

GRAPHIC DESIGN ON SOUVENIR PRODUCTS INSPIRED BY THE CULTURAL HERITAGE OF TAI DAM COMMUNITY IN BAN NA PA NAD, KHAO KAEW SUB-DISTRICT, CHIANG KHAN DISTRICT, LOEI PROVINCE

การออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากวัฒนธรรมชุมชนไทดำ
บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

Monchaya Sabuar^{1*}

มนชญา สระเบ้า^{1*}

Abstract

Background and Objectives: The culture of the Tai Dam community in Ban Na Pa Nad, Khao Kaew Sub-district, Chiang Khan District, Loei Province, represents a valuable local heritage worthy of broader dissemination. However, it has gradually faded from social recognition. In reality, Tai Dam culture constitutes an important form of ethnic cultural heritage that is at risk of disappearing in contemporary society. This study was conducted with the following objectives: (1) to investigate the cultural identity of the Tai Dam community; (2) to design graphic elements for souvenir products based on Tai Dam cultural identity; and (3) to examine consumer satisfaction toward the developed souvenir products.

Methods: This research employed a qualitative research design, integrating documentary research, fieldwork involving in-depth interviews, photographic documentation, and participant observation for data collection. The collected data were systematically analyzed through categorization, prioritization, and synthesis to derive design guidelines.

Key Findings: The findings indicate that the Tai Dam community possesses distinctive cultural identities, including Tai Dam script, traditional music and dance, and ethnic attire. These cultural elements were synthesized and applied as conceptual foundations in the graphic design of souvenir products. The designed products were evaluated by tourists and residents in Chiang Khan District, Loei Province. The results revealed a very high level of consumer satisfaction ($\bar{x} = 4.62$, $SD = 0.52$).

Research Article

Received: 31 October 2024

Revised: 24 December 2024

Accepted: 24 December 2024

** Corresponding author*

email: monchaya.sa@spu.ac.th

How to cite:

Sabuar, M. (2026). Graphic design on souvenir products inspired by the cultural heritage of Tai Dam community in Ban Na Pa Nad, Khao Kaew Sub-district, Chiang Khan District, Loei Province. *Fine Arts Journal: Srinakharinwirot University*, 30(1), 21-34.

¹ School of Communication Arts, Sripatum University, Thailand

¹ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Implications of the Study: Tai Dam cultural heritage demonstrates strong potential for creative development and design innovation. This research contributes to the creation of new design prototypes and represents an initial step toward integrating culturally significant heritage into the creative economy, with implications for community-based income generation.

Conclusions and Future Study: The study entitled “Graphic Design on Souvenir Products Inspired by Tai Dam Community Culture in Ban Na Pa Nad, Khao Kaew Sub-district, Chiang Khan District, Loei Province” can be further expanded and integrated into various domains, including promotional media design, packaging development, innovative product creation, digital media production, and educational materials related to local arts and culture. Tai Positioning Dam motifs and artistic identity as core elements can enhance product value, strengthen community distinctiveness, and promote sustainable tourism in the area.

Keywords: Graphics; Culture; Tai Dam people; Souvenirs
Learners

คำสำคัญ: กราฟิก; วัฒนธรรม;
ชาวไทดำ; ของที่ระลึก

บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์: วัฒนธรรมของชุมชนชาวไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอันดีงามที่ควรค่าแก่การนำมาเผยแพร่ให้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง แต่กลับค่อย ๆ ถูกกลืนเลือนไปจากสังคม ซึ่งในความเป็นจริงแล้ววัฒนธรรมไทดำนั้นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ ซึ่งอาจกำลังถูกกลืนเลือนจากสังคมในปัจจุบัน บทความนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมชุมชนไทดำ (2) เพื่อออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

วิธีการศึกษา: กระบวนการดำเนินการวิจัยจากการศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร ลงพื้นที่ในการสัมภาษณ์เชิงลึก บันทึกข้อมูลภาพถ่าย และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ เริ่มจากการเรียงลำดับความสำคัญและสรุปข้อมูล

ผลการศึกษาที่สำคัญ: ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางออกแบบกราฟิกบนของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์จากวัฒนธรรมชุมชนไทดำ และผลจากการศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากวัฒนธรรมชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย พบว่า ชุมชนไทดำมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น คือ ตัวอักษรไทดำ วัฒนธรรมการร้องรำรวมถึงเครื่องแต่งกายของชาวชาติพันธุ์ไทดำ ซึ่งผู้วิจัยนำอัตลักษณ์ดังกล่าวมาเป็นฐานแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และผลงานการออกแบบดังกล่าวได้รับผลตอบรับจากการถูกประเมินโดยนักท่องเที่ยวและผู้คนในอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งมีค่า $\bar{x} = 4.62$ และค่า $SD = 0.52$

นัยสำคัญของการศึกษา: วัฒนธรรมชุมชนไทดำนั้นมีคุณค่าในการนำมาต่อยอดด้านการสร้างสรรค์และการออกแบบ ก่อให้เกิดต้นแบบใหม่ ๆ อย่างสร้างสรรค์ เป็นก้าวแรกสู่การนำมรดกอันทรงคุณค่าเข้าสู่เส้นทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สร้างรายได้สู่ชุมชน

สรุปผลและแนวทางการศึกษาในอนาคต: งานวิจัยเรื่อง “การออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากวัฒนธรรมชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย” สามารถนำไปบูรณาการและต่อยอดได้อย่างหลากหลาย ทั้งด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ตลอดจนการจัดทำสื่อดิจิทัลและสื่อการเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยอาศัยตลาดและอัตลักษณ์ทางศิลปะของไทดำเป็นแกนสำคัญ อันจะช่วยให้มูลค่า สร้างความโดดเด่นให้ชุมชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างยั่งยืน

1. บทนำ

วัฒนธรรมกับชุมชนเป็นสิ่งที่อยู่คู่กันมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ คนในชุมชนมักปฏิบัติสืบทอดต่อกัน มาจากรุ่นสู่รุ่น เป็นการสืบทอดเจตนารมณ์อันดีที่มีมาช้านาน พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2553 ได้ให้ความหมายของ “วัฒนธรรม” ว่า วิธีการดำเนินชีวิต ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม จารีตประเพณี พิธีกรรม และภูมิปัญญา ซึ่งกลุ่มชนและสังคมได้ร่วมสร้างสรรค์ ส่งเสริม ปลูกฝัง สืบทอด เรียนรู้ ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดความเจริญงอกงามทั้งด้านจิตใจและวัตถุอย่างสันติสุขและยั่งยืน จึงสามารถกล่าวได้ว่า “วัฒนธรรม” หมายถึง ทุกสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม และยังหมายถึง แบบแผนพฤติกรรมทั้งหมดของสังคมที่สืบทอดมานับแต่อดีต ผ่านการเรียนรู้ คิดค้น ดัดแปลง เพื่อสนองความต้องการและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ โดยวิวัฒนาการสืบทอดกันมาอย่างมีแบบแผน เพื่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองและมั่นคงในสังคม ซึ่งมีความเชื่อมโยงในมิติของการอนุรักษ์ผ่านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์ไทดำมีถิ่นฐานเดิมอยู่ในแคว้นสิบสองจุไทย ดังกล่าวไว้ในพงศาวดารเมืองโลว่า “เมืองที่พวกผู้ไทอาศัยอยู่นั้น คือ เมืองแกนหนึ่ง เมืองควายหนึ่ง เมืองตุงหนึ่ง เมืองม่วยหนึ่ง เมืองลาหนึ่ง เมืองโมะหนึ่ง เมืองหวัดหนึ่ง เมืองซางหนึ่ง รวมทั้งหมดเป็น 8 เมือง ประกอบด้วยเมืองผู้ไทขาว 4 เมือง ผู้ไทดำ 8 เมือง รวมเป็น 12 เมือง จึงเรียกว่าเมืองสิบสองผู้ไท แต่ปัจจุบันเรียกสิบสองจุไทย” (ยุกติ มุกดาวิจิตร, 2557)

การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมในประเทศไทยมีผลต่อการรักษาวัฒนธรรมในระดับภูมิภาคและระดับจังหวัด เพราะการส่งเสริมและคุ้มครองวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นส่งผลให้มีการสร้างองค์กรที่รับผิดชอบในการอนุรักษ์สถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑ์ และอุทยานประวัติศาสตร์ มีการสนับสนุนกิจกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สร้างสรรค์ และมีการสร้างสภาพแวดล้อมที่กำหนดกรอบแนวทางในการรักษาวัฒนธรรม ดังนั้น การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมในทุก ๆ ระดับย่อมมีความสำคัญ เพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ยั่งยืนและสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมให้มีโอกาสทางด้านเศรษฐกิจ

ชุมชนบ้านนาป่าหนาด เป็นชุมชนที่มีศักยภาพที่จะสามารถพัฒนาของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น สามารถนำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาประยุกต์เข้ากับงานออกแบบร่วมสมัย สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ลวดลายปักผ้าพื้นเมือง สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับสินค้าหลากหลายรูปแบบ เช่น เครื่องประดับ กระเป๋า ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน หรือเครื่องเขียน โดยยังคงความงามดั้งเดิมไว้ แต่ปรับให้ร่วมสมัยและตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของ จารุสริทธิ์ เครือจันทร์ (2563) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับอุปโภคและบริโภค ของตกแต่ง เครื่องประดับ ซึ่งมีอิทธิพลมาจากความเชื่อ ศาสนา การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคมของพื้นที่ชุมชนนั้น ๆ เช่น ลวดลายของเครื่องแต่งกายที่สามารถนำมาต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในศาสตร์การออกแบบกราฟิก ทำให้ของที่ระลึกมีรูปแบบที่แตกต่างกัน แต่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น สามารถสื่อความเป็นท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนใคร ผู้ซื้อและผู้รับสามารถตระหนัก

ถึงคุณค่าและความสำคัญของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้เป็นอย่างดี ตลอดจนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีเรื่องราวของชุมชนซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าและดึงดูดนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการบันทึกและถ่ายทอดประวัติศาสตร์ท้องถิ่นผ่านงานออกแบบ จึงควรส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้จากผู้สูงอายุสู่คนรุ่นใหม่ในชุมชน เพื่อรักษาภูมิปัญญาดั้งเดิม พร้อมกับพัฒนาทักษะการออกแบบและการตลาดสมัยใหม่แก่เยาวชน เป็นการสร้างแบรนด์ให้กับชุมชนให้เข้มแข็ง สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับของที่ระลึก และสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน การพัฒนาของที่ระลึกจึงไม่เพียงสร้างรายได้ แต่ยังเป็นการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างมีชีวิตชีวา ผ่านการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมกับการออกแบบร่วมสมัย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาวัฒนธรรมชุมชนไทดำ
- 2.2 เพื่อออกแบบกราฟิกที่สะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทดำบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 2.3 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

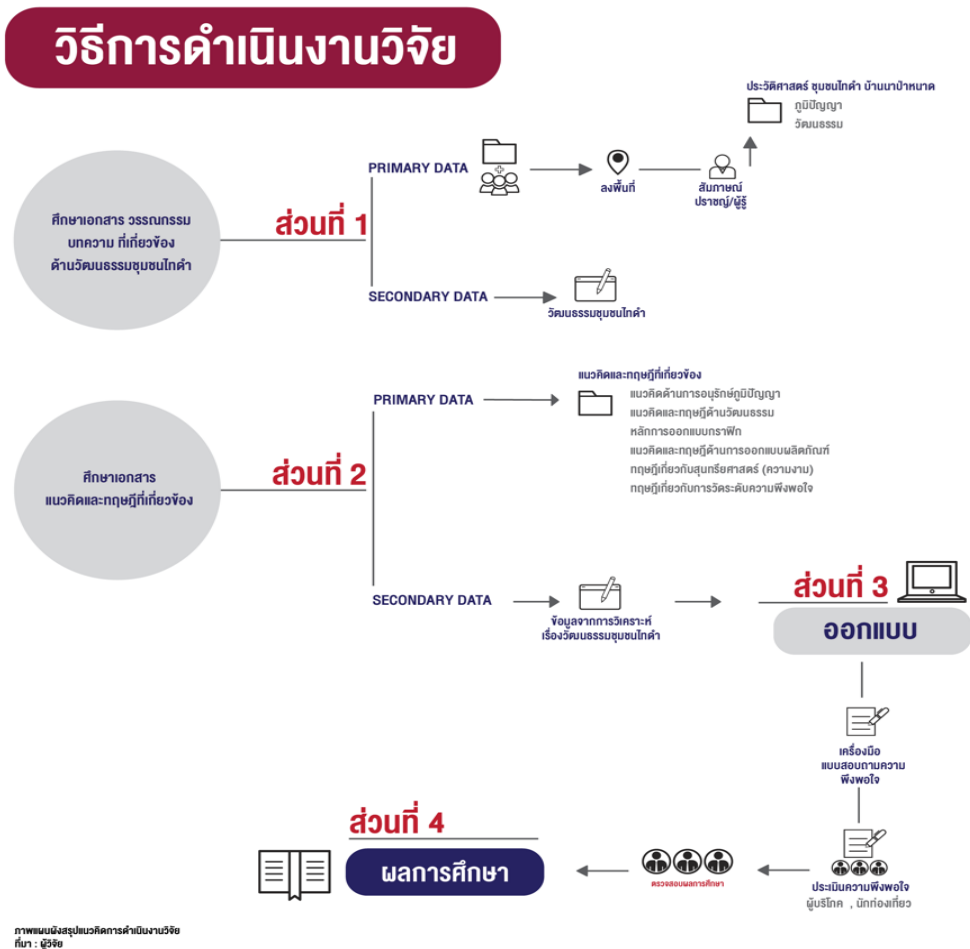
3. ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาเนื้อหาด้านวัฒนธรรมชุมชน ได้แก่ เรื่องราววิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณี เช่น การร้องเพลง การรำ การพูด การเขียน การแต่งกาย งานด้านหัตถกรรมและพิธีกรรมต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบการศึกษาจากภาคเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม สำหรับใช้ในการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ สู่กระบวนการออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ตลอดจนนำผลการออกแบบไปประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค จากพื้นที่การศึกษา บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 100 คน

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยนั้น ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภาคเอกสาร และเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่ชุมชนบ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พื้นที่พิพิธภัณฑสถานบ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีขั้นตอนดังนี้ (1) ผู้วิจัยออกแบบเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชนไทดำบ้านนาป่าหนาดในเรื่องประวัติความเป็นมา การอยู่อาศัย ภาษา การแต่งกาย เป็นต้น และใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน เช่น การละเล่น การรำ การร้องเพลง และบันทึกข้อมูลภาพถ่าย (2) ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากภาคเอกสาร เช่น หนังสือบันทึกประวัติศาสตร์เกี่ยวกับการอพยพย้ายถิ่นฐานของชาติพันธุ์ในประเทศไทย

รวมถึงเอกสารและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (3) จากนั้นผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์
สรุปข้อมูล (Qualitative analysis) เพื่อจับประเด็นที่น่าสนใจในการนำเรื่องราวของวัฒนธรรมไทดำมา
ต่อยอดเป็นลวดลายสร้างสรรค์ และสังเคราะห์ข้อมูล ตรวจสอบข้อเท็จจริง ตลอดจนนำประเด็นเนื้อหาที่
วิเคราะห์เรื่องราววัฒนธรรมไทดำมาพัฒนาต่อให้เกิดเป็นลวดลายต้นแบบจำนวน 10 ลาย (4) ผู้วิจัยใช้แนวคิด
และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยมาเป็นกรอบแนวคิดในงานออกแบบลวดลายต้นแบบทั้งหมด 10 ลาย
และทำการผลิตต้นแบบเพื่อนำไปประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยในพื้นที่อำเภอ
เชียงคาน จังหวัดเลย และ (5) จากนั้นผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมผลประเมินความพึงพอใจและตรวจสอบผลการ
ศึกษา แล้วจึงสรุปผลการวิจัยในรูปแบบของเอกสารเพื่อดำเนินการงานวิจัยให้เสร็จสมบูรณ์



ภาพที่ 1 รูปภาพแสดงวิธีการดำเนินงานวิจัย
(มนชญา สระบัว, ประเทศไทย, 2567)

5. ประโยชน์ของการวิจัย

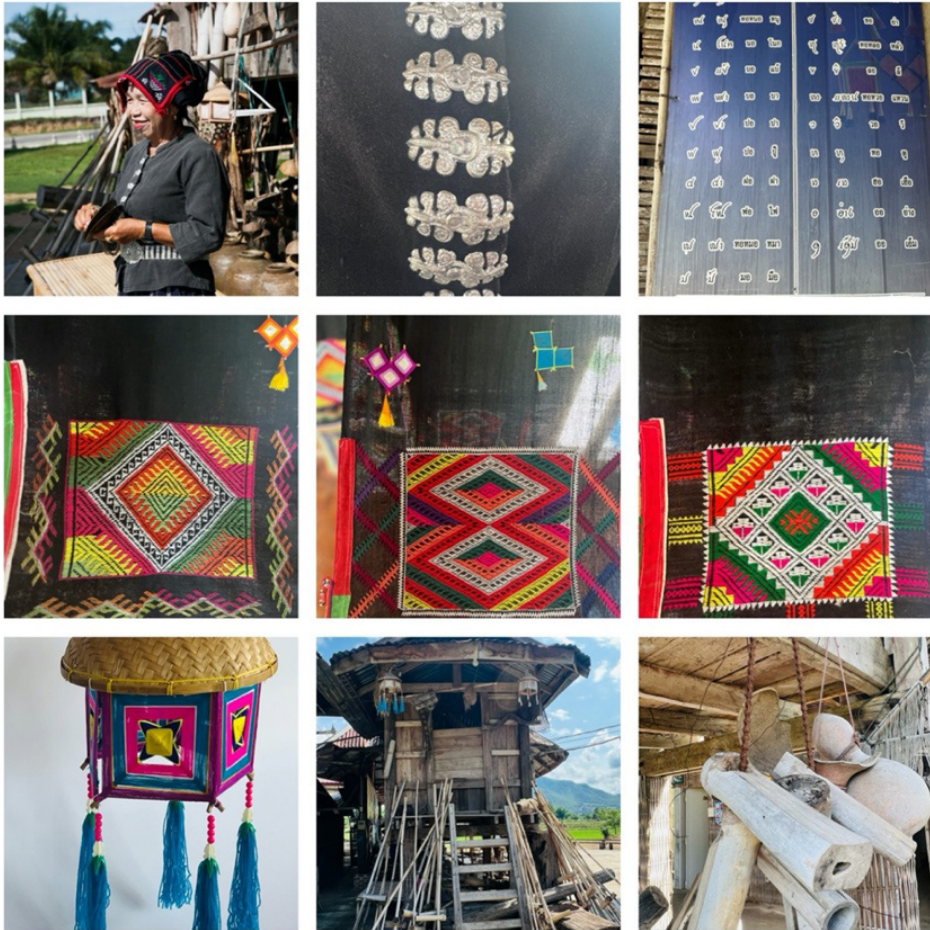
- 5.1 ได้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชนไทดำ
- 5.2 ได้ต้นแบบผลงานการออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 5.3 ได้ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

6. ผลการวิจัย

6.1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาวัฒนธรรมชุมชนไทดำ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ คุณกรณ์ ไพศุนย์ นายกสมาคมหมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำ ให้ความคิดเห็นว่า ชาวไททรงดำที่บ้านนาป่าหนาด นั้นเป็นชาวไทกลุ่มหนึ่งที่เคยตั้งรกรากอยู่ในเมืองไทดำ บริเวณลุ่มแม่น้ำดำและแม่น้ำแดง เขตเวียงต๋ามเหนือ เมื่อ พ.ศ. 2425 ในสมัยสงครามฮ่อ หลังจากสงครามยุติลง ชาวไทดำส่วนหนึ่งจึงได้อพยพถิ่นฐานเข้ามาสู่ ประเทศไทย รู้จักในชื่อ “ไทดำ” หรือเรียกกันอีกชื่อว่า “ลาวโซ่ง” อาศัยในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี และ ส่วนหนึ่งอาศัยอยู่ทางภาคกลาง ส่วนกลุ่มสุดท้ายอาศัยอยู่ที่บ้านนาป่าหนาด จังหวัดเลย นอกจากนี้ ชาวไทดำที่อพยพเข้ามายังบ้านนาป่าหนาดส่วนใหญ่เป็นชนชั้นราชวงศ์แทบทั้งสิ้น

ประวัติไทดำบ้านนาป่าหนาดนั้น เดิมตั้งถิ่นฐานอยู่ ณ อาณาจักรสิบสองจุไทย บริเวณแม่น้ำแดง แม่น้ำดำ แม่น้ำอู และแม่น้ำโขง มีพระเจ้าล้านเจืองเป็นผู้สร้างเมืองแฉง (เดียนเปียนฟู) และสถาปนา เป็นเมืองหลวงเมื่อ พ.ศ. 2006 ทิศใต้และทิศตะวันตกติด สปป.ลาว มีชนบทรบเร่เย็บ จาริต ประเพณีที่ งดงาม อีกทั้งมีภาษาพูดและภาษาเขียนเป็นของตนเอง การอพยพสู่ประเทศไทยครั้งที่ 1 ใน พ.ศ. 2323 สมัยธนบุรี ใน พ.ศ. 2335, 2371, 2381 ตามลำดับ และในสมัยรัตนโกสินทร์ (ช่วงรัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 3) ยกทัพไปตีเมืองแฉง จากนั้นอพยพไปอยู่จังหวัดเพชรบุรี ต่อมาในครั้งที่ 5 พ.ศ. 2423 สมัยรัชกาลที่ 5 ยกทัพไปปราบศึกฮ่อ ได้อพยพไปอยู่บ้านนาป่าหนาด ต่อมาในครั้งที่ 6 พ.ศ. 2518 หนีภัยคอมมิวนิสต์เข้าสู่ ประเทศไทย แล้วเดินทางไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส แคนาดา และออสเตรเลีย

พระยาภูธราภัย หรือพระยาชมภู นำทัพไปปราบศึกฮ่อ ได้อพยพชาวไทดำจากเมืองแฉงและ เมืองพวน อาณาจักรสิบสองจุไทย สู่กรุงเทพฯ เมื่อ พ.ศ. 2423 มีตัวแทนชาวไทดำ 5 คน ได้เข้าเฝ้าสมเด็จพระ จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ต่อมา พ.ศ. 2430 ได้อพยพกลับ สปป.ลาว และอาณาจักรสิบสองจุไทยอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นอพยพกลับประเทศไทยอีกครั้งเมื่อ พ.ศ. 2450 โดยตั้งอยู่บ้านนาป่าหนาดเมื่อ พ.ศ. 2460 จนถึง ปัจจุบัน



ภาพที่ 2 ภาพอัตลักษณ์ของชุมชนชาวไทยดำ
(มนชญา สระบัว, ประเทศไทย, 2567)

อักษรไทดำ

ก	๑ ก(เสียงสูง)	๑	๓ ค
ข	๒ ข	๒	๔ จ(เสียงสูง)
ฃ	๓ ฃ	๓	๕ ฉ/ย
ด	๔ ด(เสียงสูง)	๔	๖ ต(เสียงสูง)
ถ	๕ ถ	๕	๗ น
บ	๖ บ(เสียงสูง)	๖	๘ ป(เสียงสูง)
ป	๗ ป	๗	
ม	๘ ม	๘	๙ ย(เสียงสูง)
ย	๙ ย	๙	๑๐ ว
ล	๑๐ ล	๑๐	๑๑ อ(เสียงสูง)
อ	๑๑ อ	๑๑	

ภาพที่ 3 ภาพตัวอักษรชาวไทดำ
(มนชญา สระบัว, ประเทศไทย, 2567)

ปัจจุบัน พิพิธภัณฑ์ไทดำ บ้านนาป่าหนาด ได้จำลองบ้านแบบชาวไทดำในอดีต ตัวบ้านเป็นเรือนเครื่องผูก หลังคามุงด้วยหญ้าคา ใต้ถุนสูง ภายในแบ่งเป็นห้องต่างๆ ไล่ลำดับจากหน้าบ้าน บันไดด้านหน้าเป็นบันไดสำหรับผู้ชายเท่านั้น ห้องแรกเป็น “ห้องบรรพบุรุษ” เป็นของผีเรือน ผีปู่ย่า ถัดมาเป็นห้องผีมืด ห้องลูกสาว ห้องลูกชาย ห้องโถงกลาง และส่วนสุดท้ายเป็นที่ประกอบอาหาร มีบันไดสำหรับผู้หญิง ในยามว่างจากการทำเกษตรกรรมทำนา เพาะปลูก กลุ่มสตรีชาวไทดำจะทำผ้าทอมือแบบโบราณ ผ้าที่ทอนั้นเรียกว่า “ซิ่นนางหาญ” มีตำนานเล่าขานถึงหญิงสาว 3 พี่น้องที่ทอซิ่นผืนนี้ หญิงคนแรกมัดลาย

และทอ แต่เสียชีวิตก่อนเสร็จ หญิงคนที่ 2 ทอต่อ แต่ก็เสียชีวิตเช่นกัน หญิงคนที่ 3 บอกกล่าวผีเรือนว่า หากทอเสร็จจะเซ่นไหว้สำหรับ จึงทำให้ทอชิ้นสำเร็จ ชาวไทดำนิยมใช้ชิ้นนางหาญในการประกอบพิธี เสนเรือน หมู่บ้านนาป่าขนาดใหญ่มีอัตลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านประเพณี อาหาร ดนตรีพื้นบ้าน การร้อง การรำ ยรำ ไทดำ ภาษา และเครื่องแต่งกาย พบเห็นได้จากพิธีกรรมเสนเรือน การแต่งกายด้วยเครื่องประดับและ ลวดลายเสื้อผ้า ตัวอย่างเช่น เสื้อโต (เสื้อไทดำผู้ชาย) เป็นเสื้อลำลอง ผ้าฝ้ายสีครามเข้มหรือดำ คอตั้ง แขนยาว ติดกระดุมเงิน ส่วนเสื้อก้อม (เสื้อไทดำผู้หญิง) แตกต่างตรงที่คอตั้ง ไม่มีปก ปัจจุบันวิถีชีวิตของ ชาวไทดำเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่ยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมไว้อย่างเหนียวแน่น แม้เทคโนโลยี เปลี่ยนแปลง แต่เสน่ห์ของวิถีชีวิตแบบชาวไทดำยังคงอยู่ นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า

ผู้วิจัยได้สรุปการสังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนไทดำ เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการออกแบบที่มาจาก อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยแบ่งเป็นประเภท ได้ดังนี้

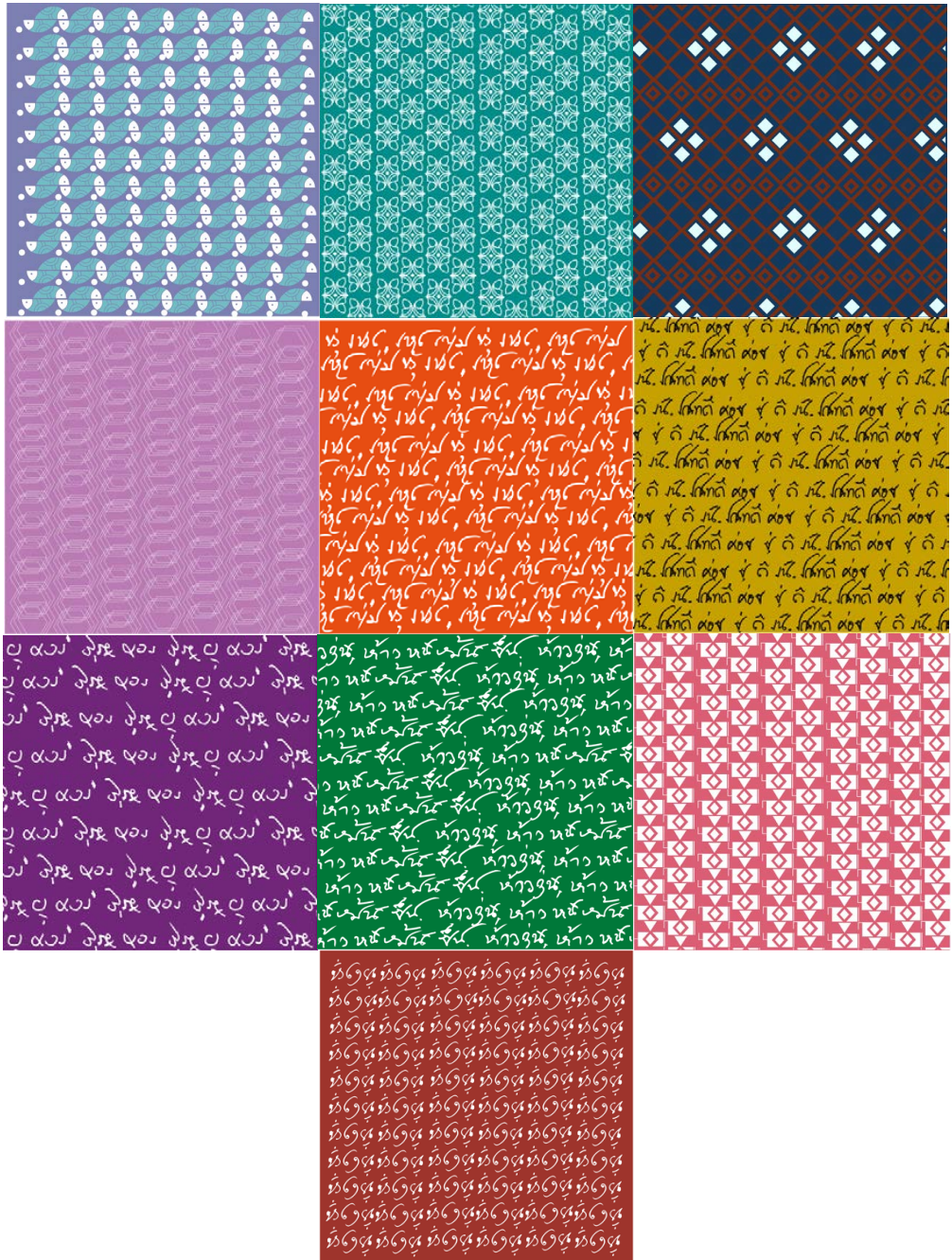
- 1) ด้านการแต่งกาย ผู้หญิงสวมเสื้อก้อม สีดำหรือคราม คอไม่มีปก ติดกระดุมเงิน นุ่งซิ่นลาย แดงโม ผู้ชายสวมเสื้อโตดำสีดำหรือคราม คอตั้ง แขนยาว ติดกระดุมเงิน และกางเกงขายาว
- 2) ด้านงานหัตถกรรม มีการทอผ้าฝ้ายย้อมครามแบบดั้งเดิมและการปักผ้าด้วยลวดลาย เอกลักษณ์ ส่วนด้านการจักสานเครื่องใช้จากไม้ไผ่ และมีการทำเครื่องเงินและเครื่องประดับ
- 3) ความเชื่อและพิธีกรรม ชาวไทดำมีการนับถือผีบรรพบุรุษ มีการทำพิธีเสนเรือน (พิธีเลี้ยง ผีเรือน) มีพิธีแต่งงานแบบดั้งเดิม และมีพิธีศพที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
- 4) ด้านสถาปัตยกรรม เป็นเรือนไทดำแบบดั้งเดิม ยกพื้นสูง ยุงข้าวทรงสูง และมีศาลเจ้าประจำ หมู่บ้าน
- 5) ด้านอาหารพื้นถิ่น มีอาหารท้องถิ่น ข้าวแดกงา แกงหน่อไม้ ปลาไร่หมก ขนมหุ้ง และแจ่วดำ
- 6) ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการประดิษฐ์เครื่องมือทำมาหากินเฉพาะท้องถิ่น และการรักษาโรค ด้วยสมุนไพร
- 7) ศิลปะการแสดง มีการฟ้อนแคนและการขับร้องเพลงทำนองต่าง ๆ รวมถึงการเล่นดนตรีพื้นบ้าน

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาจุดเด่นที่สามารถนำไปพัฒนาการออกแบบลวดลาย และได้คำนึง ถึงการออกแบบในเรื่องของการรักษาความเป็นอัตลักษณ์ดั้งเดิม การผสมผสานระหว่างความร่วมมือกับ ภูมิปัญญา การคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม การสื่อความหมายทางวัฒนธรรม ความเหมาะสม กับกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับ ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2550) ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์ว่ามีกระบวนการถูกผลิต ให้เกิดขึ้น ซึ่งสามารถถูกบริโภคและถูกควบคุมจัดการให้อยู่ในวัฒนธรรม และยังมีการสร้างความหมาย ผ่านทางระบบต่าง ๆ ของการสร้างภาพตัวแทน เพื่อนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา ดังนั้น ผู้วิจัยจึง ได้ข้อสรุป ได้แก่ 1) ลวดลายผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ 2) รูปแบบของเครื่องประดับเงิน 3) โครงสร้างและ องค์ประกอบของสถาปัตยกรรม 4) สีสันทนและการจัดวางองค์ประกอบในชุดแต่งกาย และ 5) รูปแบบของ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน

6.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
ผู้วิจัยได้นำผลจากการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ด้านลวดลายเสื้อผ้าและภาษาของชาวไทยมาทำ การศึกษาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างเป็นแนวคิด (Concept) และสร้างรูปแบบลวดลายกราฟิก ในขั้นตอนของแบบร่าง (Sketch) มาทั้งหมด 10 ลาย โดยที่มาของแต่ละลวดลายนั้นมาจาก เครื่องแต่งกาย (ส่วนกระดุม) ลวดลายปักบนผ้าพื้นเมืองชาวไทยดำ ภาพที่ลวดลายจากรูปทรงของที่อยู่อาศัย และ ข้อความภาษาไทยคำซึ่งมีความหมายดี เช่น คำว่า “โชคดี” “เจริญ” “รวย” “สุขภาพแข็งแรง” และ “สวัสดิ์”

การออกแบบลวดลาย หรือบางท่านใช้คำว่า “การผูกลาย” (ปฏิพัทธ์ ดาระดาช, 2539) ซึ่งได้รับการตอบรับจากชุมชนในทางที่ดี เพื่อให้ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นต้นแบบของลวดลายกราฟิกที่สมบูรณ์ ขั้นตอนต่อมาผู้วิจัยจึงทดลองนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึกต่าง ๆ โดยใช้วิธีการสร้างต้นแบบจริง และทำแบบประเมินความพึงพอใจเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และ ปรึกษากับชุมชนเพื่อคัดเลือกและปรับหาด้านแบบก่อนจะผลิตผลงานจริงเพื่อส่งมอบให้กับชุมชนบ้าน นาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ซึ่งสอดคล้องกับหลักการออกแบบลวดลายประดับ เป็นแนวปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผน กำหนดรูปแบบของทัศนธาตุ เช่น จุด เส้น รูปทรง รูปทรง สี ฯลฯ ให้เกิดความแปลกใหม่ เหมาะสมในการนำไปใช้งานกับผลงานศิลปกรรมหรือผลิตภัณฑ์ ประเภทต่าง ๆ (พินาลิน สาริยา, 2549)

6.3 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จำนวน 100 คน ผู้วิจัยพบว่า ส่วนมากผู้บริโภคเลือกให้ผลิตภัณฑ์อยู่ในอันดับที่ 1 เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้กับทุกเพศทุกวัย เป็นสินค้าในกระแสการรณรงค์ลดโลกร้อน และมีราคาที่สามารถจับต้องได้ มีค่า คะแนนคิดเป็นร้อยละ 43 ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียน (สมุดโน้ต) อยู่ในอันดับที่ 2 เนื่องจากเป็นสินค้าที่ใช้ได้ กับกลุ่มเป้าหมายบางคน แต่ยังคงเป็นสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างเลือก มีค่าคะแนนคิดเป็นร้อยละ 31 และผลิตภัณฑ์ เสื้อที่ระลึกอยู่ในอันดับที่ 3 เนื่องจากเป็นสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะ ไม่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ได้ในทุก ๆ วัน มีค่าคะแนนคิดเป็นร้อยละ 26 ซึ่งมีผลรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่า $\bar{x} = 4.62$ และค่า $SD = 0.52$



ภาพที่ 4 ลวดลายจากอัตลักษณ์ของชุมชนไทดำ
 (มนชญา สาระบัว, ประเทศไทย, 2567)



ภาพที่ 5 ผลงานการออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

(มนชญา สระบัว, ประเทศไทย, 2567)

7. การสรุปผลและการอภิปรายผล

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมชุมชนไทดำ สามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรมชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์อย่างมาก และควรค่าแก่การรักษาไว้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถนำไปต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อีกหลากหลายรูปแบบ เช่น เป็นพื้นที่ของการท่องเที่ยวตามวิถีชุมชนแบบสร้างสรรค์ เรียนรู้แนวคิดวัฒนธรรมของชุมชนไทดำ (2) เพื่อออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรมชุมชนไทดำมีคุณค่าในการนำมาต่อยอดด้านการสร้างสรรค์และการออกแบบ

ก่อให้เกิดต้นแบบใหม่ ๆ อย่างสร้างสรรค์ เป็นก้าวแรกสู่การนำมรดกอันทรงคุณค่าเข้าสู่เส้นทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สร้างรายได้สู่ชุมชน (3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สามารถสรุปได้ว่า การผลิตสินค้าของที่ระลึกที่มีความทันสมัย เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย สามารถกระตุ้นความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่และผู้บริโภคอื่นที่สนใจได้เป็นอย่างดี อีกทั้งสามารถสร้างรายได้ที่มากขึ้นให้กับชุมชนท้องถิ่นจากงานที่เล่าถึงคุณค่าและเรื่องราวอัตลักษณ์จากชุมชน

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยนี้ได้ว่า “การออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากวัฒนธรรมชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย” มีผลสรุปการวิจัยที่สามารถนำไปพัฒนาในด้านต่าง ๆ ได้ ทั้งด้านการนำผลข้อมูลจากการลงพื้นที่มาสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีลวดลายจากวัฒนธรรมของชาวไทดำ และด้านของข้อมูลที่น่าไปเผยแพร่ในเชิงวิชาการเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจเรื่องดังกล่าว โดยสรุป การออกแบบจากวัฒนธรรมไทดำที่บ้านนาป่าหนาดนั้นแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมกับการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย ซึ่งนับเป็นแนวทางที่น่าสนใจในการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในโลกสมัยใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดของ อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2543) จากงานวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด ที่กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นผลจากการคิด การตีความ และการอธิบายความจริงของผู้คนและสังคม อัตลักษณ์เป็นมโนทัศน์ที่สัมพันธ์กับตรงนี้และตรงนั้น (Here and There) ตัวฉันและคนอื่น (Self and Other) ผู้กระทำและสิ่งที่ถูกกระทำ (Subject and Object) ซึ่งการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น สามารถสร้างคุณค่าเพิ่มและเป็นการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย และข้อค้นพบจากการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในหลากหลายมิติ เช่น การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ผสมผสานวัฒนธรรมและศิลปะพื้นถิ่น นอกจากนี้ ข้อมูลจากการวิจัยยังสามารถนำไปใช้เป็นทรัพยากรเพื่อการเรียนรู้และเผยแพร่ความรู้ด้านวัฒนธรรมชุมชนในพื้นที่ ทั้งในระบบการศึกษาและสำหรับบุคคลทั่วไป ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งอาจนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและคุณค่าทางวัฒนธรรมในชุมชนอย่างยั่งยืน

8. ข้อเสนอแนะ

ผลงานจากงานวิจัยเรื่อง “การออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากวัฒนธรรมชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย” สามารถนำผลการวิจัยไปสร้างสรรค์บูรณาการกับศาสตร์อื่น ๆ เพื่อต่อยอดได้ทั้งด้านข้อมูลและด้านการออกแบบสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น

8.1 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ ใช้ลวดลายและองค์ประกอบทางศิลปะที่สื่อถึงวัฒนธรรมไทดำ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและดึงดูดความสนใจจากผู้พบเห็น

8.2 ประยุกต์ใช้ลวดลายไทดำในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าในพื้นที่อำเภอเชียงคาน ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่โดดเด่นและน่าสนใจ

8.3 สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบใหม่ ๆ โดยนำศิลปะและวัฒนธรรมไทดำมาบูรณาการ กับศาสตร์อื่น ๆ เช่น การออกแบบเครื่องประดับ ของใช้ในชีวิตประจำวัน หรือแม้แต่การพัฒนาแอปพลิเคชัน เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทดำ

8.4 จัดทำหนังสือ e-book หรือสื่อมัลติมีเดีย เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้และเรื่องราวของวัฒนธรรม ไทดำ โดยใช้ลวดลายและองค์ประกอบทางศิลปะที่พัฒนามาจากงานวิจัยนี้

8.5 ประยุกต์ใช้งานวิจัยนี้เป็นฐานข้อมูลในการจัดทำหลักสูตรหรือกิจกรรมการเรียนรู้ด้านศิลปะ และวัฒนธรรมท้องถิ่นสำหรับโรงเรียนและชุมชน เพื่อปลูกฝังความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง

ดังนั้น ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้อย่างหลากหลาย ทั้งในด้านข้อมูล การออกแบบ และการสร้างสรรค์ผลงานที่สะท้อนเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทดำ อันจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่

9. รายการอ้างอิง

- จารุสิทธิ์ เครือจันทร์. (2563). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับของที่ระลึก*. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2567 จาก <http://netra.lpru.ac.th/~weta/w1/index.html>
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2550). *อัตลักษณ์วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง*. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปฏิพัทธ์ ดาระดาช. (2539). *ลายไทย ภาพไทย เล่ม 2*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- พินาณิน สาริยา. (2549). *การออกแบบลวดลาย*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- ยุกติ มุกดาวิจิตร. (2557). *การรู้หนังสือ สถานที่และการก่อตัวของเมืองไทดำ: บททดลองเสนอประวัติศาสตร์ การเมืองไทดำในเวียดนามยุคก่อนสมัยใหม่ (มุมมองจากเอกสาร “ความได้เมือง”)*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- อภิญาญา เฟื่องฟูสกุล. (2543). *อัตลักษณ์ (identity): การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. เชียงใหม่: ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.