

การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมโนรา เพื่อเพิ่มมูลค่าสู่หัตถกรรมสร้างสรรค์
“ชุมชนวิถีพุทธคลองแดน จังหวัดสงขลา”

สุรภา วงศ์สุวรรณ

The study of nora cultural identity to add value to creative handicrafts
“buddhists Klong Dan community, Songkhla province

Surapa Wongsuwan

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Faculty of Architectural Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
*Corresponding author. E-mail address: surapa.w@rmutp.ac.th
received: July 21,2021 revised: September 30,2021 accepted: November 14,2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ 1.เพื่อศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ศิลปะภูมิปัญญาวัฒนธรรมโนรา สำหรับการพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่สากล 2. เพื่อสังเคราะห์และพัฒนาออกแบบต้นแบบลวดลายงานผลิตภัณฑ์ โดยศึกษาความสัมพันธ์ของวัสดุระหว่างบริบทของงานหัตถกรรมกับชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรมโนรา ใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม การสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก เก็บสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในชุมชนคลองแดน นักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบ ก่อนทำการออกแบบร่างจำนวน 150 คน และสำรวจความพึงพอใจจำนวน 420 คน โดย 1. ประเมินปัจจัยการเลือกซื้อของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ชุมชนคลองแดน จังหวัดสงขลา และ 2.ความพึงพอใจของลวดลายกราฟิก สรุปผลด้วยค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้ โดยผลการวิจัยพบว่า 1. งานหัตถกรรมที่นิยมมากที่สุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์จากกระจูดสาน การแปรรูป ค่านึงถึงประโยชน์ใช้สอย สามารถสร้างสรรค์เป็นกลุ่มสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายใช้วัสดุธรรมชาติจากกระจูด เมื่อมีการผสมผสานกับความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมโนรา เป็นการเผยแพร่ไปสู่นักท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั้งรูปลักษณ์ สีสนของการแต่งกายที่ใช้เป็นการออกแบบได้ด้วยวิธีการผสมผสานกับวัสดุอื่น และ 2. ลักษณะของลวดลายบนผลิตภัณฑ์ผลสำรวจความพึงพอใจ สรุปว่ามีความเหมาะสมมาก คือ การออกแบบลวดลายที่ Nora-6 มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 มีรายละเอียดการออกลวดลายการใช้รูปแบบกราฟิก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 (SD=0.77) การใช้โทนสีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (SD=0.77) รายละเอียดของงานหัตถกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 (SD=0.74) ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (SD=0.71) ผลิตภัณฑ์มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของของการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (SD=0.76) ความเหมาะสมของลวดลาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (SD=0.72) ผลจากการพัฒนาต้นแบบจำลองจะเป็นการสื่อสารเล่าเรื่องราวความเป็นตัวตนได้อีกรูปแบบหนึ่ง รวมถึงบริบทของสังคมในปัจจุบันควบคู่กันไปกับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับชุมชนที่สามารถต่อยอดผลิตในเชิงพาณิชย์ได้จริง

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ วัฒนธรรมโนรา วัสดุร่วมสมัย

ABSTRACT

This research 1. is to study the identity of Nora cultural art for developing the product values and promoting the products to international level and 2. to synthesize and develop the prototype pattern of the products by studying the material relationship between handicraft context and community and Nora cultural art. The research tools are questionnaire, observation, survey and focus group interview of total 150 people and conducting satisfaction surveys of 420 people such as people in Klong-Dan community, tourists, specialists, and designers before designing the draft pattern by 1.evaluating purchasing factors of souvenir

from Klong-Dan community identity in Songkhla province and 2.satisfaction level of graphic pattern and summarize using percentage and standard deviation as follow; The study has founded that 1.the most popular handicraft among tourists is the products from sedge (Krajoed) weaving. The weaving processing principally concerns utility which can be made into cloths and costume products. The natural processing from sedge (Krajoed) together with Nora cultural identity will made it well known among tourists in appearances, colorful dressing from other materials mixing design and 2.the character of the pattern on the products from the satisfaction survey shows that the design of the pattern Nora-6 has total average of 4.25, the detail of graphic design has total average of 4.33 (SD =0.77), the pantone using in the handicraft has total average of 4.25 (SD=0.77), the handicraft detail has total average of 4.27 (SD = 0.74), the relationship and the importance of mind has total average of 4.25 (SD = 0.71), the product having symbols indicating communication elements has total average of 4.21 (SD = 0.76), and the pattern suitability has total average of 4.18 (SD = 0.72). The result of the pattern development will be another identity storytelling and the social context in the present together with the development of the local product could continue to commercial world.

Keywords: Identity, Nora Culture, Contemporary Material

บทนำ

“โนรา” อัตลักษณ์ความเป็นหนึ่งของวัฒนธรรมของปักษ์ใต้ ที่ยังคงสืบทอดสู่ลูกหลานด้วยความรำลึกนึกถึงบรรพบุรุษ ยังคงอยู่ในความทรงจำของผู้วิจัยตั้งแต่สมัยยังเด็ก และเป็นความภาคภูมิใจ เมื่อมีประกาศว่าด้วยคณะรัฐมนตรีเสนอกระทรวงวัฒนธรรมเสนอให้ ‘โนรา’ เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติต่อยูเนสโก เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2562 พ.อ.อิทธิฤทธิ์ ไชยญาติ ผู้ช่วยโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เปิดเผยมติการประชุมคณะรัฐมนตรีว่า ที่ประชุมมีมติเห็นชอบให้กระทรวงวัฒนธรรม เสนอองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติขึ้นทะเบียน “โนรา” เป็นตัวแทนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติที่สืบทอดในพื้นที่ภาคใต้ 5 สาย ครอบคลุม 4 จังหวัด ได้แก่ พัทลุง ตรัง นครศรีธรรมราช และสงขลา เพื่อแสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าต่อศิลปวัฒนธรรมของชุมชน (ทีเอ็นเอ็น, 2562) ด้วยท่วงทำนองอันอ่อนช้อยแต่กลับเปี่ยมไปด้วยพลังของทำราผสมผสานกับเสียงดนตรีหนักแน่นจากทับ (หรือ โทณ) ที่ให้จังหวะในลีลา ประกอบกับเครื่องแต่งกายอันเป็นเอกลักษณ์ที่ประดับลูกปัดหลากหลายสี และสีของเครื่องแต่งกายคือเสน่ห์อันยากจะหาใครเปรียบของโนรา ความงามของสีที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่า สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของการแสดงพื้นบ้าน การนำลูกปัดมาร้อยและการใช้สีที่ตัดกัน เพื่อให้เห็นลวดลายที่ปรากฏอย่างชัดเจนและสวยงาม เช่น สีขาว สีเหลือง สีน้ำเงิน สีแดง สีดำ สีม่วง สีส้ม เป็นต้น การให้สีดังกล่าวนี้มีหลักการใดเป็นกรอบจำกัด จะเป็นความชอบส่วนตัวหรือตามความเชื่อในเรื่องของการใช้สีนั้น โนราเป็นที่รู้จักของคนในภาคใต้มาแต่โบราณ เป็นการแสดงพื้นเมืองที่สืบทอดกันมายาวนาน แต่ครั้งสมัยกรุงศรีอยุธยา เชื่อกันว่าโนราเกิดขึ้นครั้งแรกที่หัวเมืองพัทลุง ปัจจุบันคือตำบลบางแก้ว จังหวัดพัทลุง แล้วแพร่ขยายไปยังหัวเมืองอื่น ๆ ของภาคใต้ จวบจนเมื่อไปถึงภาคกลางจึงกลายเป็นต้นกำเนิดของละครชาตรี โดยการนำเรื่อง “พระสุธนมโนราห์” มาแสดงและเรียกชื่อว่า “มโนราห์” หรือ “มโนห์รา” ส่วนจุดเด่นที่ทำให้โนราเป็นศิลปะการแสดงที่แตกต่างจากการแสดงอื่น ๆ คือเครื่องแต่งกายและเครื่องดนตรีที่ถือเป็นองค์ประกอบหลักของโนรา ไม่ว่าจะเป็นความวิจิตรบรรจงของเทริด (อ่านว่า เซ็ด) ซึ่งเป็นเครื่องประดับศีรษะของตัวนายโรงหรือโนราใหญ่ รวมถึงเครื่องลูกปัดที่ร้อยด้วยลูกปัดสีเป็นลายดอกดวง ใช้สำหรับสวมลำตัวท่อนบนแทนเสื้อประดับด้วยปีกนกแอ่นหรือปีกเหม่ง ทับทรงปักหรือหางหงส์ ผ้านุ่ง สนับเกล้าผ้าห้อยหน้า ผ้าห้อยข้าง กำไลต้นแขน-ปลายแขน และเล็บ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นอีกหนึ่งงานศิลปะที่ต้องอาศัยความอดสาหะในการสร้างสรรค์ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2559, น.71) เรื่องราวผ่านการบอกเล่าจากปู่ย่า ตายาย และการพบเห็นสืบทอดเจตนาประเพณีวัฒนธรรมของบรรพบุรุษ สิ่งที่จับต้องไม่ได้เป็นเรื่องราว มืองค์ประกอบสำคัญของการแสดงโนราก็คือการผสมผสานกันอย่างกลมกลืนระหว่างการร้องกับการรำ แต่ในบางโอกาสยังแสดงเป็นเรื่องและในบางส่วนจัดเป็นการประกอบพิธีกรรมตามคติความเชื่อเรื่องการไหว้ครูอีกด้วย การแสดงของโนราสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบหลักที่มีความแตกต่างกัน หนึ่งคือ โนราประกอบพิธีกรรม หรือที่เรียกว่า “โนราโรงครู” สองคือ โนรา เพื่อความบันเทิง โนราโรงครูเป็นพิธีที่มีความสำคัญของวงการโนรา ใช้เพื่อแสดงความเคารพต่อครูและบรรพบุรุษ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2559, น. 72) เรื่องราวเหล่านี้ยังคงมี

การสืบเจตนาในแต่ละปีของช่วงเดือน 3 เดือน 6 หรือ เดือน 9 ผู้ที่นับถือหรือลูกหลานจะจัดพิธีโนราโรงครูขึ้นเพื่อแสดงความเคารพรักต่อครูและบรรพบุรุษ

ศิลปวัฒนธรรม “โนรา” ของปักษ์ใต้ดินแดนแห่งอารยธรรมจึงแสดงออกถึงความหลากหลายภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์การแสดงความเป็นตัวตน เป็นตัวแปรหนึ่งที่จะสามารถเข้าถึงชุมชนและกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายที่สุด ในยุคของการสื่อสารแบบดิจิทัล 4.0 จะสามารถสร้างแรงดึงดูดและนำพาความเป็นตัวตนของชุมชน ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี วิถีความเป็นอยู่ สะท้อนทุนทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ เผยแพร่ข้อมูลเรื่องราวผ่านผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งข้อมูลในเรื่องราวของผลิตภัณฑ์เชิงการท่องเที่ยวยังเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นการเพิ่มเนื้อหาข้อมูลองค์ความรู้ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นำเสนอเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว อีกทั้งยังตอบสนองนโยบายของภาครัฐในการให้ความสำคัญของจังหวัดเมืองรอง และพื้นที่ใกล้เคียงให้มีความเจริญแบบมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้สู่ครัวเรือน รวมถึงการกระจายรายได้สู่การท่องเที่ยวในเขตการท่องเที่ยวการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ให้เป็นที่รู้จักนอกเหนือจากเมืองหลักของแต่ละภูมิภาค และประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ณ ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของกรมการท่องเที่ยว มี 3 ด้านหลัก คือ 1.การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 2.การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการท่องเที่ยว และ 3. การพัฒนาบุคลากร (การท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) โดยยึดการสร้างเอกลักษณ์จากความเป็นตัวตน การพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมโดยอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิม และภูมิปัญญาท้องถิ่น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) ยุทธศาสตร์ด้านการบริการสินค้าและการท่องเที่ยว มีนโยบายชัดเจนในการพัฒนาในส่วนต่าง ๆ ตามรายของกลุ่มสาขาอย่างชัดเจน การพัฒนาในส่วนของการประชาสัมพันธ์โดยใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นสื่อการเล่าเรื่องราว เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงมีส่วนสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้เข้าใจความสำคัญของแต่ละพื้นที่ของเมืองท่องเที่ยววันนั้น จึงเป็นเครื่องมือเบิกทางให้เกิดการเรียนรู้ในความเป็นอยู่ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่มีความน่าสนใจและสามารถเผยแพร่สู่พื้นที่การเรียนรู้อื่นให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และ “จังหวัดสงขลา” เป็น ศูนย์กลางการค้า อุตสาหกรรมเกษตร ท่องเที่ยว เมืองสีเขียว ประชาชนมีคุณภาพ สุภาพชนมีศักยภาพในการเป็นเมืองศูนย์กลางการค้า การลงทุน มีต้นทุนด้านต่าง ๆ แลทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม มีแหล่งพลังงานสามารถเชื่อมโยงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจได้ ทั้งภายใน กลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้เศรษฐกิจของจังหวัดสงขลา ยังเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้และใน 14 จังหวัดภาคใต้ด้วย ดังนั้น จุดเน้นการพัฒนาจังหวัดสงขลา คือ การพัฒนาให้ไปสู่ความเจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ (Growth & Competitiveness) จะส่งผลให้เกิดกระจายความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไปสู่จังหวัดต่าง ๆ ในกลุ่มและต่างกลุ่มที่มีการเชื่อมโยงกัน (Inclusive Growth) (กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสงขลา, 2557, น.209) มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของเศรษฐกิจขยายตัว และประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น กลยุทธ์ในหัวข้อที่ 4 พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงธุรกิจ ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพ และขีดความสามารถของชุมชนในการบริหารจัดการ เพื่อให้เป็นหมู่บ้าน/ชุมชนเข้มแข็ง ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และสืบทอด ด้านศาสนา ศิลปะวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม

กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ และนรินทร์ สังข์รักษา (2561, น.168) จากผลงานวิจัยกล่าวว่าเนื่องจากคนในชุมชนคลองแดน แม้เห็นความเจริญจากท้องถิ่นอื่น แต่ก็ยังรักความเป็นชุมชนดั้งเดิมของบ้านคลองแดน จึงไม่ได้นำความเจริญจากท้องถิ่นอื่นกลับมาที่บ้านคลองแดนแบบทั้งหมด แต่เอาแนวคิดในการทำให้บ้านเมืองเจริญมาปรับใช้ความเป็นชุมชนดั้งเดิมของบ้านคลองแดน นั่นคือการพัฒนาบ้านคลองแดนให้เป็นชุมชนดั้งเดิมที่สมบูรณ์แบบเหมือนกับอดีต และคืนความเป็นอดีตให้กับบ้านคลองแดน การถ่ายทอดความรู้สึกร่วมกันของอัตลักษณ์ของสุนทรีย์จากประสาทสัมผัสด้วยการมองเห็นด้วยตา อัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่เห็นคือลักษณะของเครื่องแต่งกายของโนรา ท่ารำ นาฏศิลป์และการแสดง ผ่านเรื่องราวในรูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนกระจูดสานที่เป็นประโยชน์สำหรับชุมชน สามารถต่อยอดสร้างสรรค์ให้เป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานวัสดุอื่นเพื่อให้เกิดเป็น “วัสดุใหม่” หรือที่เรียกว่า “วัสดุร่วมสมัย” และสามารถทำได้โดยง่ายการใช้เทคนิคผสมผสาน ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในยุคศตวรรษที่ 21 ทุกคนจะสามารถสัมผัสได้ในสังคมแห่งการเรียนรู้ที่เป็นการพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดขึ้นนวัตกรรม การเรียนรู้ในระดับชุมชน ส่งเสริมการแข่งขันนำไปสู่ปัจจัยหลายด้านในการพัฒนาชุมชนรวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชน การแข่งขันเพื่อให้ตนเองอยู่รอด เพื่อปรับเปลี่ยนระดับชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีกว่าเดิม การเพิ่มศักยภาพเพื่อยกระดับความเป็นอยู่ รวมถึงการเพิ่มรายได้สู่ชุมชนด้วยการสร้างกระบวนการที่เรียกว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ที่เป็นวงจรของการสร้างสรรค์ การผลิต การจัดจำหน่ายสินค้า และบริการที่ใช้การสร้างสรรคและทุนทางปัญญาเป็นปัจจัยพื้นฐานสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนเน้นการปรับปรุงเชิง

คุณภาพให้ดีขึ้น โดยยังมีการศึกษาในเรื่องของทรัพยากรเป็นพื้นฐานหรือมีการเพิ่มขึ้นของ “คุณภาพ” หรือ “คุณค่า” นำไปสู่การเจริญเติบโตในเชิงมูลค่า ในการส่งเสริมรายได้เพิ่มให้กับชุมชน อีกทั้งยังสามารถสานต่อมรดกทางวัฒนธรรมด้วยภูมิปัญญาและงานศิลปหัตถกรรมเข้าด้วยกัน ยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์สำหรับการออกแบบที่สร้างสรรค์ผลผลิตโดยชุมชนสามารถทำได้ด้วยเทคนิคอย่างง่ายเพื่อเป็นต้นแบบ ผลงานวิจัยยังคงเป็นโครงสร้างพื้นฐานการวิจัยขนาดใหญ่ด้านวัฒนธรรม เก็บรวบรวมความหลากหลายทางวัฒนธรรมไว้เป็นสมบัติของชาติและมนุษยชาติ เพื่อเป็นแหล่งค้นคว้าและต่อยอดของนักวิชาการไทยและนักวิชาการต่างชาติ เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการพัฒนานวัตกรรมใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ศิลปะภูมิปัญญาวัฒนธรรมโนรา สร้างสรรค์งานผลิตภัณฑ์จากวัสดุพื้นถิ่น สำหรับการพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่สากล 2] เพื่อสังเคราะห์และพัฒนาต้นแบบลวดลายงานผลิตภัณฑ์ ร่วมกับวัสดุพื้นถิ่น สู่ออกเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมโนรา ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนวิถีพุทธคลองแดน จังหวัดสงขลา

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นคว้าโดยการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม แบบสอบถามแบบปลายเปิด การสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

1. การเก็บข้อมูล

1.1 ศึกษาวัสดุ ลักษณะวัสดุจากธรรมชาติในชุมชน

1.2 ผลที่ได้จากการศึกษาภาคเอกสาร การศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาถ่ายทอดการสร้างองค์ความรู้

1.3 ผลการสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

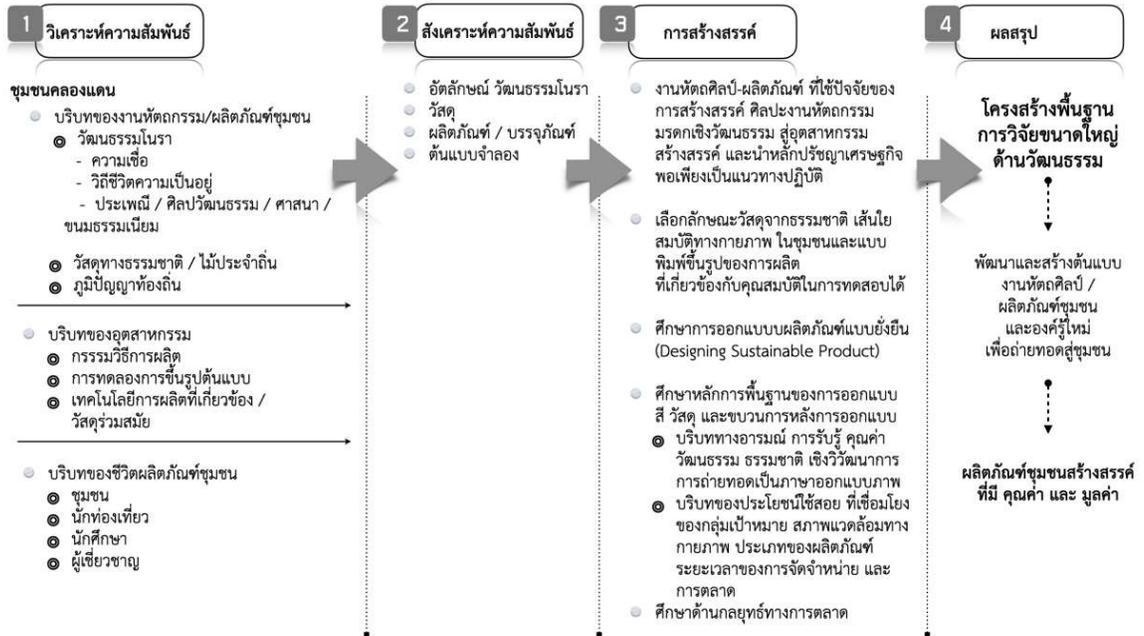
ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมโดยมีกลุ่มประชากรผู้เยี่ยมเยือนคนไทยของจังหวัดสงขลา ปีงบประมาณ 2563 (ตุลาคม 2562 - กันยายน 2563) จำนวน 1,640,783 คน (สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2563) และกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 1] เก็บข้อมูลก่อนการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ จำนวน 150 คน และ 2] สืบหาความพึงพอใจหลังจากการออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่าง 420 คน ได้แก่ ประชากรในชุมชนคลองแดน นักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบ โดยยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนขึ้นได้ 95% (± 5) (Taro Yamane, 1967) การกำหนดการสร้างงานเพื่อการสร้างสรรคงานการออกแบบและการกำหนดขนาดตัวอย่างที่มีประชากรขนาดใหญ่ โดยต้องการกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการทำวิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง เลือกใช้วิธีการสุ่มแบบตามความสะดวก เนื่องจากเป็นวิธีที่ทำได้โดยง่ายและไม่ซับซ้อนโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นความถี่และร้อยละ เพราะจะสามารถนำมาใช้แจกแจงปริมาณคำตอบได้อย่างกระชับรัด ชัดเจนง่ายในการเปรียบเทียบ

3. ผลสรุปเพื่อพัฒนาการออกแบบ ผู้วิจัยใช้กรอบเพื่อเป็นแนวทางในการทำงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ศึกษาความสัมพันธ์ของวัสดุระหว่างบริบทของงานหัตถกรรมระหว่างชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรมโนรา (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2563)

ศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ศิลปะภูมิปัญญา วัฒนธรรมโนรา (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2563) เพื่อการสร้างสรรคงานผลิตภัณฑ์จากวัสดุพื้นถิ่น (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2559) ในการพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่สากล วัสดุร่วมที่มีคุณสมบัติเข้ากันได้ และแปรรูปให้เกิดเป็นวัสดุทางเลือกใหม่ ศึกษาการสร้างสรรค์ เพื่อการออกแบบโดยใช้ปัจจัยของการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (อาชัญ นักสอน, 2560) และนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางปฏิบัติ ศึกษาหลักการพื้นฐานของการออกแบบสี วัสดุ และขบวนการหลังการออกแบบ (CMF) (Liliana Becerra, 2016) และการใช้สี (ประชา สุวีรานนท์, 2551)

โดยมีแนวคิดในการดำเนินการวิจัยดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการศึกษา

ผลของการศึกษาการเก็บข้อมูลก่อนการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์

1. ด้วยการศึกษาวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการเลือกซื้อของที่ระลึกของจังหวัดสงขลา 1. จุดประสงค์ของการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่าง มีจุดประสงค์ในการเลือกซื้อในลำดับที่ 1 เรื่องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด และช้อปปิ้ง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 ลำดับที่ 2 มีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนาจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 และลำดับที่ 3 คือ การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ 2. ปัจจัยในการเลือกซื้อของที่ระลึก มุ่งเน้นในลำดับที่ 1 เรื่องด้านประโยชน์ใช้สอย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ลำดับที่ 2 ด้านความรู้สึกทางจิตใจ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และลำดับที่ 3 ด้านความงาม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 ตามลำดับ 3] ประเภทที่นิยมเลือกซื้อของฝากประเภทใดมากที่สุด เป็นลำดับที่ 1 คือ ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก* จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 45.20 ลำดับที่ 2 ประเภทอาหาร จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 41.90 และลำดับที่ 3 ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 4] สินค้าหัตถกรรมการท่องเที่ยวที่นิยมเลือกซื้อในจังหวัดสงขลา เป็นลำดับที่ 1 ผลิตภัณฑ์จากกระจูดสาน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 37.20 รองลำดับ 2 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากตาล จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 และลำดับที่ 3 ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ตามลำดับ

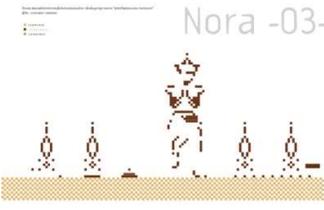
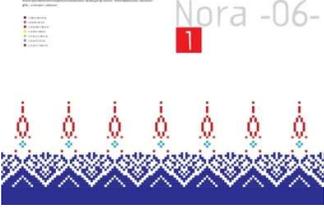
2. ผลจากการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน “ชุมชนคลองแดน จังหวัดสงขลา” 1. กลุ่มตัวอย่างแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่สะท้อนประเพณี วัฒนธรรม “ชุมชนคลองแดน จังหวัดสงขลา” เป็นลำดับที่ 1 เป็นวัฒนธรรมโนรา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 41.40 ลำดับที่ 2 อาหารพื้นบ้าน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 และลำดับที่ 3 เป็นงานสถาปัตยกรรมบ้านเรือน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 ตามลำดับ 2. เมื่อกลุ่มตัวอย่างนึกถึงศิลปวัฒนธรรมโนรา จะนึกถึงสิ่งใดมากที่สุด ลำดับที่ 1 ทำรำนากฎศิลป์และการแสดง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 ลำดับที่ 2 รูปลักษณ์ สีสันทนาการแต่งกาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 และลำดับ 3 พิธีกรรม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ตามลำดับ 3. เมื่อกล่าวถึงวัสดุพื้นถิ่นของ “ชุมชนคลองแดน จังหวัดสงขลา” ที่มีชื่อเสียง และสร้างรายได้ให้กับชุมชนมากที่สุด เป็นลำดับที่ 1 ต้นตาล จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 ลำดับที่ 2 กระจูด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.20 และลำดับที่ 3 คือ ข้าว จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30

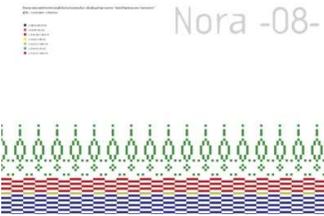
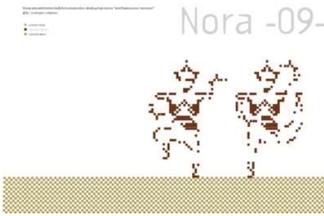
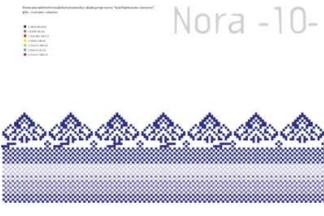
ตามลำดับ 4. ผลผลิตจากวัสดุใดที่ควรส่งเสริมอนุรักษ์ และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ประจำ “ชุมชนคลองแดน จังหวัดสงขลา” ลำดับที่ 1 เป็น ผลิตภัณฑ์กระจูด จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 31.60 ลำดับที่ 2 ผลิตภัณฑ์ข้าวและผลิตภัณฑ์ตาล จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 และลำดับที่ 3 ผลิตภัณฑ์จากใบบัว และมะพร้าว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 ตามลำดับ 5. การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาที่สามารถสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีวิถีชุมชน ลำดับที่ 1 เป็น ลักษณะท่องเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 44.60 ลำดับที่ 2 ท่องเที่ยวชุมชนธรรมชาติ และท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบชุมชนเมือง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ลำดับที่ 3 ท่องเที่ยวแบบเกษตรเรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ตามลำดับ 6. งานหัตถกรรมที่มีความนิยมมากที่สุดและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นลำดับที่ 1 ผลิตภัณฑ์จากกระจูดสาน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 ลำดับที่ 2 ผลิตภัณฑ์จากตาล จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 และลำดับที่ 3 ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 7. กลุ่มตัวอย่าง รู้จักวัสดุธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์จากกระจูด โดยรู้จัก จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 77.80 และไม่รู้จักจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 22.20 8.การแปรรูปวัสดุจากธรรมชาติที่สามารถผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใด เลือกเป็นลำดับที่ 1 ชุดประดับตกแต่งฝาผนัง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 ลำดับที่ 2 บรรจุก้นท์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และลำดับที่ 3 ชุดอุปกรณ์เครื่องใช้เครื่องเขียนและสร้างสรรค์เป็นชุดงานศิลปะ (Installation Art) จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 9.การแปรรูปวัสดุจากธรรมชาติ “กระจูด” สามารถสร้างสรรค์เป็นประเภท ที่ใช้ร่วมกับกลุ่มสินค้าประเภทใด เป็นลำดับที่ 1 ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 87.10 และลำดับ 2 เป็นประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 และ 10. การแปรรูปวัสดุจากธรรมชาติ “กระจูด” หากต้องผสมผสานความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมโนรา ทานอยากให้ผู้รูปแบบใดเป็นการสื่อหรือเผยแพร่ไปสู่นักท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก เป็นลำดับที่ 1 คือรูปลักษณ์ สีสนของการแต่งกาย จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 ลำดับที่ 2 ทำรำ นาฏศิลป์และการแสดง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 และลำดับพิธีกรรม จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30

การออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิเคราะห์จากการเก็บข้อมูลก่อนการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์สำหรับการพัฒนาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนมุมมองเรื่องราวผ่านการสื่อสารที่ว่าด้วยลวดลายสำหรับผลิตภัณฑ์และสำรวจความพึงพอใจสรุปได้โดย

ตาราง 1 ผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างความพึงพอใจของลักษณะลวดลายกราฟิกบนผลิตภัณฑ์

ลำดับ	กราฟิกบนผลิตภัณฑ์	ข้อมูลการสำรวจ	N=420		ระดับความพึงพอใจ
			\bar{X}	SD	
1.		การออกแบบลวดลาย Nora 1 (5)			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	4.23	0.72	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	4.17	0.70	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	4.17	0.80	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	4.06	0.77	มาก
		ผลิตภัณฑ์มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	4.01	0.76	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	4.04	0.78	มาก
		รวม	4.11	0.04	มาก
2.		การออกแบบลวดลาย Nora 2			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	3.91	0.84	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	3.66	0.92	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	3.97	0.89	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	3.92	0.74	มาก
		ผลิตภัณฑ์มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	3.89	0.83	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	3.93	0.77	มาก
		รวม	3.88	0.07	มาก

ลำดับ	กราฟิกบนผลิตภัณฑ์	ข้อมูลการสำรวจ	N=420		ระดับความพึงพอใจ
			\bar{X}	SD	
3.	 <p>Nora -03-</p>	การออกแบบลวดลาย Nora 3			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	3.69	0.97	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	3.84	0.98	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	3.56	1.04	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	3.94	0.82	มาก
		ผลิตภัณฑ์มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	3.87	1.04	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	3.75	1.01	มาก
		รวม	3.78	0.08	มาก
4.	 <p>Nora -04-</p>	การออกแบบลวดลาย Nora 4 (4)			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	4.18	0.79	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	4.13	0.79	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	4.07	0.75	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	4.05	0.68	มาก
		ผลิตภัณฑ์มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	4.10	0.69	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	4.13	0.70	มาก
		รวม	4.11	0.05	มาก
5.	 <p>Nora -05-</p>	การออกแบบลวดลาย Nora 5 (6)			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	4.03	0.91	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	4.09	0.87	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	4.03	0.84	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	4.07	0.85	มาก
		ผลิตภัณฑ์มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	4.16	0.88	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	4.14	0.85	มาก
		รวม	4.09	0.03	มาก
6.*	 <p>Nora -06-</p>	การออกแบบลวดลาย Nora 6 (1)			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	4.33	0.77	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	4.25	0.77	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	4.27	0.74	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	4.25	0.71	มาก
		ผลิตภัณฑ์มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	4.21	0.76	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	4.18	0.72	มาก
		รวม	4.25	0.03	มาก
7.	 <p>Nora -07-</p>	การออกแบบลวดลาย Nora 7			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	3.96	0.94	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	3.84	0.90	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	3.93	0.91	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	3.95	0.88	มาก
		ผลิตภัณฑ์มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	4.00	0.86	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	3.94	0.88	มาก
		รวม	3.94	0.03	มาก

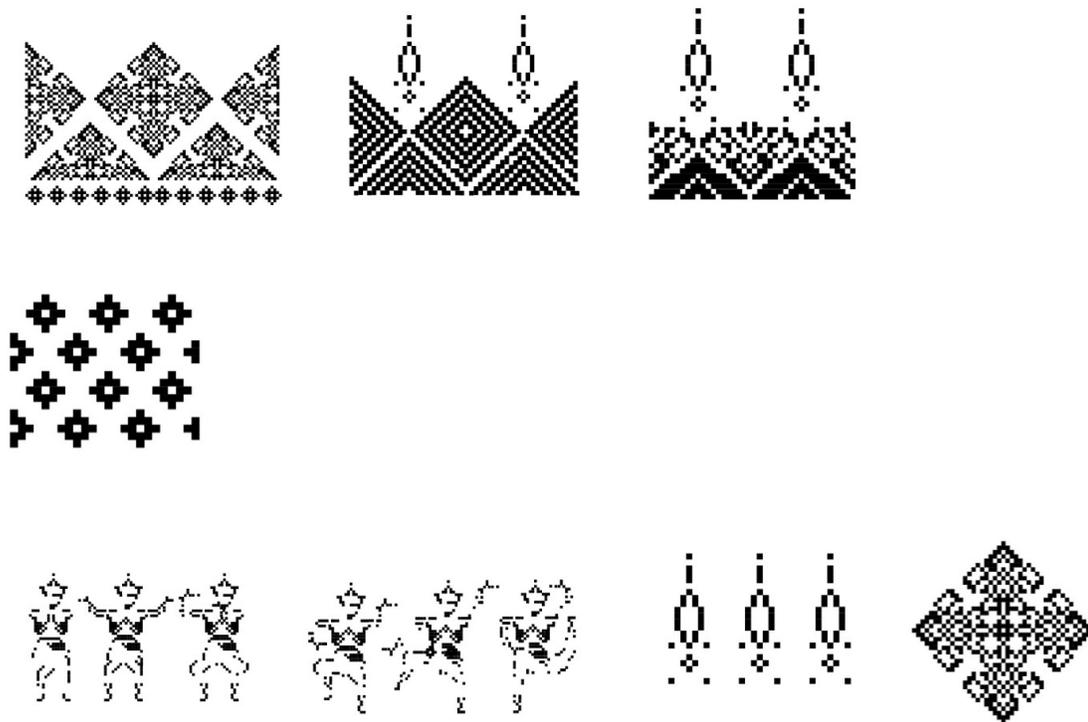
ลำดับ	กราฟิกบนผลิตภัณฑ์	ข้อมูลการสำรวจ	N=420		ระดับความพึงพอใจ
			\bar{X}	SD	
8.	 <p>Nora -08-</p>	การออกแบบลวดลาย Nora 8			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	3.80	0.87	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	3.86	0.98	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	3.67	0.87	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	3.76	0.89	มาก
		ผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	3.76	0.83	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	3.73	0.87	มาก
รวม	3.76	0.05	มาก		
9.	 <p>Nora -09-</p>	การออกแบบลวดลาย Nora 9			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	3.93	0.84	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	3.89	0.85	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	3.91	0.81	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	3.99	0.84	มาก
		ผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	4.01	0.83	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	4.01	0.78	มาก
รวม	3.96	0.03	มาก		
10.	 <p>Nora -10-</p>	การออกแบบลวดลาย Nora 10			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	4.14	0.76	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	4.07	0.82	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	4.05	0.75	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	4.01	0.76	มาก
		ผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	4.01	0.73	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	3.97	0.76	มาก
รวม	4.04	0.03	มาก		
11.**	 <p>Nora -11-</p>	การออกแบบลวดลาย Nora 11 (2)			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	4.13	0.84	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	4.20	0.73	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	4.14	0.83	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	4.13	0.79	มาก
		ผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	4.23	0.82	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	4.22	0.87	มาก
รวม	4.18	0.05	มาก		
12.** *	 <p>Nora -12-</p>	การออกแบบลวดลาย Nora 12 (3)			
		ลวดลาย / การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม	4.28	0.74	มาก
		การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม	4.00	0.91	มาก
		ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม	4.23	0.73	มาก
		ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า	4.13	0.79	มาก
		ผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสาร	4.21	0.74	มาก
		ความเหมาะสมของลวดลาย	4.13	0.75	มาก
รวม	4.16	0.07	มาก		

ผลจากลักษณะของลวดลายสำหรับการสานลายกระจูดหรือใช้เป็นกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ โดยออกแบบ 12 ลาย เมื่อสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง 420 คน ได้ผลสรุปความพึงพอใจมีความเหมาะสมมาก ลำดับที่ 1 คือ การออกแบบลวดลาย Nora-6 มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.25$ โดยมีรายละเอียดของการออกแบบลวดลาย การใช้รูปแบบกราฟิกบนงานหัตถกรรม มีค่าเฉลี่ย

$\bar{X} = 4.33$ การใช้โทนสีในรูปแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.25$ ลวดลาย / รายละเอียดของงานหัตถกรรม มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.27$ ความสัมพันธ์และสำคัญทางด้านจิตใจกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.25$ ผลิตภัณฑ์มีสัญลักษณ์บ่งชี้องค์ประกอบของการสื่อสารมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.21$ ความเหมาะสมของลวดลาย มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.18$ ลำดับที่ 2 การออกแบบลวดลาย Nora 11 ค่าระดับความพึงพอใจมีความเหมาะสมมาก ที่ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.22$ และลำดับที่ 3 การออกแบบลวดลาย Nora 12 ค่าระดับความพึงพอใจมีความเหมาะสมมาก ที่ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.16$ ตามลำดับ



ภาพ 2 วิธีการทดลองการสานด้วยดอกกระจูดสาน



ภาพ 3 วิธีการทดลองด้วยเทคนิคการใช้แม่พิมพ์ยางดำมรดกไฟ



ภาพ 4 แม่แบบพิมพ์ลายและงานต้นแบบจำลอง

การพัฒนาการออกแบบจากผลสรุปจากการสำรวจเก็บข้อมูลพบว่าลวดลายสำหรับการออกแบบใช้หลักของการตัดทอนหาจุดเด่นหรือความสำคัญขององค์ประกอบโดยรวมของความเป็นอัตลักษณ์โนรา ทำให้การสร้างสรรค์งานที่นำไปใช้เพื่อพัฒนาเป็นต้นแบบจำลองงานผลิตภัณฑ์จากวัสดุพื้นถิ่นคือ “กระจูด” ที่เป็นผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่นด้วยการสืบทอดวิถีความเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจักสาน สู่การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ด้วยอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมโนรา นำไปส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนวิถีพุทธคลองแดน จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยจะใช้ลวดลายของกราฟิกเป็นอัตลักษณ์ในการสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยทดลองด้วย 1. วิธีการสานด้วยดอกกระจูด ผลสรุปที่ได้มีความยากสำหรับชุมชนมาก ต้องหาวิธีการแกะลายซึ่งยังไม่สามารถทำได้ และ 2. ทดลองด้วยวิธีการพิมพ์ ใช้แม่พิมพ์แบบทรายาง ใช้วิธีการพิมพ์สีสกรีนบนวัสดุที่ชุมชนสามารถสร้างงานได้ด้วยตนเองได้ง่าย โดยที่ไม่ต้องจ้างหรือสูญเสียต้นทุนเพิ่ม สามารถสร้างงานด้วยตนเอง ผลิตจำหน่ายภายในครัวเรือนแบบพึ่งพาตนเองได้ จะเป็นวงจรของการสร้างสรรค์ การผลิต การจัดจำหน่ายสินค้า และบริการที่ใช้การสร้างสรรค์และทุนทางปัญญา และเป็นปัจจัยพื้นฐานสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนที่เน้น หลักการพึ่งตนเอง ถือเป็นพื้นฐานสำคัญของหลักการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาในเบื้องต้น คือ ช่วยเหลือสนับสนุนประชาชนในพื้นที่ที่มีความพอกิน พอใช้ และมีความเข้มแข็งเพียงพอที่จะพึ่งพาตนเองให้ได้ก่อนเพื่อเป็นพื้นฐานอันมั่นคงให้มีความพร้อมจะรับมือกับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างหลากหลาย และให้อยู่รอดได้อย่างสมดุล มั่นคง และยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556, น.206)

สรุปและอภิปรายผล

แนวคิดสำหรับการออกแบบแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของโนราที่สะท้อนประเพณี วัฒนธรรม สื่อสารด้วยท่ารำ 12 ท่า แห่งนาฏศิลป์โนราและใช้ลวดลายรูปลักษณะสีสนของการแต่งกาย ผสมผสานจากลวดลายที่มีการถัก ร้อยด้วยลูกปัดสีเม็ดเล็กหลาย ๆ สี มาร้อยกับเชือกให้เป็นลวดลาย เช่น กางปลา ลายลูกแก้ว หรือลายข้าวหลามตัด ลายดอกพิกุล และการเลือกใช้สีของลูกปัดที่มีหลาย ๆ สีในชุดเดียวกัน เช่น สีขาว สีเหลือง สีน้ำเงิน สีแดง สีดำ สีส้ม เป็นต้น ซึ่งการเลือกใช้สีมีสาเหตุของการเลือกใช้จากความชอบ ความเชื่อ และความต้องการของศิลปินโนรา ศิลปหัตถกรรมการร้อยลูกปัดโนรา มี 3 แบบ คือการร้อยแบบข้อ ร้อยแบบห้า-สาม และการร้อยแบบสาม-สาม (ธรรมนิตย์ นิคมรัตน์, 2549) การใช้ลวดลายต่าง ๆ นั้น นำมาตัดทอนให้ลักษณะของกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ ด้วย 1. วิธีการทดลองการสานด้วยดอกกระจูดสาน และ 2. วิธีการทดลองด้วยเทคนิคการใช้แม่พิมพ์ยางดำมรดกไฟ โดยใช้เทคนิคการพิมพ์ปั๊มด้วยแม่พิมพ์จากสีสกรีนเพื่อพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่น “ชุมชนคลองแดน จังหวัดสงขลา” ที่เป็นผลิตภัณฑ์กระจูดสาน สามารถสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชุมชน เป็นวิธีในการเล่าเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมโนรา อีกทั้ง งานหัตถกรรมกระจูดสานเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความนิยมมาก

เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ผลิตภัณฑ์จากกระจูดสานจะเป็นต้นแบบจำลอง สำหรับการแปรรูปของวัสดุด้วยการผสมผสานให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ เช่น ชุดประดับตกแต่งฝาผนัง บรรจุภัณฑ์ ชุดอุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องเขียนและสร้างสรรค์เป็นชุดงานศิลปะ (Installation Art) อีกทั้งยังสามารถแปรรูปวัสดุจากธรรมชาติ “กระจูด” มาสร้างสรรค์เป็นประเภทที่เข้าร่วมกับกลุ่มสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย การแปรรูปวัสดุจากกระจูดสานที่มีการผลิตและยังขายไม่ได้ คงเหลือจากการจำหน่าย เมื่อมีการผสมผสานกับความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมโนราจะเป็นการสื่อสารหรือเผยแพร่ไปสู่นักท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก ทั้งรูปลักษณ์ สีสนของการแต่งกายที่ใช้สำหรับเป็นการออกแบบได้ด้วยวิธีการผสมผสานกับวัสดุอื่น เช่น เศษผ้า เศษวัสดุเหลือในอุตสาหกรรมประเภทหนัง การผสมผสานโดยนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาสร้างสรรค์เป็นงานออกแบบที่ชุมชนสามารถทำได้ด้วยตนเอง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้หลักการ Circular Economy หรือ เศรษฐกิจหมุนเวียนที่ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการผลิต ที่ผ่านการผลิตเข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่ (Re-material) หรือนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าจากการใช้วัสดุในท้องถิ่นนำไปสู่ผลพลอยได้ทางอุตสาหกรรมสุรภา วงศ์สุวรรณ เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง และมียอง ขอ (2563) สรุปการพัฒนาต้นแบบจำลองของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยภูมิความรู้ของชาวบ้าน สร้างความรู้และกำเนิดความรู้ในวิธีการสร้างสรรค์ เพื่อปรับปรุงความสามารถและศักยภาพของชุมชน นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาสร้างสรรค์เป็นงานออกแบบ ด้วยการนำวัตถุดิบที่ผ่านการผลิตหรือบริโภคแล้ว เข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่ (Re-material) หรือนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) โดย 1. วัตถุดิบที่ถูกใช้ขึ้นในใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด 2. ทรัพยากรที่นำมาใช้ ต้องมาจากทรัพยากรที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ 3. รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ 4. อนุรักษ์วัฒนธรรมและชุมชน 5. ไม่ทำร้าย ความเป็นอยู่และสุขภาพของทุกคน 6. ไม่ได้วัดทุกอย่างด้วยตัวเลขแต่วัดด้วยคุณค่าทางจิตใจ 7. ระบบทุกอย่างต้องปรับเปลี่ยนได้ โดยใช้วัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน การจักสานจะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน รวมถึงการใช้กรรมวิธีในการผลิตแปรรูปให้เป็น “วัสดุใหม่” หรือที่เรียกว่า “วัสดุร่วมสมัย” ส่งงานนวัตกรรมหัตถศิลป์สร้างสรรค์ให้เป็นงานผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สร้างคุณค่าของงานให้เกิดมูลค่าได้ สามารถเพิ่มมูลค่าได้ด้วยการออกแบบที่ดี เทคโนโลยีสร้างสรรค์อย่างง่าย ด้วยกรรมวิธีการผลิตแบบการทำมือ สะท้อนให้เห็นถึงงานฝีมือ งานทำมือที่สร้างสรรค์ด้วยจินตนาการ การผสมผสานของวัสดุต่าง ๆ ได้อย่างลงตัว การสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชนด้วยเทคนิคที่ผู้วิจัยเพิ่มเติมในส่วนของการสร้างสรรค์ด้วยการพิมพ์ลวดลาย ลงบนผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการพิมพ์สกรีนด้วยหมึกพิมพ์ที่ไม่มีสารพิษ (Non-Toxic) หรือทำปฏิกิริยากับผู้ใช้ เหมาะสำหรับการพิมพ์บนผ้าในลักษณะนี้ การสร้างสรรค์จะสามารถสื่อสารเล่าเรื่องราวความเป็นตัวตนได้อีกรูปแบบหนึ่ง รวมถึงบริบทของสังคมในปัจจุบันควบคู่กันไปกับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับชุมชนที่สามารถต่อยอดผลิตในเชิงพาณิชย์ได้จริง สอดคล้องกับบทความวิจัยที่กล่าวว่าแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ชุมชนมีความเข้าใจและมีความพร้อมในการจัดการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเน้น ไตรภาคี คือ ภาครัฐ เอกชน และท้องถิ่น คำนึงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน รวมถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่ก็ยังคงมีความต้องการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จและดำรงอยู่ต่อไปได้ในอนาคต (กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ และนรินทร์ สังข์รักษา, 2561) การศึกษานานวิจัยนี้ยังคงมีประเด็นในการพัฒนาต่อยอดในส่วนของการต้นแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุกระจูด สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนวิถีพุทธคลองแดน จังหวัดสงขลา และยังคงมีการจัดทำผลสรุปและประมวลผลเป็นคู่มืออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคนิค วิธีการสร้างสรรค์ การสร้างงานผลิตภัณฑ์จากวัสดุพื้นถิ่นให้กับชุมชน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลการเผยแพร่ทางวัฒนธรรมในสังคมยุคดิจิทัล ระบบการสื่อสาร และเทคนิคการเพิ่มยอดขายแบบออนไลน์ที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น และสามารถต่อยอดในการจัดการความรู้สู่ชุมชนในรูปแบบการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างทักษะให้เกิดสัมมาชีพใหม่ และงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับชุมชนใกล้เคียงที่สามารถนำไปปรับใช้ต่อยอดในการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้การสนับสนุนจัดสรรงบประมาณด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ผ่านกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประเภท Basic Research Fund สำหรับเงินทุนโครงการวิจัย และขอขอบคุณ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญ และทีมงานวิจัยที่ร่วมดำเนินงานนำไปสู่ผลลัพธ์ความสำเร็จของงานวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ และนรินทร์ สังข์รักษา. (2561). **แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2559). **วัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญา**. กรุงเทพฯ: บริษัท รุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977) จำกัด.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2563). **โนรา : ศิลปะการร้องรำ ที่ผูกพันกับชีวิต**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสงขลา. (2557). **แผนพัฒนา 4 ปี จังหวัดสงขลา 2558-2561**. (ฉบับปรับปรุง). <http://slbkb.psu.ac.th/jspui/handle/2558/947>
- การท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. **แผนปฏิบัติการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของประเทศ พ.ศ.2558-2560. คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔).** Retrieved 4 พฤศจิกายน 2560 http://www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/mots_web57/download/article/article_20170320150102.pdf
- ทีเอ็นเอ็น. (2562). **กรม.ไฟเขียววช.ชง ‘โนรา’ เป็นมรดกวัฒนธรรม**. <https://www.isranews.org/isranews-other-news/74627-nora.html>
- ธรรมนิตย์ นิคมรัตน์. (2549). **เอกลักษณ์ของชุดลูกโปดโนรา**. **วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ**, ฉบับที่ 2 บทความวิชาการ ศิลปะการแสดง.
- ประชา สุวีรานนท์. (2551). **ดีไซน์ + คัลเลอร์ 1**. กรุงเทพฯ: ฟาเดียวกัน.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). **สังขรณ์แห่งแนวพระราชดำริสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง Retrieved from https://www.nesdc.go.th/ewt_w3c/ewt_dl_link.php?nid=9196.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2563). **อัตลักษณ์วัสดุถิ่นใต้**. In เลอชาติ ธีรธรรมเสถียร, ดร.ดารารัตน์ เมฆเกรียงไกร, ศิครินทร์ มลิณทสูต, มนต์นภา ลักษณ์พรวงศ์, & ฐนกร พิณธวัฒน์ (Eds.). Retrieved from https://web.tcdc.or.th/media/publication_lang_file/234/Southern-Thai-materials-single-page.pdf
- สำนักงานจังหวัดสงขลา. (2563). **ข่าวกิจกรรมจังหวัดสงขลาประชุมคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาและแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ ครั้งที่ 3/2563 เพื่อติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานของคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน**. Retrieved from <https://www.songkhla.go.th/news/detail/5955>
- สุภา วงศ์สุวรรณ เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง และมียอง ขอ. (2563). **The Pripree Model of Bantumsue Community to Nawat Witee (Local Innovative) for Industries Handicrafts Design with Enhancing Participation Action Approach**. **วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยนเรศวร**, ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม – มีนาคม 2565.

อาชญ์ นักร้อง. (2560). ศิลปะการออกแบบทัศนศึกษากรรม. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.

Liliana Becerra. (2016). *The Fundamental Principles of Colour, Material, and Finish Design (CMF)*. Amsterdam, United States: Frame Publishers.

Taro Yamane. (1967). *Statistics*. New York: Harper and Row.