ทำให้อัตลักษณ์ของสงขลาโดดเด่นชัดขึ้นในเรื่องความหลากหลาย โดยเฉพาะเรื่องของเชื้อชาติที่มีทั้งคนไทย คนพุทธ คนจีน คนมุสลิม อยู่ร่วมกันมายาวนาน สะท้อนให้เห็นผ่านทั้งวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น การกิน การแต่งกาย การออกแบบบ้านเรือนสถาปัตยกรรม ซึ่งต่างจากเมืองอื่นที่ชนชาติต่าง ๆ เขายังมีเขตแดนระหว่างกัน แต่ที่สงขลาไม่ใช่ เดินเล่นบนถนนเส้นเดียวก็จะสัมผัสได้ถึงมรดกของทุกชนชาติ แต่ยังแสดงถึงประวัติศาสตร์ที่ว่าเราอยู่อย่างนี้มาแต่ไหนแต่ไร นี่คือเสน่ห์ของเมืองเก่าสงขลา”



จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการออกแบบลวดลายที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนในบริบทเชิงพื้นที่เพื่อต่อยอดสู่การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ของที่ระลึก ดังนี้

#### การศึกษากรอบแนวคิดจากในการออกแบบลวดลาย



**แผนภูมิที่ 4.2** กรอบแนวคิดในการออกแบบลวดลายที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนในบริบทเชิงพื้นที่เพื่อต่อยอดสู่การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ของที่ระลึก



ผู้วิจัยนำความหมายที่มีร่วมกันของรูปแบบลวดลาย รวมถึงทฤษฎีการออกแบบและความคล้ายคลึงกันมาใช้ออกแบบลวดลาย ด้านของสี โครงร่างเงา รายละเอียดตกแต่ง และวัสดุ ทำให้เกิดเป็นลวดลายใหม่ที่สวยงามและแฝงด้วยเรื่องราวของอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา

#### 4.2.2 จากการศึกษากระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ

พบว่า ลวดลายที่ผู้วิจัยออกแบบจากแนวความคิดการออกแบบของโรงสีแดง หับ โห่ หิน มัสยิดบ้านบน และประตูเมืองสงขลา มีเอกลักษณ์เฉพาะโครงสร้างตัวอาคาร ผสมผสานระหว่างอาคารในย่านเมืองเก่าประกอบเป็นโครงสร้าง และนำลักษณะของเส้นโค้งที่ทำให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวจากลวดลายช่องลมมาประกอบเป็นลวดลายที่สะท้อนความงามและอัตลักษณ์เชิงพื้นที่นำไปสู่รูปแบบลวดลายผ้า โดยในกระบวนการสร้างลวดลายผู้วิจัยกำหนดลักษณะและเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของลวดลาย โดยลวดลายต้องมีความสมดุลในการกระจายขนาดและรูปร่าง เพื่อให้ดูสมบูรณ์และสวยงาม ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ ของลวดลาย ซึ่งสอดคล้องกับ พิณาลิน สาริยา, (2549) กล่าวว่า การรู้จักวางแผนกำหนดขั้นตอนในการสร้างงานอย่างเหมาะสมสวยงาม เพื่อประโยชน์ใช้สอยในรูปแบบต่าง ๆ หรืออีกนัยหนึ่งคือ การกำหนดความนึกคิด (Idea) ตามประเภทและวัตถุประสงค์ในการสร้างผลงาน ปัจจุบันการสร้างลวดลายบนผืนผ้ามีหลากหลายวิธี หนึ่งในวิธีการสร้างลวดลายที่นิยมมากทางภาคใต้ คือ การสร้างสรรค์ลวดลายผ้าด้วยเทคนิคบาติก ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยสร้างสรรค์ลวดลายผ้าบาติกด้วยการใช้แม่พิมพ์ผสมการเขียนมือซึ่งเป็นเทคนิคที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะและมีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ประเพณีของผ้าบาติกโบราณ ที่มีการสืบทอดจากอดีต และมีความสำคัญในการสร้างลวดลายที่มีเอกลักษณ์ อีกทั้งมีการย้อมด้วยสีธรรมชาติจากคราม ที่เป็นทรัพยากรที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น ซึ่งเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยังสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มผู้บริโภค อีกทั้งยังสามารถต่อยอดภูมิปัญญาสู่การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางด้านสิ่งทอมาศึกษากระบวนการย้อมที่มีประสิทธิภาพ สามารถทำให้สีย้อมมีความคงทน ซึ่งสอดคล้องกับ อับดุลนาเซอร์ ฮายีสาเมาะ, (2562) กล่าวว่า การวิจัยเกี่ยวกับการนำสีสกัดจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากส่วนต่าง ๆ ของพืชเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการประยุกต์ใช้กับเครื่องอุปกรณ์เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องมาจากการรณรงค์ทางสิ่งแวดล้อมและเคมีสะอาด การลดการปล่อยสารเคมีที่ก่อมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการหันมาใช้สารเคมีจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากพืชพรรณไม้ที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งในภาวะที่ความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้ผู้คนมีความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตประจำวัน การเลือกใช้สารเคมี สีธรรมชาติที่เป็นสารสกัดจากธรรมชาติเพื่อทดแทนสีเคมีสังเคราะห์หรือสารเคมีนำเข้าจากต่างประเทศ จะก่อให้เกิดผลดีในหลายด้านด้วยกัน เช่น ลดการใช้เคมีต่าง ๆ

ที่ไม่จำเป็น สามารถลดสารเคมีก่อมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ลดความเสี่ยงอันตรายต่อสุขภาพ และที่สำคัญคือเป็นการศึกษาแนวทางการใช้ประโยชน์รวมถึงการสร้างมูลค่าให้กับวัตถุดิบทางธรรมชาติที่มีในท้องถิ่นอีกด้วย

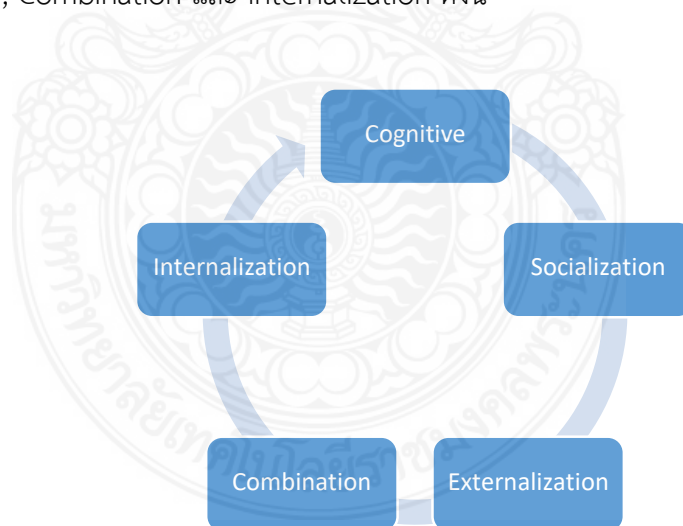
**4.2.3 จากการศึกษาแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัย โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน** ผู้วิจัยได้ผสมผสานเอกลักษณ์เฉพาะของย่านเมืองเก่าสงขลา มาพัฒนารูปแบบจนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งสอดคล้องกับ (คุณหนู นามแฝง, 7 มกราคม 2567, การสื่อสารส่วนบุคคล) กล่าวว่า สินค้าที่เป็นสัญลักษณ์หรือของที่ระลึกสามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชุมชน สามารถยกระดับคุณภาพของชุมชนได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลิตภัณฑ์เหล่านี้สามารถกลายเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานและประชาชนทั่วไปได้รู้จักชุมชนย่านเมืองเก่าสงขลา มากขึ้น ทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย สามารถประกอบธุรกิจค้าขาย การท่องเที่ยวหรือธุรกิจการให้บริการได้อย่างต่อเนื่องจนสามารถพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนได้ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีผลต่อการท่องเที่ยวชุมชนและเศรษฐกิจในชุมชนของที่ระลึกรูปแบบใหม่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อและอยากมาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน ทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้เพิ่มเติมซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการดำเนินการซึ่งพบว่า หากชุมชนย่านเมืองเก่าสงขลาต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภายในชุมชนออกสู่สายตานักท่องเที่ยว นั้น นอกจากที่จะศึกษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้มากขึ้น ศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และศึกษาคุณค่าของงานศิลปะและความงามควบคู่ไปด้วยแล้วนั้น ชุมชนต้องการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของที่ระลึกนั้นชุมชนควรที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นทันสมัยมากขึ้น ซึ่งจะต้องเป็นประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย การเพิ่มความประณีตความละเอียดแก่ผลิตภัณฑ์ การเพิ่มกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการออกแบบของที่ระลึกเอง เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าทางใจให้กับสินค้าและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงมีการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย และในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านความสวยงามของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา และด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐญาภา เสถียรกรมสรไกร และ พิมพิสิริ สุวรรณ (2566) ได้ทำการศึกษา

วิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพยากรท้องถิ่น ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวจากความสวยงาม ความชอบส่วนบุคคลโดยบุคคลอื่นไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและตัดสินใจโดยอาศัยประสบการณ์ในอดีตของตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสอดคล้องกับความชอบของผู้รับ การรีวิวของบุคคลที่มีชื่อเสียงและการส่งเสริมการตลาดศึกษานี้พบด้วยเช่นเดียวกันว่ามีส่วนกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อเพิ่มขึ้น กรณีของสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ หรือชุมชนท่องเที่ยว เนื่องจากสะท้อนความเป็นสัญลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์บริโภคและผลิตภัณฑ์อุปโภค ซึ่งสอดคล้องกับ สุวภัทร ศรีจงแสง (2561) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นต้องสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน แต่ควรออกแบบให้มีความทันสมัยและสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น

จากกระบวนการข้างต้นผู้วิจัยสร้างองค์ความรู้ความรู้อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสี่ธรรมชาตีสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา ได้ 4 รูปแบบ คือ Socialization, Externalization, Combination และ Internalization ดังนี้



ภาพที่ 4.40 การเกิดองค์ความรู้อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสี่ธรรมชาตีสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดสงขลา

การแบ่งปันและสร้างความรู้ (Socialization) ระหว่างผู้วิจัย ชาวบ้าน และนักวิชาการ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ วิถีชีวิตชุมชนความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อม เพื่อหาข้อมูลในงานวิจัยเบื้องต้น

การเผยแพร่ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรหรือรูปภาพ (Externalization) การนำเอาประสบการณ์ ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์จนได้แนวคิดในการออกแบบลวดลายจำนวน 3 รูปแบบ

การบูรณาการ (Combination) การออกแบบลวดลายคือลวดลายโรงสีแดง หับ โห่ หิน มีสียึดบ้านบน และประตูเมืองสงขลา มีเอกลักษณ์เฉพาะโครงสร้างตัวอาคาร ผสมผสานระหว่างอาคารในย่านเมืองเก่าประกอบเป็นโครงสร้าง และนำลักษณะของเส้นโค้งที่ทำให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว จากลวดลายช่องลมมาประกอบเป็นลวดลายที่สะท้อนความงามและอัตลักษณ์เชิงพื้นที่นำไปสู่รูปแบบลวดลายผ้า มีการสร้างลวดลายด้วยเทคนิคบาติกและย้อมสีธรรมชาติจากคราม โดยให้สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมเสนอแนะ จนได้สีของการย้อมตรงตามแนวคิดของผู้ออกแบบ และสามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จำนวน 1 คอลเลคชั่นประกอบด้วย เสื้อผ้า หมวก รองเท้า กระเป๋า ผ้าโพกศีรษะ จากนั้นประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับลวดลายและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

การนำความรู้ที่เรียนรู้มาไปปฏิบัติ (Internalization) นำวิธีการและเทคนิคในการสร้างลวดลายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมาปฏิบัติร่วมกับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

#### 4.2.4 การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

จากการศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาสามารถต่อยอดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้ดังนี้

4.2.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) นักท่องเที่ยวมีความต้องการซื้อสินค้าที่ร้านค้าเป็นผู้ผลิตเองซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของทางร้าน และต้องการสินค้าที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะการให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพและความปลอดภัย รวมถึงความสะดวกของสินค้าภายในร้าน ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องกำหนดมาตรฐานการผลิตสินค้าให้ออกมาในรูปแบบที่ผู้บริโภคสามารถจับต้องหรือรับรู้คุณภาพของสินค้า ซึ่งมาตรฐานตามหลักสากล สอดคล้องกับ รัฐบาลพร เกตายนนท์ (2560) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ต้องอาศัยสิ่งต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์เหนือกว่าคู่แข่ง และนำเสนอแบบแผนการสร้างคุณค่าผ่านตัวผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ การรับประกันคุณภาพ การออกแบบ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เมื่อลูกค้าเห็นผลิตภัณฑ์ ลูกค้าสามารถรับรู้และเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์จะช่วยให้บรรลุผลประโยชน์ที่ลูกค้าให้ความสำคัญ นักการตลาดต้องแบ่งส่วนตลาด ระบุรายละเอียด และเลือกส่วนตลาดให้ชัดเจน เพื่อจะได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการให้คุณค่าและตลาดเป้าหมายของลูกค้า

4.2.4.2 ด้านราคา (Price) ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าซึ่งมีส่วนจำเป็นในการกำหนดราคาให้มีความเหมาะสม มากกว่าการลดราคาสินค้าให้ถูกลงแล้วลดคุณภาพของ

สินค้าลงมา และควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของทางร้าน ซึ่งควรเป็นราคาที่ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ และมีป้ายบอกราคาชัดเจน ซึ่งเป็นผลอย่างยิ่งในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ นรฤกฤต วันตะเมธ (2561) กล่าวว่า ราคาที่สูงกว่าราคาตลาดอาจสื่อถึงคุณค่าของสินค้าที่เหนือกว่าสินค้าอื่น หรือสื่อถึงความขาดแคลนของอุปทานเมื่อเปรียบเทียบกับอุปสงค์ที่มีอยู่ในตลาด ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาดอาจสื่อถึงคุณภาพของสินค้าที่ด้อยกว่าสินค้าอื่นที่มีในตลาด ดังนั้นการกำหนดราคาต้องพิจารณาองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น ต้นทุนการผลิต คู่แข่งขัน ผู้บริโภค สภาพเศรษฐกิจ ธุรกิจจึงต้องใช้กลยุทธ์การตั้งราคาในแบบต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

4.2.4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สถานประกอบการเลือกทำเลที่ตั้งย่านเมืองเก่าสงขลาทั้งถนนนางงาม ถนนนครนอกและถนนนครใน ซึ่งถือเป็นถนนสายหลักและเป็นเส้นทางที่สะดวกในการแวะซื้อสินค้าผู้ประกอบการที่มีสาขาอยู่แล้วสามารถเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคกลุ่มอื่นได้ โดยการจำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ส่งให้ร้านค้า หรือตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ หรือขายผ่านสื่อออนไลน์ แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องมีการควบคุมระบบที่ดีทั้งด้านการผลิต การขนส่ง เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ของร้านเป็นประเภทของบริโภคอาจทำให้เกิดความเสียหายถ้าไม่มีการควบคุมที่ดี สอดคล้องกับ รัชฎาพร เกตานนท์ (2560) กล่าวว่า ลูกค้ามีความสะดวกในการซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งธุรกิจหลายแห่งมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปตามสถานที่หรือตามรูปแบบต่าง ๆ เช่น การขยายสาขา นักการตลาดไม่สามารถตอบสนองลูกค้าทุกคนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องใช้ช่องทางการตลาดเพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยต้องรู้เท่าทันกระแสตลาดและการให้คุณค่าและเป้าหมายในชีวิตลูกค้า เพื่อนำมาวางแผนในการจัดการช่องทางการตลาด

4.2.4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรจัดให้มีสินค้าตัวอย่างให้หลากหลายเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้นและมีทางเลือกในการใช้หรือบริโภคสินค้าที่เหมาะสมกับตัวเองหรือผู้ที่เราซื้อสินค้าไปฝากมากที่สุด และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงเอกลักษณ์จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ซึ่งแตกต่างไปจากผู้ผลิตกลุ่มอื่น สอดคล้องกับ ภฤษณะ จันทรโชติ (2560) กล่าวว่า การจัดจำหน่ายผ่านคนกลาง การเจรจาร่วมมือกันทางธุรกิจนักการตลาดต้องมีทักษะความชำนาญและการวางแผนการจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อให้ธุรกิจสามารถจัดจำหน่ายสินค้าได้ทั่วถึง โดยให้เกิดต้นทุนต่ำที่สุดและขายสินค้าได้มากที่สุด ผู้บริโภคจะเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ เนื่องมาจากได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ซึ่งความต้องการซื้อจะเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยภายในและภายนอก แล้วนำมาซึ่งการตอบสนองของผู้บริโภค คือ พฤติกรรมในการซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างกันในลูกค้าแต่ละคน

จากการศึกษาสรุปได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ เป็นเครื่องมือที่สามารถควบคุมได้และนำไปใช้ปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการว่าจะเน้นส่วนผสมทางการตลาดตัวใดมากกว่ากัน เนื่องจากทุกตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกันซึ่งผู้ประกอบการต้องกำหนดส่วนผสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

#### 4.2.5 การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในองค์กร (SWOT Analysis)

##### จุดแข็ง (Strength)

- 1) ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพด้านการผลิตและปลอดภัย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ
- 2) มีแหล่งวัตถุดิบภายในชุมชน ตั้งแต่การปลูกคราม ทอผ้า การทำบาติก ทำให้ลดต้นทุนในการผลิต
- 3) บุคลากรมีองค์ความรู้และประสบการณ์
- 4) มีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายในการนำเสนอ และจำหน่ายสินค้า

##### จุดอ่อน (Weakness)

- 1) เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักในช่วงเริ่มต้น
- 2) กระบวนการย้อมครามเป็นสินค้าที่มีราคาแพง
- 3) ขาดแรงงานที่มีทักษะด้านการเขียนลายบาติกด้วยมือ ทำให้การผลิตเกิดความล่าช้าและไม่แน่นอน

##### โอกาส (Opportunity)

- 1) อุตสาหกรรมบาติกมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ
- 2) กระแสดูแลสุขภาพ ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติมีมากขึ้น
- 3) ประเทศไทยเป็นแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ
- 4) พัฒนาการของสื่อออนไลน์ ทำให้การสื่อสารมีความหลากหลาย รวดเร็ว เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย

##### อุปสรรค (Threat)

- 1) ทักษะฝีมือของคนรุ่นใหม่ต้องงานหัตถกรรมผ้าบาติกเริ่มเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการสืบทอดภูมิปัญญาด้านงานฝีมือ

2) ในตลาดมีคู่แข่งที่ขายสินค้าผ้าบาติกจากสีเคมีที่มีราคาถูกและเป็นสินค้าแฟชั่น อยู่เป็นจำนวนมากพร้อมที่จะลอกเลียนแบบสินค้าของเรา

**โมเดลวิเคราะห้องค์ประกอบในธุรกิจสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทเสื้อผ้า และเครื่องประกอบการแต่งกายภายในแบรนด์ PHRO KHUN (เพราะคุณ)**

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตบาติก 2) กลุ่มวิสาหกิจผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 3) พนักงาน (มีทั้งพนักงานที่จ้างรายครั้งและคนในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่) 4) บริการจัดส่งสินค้า 5) สื่อต่าง ๆ ที่เป็นพันธมิตรในการโฆษณาสินค้า	1) บริหารแบรนด์ 2) ดูแลกระบวนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน 3) ดูแลด้านการตลาด และการบัญชี 4) การจัดกิจกรรมเพื่อโปรโมทแบรนด์ 5) บริการและดูแลลูกค้าก่อนและหลังการขาย 6) การจัดส่งสินค้า	1) มีการศึกษาข้อมูลเทคนิคการทำบาติก ทำให้มีความรู้เชิงลึก 2) เป็นสินค้าทำมือ 100% 3) สินค้าผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ 4) ผลิตภัณฑ์ของทางแบรนด์มีการนำเสนอวิธีการออกแบบอย่างยั่งยืน เทรนด์การออกแบบในปัจจุบันใน 5) สามารถนำมา Mix and Match ได้หลากหลายรูปแบบ	1) สร้าง Content เพื่อให้ลูกค้าสนใจและติดตามความเคลื่อนไหวของเพจ 2) สร้างการสื่อสารแบบ 2 Way Communication ให้ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามและพูดคุยเกี่ยวกับสินค้าของแบรนด์ได้	กลุ่มลูกค้าเป็น Niche Market ที่มีความต้องการและมีรสนิยมที่เจาะจง กลุ่มเป้าหมายเพศหญิงและชายอายุระหว่าง 21-30 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ไม่น้อยกว่า 10,000บาท ชื่นชอบในงานหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถเลือกใช้ได้หลากหลายโอกาส อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ จึงยอมเสียเงินให้กับสินค้าคุณภาพดีมากกว่าสินค้าแฟชั่นที่ต้องเปลี่ยนบ่อยครั้ง
	<b>Key Resources</b> 1) กลุ่มสมาชิกชุมชน 2) Supplier and Production Connection 3) เงินทุน 4) วัตถุดิบในการผลิตสินค้า	เป็นเสื้อผ้าที่ต้องมีติดตู้ไว้มากกว่าเป็นเสื้อผ้าที่จะซื้อใส่เพียงครั้งเดียว	<b>Channels</b> 1) จำหน่ายผ่านตัวแทนร้านขายของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกย่านเมืองเก่าสงขลา 2) จำหน่ายผ่านช่องทาง Online	
<b>Cost Structure</b> 1) ต้นทุนการผลิต (25%) - วัตถุดิบหลัก      - ค่าจ้างในการผลิต - ค่าจ้างแรงงานฝีมือในการทำบาติก - ค่าจ้างแรงงานในการตัดเย็บผลงาน 2) ต้นทุนในการขาย - ค่าบรรจุภัณฑ์      - ค่าขนส่ง 3) ต้นทุนการตลาด      4) ต้นทุนในการขายและการบริการ			<b>Revenue Streams</b> รายได้หลักของแบรนด์มาจากช่องทาง Online	

ภาพที่ 4.41 Business Model Canvas

ที่มา: ตติณณา อุดม (2567)

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์ ) ศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก 2) ศึกษากระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ 3) ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน โดยได้ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเมืองเก่าสงขลา วิถีชีวิตของชุมชน ผ่านเรื่องราว วิถีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม อาคารสถาปัตยกรรม และความประทับใจเกี่ยวกับบรรยากาศ สถานที่ ผลงานศิลปะ นำมาร่างแบบและคิดสร้างสรรค์ลวดลายผ้าบาติกให้มีรูปแบบลวดลายใหม่ โดยนำมาย้อมสีครามจากคราม และใช้แนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) เป็นแนวคิดหลักในการออกแบบ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การใช้แรงงานจากคนในชุมชนเพื่อสร้างรายได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถแข่งขันกับตลาดสินค้าแฟชั่นในปัจจุบันได้ และใช้แบบสอบถามภายหลังการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อทราบความพึงพอใจในประเด็นต่าง ๆ ทั้งด้านลวดลาย ด้านการใช้งาน ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย

#### 5.1 สรุปผล

5.1.1 ด้านอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก พบว่า เมืองเก่าสงขลาเป็นเมืองสำคัญที่มีมรดกวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และเป็นแหล่งผสมผสานทางวัฒนธรรมอันหลากหลายของกลุ่มคนสามศาสนา คือ ชาวไทยพุทธ ไทยจีน และไทยมุสลิม ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบวิถีชีวิตชุมชนที่มีเอกลักษณ์และรูปแบบของสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นมีรูปแบบงานศิลปกรรมจากลวดลายธรรมชาติผสมผสานลวดลายสถาปัตยกรรม เช่น บ้านเรือนทรงโบราณรูปแบบชิโนยูโรเปียนที่มีเพียงแห่งเดียวในเขตอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา การมีศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา สถานที่เคารพสักการะของชาวเมืองสงขลาและประชาชนเชื้อสายจีน มัสยิดของชาวมุสลิม การมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนในชุมชน ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลด้วยตนเองและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาวิเคราะห์ผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างลวดลายผ้าบาติกที่แสดงถึงอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาผ่านเรื่องราว วิถีวัฒนธรรม อาคารสถาปัตยกรรม



และความประทับใจเกี่ยวกับบรรยากาศ สถานที่ นำมาสร้างแบบร่างและคิดสร้างสรรค์ลวดลาย ผ้าบาติก ซึ่งการสร้างสรรค์ลวดลายผ้าบาติกต้องคำนึงถึงการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปของผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนว่า สามารถนำไปผลิตลวดลายผ้าในฝันต่อ ๆ ไปเพื่อจัดจำหน่าย ใช้เชิงพาณิชย์ได้

5.1.2 ด้านผลการศึกษาระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ พบว่า ลวดลายที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน คือ ลวดลายที่ 1 จากแนวคิดการ ออกแบบของโรงสีแดงหับ โห้ หิน มัสยิดบ้านบน และประตูเมืองสงขลา มีเอกลักษณ์เฉพาะในด้าน โครงสร้างตัวอาคาร ผสมผสานระหว่างอาคารในย่านเมืองเก่าประกอบเป็นโครงสร้าง และนำลักษณะ ของเส้นโค้งที่ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวจากลวดลายช่องลมมาประกอบเป็นลวดลายที่สะท้อนความงาม และอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ จากนั้นนำไปสร้างสรรค์ลวดลายบาติก ผู้วิจัยใช้เทคนิคการทำผ้าบาติกในด้วย แม่พิมพ์ไม้ผสมผสานกับเทคนิคดั้งเดิมคือ บาติกเพนต์ลายมือเขียน ผู้เขียนสามารถที่จะเลือกขนาด ของจันดั่งที่จะเขียนเขียน เน้นลวดลายให้เกิดความตื่นตึ่ง ให้มีจุดเด่นในลักษณะใดก็ได้ตาม จุดประสงค์ของผู้ออกแบบ โดยคำนึงถึงทฤษฎีหลักการออกแบบลวดลายเข้ามาใช้ในการพัฒนา รูปแบบลวดลายศิลปะผ้าบาติก ให้มีความสอดคล้องกับการใช้ทฤษฎีการจัดองค์ประกอบศิลป์เพื่อ ออกแบบรูปแบบลวดลายให้มีความสวยงามและเพิ่มคุณค่าให้กับผ้าบาติกยิ่งขึ้น จากนั้นนำมาย้อมสี ธรรมชาติจากคราม การศึกษาพบว่า การสกัดสีครามจากต้นคราม พบว่า ตัวสีของต้นครามสามารถ สกัดเป็นสีย้อมธรรมชาติได้ดีและให้สีที่เป็นสีน้ำเงิน ซึ่งจะมีปฏิกิริยาติดสีบนผ้าเรยอนได้ดี เนื่องจาก ครามที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นครามพันธุ์ฝักงอมมีอายุ 3 เดือน 2 สัปดาห์ ให้สีครามมากที่สุดคือ 0.104% ของใบครามสดมากกว่าครามฝักตรง (ประไพ ทองเจริญ, 2552) โดยในกระบวนการย้อมครามผู้วิจัยใช้ สูตรมาตรฐานที่ผ่านการทดลองจากนักวิชาการ ดังนี้ วัตถุดิบ เนื้อคราม 1 กิโลกรัม น้ำต่าง 3 ลิตร และน้ำมะขามเปียก 3 ลิตร (มะขามเปียกแคะเมล็ด 100 กรัมต่อน้ำ 3 ลิตร)

การย้อมครามสามารถให้สีได้หลายระดับค่าน้ำหนักเริ่มตั้งแต่สีฟ้าอ่อนจนถึงสีน้ำเงินเข้ม ย้อมครามหนึ่งครั้งจะได้หนึ่งน้ำหนัก ถ้าต้องการสีในค่าน้ำหนักใดก็สามารถย้อมได้ตามที่ต้องการ การ ย้อมสีครามเป็นการย้อมที่ให้ค่าน้ำหนักสีที่สามารถทำซ้ำได้โดยไม่มีค่าน้ำหนักที่เปลี่ยนไปจากเดิมมาก นัก ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการย้อมสีครามจำนวนสองครั้งเพื่อให้สีออกมาเป็นสีน้ำเงินเข้มตามที่ ต้องการ จากนั้นทำการทดสอบความคงทนของสีต่อแสงพบว่า มีความคงทน >4 สัปดาห์การเปลี่ยนแปลง เล็กน้อย ทดสอบความคงทนของสีต่อการซัก พบว่า มีความคงทน ระดับ 4 ทดสอบความคงทนของสี ต่อการขัดถู พบว่า มีความคงทนสภาวะแห้ง ระดับ 2-3 ความคงทนสภาวะเปียก ระดับ 1-2 และความ ท้านทานต่อการขัดถู พบว่ามีความต้านทาน >10,000 ครั้ง

5.1.3 ด้านผลประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน พบว่า จากจำนวนนักท่องเที่ยว 150 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี เป็นนักเรียน / นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จุดประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่คือมาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ถ่ายรูป เซ็คอิน ลักษณะการเดินทางจะมาเป็นกลุ่มเพื่อน และใช้รถส่วนตัวในการเดินทางเพื่อความสะดวก ส่วนใหญ่จะเน้นเดินทางกันในช่วงเวลาวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ หรือวันหยุดพักผ่อน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแล้วส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อของที่ระลึกเพื่อเป็นของฝาก ประเภทของที่ระลึกที่เลือกซื้อคือ ประเภทเครื่องประกอบกาย สถานที่ที่ซื้อของที่ระลึกเป็นบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในเมืองเก่าสงขลา เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านกาแฟ

5.1.4 ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.30$ ) โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.34$ ) ผ้าโพกศีรษะและรองเท้าวอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.30$ ) ด้านกระเป๋าอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.28$ ) และด้านหมวกอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.27$ ) ตามลำดับ

5.1.4.1 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมรูปแบบที่ 1 (เสื้อผ้า) ผลของการประเมิน พบว่า ด้านลวดลาย เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ความสวยงามของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.48$ ), ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.33$ ), ความชัดเจนของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.31$ ), ความสมบูรณ์ของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.31$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุดด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.41$ ), ความคงทนในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.34$ ), การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงามมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.34$ ), ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.34$ ), วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.31$ ), คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.27$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุดด้านเอกลักษณ์ชุมชน เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.42$ ), เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.31$ ), เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชนมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.29$ ), ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.25$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

5.1.4.2 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมรูปแบบที่ 4 (ผ้าโพกศีรษะ) ด้านลวดลาย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสวยงามของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.48$ ), ความชัดเจนของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.30$ ), ความสมบูรณ์ของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.27$ ), ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.23$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.35$ ), วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.29$ ), ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.29$ ), ความคงทนในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.27$ ), การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงามมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.23$ ), คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.19$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านเอกลักษณ์ชุมชน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.45$ ), เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.34$ ), เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชนมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.33$ ), ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.24$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

5.1.4.3 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมรูปแบบที่ 5 (รองเท้า) ด้านลวดลาย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสวยงามของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.49$ ), ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.30$ ), ความชัดเจนของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.26$ ), ความสมบูรณ์ของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.24$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.41$ ), ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.33$ ), ความคงทนในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.29$ ), การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงามมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.27$ ), คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.23$ ), วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.23$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านเอกลักษณ์ชุมชน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลามีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.39$ ), เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.34$ ), เป็นผลิตภัณฑ์ ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชนมี

ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.28$ ), ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.19$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

5.1.4.4 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมรูปแบบที่ 3 (กระเป๋า) ผลของการประเมิน ด้านลวดลาย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสวยงามของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.48$ ), ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.29$ ), ความชัดเจนของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.27$ ), ความสมบูรณ์ของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.25$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.38$ ), วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.27$ ), ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.25$ ), คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.23$ ), การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงามมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.21$ ), ความคงทนในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.18$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านเอกลักษณ์ชุมชน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลามีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.41$ ), เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.29$ ), เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชนมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.25$ ), ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.18$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

5.1.4.5 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมรูปแบบที่ 2 (หมวก) ผลของการประเมิน ด้านลวดลาย เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสวยงามของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.42$ ), ความชัดเจนของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.30$ ), ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.25$ ), ความสมบูรณ์ของลวดลายมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.24$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.35$ ), วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.24$ ), การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัยสวยงามมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.23$ ), ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.23$ ), ความคงทนในการใช้งานมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.21$ ), คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.17$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านเอกลักษณ์ชุมชน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลามีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.38$ ), เป็นแบบอย่างใน

การสร้างสรรค้อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.28$ ), เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชนมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.26$ ), ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.19$ ) ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านการออกแบบลวดลายมีอิทธิพลมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของความเป็นเมืองเก่าสงขลา รองลงมาคือด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การที่ผลิตภัณฑ์มีรูปร่าง สี สัน ความสวยงามความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ประโยชน์ในการทำงานและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกคือ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมาเพื่อซื้อสินค้าในครั้งต่อไป

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

5.2.1.1 กระบวนการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์และการยกระดับผลิตภัณฑ์สู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์

5.2.1.2 การพัฒนาและการออกแบบลวดลายผ้าบาติกจากอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนเพื่อให้ผู้ประกอบการนักออกแบบตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น รวมถึงการต่อยอดงานด้านศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้ยั่งยืนควบคู่ไปกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่อย่างร่วมสมัย

### 5.2.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.2.2.1 การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาลวดลายและผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างรายได้อย่างยั่งยืน

### 5.2.3 ข้อเสนอแนะจากความเห็นของผู้วิจัย

5.2.3.1 จากการศึกษาข้างต้นพบว่าอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าสงขลาที่นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่อาศัยอยู่บริเวณย่านเมืองเก่ามีความคิดเห็นตรงกันมากที่สุด คือ เอกลักษณ์ด้านลักษณะทางกายภาพของย่านเมืองเก่า โดยมองเป็นแนวเดียวกันว่าถึงแม้ย่านเมืองเก่าจะเป็นถนนสายเล็ก ๆ และแคบแต่กลับเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง ของอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน เป็นที่ตั้งของสถานที่สำคัญเช่น

ศาลหลักเมือง มัสยิด การมีกลิ่นอายของวัฒนธรรมวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของคนหลากหลายเชื้อชาติที่อาศัยอยู่ร่วมกันในย่านนี้ และการเดินทางสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกเพื่อนำไปสู่ประเด็นการพัฒนาเอกลักษณ์ย่านเมืองเก่าเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยคาดว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาเพื่อนำมาสู่การท่องเที่ยว ในด้านผู้ประกอบการ ควรร่วมมือกับทางจังหวัดเมื่อมีการจัดกิจกรรมย่านเมืองเก่า พร้อมทั้งให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่จำหน่ายให้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา บ้านเรือนควรให้ความร่วมมือในการที่จะร่วมกันอนุรักษ์หรือรักษาบ้านเรือนรูปทรงโบราณที่มีเพียงแห่งเดียวเพื่อคงไว้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาและกรณีต้องการปรับเปลี่ยนควรขอคำแนะนำจากกรมศิลปากร โดยให้คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ดั้งเดิมให้มากที่สุด

5.2.3.2 ด้านการพัฒนางานหัตถกรรมท้องถิ่นกลุ่มบาติกด้วยการพัฒนาแนวคิดการสร้างลวดลาย และกระบวนการในการต่อยอดสู่การสร้างสรรครูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และมีคุณค่าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค

5.2.3.3 การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการย้อมสีธรรมชาติมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



## เอกสารอ้างอิง

- กิตติกรรม บำรุงบุญ และ ปิยลักษณ์ โพธิวรรณ. (2562). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคามเพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจ. (รายงานการวิจัย), มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- กนกกาญจน์ วิชาศิลป์. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายอ้อมครามเพื่อขยายตลาดไปยังลูกค้ากลุ่มใหม่ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าฝ้ายอ้อมคราม อำเภอพรรณานิคม จังหวัด สกลนคร. (รายงานการวิจัย). สกลนคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- กัลยา วิริยะ. (2552). ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับบุหรีกับพฤติกรรมการสัมผัสบุหรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 30(1), 66-74.
- เกรียงไกร เกิดศิริ. (2562). เมืองเก่าในประเทศไทย และแนวคิดภูมิทัศน์เมืองประวัติศาสตร์กับการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่า. ใน การประชุมสัมมนาวิชาการคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่า ครั้งที่ 2 เมืองเก่าและบริบทสังคมร่วมสมัย. นนทบุรี: สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- คัมภีรดา สุขขวัญ. (2559). ธรรมชาติผืนแปรสู่นามธรรม. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- โครงการฝ้ายแกมไหม. (2546). คู่มือย้อมสีธรรมชาติ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จาตุรนต์ จิรยารัตนกุล, ณัฐวุฒิ ชันโพธิ์น้อย และ ประดิพัทธ์ วิจารณ์. (2563). การศึกษาอัตลักษณ์ของลวดลายประดับธรรมมาสน์ กรณีวัดพระแท่นศิลาอาสน์ จังหวัดอุตรดิตถ์. *Journal of Modern Learning Development* 5(6), หน้า 11 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- จเร สุวรรณชาติ. (2560). สงขลาสู่เมืองมรดกโลก. สงขลา: ภาควิชาการเมืองสงขลานครินทร์.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2554). พลวัตสังคมผ่านสายตานักวิชาการไทย : ทหสิปี. วัฒนาพานิช.
- ชำนาญ อุคำ. (2552). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นเอกลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยว ของจังหวัดมุกดาหารยุทธศาสตร์การพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- โชติวัฒน์ ปุณโณปถัมภ์. (2559). อัตลักษณ์ในงานออกแบบบทพิจารณาเพื่องานออกแบบสื่อสาร. พิมพ์สวย จำกัด.
- ฐิญาภา เสถียรคมสรไกร และ พิมพ์สิริ สุวรรณ. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพยากรท้องถิ่น. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(2), 411-432.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ณธทัย จันเสน. (2559). การรับรู้อัตลักษณ์ชีโน - โปรตุเกส จังหวัดภูเก็ตและสงขลาทบทวนการรับรู้  
อัตลักษณ์ ภายใต้คำว่า "ชีโน - โปรตุเกส" ในมุมมองของคนท้องถิ่น : กรณีศึกษาเปรียบเทียบ  
จังหวัดภูเก็ตและสงขลา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐการ์ รัตนพันธ์และคณะ. (2558). การศึกษาอัตลักษณ์เมืองแห่งไมซ์ จังหวัดสงขลา.  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ดรพรณี พัชรวารกรม. (2555). เอกสารประกอบการสอนเทคโนโลยีสิ่งทอ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงใจ นันทวงศ์. (2563). การพัฒนาแนวทางการประกอบการเพื่อสังคมเพื่อการอนุรักษ์เมืองเก่า  
สงขลา *Concept and Management Pattern of Social Enterprise in Songkhla Old  
Town*. สารศาสตร์.
- ดวงรัก รัตนพันธ์ และ ชัชวาลย์ รัตนพันธ์. (2560). การออกแบบของที่ระลึก: การประยุกต์ใช้ภูมิ  
ปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน *Souvenir Design: Apply of Local Wisdom to Local  
Products*. วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 9(1), 1-14.
- ตะวัน ตนยะแหละ และ สายใจ เบ็ญโญ๊ะ. (2562). การสร้างสรรค์ลัทธิวัฒนธรรมชาติและลายผ้าเพื่อ  
พัฒนาผ้าบาติกชุมชน. วารสารการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 12 สาขาสถาปัตยกรรม  
ศาสตร์ ศิลปกรรม และงานสร้างสรรค์. (หน้า, 113-134). สถาบันวิจัยและพัฒนา  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ตะวัน ตนยะแหละ และรวีเทพ. (2562). การพัฒนาผ้าบาติกจากลัทธิวัฒนธรรมชาติเพื่อผลิตต้นแบบเครื่อง  
แต่งกายแฟชั่น. การประชุมวิชาการระดับชาติวิจัยรำไพพรรณี ครั้งที่ 13 เนื่องในวโรกาส  
คล้ายวันพระราชสมภพสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี ครบ 115 ปี “วิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น  
และจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน” 19 ธันวาคม 2562. แชนด์ดูนส์ เจ้าหลาว บีช รีสอร์ท,  
จันทบุรี.
- ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์. (2561). ณ ขณะ: เครื่องประดับไทยร่วมสมัย (ไร่) เริงโครงสร้างการศึกษา  
วิเคราะห์และค้นหาอัตลักษณ์งานศิลปะเครื่องประดับร่วมสมัยเชิงสร้างสรรค์. *วารสารวิจัย  
การออกแบบแห่งเอเชีย*, 1(1), 10-12.



## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- แพตติยา ทองใบ. (2553). *การพัฒนาศักยภาพการจัดการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว*  
*กรณีศึกษา อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นชกฤต วันตะเมธ. (2561). *การตลาดเพื่อความยั่งยืน*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัทชา สุวรรณพฤษ. (2558). *โครงการร้านค้ารูปแบบใหม่ต้นแบบอัตลักษณ์สินค้าพื้นเมือง จังหวัด*  
*สงขลา*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นภาพร โลงนุชิต. (2551). *บาติกสร้างสรรค์ 2*. นครสาส์น.
- นวลน้อย บุญวงษ์. (2539). *หลักการออกแบบ*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิโรบล ภูระงษ์. (2560). *โครงการทำเนียบครุภูมิปัญญาคราม*. สกลนคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
 สกลนคร.
- นิรมล เนื่องสิทธิ์ และนันทกาญจน์ เกิดมาลัย. (2561). *การพัฒนาศักยภาพและบริหารจัดการต้นทุน*  
*ผลิตภัณฑ์ผ้าคราม กลุ่มทอผ้าย้อมครามบ้านหนองครอง จังหวัดสกลนคร*.  
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- นิมมวล จันทร์บุญ. (2560). *คราม : สีส้มธรรมชาติ*. ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัย  
 มหาสารคาม.
- ประภาพร ศุภตรัยวรพงศ์. (2562). *จิตรกรรมบาติก (Batik Painting)*. โรงพิมพ์  
 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, จังหวัดมหาสารคาม.
- ประไพ ทองเชิญ. (2552). *โครงการวิจัย เชิงปฏิบัติการ การฟื้นฟูกระบวนการย้อมครามในวิถีผ้า*  
*พื้นบ้านภาคใต้*. (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์  
 วิจัยและนวัตกรรม.
- ประเสริฐ ศีลรัตน์นา. (2538). *การออกแบบลวดลาย*. โอเดียนสโตร์.
- ปานฉัตต์ อินทร์คง. (2560). *การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม*. อันลิมิตพรีนติ้ง.
- ปาริชาติ ศรีสนาม. (2554). *โครงการศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากการผสมผสานเส้นใยจาก*  
*ธรรมชาติ กรณีศึกษา บ้านเปือยดง เปือยน้ำ ต.มะค่า อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม*.  
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ปยุตนรัตน์ พิษณุไพบูลย์. (2561). *จิตวิทยาศิลปะ*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรทิพย์ เรืองธรรม. (2556). *ทฤษฎีการออกแบบ*. อินทนิล.
- พรสมิทธิ์ ฉายสมิทธิกุล. (2559). ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อวัดที่มีอัตลักษณ์ด้านวัตถุมงคลและพระเครื่อง จังหวัดสมุทรสงคราม.
- พาฝัน นิลสวัสดิ์ ดุอาเมลัน. (2563). การพัฒนาศักยภาพมรดกทางประวัติศาสตร์ของเมืองเก่าสงขลา เพื่อเพิ่มมูลค่าในรูปแบบของการท่องเที่ยวเมืองเก่า. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง* 9(2), 52-64.
- พินาลิน สารिया. (2549). *การออกแบบลวดลาย*. โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- เพ็ญศรี เจริญวานิช, บุญเลิศ เล็กสมบูรณ์ และ พรสวรรค์ ทองสุโขวงศ์. (2557). การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ยุพิน สมคำพี้, ปิยะจินต์ ปัทมดิลก, ครองใจ โสมรักษ์, วรารัตน์ เสนาสิ่งห์, จาริตา หินเฑาะว์ และ หอมหวล พิศสุวรรณ. (2565). การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาคุณภาพการเพาะปลูกครามและการแปรรูปเนื้อครามของเกษตรกรบ้านตอเรือและบ้านโนนเรือ ตำบลนาหัวบ่อ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ภาคีคนรักเมืองสงขลา. (2566). *อัตลักษณ์แห่งสถาปัตยกรรม*. <https://www.songkhlaht.org/about>.
- ยุรฉัตร บุญสนิท. (2546). *ลักษณะความสัมพันธ์ของวรรณกรรมกับสังคมในพัฒนาการวรรณคดี*. นนทบุรี, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รัชฎาพร เกตานนท์. (2560). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(1), 994 - 1013.
- วณิชรา ไทยสมบูรณ์. (2557). การศึกษาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มวัสดุจากต้นกล้วย ชุมชนบ้านหัวควาย ตำบลคูเต่า อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- วรรณรัตน์ ศรีรัตน์. (2564). การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพการประกอบการ  
วิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารศรีวันาลัยวิจัย*, 11(2),  
17- 27.
- ศูนย์คราม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. (2560). *สี่ครามราชาแห่งสี่อ้อมธรรมชาติ*. มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏสกลนคร.
- ศุภชัย สร้อยจิต. (2561). ผ้าบาติกสี่คราม: มิติความงามวิถีปัตตานีสู่งานศิลปะ. *วารสารวิทยบริการ  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 29(2), 1-11.
- สุภาพร อามิตร. (2560). *การออกแบบลายพิมพ์ผ้าจากแรงบันดาลใจศิลปะไทยจิตรกรรมฝาผนังสมัย  
อยุธยา: กรณีศึกษาวัดใหญ่สุวรรณาราม (จังหวัดเพชรบุรี)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
พระนคร.
- สุวภัทร ศรีจองแสง. (2561). การพัฒนาสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบากชุม ตำบล  
โนนก่อ อำเภอสิรินครจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(2),  
20-47.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2546). *Service Marketing*. NUT REPUBLIC.
- สมศักดิ์ ตันติเศรณี, ทวีศักดิ์ พุฒสุขชี, ประมาณ เทพสงเคราะห์ และ แสนศักดิ์ ศิริพานิช. (2560).  
*การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของย่านเมืองเก่าในเขตเทศบาลนครสงขลา*.  
มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สมศักดิ์ สุขวงศ์. (2546). *การออกแบบอย่างยั่งยืน*. โอ เอส พริ้นติ้งเฮาส์.
- สุนทรีย์ สุรศร, ศุภสิทธิ์ สิทธิพานิช และ ญัฐพงษ์ วงษ์มา. (2559). *การเพิ่มจำนวนโครโมโซม  
“ครามงอ” (Indigoferasuffruticosa) โดยการใช้โคลชิซิน เพื่อการสนับสนุนภูมิปัญญาของ  
จังหวัดสกลนคร*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- สุพานี สฤณพานิช. (2552). *พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่: แนวคิดและทฤษฎี*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุวิตา แก้วอารีลาภ. (2560). *กระบวนการสร้างสรรค์คอลเลคชั่นผ้าบาติกภายใต้ชื่อโครงการ  
“Southern chic” บทความมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, วารสารอิเล็กทรอนิกส์  
Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร* 3(11), 3245-3260.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สุวิทย์ อินทิพย์. (2552). การศึกษางานและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกปูนปลาสเตอร์และบรรจุภัณฑ์ของจังหวัดปทุมธานี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). รายงานการศึกษาเบื้องต้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ *The Creative Economy*.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2554). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเมืองเก่าในประเทศไทย, กรุงเทพมหานคร: สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, หน้า 23-24.
- อัปคูลนาเชร์ ฮายีสาเมาะ. (2562). กระบวนการย้อมสีใบเตยหนามด้วยสารสกัดจากพืชพื้นถิ่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. (2556). *อัตลักษณ์*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อมิตา เฉลิมสุข. (2560). การออกแบบของที่ระลึกเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง กรณีศึกษา *G Village Bangkok*. สาขาวิชาเทคโนโลยีมีลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- อนูรัตน์ วัฒนาวงศ์สว่าง. (2548). *เที่ยวทั่วไทยไปกับนายรอบรู้*. สารคดี.
- อนูรัตน์ สายทอง, ฐิติรัตน์ แว่นเรืองรอง และ อำนาจ สุนาพรม . (2555). *การพัฒนารูปแบบผ้าย้อมครามสำหรับคนรุ่นใหม่*. สกลนคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- อนูรัตน์ สายทอง, สุรชาติ เทียนกล้า, อำนาจ สุนาพรม, ฐิติรัตน์ แว่นเรืองรอง, สุดกมล ลาโสภา และ อังคณา เทียนกล้า. (2554). *ครามและผลิตภัณฑ์จากคราม*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- อนูรัตน์ สายทอง. (2551). *การศึกษาการพัฒนาสีย้อมผ้าจากคราม*. รายงานโครงการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- อรัญ วานิชกร. (2559). *การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Al-Etaibi AM, El-Asasery MA. 2020. *Nano TiO<sub>2</sub> Imparting Multifunctional Performance on Dyed Polyester Fabrics with some Disperse Dyes Using High Temperature Dyeing as an Environmentally Benign Method*. Int J Environ Res Public Health.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Burke, P. J., & Reitzes, D. C. (1981). *The Link between Identity and Role Performance. social psychology quarterly.* 44(2), 83-92.
- Chathiphot, P. (2017). *The role of Phu Tai women through their local wisdom of indigo-dyed textile in community strengthening in Sakon Nakhon province, Thailand.* International Symposium on Social sciences and management. January 19-21, 2017. Hokkaido, Japan. pp. 315-328.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*, Sage.
- Hannam, K. and A. Diekmann (2010). *Beyond backpacker tourism: mobilities and experiences*, Channel View Publications.
- Jenny Balfour Paul. (1998) *Indigo*. London : British Museum Press. Center for Advanced studies in architecture (CASA). 2016. 106 Page
- Johannes Widodo and faculty. *People + Places: Exploring the Living Heritage of Songkhla Old Town (เมืองเก่าสงขลามรดกทางสถาปัตยกรรม คงอยู่ ฤา สูญสลาย).*
- Kathryn Woodward. (1997). *Identity and Difference*. London: SAGE Publications Ltd.
- Li N, Wang Q, Zhou J, Li S, Liu J, Chen H. Insight into the Progress on Natural Dyes: Sources, Structural Features, Health Effects, Challenges, and Potential. *Molecules.* 2022 May 20-27
- Mary Taylor. (1995). *The Art of Batik Flowers and Landscapes*. First published Great Britain Tunbridge wells kent. 80 Page
- Noel Dyrenforth. (2003). *BATIK modern concepts and techniques*. First published. Kyodo Printing Co. Singapore. 144 Page.
- QuaChee & EM.K. (2005). *Batik Inspirations featuring top batik designers*. First published. Tien Wah Press. Singapore. 175 Page.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

Stryker, S. (1968). Identity salience and role performance. *Journal of marriage and the family*. 4, 558-564.

Zollinger Heinrich. (1991). *Color Chemistry*. 2nd. New York : VCH Publishers, Inc.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก รายงานผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม  
หนังสือขอความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์

ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย

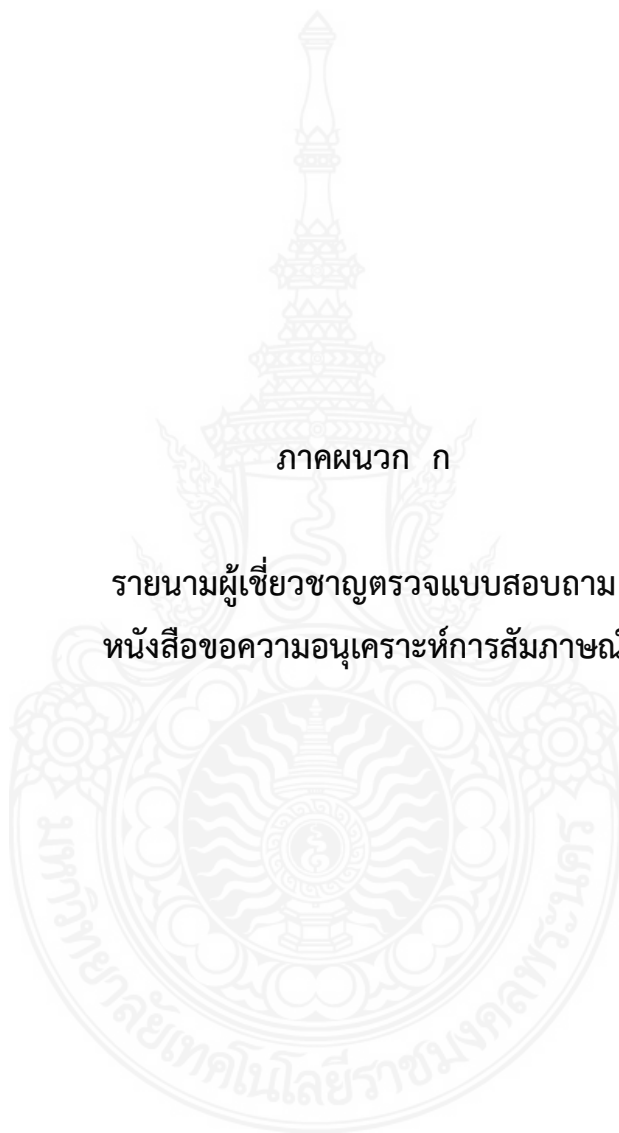
ภาคผนวก ค ผลการคำนวณค่า IOC

ภาคผนวก ง รายงานผลการทดสอบความคงทนของผ้าเรยอน

ภาคผนวก จ ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูล

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม  
หนังสือขอความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์





**รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมืองานวิจัยและแบบสอบถามความ  
คิดเห็นต่ออัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์  
ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา**

รายนามผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง / สถานที่
1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพ ศรีวงษา	อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีเสื้อผ้าและ แพตเทิร์น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
2. อาจารย์รวิณพัทธ์ กิรติพัฒน์อำรง	อาจารย์ประจำวิชาออกแบบสิ่งทอและแฟชั่น คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารีนา อีสามะ	อาจารย์ประจำวิชาการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
4. อาจารย์อภิฤดี อนันตพันธ์	อาจารย์ประจำวิชาการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
5. อาจารย์สุมาลี รักโข	รองผู้อำนวยการวิทยาลัยการอาชีพนาทวี อาจารย์ประจำวิชาการตัดเย็บเสื้อผ้าชั้นสูง วิทยาลัยการอาชีพนาทวี จังหวัดสงขลา

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำคุษฎีนิพนธ์

เรียน คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ด้วย นางสาวติณณา อุดม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๔๘๐๗๐๓๕๐๒-๐ นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำคุษฎีนิพนธ์ ในหัวข้อ "อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา" โดยมี ดร.จรัสพิมพ์ วั่งเย็น เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาคุษฎีนิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้ นางสาวติณณา อุดม เข้าเก็บข้อมูลการทำคุษฎีนิพนธ์กับอาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นบุคลากรในหน่วยงานของท่าน จำนวน ๔ ราย รายชื่อดังนี้

๑. นายธนวัฒน์ เลขาพันธ์
๒. นางรออานา แวคอเลาะ
๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิษณุ อนุชาญ
๔. ดร.จเร สุวรรณชาติ

โดยเป็นการสัมภาษณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุษฎีนิพนธ์ดังกล่าว ระหว่างวันที่ ๒๐ - ๒๘ เมษายน ๒๕๖๖ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสทรโยม)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๔ ๒๒๖๔ ๐๔๔๖

ภาคผนวก ข

เครื่องมือการวิจัย





**แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ**  
**เรื่อง อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ**  
**สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา**

**คำชี้แจงในแบบสอบถาม**

1. แบบสอบถามนี้ เป็นคู่มือนิพนธ์ของนักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก เพื่อศึกษากระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ และเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

2. แบบสอบถาม อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลาแบ่งออกเป็น 2 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่ออัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา

ทั้งนี้ ขอความกรุณาท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC : Index of Item Objective Congruence) เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีความสอดคล้องกันหรือไม่ โดยกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อแสดงระดับความเห็นด้วย ไม่แน่ใจ และไม่เห็นด้วยกับข้อความต่างๆ ในแบบสอบถามแต่ละข้อ ทั้ง 4 ส่วน โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง ดังนี้

+1	=	เห็นด้วยว่าคำถามมีความเหมาะสม
0	=	ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม
-1	=	ไม่เห็นด้วยว่าคำถามมีความเหมาะสม

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม และให้ความร่วมมือในการตอบ แบบสอบถามเพื่อการศึกษาในครั้งนี้เป็นอย่างดี

นางสาวติณณา อุดม

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  หรือเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้ตามความคิดเห็นของท่าน

ข้อที่	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย (+1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่เห็นด้วย (-1)	
1	เพศ				
	<input type="checkbox"/> เพศชาย				
	<input type="checkbox"/> เพศหญิง				
2	อายุ				
	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 20 ปี				
	<input type="checkbox"/> 21 - 30 ปี				
	<input type="checkbox"/> 31 - 40 ปี				
	<input type="checkbox"/> 41 - 50 ปี				
	<input type="checkbox"/> 51 - 60 ปี				
3	อาชีพ				
	<input type="checkbox"/> แม่บ้าน				
	<input type="checkbox"/> นักเรียน / นักศึกษา				
	<input type="checkbox"/> ค้าขาย				
	<input type="checkbox"/> ข้าราชการ				
	<input type="checkbox"/> พนักงานหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน				
	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ				
4	รายได้				
	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000				
	<input type="checkbox"/> 10,001 - 20,000				
	<input type="checkbox"/> 20,001 - 30,000				
	<input type="checkbox"/> 30,001 - 40,000				
5	วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสงขลา				
	<input type="checkbox"/> ท่องเที่ยว				
	<input type="checkbox"/> พักผ่อน				
	<input type="checkbox"/> เยี่ยมบ้าน				
	<input type="checkbox"/> ประชุม				
	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....				

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)**

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  หรือเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้ตามความคิดเห็นของท่าน

ข้อที่	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย (+1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่เห็นด้วย (-1)	
6	ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา				
	<input type="checkbox"/> คนเดียว				
	<input type="checkbox"/> ครอบครัว				
	<input type="checkbox"/> กลุ่มเพื่อน				
	<input type="checkbox"/> กลุ่มใหญ่				
7	ยานพาหนะในการเดินทาง				
	<input type="checkbox"/> รถส่วนตัว				
	<input type="checkbox"/> รถโดยสาร				
	<input type="checkbox"/> รถเช่า / รถตู้				
	<input type="checkbox"/> จักรยานยนต์				
8	แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา				
	<input type="checkbox"/> การมาพักผ่อน				
	<input type="checkbox"/> การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์				
	<input type="checkbox"/> การหาประสบการณ์การท่องเที่ยว				
	<input type="checkbox"/> การหาความบันเทิงและความเพลิดเพลิน				
	<input type="checkbox"/> การหาความรู้ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเมืองเก่า				

**ส่วนที่ 2** ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา  
 คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หรือเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้ตามความคิดเห็นของท่าน  
 เพียงช่องเดียว โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

- ระดับที่ 5                    หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด  
 ระดับที่ 4                    หมายถึง พึงพอใจมาก  
 ระดับที่ 3                    หมายถึง พึงพอใจปานกลาง  
 ระดับที่ 2                    หมายถึง พึงพอใจน้อย  
 ระดับที่ 1                    หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

รายการ ประเมิน	ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม
		เห็นด้วย (+1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่เห็นด้วย (-1)	
<b>ด้านลวดลาย</b>					
1.	ความสวยงามของลวดลาย				
2.	ความสมบูรณ์ของลวดลาย				
3.	ความชัดเจนของลวดลาย				
4.	ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก				
<b>ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์</b>					
1.	ประโยชน์ในการใช้งาน				
2.	คุณภาพของผลิตภัณฑ์				
3.	ความคงทนในการใช้งาน				
4.	ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ				
5.	การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม				
6.	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก				
<b>ด้านเอกลักษณ์ชุมชน</b>					
1.	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา				
2.	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น				
3.	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน				
4.	เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง				

ลงชื่อ

(.....)

ตำแหน่ง .....



**แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการวิจัย**  
**เรื่อง อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์**  
**ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา**

**คำชี้แจง**

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เรื่อง อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา ตามข้อกำหนดของการศึกษาในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยการสัมภาษณ์ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาเพื่อการออกแบบลวดลายผ้าบาติก จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป**

วัน เวลา ที่ให้สัมภาษณ์ วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....เวลา

.....

ชื่อ - สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์

.....

ตำแหน่ง

.....

ชื่อสถาบัน / ที่อยู่

.....



ตอนที่ 2 ข้อมูลความต้องการสร้างสรรค์ลวดลายของผ้าบาติกผ่านอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา

### คำชี้แจง

1. ให้ท่านเล่าเหตุการณ์ หรือกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา ที่มีต่อกันมาในแบบ สัมภาษณ์ หรือวิถีชุมชน วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาที่บ่งบอกถึงความเป็นชุมชนชนย่านเมืองเก่า พร้อมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน

2. การตอบแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ ทุกคำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ ข้อมูลในการวิจัย จึงขอความกรุณาตอบให้ครบสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรง และเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

2.1 ลักษณะทั่วไปและบริบทในชุมชนปัจจุบันเป็นอย่างไรและรวมถึงประเพณี วัฒนธรรม และความเชื่อของชุมชนมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

2.2 การประกอบอาชีพหลักและทรัพยากรในชุมชนมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

2.3 วัฒนธรรมที่ยังมีอยู่ในชุมชนและที่ต้องการฟื้นฟูมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

2.4 สิ่งที่น่าสนใจ/แหล่งท่องเที่ยวและแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ของย่านเมืองเก่าสงขลาในมุมมองของท่านคืออะไร

.....

.....

.....

2.5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....



## แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างลวดลาย

.....

### คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างลวดลายฉบับนี้ เป็นแบบสอบถามประกอบการทำ  
 คุชฎินิพนธ์ เรื่อง “อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สูการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จังหวัด  
 สงขลา” โดยมีวัตถุประสงค์วิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลาในการออกแบบลวดลายผ้าบาติก
- 2) เพื่อศึกษากระบวนการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ
- 3) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

### คำอธิบายสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

1. อัตลักษณ์ลวดลาย หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะย่านเมืองเก่าสงขลา ด้านสถาปัตยกรรม ได้แก่ ตึกแถว  
 เส้นถนนนางงาม ถนนนครนอกและถนนนครใน ความคลาสสิกสไตล์ชิโน - โปรตุเกส และวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่มี  
 ความดั้งเดิม ที่มีจุดเด่นสะท้อนให้เห็นเป็นลักษณะโดดเด่นเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลายจะทำให้  
 เกิด “รูปแบบที่ไม่สิ้นสุด” สามารถวาดได้อย่างเรื่อย ๆ ด้วยเส้นโค้งที่ซ้ำกันจนครอบคลุมไปทั่วพื้นผิวทั้งหมด

2. แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างลวดลายจำนวน 3  
 ลวดลาย

3. ให้ท่านพิจารณาคัดเลือกลวดลายที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ให้เลือก 1 ลวดลาย เพื่อนำ  
 ข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายผ้าบาติก ต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อ  
 การศึกษาในครั้งนี้เป็นอย่างดี

นางสาวติณณา อุดม

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา



ลวดลายที่ 1  เลือก  ไม่เลือก

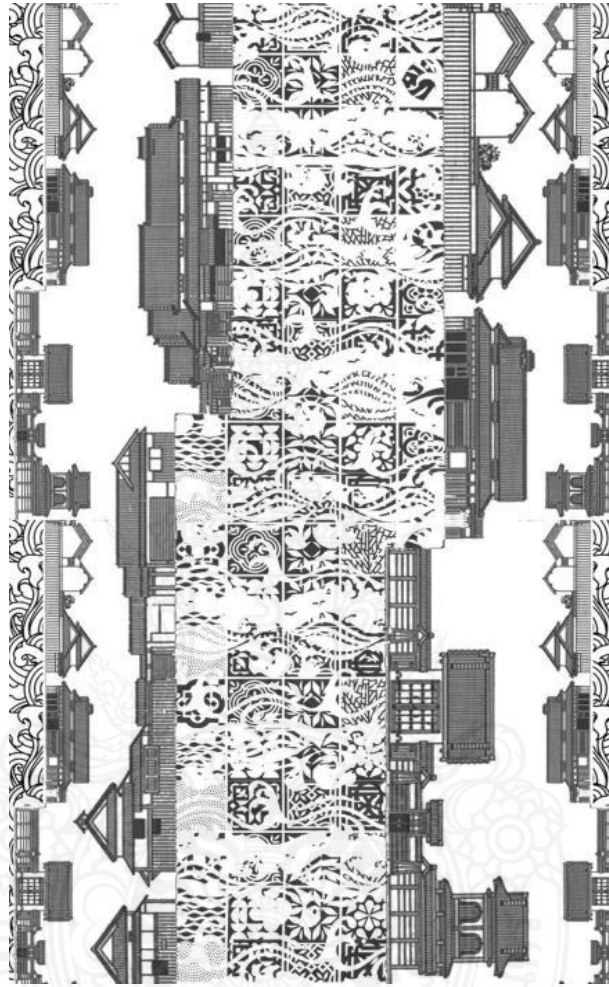
เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา



ลวดลายที่ 2

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผล  
ประกอบการพิจารณา



ลวดลายที่ 3

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

ลงชื่อ.....

( )

ผู้เชี่ยวชาญ



**แบบสอบถามความพึงพอใจ**  
**เรื่อง อัตลักษณ์ลวดลายผ้าบาติกด้วยสีครามธรรมชาติ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์**  
**ของที่ระลึก จังหวัดสงขลา**

.....

**คำอธิบายแบบสอบถาม**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด ระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

**คำชี้แจงแบบสอบถาม**

1. แบบสอบถาม การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เป็นสินค้าที่ทันสมัยโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา

2. กรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้ทุกข้อ และตรงกับความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามของท่าน ผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปใช้ในเชิงวิชาการเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ ที่ท่านได้กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

นางสาวติณณา อุดม

นักศึกษาปริญญาเอก คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด หรือกรอกรายละเอียดลงในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ

1) หญิง

2) ชาย

2. อายุ

1) น้อยกว่า 20 ปี

2) 21-30 ปี

3) 31-40 ปี

4) 41-50 ปี

5) 51-60 ปี

6) 61 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

1) แม่บ้าน

2) นักเรียน / นักศึกษา

3) ค้าขาย

4) ข้าราชการ

5) พนักงาน

6) อื่น ๆ ระบุ.....

4. รายได้

1) น้อยกว่า 10,000

2) 10,001-20,000

3) 20,001-30,000

4) 30,001-40,000

5. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสงขลา

1) ท่องเที่ยว

2) พักผ่อน

3) เยี่ยมบ้าน

4) ประชุม

5) อื่น ๆ ระบุ.....

6. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา

1) คนเดียว

2) ครอบครัว

3) กลุ่มเพื่อน

4) กลุ่มใหญ่

7. ยานพาหนะในการเดินทาง

1) รถส่วนตัว

2) รถโดยสาร

3) รถเช่า/รถตู้

4) จักรยานยนต์

8. แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา

1) การมาพักผ่อน

2) การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

3) การหาประสบการณ์การท่องเที่ยว

4) การหาความบันเทิงและความเพลิดเพลิน

5) การหาความรู้ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเมืองเก่า

ตอนที่ 2 ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจจากการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา

### คำชี้แจง

1. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประเภทเครื่องประกอบการแต่งกาย จำนวน 1 คอลเลคชั่น ประกอบด้วย เสื้อผ้าหมวก, กระเป๋า, รองเท้า, ผ้าโพกหัว และรองเท้า

รูปแบบที่ 1 เสื้อผ้า

รูปแบบที่ 2 หมวก

รูปแบบที่ 3 กระเป๋า

รูปแบบที่ 4 ผ้าโพกหัว

รูปแบบที่ 5 รองเท้า

2. โปรดพิจารณาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทเครื่องประกอบการแต่งกาย แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านเพียงคำตอบเดียว โดยแต่ละข้อกำหนดระดับเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	5	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	มีความพึงพอใจมาก
ระดับคะแนน	3	มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน	2	มีความพึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน	1	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

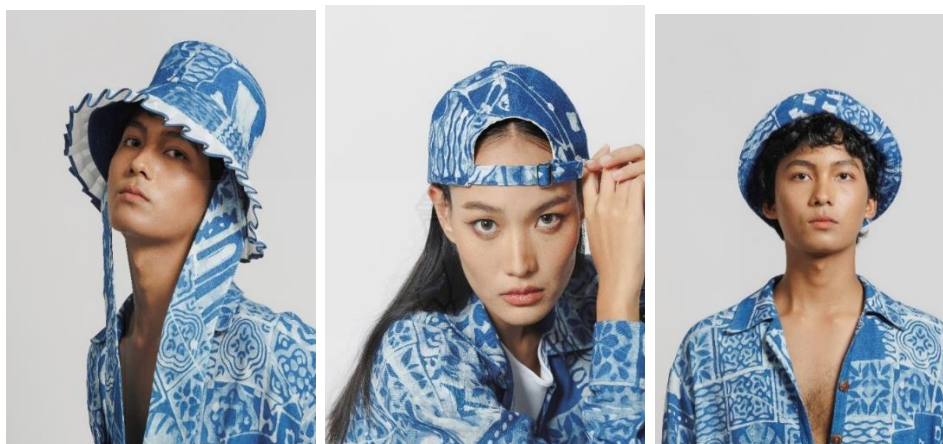


## รูปแบบที่ 1 เสื้อผ้า



รายการประเมิน	ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว เมืองเก่าสงขลา	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านลวดลาย	ความสวยงามของลวดลาย					
	ความสมบูรณ์ของลวดลาย					
	ความชัดเจนของลวดลาย					
	ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก					
ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์	ประโยชน์ในการใช้งาน					
	คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
	ความคงทนในการใช้งาน					
	ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ					
	การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม					
	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก					
ด้านเอกลักษณ์ชุมชน	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ เมืองเก่าสงขลา					
	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน					
	เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง					

## รูปแบบที่ 2 หมวก



รายการประเมิน	ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว เมืองเก่าสงขลา	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านลวดลาย	ความสวยงามของลวดลาย					
	ความสมบูรณ์ของลวดลาย					
	ความชัดเจนของลวดลาย					
	ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก					
ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์	ประโยชน์ในการใช้งาน					
	คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
	ความคงทนในการใช้งาน					
	ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ					
	การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม					
	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก					
ด้านเอกลักษณ์ชุมชน	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ เมืองเก่าสงขลา					
	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน					
	เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง					

## รูปแบบที่ 3 กระเป๋า



รายการประเมิน	ความความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว เมืองเก่าสงขลา	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านลวดลาย	ความสวยงามของลวดลาย					
	ความสมบูรณ์ของลวดลาย					
	ความชัดเจนของลวดลาย					
	ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก					
ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์	ประโยชน์ในการใช้งาน					
	คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
	ความคงทนในการใช้งาน					
	ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ					
	การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม					
	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก					
ด้านเอกลักษณ์ชุมชน	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ เมืองเก่าสงขลา					
	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน					
	เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง					

## รูปแบบที่ 4 ผ้าโพกหัว



รายการประเมิน	ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว เมืองเก่าสงขลา	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านลวดลาย	ความสวยงามของลวดลาย					
	ความสมบูรณ์ของลวดลาย					
	ความชัดเจนของลวดลาย					
	ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก					
ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์	ประโยชน์ในการใช้งาน					
	คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
	ความคงทนในการใช้งาน					
	ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ					
	การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม					
	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก					
ด้านเอกลักษณ์ชุมชน	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ เมืองเก่าสงขลา					
	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน					
	เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง					

## รูปแบบที่ 5 รองเท้า



รายการประเมิน	ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว เมืองเก่าสงขลา	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านลวดลาย	ความสวยงามของลวดลาย					
	ความสมบูรณ์ของลวดลาย					
	ความชัดเจนของลวดลาย					
	ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก					
ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์	ประโยชน์ในการใช้งาน					
	คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
	ความคงทนในการใช้งาน					
	ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ					
	การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม					
	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก					
ด้านเอกลักษณ์ชุมชน	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ เมืองเก่าสงขลา					
	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน					
	เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง					

ภาคผนวก ค

ผลการคำนวณค่า IOC



ตารางที่ 1 ค่า IOC ของแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้สอบแบบสอบถาม

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5			
1	เพศ	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
2	อายุ	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
3	อาชีพ	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
4	รายได้	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
5	วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสงขลา	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
6	ลักษณะการเดินทางในการมาเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
7	ยานพาหนะในการเดินทาง	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
8	แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ 2 ค่า IOC ของแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5			
<b>1. ด้านลวดลาย</b>									
1.1	ความสวยงามของลวดลาย	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
1.2	ความสมบูรณ์ของลวดลาย	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
1.3	ความชัดเจนของลวดลาย	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
1.4	ความเหมาะสมของลวดลายต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
<b>2. ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์</b>									
2.1	ประโยชน์ในการใช้งาน	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
2.2	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
2.3	ความคงทนในการใช้งาน	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
2.4	ใช้วัสดุหลักจากท้องถิ่นในการออกแบบ	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
2.5	การออกแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
2.6	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก	1	1	1	0	1	4	0.80	ใช้ได้
2.7	ประโยชน์ในการใช้งาน	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ 2 ค่า IOC ของแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่  
ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา (ต่อ)

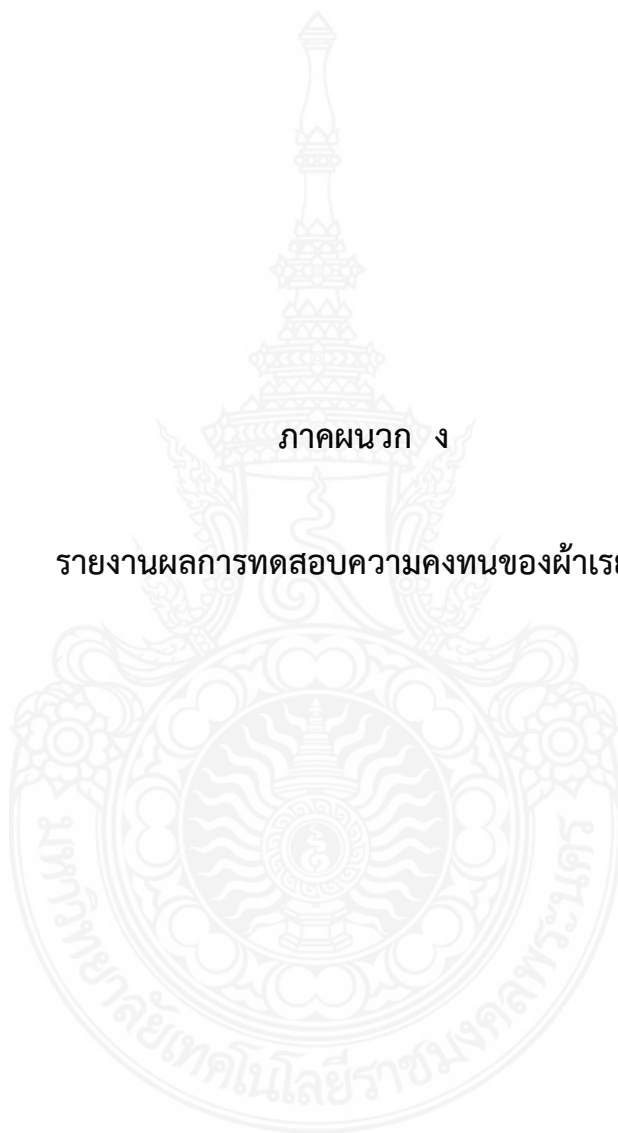
ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5			
<b>3. ด้านเอกลักษณ์ชุมชน</b>									
3.1	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะบอกถึงความ เป็นอัตลักษณ์เมืองเก่าสงขลา	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
3.2	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้
3.3	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตคนใน ชุมชน	1	1	1	1	0	4	0.80	ใช้ได้
3.4	เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์อย่าง ต่อเนื่อง	1	1	1	1	1	5	1.00	ใช้ได้





ภาคผนวก ง

รายงานผลการทดสอบความคงทนของผ้าเรยอน





**Foundation for Industrial Development**  
**Thailand Textile Institute / Textile Testing Center**  
 Soi Trimit, Rama 4 Road, Phrakonong, Klong-toey, Bangkok 10110, THAILAND.  
 Tel: (66) 2713 5492-9 Fax: (66) 2712 1592 www.thaitextile.org



### รายงานผลการทดสอบ

ผู้ขอรับบริการ:	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 399 ถนนสามเสน แขวงจวฬรพยบมล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300	หมายเลขรายงานผล: R 0199/66 วันที่รับตัวอย่าง: 19/06/66 วันที่ทดสอบ: 19/06/66-28/06/66 วันที่ออกรายงาน: 28/06/66 หน้า: 1/4
หมายเลขตัวอย่าง R 0199-1/66	ชื่อ/รายละเอียดตัวอย่าง (ตามที่ผู้ขอรับบริการระบุ) ผ้าเรยอน	
ลักษณะตัวอย่าง	ผ้าทอ	

	R 0199-1/66
ความคงทนของสีที่ต่อแสง: ทดสอบตามมาตรฐาน ISO 105-B02: 2014(E) EXPOSURE CYCLE A2	
สีเปลี่ยนจากเดิม (ระดับ)	>4

หมายเหตุ: - เครื่องทดสอบ : ATLAS XENON ARC WEATHER-OMETER MODEL Ci 3000+  
 - อัตราความคงทนของสีที่ต่อแสงจะมีค่าจากระดับ 1 (มีความคงทนต่ำสุด) ถึง ระดับ 8 (มีความคงทนสูงสุด)

ความคงทนของสีต่อการซัก: ทดสอบตามมาตรฐาน ISO 105-C06 : 2010(E) TEST NO A2S (40°C, 10 STAINLESS STEEL BALLS, 30 นาที) <sup>Ⓢ</sup>	
สีเปลี่ยนจากเดิม (ระดับ)	4
สีตกติดผ้าขาว (ระดับ)	
- ACETATE	1-2
- COTTON	4
- NYLON	4
- POLYESTER	4-5
- ACRYLIC	4-5
- WOOL	4-5

ผู้อนุมัติ

พรพิมล เภทวิธรรม

(นางสาวพรพิมล เภทวิธรรม)

(ผู้จัดการห้องทดสอบสิ่งทอ)

\*การปลอมรายงานผลการทดสอบ ไม่ว่าจะเป็นการปลอมทั้งฉบับหรือแค่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปลอม เป็นความผิดตามกฎหมายอาญา\*

This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/goods. The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.



Foundation for Industrial Development  
Thailand Textile Institute / Textile Testing Center  
Soi Trimit, Rama 4 Road, Phrakonong, Klong-toey, Bangkok 10110, THAILAND.  
Tel: (66) 2713 5492-9 Fax: (66) 2712 1592 www.thaitextile.org



### รายงานผลการทดสอบ

หมายเลขรายงานผล: R 0199/66  
วันที่รับตัวอย่าง: 19/06/66  
วันที่ทดสอบ: 19/06/66-28/06/66  
วันที่ออกรายงาน: 28/06/66  
หน้า: 2/4

หมายเหตุ : - สารละลายที่ใช้ (150 มิลลิลิตร) : 1993 AATCC STANDARD REFERENCE DETERGENT WOB 4 กรัม / ลิตร  
: โซเดียมเปอร์บอเรต ความเข้มข้น 1 กรัม / ลิตร

#### - สีเปลี่ยนจากเดิม

ระดับ	5	หมายถึง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงของสี
	4	หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย
	3	หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงพอสังเกตเห็นได้
	2	หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก
	1	หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงมาก

#### - สีตกติด

ระดับ	5	หมายถึง ไม่มีการตกติดของสี
	4	หมายถึง สีตกติดเล็กน้อย
	3	หมายถึง สีตกติดพอสังเกตเห็นได้
	2	หมายถึง สีตกติดค่อนข้างมาก
	1	หมายถึง สีตกติดมาก

\*หมายถึง รายการทดสอบที่ไม่ได้การรับรอง มอก.17025-2561 จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

		R 0199-1/66
ความคงทนของสีต่อการขัดถู : ทดสอบตามมาตรฐาน ISO 105-X12: 2016(E)		
สีตกติดผ้าขาวสภาพแห้ง (ระดับ)		
- แนวเส้นด้ายยืน		2-3
- แนวเส้นด้ายพุ่ง		2-3
สีตกติดผ้าขาวสภาพเปียก (ระดับ)		
- แนวเส้นด้ายยืน		1-2
- แนวเส้นด้ายพุ่ง		1-2

\*การรับรองรายงานผลการทดสอบ ไม่ว่าจะเป็นการปล่อยทิ้งข้อบกพร่องที่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปล่อย เป็นความคิดของบริษัทผู้ทดสอบฯ

This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/goods. The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.



**Foundation for Industrial Development  
Thailand Textile Institute / Textile Testing Center**

Soi Trimit, Rama 4 Road, Phrakonong, Klong-toey, Bangkok 10110, THAILAND.  
Tel: (66) 2713 5492-9 Fax: (66) 2712 1592 www.thaitextile.org



NSC – TISI – TIS 17025  
TESTING 0110

**รายงานผลการทดสอบ**

หมายเลขรายงานผล: R 0199/66  
วันที่รับตัวอย่าง: 19/06/66  
วันที่ทดสอบ: 19/06/66-28/06/66  
วันที่ออกรายงาน: 28/06/66  
หน้า: 3/4

R 0199-1/66	
ความต้านทานต่อการขีดข่วน : ทดสอบตามมาตรฐาน ISO 12947-2: 2016 (E) *	
จำนวนรอบการขีดข่วนที่ทำให้ชิ้นทดสอบขาด	
- ชั้นที่ 1	>10,000
- ชั้นที่ 2	>10,000
- ชั้นที่ 3	>10,000
ค่าต่ำสุด	>10,000

หมายเหตุ : - เครื่องทดสอบ : Nu-MARTINDALE ABRASION  
- น้ำหนักและแรงกดทับ : 9 กิโลปาสกาล

"การปล่อยรายงานผลการทดสอบ ไม่ถือว่าเป็นการปล่อยทั้งฉบับหรือแค่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปลอม เป็นความผิดอาญาตามกฎหมาย"

This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/goods. The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.



**Foundation for Industrial Development**  
**Thailand Textile Institute / Textile Testing Center**  
 Soi Trimit, Rama 4 Road, Phrakonong, Klong-toey, Bangkok 10110, THAILAND.  
 Tel: (66) 2713 5492-9 Fax: (66) 2712 1592 www.thaitextile.org



### รายงานผลการทดสอบ

หมายเลขรายงานผล: R 0199/66  
 วันที่รับตัวอย่าง: 19/06/66  
 วันที่ทดสอบ: 19/06/66-23/06/66  
 วันที่ออกรายงาน: 25/06/66  
 หน้า: 4/4



รูปที่ 1: R.0199-1/66

"การป้อนรายงานผลการทดสอบ ไม่ว่าจะเป็นการป้อนทั้งฉบับหรือแค่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบป้อน เป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา"

This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/goods. The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.



**Foundation for Industrial Development**  
**Thailand Textile Institute / Textile Testing Center**  
 Soi Trimit, Rama 4 Road, Phrakonong, Klong-toey, Bangkok 10110, THAILAND.  
 Tel: (66) 2713 5492-9 Fax: (66) 2712 1592 www.thaitextile.org



### รายงานผลการทดสอบ

ผู้ขอรับบริการ :	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 399 ถนนสามเสน แขวงจรัญไชย เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300	หมายเลขรายงานผล :	R67-0177
หมายเลขตัวอย่าง :	R67-0177-01	วันที่รับตัวอย่าง :	05/04/67
ลักษณะตัวอย่าง :	ผ้าทอ	วันที่ทดสอบ :	09/04/67-18/04/67
		วันที่ออกรายงาน :	18/04/67
		หน้า :	1/2

		R67-0117-01
น้ำหนักผ้า: ทดสอบตามมาตรฐาน ISO 3801: 1977 (E) METHOD 5		
น้ำหนักผ้า (กรัมต่อตารางเมตร)		234
จำนวนเส้นด้าย : ทดสอบตามมาตรฐาน ISO 7211/2 : 1984 (E), METHOD C		
จำนวนเส้นด้ายต่อนิ้ว		
- เส้นด้ายยืน		52
- เส้นด้ายพุ่ง		46
จำนวนรวมเส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่ง (เส้นต่อตารางนิ้ว)		98
ขนาดเส้นด้าย : ทดสอบตามมาตรฐาน BASED ON ISO 7211/5: 1984 (E) SECTION 2, METHOD A <sup>*</sup>		
ขนาดเส้นด้าย(Nc)		
- เส้นด้ายยืน		14.0
- เส้นด้ายพุ่ง		9.4

หมายเหตุ: \*หมายถึง รายการทดสอบที่ไม่ได้กรับรอง มอก.17025-2561 จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ผู้อนุมัติ

พ.หญิง ใจประจักษ์

(นางสาวพรพิมล เจนแสงธรรม)  
(ผู้จัดการห้องทดสอบสิ่งทอ)

"การปลอมรายงานผลการทดสอบ ไม่ว่าจะเป็นการปลอมทั้งฉบับหรือแต่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปลอม เป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา"

This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/goods. The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.



**Foundation for Industrial Development  
Thailand Textile Institute / Textile Testing Center**  
Sol Trimit, Rama 4 Road, Phrakanong, Klong-toey, Bangkok 10110, THAILAND.  
Tel: (66) 2713 5492-9 Fax: (66) 2712 1592 www.thaitextile.org



NSC – TISI – TIS 17025  
TESTING 0110

### รายงานผลการทดสอบ

หมายเลขรายงานผล : R67-0177  
วันที่รับตัวอย่าง : 05/04/67  
วันที่ทดสอบ : 09/04/67-18/04/67  
วันที่ออกรายงานผล : 18/04/67  
หน้า : 2/2



รูปที่ 1 : R67-0177-01

\*\*\*\*\*

"การปดชมรายงานผลการทดสอบ โม่ว่าจะเป็นการปดชมทั้งฉบับหรือแค่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปดชม เป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา"

This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/goods. The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.

ภาคผนวก จ

ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูล





การเก็บรวบรวมข้อมูล  
การสอบถามความความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก  
สำหรับนักท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา  
ระหว่างวันที่ 11-14 เมษายน 2567 ณ บ้านเขียนเจริญ ถนนนางงาม อำเภอเมืองสงขลา จังหวัด  
สงขลา















