

ศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย A STUDY CULTURAL OF MON IDENTITY FOR APPLIED IN CONTEMPORARY PRODUCT DESIGN.

สรเสรีธัญ สังขติธิ จตุรงค์ เลหาพะเพ็ญแสง สุธาสินี บุรีคำพันธ์

Sanseri Sangkhadithi Chaturong Louhapensang Suthasini Bureekhampun

ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Department of architectural and Design Education, Faculty of Industrial Education and Technology,

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

(Received : March 4, 2022 Revised : March 24, 2022 Accepted : March 28, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ 2) สำรวจความคิดเห็นก่อนการออกแบบของกลุ่มเป้าหมาย และ 3) ศึกษาและออกแบบลวดลายจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านวัฒนธรรมประเพณีมอญ โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากประสบการณ์ในด้านวัฒนธรรมมอญ จำนวน 3 ท่าน และ กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มประชาชนทั่วไป จำนวน 99 คน โดยวิธีการเลือกตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และ แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการในรูปแบบผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมอญพระประแดง ด้านของงานสถาปัตยกรรม คือ แบบถาวร และ แบบชั่วคราว ไม่สามารถนำลวดลายมาใช้ในการออกแบบได้ เพราะมีข้อจำกัดในของความเหมาะสม ในส่วนของอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณี ศิลปหัตถกรรม พิธีกรรม ความเชื่อ และวิถีความเป็นอยู่ นั้น สามารถนำลวดลาย มาใช้ในการออกแบบลวดลาย และใช้งานกลุ่มสีได้ แต่ต้องดูความเหมาะสมและตำแหน่งในการใช้งาน จากการสำรวจความคิดเห็นก่อนการออกแบบของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ต้องการจากการประยุกต์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญคือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน สิ่งที่ต้องการให้มีในผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย คือ การอนุรักษ์สืบสาน การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการตลาด รวมไปถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ ด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านความสวยงาม จากการศึกษาและออกแบบลวดลายจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ พบว่า ลวดลายที่ผสมผสานรูปทรงเลขาคณิต ที่ใช้เทคโนโลยีการออกแบบจากคอมพิวเตอร์ มีความโดดเด่นด้วยรูปทรง โครงสร้าง ทำให้เกิดเป็นลวดลายใหม่

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม, มอญ, ประยุกต์, ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study the identity of Mon culture, 2) survey the audience opinion before design and, 3) study and design patterns from the identity of Mon culture. The population and research samples were the Mon community informant group who expert in Mon culture from Phra Padaeng district, Samut Prakarn province. Purposive sampling was used in this study; 3 people who experience in Mon culture and 99 general public who live in Phra Padaeng district, Samut Prakarn province-using Convenience Selection. The research tools were Semi-structured interview forms and opinion questionnaires of the target group with product-type needs.

The result found that the identity of Phra Padaeng Mon culture for architectural works; permanent and temporary design- patterns cannot be used in design-limitations in the matter of inappropriateness. In terms of cultural identity, traditions, arts and crafts, rituals, beliefs and lifestyles, patterns can be used in design and color combinations but only need to consider the suitability and nature of the work. From the pre-design survey of the target group found that contemporary products that required from the application of Mon cultural identity are home decoration products. What required in contemporary products are conservation, continuation, promotion of tourism and marketing, as well as factors affecting product purchase-the most in terms of utility and beauty. In addition, the study and design patterns

from Mon cultural identity found that patterns which combined geometrical shapes by using computer design technology are distinguished by its shape and structure, resulting in a new pattern.

Keywords : Cultural identity, Mon, Applied, Contemporary products

บทนำ

โลกปัจจุบันในยุคศตวรรษที่ 21 ที่มีประชากรหลายพันล้านคนอาศัยอยู่ในหลายร้อยประเทศ จึงมีความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม (ชนากานต์ โสจยะพันธ์, 2562) พหุวัฒนธรรม จึงเป็นกลุ่มชนที่อยู่ร่วมกันแต่มีความแตกต่างกันทางชาติพันธุ์ สะท้อนให้เห็นทัศนคติการปรับตัวและวิถีการดำเนินชีวิตของแต่ละกลุ่มชนที่อยู่ร่วมกันในสังคมใดสังคมหนึ่ง (วิลาศ โพธิ์สาร, 2552) สำหรับในประเทศไทยนั้น ประกอบด้วยกลุ่มชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภาษา และขนบธรรมเนียมประเพณี ส่งผลให้ประเทศไทย นับเป็นประเทศหนึ่งของโลกที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประเทศไทยมีวัฒนธรรมไทยเป็นหลักของประเทศ แต่ในวัฒนธรรมไทยนั้นย่อมมีอัตลักษณ์ของแต่ละวัฒนธรรม เนื่องจากประเทศไทยมีประชากรทั่วราชอาณาจักรในปี 2562 จำนวน 66.56 ล้านคน (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย, 2563) จึงมีกลุ่มชาติพันธุ์กระจายไปยังภูมิภาคทั่วประเทศของไทย และเกิดการถ่ายทอดภูมิปัญญาต่างๆ ตามแหล่งที่อยู่อาศัยและความเชื่อที่เกิดขึ้น และเกิดสังคมที่สร้างสรรค์สิ่งสม ปลูกฝัง สืบทอด เรียนรู้ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดความเจริญงอกงาม ทั้งด้านจิตใจและวัตถุอย่างสันติสุขและยั่งยืน วัฒนธรรม จึงหมายถึงทุกสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม และยังหมายรวมถึงแบบแผนพฤติกรรมทั้งหมดของสังคมที่สืบทอด มานับตั้งแต่อดีต ผ่านการเรียนรู้คิดค้น ดัดแปลง เพื่อสนองความต้องการและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ โดยมีวิวัฒนาการสืบทอดต่อกันมาอย่างมีแบบแผน เพื่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองและมั่นคงในสังคม (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2559, น.12)

ต้นทุนทางวัฒนธรรมของชาติไทย เป็นมรดกล้ำค่า ควรค่าแก่การดูแล อนุรักษ์ ปกป้องและพัฒนาด้วยกลยุทธ์ที่เหมาะสมการศึกษาวิจัยจนสามารถเข้าถึงและนำมาปรับปรุงประยุกต์ใช้ได้จึงเป็นบทบาทที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาวิจัยที่มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่ ท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อเกิดกระบวนการเรียนรู้ที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป (ชวนี ทองโรจน์, 2554, น.134-136) วัฒนธรรมประเพณีของไทย ได้รับอิทธิพลมาจากหลายชนชาติ เช่น มอญ เขมร อินเดีย จีน ลาว เป็นต้น โดยเฉพาะวัฒนธรรมประเพณีมอญมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมไทยอย่างมาก วัฒนธรรมมอญที่ปะปนอยู่ในวัฒนธรรมของไทยเริ่มแรกเข้ามาพร้อมกับการยอมรับนับถือศาสนาชาวมอญและชาวไทยมีความใกล้ชิดกันทางศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรมของไทยที่เรายึดถือปฏิบัติกันโดยทั่วไป หลากหลายประเพณีมีที่มาจากมอญ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ซึ่งมอญและไทยถือเป็นวันขึ้นปีใหม่ พิธีปล่อยนกปล่อยปลา ประเพณีค้ำโพธิ์ สงฆ์ชาวสงกรานต์ ทำบุญกลางหมู่บ้าน ตักบาตรน้ำผึ้ง ตักบาตรเทโว ประเพณีโยนบัว ล้างเท้าพระ เรียกได้ว่าประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและอยู่วิถีชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย ล้วนแทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิตชาวไทยทั้งในราชสำนักและระดับสามัญชน ซึ่งชาวไทยรับเอาไว้อย่างไม่รู้ตัว (ผู้จัดการออนไลน์, 2551)

ตามนโยบาย “Thailand 4.0” ที่จะเป็นการขับเคลื่อนให้เกิดการเจริญเติบโตตัวใหม่ที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับประเทศไทย โดยที่อาศัยความหลากหลายเชิงชีวภาพ และเชิงวัฒนธรรมมาเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขัน ในแต่ละท้องถิ่นที่มีการพัฒนาและแสดงอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนทางวัฒนธรรม เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนยังสถานที่นั้น ๆ ย่อมมีสิ่งของต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งแทนการรำลึกถึงสถานที่ที่ไปเยือน (ประเสริฐ ศิลรัตน์, 2531) ให้ความหมายไว้ว่า ของที่ระลึก เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม และศิลปะ เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงผลรวมของลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักจดจำได้เป็นการใช้ความสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ รวมถึงการใช้นโยบาย BCG Model เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม ที่จะพัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เชื่อมโยงกับ เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และทั้ง 2 เศรษฐกิจนี้อยู่ภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสีเขียวได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน โดยเปลี่ยนข้อได้เปรียบที่ไทยมีจากความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ให้เป็นความสามารถในการแข่งขันด้วยนวัตกรรม เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจ BCG ที่เติบโตแข่งขันได้ในระดับโลก เกิดการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ ชุมชนเข้มแข็ง มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2564)

การพัฒนาตามแนวทางประเทศไทย 4.0 ต้องมีการวิจัยและพัฒนา การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ และพัฒนานวัตกรรม เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการทางวัฒนธรรมดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นใน 4 ลักษณะที่สำคัญ คือ อยู่บนพื้นฐานของความรู้และภูมิปัญญา (Knowledge Based) มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creative & Innovation) มีความโดดเด่นหรือสร้างความแตกต่าง

(Differentiation) รวมทั้งมีตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์หรือตราสินค้า (Brand) ที่ชัดเจน (กระทรวงวัฒนธรรม. 2559) โดยเฉพาะการตลาดในยุค Branding 4.0 ว่าหัวใจสำคัญก็คือแบรนด์ต้องสร้างคุณค่าให้กับสังคมด้วย ในยุคนี้จะไม่ได้ให้ความสำคัญกับลูกค้า หรือสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญกับ “ความสัมพันธ์” ของลูกค้าที่มีกับแบรนด์ เป็นยุคที่มีการเพิ่มคุณค่าให้กับแบรนด์ และสังคม แบรนด์ต้องตอบโจทย์ว่าทำอะไรให้โลกน่าอยู่ขึ้น เป็นยุคที่มีทั้ง Functional รวมกับ Emotional และเพิ่มจิตวิญญาณเข้าไปด้วย (พัชรศรี ว่องไชยกุล และคณะ, 2559)

ปัญหาที่พบในปัจจุบัน วัฒนธรรมของไทยทั้งในระดับชาติ และระดับท้องถิ่นได้ถูกแทรกซึมจากวัฒนธรรมต่างชาติ โดยไม่ได้พิจารณาเลือกสรรว่าเหมาะสมสำหรับสังคมไทยหรือไม่ เช่น เรื่องการแต่งกาย การประเพณีปฏิบัติระหว่างเพศชาย และเพศหญิง ภาษา และการเคารพนับถือผู้ใหญ่และผู้มีพระคุณ เช่น บิดามารดา ครู อาจารย์ เป็นต้น การปล่อยวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามามีอิทธิพลเหนือวัฒนธรรมไทย อาจจะมีผลเสียร้ายแรงยิ่งกว่าการยึดครองดินแดนประเทศหลายร้อยเท่า ชาลี ถาวรานุรักษ์, 2534 อ้างถึงใน (ดาหวัน ธงศรี, มปป) ผู้วิจัยมองถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากรับวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในพื้นที่ชุมชนมอญพระประแดง ที่อาจทำให้ชนบธรรมเนียมประเพณีปฏิบัติ รวมถึงวิถีชุมชนอันดีงามที่เคยมีเลือนหายไป รวมไปถึงสินค้าท้องถิ่นที่มีในปัจจุบัน เช่น พวกของที่ระลึก อันเกิดจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ชนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีการดำรงชีวิต ซึ่งโดยส่วนใหญ่ปัญหาที่พบ คือ ผู้บริโภคไม่เข้าใจสินค้า เนื่องจากไม่มีวิธีว ไม่มีคำแนะนำ รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่ดึงดูดความสนใจ ช่องทางจำหน่ายไม่ทั่วถึง การสื่อสารข้อมูลของสินค้าไม่เพียงพอ ขาดเรื่องราว ไม่ทันกับยุคสมัย และเข้าถึงผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยและการสร้างแบรนด์ที่สามารถนำเอาอัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นทางวัฒนธรรมของชุมชนมอญพระประแดงอันเป็นที่รู้จัก ในเรื่องของ ชนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม อาหาร การละเล่น ความเชื่อ ความคิดสร้างสรรค์ มาต่อยอดพัฒนาเป็นของใช้ประจำวัน ของตกแต่งบ้าน ของที่ระลึก เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคภายใต้แบรนด์ที่เราสร้างขึ้นจากการศึกษาในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นก่อนการออกแบบของกลุ่มเป้าหมาย
3. เพื่อศึกษาและออกแบบลวดลายจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเป็นการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญเพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการและขั้นตอนในการวิจัยดังนี้

1. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.1 กรอบแนวความคิดเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ อัตลักษณ์ท้องถิ่นเกิดจากสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในพื้นที่ เช่น ตราสัญลักษณ์ คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำท้องถิ่น ประเพณี การแต่งกาย ภาษาที่ใช้พูด สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สังคมได้สร้างขึ้นจนกลายเป็นวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ (ทินวงษ์ รักอิสสระกุล และธัญญธร อินทร์ท่าผาง. 2556, น.93) ปัจจุบันการเคลื่อนไหวของสังคมแนวใหม่ (New Social Movement) พยายามที่สร้าง หรือแสดงอัตลักษณ์ โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและพัฒนาทางเลือกสำหรับวิถีชีวิต ด้วยการสร้างนวัตกรรมทางวัฒนธรรมและสร้างสรรค์ วิถีชีวิตแบบใหม่ (Creation of New Life Style) (ณัฐพงศ์ จิตนิรัตน์, 2553) อัตลักษณ์จึงเป็นเครื่องมือทางกระบวนการทางสังคมใหม่ที่ชุมชนนำมาสร้างความรู้ ความเข้าใจทางด้านเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นเรื่องราวในชีวิตประจำวันของตนกับชุมชนรายรอบ (Hall Stuart, 1994) ได้อธิบายถึงการเกิดอัตลักษณ์ในวงจรวัฒนธรรม (Circuit of Culture) ว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร ใครผลิตอะไรขึ้นมา จนเกิดการสร้างเอกลักษณ์ มีกระบวนการอย่างไร และจุดหยุดยังอยู่ตรงไหน หรือจะแปรเปลี่ยนไปเมื่อใด ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การผลิต (Production) แต่ละบุคคลสร้างความหมายและแลกเปลี่ยนความหมาย จากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยความหมายจะถูกผลิตขึ้นจากสื่อที่มีทั้งความหลากหลาย และแตกต่างกัน
2. การบริโภค (Consumption) ทางวัฒนธรรมมีความหลากหลายของความหมาย โดยมีความหมายจากการตีความหรือเป็นภาพตัวแทนได้มากกว่าหนึ่งความหมาย
3. อัตลักษณ์ (Identity) เป็นการแสดงออกต่อตนเองเกี่ยวกับคำถามว่า “เราเป็นใคร?” “เรารู้สึกอย่างไร?” และ “เรารู้สึกภูมิใจในกลุ่มไหน?”

4. กฎระเบียบ (Regulation) ความหมายทางวัฒนธรรมไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ฝังอยู่ในความคิด แต่ก่อรูปเป็นปฏิบัติการของกฎระเบียบในสังคม (Regulate Social Practice) ที่มีความสำคัญในการให้ความหมายต่อโลกของมนุษย์ และให้วิธีการใช้ความหมายนั้นในปฏิบัติการประจำวัน

5. ภาพตัวแทน (Representation) เป็นการประกอบสร้างความหมายผ่านภาษา โดยใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอย่างมีความหมายกับผู้อื่น และสามารถใช้สัญลักษณ์เพื่อการอ้างอิงถึงโลกความจริง รวมถึงสิ่งที่เป็จินตนาการ และความคิดนามธรรมที่ไม่ปรากฏในโลกวัตถุ

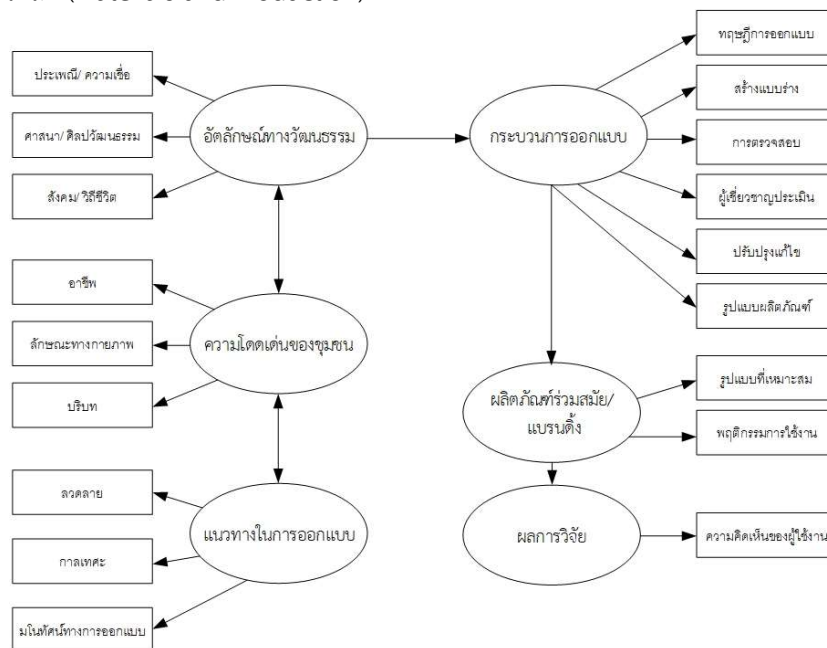
ในกระบวนการดังกล่าว จุดเริ่มต้นจะอยู่ตรงที่ใดก็ได้ เพราะไม่ได้เป็นกระบวนการแบบเส้นตรง (Linear) หรือแบบลำดับขั้น (Sequential) แต่ละวงจรจะไม่ถูกผูกเอาไว้ที่จุดใดจุดหนึ่ง แต่จะถูกแยกกันเพื่อให้เรามองเห็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นอิสระในแต่ละช่วงเวลาหรือช่วงสถานการณ์

1.2 กรอบแนวความคิดเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ ผู้วิจัยใช้กรอบแนวความคิดภายใต้กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ (จตุรงค์ เลาเหเพ็ญแสง, 2558, น.105-107) ประกอบไปด้วย

- (1) ขั้นตอนการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product concept)
- (2) ขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility study)
- (3) ขั้นตอนการออกแบบเบื้องต้น (Preliminary study)
- (4) ขั้นตอนการสร้างต้นแบบ (Build prototypes)

โดยผู้วิจัยได้คำนึงถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกณฑ์ในการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Evaluate the design) และต้องสอดคล้องในด้านวัฒนธรรม ดังนี้

- (1) ความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรม
- (2) ความสวยงาม (Aesthetics)
- (3) วัสดุและการผลิต (Materials and Production)



ภาพที่ 1: แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย
 ที่มา: สรรเสริญ สังขดิถี

2. ขอบเขตการวิจัย

2.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ การศึกษาประวัติและความเป็นมาของชนชาติมอญในประเทศไทย และวัฒนธรรมประเพณีของชาวมอญพระประแดงเรื่องราวประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ วัฒนธรรมและประเพณี กลุ่มพื้นที่ ภาษา และการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย ประวัติศาสตร์ชุมชน ความเป็นอยู่ ความเชื่อ อาชีพ และวัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่นของชาวมอญพระประแดง การศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎีอัตลักษณ์ ทฤษฎีและหลักการแนวคิด อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะของชุมชนซึ่งถูกสร้างขึ้น การศึกษาหลักการออกแบบลวดลายจากอัตลักษณ์ การศึกษาหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ จุด เส้น รูปทรง สี ที่สัมพันธ์กันทำให้เกิดความงดงาม ตามจุดมุ่งหมายของการนำไปใช้ การศึกษาหลักการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ความหมายในการออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ ลายเส้นกราฟฟิกร่วมสมัย รวมถึงด้านประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม ความปลอดภัย ความแข็งแรง กรรมวิธีการผลิต การบำรุงรักษา และการขนส่ง การศึกษาวัสดุและกรรมวิธีการผลิต ความสัมพันธ์ระหว่างวัสดุกับกระบวนการผลิตทางเทคโนโลยี และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมถึงปัจจัยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.2 ขอบเขตด้านเวลา ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เวลาการศึกษาเอกสาร การลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต ถ่ายภาพ และจดบันทึก ให้ได้ข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ การดำเนินการวิจัย และสรุปผลการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2562 – 15 กันยายน 2564

2.3 ขอบเขตด้านสถานที่ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่และกำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ให้สอดคล้องกับปัจจัยการศึกษาด้านอัตลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรมของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาจำนวน 5 หมู่บ้าน คือ (1) หมู่บ้านทรงคนอง (2) หมู่บ้านบ้านแซ่ (3) หมู่บ้านเวหาราว (4) หมู่บ้านโรงเรือ (5) หมู่บ้านบ้านทะมั่ง รวมถึงวัดมอญในตำบลตลาด, ตำบลทรงคนอง จำนวน 3 วัด คือ (1) วัดทรงธรรมวรวิหาร (2) วัดคันลัด (3) วัดแค และศูนย์จำหน่ายสินค้าท้องถิ่น ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยจะนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์หารายละเอียดเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

2.4 ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย สามารถแบ่งเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวัฒนธรรมประเพณีมอญพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยวิธีการเลือกแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560, น.44-45) จำนวน 3 ท่าน ที่มีประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับวัฒนธรรมมอญพระประแดง เป็นเวลาอย่างน้อย 6 ปี

1.2 เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่มีการกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยในการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกประกอบไปด้วย ข้อมูลของผู้ถูกสัมภาษณ์ ข้อคำถาม ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือ IOC (Index Of Objective Congruence : IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลปฐมภูมิ คือ การเข้าศึกษากลุ่มชุมชนมอญ ภายในพื้นที่อำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำแบบการสัมภาษณ์ไปทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ให้ข้อมูลด้วยตนเอง พร้อมบันทึกเสียง จดบันทึก ถ่ายภาพเพื่อประกอบการสัมภาษณ์ ตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ในกำหนดหัวข้อคำถาม เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงปัญหาและเป็นแนวทางในการศึกษาพัฒนาสู่การออกแบบ ข้อมูลทุติยภูมิ คือ เอกสาร แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ เพื่อประยุกต์ในการสร้างแบรนด์ และเพื่อให้ได้ข้อมูลการเชื่อมโยงต่างๆ ที่ใช้เป็นตัวกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาการออกแบบแบรนด์และผลิตภัณฑ์ จากวัฒนธรรมจากชุมชนมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล จากการเก็บรวบรวมศึกษาแหล่งข้อมูล และจากการลงพื้นที่ การสัมภาษณ์ การสังเกต ถ่ายภาพ และจดบันทึก ทำให้ได้ข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อเป็นองค์ความรู้ หลังจากนั้นจึงมาวิเคราะห์หาความเชื่อมโยงกับงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา คือข้อมูลด้านการศึกษาถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนมอญ และทำการเรียบเรียงให้เป็นข้อมูลที่ใช้ในการสนับสนุนการออกแบบ ในรูปแบบของภาพร่างของผลิตภัณฑ์

2. ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสำรวจความคิดเห็นก่อนการออกแบบของกลุ่มเป้าหมาย

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และกลุ่มประชาชนทั่วไป จำนวน 99 คน โดยวิธีการเลือกตามสะดวก

2.2 เครื่องมือในการวิจัย

แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการในรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คำถามเกี่ยวกับข้อมูลอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมอญในประเทศไทย และความต้องการในการในด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอัตลักษณ์มอญ

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสำรวจความต้องการในผลิตภัณฑ์เบื้องต้น เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติเพื่อหาค่าร้อยละ สรุปเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และสรุปเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

2.5 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ในการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปร ที่ใช้ในงานวิจัยดังนี้

ตัวแปรต้นได้แก่ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ

ตัวแปรตามได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ

3. ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาและออกแบบลวดลายจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ

3.1 นำลวดลายที่ผ่านการวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ ไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย เช่น กระเป๋าผ้า แก้วน้ำ หน้าที่กาผ้า ผ้าคลุมไหล่ หมวกปัก

ผลการวิจัย

ในการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วม สามารถวิเคราะห์ผลได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผลการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ

จากการศึกษาอัตลักษณ์ในด้านงานสถาปัตยกรรมของชาวมอญ ในอำเภอพระประแดง พบศิลปะด้านงานสถาปัตยกรรมอยู่ 2 แบบ คือ 1.งานสถาปัตยกรรมแบบถาวร คือ พระธาตุเจดีย์ รูปทรงระฆังคว่ำ เป็นแบบศิลปะมอญ – พม่า 2.งานสถาปัตยกรรมแบบชั่วคราว คือ ปราสาทปลงศพพระสงฆ์มอญ หรือ เมรุลอย งานสถาปัตยกรรมทั้ง 2 แบบ มีลักษณะเฉพาะในการใช้ลวดลาย แบบที่ 1 ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา แบบที่ 2 ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อแสดงความกตัญญูที่ตาคิดแก่พระสงฆ์ที่มรณภาพ ในเรื่องของความเหมาะสมในการนำลวดลายอัตลักษณ์มาใช้ในการออกแบบ ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ไม่เหมาะสมที่จะนำลวดลายมาใช้ในการออกแบบลงบนเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย รวมถึงของใช้ ของแต่งบ้าน เพราะมีความเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาและความเชื่อ ซึ่งถือเป็นเรื่องละเอียดอ่อนต่อจิตใจคนในชุมชน จากการศึกษาอัตลักษณ์ในด้านวัฒนธรรมประเพณี ศิลปหัตถกรรม พิธีกรรม ความเชื่อ และวิถีความเป็นอยู่ของชาวมอญ ในอำเภอพระประแดงนั้น พบว่าอัตลักษณ์ของชาวมอญพระประแดงที่เห็นได้ชัดเจน คือ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณี เช่น รูปแบบของประเพณี ในการจัดสงกรานต์พระประแดง การจัดประเพณีแห่หงส์ – ธงตะขาบ การจัดการละเล่นสะบ้าทอย และสะบ้าบ่อนตามชุมชนมอญต่างๆ ในวันสงกรานต์ รวมถึงวัฒนธรรมการแต่งกายตามประเพณีของผู้ชายและผู้หญิง การใช้ภาษามอญในการสื่อสาร การอาราธนาขอศีล การสวดมนต์บาลีมอญ พิธีกรรมทางศาสนา อาหารการกิน และความเชื่อเรื่องผี โดยทั้งหมดนี้เป็นภาพรวมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชาวมอญพระประแดง ในเรื่องของความเหมาะสมในการนำลวดลายจากอัตลักษณ์มาใช้ในการออกแบบ ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ลวดลายที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบ คือ ลวดลายจากการทำกิจกรรมประเพณี วัฒนธรรมการแต่งกาย การละเล่น ลวดลายจากกลุ่มหงส์มอญ ธงตะขาบ และพันธุ์พืชกัญชาที่ใช้ในการทำอาหาร เพราะส่วนใหญ่เป็นอัตลักษณ์กลางใช้ในงานพิธีกรรมต่างๆ ของชาวมอญ แต่ต้องดูเรื่องความเหมาะสมและตำแหน่งในการใช้งาน ส่วนลวดลายที่ไม่เหมาะสมมาทำการออกแบบ คือ ลวดลายจากพิธีกรรมความเชื่อเรื่องผีบรรพบุรุษ ผีประจำหมู่บ้าน และโลงมอญ เพราะเป็นเรื่องละเอียดอ่อนทางจิตใจของชาวมอญ และจากการศึกษาอัตลักษณ์ในด้านงานจิตรกรรม ประติมากรรม ของชาวมอญพระประแดงนั้น พบว่างานจิตรกรรม และประติมากรรม ต่างๆ ของชาวมอญพระประแดง โดยส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบของหงส์มอญ ธงตะขาบ และรูปแบบอัตลักษณ์ในการแต่งกาย เรื่องของความเหมาะสมในการนำลวดลายจากมาใช้ในการออกแบบ ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ลวดลายที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบ คือ ลวดลายจากกลุ่มหงส์มอญ ธงตะขาบ และอัตลักษณ์การแต่งกาย เพราะส่วนใหญ่เป็นอัตลักษณ์กลาง หรือที่เรียกเป็นอัตลักษณ์ร่วมของชาวมอญทุกพื้นที่ แต่ต้องดูเรื่องความเหมาะสมและตำแหน่งที่นำมาใช้งาน ส่วนสีสันทันที่สามารถนำมาใช้งาน โดยส่วนใหญ่ใช้สีแดง สีเหลือง สีทอง สีน้ำเงิน และสีเขียว เป็นหลัก

2. ผลสำรวจความคิดเห็นก่อนการออกแบบของกลุ่มเป้าหมาย

ผลการสำรวจความคิดเห็นก่อนการออกแบบ เรื่องศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย เป็นการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และกลุ่มประชาชนทั่วไป โดยศึกษาข้อมูลถึงความรู้ และความต้องการประกอบต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.3 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.7 ระดับอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 66.7 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ – พนักงานบริษัทเอกชน คิดร้อยละ 49.5 มีเงินรายได้เฉลี่ยต่อเดือนละ 30,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.2 มีระดับการศึกษาจบปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.5 จากคำถามเกี่ยวกับข้อมูลอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมอญในประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบถึงรูปแบบสัญลักษณ์ที่คิดว่าเป็นตัวแทนของชาวมอญในประเทศไทย ในเรื่องการแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 35.4 ลวดลายอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นชาวมอญ คือ ลวดลายจากธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 26.3 กลุ่มพันธุ์พฤกษาที่มีผลต่อวิถีการดำรงชีวิตของชาวมอญ คือ ต้นมะตาด คิดเป็นร้อยละ 33.3 วัฒนธรรมและประเพณี ที่ทำให้ชาวมอญเป็นที่รู้จักในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการแต่งกาย คิดร้อยละ 24.2 และความต้องการต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ต้องการประยุกต์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ ในเรื่องของตกแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 30.3 คุณสมบัติที่ต้องการให้มีในการสร้างผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ คือ อนุรักษ์สืบสานประเพณีวัฒนธรรม, ส่งเสริมการท่องเที่ยว และส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 18.2 กลุ่มพันธุ์พฤกษาที่มีผลต่อวิถีการดำรงชีวิตของชาวมอญ คือ ต้นมะตาด คิดเป็นร้อยละ 33.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ส่วนใหญ่เป็นด้านประโยชน์ใช้สอย คิดเป็นร้อยละ 20.2

3. ผลการศึกษาและออกแบบลวดลายจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ

การศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ จากแหล่งข้อมูลทางด้านเอกสาร และการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้รู้ด้านศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ โดยมุ่งเน้นในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากงานศิลปะประจำท้องถิ่นเพื่อการอนุรักษ์ตามแนวทางของบรรพบุรุษ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะกลุ่มพื้นที่ มีวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ผลการรวบรวมข้อมูล และได้ทำการถอดลวดลายเพื่อวิเคราะห์ ดังตารางแสดงต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการถอดลวดลายจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ

ลวดลายในด้านงานสถาปัตยกรรม	ลวดลายในด้านพันธุ์พฤกษา	ลวดลายในด้านงานศิลปกรรม	ลวดลายในด้านวัฒนธรรมประเพณี
เจดีย์วัดทรงธรรม 	ดอกมะตาด 	หงส์ยืน 	สไบพลีท 
เจดีย์ รรอำนวยวิทย. 	ดอกกระเจี๊ยบ 	หงส์ก้าว 	เข็มขัด 
เจดีย์วัดอาษาสงคราม 	ผลมะตาด 	หงส์บิน 	สไบปัก 
เจดีย์วัดกลางวรวิหาร 	ผลกระเจี๊ยบ 	หงส์คู่ 	สงกรานต์แห่กบ ปลา – 

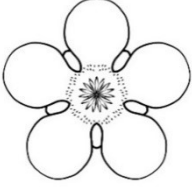
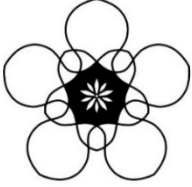
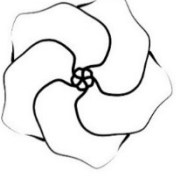
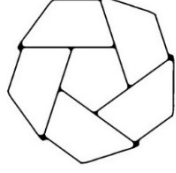
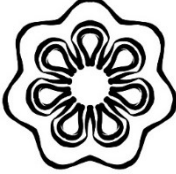
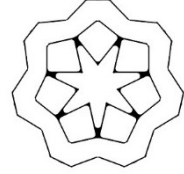
ลวดลายในด้านงานสถาปัตยกรรม	ลวดลายในด้านพันธุ์พฤกษา	ลวดลายในด้านงานศิลปกรรม	ลวดลายในด้านวัฒนธรรมประเพณี
ปราสาทปรางค์พราหมณ์ 		หงส์ไทย  	แห่หงส์ กระจังชาบ – 
		เส้าหงส์ กระจังชาบ – 	การบวช  
		กระจังชาบ  	สะบ้าทอย  
		โลงมอญ  	สะบ้าป้อน  

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากงานศิลปกรรม สถาปัตยกรรม และวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ เพื่อนำไปประกอบกับแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ เพื่อทำการ วิเคราะห์ลวดลาย หาเอกลักษณ์ และลักษณะที่เป็นรูปแบบของชาวมอญพระประแดง จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้น ลวดลายที่บ่งบอกถึงความ เป็นอัตลักษณ์ของชาวมอญพระประแดงนั้น ยังคงยึดลวดลายจากที่สืบทอดต่อมาจากบรรพบุรุษ คือลวดลายหงษ์มอญ เส้าหงส์ กระจังชาบ และลวดลายจากกลุ่มพันธุ์พฤกษา เช่น ดอกมะตาด ผลมะตาด, ดอกกระเจียว, ผลกระเจียว รวมถึงวัฒนธรรมการแต่งกาย เช่น การใช้สไบ พลิท, สไบปัก ซึ่งส่วนใหญ่นั้นถือว่าเป็นอัตลักษณ์กลาง หรือที่เรียกเป็นว่าอัตลักษณ์ร่วมของชาวมอญ

ขั้นตอนการออกแบบประยุกต์ลวดลาย โดยการศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ จากแหล่งข้อมูลทางด้านเอกสาร และการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญประจำท้องถิ่น ซึ่งมีเรื่องของการศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และวิถี ชีวิตความเป็นอยู่ โดยนำมาออกแบบประยุกต์ให้เข้ากับอัตลักษณ์ของชาวมอญพระประแดง เป็นลวดลายใหม่ที่มีความสวยงาม ร่วมสมัย สามารถนำไปใช้งานได้หลายรูปแบบดังแสดงในตารางที่ 2 และตารางที่ 3

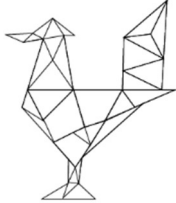
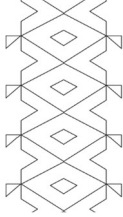
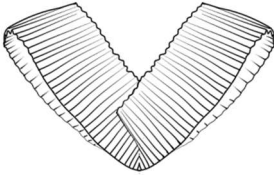
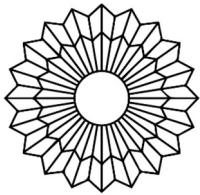
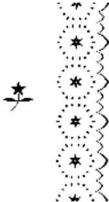
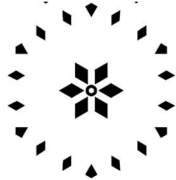


ตารางที่ 2 แสดงผลการถอดทลายจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ

ลำดับ	ภาพบ่งชี้จากกลุ่มพันธุ์พืช ศิลปกรรม และวัฒนธรรมประเพณี	ทลายเส้นกราฟฟิก	ทลายผสมผสาน รูปทรงเลขาคณิต
1	ดอกมะตาด 		
2	ดอกกระเจี๊ยบ 		
3	ผลมะตาด 		
4	ผลกระเจี๊ยบ 		



ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	ภาพบ่งชี้จากกลุ่มพันธุ์พญา ศิลปกรรม และวัฒนธรรมประเพณี	ลดทอนเส้นกราฟฟิก	ลดทอนผสมผสาน รูปทรงเลขาคณิต
5	หงส์มอญ 		
6	ธงตะขาบ 		
7	สไบพลีท 		
8	สไบปัก 		



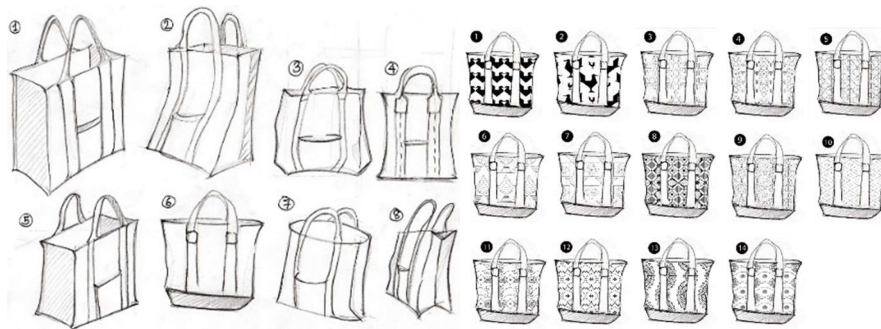
ตารางที่ 3 แสดงผลการออกแบบลวดลายจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ

ลำดับ	ลวดลายผสมผสาน รูปทรงเลขาคณิต	ลวดลายแนวตั้ง	ลวดลายต่อเนื่อง	ลวดลายเดี่ยว
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				



ลำดับ	ลวดลายผสมผสาน รูปทรงเลขาคณิต	ลวดลายแนวตั้ง	ลวดลายต่อเนื่อง	ลวดลายเดี่ยว
8				

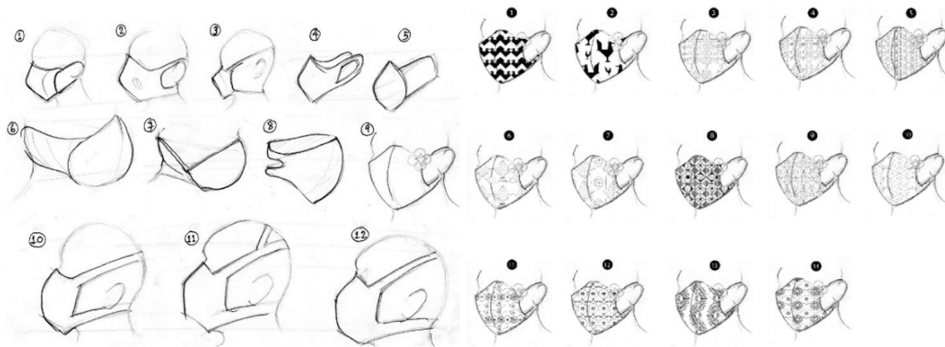
จากตารางที่ 3 เมื่อได้ทำการออกแบบลวดลาย ผู้วิจัยจึงได้นำลวดลายไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ซึ่งสามารถแสดงแนวทางในการออกแบบได้ดังนี้



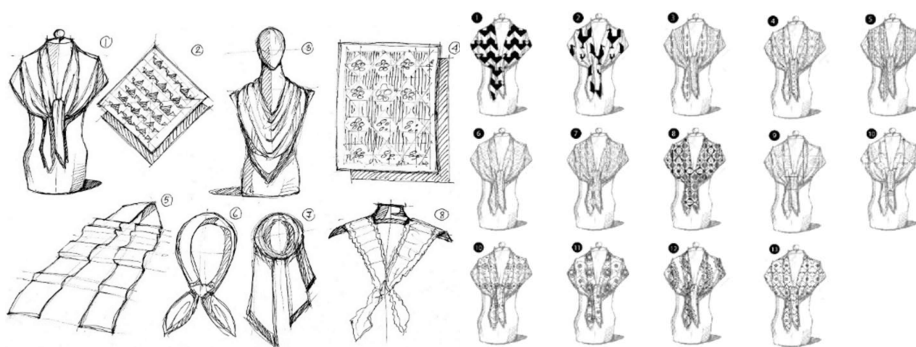
ภาพที่ 2: แสดงแบบร่างการออกแบบและการประยุกต์ใช้ลวดลายในการออกแบบกระเป๋าผ้า
ที่มา: สรรเสริญ สังขดี



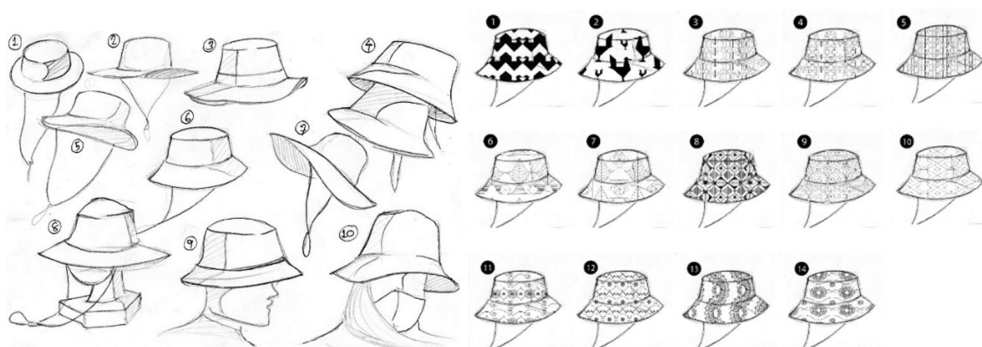
ภาพที่ 3: แสดงแบบร่างการออกแบบและการประยุกต์ใช้ลวดลายในการออกแบบแก้วน้ำ
ที่มา: สรรเสริญ สังขดี



ภาพที่ 4: แสดงแบบร่างการออกแบบและการประยุกต์ใช้ลวดลายในการออกแบบหน้ากากผ้า
ที่มา: สรรเสริญ สังขติถิ



ภาพที่ 5: แสดงแบบร่างการออกแบบและการประยุกต์ใช้ลวดลายในการออกแบบผ้าคลุมไหล่
ที่มา: สรรเสริญ สังขติถิ



ภาพที่ 6: แสดงแบบร่างการออกแบบและการประยุกต์ใช้ลวดลายในการออกแบบหมวกปีก
ที่มา: สรรเสริญ สังขติถิ

อภิปรายผล

ในศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย สามารถอภิปรายผลได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

จากการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ พบว่า พบว่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมอญพระประแดง ภาพรวมในด้านของงานสถาปัตยกรรม คือ พระเจดีย์มอญ (สถาปัตยกรรมแบบถาวร) และปราสาทพลงศพระสงฆ์มอญ หรือเมรุลอย (สถาปัตยกรรมแบบชั่วคราว) ไม่สามารถนำลวดลายมาใช้ในงานออกแบบได้ เพราะมีข้อจำกัดในเรื่องของศาสนาและงานพิธีกรรมอวมงคล ในส่วนภาพรวมของอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณี ศิลปะหัตถกรรม พิธีกรรม ความเชื่อ และวิถีความเป็นอยู่ นั้น สามารถนำลวดลายจากงานประเพณี วัฒนธรรมการแต่งกาย งานศิลปะหัตถกรรม วิถีความเป็นอยู่ และกลุ่มพันธุ์พืช มาใช้ในการออกแบบถอดลวดลาย และใช้งานกลุ่มสีได้ แต่ต้องดูความเหมาะสมและตำแหน่งในการใช้งาน แต่ในส่วนของการพิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับความตาย ไม่สมควรนำลวดลายมาใช้ใน

การออกแบบ เพราะเป็นเรื่องละเอียดอ่อนทางจิตใจ ดังนั้นลวดลายที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบลงบนเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย รวมถึงของใช้ ของแต่งบ้าน คือ ลวดลายจากกลุ่มหงส์มอญ ธงตะขาบ และพันธุ์พฤกษา เนื่องจากเป็นลวดลายจากอัตลักษณ์ร่วมของชาวมอญ แต่ต้องนำไปใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของ (ณัฐพงศ์ จิตนิริรัตน์, 2553) จากการสำรวจความคิดเห็นก่อนการออกแบบของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ต้องการจากการประยุกต์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญคือ ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน คุณสมบัติที่ต้องการให้มีในการสร้างผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญคือ การอนุรักษ์สืบสานประเพณีวัฒนธรรม การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการตลาด รวมไปถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยมากที่สุดคือ ด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านความสวยงาม แสดงให้เห็นว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมนั้นต้องสอดคล้องในด้าน ความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรม ความสวยงามและวัสดุในการผลิต สอดคล้องกับแนวคิดของ (จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง, 2558, น.105-107) และ (พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล, 2553)จากการศึกษาและออกแบบลวดลายจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ พบว่า ลวดลายที่ผสมผสานรูปทรงเลขาคณิต โดยเทคโนโลยีการออกแบบจากคอมพิวเตอร์ ลวดลายที่ปรากฏขึ้นจะเป็นลวดลายที่คล้ายกับลวดลายงานทอ ซึ่งเด่นด้วยรูปทรง โครงสร้าง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการผูกและเรียงลายสลับกันไปมา ทำให้เกิดเป็นลวดลายใหม่ เข้าใจง่าย สามารถนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ สอดคล้องกับแนวคิดของ (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546, น.94)

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม. (2559). การขับเคลื่อนการดำเนินงานตามนโยบายประเทศไทย 4.0. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563.
จาก https://www.m-culture.go.th/th/article_view.php?nid=5665.
- จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง. (2558). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร. กรุงเทพฯ: มินิเซอร์วิส ชัพพลาย.
- ชนากานต์ ไสยะยะพันธ์. (2562). การอยู่ร่วมกันในสังคมที่ต่างมีความหลากหลายของวัฒนธรรม. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563.
จาก https://chonladec.blogspot.com/2019/02/blog-post_89.html.
- ขวัญ ทองโรจน์. (2554). การวิจัยวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 7(1), หน้า 129-138.
- ณัฐพงศ์ จิตนิริรัตน์. (2553). อัตลักษณ์ชุมชน : อัตลักษณ์ และการพัฒนาเพื่อเคลื่อนเปลี่ยนตำแหน่งแห่งที่ของชุมชน (พิมพ์ครั้งที่ 1). สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ดาหวัน ธงศรี. (2557). การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น (อีสานใต้) ของห้องสมุดโรงเรียน. วารสารมนุษยศาสตร์ ฉบับบัณฑิตศึกษา, 3(2), หน้า 22-37. สืบค้นจาก <http://www.human.ru.ac.th/grad/images/pdf/2557-3-2/col02.pdf>
- ทินวรัช รักอิสสระกุล และธัญญธร อินทร์ทำนาง. (2556). การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นประจำภาคเหนือตอนล่างเพื่อการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 33(1), หน้า 93-110. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2563. จาก <https://so05.tcithaijo.org/index.php/sujthai/article/view/7787/8277>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: บริษัท สุริยสาส์น จำกัด.
- ประเสริฐ ศีลรัตน. (2531). ของที่ระลึก (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2551). ตัวตนคนมอญบนรากเหง้าบรรพบุรุษมอญ. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563.
จาก <https://mgronline.com/qol/detail/9510000024786>.
- พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. (2553). การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชรินทร์ ว่องไชยกุล และคณะ. (2559). สร้างแบรนด์ในยุค Branding 4.0. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563.
จาก <https://positioningmag.com/1106474>.
- วิลาศ โพธิสาร. (2552). การปรับตัวทางสังคมของชาวกูยในบริบทพหุวัฒนธรรมเขตอีสานใต้. (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). สาขาวิชาโทศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย. (2563). ข้อมูลทั่วไปด้านประชากร. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2563. จาก <https://www.boi.go.th/index.php?page=demographic&language=th>.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2564). ประเทศไทยอยู่ตรงไหนในเวทีความยั่งยืนโลก. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2564. จาก https://www.nstda-tiis.or.th/publications_media/epi/

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). **อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด = Identity**. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Hall, Stuart. (1993). 'Cultural Identity and Diaspora', in Patrick Williams and Laura Chrisman (eds), **Colonial Discourse and Post-colonial Theory: A Reader**. New York: Harvester Wheatsheaf, pp. 392-403