

การออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ จังหวัดสกลนคร

DESIGN AND DEVELOPMENT OF INDIGO DYEING PRODUCT FROM “SAK KHA LAI” LEG TATTOO IDENTITY NYAW OF SAKON NAKHON PROVINCE

กมลวรรณ พงษ์กุล¹, รัตตัญญู ศิลาบุตร²

Kamonwan Pongkul¹, Rattanyoo Silabut²

E-mail: kamonwan.k@sskru.ac.th

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมวัสดุ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏศรีสะเกษ

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

¹ Lecturer in the Product Design and Material Innovation Program, Faculty of Liberal Arts and Sciences,
Sisaket Rajabhat University; Thailand.

² Lecturer in the Arts and Design Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Sisaket Rajabhat
University; Thailand.

วันที่รับบทความ: 26 ธ.ค. 2566 วันที่แก้ไขเสร็จ: 26 มี.ค. 2567 วันที่ตอบรับ: 1 เม.ย. 2567

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร และเพื่อออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) จากการศึกษาพบผู้ที่สักขาลายในตำบลหนองปลิง อำเภอานิคมน์น้ำอูน จังหวัดสกลนคร จำนวน 1 คน โดยอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร สามารถจำแนกอัตลักษณ์ได้ 2 ด้าน คือ อัตลักษณ์ปัจเจก และอัตลักษณ์อัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม โดยอัตลักษณ์ปัจเจก คือ ลักษณะของลวดลายในการสักของแต่ละบุคคลมีความคล้ายและใกล้เคียงกัน มี 6 ลวดลาย ได้แก่ ลายมอม ลายดอกไม้ ลายขีด ลายเครือไม้ ลายพันปลา และลายกรอบ ส่วนอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม มีรูปแบบและความเชื่อที่มีร่วมกันของผู้ถูกสัก คือ 1) รูปแบบของสักขาลาย เป็นการสักรอบต้นขาจนถึงหัวเข่า มีลักษณะคล้ายกางเกง 2) ความเชื่อในการสัก ได้แก่ การสักขาลายเป็นการสักเพื่อความสวยงาม และการสักขาลายแสดงถึงเป็นกลุ่มเดียวกัน ในการออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยได้นำลวดลายสักขาลาย 6 ลวดลายมาออกแบบและพัฒนาเป็นผ้าผืน ซึ่งเป็นรูปแบบที่นิยมนำไปประยุกต์และพัฒนามากที่สุดจำนวน 3 รูปแบบ นอกจากนี้ผลความพึงพอใจโดยรวมของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คนที่มีต่อผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95)

คำสำคัญ: ผ้าคราม, อัตลักษณ์, สักขาลาย, กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร

Abstract

The purposes of this study were to the “Sak Kha Lai” leg tattoo identity Nyaw of Sakon Nakhon Province and to design and develop of Indigo dyeing product from “Sak Kha Lai” leg tattoo identity. This Research used a mixed methods research model. From the study, it was found that there are people who have tattoos in Nong Pling subdistrict, Nikhom Nam Un District, Sakon Nakhon

Province, 1 person. By means of "Sak Kha Lai" leg tattoo identity Nyaw of Sakon Nakhon Provin can be classified into 2 aspects: individual identity and social and cultural identity. The individual identity is that the characteristics of each person's tattooing patterns are similar and close to each other. There are 6 patterns, including the mom pattern, the flower pattern, the khit pattern, the wooden pattern, the zigzag pattern and the frame pattern. As for social and cultural identity. There are styles and beliefs that are shared among tattoo recipients: 1) The style of the tattoo, it is a tattoo around the thigh up to the knee, looks like pants. 2) Beliefs in tattooing include tattooing legs as a popular tradition. Tattooing for beauty. And getting a tattoo on your leg is a sign of manhood. In design and develop of indigo dyeing product from "Sak Kha Lai" leg tattoo identity Nyaw of Sakon Nakhon Province, the researcher took 6 tattoo designs and developed them into fabric which are the 3 most popular styles that have been applied and developed. In addition, the results of the overall satisfaction of the target group of 50 people with the indigo dyeing from leg tattoo identity Nyaw of Sakon Nakhon Province at a high level (average 3.95)

Keywords: Indigo Dyeing, Identity, "Sak Kha Lai" Leg Tattoo, Nyaw of Sakon Nakhon Province

ความเป็นมาและความสำคัญ

ผ้าย้อมครามเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทอด้วยมือทำจากผ้าฝ้าย กรรมวิธีการผลิตใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติมีสมุนไพรในตัวเป็นการย้อมเย็น สวมใส่สบายได้หลายโอกาส ผ้าครามจะมีสีสันทนและกลืนเฉพาะถือเป็นของฝากขึ้นชื่อของจังหวัดสกลนคร นับเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมานานนับร้อยปี (อภิชาติ ชาไชย, 2560) ผ้าครามถูกประกาศให้เป็นผ้าประจำจังหวัดสกลนคร และได้รับการประกาศรับขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI (Geographical Indication) โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เล่มที่ 21 เลขที่ประกาศ 74 ในวันที่ 1 ธันวาคม 2557 นอกจากนี้จังหวัดสกลนครยังได้กำหนดตำแหน่งด้านผลิตภัณฑ์

ให้เป็น “เมืองแห่งผ้าย้อมครามธรรมชาติ (City of Indigo Dye)” ซึ่งจังหวัดสกลนครมี 18 อำเภอ มีการผลิตผ้าย้อมคราม 15 อำเภอ คิดเป็นร้อยละ 83.34 (สำนักงานจังหวัดสกลนครกลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2559) มีหลากหลายกลุ่มชุมชน ซึ่งหนึ่งในจำนวนนี้คือ กลุ่มชาติพันธุ์ ภู่อ จังหวัดสกลนคร ที่การทำผ้าย้อมครามอยู่ ทั้งนี้ กลุ่มชาติพันธุ์ ภู่อ ในจังหวัดสกลนครอพยพมาจากเมืองมหาชัยทางฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงซึ่งเป็นดินแดนลาวในปัจจุบัน โดยมีภูมิปัญญาทางผ้าย้อมคราม และมีวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์อีกอย่างหนึ่งที่กำลังสูญหายไป คือ สักขาลาย ซึ่งผู้ชายโบราณมักนิยมสักแขนขาลายด้วยหมึกสีดำแดง ถือเป็นความสวยงามและเพื่ออยู่ยงคงกระพัน ทั้งนี้การสักลายในดินแดนแถบสุวรรณภูมิที่มีชื่อเรียกว่า “สักขาลาย” เป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่บอกความแตกต่างทางชาติพันธุ์ที่มีอยู่ในแถบนี้ เอกลักษณ์ของลายสักแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) สักรูป เช่น รูปสัตว์ โดยเฉพาะตัวมอมหรือสิงห์ดำเป็นที่นิยมมากที่สุดซึ่งเน้นเรื่องความสวยงามมากกว่าเรื่องคาถาอาคม 2) สักลายเป็นการสักที่เน้นความสวยงามมีทั้งลายบัวเครือลายแห้วหมาตาย ลายใบหมากขาม และลายดอกผักแว่น 3) สักอักขระเป็นที่นิยมมากที่สุดและเน้นเรื่องคาถาอาคมเป็นรูปยันต์ประเภทต่างๆ (ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว, 2560)

จังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดที่มีการส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายของภาครัฐตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ด้านที่ 2 ว่าด้วยเรื่องยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ในส่วนของการพัฒนาภาคการผลิตและบริการ ซึ่งจังหวัดสกลนครมีผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับทางจังหวัดนั้นคือ “ผ้าย้อมคราม” ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่ามีการจัดทำแผนปฏิบัติการ สำนักงานกรมส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2565) ซึ่งได้มุ่งเน้นให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างสมดุลและยั่งยืนในระยะยาว เน้นการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และสินทรัพย์ของเมือง/ย่านสร้างสรรค์ โดยใช้องค์ความรู้สร้างสรรค์ผนวกเทคโนโลยีและนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า บริการ และทรัพย์สินทางปัญญาสร้างสรรค์ที่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ มุ่งเน้นการพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งสักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดสกลนครเป็นอีกหนึ่งที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม ที่ควรค่าแก่การศึกษา อนุรักษ์และต่อยอดให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ศึกษาในเรื่อง การออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ จังหวัดสกลนคร เพื่อให้ผ้าย้อมครามได้รับการพัฒนาให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีลายผ้าย้อมครามประยุกต์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง สามารถผลิตออกสู่ตลาดได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และมีการส่งเสริมการตลาดที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันผ่านรูปแบบต่าง ๆ อันเป็นการเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มทอผ้าย้อมครามอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ จังหวัดสกลนคร
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ จังหวัดสกลนคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ

วิธีการดำเนินงานวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาอัตลักษณ์สีกบลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนครโดยมีรูปแบบการวิจัยผสมผสาน (Mixed Methods) จึงได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ได้โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

1. ด้านเนื้อหาเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ให้ข้อมูลด้านเนื้อหาเนื้อหาในกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ (Key Informant) ประกอบไปด้วย จำนวน 4 คน ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน และกลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Information) จำนวน 1 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้ที่มีการสีกบลายในกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร

2. ด้านการออกแบบและพัฒนาผ้าคราม ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย นักวิชาการ และผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบ กลุ่มผู้ผลิตผ้าคราม จำนวน 2 คน ประกอบด้วย ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับผ้าคราม กลุ่มผู้ที่สนใจ ผู้ใช้ผ้าครามที่ได้รับการออกแบบมาจากลายสีกบลาย จากวิธีการสุ่ม ด้วยการใช้นิยามสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน + 10% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552) จำนวน 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล แบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง แบบสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม เป็นการซักถาม การสนทนากับผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อผ้าครามที่ได้รับการออกแบบจากอัตลักษณ์สีกบลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร และแบบประเมินความพึงพอใจ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งได้ 3 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 รวบรวมข้อมูลทางด้านอัตลักษณ์สีกบลายจากการสัมภาษณ์ที่เป็นทางการและที่ไม่เป็นทางการ และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์สีกบลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 2 เป็นการนำข้อมูลด้านอัตลักษณ์สีกบลายที่ได้จากการวิจัยในระยะที่ 1 มาออกแบบและพัฒนาผ้าคราม

ระยะที่ 3 เป็นการประเมินผ้าครามออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์
สักรายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร ทั้งนี้เพื่อประเมินความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์
ของที่ระลึกโดยผู้เชี่ยวชาญประเมิน ซึ่งมุ่งวิเคราะห์ในประเด็นของ 1) ด้านอัตลักษณ์ 2)
ด้านความสวยงาม และ 3) ด้านประโยชน์ใช้สอย

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบร่างของผ้าครามจากการ
สังเคราะห์อัตลักษณ์สักรายมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ และประเมินความพึงพอใจ
กลุ่มผู้ที่สนใจ ผู้ใช้ผ้าคราม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมไว้ มาจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตาม
วัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดความรู้ด้านเนื้อหา และนำไปประมวลความคิดเพื่อใช้ในขั้นตอน
การออกแบบเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดแนวความคิดของผลงาน รูปแบบ ลวดลาย
สี วัสดุ และเทคนิค

สรุปผลการศึกษา

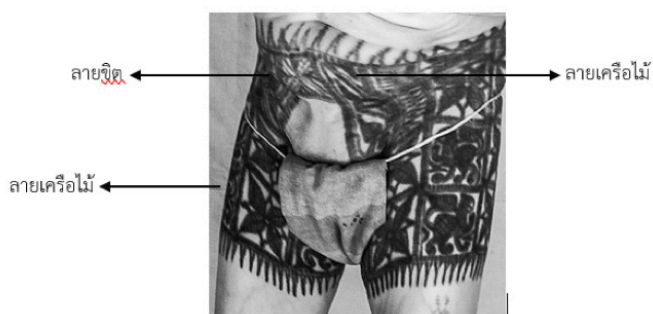
1. สรุปอัตลักษณ์สักรายกลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ จังหวัดสกลนคร

จากการรวบรวมข้อมูลทางด้านอัตลักษณ์สักรายโดยการสัมภาษณ์ที่เป็น
ทางการและที่ไม่เป็นทางการในกลุ่มผู้รู้และกลุ่มผู้ปฏิบัติ และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์
สักราย กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร นั้น พบว่าอัตลักษณ์สักราย กลุ่ม
ชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร พบในตำบลหนองปลิง อำเภอโนนน้ำอูน จังหวัดสกลนคร
จำนวน 1 คน เป็นวัฒนธรรมที่มีการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ซึ่งในปัจจุบันได้เลือนหายไป
จากสังคมอีสานแล้ว เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม โดยการศึกษาสักราย
ลาย กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร แบ่งได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ อัตลักษณ์ปัจเจก และ
อัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม โดยอัตลักษณ์ปัจเจก คือ ลักษณะของลวดลายในการ
สักของแต่ละบุคคลมีความคล้ายและใกล้เคียงกัน ขึ้นอยู่กับช่างสักแต่ละคนและความต้องการ
ของผู้ถูกสัก ทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ปัจเจกของแต่ละบุคคล โดยลวดลายที่พบในกลุ่ม
ชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร จำนวน 1 คน มี 6 ลวดลาย ได้แก่ ลายมอม ลายดอกไม้
ลายขิต ลายเครือไม้ ลายพันปลา และลายกรอบ และอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม

มีรูปแบบและความเชื่อที่มีร่วมกันของผู้ถูกสัก คือ 1) รูปแบบของสักขาลาย เป็นการสักรอบต้นขาจนถึงหัวเข่า มีลักษณะคล้ายกางเกง 2) ความเชื่อในการสัก ได้แก่ การสักขาลายเป็นการสักเพื่อความสวยงาม และการสักขาลายแสดงถึงเป็นกลุ่มเดียวกัน ซึ่งเป็นความเชื่อของผู้ถูกสักหรือผู้ที่มีลายสักขาลายที่เชื่อต่อกันมา



ภาพที่ 2 รูปแบบการสักขาลาย 1
ที่มา: กมลวรรณ พงษ์กุล (2564)



ภาพที่ 3 รูปแบบการสักขาลาย 2
ที่มา: ชาญพิชิต พงศ์ทองสำราญ (2560)

2. สรุปการออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร

จากการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร การลงพื้นที่ภาคสนาม เก็บองค์ความรู้ พบว่าแนวคิดที่ได้จากอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร อัตลักษณ์ปัจเจก (Individual Identity) คือ ลักษณะของลวดลายในการสักของแต่ละบุคคลมีความคล้ายและใกล้เคียงกัน ขึ้นอยู่กับช่างสักแต่ละคนและความต้องการของผู้ถูกสัก และอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม (Social Identity and Cultural Identity) คือ รูปแบบและความเชื่อที่มีร่วมกันของผู้ถูกสัก ในการออกแบบและพัฒนาผ้าครามได้นำเอาอัตลักษณ์ปัจเจกของลวดลายมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ โดยกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัย วัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร ซึ่งแนวคิดการออกแบบลายผ้า (สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 2561) ต้องประกอบไปด้วย การสร้างที่มาหรือเรื่องเล่า การสร้างเอกลักษณ์ และการนำเทคนิคมากกว่าหนึ่งเทคนิคมาออกแบบ และแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ วีระชัย สุขสด (2544) ที่กล่าวว่า ลักษณะในความหมายของคำว่า “ออกแบบผลิตภัณฑ์” มีอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับส่วนของการปรับปรุงหรือพัฒนามาจากของเดิม โดยแบบที่ได้มีการออกแบบและพัฒนามานี้ได้มีการสรุปลักษณะแบบได้ดังนี้ 1) แบบโบราณ (Old Style) 2) แบบอมตะ (Classic Style) 3) แบบร่วมสมัย (Contemporary Style) 4) แบบทันสมัย (Modern Style) 5) แบบล้ำยุค (Advance Style) และทฤษฎีหรือสร้างของเดอรรีดา (Y. na Nagara, 2007) ได้อธิบายว่าในความคิดและวัฒนธรรม เกิดแนวคิดวิธีปรากฏการณ์วิทยาที่ประกอบด้วย ประกอบด้วย 3 ชั้น คือ 1) การลดทอน (Reduction) 2) การสร้าง (Construction) และ 3) การทำลาย (Destruction) ซึ่งใช้เป็นแนวทางในการออกแบบจากทุนทางวัฒนธรรม

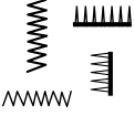


ภาพที่ 4 แรงบันดาลใจ

ที่มา: กมลวรรณ พงษ์กุล (2564)

โดยได้กำหนดแรงบันดาลใจและแนวคิดในการออกแบบ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Gen Y) วิเคราะห์แนวโน้มในการออกแบบ วิเคราะห์แนวโน้มสิ่งทอ วิเคราะห์แนวโน้มงานออกแบบกราฟิก วิเคราะห์ลวดลายเชิงสร้างสรรค์ ในประเด็นด้านกระบวนการผลิต รูปแบบ ลวดลาย สี วัสดุ และเทคนิค พบว่า รูปแบบผ้าคราม ที่นิยมนำไปประยุกต์และพัฒนามากที่สุด คือ ผ้าฝ้าย โดยนำลวดลายจากอัตลักษณ์สีกบลายกลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ จังหวัดสกลนคร 6 ลวดลาย ได้แก่ 1) ลายมอม 2) ลายดอกไม้ 3) ลายขิด 4) ลายเครือไม้ 5) ลายพันปลา และ 6) ลายกรอบ มาออกแบบและพัฒนาลวดลายผ้าคราม รูปแบบลวดลายและโครงสร้างผ้าทอ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มรูปแบบ ได้แก่ 1) กลุ่มลายโบราณ 2) กลุ่มลายร่วมสมัย 3) กลุ่มลายทันสมัย 4) กลุ่มลายล้ำยุค ในการออกแบบและพัฒนาการใช้สีครามล้วน กลุ่มสีกลมกลืน (Harmony Color) คือ การไล่น้ำหนักของเฉดสี หรือการเปลี่ยนน้ำหนักของเฉดสีให้มีความเชื่อมต่อกัน กลมกลืนเข้ากัน ในการออกแบบและพัฒนาผ้าคราม ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญเรื่องของวิถีชีวิตของคนอีสาน จึงนำเอาอัตลักษณ์สีกบลายกลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ จังหวัดสกลนครเป็นแนวทางในการออกแบบ

ตารางที่ 1 ลวดลายสักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร

ลายมอม	ลายดอกไม้	ลายขีด	ลายเครือไม้	ลายฟันปลา	ลายกรอบ
					

แนวคิดการออกแบบ (Concept Design)



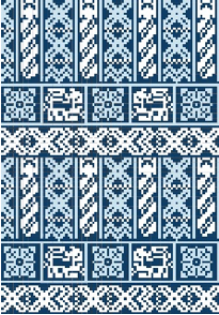
ภาพที่ 5 แนวคิดการออกแบบ (Concept Design)

ที่มา: กมลวรรณ พงษ์กุล และรัตติญญู ศีลานุตร (2566)

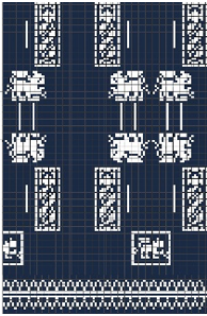
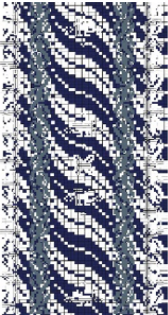
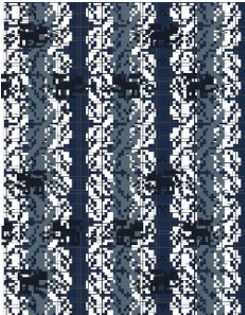
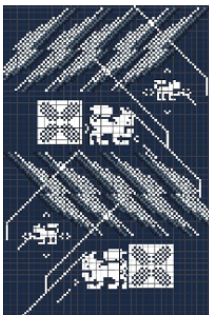
ผลงานการออกแบบ

ในการออกแบบแบบร่างลวดลายลวดลายผ้าครามจากอัตลักษณ์สีทลายลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มลวดลายเพื่อให้มีความสอดคล้องกับ Concept แบ่งเป็น 4 กลุ่มรูปแบบ ได้แก่ 1) กลุ่มลายโบราณ (Old Style) 2) กลุ่มลายร่วมสมัย (Contemporary Style) 3) กลุ่มลายทันสมัย (Modern Style) 4) กลุ่มลายล้ำยุค (Advance Style)

ตารางที่ 2 แบบร่างการออกแบบพัฒนาลวดลายผ้าครามจากอัตลักษณ์สีทลายลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร

กลุ่มลายโบราณ (Old Style)		
แบบร่างที่ 1 	แบบร่างที่ 2 	แบบร่างที่ 3 
กลุ่มลายร่วมสมัย (Contemporary Style)		
แบบร่างที่ 4 	แบบร่างที่ 5 	แบบร่างที่ 6 

ตารางที่ 2 (ต่อ)

กลุ่มลายทันสมัย (Modern Style)		
แบบร่างที่ 7 	แบบร่างที่ 8 	แบบร่างที่ 9 
กลุ่มลายล้ำยุค (Advance Style)		
แบบร่างที่ 10 	แบบร่างที่ 11 	แบบร่างที่ 12 

ผลจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ ทางด้านการออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร จำนวน 5 ท่าน โดยประเมินด้านอัตลักษณ์ ด้านความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย พบ 3 รูปแบบ ที่มีความเหมาะสมที่สุด คือ แบบร่างที่ 5 กลุ่มลายร่วมสมัย (Contemporary Style) แบบร่างที่ 7 กลุ่มลายทันสมัย (Modern Style) และแบบร่างที่ 12 กลุ่มลายล้ำยุค (Advance Style) มีความเหมาะสมในระดับมาก



ภาพที่ 6 ผลงานผ้าผืนกลุ่มลายร่วมสมัย (Contemporary Style)
ที่มา: กมลวรรณ พงษ์กุล และ รัตตัญญู ศีลาบุตร (2566)



ภาพที่ 7 ผลงานผ้าผืนกลุ่มลายทันสมัย (Modern Style)
ที่มา: กมลวรรณ พงษ์กุล และ รัตตัญญู ศีลาบุตร (2566)



ภาพที่ 8 ผลงานผ้าผืนกลุ่มลายล้ำยุค (Advance Style)
ที่มา: กมลวรรณ พงษ์กุล และ รัตตัญญู ศีลาบุตร (2566)

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์
สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ จากกลุ่มผู้ที่สนใจ ผู้ใช้ผ้าคราม Gen Y
จำนวน 50 คน กลุ่มลายร่วมสมัย (Contemporary Style)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ พึงพอใจ
1. ลวดลายผ้าครามสะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดสกลนคร	4.34	0.48	มาก
2. ประยุกต์ใช้ลวดลายและการออกแบบที่เหมาะสม	4.24	0.43	มาก
3. สามารถสื่อถึงแหล่งที่มา	4.06	0.51	มาก
4. มีความสวยงาม	3.52	0.50	มาก
5. มีความน่าสนใจ	4.50	0.51	มาก
6. สามารถใช้งานได้จริง	4.28	0.45	มาก
7. เป็นที่ต้องการของท้องตลาด	4.12	0.33	มาก
8. เป็นตัวแทนชุมชนท้องถิ่น	4.20	0.40	มาก
9. มีขนาดเหมาะสมและดูแลรักษาได้ง่าย	4.46	0.50	มาก
รวม	4.16	0.52	มาก

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์
สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ จากกลุ่มผู้ที่สนใจ ผู้ใช้ผ้าคราม Gen Y
จำนวน 50 คน ลายทันสมัย (Modern Style)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ พึงพอใจ
1. ลวดลายผ้าครามสะท้อนอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท จังหวัดสกลนคร	4.28	0.45	มาก
2. ประยุกต์ใช้ลวดลายและการออกแบบที่เหมาะสม	4.48	0.50	มาก
3. สามารถสื่อถึงแหล่งที่มา	4.10	0.30	มาก

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
4. มีความสวยงาม	4.60	0.49	มากที่สุด
5. มีความน่าสนใจ	4.50	0.51	มาก
6. สามารถใช้งานได้จริง	4.68	0.47	มากที่สุด
7. เป็นที่ต้องการของท้องตลาด	4.56	0.50	มากที่สุด
8. เป็นตัวแทนชุมชนท้องถิ่น	4.14	0.35	มาก
9. มีขนาดเหมาะสมและดูแลรักษาได้ง่าย	4.68	0.47	มากที่สุด
รวม	4.45	0.50	มาก

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์สีกบลาย กลุ่มชาติพันธุ์กู๋ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ จากกลุ่มผู้ที่สนใจ ผู้ใช้ผ้าคราม Gen Y จำนวน 50 คน ลายล้ำยุค (Advance Style)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ลวดลายผ้าครามสะท้อนอัตลักษณ์สีกบลาย กลุ่มชาติพันธุ์กู๋ จังหวัดสกลนคร	3.44	0.54	ปานกลาง
2. ประยุกต์ใช้ลวดลายและการออกแบบที่เหมาะสม	3.76	0.52	มาก
3. สามารถสื่อถึงแหล่งที่มา	2.96	0.40	ปานกลาง
4. มีความสวยงาม	4.22	0.42	มาก
5. มีความน่าสนใจ	4.48	0.50	มาก
6. สามารถใช้งานได้จริง	4.36	0.48	มาก
7. เป็นที่ต้องการของท้องตลาด	4.42	0.50	มาก
8. เป็นตัวแทนชุมชนท้องถิ่น	3.52	0.50	มาก
9. มีขนาดเหมาะสมและดูแลรักษาได้ง่าย	4.38	0.49	มาก
รวม	3.95	0.71	มาก

ผลการประเมินความพึงพอใจผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร จากกลุ่มผู้ที่สนใจ ผู้ใช้ผ้าคราม

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์
ญ้อ จังหวัดสกลนคร รูปแบบ “ผ้าผืน” ในด้านลวดลายผ้าครามสะท้อนความเป็นสักขาลาย
จากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร ในด้านลวดลายผ้าคราม
สะท้อนความเป็นสักขาลายจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร มี
การประยุกต์ใช้ลวดลายและการออกแบบที่เหมาะสม สามารถสื่อถึงแหล่งที่มา ความ
สวยงามผ้าคราม ความน่าสนใจ สามารถใช้งานได้จริง เป็นที่ต้องการของท้องตลาด เป็น
ตัวแทนชุมชนท้องถิ่น มีขนาดเหมาะสมและดูแลรักษาได้ง่าย โดยประเมินกับกลุ่มเป้าหมาย
Gen Y จำนวน 50 คน พบว่าผ้าผืนกลุ่มลายทันสมัย (Modern Style) มีความพึงพอใจ
มากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ที่ ($\bar{x}=4.45$, s.d.=0.50) มีความพึงพอใจในระดับมาก
รองลงมาได้แก่ ผ้าผืนกลุ่มลายร่วมสมัย (Contemporary Style) ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ที่
($\bar{x}=4.16$, s.d.=0.52) มีความพึงพอใจในระดับมาก และผ้าผืนกลุ่มลายล้ำยุค (Advance
Style) ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ที่ ($\bar{x}=3.95$, s.d.=0.71) มีความพึงพอใจในระดับมาก ตาม
ลำดับ

อภิปรายผล

1. อัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร

อัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร พบในตำบลหนองปลิง
อำเภอนิคมน้ำอูน จังหวัดสกลนคร จำนวน 1 คน เป็นวัฒนธรรมที่มีการถ่ายทอดจาก
บรรพบุรุษ ซึ่งในปัจจุบันได้เลือนหายไปจากสังคมอีสานแล้ว เพราะการเปลี่ยนแปลงทาง
สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นบ่งบอกความเป็นกลุ่มกลุ่มชาติพันธุ์ โดย
สอดคล้องกับการศึกษาของสุรรัตน์ แสงฉัตรแก้ว (2560) ที่พบว่า การเปลี่ยนอัตลักษณ์
วัฒนธรรมของชาติพันธุ์บ่งบอกถึงตัวตนของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ว่าได้รับผลกระทบจาก
บริบทสังคม วัฒนธรรม และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละสมัย รวมถึงค่านิยม ความ
คิด ความเชื่อที่เปลี่ยนไปของคนในกลุ่มชาติพันธุ์นั้น ๆ เองด้วย สัญลักษณ์ที่จะบ่งบอกตัว
ตนของตนเองให้ต่างกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นสามารถแสดงออกได้ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย

ภาษา ประเพณีและอาหารการกิน โดยอัตลักษณ์สักขาลาย กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร แบ่งได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ อัตลักษณ์ปัจเจก และอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของสักขาลายญ้อ จังหวัดสกลนคร โดยอัตลักษณ์ปัจเจก ประกอบด้วย ลักษณะของลวดลาย อัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย รูปแบบและความเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ของอภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2543) ได้กล่าวว่า อัตลักษณ์มีความหมายเป็นปัจเจกที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์กับสังคม ซึ่งสังคมกำหนดบทบาทหน้าที่และคุณค่า

2. ออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร

การออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำไปสู่การออกแบบจากแนวคิดการออกแบบ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์และทฤษฎีรื้อสร้าง ซึ่งการออกแบบและพัฒนาผ้าครามเป็นการพัฒนาลวดลายชิ้นใหม่ ที่ได้จากทุนทางวัฒนธรรม จำนวน 3 รูปแบบ ให้กับกลุ่มเป้าหมาย Gen Y มีอายุ ตั้งแต่ 28-42 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีรูปแบบการใช้ชีวิต (Life Style) ที่หลากหลาย ในรูปแบบผ้าผืนที่นิยมนำไปประยุกต์และพัฒนามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบลายผ้า (มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 2561) ต้องประกอบไปด้วย สร้างที่มาหรือเรื่องเล่า การสร้างเอกลักษณ์ และการนำเทคนิคมากกว่าหนึ่งเทคนิคมาออกแบบ และแนวคิดการออกแบบของธีระชัย สุขสด (2544) ที่กล่าวถึงการออกแบบ ซึ่งมีอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับส่วนของการปรับปรุงหรือพัฒนามาจากของเดิม โดยลวดลายผ้าคราม มีการสร้างที่มาหรือเรื่องเล่า การสร้างเอกลักษณ์ และเป็นการออกแบบที่สร้างสรรค์และพัฒนาสิ่งใหม่ขึ้น โดยนำเอาลวดลายจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนครที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ให้เป็นสินค้า และแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ว่าด้วยเศรษฐกิจที่ส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรวัฒนธรรม ซึ่งก่อนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์จะต้องผ่านกระบวนการคิดมาก่อน เพื่อจะสามารถออกแบบได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย และทำการออกแบบร่างเป็นผลิตภัณฑ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก หลังจากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินผล เพื่อนำมาแก้ไข แล้วนำไป

ผลิตเป็นผ้าครามผืนจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร สอดคล้องกับทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ วราภรณ์ ศิริพัฒน์ (2528) ที่ว่าด้วยเรื่องของกระบวนการคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) ขั้นความรู้ความเข้าใจ (Cognition) เป็นขั้นที่รู้ความต้องการที่จะแก้ปัญหา มีความคิดว่าสิ่งใดเป็นปัญหาสำหรับที่จะแก้ 2) ขั้นหามโนมติ (Conception) เป็นขั้นตอนที่จะทำการศึกษา สำรวจ แนวคิดด้วยวิธีการต่างๆ หาจุดเด่นจุดด้อยของแต่ละแนวคิดเหล่านั้น 3) ขั้นการค้นพบ (Combustion) เป็นขั้นที่ค้นพบวิธีแก้ปัญหาด้วยวิจรรย์ญาณ จิตสำนึกเป็นขั้นตอนแห่งการสร้างสรรค์ของความคิด 4) ขั้นทบทวนแก้ไข (Consummation) เป็นขั้นตอนที่เป็นการทบทวน ดัดแปลงแก้ไข ความคิดที่เกิดจากการค้นพบในขั้นตอนที่ 3 เพื่อความสมบูรณ์ 5) ขั้นสื่อสารและเผยแพร่ผลงาน (Communication) ที่เป็นขั้นตอนกระบวนการคิดสร้างสรรค์ออกแบบลวดลายผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร และสอดคล้องกับทฤษฎีการสร้างของ เดอร์ริดา (Y. na Nagara, 2007) ได้อธิบายว่าในความคิดและวัฒนธรรม เกิดแนวคิดวิธีปรากฏการณ์วิทยาที่ประกอบด้วย ประกอบด้วยขั้น 3 ขั้น คือ 1) การลดทอน (Reduction) 2) การสร้าง (Construction) 3) การทำลาย (Destruction) โดยมีความเกี่ยวข้องกัน 3 ขั้นตอน คือ การทำลายเพื่อประกอบสร้างขึ้นมาใหม่ ดังเช่นการออกแบบลวดลายผ้าคราม มาประกอบขึ้นรูปร่างใหม่ โดยที่นำมาตัดทอน จัดวางใหม่ แยกโครงสร้างต่างๆ ออกแล้วนำมาประกอบรูปร่างใหม่เพื่อนำไปออกแบบลวดลายผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ จังหวัดสกลนคร และสามารถนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์อื่นต่อไปได้ และสอดคล้องกับการศึกษาของธัญพัชร ศรีมารัตน์ (2558) ซึ่งศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมกับกระบวนการกลายเป็นสินค้า: กรณีศึกษาโรงแรมปิงนครา บูติกโฮเทล แอนด์ สปา เชียงใหม่ เป็นกระบวนการแปรรูปอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้ายังสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับการบริโภคทางภาพลักษณ์มากกว่าความเป็นจริง กลยุทธ์ทางการตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้สามารถสร้างความโดดเด่นและแตกต่างได้นั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับการสร้างประสบการณ์ความพึงพอใจที่แตกต่างของสถานที่อารมณ์และความรู้สึกเพื่อที่จะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ซึ่งเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้เช่นเดียวกัน โดยการออกแบบและพัฒนาผ้าครามจากอัตลักษณ์สักขาลายกลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ จังหวัดสกลนคร เป็นการนำลวดลายจากลายสักขาลายที่ประยุกต์จากแนวคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบมาใช้ในการออกแบบ ซึ่งความพึงพอใจ

ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบลวดลายผ้าครามผืน กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ชุมชนกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยหรือหน่วยงานพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถนำผลการศึกษาเรื่องทุนทางวัฒนธรรมและผลการออกแบบไปต่อยอดพัฒนาการออกแบบลวดลายผ้าคราม เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์และความหลากหลายเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค สร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน
2. จากผลการศึกษาและแนวทางการออกแบบสามารถใช้เป็นกรณีศึกษาและแนวทางการออกแบบผ้าครามให้กับผู้ประกอบการผ้าครามในชุมชนอื่นๆ นักออกแบบ และหน่วยงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้ที่มาของแนวคิดการออกแบบ และคิดสร้างสรรค์ลวดลายผ้าได้ง่ายขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธีระชัย สุขสด. (2544). การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ธัญพัชร ศรีมาร์ตัน. (2558). อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมกับกระบวนการกลายเป็นสินค้า : กรณีศึกษาโรงแรมปิงนครา บุติกโฮเทล แอนด์ สปา เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. (2561). คู่มือองค์ความรู้กระบวนการย้อมสีคราม การออกแบบผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมช่องทางการตลาด. สกลนคร: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว. (2560). “สีกบลาย” อัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ในภาคอีสาน กรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ สกลนคร อุตรดิตถ์ มหาสารคาม ขอนแก่น และชัยภูมิ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 14 พ.ศ. 2566-2570**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานจังหวัดสกลนคร กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2559). **ร่างแผนพัฒนาจังหวัดสกลนคร 4 ปี พ.ศ. 2561 – 2564**. สกลนคร: สำนักงานจังหวัดสกลนคร.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2565). **แผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)**. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 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.
- อภิชาติ ชำไชย. (2560). **ตำนานผ้าไหมครามกลุ่มดอนกอย ของดี 5 ดาว เมืองสกล**. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2566, จาก <http://77kaoded.com/news/apichatchachai/12706>
- อภิญญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). **อัตลักษณ์ การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- Y. na nagara. (2007). **แนวคิดของ Deconstruction**. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2566, จาก <https://yong-book2.blogspot.com/2007/03/deconstruction.html>.
-