

การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์:
แรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว
อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ
Creative Design: Inspiration From “Sak Kha Lai”
Leg Tattoo Cultural Thai-Lao Of Ban Khwao District,
Chaiyaphum Province

กมลวรรณ พงษ์กุล / Kamonwan Pongkul¹

ประทักษ์ คุณทอง / Pratak Koonthong²

Received: Feb. 28, 2024 Revised: Apr. 18, 2024 Accepted: Jun. 14, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ และเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารและข้อมูลภาคสนาม จากการศึกษา พบบุคคลที่มีการสืบทอดวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 3 คน ทั้งนี้สามารถแบ่งวัฒนธรรมได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ วัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมและวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมโดยวัฒนธรรมที่เป็น

¹คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

¹Faculty of Liberal Arts and Science, Sisaket Rajabhat University.

²คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

²Faculty of Humanities and Social Sciences, Sisaket Rajabhat University.

รูปธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ประกอบด้วย 1) รูปแบบซึ่งเป็นการสักรอบต้นขาจนถึงหัวเข่า มีลักษณะคล้ายกางเกง และ 2) ลวดลายที่พบมี 14 ลวดลาย ได้แก่ ลายมอมหางขึ้นมีหงอน ลายมอมหางลงมีหงอน ลายนกกระจาบ ลายนกน้อย ลายใบไม้ ลายใบมะขาม ลายเครือไม้ ลายขิต ลายเขว้หมาตาย ลายคิมตัดหมากรุก ลายกากบาท ลายกรอบ ลายวงกลม และไม่มีชื่อลาย ส่วนวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ คือ ความเชื่อที่มีร่วมกันของผู้ถูกสัก โดยเชื่อว่าการสักขาลายเป็นประเพณีนิยม แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน เป็นการแสดงถึงความเป็นลูกผู้ชาย และมีผลต่อการเลือกคู่ครอง ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคให้ความสนใจกลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งมากที่สุด นอกจากนี้ผลความพึงพอใจโดยรวมของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คน มีความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 (S.D. = 0.32)

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ วัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว

Abstract

This research aims to study Sak Kha Lai culture, Tai-Lao of Ban Khwao District, Chaiyaphum Province and to design creative products from Sak Kha Lai culture, Tai-Lao of Ban Khwao District, Chaiyaphum Province. The research methods are mixed methods research and collect document and field data. The study was found that the tattoo culture Tai-Lao of Ban Khwao District, Chaiyaphum Province, consists of 3 people, which can be divided into 2 types of culture: concrete culture and abstract culture. The concrete culture of Sak Kha Lai, Tai-Lao of Ban Khwao District, Chaiyaphum Province consists of a pattern which was a tattoo around the thigh up to the knee looks like pants and there were 14 patterns found including a

ragged pattern with a raised tail and a crest. A pattern with a sagging tail and a crest, a warbler pattern, a little bird pattern, a leaf pattern, a tamarind leaf pattern, a tree branch pattern, a khit pattern, a dead dog pattern, a betel nut cutting plier pattern, a cross pattern, a frame pattern, a circle pattern, and no name pattern. The abstract culture Tai-Lao of Ban Khwao District, Chaiyaphum Province was the shared beliefs of the tattooed It is believed that tattooing is a popular tradition. Representing the same group, it is a sign of manhood, and it influences choosing a partner. This is from analyzing data on demand for creative products from consumers. It was found that the most interest was in the furniture and decorative products group. In addition, the overall satisfaction of the target group of 50 people with the designed jewelry was at a high level (average) manliness affects the selection of a partner. This was from analyzing data on demand for creative products from consumers. It was found that the most interest was in the furniture and decorative products group. In addition, the overall satisfaction of the target group of 50 people was at a high level is 3.86 (S.D. = 0.32)

Keywords : Creative Design, Sak Kha Lai (Leg Tattoo), Cultural Thai-Lao

บทนำ

กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว เป็นตระกูลภาษาไท-กะได (Tai-Kadai Language Family) หรือเรียกว่า “ชาวอีสาน” เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดและมีประชากรมากที่สุด ในอีสาน เป็นกลุ่มผู้นำทางด้านวัฒนธรรมภาคอีสาน ฉะนั้นภูมิปัญญาสังคม เช่น ฮีต คอง ตำนาน อักษรศาสตร์ จารัตประเพณี กลุ่มไท-ลาวจะเป็นกลุ่มที่สืบทอด และถ่ายทอดให้ชนกลุ่มไทยกลุ่มอื่น ๆ อีกด้วย (ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม, 2564) รวมถึงอำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ก็เป็นหนึ่งในกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาวและ

มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นมากมายอีกด้วย โดยบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ มีผ้าไหมอันเลื่องชื่อ จนมีคำพูดในเชิงเปรียบเทียบว่าถ้าส้มโอหวานต้องนครชัยศรี ผ้าไหมดีต้องบ้านเขว้า จนเป็นที่มาของ “บ้านเขว้าเมืองแห่งผ้าไหม” และชาวอำเภอบ้านเขว้าทุกคนได้พร้อมใจกันอนุรักษ์วัฒนธรรมอันดีงามต่าง ๆ ไว้ให้คงอยู่คู่กับอำเภอบ้านเขว้าตลอดไป (ยงยุทธ ยุทธ ทองเจริญ, 2556) รวมไปถึงวัฒนธรรมสักขาลายที่เหลือน้อยลงไปทุกวัน ซึ่งการสักอีกชนิดหนึ่งที่เอกสารตะวันตกเรียกว่า การสักรูปกางเกง หรือการสักรูปกางเกงขาสั้น การสักแบบนี้พบในชาติไทยบางกลุ่มลายสักจำกัตกอยู่ในช่วงเอวถึงหัวเข่าเท่านั้น และผู้ชายเท่านั้นที่มีลายสักนี้ได้ ลายสักนี้มีลักษณะเฉพาะตัวคือ ลวดลายจะไม่ปรากฏเป็นรูปลักษณะเหมือนการสักให้อยู่ยงคงกระพัน แต่จะมีลักษณะการแต้มแต่งให้เกิดลวดลายเต็มบริเวณที่ถูกลัก การสักรูปกางเกงเป็นการสักที่แพร่หลายมากที่สุดในกลุ่มต่าง ๆ ของชนชาติไทย บริเวณที่พบได้แก่ ทางตอนใต้ของสาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือตลอดจนในตอนเหนือของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา (เทอร์วิล ดิลเลอร์ และชลธิรา สัตยาวัฒนา, 2533) ลายสักรูปกางเกงได้แพร่กระจายอย่างกว้างขวางในหมู่ชนชาติไทยหลายกลุ่ม รวมถึงในอีสานและถูกเรียกว่าสักขาลาย ซึ่งสักขาลายถือว่าเป็นทุนวัฒนธรรมอย่างหนึ่งซึ่งกำลังจะเลือนหายไป จึงควรค่าแก่การศึกษา สืบทอดวัฒนธรรมไว้

กรมส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และแผนปฏิบัติการสำนักงานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระยะ 5 ปี พ.ศ. 2566 - 2570 (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2565) ได้ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาวให้กับประเทศไทย ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัย โดยเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การส่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจและการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม

ซึ่งวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ เป็นอีกหนึ่งที่เป็นพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ของไทยที่ควรค่าแก่การศึกษา อนุรักษ์และต่อยอดให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญ ของวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เคยสืบทอดกันมา และเอกลักษณ์ของชายอีสาน ในสมัยก่อนที่กำลังจะหายไปจากสังคมอีสาน เพื่อนำมาต่อยอดเป็นทุนทาง วัฒนธรรมสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ซึ่งนอกจากนี้อาจจะสร้าง รายได้ให้แก่ประเทศและท้องถิ่นได้ และยังส่งผลให้จังหวัดชัยภูมิมีชื่อเสียง จากการเป็นพื้นที่ของการท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งในประเทศไทย รวมทั้ง ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อตลาดอย่างสร้างสรรค์ที่คำนึงถึงทุนทางวัฒนธรรม ทั้งในด้านของรูปแบบและความเป็นสัญลักษณ์ดั้งเดิมที่เป็นลักษณะเฉพาะถิ่น ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมสักขาลาย อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งขั้นตอนการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ
2. นำองค์ความรู้ของวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ จำนวน 1 ชุด

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาสะท้อนวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ โดยมีรูปแบบการวิจัย ผสมผสาน (Mixed Methods) จึงได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ได้โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

1. ด้านเนื้อหาวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้รู้ (Key Informant) ประกอบไปด้วย 1.1) ปราชญ์ชาวบ้าน 1.2) ผู้นำชุมชน นักวิชาการ ด้านวัฒนธรรมสักขาลาย รวมจำนวน 5 คน และ 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Information) คือ ผู้ที่มีลายสักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 3 คน

2. ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยสุ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน 2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ซึ่งเป็นนักวิชาการ และผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 3) กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 คน ประกอบด้วย ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และ 4) กลุ่มผู้ที่สนใจ ซึ่งเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับการออกแบบมาจากสักขาลาย โดยผู้วิจัยสุ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีแบบสัมภาษณ์ ทั้งเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและ

การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง แบบสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมเป็น การซักถาม การสนทนา แบบสอบถามเชิงสำรวจการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เชิงสร้างสรรค์จากผู้บริโภค แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบ ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และแบบประเมินความพึงพอใจ แบบสอบถาม ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร เป็นการเก็บข้อมูลที่ได้จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และการเก็บ รวบรวมข้อมูลภาคสนาม เป็นข้อมูลที่ได้จากพื้นที่ที่ทำการศึกษหรือข้อมูล ภาคสนาม ใช้แบบสำรวจ และบันทึกภาพ ในการเก็บข้อมูล ใช้เครื่องมือแบบ สัมภาษณ์ และใช้แบบสอบถามความคิดเห็น จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผล การวิเคราะห์ข้อมูลวัฒนธรรมและออกแบบร่างผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ปรับปรุงแก้ไข และประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้ที่สนใจ ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ เชิงสร้างสรรค์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมไว้ มาจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดความรู้ด้านเนื้อหาและนำไปประมวลความคิด เพื่อใช้ในขั้นตอนการออกแบบเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดแนวความคิด ของผลงาน รูปแบบ สี และวัสดุที่ใช้ในการผลิต

ผลการวิจัย

1. ศึกษาวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ

วัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัด ชัยภูมิ ที่พบในตำบลบ้านเขว้า อำเภอนิคมน้ำบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ พบจำนวน 3 คน เป็นวัฒนธรรมที่มีการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ซึ่งในปัจจุบันได้เลือนหาย ไปจากสังคมอีสานแล้ว เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม โดยการศึกษาวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า

จังหวัดชัยภูมิ แบ่งได้ 2 ด้าน ดังนี้ 1) วัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม คือ รูปแบบและลักษณะของลวดลาย ลายสักของแต่ละบุคคลมีความคล้ายและใกล้เคียงกัน ขึ้นอยู่กับช่างสักแต่ละคนและความต้องการของผู้ถูกสัก โดยรูปแบบเป็นการสักรอบต้นขาจนถึงหัวเข่ามีลักษณะคล้ายกางเกง และลวดลายที่พบมี 14 ลวดลาย ได้แก่ ลายมอมหางขึ้นมีหงอน ลายมอมหางลงมีหงอน ลายนกกระจาบ ลายนกน้อย ลายใบไม้ ลายใบมะขาม ลายเครือไม้ ลายขิต ลายแหว่หมาตาย ลายคีมตัดหมากลายกากบาท ลายกรอบ ลายวงกลม และไม่มีชื่อลาย และ 2) วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม คือ ความเชื่อที่มีร่วมกันของผู้ถูกสัก คือ 2.1) การสักขาลายเป็นประเพณีนิยม 2.2) การสักขาแสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน และ 2.3) การสักขาแสดงถึงความเป็นลูกผู้ชาย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมาในกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ที่กำลังเลือนหายไปจากสังคมอีสาน



ภาพที่ 1 ลวดลายสักขาลาย

(ที่มา : กมลวรรณ พงษ์กุล และประทีปษ์ คุณทอง, 2564)

ตารางที่ 1 สรุปวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ

วัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ							
1. วัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม (Tangible Culture)			สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ ได้แก่ รูปแบบและลักษณะของลวดลาย ลายสักของแต่ละบุคคลมีความคล้ายและใกล้เคียงกัน ขึ้นอยู่กับช่างสักแต่ละคนและความต้องการของผู้ถูกสัก				
							
ลายมอมทางขึ้นมีหงอน	ลายมอมทางลงมีหงอน	ลายนกกระจาบ	ลายนกน้อย	ลายใบไม้	ลายใบมะขาม	ลายเครือไม้	
							
ลายขิต	ลายแห้วหมาตาย	ลายคีมตัดหมาก	ลายกากบาท	ลายกรอบ	ลายวงกลม	ไม่มีชื่อลาย	
2. วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Culture)			สัมผัสไม่ได้ (Intangible culture) คือ เป็นประเพณีนิยม, แสดงถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน, แสดงถึงความเป็นลูกผู้ชาย				

(ที่มา : กมลวรรณ พงษ์กุล และประทีกษ์ คุณทอง, 2564)

2. ออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ

จากการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร การลงพื้นที่ภาคสนามเก็บองค์ความรู้ พบว่าแนวคิดที่ได้จากวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ได้นำเอาวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมของสักขาลายมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ โดยใช้แนวคิดของ อรพินท์ บุญสิน (2557, น.24) ที่ระบุว่า ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยความเป็นเอกลักษณ์ (Personality) ความเป็นสิ่งแรก

(Originality) การมีความหมาย (Meaning) และแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ธีระชัย สุขสด (2544, น.39) ที่กล่าวว่า ลักษณะในความหมายของคำว่า “ออกแบบผลิตภัณฑ์” มีอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับ ส่วนของการปรับปรุงหรือพัฒนามาจากของเดิม โดยแบบที่ได้มีการออกแบบ และพัฒนามานี้ได้มีการสรุปลักษณะได้เป็น 5 แบบ ดังนี้ 1) แบบโบราณ (Old Style) 2) แบบอมตะ (Classic Style) 3) แบบร่วมสมัย (Contemporary Style) 4) แบบทันสมัย (Modern Style) และ 5) แบบล้ำยุค (Advance Style) รวมถึงมีการพัฒนาขึ้นโดยสอดคล้องกับทฤษฎีหรือสร้างของเดอร์ริดา (วาย ณ นาคารา (Y. na nagara), 2007) ได้อธิบายว่าในความคิดและวัฒนธรรม เกิดแนวคิดวิธีปรากฏการณ์วิทยาที่ประกอบด้วยขั้น 3 ขั้น คือ 1) การลดทอน (Reduction) 2) การสร้าง (Construction) และ 3) การทำลาย (Destruction) ซึ่งใช้เป็นแนวทางในการออกแบบจากทุนทางวัฒนธรรม



ภาพที่ 2 แรงบันดาลใจในการออกแบบ

(ที่มา : กมลวรรณ พงษ์กุล และประทีกษ์ คุณทอง, 2564)

ทั้งนี้ ผู้สร้างสรรค์ได้กำหนดแรงบันดาลใจและแนวคิดในการออกแบบ วิเคราะห์แนวโน้มในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ปี 2023 - 2024 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความต้องการของผลิตภัณฑ์ เชิงสร้างสรรค์จากผู้บริโภค จำนวน 100 คน พบว่าผู้บริโภคให้ความสนใจ ในผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งมากที่สุด

วัสดุที่ใช้ในการผลิตเป็นวัสดุสังเคราะห์ คือ วัสดุผสมผสาน โทนสีกลุ่มที่มีความต้องการมากที่สุด คือ กลุ่มสีตรงกันข้ามแย้ง (Split Complementary Colors) โดยผู้วิจัยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก และคำนึงถึงความสำคัญ ดังต่อไปนี้ 1) สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้ 2) ใช้งานของผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ได้หลายโอกาส 3) สื่อความหมายจากวัฒนธรรมและเรื่องราวของสักขาลายได้ และ 4) สามารถนำไปต่อยอดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน รวมถึงวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากรูปแบบกลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง 8 อันดับแรกที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุด จาก Furniture Trend for 2023 - 2024 ได้แก่ 1) ผ้าม่าน (Curtain) ประเภท ม่านตาไก่ 2) วอลเปเปอร์ (Wallpaper) ประเภทไวเนล 3) นาฬิกา (Clock) ประเภท ระบบอนาล็อก 4) โคมไฟ (Lamp) ประเภท โคมไฟตั้งพื้น 5) โต๊ะกลาง (Coffee Table) ประเภท รูปทรงวงกลม 6) โซฟา (Sofa) ประเภท โซฟาเบด 7) หมอนอิง (Backrest Pillow) ประเภท หมอนอิงโซฟา และ 8) พรม (Carpet) ประเภท พรมทริเอกซ์ต้า

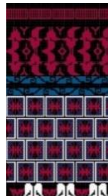


ภาพที่ 3 แนวคิดการออกแบบ (Concept Design)
(ที่มา : กมลวรรณ พงษ์กุล และประทีกซ์ คุณทอง, 2566)

ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

ในการออกแบบ แบบร่างลวดลายในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มลวดลายเพื่อให้ความสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบ (Concept) แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มลายโบราณ (Old Style) 2) กลุ่มลายร่วมสมัย (Contemporary Style) 3) กลุ่มลายทันสมัย (Modern Style) และ 4) กลุ่มลายล้ำยุค (Advance Style)

ตารางที่ 2 แบบร่างลวดลายผ้าวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ

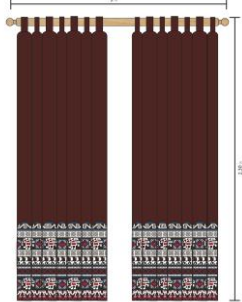
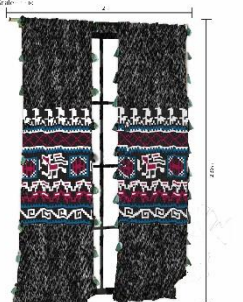
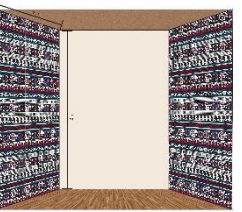
กลุ่มลายโบราณ (Old Style)			กลุ่มลายร่วมสมัย (Contemporary Style)		
แบบร่างที่ 1 ชีวิตที่โผบิน	แบบร่างที่ 2 นราสิก	แบบร่างที่ 3 สักกายอาไฟ	แบบร่างที่ 4 มอมไชยสีห์	แบบร่างที่ 5 สักภูมิ	แบบร่างที่ 6 รวมชัย
					
กลุ่มลายทันสมัย (Modern Style)			กลุ่มลายล้ำยุค (Advance Style)		
แบบร่างที่ 7 ภูมิชัย	แบบร่างที่ 8 สกุณาชัยภูมิ	แบบร่างที่ 9 มอมปักซา	แบบร่างที่ 10 สุโนกพมอม	แบบร่างที่ 11 ล้ำสกุณา	แบบร่างที่ 12 มอมเถาว์ เครือวิหก
					

(ที่มา : กมลวรรณ พงษ์กุล และประทีกย์ คุณทอง, 2566)

ผลจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการออกแบบและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ จำนวน 5 คน ต่อแบบลวดลายผ้าวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ

โดยประเมินด้านวัฒนธรรม ด้านความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า
 แบบร่างที่ 2 นราสิก กลุ่มลายโบราณ (Old Style) มีความเหมาะสมมากที่สุด

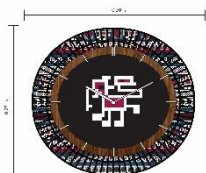
ตารางที่ 3 แบบร่างผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

ผ้าม่าน (Curtain) ประเภท ม่านตาไก่		
Scale: 1:10 Curtains  แบบร่างที่ 1	Scale: 1:10 Curtains  แบบร่างที่ 2	Scale: 1:10 Wallpapers  แบบร่างที่ 3
วอลเปเปอร์ (Wallpaper) ประเภท ไวนิล		
Scale: 1:10 Wallpapers  แบบร่างที่ 1	Scale: 1:10 Wallpapers  แบบร่างที่ 2	Scale: 1:10 Curtains  แบบร่างที่ 3

นาฬิกา (Clock) ประเภท ระบอบนาฬิกา

Scale 1:100

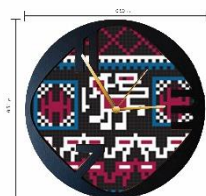
Wall clock



แบบร่างที่ 1

Scale 1:100

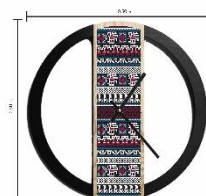
Wall clock



แบบร่างที่ 2

Scale 1:100

Wall clock



แบบร่างที่ 3

โคมไฟ (Lamp) ประเภท โคมไฟตั้งพื้น

Scale 1:100

Floor lamp



แบบร่างที่ 1

Scale 1:100

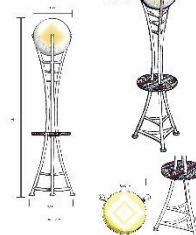
Floor lamp



แบบร่างที่ 2

Scale 1:100

Floor lamp



แบบร่างที่ 3

โต๊ะกลาง (Coffee Table) ประเภท รูปทรงวงกลม

Scale 1:100

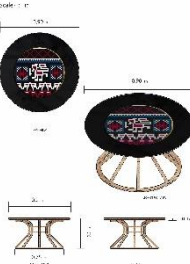
Coffee table



แบบร่างที่ 1

Scale 1:100

Coffee table



แบบร่างที่ 2

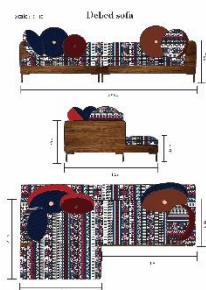
Scale 1:100

Coffee table

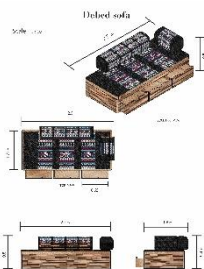


แบบร่างที่ 3

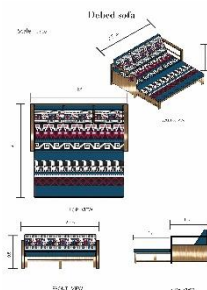
โซฟา (Sofa) ประเภท โซฟาเบด



แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2



แบบร่างที่ 3

หมอนอิง (Backrest Pillow) ประเภท หมอนอิงโซฟา



แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2

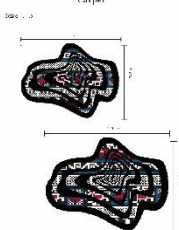


แบบร่างที่ 3

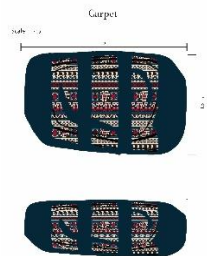
พรม (Carpet) ประเภท พรมทริเอ็กซ์ต้า



แบบร่างที่ 1



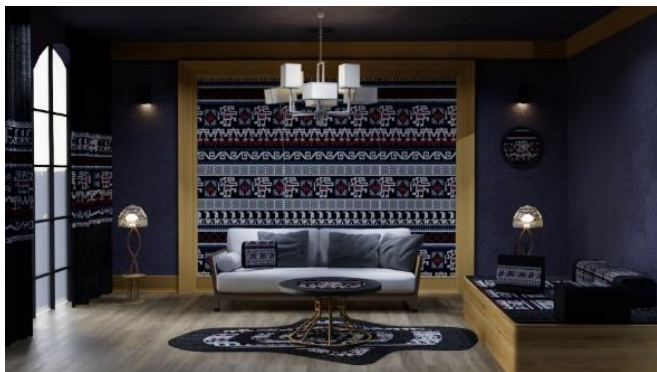
แบบร่างที่ 2



แบบร่างที่ 3

(ที่มา : กมลวรรณ พงษ์กุล และประทีกย์ คุณทอง, 2566)

ผลจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการออกแบบและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ จำนวน 5 คน ต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยประเมินด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงาม และด้านความปลอดภัย พบว่าผ้าม่าน (Curtain) ประเภทย่น ม่านตาไก่ แบบร่างที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุด วอลเปเปอร์ (Wallpaper) ประเภทย่น ไวนิล แบบร่างที่ 3 มีความเหมาะสมมากที่สุด นาฬิกา (Clock) ประเภทย่น ระบอบนาฬิกา แบบร่างที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุด โคมไฟ (Lamp) ประเภทย่น โคมไฟตั้งพื้น แบบร่างที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด โต๊ะกลาง (Coffee Table) ประเภทย่น รูปทรงวงกลม แบบร่างที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุด โซฟา (Sofa) ประเภทย่น โซฟาเบด แบบร่างที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุด หมอนอิง (Backrest Pillow) ประเภทย่น หมอนอิงโซฟา แบบร่างที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุด และพรม (Carpet) ประเภทย่น พรมทริเอ็กซ์ต้า แบบร่างที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุด



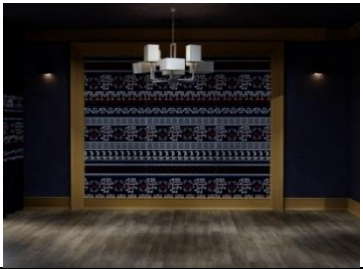
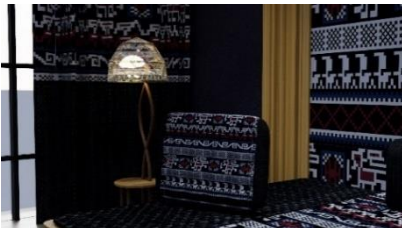
ภาพที่ 4 ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

แรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมสักขาลาย

กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ

(ที่มา : กมลวรรณ พงษ์กุล และประทีพ คุณทอง, 2566)

ตารางที่ 4 ผลงานผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง

ผ้าม่าน (Curtain) 	วอลเปเปอร์ (Wallpaper) 
นาฬิกา (Clock) 	โคมไฟ (Lamp) 
โต๊ะกลาง (Coffee Table) 	โซฟา (Sofa) 
หมอนอิง (Backrest Pillow) 	พรม (Carpet) 

(ที่มา : กมลวรรณ พงษ์กุล และประทีกษ์ คุณทอง, 2566)

ทั้งนี้จากผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมสักขาลาย อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ในกลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง 8 ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) ผ้าม่าน (Curtain) 2) วอลเปเปอร์ (Wallpaper) 3) นาฬิกา (Clock) 4) โคมไฟ (Lamp) 5) โต๊ะกลาง (Coffee Table) 6) โซฟา (Sofa) 7) หมอนอิง (Backrest Pillow) และ 8) พรม (Carpet) พบว่ามีความคิดเห็นที่สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจโดยประเมินจากด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงาม ด้านความคงไว้ซึ่งลักษณะเฉพาะ และด้านความปลอดภัย โดยผลิตภัณฑ์ที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ พรม (Carpet) ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 (S.D. = 0.39) มีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมา คือ ผ้าม่าน (Curtain) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 (S.D. = 0.67) มีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมา คือ โต๊ะกลาง (Coffee Tab) คือ นาฬิกา (Clock) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 (S.D. = 0.71) รองลงมา คือ โคมไฟ (Lamp) มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 (S.D. = 0.44) มีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมา คือ โซฟา (Sofa) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.46 (S.D. = 0.65) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมา คือ วอลเปเปอร์ (Wallpaper) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.25 (S.D. = 0.63) มีความพึงพอใจในระดับปานกลางและหมอนอิง (Backrest Pillow) มีค่าเฉลี่ยอยู่ 2.38 (S.D. = 0.66) มีความพึงพอใจในระดับน้อย ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ 3.86 (S.D. = 0.32) มีความพึงพอใจในระดับมาก

สรุปและอภิปรายผล

1. วัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ

วัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ที่พบในตำบลบ้านเขว้า อำเภอนิคมน้ำบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ พบผู้ที่สักขาลาย จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ปัจจุบันได้เลือนหายไปจากสังคมอีสานแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับ ก่อ สวัสดิ์พาณิชย์ (2546) การสักขาลายเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่ผู้ชายไทยอีสานสมัยก่อน

แทบทุกคนจะต้องสัก ปัจจุบันความนิยมการสักขาลายของชาวไทยอีสานหมดไปแล้ว แต่ยังมีให้เห็นขาลายของคนรุ่นปู่รุ่นทวดเท่านั้น ซึ่งการสักขาลายเป็นร่องรอยที่มีให้เห็นจากหลักฐานต่าง ๆ ที่ได้ถูกบันทึกเป็นวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ โดยวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ แบ่งเป็นวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมและวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด รุจน์ หาเรือนทอง (ม.ป.ป.) ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมเป็น 2 ประเภท คือ 1) รูปธรรมหรือวัตถุธรรม เป็นวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และ 2) นามธรรม เป็นวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible culture) หรือวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ โดยวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม คือ รูปแบบและลักษณะของลวดลาย ลายสัก และวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม คือ ความเชื่อที่มีร่วมกันของผู้ถูกสัก ซึ่งวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมินั้น ถือเป็นวัฒนธรรมของอีสานที่โดดเด่นบ่งบอกถึงตัวตนอย่างหนึ่งที่ได้หายไปจากสังคมอีสานแล้ว ซึ่งเกิดจากบริบททางสังคม วัฒนธรรม และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละสมัย รวมถึงค่านิยม ความคิด ความเชื่อที่เปลี่ยนไปของคนในกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ

2. ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ

การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำไปสู่การออกแบบ จากแนวคิดการออกแบบ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์และทฤษฎีรื้อสร้าง โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ คือ ความเป็นเอกลักษณ์ ความเป็นสิ่งแรก และการมีความหมายสำหรับกลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งที่ได้จากการสร้างเครื่องมือในการคัดเลือกความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากการสอบถามกลุ่มผู้บริโภค และใช้แนวคิดการออกแบบของ ธีระชัย สุขสด (2544) ที่อธิบายถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ มี 2 ส่วน คือ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับการปรับปรุงหรือ

พัฒนามาจากของเดิม โดยผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ จากวัฒนธรรมสักราชกาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ เป็นการออกแบบที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้น โดยนำเอาลวดลายที่เป็นวัฒนธรรมสักราชกาลายกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ที่รัฐบาลส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย และแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและสินทรัพย์ของเมืองหรือย่านสร้างสรรค์ โดยใช้องค์ความรู้สร้างสรรค์ผนวกเทคโนโลยีและนวัตกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า บริการ ซึ่งก่อนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์จะต้องผ่านกระบวนการคิดมาก่อนและศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์เสียก่อน และทำการออกแบบร่างเป็นผลิตภัณฑ์การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ หลังจากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินผล เพื่อนำมาแก้ไข แล้วนำไปประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ของ วราภรณ์ ศิริพัฒน์ (2528) ที่ว่าด้วยเรื่องของกระบวนการคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) ขั้นความรู้ความเข้าใจ (Cognition) เป็นขั้นที่รู้ความต้องการที่จะแก้ปัญหา 2) ขั้นหามโนมติ (Conception) เป็นขั้นตอนที่จะทำการศึกษาสืบหา แนวคิดด้วยวิธีการต่าง ๆ หาจุดเด่นจุดด้อยของแต่ละแนวคิด 3) ขั้นการค้นพบ (Combustion) เป็นขั้นที่ค้นพบวิธีแก้ปัญหาด้วยวิจรรย์ญาณจิตสำนึกเป็นขั้นตอนแห่งการสร้างสรรค์ของความคิด 4) ทบทวนแก้ไข (Consummation) เป็นขั้นตอนที่เป็นการทบทวน ดัดแปลง แก้ไข ความคิดที่เกิดจากการค้นพบในขั้นตอนที่ 3 เพื่อความสมบูรณ์ และ 5) ขั้นสื่อสารและเผยแพร่ผลงาน (Communication) ซึ่งเป็นขั้นตอนกระบวนการคิดสร้างสรรค์ออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และสอดคล้องกับทฤษฎีการสร้างของ เดอร์ริดา (วาย ณ นาคารา (Y. na nagara), 2007) ได้อธิบายว่าในความคิดและวัฒนธรรม เกิดแนวคิดวิธีปรากฏการณ์วิทยาที่ประกอบด้วยขั้น 3 ขั้น คือ 1) การลดทอน (Reduction) 2) การสร้าง (Construction) และ 3) การทำลาย

(Destruction) โดยการออกแบบลวดลายสำหรับผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์นี้ เป็นการลดทอนเพื่อประกอบสร้างขึ้นใหม่ มีการจัดวางใหม่ แยกโครงสร้างต่าง ๆ ออกแล้วนำมาประกอบรูปร่างใหม่เพื่อนำไปออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ และสามารถนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์อื่นต่อไปได้ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์สอดคล้องกับ พิณห์ ไกรแก้ว, ธนา น้ำค้าง, ปาริชาติ แซ่เบ๊ และพิมพ์ชนก ชิมกลาง (2562) ที่ศึกษาเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสรรค์เอกลักษณ์ให้กับชุมชนไทยทรงดำ โดยนำเอกลักษณ์และวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตมาสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ประโยชน์จากผลงานการสร้างสรรค์ที่ได้จากเอกลักษณ์ในท้องถิ่น และเพื่อสร้างองค์ความรู้และสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งเป็นการใช้องค์ความรู้จากทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่าให้แก่ชุมชน เช่นเดียวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมสักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ที่นำลวดลายจากลายสักขาลายที่ประยุกต์จากแนวคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ ซึ่งเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้

เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ พงษ์กุล และประทีภ์ คุณทอง. (2564). *ลวดลายสักขาลาย* [รูปภาพ]. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- _____. (2564). *แรงบันดาลใจในการออกแบบ* [รูปภาพ]. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- _____. (2564). *สรุปวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ* [ตาราง]. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- _____. (2566). *แนวคิดการออกแบบ (Concept Design)* [รูปภาพ]. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- _____. (2566). *ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ แรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ* [รูปภาพ]. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- _____. (2566). *แบบร่างลวดลายผ้าวัฒนธรรมสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ* [ตาราง]. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- _____. (2566). *แบบร่างผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์* [ตาราง]. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- _____. (2566). *ผลงานผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง* [ตาราง]. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- ก่อ สวัสดิ์พานิชย์. (2546). *อีสานเมื่อวันวาน*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). มูลนิธิศาสตราจารย์ ดร.ก่อ สวัสดิ์พานิชย์ เพื่อส่งเสริมการอ่าน.
- เทอร์วิล, บี. เจ., ดีลเลอร์, เอ. และชลธิรา สัตยาวัฒนา. (2533). *คนไท (เดิม) ไม่ได้* *อยู่ที่นี่*. โรงพิมพ์ด้านสุทธาการพิมพ์.

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 10). บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธีระชัย สุขสด. (2544). *การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. โอเดียนสโตร์.
- พิณท์ ไกรแก้ว, ธนา น้ำค้าง, ปาริชาติ แซ่เบ๊ และพิมพ์ชนก ชิมกลาง. (2562). *รายงานการวิจัยเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสรรค์เอกลักษณ์ให้กับชุมชนไททรงดำ*. วิทยาลัยช่างศิลปสุพรรณบุรี สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์.
- ยงยุทธ ยุทธ ทองเจริญ. (2556). *ประวัติบ้านเขว้า*. สืบค้น 3 ธันวาคม 2566. จาก <https://www.gotoknow.org/posts/358019>
- รุจน์ หาเรือนทรง. (ม.ป.ป). *วัฒนธรรมไทย*. สืบค้น 3 ธันวาคม 2566. จาก <https://www.sw2.ac.th/images/user/root/soc31101/7soc.pdf>
- วรารณ คีรีพัฒน์. (2528). *การสอนวิทยาศาสตร์*. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วาย. ณ นาคารา (Y. na nagara). (2007). *แนวคิดของ Deconstruction*. สืบค้น 3 ธันวาคม 2566. จาก <https://yong-book2.blogspot.com/2007/03/deconstruction.html>
- ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม. (2564). *กลุ่มชาติพันธุ์ในอีสาน*. สืบค้น 3 ธันวาคม 2566. จาก <https://cac.kku.ac.th/cac2021/กลุ่มชาติพันธุ์ในอีสาน>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2565). *แผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)*. สืบค้น 3 ธันวาคม 2566. จาก https://www.cea.or.th/backendservice/3dflipbook?url=https%3A%2F%2Fwww.cea.or.th%2Fstorage%2Fapp%2Fmedia%2FITA_2566%2Fo4_CEA_Strategic_Plan_2566_2570_Apr2023.pdf
- อรพินท์ บุญสิน. (2557). *แนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรม*. ว.การจัดการมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 3(3), 22-31.