



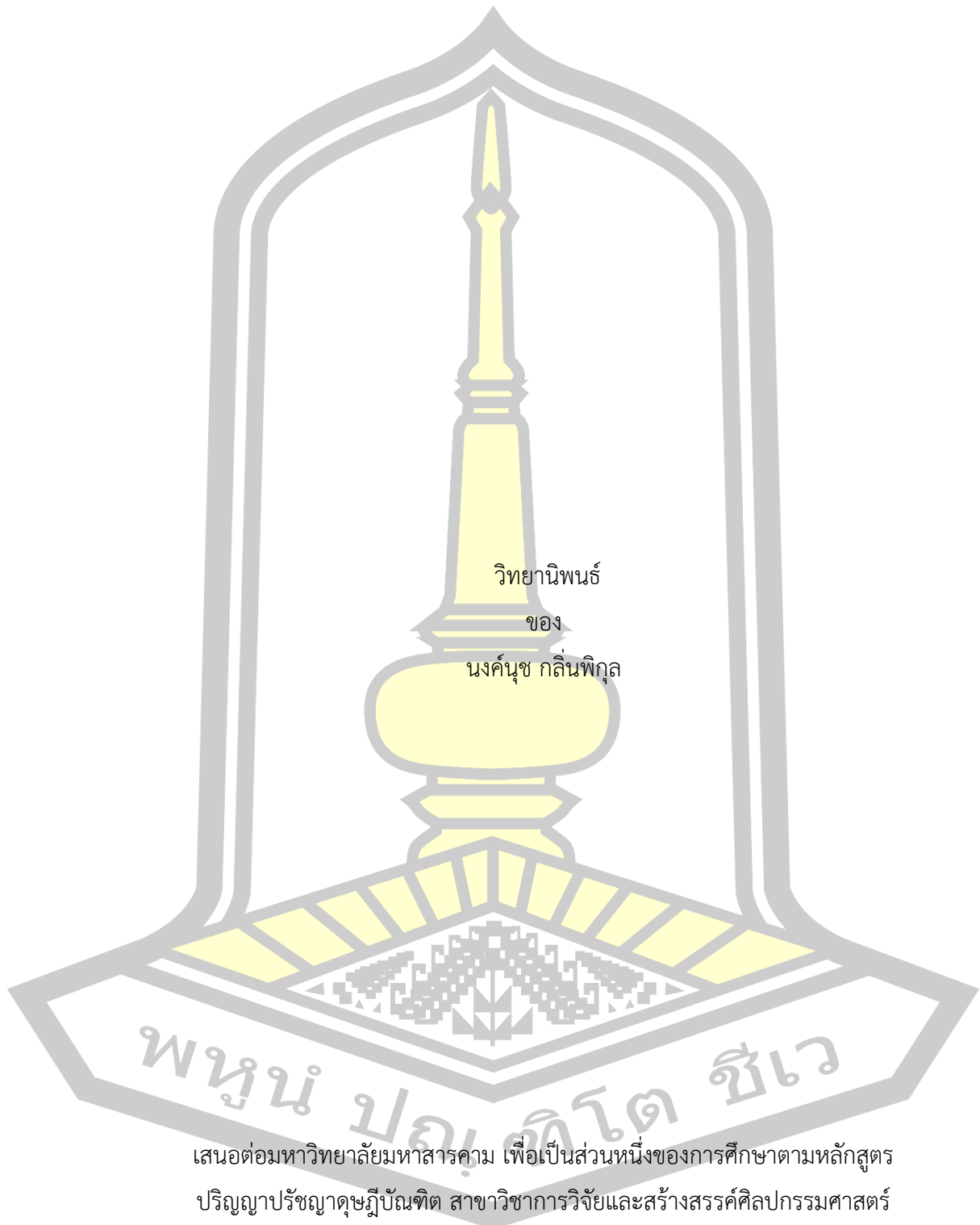
ตุง : อัครลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

วิทยานิพนธ์
ของ
นงคณัฐ กลิ่นพิกุล

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสร้างสรรค์ศิลปกรรมศาสตร์
พฤษภาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตุง : อุตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

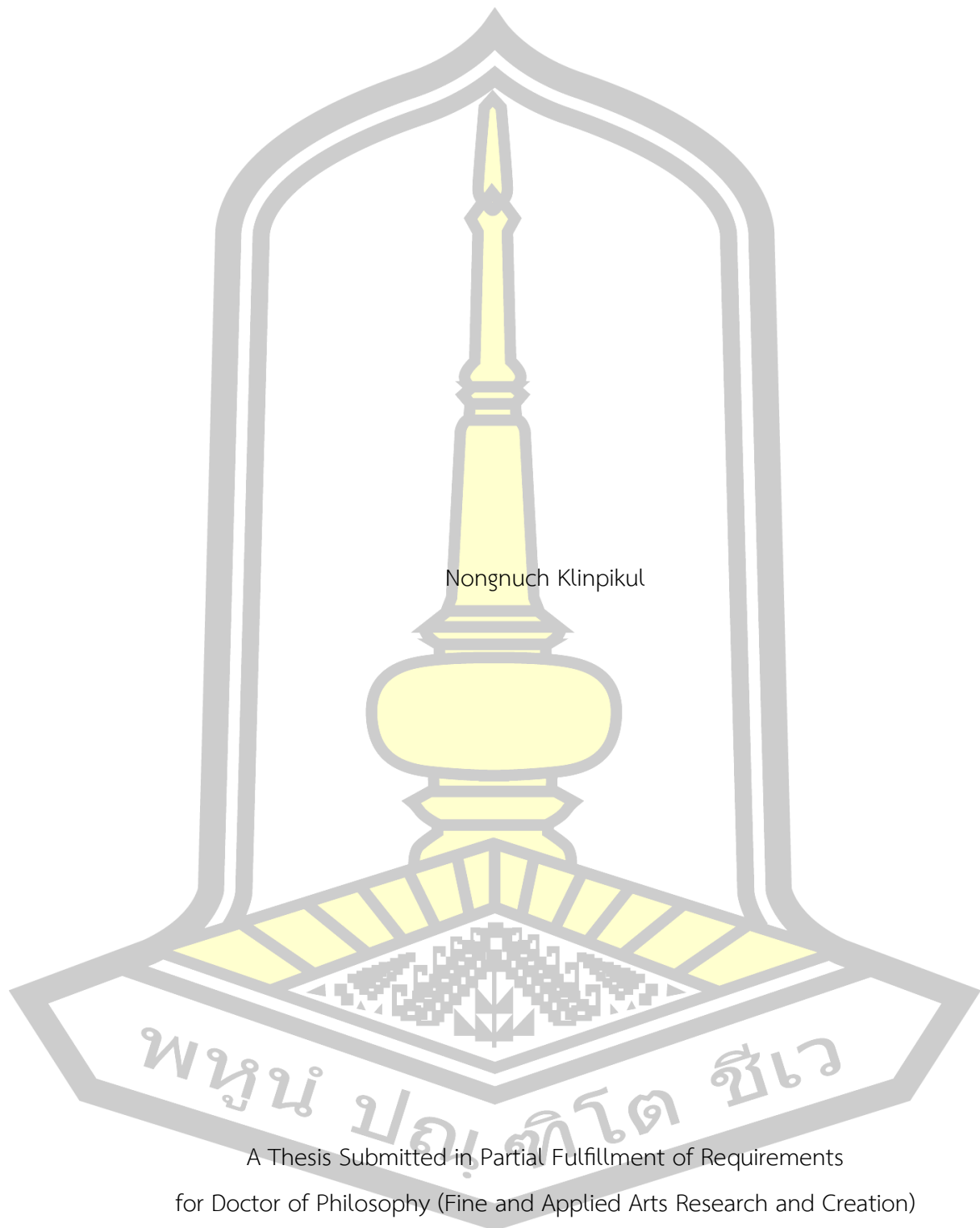


เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสร้างสรรค์ศิลปกรรมศาสตร์

พฤษภาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Tung : Cultural Identity of Tai Lue for Creative Product Development



Nongnuch Klinpikul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Doctor of Philosophy (Fine and Applied Arts Research and Creation)

November 2023

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางนงนุช กลิ่นพิกุล แล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัย
และสร้างสรรค์ศิลปกรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รศ. นิยม วงศ์พงษ์คำ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผศ. ดร. เมตตา ศิริสุข)

.....กรรมการ

(รศ. ประทับใจ สุวรรณธาดา)

.....กรรมการ

(รศ. ศักดิ์ชาย สิกขา)

.....กรรมการ

(ผศ. พิระ พันลูกท้าว)

มหาวิทยาลัยยอนันต์ให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสร้างสรรค์ศิลปกรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม

.....
(ผศ. ดร. พิระ พันลูกท้าว)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรม
ศาสตร์

.....
(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

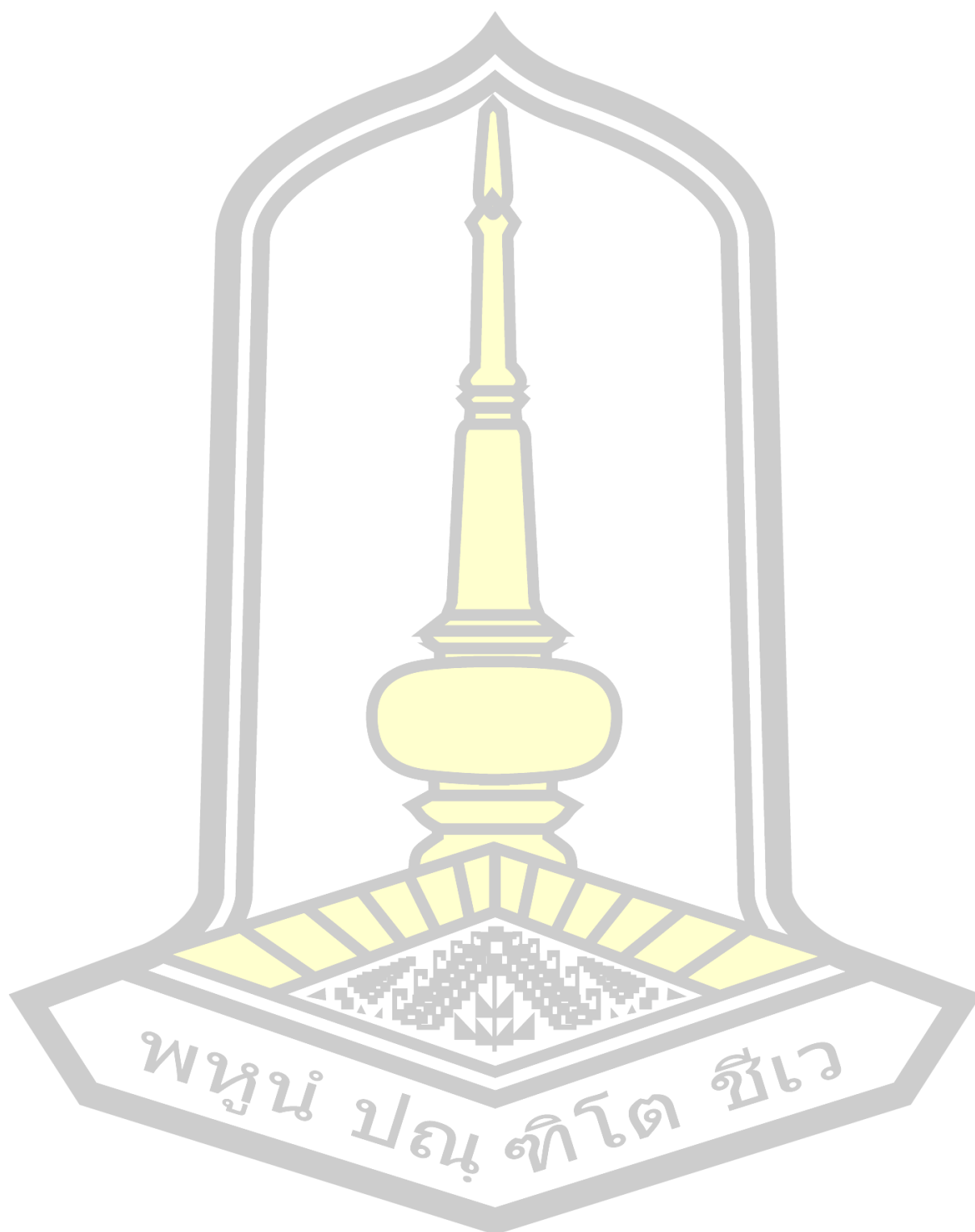
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
 ผู้วิจัย นางคณัฐ กลิ่นพิกุล
 อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เมตตา ศิริสุข
 ปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา การวิจัยและสร้างสรรค์ศิลปกรรม
 ศาสตร์
 มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาตุงในวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อด้านรูปแบบลวดลาย วัสดุ การผลิต การใช้งาน ความเชื่อและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 2) เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของตุงไทลื้อโดยใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และ 3) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคโดยใช้แนวทางในการออกแบบจากอัตลักษณ์ตุงไทลื้อ โดยพื้นที่ในการศึกษาคืออำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา มีการเก็บข้อมูลโดยการสังเกต พฤติกรรม การมีส่วนร่วมประเพณีและพิธีกรรม การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และการผลิต สรุปผลข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและสรุปผลข้อมูลจากการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่าชาติพันธุ์ไทลื้อมีความเชื่อเรื่องผีวิญญาณ และมีความศรัทธาในพุทธศาสนา ประเพณีและพิธีกรรมต่างๆ ซึ่งแสดงถึงความเป็นตัวตนของชาวไทลื้อ มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางภูมิปัญญาปลูกฝังความคิดดังกล่าวจากรุ่นสู่รุ่น สำหรับชาวไทลื้อตุงเป็นสิ่งทอที่ใช้ในการสักการบูชาและการประกอบพิธีกรรม แสดงถึงความกตัญญูการอุทิศส่วนกุศล ผลบุญไปสู่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้วหรือให้กับตนเอง ตุงเป็นสัญลักษณ์ของความดีความเป็นสิริมงคลที่สื่อถึงเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อและความศรัทธาได้เป็นอย่างดีจึงทำให้ตุงไทลื้อที่มีการถ่ายทอดศิลปะการทอตุงจากช่างทอออกมาเป็นลวดลายที่สวยงามมีอัตลักษณ์ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มลวดลายบนผืนตุงออกเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มลายจากพรรณพฤกษา ลายสัตว์และลายสิ่งของเครื่องใช้ที่มีลายปราสาทเป็นลายประธาน จากความงามบนผืนตุงไทลื้อนี้จึงสามารถนำอัตลักษณ์ทางลวดลายที่อยู่บนผืนตุงมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้อย่างน่าสนใจ

คำสำคัญ : ตุง, ไทลื้อ, อัตลักษณ์วัฒนธรรม, ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์



TITLE	Tung : Cultural Identity of Tai Lue for Creative Product Development		
AUTHOR	Nongnuch Klinpikul		
ADVISORS	Assistant Professor Metta Sirisuk , Ph.D.		
DEGREE	Doctor of Philosophy	MAJOR	Fine and Applied Arts Research and Creation
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2023

ABSTRACT

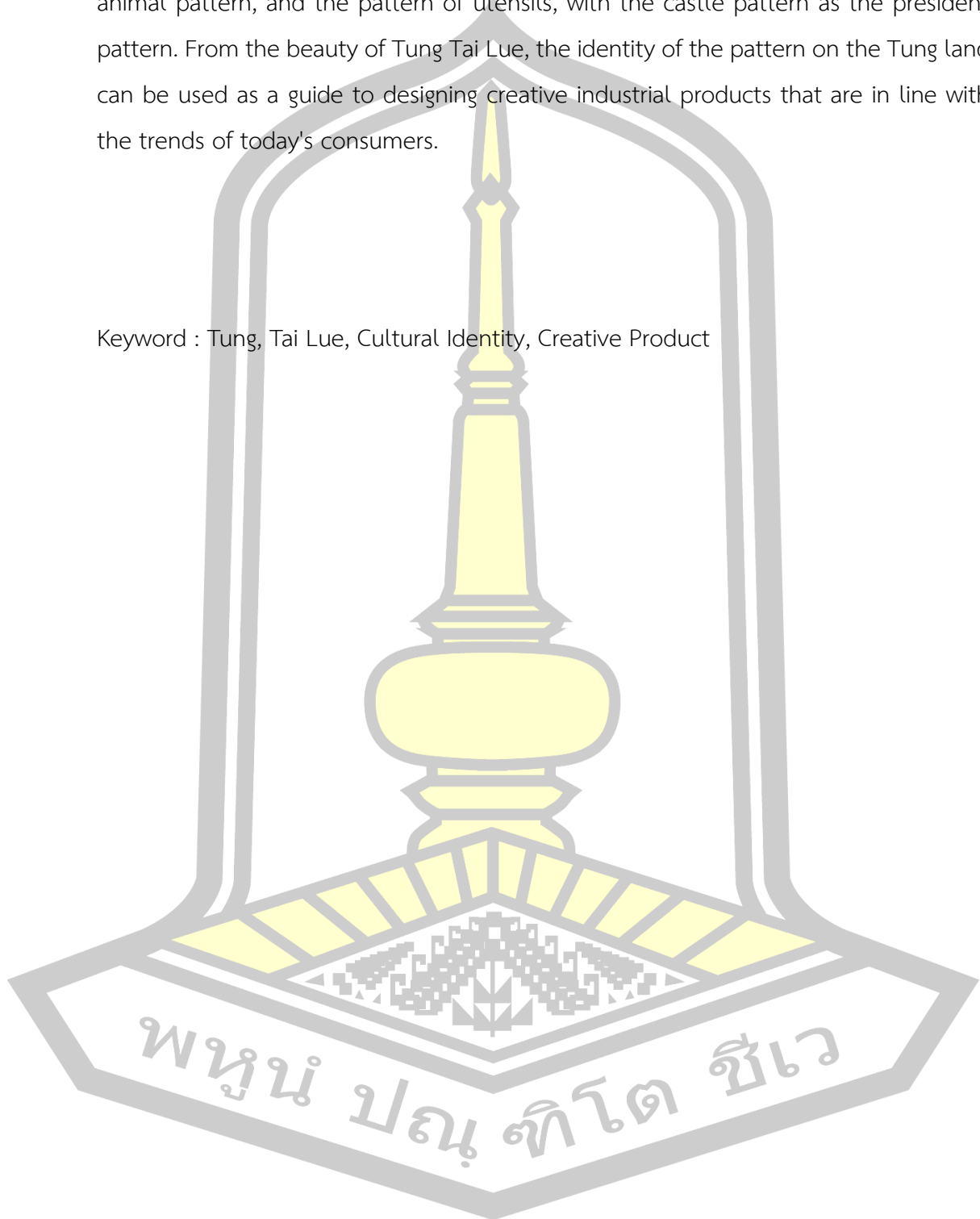
Tung: The Cultural Identity of Tai Lue for Creative Product Development

Objective 1) To study Tung in the culture of the Tai Lue ethnic group in terms of patterns, materials, production, use, beliefs, and other related factors. 2) To analyse the identity of Tung Tai Lue by using it as a guide in creative product design and development, and 3) To develop creative products that are in line with consumer demand trends by adopting design guidelines from the Tung Tai Lue identity. The area of study is Chiang Kham District, Phayao Province. Data is collected by observing behaviours, participation, traditions, and rituals. In-depth interviews and product satisfaction assessments from product design and manufacturing experts Summarise qualitative data by descriptive analysis and summarise data from product satisfaction assessments by statistical data analysis.

The results showed that ethnic Tai Lue have spiritual beliefs and faith in Buddhism. Traditions and rituals that represent the identity of the Tai Lue people There is a transfer of knowledge and wisdom that cultivates such ideas from generation to generation. For the Tai Lue Tung people, it is a textile used in worship and rituals to express gratitude and dedicate charity and merit to those who have passed away or to themselves. Tung is a symbol of goodness and auspiciousness that conveys the story of the way of life. Faith and faith as well, thus making Tung Tai Lue that conveys the art of Tung weaving from weavers into beautiful patterns with identity. The pattern

on the Tung land can be divided into 3 groups, namely the pattern from flora, the animal pattern, and the pattern of utensils, with the castle pattern as the president pattern. From the beauty of Tung Tai Lue, the identity of the pattern on the Tung land can be used as a guide to designing creative industrial products that are in line with the trends of today's consumers.

Keyword : Tung, Tai Lue, Cultural Identity, Creative Product



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจาก ผศ.ดร.เมตตา สิริสุข อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รศ.ดร.นิยม วงศ์พงษ์คำ ประธานกรรมการสอบ และรศ.ดร.ประทับใจ สุวรรณธาดา รศ.ดร.ศักดิ์ชาย สีหา และ ผศ.ดร.วุฒิพงษ์ โรจน์เชษมศรี กรรมการสอบ

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการและผลิตเครื่องประดับ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ รศ.ดร.กิตติศักดิ์ อริยะเครือ รศ.ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิมองศา ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ ผศ.ดร.ธีร์ โคตรถา ดร.วิไลลักษณ์ บินดาร์ อาจารย์ณัฐริกา พรหมทา และผู้ประกอบการออกแบบและผลิตที่ช่วยประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสรุปและนำผลิตเป็นต้นแบบ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ให้ทุนการศึกษา และขอบคุณคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคามที่ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อพัฒนานิสิตระดับบัณฑิตศึกษา (ปริญญาเอก) งบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

นงศ์นุช กลิ่นพิกุล



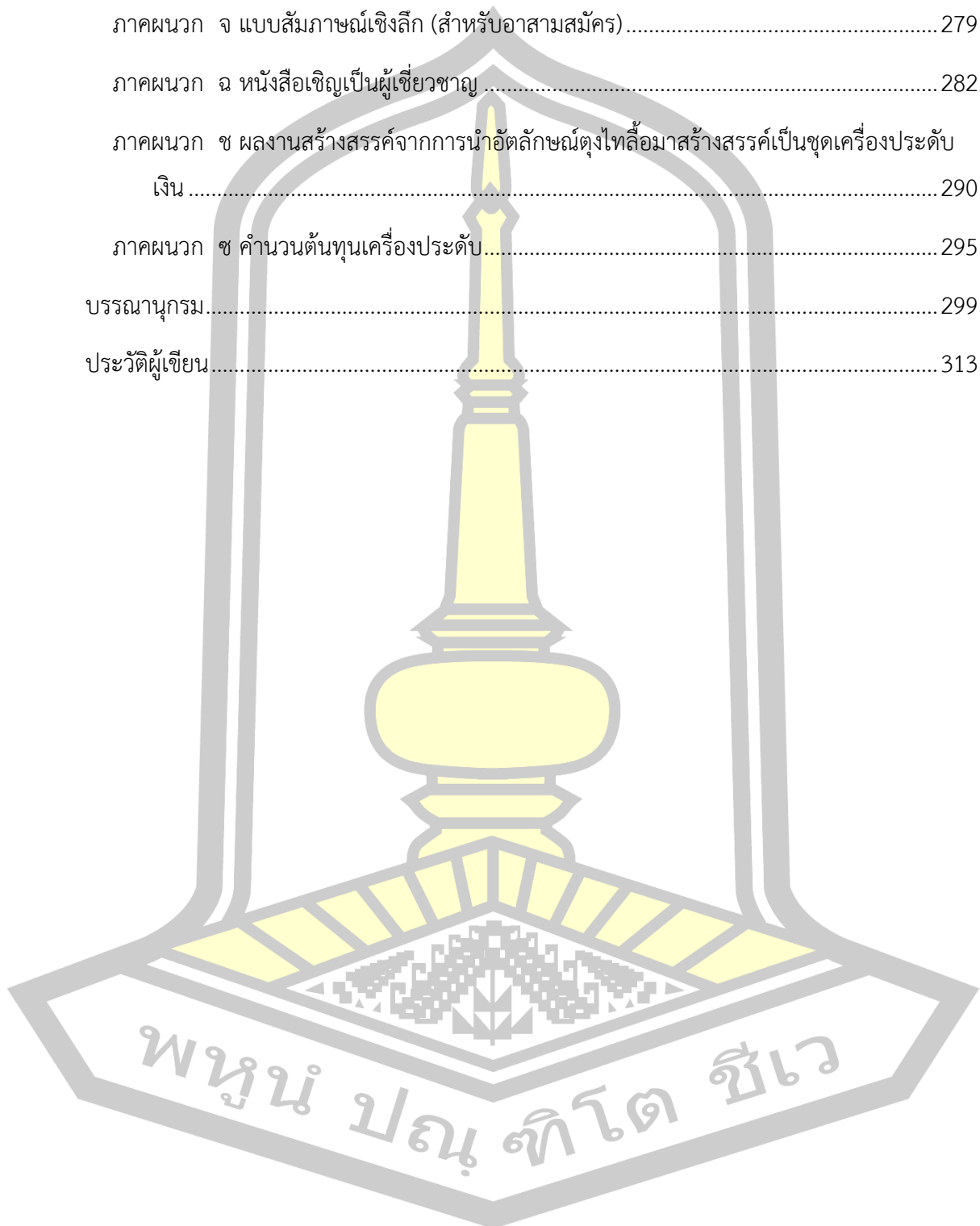
สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฌ
สารบัญตาราง.....	ฐ
สารบัญรูปภาพ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลังของการวิจัย	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย	8
2.ขอบเขตด้านเนื้อหา	8
3.ขอบเขตด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์	9
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	10
กรอบแนวคิดการวิจัย	10
วิธีการวิจัย	11
1.ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	11
2.วิธีการเก็บข้อมูลการวิจัย.....	12
3.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	13
4.การวิเคราะห์ข้อมูล.....	15
ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	16

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
1.แนวคิดอัตลักษณ์.....	17
2.แนวคิดสัญวิทยา.....	25
3.แนวคิดสุนทรียศาสตร์	33
บทที่ 2 ความเป็นมาและการพลัดถิ่นของชาติพันธุ์ไทลื้อ	42
ความเป็นมาของชาติพันธุ์ไทลื้อและชาวไทลื้อเชียงคำ.....	42
1.ชาติพันธุ์ไทลื้อ	42
2.ประวัติไทลื้อเชียงคำ.....	52
2.1 ที่มาของเมืองเชียงคำ.....	52
2.2 เชียงคำครั้งเมื่อเป็นเขตการปกครองของเมืองน่าน.....	53
2.3 เชียงคำเข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยในการปกครองล้านนา.....	54
2.4 เมืองเชียงคำหลังเกิดกบฏเงี้ยว.....	55
2.5 เมื่อเปลี่ยนมาเป็นอำเภอเชียงคำ.....	58
บทที่ 3 ตุงไทลื้อในวัฒนธรรมชาติพันธุ์ไทลื้อ	86
ความหมาย.....	86
ภูมิปัญญาตุงไทลื้อ	87
1 การถ่ายทอดภูมิปัญญา.....	87
2.กระบวนการทอตุงไทลื้อ.....	88
ประเพณี พิธีกรรมและความสัมพันธ์กับตุง.....	95
ตุงกับการเปลี่ยนแปลง.....	108
บทที่ 4 อัตลักษณ์ตุงไทลื้อ.....	122
อัตลักษณ์ด้านรูปทรง.....	122
อัตลักษณ์ด้านสัญลักษณ์และการสื่อความหมายของตุงไทลื้อ	122
1.ลวดลายรูปสัตว์.....	124

2.ลวดลายพรรณพฤษภษา	126
3.ลวดลายสิ่งของเครื่องใช้	128
อตัลภษณส์สันบนผืนตุงไทลื้อ	132
อตัลภษณส์ด้านสุนทริยศาสตร์	135
สรุพอตัลภษณส์ตุงไทลื้อ	139
บทที่ 5 เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความต้งการของผู้บริภค.....	142
เศรษฐกิจเจ้สร้างสรรค์	142
1.ความหมาย.....	142
2.ประเภทอุตสาหกรรสร้างสรรค์.....	144
3.เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับวัฒนธรรม.....	147
บทที่ 6 การออกแบบผลิตภันท์อุตสาหกรรสร้างสรรค์.....	184
1.ระบุความต้งการของลูกค้า (Identify Customer Needs)	185
2.จากการลงพ้ที่สนาม.....	189
3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Establish Target Specifications)	190
4 การสร้างแนวคิดผลิตภันท์ (Generate Concept Product).....	191
5.เลื้กแนวคิดผลิตภันท์ (Select Product Concept).....	204
6.ทดสอบแนวคิดผลิตภันท์ (Test Product Concept).....	221
7.การผลิตต้นแบบผลิตภันท์ (Prototype).....	231
บทที่ 7 สรุปร อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	245
ภคผนวก.....	256
ภคผนวก ก เอกสารรับรองโครงการวิจัย จากคณะกรรการจริยธรรมการวิจัยในคน	
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.....	257
ภคผนวก ข เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย	260
ภคผนวก ค เอกสารแสดงความยินยอม	263

ภาคผนวก ง แบบสอบถาม (สำหรับผู้เชี่ยวชาญ).....	268
ภาคผนวก จ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (สำหรับอาสาสมัคร).....	279
ภาคผนวก ฉ หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ.....	282
ภาคผนวก ช ผลงานสร้างสรรค์จากการนำอัตลักษณ์ดั้งเดิมมาสร้างสรรค์เป็นชุดเครื่องประดับเงิน.....	290
ภาคผนวก ซ คำนวนต้นทุนเครื่องประดับ.....	295
บรรณานุกรม.....	299
ประวัติผู้เขียน.....	313



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 อธิบายประเภทของสัญญาตามทัศนะของ Peirce ที่มา : (วีรภัทร วิไลศิลปดีเลิศ, 2555)	31
ตารางที่ 2 สินค้าส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศ.....	169
ตารางที่ 3 สินค้านำเข้า 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศ.....	170
ตารางที่ 4.....	171
ตารางที่ 5 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้าในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2564 และปี 2565	174
ตารางที่ 6 สถิติการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2565 และ 2566.....	175
ตารางที่ 7 สถิติการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2565 และ 2566.....	176
ตารางที่ 8 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและนักท่องเที่ยวชาวจีนเกี่ยวกับสินค้า.....	179
ตารางที่ 9 ช่องทางการจัดจำหน่ายและสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการเครื่องประดับ	182
ตารางที่ 10 การเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเบื้องต้น ชุดพรรณพฤษา (Set A)	207
ตารางที่ 11 การเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเบื้องต้น ชุดสัตว์ (Set B).....	209
ตารางที่ 12 การเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเบื้องต้น ชุดสิ่งของเครื่องใช้ (Set C)	210
ตารางที่ 13 แสดงผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดพรรณพฤษา (SET A) จากผู้เชี่ยวชาญ	212
ตารางที่ 14 แสดงผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดพรรณพฤษา (SET A) จากผู้เชี่ยวชาญ	213
ตารางที่ 15 แสดงผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดสัตว์ (SET B) จากผู้เชี่ยวชาญ	216
ตารางที่ 16 แสดงผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดสิ่งของเครื่องใช้ (SET C) จากผู้เชี่ยวชาญ ..	218
ตารางที่ 17 แสดงผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดสิ่งของเครื่องใช้ (SET C) จากผู้เชี่ยวชาญ ..	219

สารบัญรูปภาพ

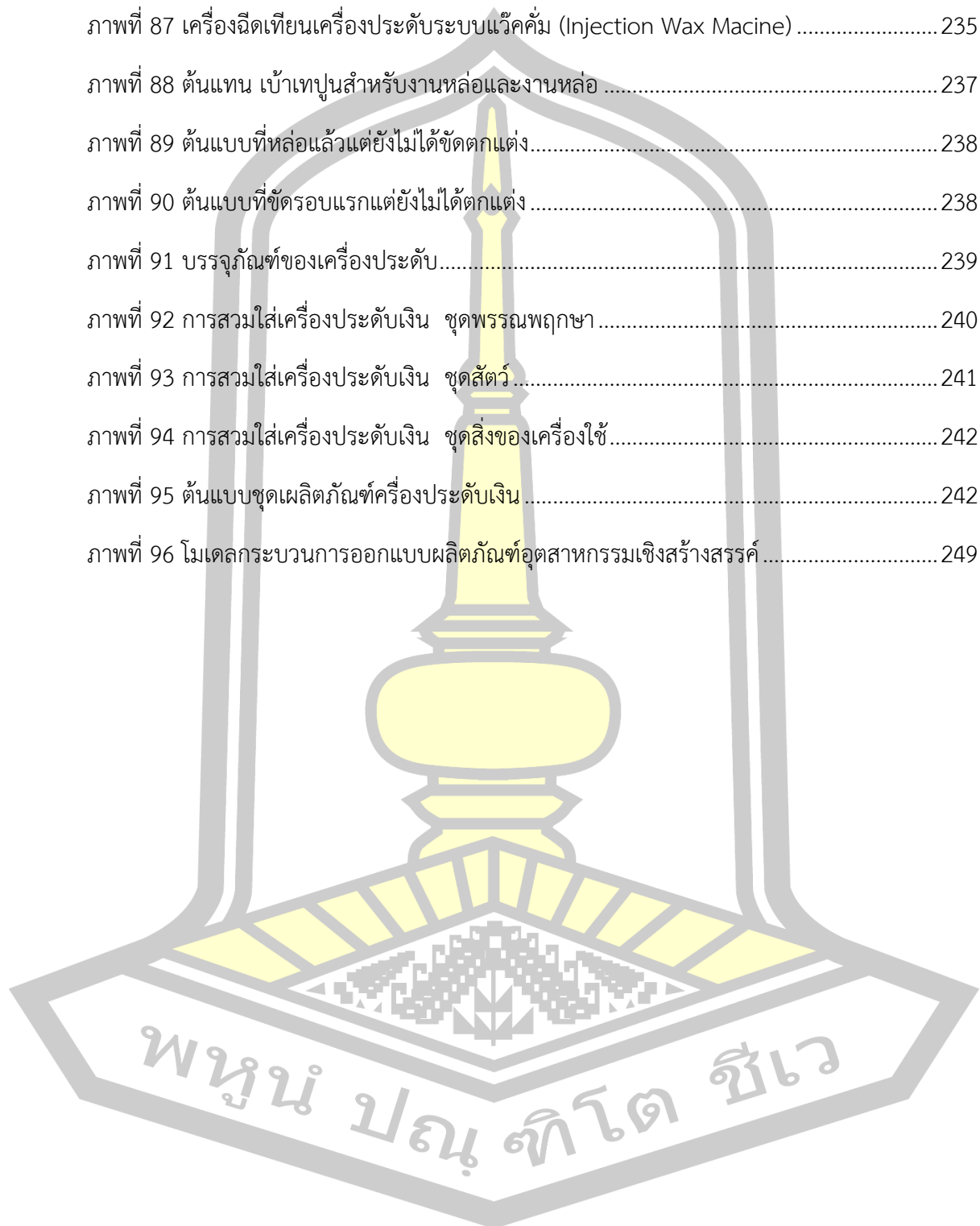
	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	11
ภาพที่ 2 ผังความคิดการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในการออกแบบสัญญาณ	28
ภาพที่ 3 การเลี้ยงผีอารักษ์ของชาวไทลื้อ	78
ภาพที่ 4 ประเพณีจุลกฐินของชาวไทลื้อ	79
ภาพที่ 5 การตานธรรมหลวงของชาวไทลื้อ	80
ภาพที่ 6 แสดงขบวนแห่หุ่นม้าคำจำลองเจ้าแผ่นดินและหอปราสาทซึ่งตามความเชื่อดวงวิญญาณของ เจ้าหม่อมคำลือได้ถูกอันเชิญมาสถิต ณ ปราสาทแก้วนี้ ภาพโดย อ้ายคำเงิน วงศ์เหล็ก	83
ภาพที่ 7 แสดงขบวนแห่ปราสาทนกหัสติลิงค์ที่มีการนำตุ่มสามหางมาประดับ	83
ภาพที่ 8 แสดงเครื่องครวกรรม (สิ่งของเครื่องใช้) ประกอบปราสาทนกหัสติลิงค์	84
ภาพที่ 9 แสดงหมากสุมหมากเบง ประกอบปราสาทนกหัสติลิงค์ทั้ง 4 มุม	84
ภาพที่ 10 กี่ทอมือ พิพิธภัณฑท์ไทลื้อ ณ วัดธาตุสบแวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา	88
ภาพที่ 11 กระสวยและหลอดด้าย	89
ภาพที่ 12 ไม้ด้ามเก็บดอกหรือไม้ขีด	89
ภาพที่ 13 พื้ม	90
ภาพที่ 14 ตะก้อหรือเขากูก	91
ภาพที่ 15 ไม้เหยียบบุก	91
ภาพที่ 16 ภาพจิตรกรรมประณีตด้านก่วยสลาก ณ วัดธาตุสบแวน	96
ภาพที่ 17 การตานตุ่งในวันสงกรานต์ของชาวไทลื้อ พะเยา	97
ภาพที่ 18 ประเพณีปอยหลวง	100
ภาพที่ 19 การเข้าร่วมพิธีตานธรรมของชาวไทลื้อ	102
ภาพที่ 20 ปราสาทชาวไทลื้อที่ใช้ในประเพณีตานปราสาท	103

ภาพที่ 21 พิธีกรรมสืบชะตา.....	104
ภาพที่ 22 ภาพลายเส้นจากภาพพระบฏ	108
ภาพที่ 23 ภาพลายคำที่วัดปงยางคก จังหวัดลำปาง.....	109
ภาพที่ 24 จากถ้ำโปวิน ตองในพม่า.....	109
ภาพที่ 25 ลายคำวิหารวัดปราสาท จังหวัดเชียงใหม่	110
ภาพที่ 26 ในภาพพระบฏวัดปงสนุก จังหวัดลำปางรูปจิตรกรรมเจดีย์จุฬามณี วิหารวัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน ด้านผนังทิศตะวันตก	111
ภาพที่ 27 พิธีกรรมการทอดุงเพื่อใช้ประดับตกแต่งในงานพระราชพิธีพระราชทานเพลิงพระศพสมเด็จพระพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์	113
ภาพที่ 28 ดุงไถลื้อ เทคนิคการขีดที่วิหารวัดภูเก็ท อำเภอบัว จังหวัดน่าน.....	114
ภาพที่ 29 ดุงที่แขวนอยู่ในร้านของนางศดานันท์ เนตรทิพย์.....	114
ภาพที่ 30 ดุงไถลื้อจากการสกรีนบนผ้าโทเร ณ วัดธาตุสบแวน อำเภอยางคำ จังหวัดพะเยา.....	116
ภาพที่ 31 ดุงที่ใช้แขวนประดับที่พิพิธภัณฑ์ไถลื้อ วัดธาตุสบแวน อำเภอยางคำ จังหวัดพะเยา	117
ภาพที่ 32 ดุงที่แขวนประดับตามคาเฟ่ ในอำเภอบัว จังหวัดน่าน.....	117
ภาพที่ 33 ดุงที่แขวนประดับในงานกาชาดไถลื้อ ณ วัดธาตุสบแวน อำเภอยางคำ จังหวัดพะเยา ...	118
ภาพที่ 34 แผ่นเหล็กที่ถูกเจาะทะลุเป็นรูปดุงไถลื้อถูกประดับตามเสาไฟและตามกำแพงวัด ภายในอำเภอยางคำ จังหวัดพะเยา.....	118
ภาพที่ 35 ดุงกระดาษสกรีนเป็นรูปนกขัตรียให้นกทองเที่ยวเลือกซื้อตามปีเกิดเพื่อถวาย ณ วัดธาตุสบแวน จังหวัดพะเยา	119
ภาพที่ 36 ลายสัตว์ในจินตนาการที่อยู่บนผืนดุงไถลื้อ.....	124
ภาพที่ 37 ลายสัตว์ในธรรมชาติที่อยู่บนผืนดุงไถลื้อ	125
ภาพที่ 38 รวมลายสัตว์ที่อยู่บนผืนดุงไถลื้อ.....	125
ภาพที่ 39 ลายคนและลายจากพรรณพฤกษา.....	127
ภาพที่ 40 ลายที่มักใช้ตกแต่งชายดุง ผ้าเช็ดหน้าหรือผ้าห่มของชาวไทลื้อ.....	127

ภาพที่ 41 ลายต้นดอกที่ประยุกต์มาจากการดอกไม้หรือดอกไม้ประดิษฐ์ประดับเป็นต้นเพื่อนำไป ถวายที่วัดหรือใช้ประกอบการร่วมประเพณีต่างๆ บางคนก็เรียกว่าต้นเงิน	128
ภาพที่ 42 ลายที่ประยุกต์มาจากต้นที่ใช้ถวายเป็นสิ่งของต่างๆ หรือธนบัตรซึ่งมักจะเห็นในงานประเพณี ปอยหลวง.....	130
ภาพที่ 43 การประยุกต์ลายที่มาจากของใช้ในการดำรงชีวิตของชาวไทลื้อ	131
ภาพที่ 44 ลายปราสาทและสิ่งของเครื่องใช้ ที่มาจากสิ่งของเครื่องใช้ของชาวไทลื้อ	131
ภาพที่ 45 ที่มักใช้ตกแต่งบริเวณชายตุงไทลื้อ.....	132
ภาพที่ 46 กลุ่มโหนดสีจากลวดลายบนผืนตุงไทลื้อดั้งเดิม	133
ภาพที่ 47 กลุ่มโหนดสีจากลวดลายบนผืนตุงไทลื้อปัจจุบัน	134
ภาพที่ 48 ตุงไทลื้อ.....	134
ภาพที่ 49 ตุงไทลื้อในพิพิธภัณฑ์ไทลื้อ ตำบลหย่วน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา.....	135
ภาพที่ 50 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์.....	145
ภาพที่ 51 ลำดับชั้นความต้องการของ A.H Maslow	158
ภาพที่ 52 ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลเรื่องโซคกลาง	162
ภาพที่ 53 การเชิญชวนรับบริการการพยาบาล.....	163
ภาพที่ 54 การเชิญชวนเปลี่ยนวอลเปเปอร์พื้นหลัง.....	163
ภาพที่ 55 ปากกาไฮท้อ Pentel ที่ออกแคมเปญ Write your own luck.....	165
ภาพที่ 56 กระดาษทิชชูซิลค์ (Zilk) กับหม่อช้าง ทศพร แคมเปญ.....	165
ภาพที่ 57 ที่นอนสายมู ชาติน จั๋มมือ หม่อช้างเปิดตัวชุดเครื่องนอนเสริมมงคล 12 ราศี	166
ภาพที่ 58 กระบวนการตัดสินใจบริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ.....	168
ภาพที่ 59 สินค้าส่งออก 10 อันดับแรก เดือน กุมภาพันธ์ 2023 (ล้านบาท).....	173
ภาพที่ 60 ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ในช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2565.....	177
ภาพที่ 61 เครื่องประดับแท้ส่งออกของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออก	177
ภาพที่ 62 The Process of Forming Culture into a Creative Industry Product.....	184

ภาพที่ 63 สินค้าส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศ 2565 (ม.ค.-ส.ค.).....	186
ภาพที่ 64 แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ตั้งแต่ปี 2563-2565	186
ภาพที่ 65 เปรียบเทียบเครื่องประดับที่ส่งออกของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออก.....	187
ภาพที่ 66 จัดวางตำแหน่งทางการตลาดเครื่องประดับ	198
ภาพที่ 67 Throby's Concentric Circles model of the Cultural Industries.....	199
ภาพที่ 68 Creative Economy Concentric Model.....	199
ภาพที่ 69 การสร้างมูลค่า (Value Creation Process) ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	202
ภาพที่ 70 การวิเคราะห์ค่าสีโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก.....	202
ภาพที่ 71 ต่างหู ชุดพรรณพฤกษา	222
ภาพที่ 72 จี้ ชุดพรรณพฤกษา.....	223
ภาพที่ 73 แหวน ชุดพรรณพฤกษา.....	223
ภาพที่ 74 ต่างหู ชุดสัตว์	224
ภาพที่ 75 จี้ ชุดสัตว์.....	224
ภาพที่ 76 แหวน ชุดสัตว์.....	225
ภาพที่ 77 ต่างหู ชุดสิ่งของ.....	225
ภาพที่ 78 จี้ ชุดสิ่งของ.....	226
ภาพที่ 79 แหวน ชุดสิ่งของ.....	226
ภาพที่ 80 สัญลักษณ์ที่ตกไว้ในบริเวณที่ไม่ต้องการไขว้ของเครื่องประดับเงินทั้ง 3 ชุด	229
ภาพที่ 81 บล็อกซิลิโคนต้นแบบของ ชุดพรรณพฤกษา.....	229
ภาพที่ 82 บล็อกซิลิโคนต้นแบบของ ชุดสัตว์	230
ภาพที่ 83 บล็อกซิลิโคนต้นแบบของ ชุดสิ่งของเครื่องใช้	230
ภาพที่ 84 แผนผังแสดงกระบวนการผลิตเครื่องประดับ	232
ภาพที่ 85 ภาพ 3 มิติต้นแบบจากการนำอัตลักษณ์จากลวดลายตุ้งไทยมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน จำนวน 3 ชุด.....	233

ภาพที่ 86 บล็อกซิลิโคนต้นแบบ.....	234
ภาพที่ 87 เครื่องฉีดเทียนเครื่องประดับระบบแว็คคัม (Injection Wax Machine)	235
ภาพที่ 88 ต้นเทียน เบ้าเทียนสำหรับงานหล่อและงานหล่อ	237
ภาพที่ 89 ต้นแบบที่หล่อแล้วแต่ยังไม่ได้ขัดตกแต่ง.....	238
ภาพที่ 90 ต้นแบบที่ขัดรอบแรกแต่ยังไม่ได้ตกแต่ง	238
ภาพที่ 91 บรรจุภัณฑ์ของเครื่องประดับ.....	239
ภาพที่ 92 การสวมใส่เครื่องประดับเงิน ชุดพรรณพุกษา	240
ภาพที่ 93 การสวมใส่เครื่องประดับเงิน ชุดสัตว์.....	241
ภาพที่ 94 การสวมใส่เครื่องประดับเงิน ชุดสิ่งของเครื่องใช้.....	242
ภาพที่ 95 ต้นแบบชุดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน	242
ภาพที่ 96 โมเดลกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์.....	249



บทที่ 1 บทนำ

ภูมิหลังของการวิจัย

มนุษย์มีความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น ความมั่นคงปลอดภัย ความสุขและความรักโดยเฉพาะในปัจจุบันกับความต้องการการยอมรับจากทางสังคมโดยมีคนไทยกว่า 52 ล้านคนที่มีความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์เชื่อเรื่องโชคลางจนทำให้มีการนำไปใช้ในช่องทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการความเชื่อจนนำมาประยุกต์กับตัวสินค้าหรือบริการ ได้แก่ การพยากรณ์โหราศาสตร์ ลายมือ พระเครื่องวัตถุมงคล สี ตัวเลขและอื่นๆ (Marketing in the Uncertain World, 2021) ซึ่งมักเรียกกันว่า “การตลาดสายมู” ซึ่งถ้าจะพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยในการตอบโต้ทั้งการใช้งานและความเชื่อ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ได้รายงานเกี่ยวกับสินค้าส่งออก 15 อันดับแรกของไทย ในปี 2564 พบว่าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีมูลค่าการส่งออก 317,888 ล้านบาทและในปี 2565 เดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ มีมูลค่ามีมูลค่าการส่งออก 517,607 ล้านบาท นับว่าเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการขยายตัวมากที่สุด 125.03 % ซึ่งต่างจากการนำเข้าสินค้าเครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำที่มีอัตราการขยายตัวในปี 2565 เดือนมกราคมถึง เดือนกุมภาพันธ์อยู่ที่ -10.47 % (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจาก กรมศุลกากร, 2565) ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาสินค้าแฟชั่น ได้แก่ เสื้อผ้าหรือเครื่องประดับพบว่าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีจำนวนการส่งออกมากที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2563-2565 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับลดลงตามสถานการณ์โรคระบาดโควิดแต่ถึงกระนั้นก็ตามเมื่อสถานการณ์เริ่มคลี่คลายพบว่าในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม ปี 2564 มีมูลค่าการ 620.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐและในปี 2565 มีมูลค่าการส่งออก 706.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.95 (กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ องค์การมหาชน, 2565) พบว่าเพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 29.54 และสถิติการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยประเภทเครื่องประดับแทะหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2565 และ 2566 พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 135.21 % สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนับเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกที่สามารถเติบโตได้ (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ องค์การมหาชน, 2566: 1-4)

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่อยู่บนพื้นฐานของหรือมีความเชื่อมโยงกับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมหรือองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และสามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์เพื่อผลิตสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์อันนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มและความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจได้ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน, 2565) เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นส่วนที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้เพราะมีประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถสืบทอดสู่ปัจจุบัน มีวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์มีความประณีตในการสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลกทำให้สามารถสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่ จากนโยบายและการส่งเสริมจากทางภาครัฐเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์พบว่าเครื่องประดับในกลุ่มกลุ่มแฟชั่นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุดและด้วยมนุษย์มีความต้องการขั้นพื้นฐานที่ต้องการการยอมรับจากสังคมต้องการมีความสุขความมั่นคงและความปลอดภัยซึ่งความกังวลเหล่านี้จึงทำให้มีความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ซึ่งความนิยมในสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อนั้นมาจากมุมมองความเชื่อและค่านิยมของมนุษย์ที่มาจาก 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ความเชื่อจากขนบธรรมเนียม ประเพณี 2) ความเชื่อเรื่องรูปลักษณะสัญลักษณ์ 3) ความเชื่อที่เกี่ยวกับค่านิยมทางด้านแฟชั่นในปัจจุบันที่นำมาผสมผสานกับเรื่องความเชื่อ (เบนาศิต เพียรรักษ์และ ศรีณย์ จิตติลักษณ์, 2564)

ทุนวัฒนธรรมคือภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติซึ่งกรมส่งเสริมวัฒนธรรมของกระทรวงวัฒนธรรมกำหนดไว้ 7 สาขา ได้แก่ 1) ภาษา 2) วรรณกรรมพื้นบ้าน 3) ศิลปะการแสดง 4) แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล 5) งานช่างฝีมือดั้งเดิม 6) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล 7) กีฬาภูมิปัญญาไทย ในยุค 4.0 ประเทศไทยมียุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560- 2579) โดยทางรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญกับการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนามิติด้านวัฒนธรรมโดยการนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจเช่นเดียวกับญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ที่มีการสร้างกระแสนิยมโดยการนำวัฒนธรรมมาเป็นสินค้าหรือแม้กระทั่งการถ่ายทอดทางศิลปิน โดยขณะที่ไทยกำลังให้ความสนใจในการสร้างสินค้าให้เป็นที่ต้องการซึ่งปัจจุบันมีชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากที่ชื่นชอบความเป็นประเทศไทยทั้งในเรื่องของวิถีวัฒนธรรม การท่องเที่ยว อาหารการกินรวมถึงวัฒนธรรมที่เป็นแกนกลางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรมเป็นต้นน้ำของห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยสามารถนำเรื่องราวและเนื้อหาของวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์หรือการใช้ทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างความแตกต่างหรือจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ รัฐบาลมีนโยบายและแผนงานพัฒนาการส่งเสริมทุนวัฒนธรรมในเชิงพาณิชย์โดยการนำวัฒนธรรมไปเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ทางธุรกิจจึงทำให้เกิดโอกาสของธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ขึ้น (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2544)

การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์เป็นแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ใช้องค์ความรู้ทางการศึกษา การสร้างสรรค์งานและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรมเมื่อผสมผสานกับความรู้ทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่นำไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นวัตถุดิบสำคัญ เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจในการส่งออกวัฒนธรรมของประเทศไปสู่สากลการนำอัตลักษณ์เป็นจุดที่สร้างมูลค่าความได้เปรียบทางเศรษฐกิจโดยการใช้วัฒนธรรมผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมสร้างสรรค์สินค้าทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมให้เกิดเอกลักษณ์ให้กับวัฒนธรรมทั้งนี้เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมูลค่าเป็นคุณค่าและนำไปสู่นวัตกรรม (ธัชกรณ ศรีเมือง, 2561) การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเป็นการนำวัฒนธรรมหรือความเชื่อ ศิลปะ การแสดงหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมมาทำเป็นสิ่งของที่มีมูลค่าเพื่อการซื้อขาย โดยมีการออกแบบเพื่อให้สินค้าดูน่าสนใจและมีคุณค่ามากขึ้น การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยสินค้าทางวัฒนธรรมมักจะเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น เช่น ของที่ทำจากผ้าทอมือหรือที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าช่วยส่งเสริมการสร้างรายได้และการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นและช่วยรักษาสິงที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน (ศรีญา ละม่อมสาย และบุญยสุภะ อเนกสุข, 2561) เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นระบบเศรษฐกิจแนวใหม่ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อระบบเศรษฐกิจทั้งภาคการผลิต บริการ การขายหรืออุตสาหกรรมบันเทิง เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มีกระบวนการนำวัฒนธรรม เศรษฐกิจและเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมทั้งความคิดสร้างสรรค์และเศรษฐศาสตร์ไม่ใช่แนวคิดใหม่แต่ที่เป็นการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสองแนวคิดนี้โดยนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ร่วมกับแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์เพื่อสร้างมูลค่าและความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจของประเทศ (คณิต วิณิชยวีรุฬห์, 2553) การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงถือเป็นแนวทางที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะประสบความสำเร็จไม่ได้ถ้าปราศจากการพัฒนาทุนวัฒนธรรม ทุนวัฒนธรรมเป็นสินทรัพย์ที่มีการฝังตัวและให้คุณค่าทางวัฒนธรรมนอกจากมูลค่าทางเศรษฐกิจของทรัพย์สิน เมื่อสินค้าและบริการมีการฝังตัวของวัฒนธรรมจะเรียกสินค้านั้นว่าสินค้าวัฒนธรรม (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2544) สำหรับประเทศไทยพบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นที่ต้องการในตลาดอาเซียนอย่างมาก ได้แก่ กลุ่มงานศิลปะ กลุ่มงานศิลปะการแสดง กลุ่มงานสื่อสิ่งพิมพ์ กลุ่มงานโสตทัศนและกลุ่มการออกแบบ การเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพของอุตสาหกรรมจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของ

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม วิสาหกิจเอกชนมีความสำคัญในการเป็นผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากการเป็นผู้คิดค้นหรือนำความรู้ที่มีอยู่เดิมไปใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการออกสู่ตลาดเพื่อสร้างประโยชน์ในเชิงพาณิชย์โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 99 ของจำนวนวิสาหกิจของไทยทั้งหมดแม้ว่าในปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์สามารถทำได้ไม่ยากนักสำหรับวิสาหกิจขนาดย่อมเพราะได้มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีให้มีความก้าวหน้าและสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลทางความคิดได้ง่ายขึ้นและรวดเร็วแต่ก็ยังมี การนำความคิดสร้างสรรค์จากองค์ความรู้เดิมหรือองค์ความรู้ใหม่ไปผลิตสินค้าหรือบริการออกสู่ตลาดและหาช่องทางจำหน่ายซึ่งเป็นอุปสรรคส่วนใหญ่ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ยาก และการที่วิสาหกิจไม่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญามากนักเมื่อเปรียบเทียบกับวิสาหกิจขนาดใหญ่จึงทำให้การผลิตจึงขาดประสิทธิภาพ (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556) เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์หรือ Creative Economy เป็นระบบเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ วัฒนธรรมและทุนทางปัญญารวมถึงทักษะความรู้และความสามารถของคนในสังคมเป็นต้นทุนหลักในการผลิต (สหภาพ พ่อค้าทอง, 2557) ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งรองนายกรัฐมนตรีมีนโยบายให้กับสำนักส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน) คือ 1) การส่งเสริมให้อุตสาหกรรมไทยใช้ความคิดสร้างสรรค์ไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการโดยมุ่งเน้นส่งเสริมการนำความคิดสร้างสรรค์ไปสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น สินค้าและบริการ 2) สนับสนุนการนำความคิดสร้างสรรค์ไปพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงกับทุนทางวัฒนธรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรมมุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการในชุมชนไปสู่การเป็นหมู่บ้านสร้างสรรค์ให้สามารถผลิตสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวบนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่สามารถสร้างโอกาสใหม่ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง 3) การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าแบรนด์สินค้าสร้างสรรค์ไทย(Creative Thailand) ให้เป็นที่ยอมรับในระบบสากลโดยการร่วมมือกับกระทรวงอุตสาหกรรม พัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าส่งเสริมความเชื่อมั่นในแบรนด์สินค้าไทยโดยสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นเพื่อมูลค่าและราคา 4) การเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจและการเห็นคุณค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีต่อเศรษฐกิจของไทย (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน, 2562) ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่หลากหลายชาติพันธุ์ที่น่าสนใจการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าจึงเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์สำหรับเศรษฐกิจไทย การนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้จึงเป็นการต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์มากขึ้น การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์จากการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์มาทำให้เป็นสินค้าโดยการออกแบบที่ทันสมัยและมีเรื่องราวผสมผสานความเชื่อสะท้อนให้

เห็นว่าแม้กาลเวลาจะเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคมอย่างไรก็ตามความเชื่อและความศรัทธา ยังคงอยู่ในจิตใจสำนึกของคนไทยจึงเป็นที่น่าสนใจและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความทันสมัยทางด้านเทคโนโลยีแต่ยังมีความหวังและมีความเชื่อที่จะทำใหตนเองนั้นมีความสุขและได้รับการยอมรับจากสังคม

ชาติพันธุ์ไทลื้อในประเทศส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ทางภาคเหนือของประเทศ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แพร่ น่าน พะเยา ลำปางและลำพูน โดยนับถือศาสนาพุทธนิกายเถรวาทแล้วมีความเชื่อเรื่องผีและพิธีกรรมโดยมีวัดเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางพุทธศาสนา ชาวไทลื้อมีพิธีกรรมและความเชื่อที่สืบสานกันมาอย่างมาช้านานถึงแม้ว่าเวลาจะผ่านไปนานหลายร้อยปีประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อก็ยังคงอยู่อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างตามสถานการณ์ในขณะนั้น มีการประยุกต์เข้ากับวัฒนธรรม การนับถือผีเป็นศาสนาและความเชื่อที่สำคัญของชาวไทลื้อ ซึ่งมีรายละเอียดข้อห้ามและพิธีการต่างกันไปตามภูมิภาคและวัตถุประสงค์ของการนับถือผีต่างๆ อย่างไรก็ตามพิธีการเหล่านี้เป็นความเชื่อมั่นเรื่องผีและวิธีการช่วยให้ผีที่มีในชุมชนมีความพึงพอใจและปกป้องชุมชนให้ปลอดภัย ความเชื่อเรื่องผีก็ยังสืบทอดต่อกันมาแม้ว่าต่อมาจะมีการนับถือพุทธศาสนาด้วยแล้วก็ตาม ความเชื่อดังกล่าวจึงทำให้ชาวไทลื้อมีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา (มิ่งกมล หงสาวงค์, 2557)

พิธีกรรมเป็นกระบวนการสำคัญในวัฒนธรรมของชาวไทลื้อเพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนและกับพลังนามธรรมผ่านผู้ประกอบพิธี พิธีกรรมประกอบด้วยตัวบททางวรรณกรรมและอุปกรณ์ประกอบพิธี โดยความเชื่อและรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงสำหรับแต่ละพิธีรวมถึงใช้ภาษาและสัญลักษณ์ที่มีความหมายตามแต่ละพิธี นอกจากนี้พิธีกรรมยังเป็นสื่อสำคัญในการแสดงถึงความเป็นไทลื้อและสัญลักษณ์ที่แสดงถึงกลุ่มชาติพันธุ์ การสะท้อนความเป็นไทลื้อและเอกลักษณ์แสดงความเป็นตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์ด้วย (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561) นอกจากนั้นชาวไทลื้อยังเชื่อในเรื่องของการทำบุญเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วให้ได้ขึ้นสวรรค์และการเชื่อในเรื่องของการต่ออายุขัยของตัวเอง ชาวไทลื้อจึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมหรือการมีส่วนร่วมในพุทธศาสนาในรูปแบบต่างๆ ถึงแม้ว่าปัจจุบันการเข้ามาอยู่ร่วมกันกับเจ้าของพื้นที่เดิมซึ่งเป็นแหล่งของวัฒนธรรมไทยวนทำให้วัฒนธรรมของไทลื้อถูกผสมกลมกลืนไปกับวัฒนธรรมไทยวนทั้งภาษาประเพณีรวมทั้งการแต่งกายก็ตามถึงกระนั้นกลุ่มชาวไทลื้อก็ยังคงรักษาเอกลักษณ์เฉพาะของชาติพันธุ์ตนเองไว้ (บุญสิตา พงษ์พูลสุข, 2562)

ตุ้งหรือเรียกว่า "ตง" หรือ "ปฏากะ" เป็นธงของอินเดียนหรือพม่าจะเรียกว่า "ตะขุ่น" และเรียกว่าคำว่า "คำข่อน" ในภาษาไทใหญ่ ตุ้งใช้เพื่อแสดงถึงเกียรติคุณและเป็นสัญลักษณ์ของความเชื่อ ความสำคัญมีลวดลายหรือสีที่แตกต่างกันไปตามหน้าที่การใช้งาน ขนาดของตุ้งจะมีความยาวและ

กว้างที่แตกต่างกันไปตามการใช้งานและพิธีกรรมที่นำวัสดุมาใช้ทำตุ่มก็จะมีหลายอย่าง เช่น ผ้าไหม หรือผ้าทอด้วยเทคนิคการขีดหรือจก วัสดุที่นำมาใช้ทำตุ่มมีความแตกต่างกันไปตามการนำมาใช้งาน และเป้าหมายของการใช้ตุ่มนั้นๆ (สากล จริยวิธานนท์, 2550) สำหรับชาวไทลื้อตุ่มเป็นเครื่องสักการะ อันเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของวัฒนธรรมชาวไทลื้อโดยที่ผูกพันกับวิถีชีวิตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มี บทบาทความเชื่อเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันซึ่งสืบทอดกันมาอย่างช้านาน ว่า ตุ่มนั้นเป็นสัญลักษณ์ของความดี ความเป็นสิริมงคลและยังเป็นสื่อनावิญญาณของผู้ตายไปแล้วให้ ขึ้นไปสู่สวรรค์หรือหลุดพ้นจากความทุกข์ทรมานอันเนื่องมาจากวิบากกรรมอันเนื่องมาจากอาณิสสของการถวายตุ่มหรือเรียกว่า “ตานตุ่ม” ซึ่งมีสิ่งที่บ่งบอกถึงความตั้งใจของผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่ที่มีการระลึก ถึงบรรพบุรุษแสดงถึงความกตัญญูที่มีต่อบรรพบุรุษซึ่งในปัจจุบันได้นำไปใช้ในการแทนสิ่งที่มีค่า ความ ดีงาม ความเจริญรุ่งเรืองและความเคารพ การถวายตุ่มจึงเป็นสร้างกุศลให้แก่ตนเองและอุทิศส่วนกุศล ให้แก่ผู้ตายไปแล้วตามพื้นฐานความเชื่อของชาวไทลื้อ การถวายตุ่มมีความสัมพันธ์กับพิธีกรรมใน พระพุทธศาสนาและประเพณีเกี่ยวโยงกับชีวิต การทำตุ่มถวายจึงเปรียบเสมือนตัวแทนสิ่งสักการะ ของแสดงความกตัญญูไปถึงผู้มีพระคุณที่เสียชีวิตไปแล้ว นอกจากนั้นการทำตุ่มยังเป็นการเฉลิมฉลอง ศาสนสถาน ศาสนวัตถุหรือสิ่งที่เป็นประโยชน์ตลอดจนความเชื่อไสยศาสตร์และพิธีกรรม เช่น การ สะดะเคราะห์ การบูชาผี เทวดาและพิธีกรรมต่างๆ จุดมุ่งหมายของการนำตุ่มไปใช้จึงมีหลายอย่าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ พิธีกรรมนั้นๆ

การถวายตุ่มคือการนำตุ่มที่ห่อไว้ในใส่เถาหรือพานพร้อมด้วยจุดปัจจัยไทยทานหลายอย่าง จากนั้นมัคนายกหรือผู้นำพิธีกรรมทางศาสนาพุทธจะเป็นผู้กล่าวนำคำถวายตุ่มเมื่อถวายเสร็จแล้วผู้ ถวายก็จะนำตุ่มไปแขวนไว้ในวิหารหรือเล้ารอบวิหาร การถวายตุ่มจะทำเครื่องสักการะ อาทิ ธูป น้ำ ส้มป่อย ตุ่มและช่อตุ่มอันเป็นเครื่องพุทธบูชา ตุ่มถูกนำมาใช้ในพิธีกรรมต่างๆ ตั้งแต่ในอดีตจนถึง ปัจจุบัน การถวายตุ่มยังมีความสำคัญความผูกพันกับความศรัทธาของชาวไทลื้อหรือชาวล้านนา ใน ปัจจุบันตุ่มถูกนำไปใช้ในการแห่ขบวนหรือหารนำไปตักตวงสถานที่เพื่อความสวยงาม การถวายตุ่มนั้น จึงเป็นความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมาเป็นสัญลักษณ์สื่อถึงความเป็นชาวไทลื้อและชาวล้านนา (สำนัก วัฒนธรรมจังหวัดพะเยา, 2558)

จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยยังไม่พบการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไทลื้อ ที่มุ่งประเด็นไปที่อัตลักษณ์ของตุ่มไทลื้อและนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ การทำอัตลักษณ์ ทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าจึงเป็นการสร้างวัฒนธรรมในท้องถิ่น ให้มีรูปแบบการผลิตใหม่ รวมทั้งการให้ความหมายที่เป็นไปตามบริบทของสังคมตลอดจนเงื่อนไขการต่อรองและกลไกทางการ ตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปในชุมชนนั้น จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาอัตลักษณ์

วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อโดยมุ่งประเด็นการศึกษาอัตลักษณ์ของตุงไทลื้อโดยการศึกษารูปแบบ ลวดลาย วัสดุ การผลิต การใช้งาน ความเชื่อและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ชุดเครื่องประดับเงิน ซึ่งในการวิจัยนี้เป็นการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าเพื่อที่จะเข้าใจถึงอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ กระบวนการสร้างความหมายและการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ตลาดในยุคโลกาภิวัตน์ต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาตุงในวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อด้านรูปแบบลวดลาย วัสดุ การผลิต การใช้งาน ความเชื่อและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของตุงไทลื้อโดยใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคโดยใช้แนวทางในการออกแบบจากอัตลักษณ์ตุงไทลื้อ

คำถามวิจัย

1. การศึกษาความเชื่อเกี่ยวกับตุง รูปแบบลวดลายที่อยู่บนผืนตุง วัสดุที่ใช้ทำและการผลิตตุง การนำตุงไปใช้งานทั้งในอดีตและปัจจุบัน และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่จะนำมาวิเคราะห์และสรุปเป็นข้อมูล ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของตุงในวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ชาวไทลื้อมีการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์อย่างไร และอัตลักษณ์ที่นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นอย่างไร
2. การศึกษาบริบทที่เกี่ยวข้องกับตุงไทลื้อ สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลนั้น การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของตุงไทลื้อนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับตุงไทลื้อ การวิเคราะห์องค์ประกอบศิลป์ทางศิลปะที่อยู่บนผืนตุง และการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในเชิงปริมาณ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมีกระบวนการวิเคราะห์อย่างไร โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้นั้นมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งมีรูปแบบการออกแบบและแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์อย่างไร

3 องค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและบริบทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อมาจาก
วิเคราะห์และสรุปข้อมูลออกมาเป็นอัตลักษณ์ของต่งในวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ โดยสามารถ
นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้หรือไม่อย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

1.ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย

1.1 พื้นที่ปฏิบัติงานสนาม พื้นที่การวิจัย คือ ชุมชนในเขตอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ตั้งแต่
ปี พ.ศ.2520 เป็นต้น กลุ่มปราชญ์ไทลื้อท้องถิ่นกับนักวิชาการได้มีความพยายามในการรื้อฟื้นความ
เป็นไทลื้อโดยการเรียบเรียงประวัติศาสตร์ไทลื้อเชียงคำขึ้นมาเป็นลายลักษณ์อักษรภายใต้การให้การ
สนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยจังหวัดพะเยาก็พยายามในการสร้างเอกลักษณ์เพื่อให้
เป็นเมืองศูนย์กลางของไทลื้อในประเทศไทยมีการตั้ง “สมาคมไทลื้อแห่งประเทศไทย” จนตั้งแต่ปี
2538 เป็นต้นจึงได้มีการจัดงาน “สืบสานตำนานไทลื้อ” เพื่อเป็นการยกระดับความเป็นเมืองไทลื้อ
โดยต่อมา ปี 2548 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็น “สืบสานตำนานไทลื้อโลก” (ณกานต์
อนุกุลวรรธกะ, 2554) อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยาจึงเป็นภาพลักษณ์ทำให้กลายเป็นพื้นที่ทาง
วัฒนธรรมจากการรื้อฟื้นอัตลักษณ์ความเป็นไทลื้อ ดังนั้นอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยาจึงเป็นพื้นที่ที่
ผู้วิจัยเลือกศึกษาในครั้งนี้โดยทำการศึกษาย่านช่างทองตุง บ้านไทลื้อของแม่แสงดา สมฤทธิ์ สมาคม
ไทลื้อแห่งประเทศไทย อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ศูนย์ทอผ้าไทลื้อบ้านห้วยวน ศูนย์วัฒนธรรมไท
ลื้อ(วัดห้วยวน) วัดธาตุสบแวนและวัดแสนเมืองมาซึ่งชาวไทลื้อมักจะใช้วัดเป็นสถานที่ในการประกอบ
พิธีกรรมและการจัดงานประเพณีไทลื้อ

1.2 พื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย คือ พื้นที่ที่อยู่นอกเหนือจากพื้นที่อำเภอเชียงคำ จังหวัด
พะเยา เป็นพื้นที่ที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ การค้นคว้ารวบรวมเอกสารและงานวิจัย
ที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นที่ตั้งของหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
พิพิธภัณฑ์อารยธรรมลุ่มแม่น้ำโขง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง และศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบหรือ Thailand Creative & Design Centre
(TCDC)

2.ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาการวิจัยได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาการวิจัยออกได้ดังนี้

2.1 อัตลักษณ์ต่งไทลื้อ

โดยการศึกษาเกี่ยวกับประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ รูปแบบ ลวดลาย สี ขนาด วัสดุ
กระบวนการผลิตและการนำไปใช้งานบุญมงคล

2.2 สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

โดยการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์และวัฒนธรรม สัญญาวิทยา ความต้องการ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.ขอบเขตด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์

ประเทศไทยมีวัฒนธรรม ธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามน่าสนใจและทำให้นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวเป็นประเทศอันดับต้นๆ ส่งผลให้อุตสาหกรรมต่างๆ ของประเทศมีการเจริญเติบโตขึ้น อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีที่เป็นก้าวหน้าเป็นตัวช่วยที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และกระบวนการการผลิตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความยืดหยุ่นสูงและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของตนเอง อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จึงต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้และสามารถสร้างประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้งาน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นกลุ่มสินค้าที่มีความต้องการมากในปัจจุบันทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเผยว่ากลุ่มสินค้าของขวัญของที่ระลึกซึ่งกลุ่มสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่าการส่งออกและการซื้อขายในประเทศที่สูงมากเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวและผู้บริโภคภายในประเทศมีความต้องการ

ดังนั้นขอบเขตการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยนี้ คือ ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ประเภทเครื่องประดับเงิน เนื่องจากมีมูลค่าความต้องการทั้งในและต่างประเทศสูงเป็นอุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการออกแบบและผลิตเครื่องประดับเงินเป็นแนวโน้มที่สำคัญในปัจจุบัน เช่น การใช้โปรแกรมออกแบบเครื่องประดับเงิน 3D design software และการใช้เครื่องจักรอัตโนมัติเพื่อลดเวลาและความยุ่งยากในการผลิต มีการปรับร่วมใช้วัสดุช่วยในการตกแต่งได้ง่าย เป็นสินค้าที่มีความเป็นไปได้สูงในการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจทั้งทางด้านแรงงานและความพร้อมทางด้านทรัพยากรและทุนทางวัฒนธรรม เป็นการผสมผสานกรรมวิธีการผลิตทั้งในด้านวัฒนธรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตที่สามารถสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าด้วยรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค นอกจากนั้นยังเป็นสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศและในประเทศอย่างต่อเนื่อง

นิยามศัพท์เฉพาะ

1.ตุ้ง หมายถึง สิ่งทอที่ทอเป็นผืนมีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ายาวห้อยลงทางแนวตั้ง มีการทอหลายอย่าง ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวไทลื้อลงบนผืนตุ้งใช้ประดับหรือประกอบประเพณีเกี่ยวกับความเชื่อหรือเพื่อถวายเป็นพุทธบูชาใช้ในงานพิธีทางศาสนาหรือในงานบุญมงคลตามความเชื่อพิธีกรรม

2.ชาวไทลื้อ หมายถึง กลุ่มชาติพันธุ์ที่อพยพมาจากสืลสองปันนา ประเทศจีนเข้ามาอยู่ในภาคเหนือของไทย ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แพร่ น่าน ลำปาง ลำพูนและพะเยา มีภาษาที่ใช้ในการสื่อสารคือกลุ่มภาษาตระกูลไท(ไต) มีการดำรงชีวิตคล้ายกับคนล้านนามีการแต่งกายที่มีลักษณะเฉพาะ นับถือศาสนาพุทธร่วมกับความเชื่อเรื่องการนับถือผี ซึ่งในการวิจัยนี้เลือกศึกษาไทลื้ออำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

3.อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม หมายถึง กิจกรรม ลักษณะทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มคนหรือชนเผ่าต่างๆ โดยจะมีอิทธิพลจากความเชื่อ ค่านิยม ภูมิปัญญา พฤติกรรม ฯลฯ ซึ่งสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของกลุ่มนั้นๆ โดยอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมนั้นช่วยสร้างความเป็นตัวตนและความเชื่อมั่นในตนเองของบุคคลในกลุ่ม เช่น ภาษา ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรมชาติพันธุ์

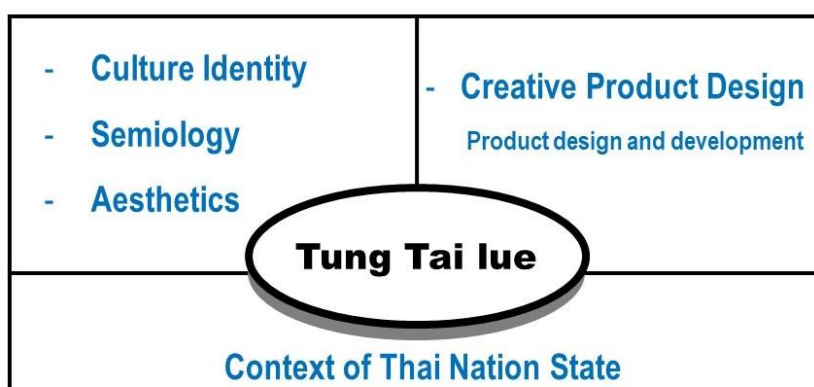
4.ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการสร้างสรรค์ผลงานของมนุษย์ที่เกี่ยวกับรูปร่างลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างไปจากเดิม มีการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์โดยผ่านการวิเคราะห์สังเคราะห์กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้มีการปรับใช้กับแนวคิดทฤษฎี โดยนำมาใช้ประกอบในการศึกษาภาคสนามทั้งในการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อเป็นโครงสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ของตุ้งไทลื้อโดยมีคำถามและวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อเป็นทิศทางและเป้าหมายของการวิจัย ซึ่งในการวิจัยนี้ได้กำหนดประเด็นหลักของการศึกษาเป็น 3 ประเด็น คือ 1) ตุงในวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อด้านรูปแบบลวดลาย วัสดุ การผลิต การใช้งาน ความเชื่อและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 2) การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของตุ้งไทลื้อโดยใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ตลาดโดยใช้แนวทางในการ

ออกแบบจากอัตลักษณ์ตุงไทลื้อ ทั้ง 3 เป้าหมายซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ แนวคิดสัณยวิทยา แนวคิดสุนทรียศาสตร์ เป็นแนวคิดหลักโดยนำมาเปรียบเทียบและสนับสนุนข้อมูลจากการวิเคราะห์ แล้วสรุปเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ต่อไป

Conceptual Framework



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา : (นงศนุช กลิ่นพิกุล, 2564)

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน ในเชิงคุณภาพคือการศึกษาคาติพันธุ์ไทลื้อ ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับตุงและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของตุงไทลื้อเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์แล้วไปสู่วิจัยในเชิงปริมาณคือผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ สรุปรูปแบบที่ได้และดำเนินการสร้างต้นแบบต่อไป โดยการวิจัยภาคสนามผู้วิจัยได้มีการกำหนดประชากรในการวิจัยและวิธีการเก็บข้อมูลการวิจัยไว้ ดังนี้

1.ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

1.1 คนในพื้นที่

1.1.1 ทางสังคม บุคคลที่มีสถานภาพต่างกันแต่อยู่ร่วมกันโดยเฉพาะการประกอบพิธีกรรม อาทิ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้อาวุโสในชุมชน พระสงฆ์ ช่างทอตุงและสามัญชน

1.1.2 ทางพิธีกรรม บุคคลที่ทำหน้าที่ต่างๆ ทางสังคมและพิธีกรรม อาทิ พระสงฆ์ และผู้ดำเนินพิธีกรรม

1.2 คนภายนอกพื้นที่ ได้แก่ เทศบาลอำเภอเชียงคำ องค์การบริหารส่วนตำบล ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการผลิตที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

2.วิธีการเก็บข้อมูลการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากประชากรโดยเน้นปฏิบัติการวิจัยสนาม ณ พื้นที่วิจัยและปริณิถรรอบนอกที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจะพยายามเข้าถึงข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล คือ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ นอกจากนั้นยังมีการเก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยและสื่อโซเชียลมีเดีย ดังนี้

2.1 การศึกษาจากเอกสารและสื่อโซเชียลมีเดีย

การศึกษาข้อมูลส่วนนี้เป็นการศึกษาที่ไม่จำกัดพื้นที่สนาม ขึ้นอยู่กับตำแหน่งที่อยู่ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์และบริบทของการวิจัย อย่างไรก็ตามพื้นที่หลักในการเก็บข้อมูล คือ หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรง ห้องสมุดหรือสำนักวิทยบริการที่สำคัญในประเทศไทย ทั้งส่วนกลางและภูมิภาค ป้ายโฆษณา แผ่นพับ แผนที่และข้อมูลจาก Internet ที่มีสาระหลักของข้อมูลกลุ่มนี้ ดังนี้

2.1.1 ข้อมูลด้านพื้นที่ ตำนาน ประวัติศาสตร์ความเป็นมาวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี พิธีกรรมและความเชื่อของชาติพันธุ์ไทลื้อ ข้อมูลเกี่ยวกับตุงไทลื้อ การนำไปใช้ รูปแบบลวดลายบนผืนตุง จากแหล่งข้อมูลเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.2 ข้อมูลสื่อโซเชียลมีเดีย ประกอบด้วยข้อมูลเสียง ข้อมูลภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ ข้อมูลส่วนนี้รวมไปถึงโปสเตอร์ ปฏิทิน โบชัวร์ ป้ายโฆษณา แผนที่ การขีดเขียน สื่อภาพต่างๆ ที่จะประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

2.2 การเก็บข้อมูลจากพื้นที่จริง

ก่อนการเก็บข้อมูลจากพื้นที่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการยื่นขออนุมัติการวิจัยในมนุษย์กับทางมหาวิทยาลัยมหาสารคามและเมื่อได้รับอนุมัติโครงการ (หมายเลขการรับรอง : 272-261/2565) แล้วจึงนำเครื่องมือไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

2.2.1 โดยการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของชาวไทลื้อในชุมชนเกี่ยวกับวิถีชีวิต ประเพณี พิธีกรรมและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับตุง รูปแบบลวดลายที่ปรากฏ วัสดุ การผลิต การนำไปใช้ และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

2.2.2 โดยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตัวเองโดยเริ่มจากการนัดหมายวันเวลา ดำเนินการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูล การสัมภาษณ์เริ่มจากการอธิบายชี้แจงให้

เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูล ก่อนที่จะเริ่มพูดคุยในเรื่องต่างๆ เมื่อพูดคุยจนเกิดความคุ้นเคยมากขึ้นจึงค่อยเริ่มพูดคุยเข้าประเด็นที่ต้องการทราบข้อมูลโดยเป็นไปอย่างต่อเนื่องอย่างแล้วจึงถอดคำพูดออกมาจากการบันทึกเสียงทั้งหมด

2.2.3 โดยการประเมินรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการผลิตมากกว่า 10 ปีขึ้นไป โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความพึงพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์แล้วจึงสรุปผลพร้อมทั้งแก้ไขเพื่อเป็นแนวทางในการผลิตต้นแบบต่อไป

3.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้แบ่งออกดังนี้

3.1 แบบสัมภาษณ์

เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างคำถาม (Structural interview) โดยที่ผู้วิจัยมีประเด็นคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยอาจจะมีการออกแบบสัมภาษณ์ขึ้นขณะปฏิบัติงานสนามอย่างต่อเนื่องและหลากหลายแต่ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ในสถานการณ์ใด โครงสร้างส่วนหนึ่งของแบบสัมภาษณ์จะเป็นแบบปลายเปิดเสมอ ทั้งนี้เพื่อสะดวกในการปรับแต่งทิศทางและเพิ่มเติมประเด็นหลัก ประเด็นรองและส่วนย่อยได้ตามสถานการณ์ได้อย่างยืดหยุ่น แบบสัมภาษณ์จึงมีลักษณะของการกำหนดประเด็นสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย และยืดหยุ่นได้ตามบริบทและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งอาจเกิดประเด็นใหม่ๆ หรือการเลือกพิจารณาสัมภาษณ์ระดับลึกในบางประเด็น สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์บางกลุ่ม บางคนและบางสถานการณ์ที่ผู้วิจัยเห็นเหมาะสม

ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะชี้แจงและขออนุญาตถ่ายรูปและบันทึกเสียงของผู้ให้สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์จะเริ่มโดยการพูดคุยอย่างเป็นกันเองสอบถามถึงความเป็นอยู่ถึงเรื่องทั่วไป จากนั้นจึงเริ่มเข้าประเด็นคำถามโดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้สึกกดดันและการได้มาของข้อมูลที่ไม่ลึกและรอบด้านซึ่งอาจจะต้องอาศัยข้อมูลเหล่านี้ช่วยในการพิจารณาและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย

3.2 การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

ผู้วิจัยใช้การสังเกตเป็นอีกวิธีหนึ่งในการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยสังเกตในการนำตุ๊กไปใช้ การทอดดู การจัดงานประเพณี การตกแต่งในงานประเพณีด้วยตุ๊กไทลื้อและปรากฏการณ์อื่นที่เกี่ยวข้อง จำแนกการสังเกตการณ์เป็น 2 ส่วน คือ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมกับแบบไม่มีส่วนร่วม

การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยจะเข้าร่วมการจัดกิจกรรม ประเพณีภายในพื้นที่วิจัย โดยมีผู้เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก อาทิ นายกเทศบาล หน่วยงานราชการ ผู้นำชุมชน ชาวไทลื้อในชุมชนและนักท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่วนการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมจะเน้นสังเกตพิธีกรรมต่างๆ ที่ปรากฏทั่วไปและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมของชุมชนชาวไทลื้อ นอกจากนี้ผู้วิจัยจะเข้าไปสังเกตการณ์ในการทอดขงช่วงทอดขง ทั้งนี้เพื่อหาความเชื่อมโยงสัมพันธ์กิจกรรม ประเพณีและความเชื่อของชาวไทลื้อด้วย อย่างไรก็ตามในการปฏิบัติการลงสนามจริงนั้นผู้วิจัยอาจจะต้องบูรณาการใช้ทั้งสองกรณีผสมผสานกัน ซึ่งขึ้นกับเงื่อนไขของสถานการณ์นั้นๆ

3.3 แบบบันทึกการทำงานสนาม

แบบบันทึกการทำงานสนาม เป็นแบบบันทึกเพื่อใช้ในการทำงานสนามส่วนตัวโดยมีการจดบันทึกโครงสร้างหลัก คือ วัตถุประสงค์การวิจัย แผนกิจกรรมและช่วงเวลาการวิจัย การกำหนดประเด็นหลักและประเด็นย่อยในสมุดบันทึก อาทิ รายนามบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่อยู่ ที่ทำงาน หมายเลขโทรศัพท์ และช่องทางการติดต่ออื่นๆ การนัดหมาย แนวทางการสังเกต แนวทางการสัมภาษณ์ การวางแผนการทำงานในแต่ละช่วงระยะของงาน หมายเหตุการทำงาน การบันทึกการติดต่อนัดหมาย ค่าใช้จ่ายและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 ประเมินการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์

ในการประเมินการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์นั้นโดยผู้วิจัยจะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์แล้วจึงนำไปให้ผู้ประกอบการประเมินรูปแบบในความเป็นไปได้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และจำหน่าย คัดเลือกแบบจากชุดละ 5 แบบเหลือชุดละ 3 แบบแล้วจึงนำแบบที่ได้เลือกไว้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 ท่าน ประเมินเลือกรูปแบบและให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงแก้ไข ในส่วนข้อคำถามของแบบประเมินจะเป็นข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยแยกออกเป็นประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อ สุนทรียศาสตร์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ซึ่งในแต่ละประเด็นก็จะมีข้อคำถามประเด็นย่อยลงไปอีกทั้งนี้เพื่อความชัดเจนในแต่ละประเด็น ในแบบประเมินการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์นี้จะมีในส่วนของข้อเสนอแนะสำหรับในผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม จากนั้นผู้วิจัยจึงสรุปและแก้ไขรูปแบบเพื่อใช้เป็นแนวทางในการผลิตต้นแบบต่อไป

3.5 เครื่องมือบันทึกข้อมูลโสตทัศนสาร

เครื่องมือสื่อโสตทัศนสารที่ใช้ในการวิจัย คือ กล้องถ่ายภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเครื่องบันทึกเสียง โดยใช้สำหรับการเก็บข้อมูลโสตทัศนสารทั่วไป ความเข้มข้นในการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องบันทึกโสตทัศนสารจะอยู่ในช่วงการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ช่วงทอดขง ประชาชนชาวบ้านและในงาน

ประเพณี ทั้งเนื่องจากผู้วิจัยเน้นการทำงานสนามจึงจำเป็นต้องเก็บบันทึกพร้อมไปกับการวิเคราะห์ข้อมูลในระดับเบื้องต้น ซึ่งภาพที่ได้จะทำให้ผู้วิจัยทราบรูปลักษณะและความหมายที่สำคัญของลวดลายบนผืนตุง ผู้วิจัยจึงต้องเก็บข้อมูลทั้งในส่วนที่เป็นภาพนิ่ง เสียงและภาพเคลื่อนไหวประกอบเสียง พร้อมไปกับการบันทึกตามสถานการณ์นั้นๆ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างถี่ถ้วน

4.การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยแล้วได้จึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 ข้อมูลทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับตุงไทลื้อ

การศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับตุงไทลื้อ เป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะให้ในการสนับสนุนในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับตุงไทลื้อในเชิงคุณภาพ ข้อมูลดังกล่าว ได้แก่ วิถีชีวิตและพฤติกรรมของชาวไทลื้อที่เกี่ยวข้องกับตุง รูปแบบลวดลายที่ปรากฏบนผืนตุง วัสดุที่ใช้ทำตุง การผลิต การนำตุงไปใช้ในงานประเพณี พิธีกรรมต่างๆ ทั้งในอดีตและปัจจุบันและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.2 ด้านสุนทรียศาสตร์

การสร้างสรรลวดลายบนผืนตุงนอกจากความเชื่อและความหมายของลวดลาย สีที่เลือกใช้วัสดุและการผลิตตุงถูกสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นแล้วแต่มีความสวยงามมีความหมายในสัญลักษณ์และถูกปรับแต่ง เชื่อมโยงและนำมาใช้โดยช่างตุงที่มีทักษะฝีมือทั้งการทอและสุทรียศาสตร์ที่ต่างกันซึ่งยังคงอยู่ภายใต้พื้นฐานของเอกลักษณ์ของตุงไทลื้ออยู่ สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ทางด้านสุนทรียศาสตร์ของตุงไทลื้อโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบทางศิลปะซึ่งมาจากการที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึก ความคิดหรือความงามที่อยู่บนผืนตุง ได้แก่ เส้น รูปร่างรูปทรง ลวดลาย สีและพื้นผิว และทำการจับประเด็นความสำคัญของข้อมูลที่สำคัญและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย ทำการสัมภาษณ์แล้วสร้างข้อสรุปจากการวิเคราะห์โดยจัดทำรหัสที่ข้อความ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่มาจับกลุ่มประเด็นแยกเป็นหัวข้อต่างๆ เพื่อทำการสรุปข้อมูลในประเด็นที่สำคัญสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4.3 การประเมินและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทางด้านผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์

งานวิจัยนี้จะใช้แบบประเมินความพึงพอใจรูปแบบและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 ท่าน ซึ่งนอกจากการแสดงความคิดเห็นในแบบประเมินแล้วอาจจะต้องถอดจากการบันทึกเสียงที่มีการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม วิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณจากการประเมินผลทางสถิติโดยใช้

โปรแกรมคอมพิวเตอร์ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อเสนอแนะในการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ในเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.ประโยชน์ทางวิชาการ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ามีการรวบรวมจำนวนมากได้ศึกษาเกี่ยวกับชาติพันธุ์ไทลื้อ แต่ยังไม่มีการศึกษาในส่วนอัตลักษณ์ของไทลื้อ แต่สำหรับงานศึกษาวิจัยที่มีการเชื่อมโยงวัฒนธรรมประเพณีกับอัตลักษณ์ของไทลื้อเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ซึ่งเป็นงานศึกษาที่มีจำนวนน้อยและพบว่ามีนักวิชาการหรือนักวิจัยคนใดได้มีการศึกษาอัตลักษณ์ของไทลื้อผ่านแนวคิดการวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์วัฒนธรรม สัญลักษณ์ สุนทรียศาสตร์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังที่ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอโดยเฉพาะการวิเคราะห์ “ตุง อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์” แนวคิดข้างต้นอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม

2.ประโยชน์ต่อวงการออกแบบผลิตภัณฑ์ งานวิจัยเรื่องนี้สามารถทำให้เข้าใจถึงแนวความคิดการศึกษาวัฒนธรรม การนำสิ่งที่เป็อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ไทลื้อมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ภายใต้แนวโน้มความต้องการของตลาด ทำให้รู้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากนามธรรมไปสู่รูปธรรมที่ผสมผสานกระบวนการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ รวมถึงกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผสมผสานความเชื่อที่เป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อที่สืบทอดกันมาช้านาน มีความหมายที่สื่อในความเป็นชาติพันธุ์ไทลื้ออย่างชัดเจน โดยมีเงื่อนไขในการนำไปใช้และมีเป้าหมายทางสังคมโดยการนำไปสร้างสรรค์ในเชิงสัญลักษณ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อไปได้

3.เกิดองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับกระบวนการการวิเคราะห์และการตีความหมายเพื่อให้ได้อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ดังปรากฏในวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากการศึกษาวิเคราะห์และตีความจากนามธรรมเป็นรูปธรรมแล้วสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดด้วยแนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์วัฒนธรรม สัญลักษณ์ สุนทรียศาสตร์และการออกแบบผลิตภัณฑ์

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยนี้มีความจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาถึงแนวคิดทฤษฎีต่างๆ เพื่อใช้เป็นพื้นฐาน และแนวทางในการทำวิจัย เช่น การอ้างอิง การเปรียบเทียบ ประกอบกับการการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการได้มาถึงแนวคิดที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ต่อไป

1.แนวคิดอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ คือ ความเป็นปัจเจกที่เชื่อมต่อกับความสัมพันธ์กับสังคมโดยสังคมโดยการกำหนดบทบาทหน้าที่และระบบคุณค่า เช่น ความเป็นพ่อลูก ความเป็นศิษย์อาจารย์ ความเป็นเพื่อน เป็นต้น อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวได้กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลายแบบ (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546)

อัตลักษณ์ คือ ลักษณะเฉพาะหรือลักษณะที่เหมือนกันของบุคคลหรือกลุ่มคนที่สามารถบ่งบอกความแตกต่างและสร้างความจดจำได้ซึ่งเป็นผลจากการยอมรับและเข้าใจบทบาทหน้าที่ตนเองผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (ฉัตรทิพย์ สุวรรณชิน และพนมพร จันทระปัญญา, 2558)

อัตลักษณ์ คือ การนิยามความหมายสามารถเคลื่อนที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคมและวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายภายใต้การเชื่อมโยงของวาทกรรมและภาพตัวแทนด้วยลักษณะของอัตลักษณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามบริบททั้งเวลาและสถานที่โดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ที่เวลาถูกเร่งให้เร็วขึ้น การเปลี่ยนแปลงความหมายของอัตลักษณ์ที่ปรากฏขึ้นมักจะมี ความสำคัญมากกับการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์กับเวลา พื้นที่และแบบแผนให้คุณค่าการใช้ชีวิตประจำวันมีผลอย่างยิ่งเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อตนเอง การนิยามอัตลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าทางศาสนา ค่านิยมเรื่องเพศ คุณค่าประเพณีวัฒนธรรมเก่าๆ หรือ ค่านิยมของกลุ่มชาติพันธุ์ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบในรูปแบบต่างๆ จากสภาพในยุคโลกาภิวัตน์จะเห็นได้จากขบวนการทางศาสนา ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมใหม่ที่เกิดขึ้นจึงต้องมีการทบทวนคำว่าวัฒนธรรมหรือขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมซึ่งขบวนการเหล่านี้ต้องการเสนอความหมายและทิศทางใหม่ในเชิงสังคมวัฒนธรรมกระบวนการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของกลุ่มที่เกิดจากความซับซ้อนของการผสมผสานขององค์ประกอบทางวัฒนธรรม (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2553)

Erik H. Erikson กล่าวว่าพัฒนาการทางจิตหรือกระบวนการสร้างบุคลิกภาพหรืออัตลักษณ์ นั้นเป็นเรื่องที่เกิดได้ตลอดชีวิตไม่ใช่เป็นเรื่องที่เกิดเฉพาะในวัยเด็ก อิริคสันมองว่าส่วนที่สำคัญคือ Ego หรือจิตสำนึก

August Comte และ Emile Durkheim ได้เน้นความสำคัญต่อสังคมและต่างปฏิเสธแนวคิด ที่เห็นว่าปัจเจกบุคคลเป็นอิสระ

Karl Mark ได้กล่าวว่าอัตลักษณ์เป็นการให้ความสำคัญกับการกำหนดโครงสร้างมากกว่าปัจเจกหรือผู้กระทำการและเชื่อว่าแนวคิดเรื่องชนชั้นจะเป็นตัวเชื่อมปัจเจกเข้ากับโครงสร้างและเป็นสิ่งกำหนดอัตลักษณ์ของปัจเจกรวมถึงความคิดว่ามนุษย์กลายเป็นผู้กระทำที่มีความหมายเพียงพอเมื่อเขาตระหนักถึงอัตลักษณ์ทางชนชั้นของตนเอง

Max Weber ได้ให้ความสำคัญต่อปัจเจกบุคคลโดยเขาเชื่อว่าสังคมวิทยาเป็นศาสตร์ที่ศึกษาพฤติกรรมมนุษย์จากมุมมองและความเข้าใจของผู้กระทำ

Emile Durkheim, Karl Mark และ Max Weber ได้ให้ความสำคัญของโครงสร้างหรือกลุ่มทางสังคมมากกว่าปัจเจกบุคคล

Cooley มีความคิดเห็นว่าชีวิตของปัจเจกบุคคลไม่สามารถแยกออกจากสังคมได้และเสนอว่าการเกิดตัวตนเป็นกระบวนการเกิดจากการกระทำระหว่างกันของบุคคลอื่นๆ ในสังคมซึ่งมีสภาพเหมือนกระจกเงาสท้อนความเป็นบุคคลนั้นออกมาและบุคคลนั้นจะรับเอาสิ่งที่ถูกสะท้อนจากผู้อื่นมาเป็นเราไม่ว่าจะเป็นด้านบวกหรือลบก็ตามเหมือนกับการเห็นรูปร่างหน้าตาของเราในกระจกเรารับรู้ถึงจิตใจผู้อื่นที่เป็นความคิดเกี่ยวกับลักษณะท่าทางมารยาทจุดมุ่งหมายการกระทำและผลกระทบหลายอย่างจากการรับรู้ซึ่งตัวเราก็มเปรียบเทียบเหมือนกระจกเงาสท้อนให้ผู้อื่นเช่นกัน นอกจากนั้น Cooley ยังกล่าวไว้ว่าในกระบวนการที่ก่อให้เกิดตัวตนนั้นมีอยู่ 3 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ จินตนาการเกี่ยวกับท่าทางของบุคคลอื่นที่มีต่อบุคคลนั้น จินตนาการเกี่ยวกับการตัดสินใจของบุคคลอื่นที่มีต่อลักษณะท่าทางนั้นและความรู้สึกบางอย่างที่เกี่ยวกับตนเอง เช่น ความภูมิใจประเด็นสำคัญของแนวคิด Cooley คือ ตัวตนจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่มีสังคมตัวตนจะเกิดขึ้นโดยผ่านกระบวนการกระทำระหว่างบุคคลอื่นๆ ในสังคมซึ่งถ้าปราศจากการสะท้อนจากบุคคลอื่นๆ ตัวตนก็ไม่มีการที่บุคคลรู้สึกว่าเป็นคนดี คนเลว คนสวยหรือขี้เหร่ล้วนเป็นสิ่งที่บุคคลในสังคมกำหนดหรือแสดงให้ตัวเราคิดว่าเป็นเรา (อ้างในลินดา งามชื่น, 2558)

Stuart Hall (1993) ได้ชี้ให้เห็นถึงเอกลักษณ์ในยุคโลกาภิวัตน์เอกลักษณ์ของคนถูกสลายใน 2 ระดับคือ ในระดับของพื้นที่และระดับของตัวตนโดยในระดับของพื้นที่ ทำให้การโยกย้ายถิ่นไปมาของผู้คนเป็นไปอย่างรวดเร็วและการกระทำได้ทำในปริมาณที่มากอันเป็นผลมาจากคมนาคมสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วและราคาถูกลงนำไปสู่อัตลักษณ์ใหม่ที่เรียกว่า diaspora หรือบรรดาผู้ที่อพยพย้ายไปอยู่ต่างถิ่นแต่ยังมีความผูกพันเหนียวแน่นกับวัฒนธรรม สังคมบ้านเกิดของตัวเองแต่ไม่ได้รับเลือกกลับไปในอดีตเพราะรู้ว่าเป็นที่ที่จะเป็นไปไม่ได้แต่อยู่ในวัฒนธรรมใหม่โดยไม่ยอมสูญเสียอัตลักษณ์เดิมของตนเองเรียกว่า “หลายบ้าน” “หลายอัตลักษณ์” อัตลักษณ์ซ้อนหรืออัตลักษณ์ลูกผสมคนกลุ่มนี้ถือเป็นอัตลักษณ์แบบใหม่ที่เกิดในโลกโลกาภิวัตน์ ส่วนระดับตัวตนนั้นฮอลล์เห็นว่าคนในยุคโลกาภิวัตน์

แทบจะไม่ว่าตัวเองเป็นอะไรเนื่องจากโลกและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้คนต้องดิ้นรนต่อสู้แสวงหาเพื่อคงเอกลักษณ์ตัวตนของตัวเองไว้ ซึ่งคือการเมืองอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นในยุคนี้จึงไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งตายตัว (อ๋างในเลิศสกุล มิตรไมตรี และสุทธิพงศ์ สายสงวน, 2553)

Stuart Hall (1997) ได้อธิบายว่าความเป็นตัวตนคือชิ้นส่วนหลายๆ ส่วนที่ประกอบรวมกันขึ้นมาในบริบทสถานการณ์อย่างหนึ่งที่มีการเชื่อมต่อนั้นส่วนต่างๆ และการแสดงออกของปัจเจกอีกรูปแบบหนึ่งก็ได้จึงสามารถสร้างอัตลักษณ์ที่หลากหลายได้ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน การผสมผสานองค์ประกอบของวาทกรรมเหล่านั้นไปในทิศทางที่แตกต่างกัน อัตลักษณ์ของชุมชนเป็นความพยายามของชุมชนที่จะบอกให้คนอื่นรับรู้ว่าคุณสมบัติของตนเองเป็นใคร อย่างไรและเป็นความพยายามกำหนดความสัมพันธ์ของชุมชนกับกลุ่มคนอื่น ๆ ในสังคมหรืออัตลักษณ์คือพลังในการจัดการความสัมพันธ์ทางสังคม (Stuart Hall, 1997)

อ๋างในบุรกรณ์ บริบูรณ์และคณะ (2560) ได้สรุปอัตลักษณ์ที่เป็นภาพหนึ่งจากการสวามิภพาและกระบวนการของอัตลักษณ์ไว้ ดังนี้

1) อัตลักษณ์เป็นภาพที่หยุดนิ่งเมื่ออธิบายมนุษย์ในฐานะเป็นตัวบุคคลที่บุคคลอื่นติดต่อปฏิสัมพันธ์ด้วย เป็นอัตลักษณ์ที่สามารถคาดการณ์ได้ว่าบุคคลปฏิบัติต่อและรับการปฏิบัติระหว่างกันอย่างไร การสร้างภาพลักษณ์ต้นแบบเป็นการดึงเอาคุณสมบัติบางอย่างของบุคคลที่เด่นชัด มองเห็นแล้วสามารถเข้าใจได้ง่ายเป็นที่รับรู้ทั่วไปและลดทอนอัตลักษณ์ที่หลากหลายของบุคคลลงไปให้เหลือไว้แค่คุณสมบัติเพียงไม่กี่อย่างกลายเป็นคุณสมบัติที่ชัดเจนและการสร้างภาพตัวแทนมักสอดคล้องกับรสนิยมทางชนชั้นของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนั้นการสร้างภาพตัวแทนคือการสร้างจินตภาพที่ไม่สนใจความจริงทางประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมหรือกระทั่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความจริงเลย เช่น รู้ว่าครูต้องสอน แพทย์ต้องรักษา ตำรวจต้องจับผู้ร้ายอัตลักษณ์เช่นนี้สามารถคาดการณ์ได้จึงเป็นภาพหนึ่ง

2) อัตลักษณ์ในฐานะเป็นตัวมนุษย์ที่กระทำ การสร้างตัวตนมาจากการเรียนรู้ที่จะสวามิภพาของผู้อื่นและหัวใจสำคัญของการเรียนรู้คือ เป็นช่องทางการถ่ายทอดระบบสัญลักษณ์และกฎเกณฑ์ร่วมของสังคม ตัวตนนี้มีสองด้าน ด้านหนึ่งคือ “me” ซึ่งเป็นตัวตนที่เกิดจากความเห็นและปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และ “I” ซึ่งเป็นตัวตนตามลักษณะเฉพาะของเราเอง

Roland Barthes อ๋างในบุรกรณ์ บริบูรณ์ และคณะ(2560) ได้ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการสร้างภาพตัวแทนความจริงโดยการดึงเอาสิ่งใดสิ่งหนึ่งออกจากบริบทที่เป็นอยู่แล้วใส่บริบทใหม่และความหมายเข้าไป เช่น ชาวเขาที่รัฐและอำนาจทุนได้เคลื่อนย้ายบริบทและได้สร้างภาพตัวแทนของชาวเขาได้หลากหลายลักษณะจาก ผู้ทำลายความมั่นคงมาเป็น สินค้าทางวัฒนธรรม กระบวนการ

สร้างภาพตัวแทนนี้แฝงไปด้วยอำนาจและการยึดครองพื้นที่ในการสร้างความเข้าใจความหมายและในบางครั้งเราสามารถมองเห็นถึงความขัดแย้งกันเองในเชิงตรรกะของความหมายกล่าวคือ ชาวเขาถูกตีตราว่าเป็นคอมมิวนิสต์ขณะที่อีกด้านกลับทำให้ชาวเขาที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายมีความบริสุทธิ์ มีขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีความงดงาม วาทกรรมจะหยิบภาพตัวแทนและเรียกร้องหล่อหลอมยึดเย็ดตำแหน่งทางสังคมและเป็นการรันทดประสบการณ์ความเป็นตัวเราในแง่มุมต่างๆ ให้ในอีกด้านหนึ่งการกระโดดเข้าสวมรับบทบาทต่างๆ เหล่านั้นหรือต่อรองปฏิเสธรบบาทเหล่านั้นสร้างตำแหน่งที่ของปัจเจกขึ้นมาภายในวาทกรรม

3) อัตลักษณ์ถูกอธิบายในแง่กระบวนการ เป็นการให้ความสำคัญแก่กระบวนการหรือโครงสร้างบางประการอยู่นอกเหนือตัวมนุษย์ เป็นผลผลิตและผลิตของมนุษย์ดำรงอยู่อย่างเป็นและกลับมาควบคุมตัวมนุษย์อัตลักษณ์จึงเป็นวัฒนธรรมหรือเงื่อนไขที่มนุษย์สร้างขึ้นในการดำเนินชีวิตร่วมกันผ่านกฎเกณฑ์ สัญลักษณ์ มนุษย์จะให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ ตลอดเวลาทั้งการยอมรับการปฏิเสธการสร้างความหมายใหม่ อัตลักษณ์ในแง่จึงมีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพราะมนุษย์เป็นผู้สร้างวัฒนธรรม เป็นผู้ถูกสร้างและเป็นผู้ใช้วัฒนธรรมและอัตลักษณ์เกิดขึ้นเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างกลุ่มตนและกลุ่มอื่น (อ้างใน บุรกรณ บัณฑิต และคณะ, 2560)

Richard Jenkins (2008) ได้อธิบายว่าอัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่แล้วในตัวของมันเองหรือเกิดขึ้นมากับคนหรือสิ่งของแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะของความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับเบอร์เจอร์และลักแมนที่กล่าวว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากกระบวนการทางสังคมเมื่อตกผลึกแล้วอาจมีความคงที่และปรับเปลี่ยนหรือแม้แต่เปลี่ยนแปลงรูปแบบใหม่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมหลัก คือการรับรู้เกี่ยวกับตัวเองเป็นอย่างไรและคนอื่นรับรู้เราอย่างไรโดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างหรือสืบทอดอัตลักษณ์ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่นๆ

อัตลักษณ์ส่วนบุคคล เป็นการสร้างความโดดเด่นให้กับตนเองที่แตกต่างจากคนอื่นหรือแตกต่างจากเอกลักษณ์ทางสังคม เป็นการแสดงตัวตนภายใน โดยบางครั้งอัตลักษณ์ทางสังคมก็จะมีอิทธิพลต่อบุคคลคนนั้นมากกว่าการเป็นสมาชิกกลุ่มในสังคมนั้นมีความหมายต่อบุคคล การพบปะเข้าสังคมถือว่าเป็นการประเมินตนเองถึงพฤติกรรมที่เหมาะสม สังคมมีโครงสร้างที่เป็นหมวดหมู่และมีการจัดโดยความไม่เท่าเทียมกันของอำนาจและทรัพยากรในสังคมนั้นการจัดหมวดหมู่ทางสังคมเป็นกลุ่มอ้างอิงซึ่งก็คือโครงสร้างทางสังคม มีอิทธิพลหรือก่อให้เกิดอิทธิพลหรือพฤติกรรม ทฤษฎีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเน้นเน้นที่การแบ่งหมวดหมู่ส่วนบุคคลโดยเน้นกระบวนการระหว่างกลุ่ม การจำแนกประเภทเอกลักษณ์ทางสังคมในสังคมเกิดการเปรียบเทียบซึ่งก่อให้เกิดการประเมินตนเองในเชิงบวกหรือเชิง

lebnั้กระบวนการทางสังคมเป็นสื่อกลางระหว่างหมวดหมู่ทางสังคมและพฤติกรรมส่วนบุคคล โดยทั่วไปการเปรียบเทียบหรือการประเมินระหว่างกลุ่มขึ้นอยู่กับการจัดตั้งหรือคงไว้ซึ่งความโดดเด่นภายในกลุ่มมีความคล้ายคลึงภายในสำหรับการทำงานร่วมกันแต่จะแตกต่างกันภายนอก การแยกตัวออกจากกลุ่มและการเลือกปฏิบัติต่อผู้อื่นหรือกลุ่มต่างๆ ทั้งนี้เพื่อประเมินตนเองในเชิงบวกทางสังคม บุคคลและกลุ่มที่มีอัตลักษณ์ทางสังคมอาจจะไม่พอใจและพยายามที่จะฟื้นฟูได้รับอัตลักษณ์เชิงบวกทางการเคลื่อนไหว การซึมซับ ความคิดสร้างสรรค์หรือการแข่งขัน การย้ายระหว่างกลุ่มหนึ่งไปสู่กลุ่มหนึ่ง การจัดหมวดหมู่ตนเองจะมุ่งเน้นไปที่กระบวนการทางจิตวิทยาที่เป็นที่ยอมรับทางสังคม ที่ก่อให้เกิดความสามัคคีภายในกลุ่มเน้นความแตกต่าง การจัดหมวดหมู่ตนเองในฐานะสมาชิกกลุ่ม การทำให้เป็นแบบแผนภายในโดยการสร้างความคล้ายคลึงกันกับสมาชิกกลุ่มอื่นๆ และความน่าเชื่อถือหรือดึงดูดใจ (Richard Jenkins, 2008)

อัตลักษณ์ทางสังคม คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์หรือศาสนาที่บุคคลนั้นสังกัดและอัตลักษณ์ทางสังคมมีการซ้อนทับกันอยู่ เช่น การเลือกแต่งกายเพื่อแสดงความเป็นสมาชิกของสถาบันหรือแต่ละสถานศึกษาเลือกใช้สัญลักษณ์หรือรูปแบบที่แตกต่างกันเพื่อแสดงความเป็นตัวตนให้ผู้อื่นรับรู้ (ฉัตรทิพย์ สุวรรณชิน และพนมพร จันทรปัญญา, 2558)

อัตลักษณ์กับสังคมเป็นเรื่องที่แยกกันไม่ออกเนื่องจากการนิยามความเป็นตัวตนของอัตลักษณ์นั้นต้องมีการอ้างอิงกับสังคมแม้จะเป็นในระดับตัวบุคคลก็ต้องมีการนิยามตนเองว่ามีตำแหน่งหรือบทบาทอย่างไร ในบริบทโลกาภิวัตน์วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปเกิดค่านิยมทางวัฒนธรรมและแบบแผนชีวิตใหม่ๆ อัตลักษณ์จึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของลัทธิบริโภคนิยมและการเปลี่ยนแปลงในจิตสำนึกและประสบการณ์เกี่ยวกับตนเอง การใช้ชีวิตประจำวันในระบบทุนนิยมสินค้าจะถูกผลิตมาสู่ผู้บริโภคได้เร็วขึ้นและมีปริมาณมากยิ่งขึ้นทำให้ระบบทุนนิยมต้องหาทางกระตุ้นให้มีการบริโภคที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ระบบทุนนิยมก็ต้องหาทางกระตุ้นให้มีการบริโภคเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นสินค้าควรผลิตขึ้นมาให้เกิดการบริโภคได้อย่างต่อเนื่องซึ่งสิ่งที่เป็นเครื่องมือตามความต้องการของระบบทุนนิยมได้ดีคือ สื่อที่ทำให้เกิดกระบวนการสร้างและผลิตซ้ำภาพลักษณ์ที่เต็มไปด้วยอุดมการณ์และคุณค่าทั้งในแวดวงการเมือง ศิลปะ ศาสนาและวัฒนธรรม การสร้างอัตลักษณ์จึงกลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันที่สามารถสร้างกำไรได้เป็นอย่างดี (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546)

การนำเสนออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ในรูปสินค้าจึงเป็นยุทธวิธีการนำเสนอที่สิ้นไหลและปรับเปลี่ยนไปตามเงื่อนไขสถานการณ์และผลประโยชน์ที่ไม่หยุดนิ่ง การถูกกดดันโดยรัฐและถูกดึงเข้าสู่ระบบทุนนิยมโลกหรือโลกาภิวัตน์ส่งผลให้ส่งผลให้พรมแดนชาติพันธุ์กลุ่มต่างๆ เลื่อนกลางลง สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมถูกลดความหมายเป็นเพียงสินค้าตอบสนองความต้องการบริโภคทาง

วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวนั้น อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ที่ถูกนำเสนอในรูปแบบคำยังเป็นการดัดแปลงและต่อรองด้วยการทลายพรมแดนชาติพันธุ์ที่เคยเป็นสิ่งที่ใช้แบ่งแยกตนเองออกจากคนอื่น (ทวิช จตุวรพฤษ, 2548) วัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งตายตัวแต่เป็นรูปแบบวงจรแห่งวัฒนธรรม ดังนั้นอัตลักษณ์จึงมีกระบวนการถูกผลิตให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภคและถูกควบคุมจัดการให้อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้นทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายผ่านระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทนที่เกี่ยวกับตำแหน่งต่างๆทางอัตลักษณ์ (ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2550)

อัตลักษณ์อธิบายเป็นกระบวนการ เป็นโครงสร้าง เช่น วัฒนธรรม ประเพณี กฎ กติกา เงื่อนไขทางสังคมที่กำหนดเรารู้บุคลิกภาพหรืออัตลักษณ์บุคคลหนึ่งการอธิบายอัตลักษณ์มักแยกกันไม่ออกกับความเป็นชาติพันธุ์ความสำนึกร่วมค่านิยมบางประการที่ตนสังกัดในด้านสภาพชนชั้น เพศ สายเลือด เชื้อชาติและภาษาเป็นต้น ซึ่งอัตลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงเลื่อนไหลได้ขึ้นอยู่การให้เลือนิยามตนเองบุคคล (อ้างใน บุรกรณ และคณะ, 2560)

การสร้างอัตลักษณ์ประกอบด้วย 1) ด้านการตั้งถิ่นฐานและลักษณะที่อยู่อาศัย 2) ด้านโครงสร้างสังคม คือด้านสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ ด้านการประกอบอาชีพและการทำมาหากิน ด้านครอบครัวและสังคม 3) ด้านวิถีชีวิตสังคมเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ 4) ด้านคุณธรรม 5) ด้านวัฒนธรรมและค่านิยม เช่น ภาษา เครื่องแต่งกาย อาหาร ศิลปะ ความเชื่อ พิธีกรรมและระเบียบประเพณี การจัดการท่องเที่ยว (สมเกียรติ สัจจารักษ์, 2554)

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์บุคคลดำเนินไปอย่างต่อเนื่องภายใต้วงจรแห่งวัฒนธรรมซึ่งมีองค์ประกอบต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน โดยมีวงจรวัฒนธรรมกับกระบวนการสร้างอัตลักษณ์บุคคล คือ 1) การผลิต คือการที่บุคคลให้ความหมายและเปลี่ยนแปลงความหมายจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในสถานการณ์และรูปแบบที่หลากหลาย 2) การบริโภค คือการบริโภคทางวัฒนธรรมที่ให้ความหมายจากการสร้างภาพตัวแทนและในการบริโภคนั้น สถานที่ อุดมการณ์ เพศและชนชั้นทางสังคมต่างก็หมุนเวียนและมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน 3) อัตลักษณ์ คือการแสดงออกต่อตนเองเกี่ยวกับคำถามว่า เราเป็นใคร เราารู้สึกอย่างไรและเรารู้สึกร่วมกับกลุ่มไหน 4) กฎระเบียบ คือความหมายในทางวัฒนธรรมซึ่งไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ห้อยอยู่ในความคิดแต่ก่อรูปเป็นระเบียบปฏิบัติในสังคมมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน 5) ภาพตัวแทน เป็นการสร้างความหมายผ่านภาษาโดยใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อสารกับผู้อื่นและใช้สัญลักษณ์อ้างอิงถึงความจริงทั้งสิ่งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม (ฉัตรทิพย์ สุวรรณชิน และพนมพร จันทรปัญญา, 2558)

กลุ่มชาติพันธุ์เป็นกลุ่มที่มีอัตลักษณ์ร่วมกันจากมีประวัติศาสตร์ร่วมกันสมาชิกของกลุ่มชาติพันธุ์คือผู้มีวัฒนธรรม ประเพณี บรรทัดฐานและความเชื่อเดียวกันซึ่งส่วนใหญ่พูดภาษาเดียวกัน

สรุป

แนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์ เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงวิธีที่บุคคลสร้างและรักษาตัวตนของตนเองโดยใช้สัญญาณเพื่อเชื่อมโยงตนเองกับกลุ่มที่ตนเป็นส่วนหนึ่ง โดยเชื่อว่าอัตลักษณ์ของบุคคลจะถูกกำหนดโดยตัวบุคคลเองและจะเกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้และสังคมศึกษาผ่านประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน โดยเชื่อว่าอัตลักษณ์ของบุคคลประกอบด้วยส่วนสำคัญสองอย่างคือ 1) อัตลักษณ์บุคคลหรือความเป็นตัวตนของบุคคลเองที่กำหนดโดยตัวเอง 2) อัตลักษณ์กลุ่มหรือความเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีสิ่งที่เหมือนกันโดยอัตลักษณ์บุคคลและอัตลักษณ์กลุ่มจะมีผลต่อการประพฤติกรรมและความคิดของบุคคล โดยส่วนที่เหลือของอัตลักษณ์จะเป็นการประกอบขึ้นจากประสบการณ์และสัมพันธภาพที่เกิดขึ้นในชีวิต นอกจากนี้องค์ประกอบอื่นๆ เช่น การศึกษา สังคม สื่อสารและเทคโนโลยีจะมีผลต่อการสร้างและรักษาเป็นทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ที่กล่าวถึงการสร้างและรักษาอัตลักษณ์ของบุคคลและกลุ่มคน โดยมีแนวคิดหลักคือ บุคคลแต่ละคนและกลุ่มคนจะมีอัตลักษณ์ของตนเองที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์และการเรียนรู้ต่างๆ ที่สร้างเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนกันกับบุคคลและกลุ่มคนอื่น ๆ นอกจากนี้อัตลักษณ์ยังมีหลักการเชิงจำแนกบุคคลให้อยู่ในกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยจะพยายามเติมเต็มความเป็นตัวตนของตนเองผ่านกลุ่มที่เข้าร่วม โดยบุคคลแต่ละคนจะรักษาอัตลักษณ์ของตนเองโดยการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มที่เป็นส่วนหนึ่งหรือสร้างกฎเกณฑ์ของตนเองที่ไม่เหมือนกับกลุ่มที่อยู่อยู่เพื่อรักษาความเป็นตัวตนของตน

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นความเชื่อที่แตกต่างกันไประหว่างกลุ่มคนหรือสังคมต่างๆ ที่กำหนดและรักษาไว้ในแต่ละกลุ่ม เป็นตัวแทนของความเป็นตัวเองของบุคคลแต่ละคนในสังคมโดยมีลักษณะเป็นสิ่งที่กำหนดโดยสังคมและวัฒนธรรมภายในกลุ่มคนซึ่งมีผลต่อความคิดและพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มนั้นๆ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับความเชื่อ ประเพณี ค่านิยมหรือปรัชญาที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มคนหรือสังคม อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างกันไปในแต่ละสังคมหรือกลุ่มคนในสังคม ซึ่งส่งผลต่อความต่างของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในแต่ละสถานการณ์ซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ โดยมีผลต่อการกำหนดเอกลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มนั้นๆ และสังคมโดยรวม

สำหรับในงานวิจัยจะเน้นการศึกษาแนวคิดจากนักทฤษฎีสมัยใหม่เพราะทำให้เข้าใจและมองเห็นปรากฏการณ์ต่างๆ ทางสังคม การเข้าถึงสถานการณ์จริงที่เป็นแก่นของปัจเจกบุคคลและมองเห็นภาพรวมของโครงสร้างทางสังคมซึ่งในการวิจัยนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาอัตลักษณ์โดยมองทั้งใน

ภาพปัจเจกบุคคล กลุ่มในสังคม และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องที่สามารถมองและสะท้อนให้เห็นภาพของการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อต่อไป

2.แนวคิดสัญวิทยา

Mark Gottdiener ได้นิยามสัญวิทยาว่า คือรูปแบบหนึ่งของความรู้ในการทำความเข้าใจโลก ในฐานะระบบของความสัมพันธ์มี “สัญยะ” เป็นหน่วยพื้นฐานหรือ สัญลักษณ์ศึกษาธรรมชาติของสิ่งที่เป็นตัวแทน (Mark Gottdiener, 1995)

อภิญา เฟื่องฟูสกุล ได้กล่าวว่า สัญยะคือ สิ่งที่อยู่ในความคิดของมนุษย์และทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวเราที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้มีความหมายแทนของจริง ตัวจริง ในตัวบทและบริบทหนึ่งๆ เพื่อใช้ในการสื่อสารแก่ผู้รับสาร ได้แก่ วัตถุ สิ่งของ รูปภาพ รหัส สัญลักษณ์ เครื่องหมาย เป็นต้น สัญยะมี 3 ชนิด ได้แก่ ดัชนี (Index) คือเครื่องหมายที่สัมพันธ์กันในเชิงเหตุผลกับสิ่งที่ถูกหมายถึง ภาพเหมือนที่เป็นตัวแทน ไอคอน (Icon) คือสัญลักษณ์ที่สัมพันธ์กับความเหมือนหรือความคล้ายคลึงกันและสัญลักษณ์ (Symbol) คือ สัญยะที่มีความสัมพันธ์กับจารีตและธรรมเนียมนิยมทางสังคม (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2551)

ปรววรรณ ดวงรัตน์ ได้กล่าวว่า ความหมายของสัญยะแยกออกเป็น 2 ลักษณะคือ ความหมายระดับผิวเผิน คือการเข้าใจตามรูป เสียงหรืออักษรที่ปรากฏให้มองเห็น ฟังเสียงได้ชัดเจนที่เป็นรูปสัญยะที่จะทำให้เกิดความเข้าใจพื้นฐานที่ตรงกับคนส่วนใหญ่เข้าใจและเป็นที่ยอมรับหรือในความหมายชั้นแรก และความหมายระดับลึก คือ การประกอบสร้างที่เกิดจากอัตวิสัยประสบการณ์และความรู้สึกของแต่ละบุคคลและค่านิยมในบริบทของสังคมหรือวัฒนธรรม (ปรววรรณ ดวงรัตน์, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับ อภิญา เฟื่องฟูสกุล ที่กล่าวว่า การอธิบายสัญยะชนิดต่างๆ ที่เป็นการผสมผสานอย่างสลับซับซ้อนเหล่านั้นที่ประกอบไปด้วยตัวบทที่จะต้องอ่านความหมายที่ซ่อนอยู่เรียกว่า “มายาคติ” สื่อความหมายทางวัฒนธรรม 2 ระดับ คือ ระดับผิวเผินและระดับลึกจึงเป็นการนำสัญยะในระดับรูป เสียง หรือภาษามาเป็นรูปสัญยะในระดับมายาคติ ดังนั้นไม่ว่าสัญยะใดก็ตามจะใช้รหัสภาษาก็จะกลายมาเป็นเพียงแค่สัญยะในระบบวัฒนธรรมหรือระดับมายาคติ (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2551)

กาญจนา แก้วเทพ ได้กล่าวว่า ความหมายของสัญยะมีการแบ่งขั้นตอนการตีความหมายไว้ 2 ระดับคือ 1) ระดับการตีความหมายโดยตรง (Denotation) เป็นระดับที่เกี่ยวกับความจริงตามธรรมชาติ เป็นการอ้างถึงสามัญสำนึกหรือความหมายที่ปรากฏแจ่มแจ้งของสัญยะ (Sign) และความสัมพันธ์กับสัญยะกับสิ่งที่กล่าวถึงในความหมายที่ชัดเจนในตัวของสัญยะ 2)ระดับการตีความ

โดยนัยแฝง (Connotation) เป็นการตีความในระดับที่มีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยซึ่งไม่ได้เกิดจากตัวของสัญญาณเองเป็นการอธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญญาณกระทบกับความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้ใช้และคุณค่าทางวัฒนธรรมซึ่งสัญญาณในขั้นนี้จะทำหน้าที่ 2 ประการ คือ ถ่ายทอดความหมายโดยนัยแฝงและถ่ายทอดความหมายในลักษณะมายาคติ (Myths) (กาญจนา แก้วเทพ, 2544)

Roland Barthes เป็นนักสัญวิทยาชาวฝรั่งเศสที่เริ่มนำการวิเคราะห์แบบสัญวิทยาไปใช้กับวัฒนธรรมศึกษา แนวคิดของ Barthes ที่เกี่ยวข้องกับสัญญาณมี 2 ระดับ คือ 1) Denotation เป็นระดับความหมายตรงที่ถูกสร้างขึ้นมาเป็นภวนิสัย (Objective) เป็นความหมายที่ผู้ใช้เข้าใจตามตัวอักษร เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปตามข้อตกลงที่กำหนดขึ้นมาจัดอยู่ในลักษณะของการอธิบายหรือพรรณนา 2) Connotation เป็นระดับความหมายแฝงที่เกิดขึ้นจากการตีความโดยอัตวิสัย (Subjective) ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลจากประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้ประสบมาในชีวิตหรือบริบททางสังคมวัฒนธรรมหนึ่งๆ โดยสัญญาณเป็นตัวเชื่อมโยงความคิด (Concept) เข้ากับภาพ (Image) ดังนั้นสัญญาณจึงเป็นตัวสื่อความหมายทางภาษาในสังคมสมัยใหม่ซึ่งมนุษย์สร้างสัญญาณขึ้นมาเพื่อสื่อความหมายทางวัฒนธรรม

Barthes เห็นว่าสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบสังคมล้วนแต่เป็นสัญญาณทั้งสิ้น มีระบบวัฒนธรรมเป็นรหัสหรือกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการสร้างความหมายของตัวสัญญาณแต่เนื่องด้วยความเคยชินหรือการไม่ต้องการแสดงให้เห็นทางวัฒนธรรมทำให้มนุษย์มองข้ามหรือมองไม่เห็นความหมายในระดับที่สิ่งต่างๆ มีฐานะเป็นสัญญาณหรือถูกทำให้กลายเป็นสัญญาณและมีบทบาทในของเชิงสัญญาณมองเห็นความหมายของสิ่งนั้นเป็นเรื่องของธรรมชาติ ปกติหรือเป็นเพียงสิ่งของเพื่อการใช้สอยเท่านั้น Barthes เรียกกระบวนการในการเปลี่ยนแปลง ลดทอน ปกปิด อำพราง บิดเบือนฐานะ การเป็นสัญญาณของสรรพสิ่งในสังคมให้กลายเป็นเรื่องธรรมชาติเป็นสิ่งที่ปกติธรรมดาหรือเป็นมีบทบาทหน้าที่ใช้สอยนิดๆ ในสังคมว่าการสร้างมายาคติเป็นผลผลิตของกระบวนการที่เรียกว่า มายาคติหรือ ความคิด ความเชื่อที่คนส่วนใหญ่ในสังคมนั้นยอมรับโดยที่ไม่สงสัยและมีความเชื่อที่สัมพันธ์กับระบบอำนาจที่มีอยู่ในสังคม (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2555)

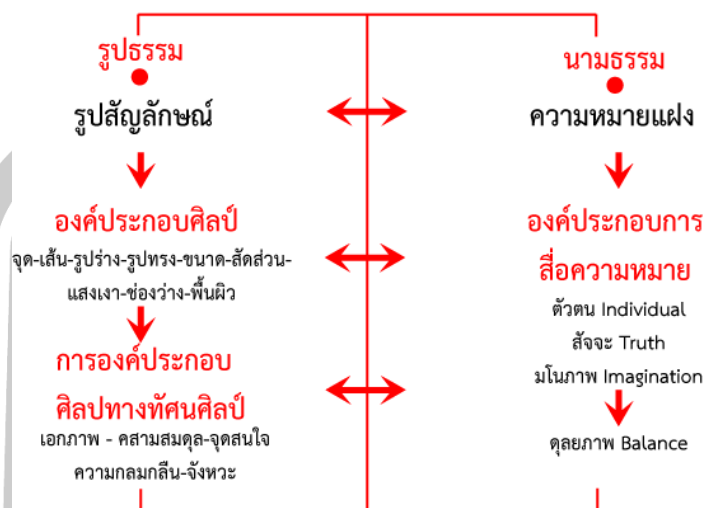
การสร้างและการสื่อความหมายเป็นกระบวนการที่มนุษย์ทำขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ เช่น ภาษา สัญลักษณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และวัตถุต่างๆ ในโลกที่เราดำเนินชีวิตอยู่ โดยการสร้างและสื่อความหมายนั้นใช้เครื่องมือสัญลักษณ์ต่างๆ เช่น คำพูด ภาพ สัญลักษณ์ และเครื่องหมายต่าง ๆ การสร้างและสื่อความหมายจะมีผลต่อการเข้าใจและการรับรู้ของบุคคลในสังคม โดยการสื่อความหมายถูกกำหนดโดยสังคมและมีความหมายที่เป็นร่วมกันซึ่งสร้างความเข้าใจร่วมกัน

ในสังคม โดยการสื่อความหมายที่เป็นกระบวนการเกี่ยวข้องกับการนำสัญลักษณ์มาใช้ที่มีความหมายเหมือนกันในสังคมเพื่อสื่อสารและเปลี่ยนแปลงความหมายตามสถานการณ์และบริบทที่ต่างกัน การสร้างและสื่อความหมายส่งผลต่อการเข้าใจและการรับรู้ของคนในสังคมและมีผลต่อการพัฒนาวัฒนธรรม โดยเมื่อมีการสร้างและสื่อความหมายให้มีความสอดคล้องกันอันจะเป็นการช่วยสร้างความเข้าใจร่วมกันและเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลในสังคม อีกทั้งยังส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมที่ยั่งยืนและตอบสนองความต้องการของสังคม การสร้างความหมายนั้นขึ้นอยู่กับเนื้อหาและบทบาทของสัญลักษณ์หรือสิ่งที่ใช้ในการสื่อสารและต้องได้รับการตรวจสอบเป็นระยะเวลานานเพื่อให้มีความเข้าใจที่เป็นไปตามที่ผู้ส่งข้อความต้องการ การสื่อความหมายเป็นกระบวนการส่งข้อมูลจากผู้ส่งข้อความไปยังผู้รับข้อความโดยใช้สัญลักษณ์หรือสื่อต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับข้อความเข้าใจและตอบสนองตามที่ผู้ส่งข้อความต้องการ การสื่อความหมายจึงต้องใช้สัญลักษณ์หรือสื่อที่เป็นระบบมาตรฐาน เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพในการสื่อความหมายให้ถูกต้องและเข้าใจง่าย

ธีร์ คันทาทอง ได้ให้ความหมายของตราสัญลักษณ์เป็น 2 ลักษณะคือ 1) สัญลักษณ์ในการให้ความหมายของตราสัญลักษณ์จากท้องถิ่นนิยม ซึ่งเป็นการออกแบบที่มีลักษณะของชุมชน โดยการนำเอาความโดดเด่นที่เป็นสัญลักษณ์มาเป็นตราสัญลักษณ์และมีการให้ความหมาย 2) สัญลักษณ์ให้ความหมายของตราสัญลักษณ์จากเจ้าของเป็นการออกแบบสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้เป็นเจ้าของ เช่น ความเชื่อในสัตว์นำโชค ปีกัด เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า ที่มาและการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สอดคล้องกันคือ การออกแบบที่สื่อถึงการครอบงำอำนาจจากผู้เป็นเจ้าของแม้ว่าชุมชนจะมีส่วนร่วมมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนแต่ก็สื่อถึงการครองอำนาจที่สะท้อนมาจากตราสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ เช่น สโมสรบางกอกกล๊าส เอฟซี ที่มีตราสัญลักษณ์เป็นรูปกระต่ายซึ่งเป็นปีเกิดของเจ้าของสโมสร สื่อถึงเจ้าของสโมสรและองค์กรธุรกิจ (ธีร์ คันทาทอง, 2560)

ความสำคัญของการสร้างสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอยู่ที่การออกแบบความหมายที่เป็นสัญลักษณ์ระดับโดยนัยแฝงมากกว่าการออกแบบรูปสัญลักษณ์เพราะหากปัจจัยทางวัฒนธรรมไม่มีความเกี่ยวข้องกับรูปสัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นความหมายก็จะไม่เกิดหากสิ่งนั้นไม่มีความหมายสัญลักษณ์ก็จะไร้ค่าไม่มีความหมายแฝงขาดการสื่อสารซึ่งไม่ต่างจากรูปวาด รหัสและสัญลักษณ์ใดก็ตามที่คนในสังคมมีอาจเข้าใจได้ ดังนั้นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจึงจำเป็นต้องมีองค์ประกอบเพื่อช่วยให้กลไกของการสร้างสัญลักษณ์สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพในการสื่อความหมาย (กิตติศักดิ์ เขาวานานนท์, 2560)

องค์ประกอบของการออกแบบสัญลักษณ์



ภาพที่ 2 ผังความคิดการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในการออกแบบสัญลักษณ์
จากรูปธรรม = ระดับการตีความโดยตรง (Denotation) เชื่อมโยงกับนามธรรม = ระดับการตีความหมายโดยนัยแฝง (Connotation)
ที่มา : (กิตติศักดิ์ เยาวนานนท์, 2560)

สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ศาสนาและความเชื่อ

สัญลักษณ์ เป็นการศึกษเกี่ยวกับระบบของสัญลักษณ์นั้น ได้แก่ ภาษา เครื่องหมาย หรือ สิ่งอื่นๆ ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสื่อความหมายแทนตัวจริงในตัวเองและในบริบทหนึ่งๆ สัญลักษณ์แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) ตัวหมาย (Signifier) คือสัญลักษณ์ทางกายภาพ เช่น คำ เส้น ภาพวาด รูปภาพ หรือ เสียง 2) ความหมาย (Signified) คือบริบทภายในใจตัวหมายมีความหมายแฝงมักจะถูกตีความและสร้างความหมายใหม่ ความหมายด้านวัฒนธรรมนั้น ชาร์ล เอฟคายส์ ได้แยกความหมายที่ใช้อยู่ในปัจจุบันที่ปรากฏใช้โดยนักวิชาการอื่นโดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) วัฒนธรรม คือ รูปแบบและปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ที่สังเกตเห็น 2) วัฒนธรรมในฐานะเป็นบุคลิกภาพ 3) วัฒนธรรม คือ การรับรู้ 4) วัฒนธรรม คือ โครงสร้างพื้นฐานของมนุษย์และ 5) วัฒนธรรมในส่วน “ศาสนา” คือ ระบบสัญลักษณ์ระบบหนึ่งซึ่งทำมาจากอารมณ์และแรงจูงใจมีอิทธิพลกว้างขวางและคงทนด้วยการสร้างมโนทัศน์ระเบียบของชีวิตโดยทั่วไปและทำให้มโนทัศน์นั้นมีแสงสว่างแห่งความจริง จนอารมณ์และแรงจูงใจนั้นดูเหมือนเป็นสิ่งที่จริงและแน่นอน “ความเชื่อ” นั้นไม่ได้เกิดจากการสรุปปรากฏการณ์ หากเกิดจากอำนาจศักดิ์สิทธิ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงนั้นได้ความมุ่งเน้นความเจ็บปวดและความสับสนทางศีล

ธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์หันมาเชื่อในพระเจ้า เทวดา ผี ปีศาจ ฯลฯ ซึ่งไม่ได้เป็นพื้นฐานของความเชื่อทางศาสนาซึ่งเหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งสำหรับการปฏิบัติความเชื่อเท่านั้น (ณรงค์ศักดิ์ ราวะรินทร์, 2558) สัญญาะจากงานประเพณี เช่น ประเพณีบุญสารทเดือนสิบ เป็นงานประเพณีของชาวนครศรีธรรมราชหรืองานบุญเดือนสิบ เป็นเทศกาลทำบุญที่สนุกสนานรื่นเริงเป็นการรวมตัวของหมู่ญาติ งานบุญเดือนสิบนี้เกิดจากความเชื่อในท้องถิ่นศาสนาพราหมณ์ผสมกับความเชื่อทางพระพุทธศาสนา วิถีชีวิตแบบเกษตรกรรมและฤดูเก็บเกี่ยวที่เกี่ยวข้องกับพระสงฆ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่บรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วและเป็นการแสดงออกถึงความรักและความกตัญญูของลูกหลาน ประเพณีงานบุญเดือนสิบนี้แบ่งไปด้วยสัญญาะ 6 ประการ ได้แก่ 1) วันเวลาของงานบุญเดือนสิบที่เริ่มจากวันแรม 1 ค่ำเดือนสิบ “วันรับตายาย” หรือ “วันรับเปรต” วันแรม 13 ค่ำเดือนสิบ “วันจ่าย” วันแรม 14 ค่ำเดือนสิบ “วันยกหมรับ” และวันแรม 15 ค่ำเดือนสิบ เป็นวันสารท “วันส่งตายาย” หรือ “วันส่งเปรต” 2) หมรับ เป็นภาชนะที่ใช้บรรจุเสบียงสำหรับถวายพระสงฆ์ในต้นฤดูฝนเพื่ออุทิศส่วนบุญให้แก่บรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว การจัดหมรับประกอบไปด้วยอาหารแห้งพืชผักผลไม้สิ่งของที่จำเป็นในชีวิตประจำวันและขนมที่เป็นหัวใจของหมรับ คือ ขนมลา ขนมพอง ขนมบ้า ขนมดีซำและขนมไข่ปลา 3) ขนมที่เป็นสัญลักษณ์ของประเพณีบุญเดือนสิบที่เป็นสื่อกลางระหว่างลูกหลานกับญาติผู้ใหญ่ ลูกหลานรับผิบบรรพบุรุษและเป็นมรดกทางวัฒนธรรมเกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่ได้แสดงถึงความรัก ความกตัญญู การเสียสละและความสามัคคี อันเป็นพลังที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนนั้นและแบ่งไปด้วยความเชื่อข้อคิดและคติธรรม 4) เปรตเป็นความเชื่อของชาวนครศรีธรรมราชในอดีตว่าเป็นบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วอาจจะได้รับทุกข์ อดอยาก หิวโหย เมื่อถึงวันสารทเดือนสิบพยายามจะปล่อยให้มาเยี่ยมและขอส่วนบุญจากลูกหลานในโลกมนุษย์เป็นเวลา 15 วัน ตั้งแต่วันแรม 1 ค่ำเดือนสิบถึงวันแรม 15 ค่ำ เดือนสิบแล้วจะกลับไปเมืองนรก ลูกหลานจึงต้องทำบุญอุทิศส่วนกุศลโดยการยกหมรับ ฉลองหมรับ ทำบุญเลี้ยงพระ ชิงเปรตและบังสกุล 5) การตั้งเปรตและชิงเปรตเป็นพิธีกรรมการแผ่ส่วนบุญให้กับเปรตที่ไม่มีญาติ และ 6) การบังสกุลอัฐิ รูปถ่ายบรรพบุรุษในวันแรม 15 ค่ำเดือนสิบ “วันส่งตายาย” หรือ “วันส่งเปรต” เป็นพิธีสวดบังสกุลรูปถ่ายหรือชื่อสกุลของผู้ตายเพื่ออุทิศส่วนบุญ (พระอธิการอำนวย สปปญโญ (ทองจีน) และคณะ, 2563) จากที่กล่าวมาข้างต้นเป็นตัวอย่างสัญญาะที่เกิดจากประเพณี

สัญญาะทางวัฒนธรรมอาจเป็นเครื่องมือที่จะเหนี่ยวนำคนในสังคมให้เชื่อและเห็นเป็นเรื่องเดียวกันเพราะสัญญาะทางวัฒนธรรมถูกสร้างขึ้นด้วยคุณภาพของรูปและความเชื่อซึ่งสื่อสารและแบ่งความหมายจากองค์ประกอบของ ตัวตน (Individual) สัจจะ (Truth) มโนภาพ (Imagination) และคุณภาพ (Balance) ของวัฒนธรรมในสังคมนั้น การสื่อสารสัญญาะทางวัฒนธรรมจะถูกขับเคลื่อนไป

ด้วยปัจจัยหลายประการแต่ไม่ใช่เพียงรูปร่างของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นมาแต่ความสำคัญอยู่ที่การเชื่อมโยงการสร้างความหมายให้สอดคล้องกันกับสังคมนั้นๆ ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ปฏิบัติร่วมกันไปสู่กลุ่มคนในสังคม แท้จริงสัญลักษณ์จึงเป็นการแสดงการสื่อความหมายในวัฒนธรรม (กิติศักดิ์ เยาวนานนท์, 2560)

ประเภทของสัญลักษณ์

Peirce กล่าวว่าหากนำสัญลักษณ์ (Sign) คือตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) มาจัดโดยแบ่งประเภทของสัญลักษณ์ออกเป็น 3 ประเภท ตามความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์ ได้แก่

1.Icon หรือรูปเหมือนเป็นเครื่องหมายที่มีรูปร่างลักษณะคล้ายกับของจริงหรือสิ่งที่บ่งถึงและเข้าใจได้ง่าย เช่น ภาพถ่าย แผนที่ ภาพวาด ภาพบนป้ายจราจรที่เป็นรูปจำลองในลักษณะต่างๆ หรือคำพูดบางคำที่เป็นการเลียนเสียงธรรมชาติเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเป็นเรื่องของความเหมือนหรือคล้ายคลึงกับสิ่งที่กล่าวถึง

2.Index หรือดัชนี เป็นเครื่องหมายที่เชื่อมโยงของจริงแบบเป็นเหตุเป็นผลกัน เป็นเครื่องชี้ถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเป็นผลลัพธ์หรือเป็นการบ่งชี้ถึงบางสิ่งบางอย่าง เช่น รูปกราฟที่แสดงผลลัพธ์สิ่งใดสิ่งหนึ่ง รอยเท้าของสัตว์ที่ประทับลงบนพื้นดินหรือดรรชนีที่อยู่ท้ายเล่มของหนังสือที่บอกให้ทราบถึงข้อความที่ผู้อ่านต้องการจะค้นหา ตัวหมายถึงที่นึกถึงไม่ใช่สิ่งที่มองเห็นในขณะนั้น เช่น รอยเท้าสัตว์ที่พบ ผู้ที่เห็นรอยเท้าในขณะนั้นนึกไปถึงตัวสัตว์ที่เป็นเจ้าของรอยเท้านั้น ควันทไฟเป็นเครื่องบ่งชี้ว่ามีไฟไหม้

3.Symbol หรือสัญลักษณ์ เป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงบางสิ่งบางอย่าง ที่มี ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงที่แสดงถึงบางสิ่งบางอย่างแต่ไม่ได้มีความคล้ายคลึงกับสิ่งที่สัญลักษณ์นั้นบ่งชี้เลย ซึ่งการใช้งานเป็นไปในลักษณะของการถูกกำหนดขึ้นเองซึ่งได้รับการยอมรับจนเป็นแบบแผนและต้องมีการเรียนรู้เครื่องหมายเพื่อทำความเข้าใจหรือเป็นแสดงถึงการเป็นตัวแทน (Representation) ซึ่งสังคมยอมรับความสัมพันธ์นี้ เช่น ภาษา เครื่องหมายทางคณิตศาสตร์ หรือการสวมแว่นนิ้วนางข้างซ้ายแสดงถึงการแต่งงาน เป็นต้น (Peirce, 1839 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541ข) ในบางครั้งสัญลักษณ์สามารถพบเห็นเป็นเพียงสัญลักษณ์เดียวที่มีรูปแบบความสัมพันธ์กับของจริงได้หลายรูปแบบ เช่น ในกรณีของป้ายจราจรและเครื่องหมายทางคณิตศาสตร์

ลักษณะสัญลักษณ์ (Sign) ทั้ง 3 ชนิดนี้ไม่ได้แยกจากกันโดยเด็ดขาดสัญลักษณ์หนึ่งๆ อาจประกอบด้วยรูปแบบต่างๆ กันซึ่งอาจเป็นทั้งรูปเหมือนดรรชนีและสัญลักษณ์รวมกันอยู่ เช่น ภาพพระสงฆ์จะสามารถเป็นได้ทั้งรูปเหมือนคือ ภาพเหมือนของพระจริงๆ ขณะเดียวกันก็เป็นดัชนีคือ เป็นตัวชี้ให้เห็นถึงการเป็น

ตัวแทนของศาสนาและเป็นทั้งสัญลักษณ์ด้วยในแง่ที่ทุกคนต้องให้ความเคารพนับถือ (วีรภัทร วิไลศิลปดีเลิศ, 2555 : 25-26 อ้างถึงใน จันทรเพ็ญ โภคาชัยวัฒน์, 2535)

ตารางที่ 1 อธิบายประเภทของสัญลักษณ์ตามทัศนะของ Peirce ที่มา : (วีรภัทร วิไลศิลปดีเลิศ, 2555)

ประเภทสัญลักษณ์ เกณฑ์พิจารณา	Icon	Index	Symbol
ความสัมพันธ์	มีความคล้ายคลึง	มีความเชื่อมโยงแบบ เหตุผล (Causal connection)	ความเชื่อมโยงเกิดจาก ข้อตกลง
ตัวอย่าง	ภาพถ่าย อนุสาวรีย์ รูปปั้น	ควันไฟ อาการของโรค	คำ ตัวเลข ขวเลข
กระบวนการถอด ความหมาย	มองเห็นได้	ต้องคิดหาเหตุผล (Figure out)	ต้องเรียนรู้

Barthes (1997) ได้ศึกษาและพัฒนาทฤษฎีกระบวนการสร้างความหมายของ Saussure นี้ ให้ มีมิติมากขึ้น โดยศึกษาถึงลักษณะที่ทำให้เกิดความหมายในระดับพื้นผิวและระดับลึกโดยมุ่งให้ ความสนใจไปที่การตีความหมายโดยนัยและได้แสดงแนวความคิดในการวิเคราะห์ความหมายแฝงที่มีอยู่ ในการติดต่อสื่อสารว่าการแสดงความหมายนั้นมีอยู่ 2 ระดับ คือระดับที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของ ความเป็นจริงตามธรรมชาติและระดับการตีความ ขั้นที่สองที่ต้องอาศัยปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามา เกี่ยวข้องระดับที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของความเป็นจริงตามธรรมชาติหรือการตีความหมายโดยตรง (Denotative Meaning) เป็นความหมายขั้นแรกเช่นเดียวกับที่ Saussure ได้อธิบายเอาไว้คือเป็น ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึง ตามความหมายที่ชัดเจนของสัญลักษณ์ การตีความหมาย ที่ต้องอาศัยปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง Barthes ได้อธิบายการ ตีความหมายในขั้นที่ 2 นี้มี อยู่ 3 ประการได้แก่ 1) การตีความหมายนัยแฝง (Connotative Meaning) เป็นการอธิบายถึง ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น เมื่อสัญลักษณ์กระทบความรู้สึก หรืออารมณ์และค่านิยมในบริบทวัฒนธรรมของผู้รับ สารความหมาย ในขั้นนี้เกิดขึ้นจากการตีความโดยอัตวิสัย ในขณะที่ผู้ตีความหมายได้รับอิทธิพลจาก ผู้ส่งสารไปพร้อมๆ กันกับสัญลักษณ์ที่ใช้ การตีความหมายโดยนัยแฝงของแต่ละคนจะรู้สึกไม่เหมือนกัน หรือไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม วัฒนธรรม ค่านิยม อคติความรู้สึกและประสบการณ์ ของแต่ละบุคคลเป็นหลัก 2) การตีความโดยอาศัยความเชื่อดั้งเดิม (Myth) ความเชื่อดั้งเดิมในที่นี้ หมายถึงวิถีทาง วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่างซึ่งเป็นความคิดรวบยอดหรือเป็นความเข้าใจใน

สิ่งนั้น Barthes ได้กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงบางครั้งก็เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามความต้องการและค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม ทั้งการตีความโดยนัยแฝงและความเชื่อดั้งเดิมซึ่งเป็นช่องทางสำคัญที่สัญญาณจะได้แสดงความหมายที่ต้องอาศัยปัจจัยทางวัฒนธรรมที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นขั้นที่สัญญาณมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้สัญญาณหรือวัฒนธรรมที่เป็นบริบท 3) สัญลักษณ์ (Symbols) แนวความคิดเป็นสัญลักษณ์เมื่อแสดงถึงประเพณีนิยมที่นำมาสู่การให้ความหมายแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น รถ Rolls Royce เป็นสัญลักษณ์ของสถานภาพทางสังคมของเจ้าของรถ ทองคำเป็นสัญลักษณ์ของควมมีอำนาจ เป็นต้น

กาญจนา แก้วเทพ (2544) ได้อธิบายถึงการวิเคราะห์สัญญาณอีกลักษณะหนึ่ง คือการเปรียบเทียบและการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Metaphor / Metonymy) เป็นวิธีการหลักอีก 2 วิธีการที่ใช้ในการถ่ายทอดความหมายจากสัญญาณตัวหนึ่งโดยอาศัยสัญญาณอีกตัวหนึ่ง Metaphor เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างสัญญาณ 2 ตัวที่มีความคล้ายคลึงกันและถูกนำมาถ่ายทอดความหมายด้วยวิธีการเปรียบเทียบอุปมาอุปมัย เช่น ชายผู้นี้ใจดีราวกับพ่อพระหรือนางสาวจักรวาลมีรูปร่างที่งดงามเสมือนนางฟ้ามาจุติ เป็นต้น ส่วน Metonymy เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยที่หยิบเอาส่วนเล็ยเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งของสัญญาณมาแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด ตัวอย่างที่พบบ่อยที่สุดคือการใช้สัญญาณแทนเมืองต่างๆ เช่น พระปรมาภิไธยหรือวัดพระแก้วเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงกรุงเทพมหานครหรือนาฬิกาบินเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงกรุงลอนดอน เป็นต้น การถ่ายทอดความหมายด้วยวิธี Metonymy นี้เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารกระทำอยู่ตลอดเวลา ด้วยการเลือกส่วนย่อยที่สามารถเป็นตัวแทนที่ดีที่สุดของส่วนรวมทั้งหมดมาใช้เป็น สัญญาณที่ถ่ายทอดความหมาย เช่น ในพุทธศาสนานั้นได้ใช้ดอกบัวเป็น Metonymy เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับประวัติพระพุทธเจ้าตอนประสูติในขณะที่คริสต์ศาสนาเลือก Metonymy เป็นไม้กางเขนซึ่งมีความเกี่ยวพันกับเรื่องราวของพระเยซูในตอนสิ้นพระชนม์ เป็นต้น เมื่อจะทำการวิเคราะห์ความหมายที่ถูกสร้างขึ้นในงานภาพถ่ายหรือภาพนิ่งต่างๆ จะต้องพิจารณาถึงรหัสของการเป็นตัวแทนในเชิงเทคนิคและรหัสของเนื้อหา รหัสของการเป็นตัวแทนเชิงเทคนิค สามารถวิเคราะห์ภาพถ่ายใดๆ ก็ตามได้โดยการใช้คำถามดังต่อไปนี้ ภาพนั้นได้รับการถ่ายขึ้นมาอย่างไร คำตอบต่อคำถามนี้สามารถหมายรวมถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่ มุม กล้อง การกรอภาพ การโฟกัส การใช้ฟิล์มขาวดำหรือฟิล์มสี การจัดแสง ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนให้การสนับสนุนถึงความหมายของภาพดังกล่าวโดยการวิเคราะห์สามารถเจาะประเด็นปัจจัยเหล่านี้ทีละอย่างและค้นหาสิ่งที่ได้จากการสื่อความหมาย เช่น มุมกล้องที่มีลักษณะเฉพาะจะมีการสื่อความหมายบางอย่างที่แตกต่างจากการใช้มุมกล้องลักษณะอื่นสำหรับรหัสหรือหลักเกณฑ์ของเนื้อหาสามารถวิเคราะห์ภาพต่างๆ ได้ โดยใช้ประเด็นคำถามต่างๆ อาทิอะไรที่ถูกถ่ายซึ่งคำตอบต่อ

คำถามดังกล่าวอาจรวมประเด็นหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่ บุคคล วัตถุต่างๆ ฉากหรือสถานที่ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายภาษาท่าทาง ตำแหน่งของร่างกายและสีสันทันซึ่งปัจจัยทั้งหมดเหล่านี้จะแสดงออกถึงความหมายของภาพได้ (วีรภัทร วิไลศิลปดีเลิศ, 2555)

นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ ได้กล่าวว่ากระบวนทัศน์สัญลักษณ์นิยม (Symbolic / Interpretive Approach) วัตถุและการปฏิบัติทางศาสนา คือ “ระบบของสัญลักษณ์” ที่มีความหมายแฝงอยู่ ซึ่งมนุษย์จะใช้สัญลักษณ์เพื่อบ่งบอกถึงอารมณ์ ความรู้สึกความปรารถนา และแรงบันดาลใจของตัวเองในการที่จะจัดระเบียบชีวิตและสิ่งต่างๆ รอบตัวสัญลักษณ์ทางศาสนาจึงเป็นระบบของการสร้างความหมายที่ซับซ้อน ฉะนั้นสัญลักษณ์ของสิ่งศักดิ์สิทธิ์จึงสะท้อนอารมณ์ที่มนุษย์อยากจะสร้างความหมายให้กับตนเองและโลกความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์จึงเป็น “ประสบการณ์เชิงสัญลักษณ์” ที่ทำให้มนุษย์เข้าใจการมีชีวิตการอยู่ในโลกและการอยู่ร่วมกับคนอื่น สัญลักษณ์ทางศาสนายังช่วยให้มนุษย์รู้จักการตั้งเป้าหมายและลงมือทำบางสิ่งบางอย่าง แม้ว่าสัญลักษณ์ของความเชื่อจะปรากฏอยู่ในวัตถุสิ่งของในพิธีกรรมซึ่งถือเป็นช่วงเวลาพิเศษที่สมาชิกของสังคมจะออกมาทำทนายหรือเซตฐาระเบียบกฎเกณฑ์และระบบคุณค่าต่างๆ ทั้งนี้การทำความเข้าใจระบบความเชื่อจำเป็นต้องตีความสัญลักษณ์ (นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, 2560 : 178)

สรุป

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีสัญญะวิทยามาใช้ในการวิจัยโดยการนำมาใช้เป็นแนวทางในการตีความหมาย โดยจะนำมาใช้ทั้ง 2 ระดับคือ ระดับการตีความหมายโดยตรงซึ่งเป็นระดับที่เกี่ยวกับความจริง จากความหมายที่ปรากฏของสัญลักษณ์และความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์กับสิ่งที่กล่าวถึงในความหมายที่ชัดเจนในตัวเอง และระดับการตีความโดยนัยแฝงเป็นการตีความที่มีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องไม่ได้เกิดจากตัวของสัญลักษณ์เองเป็นการอธิบายถึงสัญลักษณ์กับอารมณ์ความรู้สึก คุณค่าวัฒนธรรมและองค์ประกอบต่างๆ ในบริบทของสังคมนั้นโดยถ่ายทอดความหมายโดยนัยแฝงและในลักษณะมายาคติซึ่งองค์ประกอบตัวหนึ่งสามารถเปลี่ยนไปอยู่ในฐานองค์ประกอบตัวอื่นๆ ได้โดยอิสระโดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์สัญลักษณ์หนึ่งแปรรูปเป็นอีกสัญลักษณ์หนึ่งและกระตุ้นให้เกิดสัญลักษณ์อื่นๆ

3.แนวคิดสุนทรียศาสตร์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิต พ.ศ. 2525 ได้อธิบายความงาหมายถึง งาม สวย ลักษณะที่เห็นที่ฟังแล้วยินดี ฟังพอใจ เช่น ภาพหรือรูปหรือเสียงนอกจากนี้ยังมีความหมายอื่นอีก เช่น ลักษณะสมบูรณ์ : ฝนงาม กำไรงาม (กำจร สุนพงษ์ศรี, 2556)

เดวิด ฮิวม์ (David Hume) ได้เสนอแนวคิดที่ว่า ความงามไม่ได้เป็นคุณสมบัติที่อยู่ในตัววัตถุ แต่ความงามจะถือกำเนิดขึ้นเฉพาะในจิตใจ สอดคล้องกับ ยอร์ช วิลเฮล์ม ฟร็อดริค เฮเกิล (Georg Wilhelm Friedrich Hegel) ซึ่งมีผลงานที่เน้นไปที่การแปลความหมาย โดยมีแนวคิดที่ว่าสุนทรียศาสตร์คือจิตนิยมแบบสัมบูรณ์ภาพ

อารี สุทธิพันธุ์ (2534) ได้ให้แนวคิดของคำว่า สุนทรียศาสตร์ ว่าเป็นวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ทางความงามและยังหมายถึง 1) วิชาที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกการรับรู้ความงาม 2) วิชาที่เกี่ยวข้องกับหลักเกณฑ์ คุณค่าลักษณะความงาม คุณค่าของความงามและรสนิยม 3) วิชาที่ส่งเสริมการสอบสวนและแสวงหาหลักเกณฑ์ของความงามสากลในลักษณะของรูปธรรม ที่เห็นได้ ที่รับรู้ได้ ที่ชื่นชมได้ 4) วิชาที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ตรงของบุคคล สร้างพฤติกรรม ความพอใจโดยไม่หวังผลตอบแทน ในทางปฏิบัติเป็นความรู้สึกพอใจเฉพาะของตน ซึ่งสามารถเพื่อแผ่เสนอแนะผู้อื่นให้มีอารมณ์ร่วมรู้สึกด้วยได้ 5) วิชาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษากิจกรรมตอบสนองของมนุษย์จากสิ่งเร้าภายนอก ตามเงื่อนไขของสถานการณ์เรื่องราว ความเชื่อและผลงานที่มนุษย์สร้างขึ้น (อารี สุทธิพันธุ์, 2534 : 82)

สมาน สรรพศรี (2545) ได้ให้ความหมายของสุนทรียศาสตร์ว่าเป็นวิชาที่ทำการศึกษาวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับความงามในธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ศิลปะ

ไชยเดช แก้วสง่า (2556) ได้กล่าวว่า “สุนทรียศาสตร์ เป็นปรัชญาหรือศาสตร์ที่ว่าด้วยความงามโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับวิจิตรศิลป์ซึ่งรวมทั้งลักษณะสำคัญของความงาม การรู้จักความงาม ความรู้สึกเฉพาะตนว่าอะไรงามหรือไม่และการศึกษาเรื่องอิทธิพลของความงามที่มีต่อจิตใจและอารมณ์ของมนุษย์ ซึ่งนอกจากคำว่าสุนทรียศาสตร์แล้วยังมีคำที่นำมาใช้กันคือ สุนทรียภาพ สุนทรียรมย์และสุนทรียธาตุ ซึ่งทั้งสามคำนี้มาจากรากศัพท์ภาษาอังกฤษคือ Aesthetics ซึ่งเป็นคำที่มีความหมายคล้ายกันที่กล่าวถึงความงามแตกต่างกันที่รายละเอียดในการใช้ ดังนั้นความงามตามแนวสุนทรียศาสตร์จึงเป็นศาสตร์หนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาความเป็นมนุษย์ให้สมบูรณ์ ทั้งในด้านการพัฒนาจิตใจซึ่งสังเกตได้จากพัฒนาการของการควบคุมอารมณ์ต่อการแสดงออกทางสังคม การแสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตนตามขนบธรรมเนียมประเพณีไทย การอนุรักษ์และหวงแหนในศิลปวัฒนธรรมของไทยที่เป็นมรดกทางภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยและเป็นคนภูมิใจของคนไทย ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือคุณค่าความงามที่อยู่ภายในจิตใจ ดังนั้นการสูญเสียรสนิยมทางศิลปะจึงเท่ากับเป็นการสูญเสียความสุขและอาจเป็นผลร้ายต่อบุคลิกภาพทางจิตใจ (ไชยเดช แก้วสง่า, 2556)

แนวคิดสุนทรียศาสตร์เป็นส่วนหนึ่งของปรัชญาสาขาคุณวิทยาที่ศึกษาเกี่ยวกับความสวยงาม ความไพเราะโดยเฉพาะอย่างยิ่งความงามด้านศิลปะเพื่อหามาตรการสำหรับตัดสินความงาม ความ

งามเป็นความรู้สึกของจิตใจจะมีมากหรือน้อยขึ้นกับธรรมชาตินิสัยส่วนบุคคลและการฝึกอบรม งามเป็นคุณสมบัติทางศีลธรรมพุทธิปัญญาและรูปสมบัติ ซึ่งอาจโน้มน้าวใจให้เกิดความรู้สึกและความปลื้มยินดีด้วยความสมบูรณ์ของรูป สี เสียง ถ้อยคำและความคิด งามเป็นความกลมกลืนระหว่างเนื้อหากับรูปแบบความงามในแง่ของปรัชญาเป็นเรื่องราวของการพิจารณาของความเหมาะสม ประโยชน์ มีคุณค่าต่อสังคม สุนทรียะมีส่วนประกอบเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพต่างๆ ของแต่ละคนให้เหมาะสมกลมกลืน สำหรับการตัดสินคุณค่าทางความงามนั้นไม่สามารถใช้กฎเกณฑ์หรือเหตุผลที่เป็นรูปธรรมมาพิสูจน์ได้ เช่น คณิตศาสตร์หรือวิทยาศาสตร์ สุนทรียศาสตร์เป็นปรัชญาที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องความสวยงาม ความงามสำหรับทฤษฎีที่เป็นเกณฑ์ตัดสินความงามมี 3 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีวัตถุวิสัย ทฤษฎีอัตนัยนิยมและทฤษฎีสัมพัทธวิสัย (พระโณ ปณณสีโล, 2560)

ความงามคือความสมส่วน การพิจารณาความสมส่วนตามลักษณะโครงสร้างที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันทั้งในด้านคุณสมบัติของชิ้นงานและรูปทรง การจัดวางตำแหน่งต่างๆ ตลอดจนการเลือกใช้วัสดุจะต้องมีความพอดีมาขาดไม่เกินสิ่งเหล่านี้ช่างหัตถศิลป์มักใช้ความรู้สึกและความชำนาญที่เกิดจากสัญญาณเป็นตัวกำหนด ทั้งรูปทรงสัดส่วนที่เหมาะสมจึงจะทำให้งานหัตถกรรมชิ้นนั้นๆ แสดงคุณค่าทางความงามออกมา

ความงามคือความสัมพันธ์ ทฤษฎีนี้ตัวช่างหัตถศิลป์จะต้องมีความสัมพันธ์กับตัววัตถุที่เป็นงานหัตถกรรมที่สร้างสรรค์ภาวะวิสัยและจิตวิสัย คือให้ความสำคัญทั้งสองส่วนในการหาค่าทางความงามในเชิงสุนทรียศาสตร์ แต่ทฤษฎีศาสตร์ไม่ได้เกิดจากความสัมพันธ์เพียงอย่างเดียวแต่มีเรื่องราวของเงื่อนไขอื่นด้วย เช่น เรื่องของความเชื่อ ค่านิยม และเงื่อนไขทางวัตถุวิสัยและจิตวิสัยเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยหาคคุณค่าในเชิงความสัมพันธ์ที่หลากหลายบริบทที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับชิ้นงานสามารถค้นหาคคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ได้ค่อนข้างชัดเจนมากที่สุด (ทวิรัศม์ พรหมรัตน์, 2553)

องค์ประกอบของสุนทรียศาสตร์ การวินิจฉัยศิลปะที่นำไปสู่ทัศนคติที่มีหลักเกณฑ์พิสูจน์และเชื่อได้ใช้เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจ องค์ประกอบประเภทของสิ่งต่างๆ และหลักความสัมพันธ์ขั้นพื้นฐานแห่งสุนทรียศาสตร์มีดังนี้ 1) ความยิ่งใหญ่ สะท้อนถึงความยิ่งใหญ่ทุกๆ ด้าน ทั้งแง่คุณค่า ขนาดคุณภาพ มีความเป็นยอด งามยิ่ง ดียิ่ง เยี่ยมที่สุด ประเสริฐมีความเป็นเลิศ ใหญ่กว่า ดีกว่า ความยิ่งใหญ่ตระการตา อลังการ มีพลัง ฯลฯ เป็นความยิ่งใหญ่ในตัวผล งานศิลปะและความยิ่งใหญ่ ด้านขนาดและความประณีตในคุณค่า ทักษะ ฝีมือเป็นเลิศของศิลปะหรือพลังความยิ่งใหญ่ในธรรมชาติต่างสกด ความมนุษย์ได้ เช่น กำแพงเมืองจีน ทักษะฮาฮาล โบสถ์เซนต์ปีเตอร์ พระบรมมหาราชวัง หลวงพ่อโต ภายในอุโบสถวัดพนัญเชิง หรือความยิ่งใหญ่ของธรรมชาติ ความงามบนภูเขาสูง บนภูกระดึง ฯลฯ ความยิ่งใหญ่เหล่านี้เป็นเพียงบางส่วนที่เป็นพลังความงามให้มนุษย์

สัมผัส 2) ความแปลกใหม่ สะท้อนออกมาถึงความแปลก ของแปลก ของใหม่ ความแปลกใหม่ ความแตกต่างจากที่เคย (สมาน สรรพศรี, 2545)

ศิลปะด้านประติมากรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อและความศรัทธา เช่น ประติมากรรมของปราสาทนครวัดมีลักษณะความงามที่เป็นเอกลักษณ์บ่งบอกถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ความเชื่อ ความศรัทธา ความดีของบุคคลในสมัยนั้น ความงามในประติมากรรมในปราสาทนครวัดมีลักษณะที่สอดคล้องและมีความสัมพันธ์กับความเชื่อและศาสนาหรือมีความงามก็คือความดี การที่จะตัดสินว่าความงามนั้นมีอยู่หรือไม่นั้นต้องพิจารณาถึงคุณค่าแห่งความดีไปด้วย เพราะฉะนั้นความดีของประติมากรรมในปราสาทนครวัดจึงมีลักษณะที่ไม่เหมือนแนวคิดตะวันตก (พระโขนง ปณณสีโล, 2560)

เพลโต เป็นนักปรัชญานิยมที่เชื่อว่ามีสภาพความจริงอีกอย่างหนึ่งซึ่งไม่ใช่วัตถุหรือมโนภาพหรือแบบ เป็นความจริงและสำคัญเท่าโลกวัตถุซึ่งแบบดังกล่าวมีอยู่แต่ในมโนภาพเท่านั้นซึ่งมีสุนทรียภาพอันสมบูรณ์อยู่แล้วศิลปินจึงมีหน้าที่ในการลอกเลียน ถ่ายทอดสุนทรียะเชิงนามธรรมนี้ให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา ซึ่งแนวคิดของเพลโตนับว่าสำคัญและมีบทบาทต่อการศึกษาศุนทรียศาสตร์ในแนวหนึ่ง เพราะมีศิลปินและผลงานศิลปะไม่น้อยที่เป็นไปตามแนวคิดนี้ เช่น การสร้างพระพุทธรูปปฏิมาของพุทธศาสนิกชน ที่เชื่อว่าลักษณะมหาบุรุษของพระพุทธเจ้านั้น ภาพและรูปที่สมบูรณ์นั้นมีอยู่จริงในมโนภาพเท่านั้นจิตรกรและประติมากรมีหน้าที่ถ่ายทอดพระพุทธรูปลักษณะนั้นให้ปรากฏเป็นรูปธรรมขึ้นมา

อริสโตเติล เป็นศิษย์ของเพลโต ซึ่งมีทรรศนะที่แตกต่างจากเพลโตคือการเชื่อว่าศิลปินเป็นผู้สามารถค้นพบความงามนี้และทำให้เกิดขึ้นได้ด้วยการนำสัดส่วนต่างๆ ของสุนทรียธาตุมาประกอบกันทำให้เกิดสุนทรียะ

ชาวโรมันผู้ยอมเป็นศิษย์ในเรื่องของความรู้และเป็นทนายทสืบทอดการสร้างงานศิลปะของชาวกรีกได้ ดังนั้นทรรศนะและแนวคิดทางสุนทรียะจึงแตกต่างออกไป สุนทรียภาพของโรมันจึงเป็นเรื่องของพลังคืออำนาจทุกสิ่งอย่างต้องมีประโยชน์ทางกายภาพต้องให้ความรู้สึ่งงามหรูหรา

คริสต์ศตวรรษที่ 19 เป็นสมัยแห่งการค้นคว้าหาความจริงโดยเฉพาะศาสตร์ที่มีความพัฒนาอย่างรวดเร็ว วิทยาศาสตร์เป็นศาสตร์แห่งความรู้ในสังขารที่แท้จริงของธรรมชาติเป็นส่วนสำคัญของความมีอารยธรรม พัฒนาการต่างๆ เหล่านี้ได้สะท้อนปรากฏการณ์ในงานศิลปะชื่อว่าลัทธิสัจนิยม (Realism) (กำจร สุนพงษ์ศรี, 2556)

ทรรศนะในสุนทรียภาพของลัทธิสัจนิยมไม่ได้หมายถึงเพียงแค่ความสวยงามหรือความสุขความรื่นรมย์เท่านั้นแต่ครอบคลุมไปถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับความเป็นจริงของมนุษย์อาจเป็นเรื่องความทุกข์ยาก ความเศร้าโศกเสียใจหรืออารมณ์ขันต่างๆ เป้าหมายสูงสุดคือการเน้นเสภาพกับ

แนวคิดในการบริหารประเทศตามแนวคิดสังคมนิยม ซึ่งแพร่ออกไปอย่างรวดเร็วในชาติต่างๆ ของยุโรปโดยเฉพาะรัสเซีย เบลินสกี (V.G. Belinsky) ซึ่งเคยชอบแนวคิดของนักปรัชญาเยอรมันในจิตนิยมแลลจินตนิยม (Idealism and Romanticism) ได้หันมาสนใจปรัชญาของสังคมนิยมในการสร้างสรรค์วรรณกรรม

ซันตายานา (G. Santayana, ค.ศ.1863-1952) ได้เสนอหลักการชอบเขตของสิ่งที่เป็นอยู่ ชอบเขตของแก่นสาระ ชอบเขตของจิตวิญญาณ โดยได้อธิบายถึงชนิดหรือเงื่อนไขของสุนทรียะ ออกเป็น 3 ประเภทคือ 1) สุนทรียะของวัตถุ ความพึงพอใจในสีและเสียง 2) การแสดงออกของจิต 3) รูปแบบ ความพึงพอใจในความสมมาตรและสัดส่วน หลักการนี้ จอห์น ดีวอี้ (J. Dewey, ค.ศ. 1859-1952) เจ้าของทฤษฎี ศิลปะคือประสบการณ์ ในยุคร่วมสมัยสุนทรียศาสตร์อยู่ภายใต้อำนาจอิทธิพลทางเศรษฐกิจและความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมและความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมซึ่งเข้ามาควบคุมวิถีชีวิตของมนุษย์ ศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี ได้เขียนอธิบายคำว่า ความงามในหนังสือศิลปะสงเคราะห์ไว้ว่า “ ความงามในที่นี้ หมายถึง คุณสมบัติของศีลธรรม พุทธิปัญญาและทางรูปสมบัติ ซึ่งอาจโน้มน้าวในเราให้เกิดความรู้สึกปลื้มในบันเทิงใจ เพราะด้วยความสมบูรณ์ของรูป สีสัดส่วน เสียง ถ้อยคำและความคิดเห็นอันมีอยู่ในคุณสมบัตินั้นๆ” ความงามอาจมีอยู่ในทิวทัศน์ธรรมชาติ สัตว์ ร่างกายคน ต้นไม้ ดอกไม้และสิ่งต่างๆที่ปรากฏขึ้นในธรรมชาติ อาจมีอยู่ในกิริยาอาการของผู้หญิง

จิตนิยมแบบเพลโต (Platonic idealism) คือ ทรรศนะที่ถือว่ามีสภาพความเป็นจริงอีกอย่างหนึ่งซึ่งไม่ใช่วัตถุเรียกว่า มโนภาพ (Idea) หรือ แบบ (Form) ซึ่งเพลโตเชื่อว่าเป็นจริงและสำคัญกว่าโลกแห่งวัตถุ สุนทรียภาพในทรรศนะของแนวคิดนี้เกิดขึ้นเพราะมีแบบกำหนดที่แท้จริง ไม่ใช่ที่วัตถุ ปัจจุบันนักปรัชญาบางคน ไม่นิยมเรียกปรัชญาแบบเพลโตนี้ว่าจิตนิยม (กำจร สุนพงษ์ศรี, 2556)

แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของนักปรัชญาตะวันตก

ทัศนะของชาวพิทาโกเรียนในด้านสุนทรียศาสตร์ในเรื่องของความงามจะใช้คำว่า ความกลมกลืนแทนคำว่า งาม ทั้งนี้เป็นเพราะความงามทั้งหลายจะเกิดขึ้นได้เมื่อองค์ประกอบต่างๆ มีความกลมกลืนกันและความกลมกลืนนั้นเกิดขึ้นได้ขึ้นอยู่กับจำนวนระยะทางและสัดส่วนสิ่งใดก็ตาม ถ้าขาดสัดส่วนที่ดีไม่มีระเบียบก็绝不会เกิดความงาม ซึ่งจากจุดนี้จึงนำไปสู่แนวคิดพื้นฐานทางสุนทรียศาสตร์ของพวกกรีกสมัยต่อมา

แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของโสฟิสต์ (Sophist) หลักปรัชญาของโสฟิสต์ซึ่งเป็นที่ยุติกันคือ มนุษย์คือมาตรฐานวัดสรรพสิ่ง พวกโสฟิสต์เชื่อว่าความงามเกิดจากความพึงพอใจของคนแต่ละคนซึ่งเรารู้สึกพอใจได้ต่อเมื่อภาพของสิ่งนั้นได้ผ่านมาทางอายตนะภายในคือ ตา หู จมูก ลิ้น กาย

เพราะฉะนั้นความงามจึงไม่มีความจริงในตัวเองแต่ขึ้นอยู่กับความรู้สึกของแต่ละคนที่จะพอใจหรือไม่พอใจสิ่งนั้น แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์และศิลปะของพวกโสฟิสต์จึงไม่ตายตัวแต่ละไปสัมพันธ์กับบุคคลบ้างความเชื่อบ้าง ประเพณีและวัฒนธรรมบ้าง เช่น การสักตัวในเมืองเทรซ ถือว่าเป็นการตกแต่งลวดลายร่างกายให้เกิดความสวยงามแต่ถ้าเมืองอื่นๆ การสักตามตัวถือว่าเป็นสิ่งร้ายแรงที่แสดงให้เห็นถึงสัญลักษณ์ของการเป็นนักโทษหรือข้าทาสของชั้นชั้นปกครอง สรุปแนวคิดของพวกโสฟิสต์มีพื้นฐานที่สำคัญที่ตัวมนุษย์ที่เป็นศูนย์กลางในการตัดสินใจโดยใช้ความรู้สึกของแต่ละคนเป็นเครื่องมือ แต่ถ้าหากเชื่อมั่นในตัวเองมากเกินไปก็จะทำให้เกิด อัตตวิสัย (Egoism) ซึ่งไม่ให้ผลดีในการวิจารณ์และค้นหาความจริง (วนิดา ขำเขียว, 2563)

แนวคิดสุนทรียศาสตร์ของโสกราตีส (Socrates) แตกต่างตรงกันข้ามกับพวกโสฟิสต์เพราะมีเกณฑ์ตัดสินทางจริยธรรมแบบสัมบูรณ์นิยม (Absolutism) เพราะมีความเคร่งครัดตายตัวทางจริยธรรม ความเป็นจริงของความรู้ไม่ขึ้นกับความรู้สึกนึกคิดของบุคคลแต่มีความเป็นจริงในตัวเองซึ่งต่างจากพวก โสฟิสต์ที่ใช้เกณฑ์ตัดสินทางจริยธรรมแบบสัมพัทธนิยม (Relativism) เพราะเชื่อว่าความรู้และความดีงามทั้งหลายขึ้นอยู่กับบุคคลหรือประเพณีวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่นำมาใช้ในการตัดสินแนวคิดของโสกราตีสมุ่งเน้นหน้าที่ของสิ่งต่างๆ เป็นหลักซึ่งกันข้ามกับโสฟิสต์ที่เน้นอัตตาและความพอใจของตน พวกโสฟิสต์จึงมีความคิดในทางสุนทรียศาสตร์แบบสัมพัทธนิยมเชิงอัตนัยนิยม (Relativism and Subjectivism) แนวคิดสุนทรียศาสตร์ของโสกราตีสจะเน้นที่จุดประสงค์ของศิลปะงานศิลปะกรีกส่วนมากจะเน้นที่ดวงตาเพราะเชื่อว่าดวงตาแสดงให้เห็นถึงวิญญาณส่วนในแนวคิดของโสกราตีสในเรื่องความงามจึงเน้นที่จิตวิญญาณของบุคคลมากกว่าคำนึงถึงรูปร่างสัดส่วนซึ่งต่างจากหลักการทางสุนทรียศาสตร์ของพวกพิทาโกเรียนที่เน้นในเรื่องโลกและจักรวาลอันเป็นสิ่งไกลตัว ความงามตามแนวคิดของโสกราตีสจึงมีลักษณะใกล้ชิดตัวมนุษย์ ตาตาร์กีวิคซ์ได้จำแนกความงามในทฤษฎีของโสกราตีสเป็น 2 ชนิดคือ 1) ความงามที่เกิดจากความกลมกลืนกันของรูปแบบ โสกราตีสเรียกความงามแบบนี้ว่า ความกลมกลืน (Harmonia) 2) ความงามที่เกิดจากสิ่งนั้นบรรลุวัตถุประสงค์หรือบรรลุหน้าที่ได้มากน้อยบ้าง โสกราตีสเรียกว่า เปรปอน (Prepon) (วนิดา ขำเขียว, 2563)

แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของเพลโตเป็นศิษย์คนสำคัญของโสกราตีส เป็นนักปรัชญาที่กล่าวถึงสุนทรียศาสตร์และวิเคราะห์ถึงปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียศาสตร์รวมทั้งทฤษฎีทางศิลปะความคิดที่ชัดเจนเป็นทฤษฎีทางสุนทรียศาสตร์ซึ่งอยู่บนความเชื่อที่ว่าความงามทั้งหลายที่มีอยู่ในโลกนี้ล้วนออกมาจากความงามมาตรฐานที่มีอยู่ในโลกแห่งมโนคติ เพลโตเชื่อว่าความงามเป็นสิ่งที่ไม่ใกล้ชิดกับความดีและคุณธรรม เช่น ดนตรีสามารถช่วยให้มนุษย์มีบุคลิกภาพที่ดีมีอารมณ์แจ่มใสมีจิตใจงดงามได้ ความงามตามแนวคิดของเพลโตนอกจากทางกายภาพแล้วยังรวมไปถึงความงาม

ศีลธรรมและปัญญา เช่น ความยุติธรรม ความรอบครอบ คุณธรรมและขนบธรรมเนียมที่ดี คุณค่าของสิ่งเหล่านี้เป็นความงามภายในจิตใจซึ่งมีคุณค่าต่อชีวิตจริง ความงามของเพลโตในลักษณะดังนี้ 1) ความงามไม่ใช่สิ่งที่ถูกจำกัดได้ด้วยผัสสะ 2) ความงามมีคุณสมบัติตายตัวแน่นอน ไม่ขึ้นกับการกระทำมนุษย์ซึ่งเราเรียกว่าคุณสมบัติแบบปรัวิสัยหรือวัตถุวิสัย ฉะนั้นความงามของสิ่งใดสิ่งหนึ่งจึงไม่ได้อยู่ที่ความชอบคนใดคนหนึ่งแต่ความงามเป็นสิ่งที่มิได้อยู่จริงในวัตถุนั้นจึงคงทนต่อการทดสอบ 3) ความงามไม่ได้อยู่ที่กายภาพเท่านั้น 4) ความงามของวัตถุต่างๆ ที่มีอยู่ในโลกมีส่วนสัมพันธ์กับระยะทาง สัดส่วนและความกลมกลืนซึ่งแนวคิดนี้ใกล้เคียงกับทฤษฎีทางสุนทรียศาสตร์ของพวกพิทาโกเรียนและผู้รู้หลายท่านเข้าใจกันว่าความคิดนี้น่าจะเป็นความคิดของเพลโตในช่วงระยะสุดท้ายของชีวิตยามวัยชรา 5) แนวคิดทฤษฎีตั้งอยู่บนพื้นฐานปรัชญาโลกแห่งมโนคติ คือ ความงามของสิ่งต่างๆ ล้วนออกแบบมาจากมโนคติแห่งความงามซึ่งอยู่ในโลกแห่งมโนคติ (วนิดา ขำเขียว, 2563)

แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของอริสโตเติล (Aristotle) อริสโตเติลเป็นศิษย์ของคนสำคัญของเพลโตแต่มีแนวคิดที่แตกต่างไปจากเพลโตแม้ว่าจะมีแนวคิดบางส่วนร่วมกันแนวคิดบางส่วนที่คิดเห็นเช่นเดียวกันคือในเรื่องการเลียนแบบ แต่การลอกเลียนแบบในทฤษฎีของอริสโตเติลไม่ใช่การเลียนแบบที่เหมือนภาพในกระจกหากเป็นการเลียนแบบโดยเป็นส่วนหนึ่งของวัตถุนั้นซึ่งอาจเลียนแบบให้เหมือนต้นแบบหรือเลียนแบบให้ดีกว่าหรืออาจเลวกว่าต้นแบบ อริสโตเติลเชื่อว่าการลอกเลียนแบบธรรมชาติเป็นวิธีหนึ่งของการแสดงออกทางศิลปะ สำหรับทฤษฎีในเรื่องความงามของอริสโตเติลที่เชื่อว่าความงามเป็นสิ่งที่เกิดจากความกลมกลืนและการมีลัทธิจังหวะที่เหมาะสม ความงามเป็นสิ่งที่มีความสุขและความพึงพอใจความงามจึงเป็นสิ่งที่ดีแต่สิ่งที่ดีทั้งหลายไม่จำเป็นต้องมีความงดงาม ความงามเป็นสิ่งที่สูงสุดที่มีคุณค่าในตัวเองแม้ความงามจะสัมพันธ์กับความพอใจแต่แตกต่างจากความมีคุณประโยชน์เพราะความงามเป็นสิ่งที่มีความค่าในตัวของมันเองในขณะที่คุณค่าที่มาจากคุณประโยชน์นั้น เป็นผลมาจากกิจกรรมของมนุษย์ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อผลประโยชน์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น อริสโตเติลเชื่อว่าสิ่งใดก็ตามที่งามจะต้องเกิดจากระเบียบ ขนาดและสัดส่วนที่มีความสมดุลกันซึ่งแนวคิดนี้เหมือนกับแนวคิดกับแนวคิดของพวกพิทาโกเรียน อาจเป็นไปได้ที่อริสโตเติลน่าจะได้รับอิทธิพลทางความคิดนี้ผ่านมาจากคำสอนของเพลโต อริสโตเติลได้จำแนกความงามออกเป็น 2 ชนิดคือ 1) งามเพราะดี แต่ศิลปะที่ดีไม่จำเป็นต้องยิ่งใหญ่ 2) งามเพราะพอใจ ความงามชนิดนี้มีเป้าหมายเพื่อความสุখেเท่านั้น ความงามของอริสโตเติลเป็นสิ่งที่มีความค่าในตัวเอง เกิดจากความกลมกลืนที่มาจากความสัมพันธ์กันของระเบียบ ขนาดและสัดส่วน ความงามแบบนี้มีลักษณะใกล้เคียงกับความงามในทฤษฎีของพวกพิทาโกเรียนแต่ต่างกันที่ความกลมกลืนในความหมายของอริสโตเติลไม่ได้มีความหมายของความกลมกลืนของเสียงแต่รวมไปถึงความกลมกลืนของสีจึง

สรุปแนวคิดของอาริสโตเติลได้ว่าสิ่งใดก็ตามที่ได้รับการยกย่องว่า งาม จะเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและให้ความเพลิดเพลินใจด้วย (วนิดา ขำเขียว, 2563)

แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของชาวสโตอิก (Stoicism) ชาวสโตอิกยอมรับในทฤษฎีโลกอสจึงอยู่บนพื้นฐานของเหตุและผลทำให้ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์เป็นแบบปรวิสัย นั่นคือความงามเป็นสิ่งที่มีความคุณค่าในตัวเองเพราะอยู่กับการประโยชน์และความพึงพอใจของเรา ชาวสโตอิกคิดว่าความงามทางจิตใจที่อยู่บนรากฐานของศีลธรรมเป็นความงามสูงส่งกว่าความงามทางกาย ความงามและความดีจึงเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับคุณธรรม ความงามที่แท้จริงของมนุษย์ไม่ใช่ความงามที่มาจากทางกายแต่มาจากจิตใจและเจตจำนงที่ดี ความงามทางจิตใจเป็นสิ่งที่ดีและมีคุณค่าตลอดเวลาแต่ความงามทางกายอาจก่อให้เกิดอันตรายได้เสมอทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการใช้ ตาตาร์กีวิช (Tatarkiewicz. 197 :188-190) กล่าวว่าชาวสโตอิกบางท่าน เช่น โพสิโดเนียส (Posidoius) มีแนวคิดที่ต่างไปคือ ความงามไม่ได้มาจากจิตใจและกายเท่านั้นแต่มีความงามอีกชนิดหนึ่งที่เกิดจากธรรมชาติอันเป็นความงามที่ขึ้นอยู่กับความมีระเบียบและความกลมกลืน ดังนั้นธรรมชาติจึงเป็นศิลปินที่ยิ่งใหญ่และไม่มีความใดที่งามไปกว่าโลกของเราซึ่งความงามนี้มาจากความสมดุลกันของรูปร่าง สี และขนาด ดังนั้นความงามที่มาจากศิลปะจึงเป็นสิ่งที่ด้อยกว่าความงามจากธรรมชาติเพราะศิลปะเกิดจากการรวบรวมความช่างสังเกตและประสบการณ์ของมนุษย์แล้วนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับชีวิตของตนเอง (วนิดา ขำเขียว, 2563)

แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของกอทท์ฟรีด วิลเฮล์ม ไลบ์นิซ (Gottfried Wihem Leibniz) มีลักษณะเป็นจิตนิยมและการแสวงหาความรู้เป็นวิธีการแบบเหตุผลนิยมแต่แนวคิดในทางสุนทรียศาสตร์นั้นไลบ์นิซเชื่อว่ามีแตกต่างจากความรู้ทางคณิตศาสตร์และฟิสิกส์เพราะความงามเป็นสิ่งที่ตัดสินได้โดยใช้สายตาเท่านั้นไม่ใช่นำเอาเหตุผลมาตัดสินและความพึงพอใจที่เกิดจากสายตาและส่วนต่างๆล้วนมาจากการได้รับรู้จากสิ่งที่มีสัดส่วนในอัตราที่เหมาะสมฉะนั้นสัดส่วนจึงเป็นหลักการพื้นฐานของสุนทรียศาสตร์ ไลบ์นิซเชื่อว่าความรู้ของมนุษย์มีหลายระดับ ความรู้ในเรื่องความงามเป็นสิ่งที่อยู่ในระดับต่ำมากและมีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับรสนิยม รสนิยมเป็นสิ่งที่บอกเราได้แต่เพียงว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นจะสวยหรือไม่เท่านั้นแต่ไม่สามารถบอกเราได้ว่าทำไมสิ่งนั้นจึงสวยและไม่สวย รสนิยมจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสัญชาตญาณ เช่น ศิลปินสามารถจำแนกได้ว่ารูปใดดีหรือไม่ดีแต่ศิลปินไม่สามารถตอบได้ว่าอะไรเป็นพื้นฐานที่ทำให้เขาสามารถทำได้อย่างนั้น สุนทรียศาสตร์ในทฤษฎีของไลบ์นิซจึงเป็นเรื่องของความรู้สึกและรสนิยมแต่ไม่ใช่ความรู้ในระดับเหตุผลที่สามารถให้คำอธิบายได้อย่างชัดเจน (วนิดา ขำเขียว, 2563)

แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของเดวิด ฮูม (David Hume) ภาพที่ปรากฏแต่ไม่ชัดเจนนั้นเรียกว่า มโนคติ (Idea) มโนคติในทฤษฎีของฮูมต่างจากเพลโตและอาริสโตเติลเพราะไม่ใช่สิ่งสากล

แต่เป็นความจำอันเลื่อนราง มโนคติของฮูมจึงเป็นการลอกแบบสิ่งที่เราประทับใจมาอีกทีหรือเป็นความประทับใจที่กลับเข้ามาใหม่เมื่อเราคิดหรือใช้เหตุผล สำหรับแนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของฮูมนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับแนวคิดในเรื่องกลไกแห่งรสนิยม ดังความงามตามทฤษฎีของฮูมจึงเกิดจากการรับรู้ในคุณสมบัติของวัตถุแล้วเกิดความพอใจหรือไม่พอใจขึ้นมา แต่ถ้าเรารู้สึกไม่พอใจความงามนั้น ก็จะไม่เกิดขึ้น ดังนั้นความแตกต่างทางรสนิยมจึงเกิดจากความแตกต่างจากการรับรู้คือ หลักการแห่งรสนิยม (Principles of taste) หรือกฎศิลปะในความหมายของฮูมคือสิ่งสร้างของจิตและเป็นสิ่งที่เราสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสจึงเป็นจริงเท่าที่สัมผัสรับรู้ความงามเป็นเพียงความรู้สึกที่เราพึงพอใจ โดยการที่เราไปรับรู้ต่อวัตถุนั้นๆ ในการตัดสินว่าอะไรงามหรือไม่จึงไม่จำเป็นต้องอ้างอิงสิ่งที่อยู่เหนือแนวคิดแต่มันขึ้นอยู่กับความพอใจว่ามีหรือไม่อย่างไรในขณะที่ยังรับรู้ (วนิดา ขำเขียว, 2563)

แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของจอห์น ดิวอี้ (John Dewey) แนวคิดของดิวอี้ได้รับอิทธิพลมาจากปรัชญาแบบประสบการณ์นิยม (Empiricism) ที่เชื่อว่าประสบการณ์เป็นที่มาของความรู้มนุษย์ ในทางสุนทรียศาสตร์ในทฤษฎีของดิวอี้หมายถึง ความมีคุณค่าที่เต็มไปด้วยความพอใจและสุนทรียภาพเป็นพื้นฐานของประสบการณ์ที่ปกติ สุนทรียภาพไม่ใช่สิ่งแปลกประหลาดแต่เป็นพัฒนาการทางลักษณะนิสัยดังนั้นถ้าศิลปินที่สร้างผลงานของตนอย่างไร้อารมณ์สุนทรีย์งานนั้นก็จะเป็นชาปราคจากสีสันและความแข็งทื่อเหมือนเครื่องจักร ศิลปะมีหน้าที่บอกให้เราทราบถึงสภาวะของชีวิตและอารยธรรมที่วิวัฒนาการมาในรูปแบบต่างๆ ศิลปะเป็นแกนกลางทำให้เกิดความกลมเกลียวในสังคม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าประเพณีวัฒนธรรมและพฤติกรรมของสังคมจะมุ่งไปสู่จุดเดียวกันคือ สุนทรียศาสตร์ งานของศิลปินจึงเต็มไปด้วยพลังประสบการณ์ของศิลปินในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ ถ้าศิลปินมีประสบการณ์ที่ขาดวิสัยทัศน์ที่สมบูรณ์ก็ไม่ต่างจากงานที่ได้จากเครื่องจักร (วนิดา ขำเขียว, 2563)

สรุป

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของสุนทรียศาสตร์แนวคิดทฤษฎีในรูปแบบต่างๆ ทั้งในรูปจิตใจความรู้สึกนึกคิดและสุนทรียศาสตร์ในด้านความงามทางศิลปะ สุนทรียศาสตร์ยังรวมไปถึงเรื่องราวของความเชื่อความศรัทธา ค่านิยมและเงื่อนไขของวัตถุวิสัยและจิตวิสัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ความดีของคนในสมัยโบราณที่สอดคล้องกับความงามของศิลปะหรือผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้นมาที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับความเชื่อและศาสนาด้วย ความงามจึงเป็นสิ่งที่ใกล้ชิดกับความดี ศิลธรรมและปัญญาซึ่งเป็นความงามภายในจิตใจ นอกจากนั้นความงามยังมาจากธรรมชาติหรือสิ่งที่สร้างขึ้นมีระเบียบและความกลมกลืนกันจึงเป็นความงามที่มาจากความสมดุลกันของรูปร่าง สีและขนาดหรือเรียกว่าความงามทางศิลปะซึ่งผู้วิจัยจะ

บทที่ 2 ความเป็นมาและการพลัดถิ่นของชาติพันธุ์ไทลื้อ

ไทลื้อเป็นชาติพันธุ์ที่มีประวัติความเป็นมาที่มีความเชื่อมโยงกับหลายประเทศในภูมิภาคอาเซียน ในบทนี้เป็นการศึกษาถึงที่มาของชาติพันธุ์ไทลื้อตั้งแต่สมัยโบราณรวมทั้งที่มาของการเป็นไทลื้อเชียงคำ จังหวัดพะเยา ในบทนี้ไม่ได้ตอบวัตถุประสงค์ใดแต่ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่เป็นพื้นฐานในการศึกษาและเชื่อมโยงไปยังในบทต่อไปสู่การศึกษาอัตลักษณ์ที่จะใช้เป็นแนวทางออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยโครงสร้างในบทนี้ประกอบด้วยการศึกษาความเป็นมาของชาติพันธุ์ไทลื้อและไทลื้อเชียงคำ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทลื้อ ความเชื่อความศรัทธาและพิธีกรรมของชาวไทลื้อ

ความเป็นมาของชาติพันธุ์ไทลื้อและชาวไทลื้อเชียงคำ

1. ชาติพันธุ์ไทลื้อ

ไทลื้ออพยพเข้ามาอยู่ในเขตสิบสองปันนา ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเมื่อประมาณพุทธศตวรรษที่ 18 มีการสร้างเมืองชื่อ “เชียงรุ่งดงนัง” โดยเรียกตนเองว่า “คนลื้อ” หรือ “ไทลื้อ” แต่ชาวจีนจะเรียกว่า “ส่วยป้อ” ซึ่งแปลว่าคนป่าที่อาศัยอยู่บริเวณราบลุ่มแม่น้ำและเรียกเมืองเชียงรุ่งเมืองหลวงของไทลื้อว่า “เซอหลี่” หรือ “เชียงลื้อ” ชาวไทลื้อนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ตามราบลุ่มแม่น้ำและที่ราบระหว่างหุบเขาโดยมีแม่น้ำโขงเป็นแม่น้ำสายสำคัญรวมถึงแม่น้ำสายย่อยที่ไหลผ่านเมืองต่างๆ และการที่มีแม่น้ำโขงไหลผ่านจึงทำให้สิบสองปันนาถูกแบ่งออกเป็น 2 ฝั่งคือ ฝั่งทางตะวันตกของแม่น้ำโขงซึ่งมีเมืองอยู่ 5 เมืองและฝั่งตะวันออกของแม่น้ำโขงอีก 6 เมือง รวมเมืองเชียงรุ่งอีก 1 เมือง ซึ่งเป็นไปได้ว่าชาวไทลื้อเป็นกลุ่มแรกที่ถือกำเนิดขึ้นในจินตอนได้แล้วอพยพไปตั้งถิ่นฐานตามแหล่งต่างๆ จนเกิดเป็นกลุ่มไทอื่นๆ ตามมา โดยหลักฐานที่ชัดเจนที่สุดคือการแตกสายตระกูลออกไปเป็นชาวไทยองและไทเขินในเขตเชียงตุง ประเทศเมียนมาร์ซึ่งมีขนบธรรมเนียม ความเชื่อและวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกันกับคนไทกลุ่มอื่นๆ ซึ่งจากคำบอกเล่าที่สืบทอดกันมากล่าวว่าถิ่นกำเนิดชาวไทลื้อที่อาศัยอยู่ในสิบสองปันนาไม่ใช่ชนพื้นเมืองดั้งเดิมแต่ได้อพยพหนีโรคราบาดมาจากเมืองลื้อหลวงซึ่งยังไม่มี การพบหลักฐานว่าเมืองนี้อยู่ที่ใด การอพยพนำโดยยาคำแดงผู้นำชาวไทลื้อจำนวนแสนคนอพยพลง มาทางใต้ข้ามภูเขาแล้วแสนลูกเดินทางผ่านทุ่งราบร่วมสามพันจนมาถึงลุ่มแม่น้ำโขงจึงได้ตั้งถิ่นฐาน ใหม่ชื่อ “เมืองลื้อใหม่” ก็คือสิบสองปันนาในปัจจุบันสิบสองปันนา (พินนา) หมายถึงบริเวณพื้นที่ทำ นาของชาวไทลื้อทั้งหมดหลายๆ เป็นชื่อที่รวมหัวเมืองต่างๆ รวมกันเป็น 1000 นา 12 หัวเมืองก็มี 12 พินนา ในจำนวนหัวเมืองทั้งหมดนี้ประกอบขึ้นด้วยเมืองเล็กหลายเมืองใหญ่ โดยเมืองหยวนกับเมือง เมืองจะอยู่ฝั่งตะวันออก ทั้ง 12 เมืองมีเจ้าแผ่นดินเป็นประมุขเรียกว่า เจ้าแสนหวีประทับอยู่ที่เมือง

เชียงรุ่ง เมืองหยวนเป็นเมืองอยู่ทางใต้สุดของสิบสองปันนามีดินแดนติดกับพม่าและอินโดจีน ในอดีตพลเมืองมีจำนวนมากแต่ถูกกวาดต้อนผู้คนไปอยู่ที่อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยาและอำเภอปง จังหวัดเชียงรายเป็นจำนวนมาก (โครงการพิพิธภัณฑวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551) ไทลื้อสิบสองปันนาเมื่อศตวรรษที่ 12 พระยาเจื่องเป็นเจ้าครองแผ่นดินคนแรกของรัฐสิบสองปันนาซึ่งสร้างอาณาจักรขึ้นในปี ค.ศ.1180 ให้ชื่ออาณาจักรว่า “หัวคำเชียงรุ่ง” โดยมีเขตแดนครอบคลุมตะวันออกเฉียงเหนือ(เมืองเชียงตุง) ของพม่าในปัจจุบัน ทางเหนือของไทย(ล้านนา) ลาว ทางตอนเหนือ (ลานสัก)และบางส่วนของทางเหนือของเวียดนาม

จากคำบอกเล่าความเป็นมาของคนไทลื้อเมืองฮายซึ่งเขียนโดย หลัวเสียนถึง ที่เป็นคนจีนที่อยู่ในเมืองฮายบันทึกไว้ว่าเมื่อปี พ.ศ.1941 คนไทเมืองฮายเดิมอยู่ในเมืองลือหลวงในมณฑลกุ้ยโจวแต่ไม่ทราบว่ายู่อำเภอใดต่อมาเกิดโรคระบาดจึงพากันอพยพเดินไปด้านทิศตะวันตกตามแนวทิวเขาเหมียวหลิง (เป็นทิวเขาแนวอยู่ภาคใต้มณฑลกุ้ยโจวใกล้ชิดกับด้านตะวันออกมณฑลยูนนาน) แล้วเดินต่อเข้ายูนนานผ่านคุนหมิงถึงบ่อแหะอำเภออิงชิ่งปัจจุบันเป็นอำเภอเมืองลำ โดยใช้เวลาเดินทาง 3 ปี และได้สร้างบ้านเรือนทำมาหากินที่นั่นได้หนึ่งปีก็ต้องเดินทางต่อไปสู่ลุ่มแม่น้ำโขงเพราะต้องการขยายเมืองแต่มีที่ดินมีน้อย หลังจากเดินทางก็หยุดพักที่หมู่บ้านเลาประมาณ 4 เดือนแล้วจึงเดินทางต่อไปยังเมืองฮายซึ่งเป็นเมืองที่เหมาะสมแก่การตั้งเป็นเมือง ไทลื้อสิบสองปันนานอกจากจะเป็นประเทศราชของจีนแล้วยังตกอยู่ใต้อาณัติของพม่าเป็นบางช่วงเวลา ขึ้นอยู่กับว่าช่วงใดอาณาจักรใดมีอำนาจเหนือกว่าหรือบางครั้งจะส่งเครื่องบรรณาการให้กับจีนและพม่าและบางครั้งก็อยู่ภายใต้อำนาจของล้านนา ดังนั้นดินแดนนี้จึงถูกเรียกว่า “เมืองสามฝั่งฟ้า” สิบสองปันนาเจริญรุ่งเรืองจนกระทั่งปี ค.ศ. 1953 จึงได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของประเทศจีนและก็เป็นวาระสุดท้ายของการปกครองแบบดั้งเดิมของรัฐสิบสองปันนา ชาวไทลื้อโดยทั่วไปมีลักษณะรูปร่างสันตมิผิวพรรณค่อนข้างขาว พูดภาษาไทลื้อที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมีสำเนียงที่แตกต่างไปจากชาวภาคเหนือทั่วไป มีขนบธรรมเนียมประเพณีส่วนใหญ่คล้ายกับภาคเหนือ (โครงการพิพิธภัณฑวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

ครั้งในสมัยสมเด็จพระเจ้าหอคำเชียงรุ่ง 1 (พระยาเจื่อง) เป็นกษัตริย์องค์แรกของชาวไทลื้อแห่งราชวงศ์อาละวอสวนตาล จนมาถึงสมเด็จพระเจ้าหอคำเชียงรุ่งลำดับที่ 14 เจ้าหม่อมคำลือ (ดาวซินชื่อ) ก่อนสิ้นสุดลงเพราะรัฐบาลจีนได้กดดันท่านออกจากการเป็นเจ้า ส่วนพระอนุชาได้ลี้ภัยมาอยู่ที่อำเภอแม่สาย หม่อมตาลคำได้ลี้ภัยไปอยู่ที่กรุงเทพมหานคร (โครงการพิพิธภัณฑวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

ในปี พ.ศ. 1723 ดินแดนแถบนี้เป็นที่อยู่อาศัยของชนเผ่าไตต่างๆ จากบันทึกของจีนสมัยราชวงศ์ถัง (กลางพุทธศตวรรษที่ 12-15) ทำให้ทราบว่าในแถบหย่งซัง คายหนัน ตลอดจนถึงเมืองแลมจิงตง เชียงกุนจนถึงสิบสองปันนาเป็นที่อยู่อาศัยของพวกหมานพันดำ หมานพันทอง พมานพันเงิน หมานสักขาและหมานสักหน้า พวกหมานเผ่าต่างๆ เหล่านี้อยู่ในเขตการปกครองอาณาจักรน่านเจ้า จีนสมัยราชวงศ์ถังเรียกชนชาติไตที่อาศัยอยู่เมืองคายหนันเขตปกครองอินเซงว่า “หมางหมาน” พวกนี้เรียกตนเองว่า “ไตเมือง” บางครั้งจีนเรียกว่า “หมางหน่าย” ซึ่งก็คือ “เมืองลื้อ” แต่บางครั้งจะพบว่าพวกไตลื้อจะเรียกตนเองว่า อาหวิหรืออาลวิหรืออารวิ เช่น อาลวิสวนตาล อาลวิเชียงมู อาลวิเชียงรุ่ง เป็นต้น (โครงการพิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

ในหนังสือ บันทึกเรื่องสิบสองปันนา กล่าวว่า อาราวี (Aravi) เป็นชื่อเรียกตามภาษาสันสกฤต กล่าวคือ “...ชนชาติในแหลมอินโดจีนซึ่งได้รับวัฒนธรรมอินเดียมาก มักจัดตั้งอินเดียใหม่ขึ้นในดินแดนนั้นๆ เคยมีการนำเอาชื่อเมืองในอินเดียมาใช้เป็นชื่อเมืองของตน คำว่า อาราวี เป็นชื่อประเทศที่ 7 ในจำนวน 14 ประเทศที่อยู่ในกลุ่มดาว Mulan และ Apa ในตะวันออก ตามที่กล่าวไว้ใน มหาสังฆาตสูตรหรือเป็นการเลียนแบบหรือเป็นการนำเข้ามาใช้โดยตรง...” (คณะกรรมการสืบค้นประวัติศาสตร์ไทยเกี่ยวกับจีนในเอกสารจีนสำนักนายกรัฐมนตรี(แปลและเรียบเรียง), 2557)

ชาวไตลื้อและชาวพื้นเมืองหรือชาวเขาเผ่าต่างๆ ที่สำคัญคือละว้าหรือลัวะ อาข่าหรือข้าก้อ และปะหล่องเคยอาศัยอยู่ร่วมกันก่อนที่จะมีคนลื้อจะเข้ามาชาวเขาเผ่าต่างๆ เหล่านี้ได้ตั้งหลักแหล่งอยู่ตามที่ราบลุ่มแม่น้ำและทำนาทำไร่ อาจเป็นไปได้ว่าเมื่อเมืองลื้อได้พัฒนาขยายใหญ่ขึ้นชาวไตลื้อจึงเคลื่อนย้ายหรือกระจายมาตั้งถิ่นฐานตามที่ราบลุ่มแม่น้ำต่างๆ จึงเกิดการสู้รบกับชนเผ่าพื้นเมืองเพื่อแย่งชิงพื้นที่ทำการผลิตทำให้เผ่าพื้นเมืองเหล่านี้ต้องอพยพไปอยู่บนภูเขาซึ่งการที่ชาวไตลื้อตั้งถิ่นฐานตามหุบเขาและยึดอาชีพทำนานั้นเพราะว่ามีการปลูกพืชตามที่ราบลุ่มแม่น้ำย่อมเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดสังคมชุมชนหมู่บ้านขึ้นแต่ปัจจัยสำคัญที่มีผลทำให้ชุมชนต่างๆ ของเมืองลื้อสามารถพัฒนาตนเองขึ้นมาเป็นชุมชนที่ใหญ่โตจนเป็นเมืองได้นั้นคือการมีทรัพยากรธรรมชาติอยู่ภายในเมืองลื้อและการค้าขายกับรัฐต่างๆ สังเกตจากเมืองลื้ออยู่ในเส้นทางการค้าระหว่างจีน พม่า อินเดียและภาคเหนือของไทย จากหลักฐานในกลางพุทธศตวรรษที่ 18 ดินแดนนี้มีเส้นทางติดต่อค้าขายหรือเส้นทางการคมนาคมระหว่างเมืองเล็กๆ กับเมืองศูนย์กลางที่สำคัญแล้ว เช่น เชียงแสน หลวงพระบาง และเวียงจันทน์ เป็นต้น อีกทั้งเมืองลื้อยังเป็นเมืองที่มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอีกหลายชนิดที่เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมาจนถึงปัจจุบันคือ ชาผู่เอ้อ ใบชาชั้นเอกของเมืองลื้อหรือสิบสองปันนา นอกจากนี้ยังมีไม้ที่มีราคาเช่น ไม้กฤษณา ไม้สัก ไม้ปาล์ม ไม้สน ไม้ฉำฉา ไม้การบูร เป็นต้น ซึ่งการค้าระหว่าง

และการค้าภายในเมืองลือนั้นมีผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการผลักดันให้มีการพัฒนาเป็นชุมชนที่ใหญ่ขึ้น (โครงการพิพิธภัณฑสถานธรรมชาติและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

สิบสองปันนาถูกเรียกว่า “เชียงต้อ เชียงล่าน” ครั้งแรกในสมัยเจ้าราชบุตร (เทาซางฟู) โอรสของกษัตริย์น่านเจ้านั้นตามตำนานได้อธิบายว่า “เชียงต้อมีสี่ต้อหม้อข้าว และเชียงล่านก็มีสี่ล่านหม้อข้าว” สะท้อนให้เห็นว่าเมืองลือในสมัยการปกครองของน่านเจ้าคงจะเป็นเมืองใหญ่แล้ว สันนิษฐานว่าประชากรในเมืองลือคงมีมากจึงต้องพยายามจัดสรรที่ดินให้เป็นระบบเพื่อให้สามารถผลิตข้าวให้ได้เพียงพอกับจำนวนประชากร แต่ทั้งนี้การจัดระบบที่ดินในการผลิตข้าวดังกล่าวอาจมีมาก่อนที่เมืองลือจะตกอยู่ภายใต้การปกครองของน่านเจ้าก็เป็นได้ อย่างไรก็ตามชื่อของเมืองที่มีความหมายเป็นหน่วยของการผลิตข้าวนี้ น่าจะเป็นหน่วยเดียวกับระบบ “พันนา” ที่เมื่อเมืองใหญ่ขยายมากขึ้นมีจำนวนประชากรมากขึ้นจึงต้องการที่เพาะปลูกมากขึ้นด้วย จึงต้องพัฒนาระบบการจัดแบ่งที่ดินในการเพาะปลูกข้าวตามหน่วยทางการผลิตข้าวที่ใหญ่ขึ้นคือ “พันนา” ซึ่งพื้นที่การปลูกข้าวแต่ละพันนานั้นถูกกำหนดเป็นเขตการปกครองหนึ่งที่ควบคุมจำนวนแรงงาน (ณัชชา เลหาศิรินาถ, 2541)

การปกครองเมืองเชียงรุ่งในสมัยราชวงศ์ของพระยาเจือง เป็นรัฐอิสระปกครองตนเองมีเขตแดนของตนเอง มีภาษาพูดตลอดจนระบบเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของตนเองหรือเรียกว่ารัฐอิสระ สิบสองปันนาเข้ามาสู่ระบบรัฐบรรณาการของจีนตั้งแต่สมัยราชวงศ์หยวนในต้นพุทธศตวรรษที่ 14 เมื่อจีนพยายามขยายอำนาจลงมาทางใต้ อย่างไรก็ตามเมื่อไม่สามารถเข้ามายึดครองได้อย่างเด็ดขาดจีนจึงหันไปใช้นโยบายประนีประนอมยอมให้รัฐภายใต้บรรณาการปกครองตนเอง โดยที่จีนไม่แทรกแซงกิจการภายในแต่จีนมีอำนาจในการรับรองและตั้งเจ้าแผ่นดินที่ถูกเสนอมา ที่น่าสนใจคือถึงเชียงรุ่งจะเป็นเมืองขึ้นของจีนแต่วัฒนธรรมของมองโกลหรือฮั่นกลับไม่มีอิทธิพลหรือแทรกแซงวัฒนธรรมของชาวลือเลย ในการยอมรับอำนาจของจีนทำให้เชียงรุ่งเกิดความแตกแยกภายในและเริ่มขัดแย้งกับล้านนาซึ่งเป็นพันธมิตรเก่า มีเจ้านายส่วนหนึ่งไม่ยอมรับอำนาจจีนและได้ให้ความร่วมมือกับกษัตริย์ล้านนาต่อต้านจีน พระยาดีโลกราชได้นำทัพจากเชียงใหม่มาตีเชียงรุ่ง จีนจึงส่งกองทัพมาปราบปรามแต่ไม่สำเร็จเนื่องจากระยะทางไกลขาดแคลนเสบียงอาหารและเกิดโรคภัยไข้เจ็บจนต้องใช้นโยบายประนีประนอม

ในสมัยเจ้าคานเมืองราชวงศ์หมิงยึดอำนาจปกครองจีนได้และขยายอำนาจลงมาทางใต้ เจ้าคานเมืองพยายามต่อต้านด้วยการย้ายหอคำไปตั้งที่เวียงเชียงต้อแต่ไม่สามารถต้านทานกำลังของราชวงศ์หมิงซึ่งความเป็นมาของชาติพันธุ์ไทลื้อและชาวไทลื้อเชียงคำ

1 ชาติพันธุ์ไทลื้อ

ไทลื้ออพยพเข้ามาอยู่ในเขตสิบสองปันนา ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเมื่อประมาณ พุทธศตวรรษที่ 18 มีการสร้างเมืองชื่อ “เชียงรุ่งดงนัง” โดยเรียกตนเองว่า “คนลื้อ” หรือ “ไทลื้อ” แต่ชาวจีนจะเรียกว่า “ส่วยป้อ” ซึ่งแปลว่าคนป่าที่อาศัยอยู่บริเวณราบลุ่มแม่น้ำและเรียกเมืองเชียงรุ่ง เมืองหลวงของไทลื้อว่า “เซอหลี่” หรือ “เชียงลื้อ” ชาวไทลื้อนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ตามราบลุ่มแม่น้ำ และที่ราบระหว่างหุบเขาโดยมีแม่น้ำโขงเป็นแม่น้ำสายสำคัญรวมถึงแม่น้ำสายย่อยที่ไหลผ่านเมืองต่างๆ และการที่มีแม่น้ำโขงไหลผ่านจึงทำให้สิบสองปันนาถูกแบ่งออกเป็น 2 ฝั่งคือ ฝั่งทางตะวันตกของแม่น้ำโขงซึ่งมีเมืองอยู่ 5 เมืองและฝั่งตะวันออกของแม่น้ำโขงอีก 6 เมือง รวมเมืองเชียงรุ่งอีก 1 เมือง ซึ่งเป็นไปได้ว่าชาวไทลื้อเป็นกลุ่มแรกที่ถือกำเนิดขึ้นในจีนตอนใต้แล้วอพยพไปตั้งถิ่นฐานตามแหล่งต่างๆ จนเกิดเป็นกลุ่มไทอื่นๆ ตามมา โดยหลักฐานที่ชัดเจนที่สุดคือการแตกสายตระกูลออกไปเป็นชาวไทยองและไทเขินในเขตเชียงตุง ประเทศเมียนมาร์ซึ่งมีขนบธรรมเนียม ความเชื่อและวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกันกับคนไทกลุ่มอื่นๆ ซึ่งจากคำบอกเล่าที่สืบทอดกันมากล่าวว่าถิ่นกำเนิดชาวไทลื้อที่อาศัยอยู่ในสิบสองปันนาไม่ใช่ชนพื้นเมืองดั้งเดิมแต่ได้อพยพหนีโรคระบาดมาจากเมืองลื้อหลวงซึ่งยังไม่มี การพบหลักฐานว่าเมืองนี้อยู่ที่ใด การอพยพนำโดยยาคำแดงผู้ซึ่งนำชาวไทลื้อจำนวนแสนคนอพยพลง มาทางใต้ข้ามภูเขาร่วมแสนลูกเดินทางผ่านทุ่งราบสามพันจนมาถึงลุ่มแม่น้ำโขงจึงได้ตั้งถิ่นฐาน ใหม่ชื่อ “เมืองลื้อใหม่” ก็คือสิบสองปันนาในปัจจุบันสิบสองปันนา (พินนา) หมายถึงบริเวณพื้นที่ทำ นาของชาวไทลื้อทั้งหมดหลายๆ เป็นชื่อที่รวมหัวเมืองต่างๆ รวมกันเป็น 1000 นา 12 หัวเมืองก็มี 12 พินนา ในจำนวนหัวเมืองทั้งหมดนี้ประกอบขึ้นด้วยเมืองเล็กหลายเมืองใหญ่ โดยเมืองหยวนกับเมือง เมืองจะอยู่ฝั่งตะวันออก ทั้ง 12 เมืองมีเจ้าแผ่นดินเป็นประมุขเรียกว่า เจ้าแสนหวีประทับอยู่ที่เมือง เชียงรุ่ง เมืองหยวนเป็นเมืองอยู่ทางใต้สุดของสิบสองปันนามีดินแดนติดกับพม่าและอินโดจีน ในอดีต พลเมืองมีจำนวนมากแต่ถูกกวาดต้อนผู้คนไปอยู่ที่อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยาและอำเภอปง จังหวัด เชียงรายเป็นจำนวนมาก (โครงการพิพิธภัณฑวัตถุวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551) ไทลื้อสิบสองปันนาเมื่อศตวรรษที่ 12 พระยาเจื่องเป็นเจ้าครองแผ่นดินคนแรกของรัฐสิบสอง ปันนาซึ่งสร้างอาณาจักรขึ้นในปี ค.ศ.1180 ให้ชื่ออาณาจักรว่า “หัวคำเชียงรุ่ง” โดยมีเขตแดน ครอบคลุมตะวันออกเฉียงเหนือ(เมืองเชียงตุง) ของพม่าในปัจจุบัน ทางเหนือของไทย(ล้านนา) ลาว ทางตอนเหนือ (ลานสัก)และบางส่วนของทางเหนือของเวียดนาม

จากคำบอกเล่าความเป็นมาของชนไทลื้อเมืองฮายซึ่งเขียนโดย หลัวเสี้ยนถึง ที่เป็นคนจีนที่อยู่ ในเมืองฮายบันทึกไว้ว่าเมื่อปี พ.ศ.1941 คนไทเมืองฮายเดิมอยู่ในเมืองลื้อหลวงในมณฑลกุ้ยโจวแต่ไม่ ทราบว่าอยู่อำเภอใดต่อมาเกิดโรคระบาดจึงพากันอพยพเดินไปด้านทิศตะวันตกตามแนวทิวเขาเหมียว หลิง (เป็นทิวเขาแนวอยู่ภาคใต้มณฑลกุ้ยโจวใกล้ชิดกับด้านตะวันออกมณฑลยูนนาน) แล้วเดินต่อเข้า

นานผ่านคุณ หมิงถึงบ่อแหะอำเภอิ่งซึ่งปัจจุบันเป็นอำเภอเมืองลำ โดยใช้เวลาเดินทาง 3 ปี และได้สร้างบ้านเรือนทำมาหากินที่นั่นได้หนึ่งปีก็ต้องเดินทางต่อไปสู่ลุ่มแม่น้ำโขงเพราะว่าต้องการขยายเมืองแต่มีที่ดินมีน้อย หลังจากเดินทางก็หยุดพักที่หมู่บ้านเลาประมาณ 4 เดือนแล้วจึงเดินทางต่อไปยังเมืองฮายซึ่งเป็นเมืองที่เหมาะสมแก่การตั้งเป็นเมือง ไทลื้อสิบสองปันนานอกจากจะเป็นประเทศราชของจีนแล้วยังตกอยู่ใต้อาณัติของพม่าเป็นบางช่วงเวลา ขึ้นอยู่กับว่าช่วงใดอาณาจักรใดมีอำนาจเหนือกว่าหรือบางครั้งจะส่งเครื่องบรรณาการให้กับจีนและพม่าและบางครั้งก็อยู่ภายใต้อำนาจของล้านนา ดังนั้นดินแดนนี้จึงถูกเรียกว่า “เมืองสามฝั่งฟ้า” สิบสองปันนาเจริญรุ่งเรืองจนกระทั่งปี ค.ศ. 1953 จึงได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของประเทศจีนและก็เป็นวาระสุดท้ายของการปกครองแบบดั้งเดิมของรัฐสิบสองปันนา ชาวไทลื้อโดยทั่วไปมีลักษณะรูปร่างสันตมิผิวพรรณค่อนข้างขาว พูดภาษาไทลื้อที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมีสำเนียงที่แตกต่างไปจากชาวภาคเหนือทั่วไป มีขนบธรรมเนียมประเพณีส่วนใหญ่คล้ายกับภาคเหนือ (โครงการพิพิธภัณฑวัตถุวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนามหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

ครั้งในสมัยสมเด็จพระเจ้าหอคำเชียงรุ่ง 1 (พระยาเจือง) เป็นกษัตริย์องค์แรกของชาวไทลื้อแห่งราชวงศ์อาละโว้สวตาล จนมาถึงสมเด็จพระเจ้าหอคำเชียงรุ่งลำดับที่ 14 เจ้าหม่อมคำลือ (ดาวซินชื่อ) ก่อนสิ้นสุดลงเพราะรัฐบาลจีนได้ถอดถอนท่านออกจากการเป็นเจ้า ส่วนพระอนุชาได้ลี้ภัยมาอยู่ที่อำเภอแม่สาย หม่อมตาลคำได้ลี้ภัยไปอยู่ที่กรุงเทพมหานคร (โครงการพิพิธภัณฑวัตถุวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนามหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

ในปี พ.ศ. 1723 ดินแดนแถบนี้เป็นที่อยู่อาศัยของชนเผ่าไตต่างๆ จากบันทึกของจีนสมัยราชวงศ์ถัง (กลางพุทธศตวรรษที่ 12-15) ทำให้ทราบว่าในแถบหย่งซัง คายหนัน ตลอดจนเมืองแลมจิงตง เชียงกุนจนถึงสิบสองปันนาเป็นที่อยู่อาศัยของพวกหมานพันดำ หมานพันทอง พมานพันเงิน หมานสักขาและหมานสักหน้า พวกหมานเผ่าต่างๆ เหล่านี้อยู่ในเขตการปกครองอาณาจักรน่านเจ้า จีนสมัยราชวงศ์ถังเรียกชนชาติไตที่อาศัยอยู่เมืองคายหนันเขตปกครองอินเซงว่า “หมางหมาน” พวกนี้เรียกตนเองว่า “ไตเมือง” บางครั้งจีนเรียกว่า “หมางหนาย” ซึ่งก็คือ “เมืองลื้อ” แต่บางครั้งจะพบว่าพวกไตลื้อจะเรียกตนเองว่า อาฟวีหรืออาลวีหรืออาราวิ เช่น อาลวีสวตาล อาลวีเชียงมู อาลวีเชียงรุ่ง เป็นต้น (โครงการพิพิธภัณฑวัตถุวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนามหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

ในหนังสือ บันทึกเรื่องสิบสองปันนา กล่าวว่า อาราวิ (Aravi) เป็นชื่อเรียกตามภาษาสันสกฤต กล่าวคือ “...ชนชาติในแหลมอินโดจีนซึ่งได้รับวัฒนธรรมอินเดียมาก มักจัดตั้งอินเดียใหม่ขึ้นในดินแดนนั้นๆ เคยมีการนำเอาชื่อเมืองในอินเดียมาใช้เป็นชื่อเมืองของตน คำว่า อาราวิ เป็นชื่อประเทศที่ 7 ในจำนวน 14 ประเทศที่อยู่ในกลุ่มดาว Mulan และ Apa ในตะวันออก ตามที่กล่าวไว้ใน มหาสัง

มาตรฐานหรือเป็นการเลียนแบบหรือเป็นการนำเข้ามาใช้โดยตรง...” (คณะกรรมการสืบค้นประวัติศาสตร์ไทยเกี่ยวกับจีนในเอกสารจีนสำนักนายกรัฐมนตรี(แปลและเรียบเรียง), 2557)

ชาวไทลื้อและชาวพื้นเมืองหรือชาวเขาเผ่าต่างๆ ที่สำคัญคือละว้าหรือลัวะ อาข่าหรือข้ากอ้อ และปะหล่องเคยอาศัยอยู่ร่วมกันก่อนที่คนลื้อจะเข้ามาชาวเขาเผ่าต่างๆ เหล่านี้ได้ตั้งหลักแหล่งอยู่ตามที่ราบลุ่มแม่น้ำและทำนาทำไร่ อาจเป็นไปได้ว่าเมื่อเมืองลื้อได้พัฒนาขยายใหญ่ขึ้นชาวไทลื้อจึงเคลื่อนย้ายหรือกระจายมาตั้งถิ่นฐานตามที่ราบลุ่มแม่น้ำต่างๆ จึงเกิดการสู้รบกับชนเผ่าพื้นเมืองเพื่อแย่งชิงพื้นที่ทำการผลิตทำให้เผ่าพื้นเมืองเหล่านี้ต้องอพยพไปอยู่บนภูเขาซึ่งการที่ชาวไทลื้อตั้งถิ่นฐานตามหุบเขาและยึดอาชีพทำนานั้นเพราะว่ามีการปลูกพืชตามที่ราบลุ่มน้ำย่อมเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดสังคมชุมชนหมู่บ้านขึ้นแต่ปัจจัยสำคัญที่มีผลทำให้ชุมชนต่างๆ ของเมืองลื้อสามารถพัฒนาตนเองขึ้นมาเป็นชุมชนที่ใหญ่โตจนเป็นเมืองได้นั้นคือการมีทรัพยากรธรรมชาติอยู่ภายในเมืองลื้อและการค้าขายกับรัฐต่างๆ สังเกตจากเมืองลื้ออยู่ในเส้นทางการค้าระหว่างจีน พม่า อินเดียและภาคเหนือของไทย จากหลักฐานในกลางพุทธศตวรรษที่ 18 ดินแดนนี้มีเส้นทางติดต่อค้าขายหรือเส้นทางคมนาคมระหว่างเมืองเล็กๆ กับเมืองศูนย์กลางที่สำคัญแล้ว เช่น เชียงแสน หลวงพระบาง และเวียงจันทน์ เป็นต้น อีกทั้งเมืองลื้อยังเป็นเมืองที่มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอีกหลายชนิดที่เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมาจนถึงปัจจุบันคือ ชาผู้เอ่อ ใบชาชั้นเอกของเมืองลื้อหรือสิบสองปันนา นอกจากนี้ยังมีไม้ที่มีราคาเช่น ไม้กฤษณา ไม้สัก ไม้ปาล์ม ไม้สน ไม้ฉำฉา ไม้การบูร เป็นต้น ซึ่งการค้าระหว่างและการค้าภายในเมืองลื้อนั้นมีผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการผลักดันให้มีการพัฒนาเป็นชุมชนที่ใหญ่ขึ้น (โครงการพิพิธภัณฑสถานธรรมชาติและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

สิบสองปันนาถูกเรียกว่า “เชียงต้อ เชียงล้าน” ครั้งแรกในสมัยเจ้าราชบุตร (เทาชางฟู) โอรสของกษัตริย์น่านเจ้านั้นตามตำนานได้อธิบายว่า “เชียงต้อก็มีสี่ต้อหม้อข้าว และเชียงล้านก็มีสี่ล้านหม้อข้าว” สะท้อนให้เห็นว่าเมืองลื้อในสมัยการปกครองของน่านเจ้าคงจะเป็นเมืองใหญ่แล้ว สันนิษฐานว่าประชากรในเมืองลื้อคงมีมากจึงต้องพยายามจัดสรรที่ดินให้เป็นระบบเพื่อให้สามารถผลิตข้าวให้ได้เพียงพอกับจำนวนประชากร แต่ทั้งนี้การจัดระบบที่ดินในการผลิตข้าวดังกล่าวอาจมีมาก่อนที่เมืองลื้อจะตกอยู่ภายใต้การปกครองของน่านเจ้าก็เป็นได้ อย่างไรก็ตามชื่อของเมืองที่มีความหมายเป็นหน่วยของการผลิตข้าวนี้น่าจะเป็นหน่วยเดียวกับระบบ “พันนา” ที่เมื่อเมืองใหญ่ขยายมากขึ้นมีจำนวนประชากรมากขึ้นจึงต้องการที่เพาะปลูกมากขึ้นด้วย จึงต้องพัฒนาระบบการจัดแบ่งที่ดินในการเพาะปลูกข้าวตามหน่วยทางการผลิตข้าวที่ใหญ่ขึ้นคือ “พันนา” ซึ่งพื้นที่การปลูกข้าวแต่ละพันนานั้นถูกกำหนดเป็นเขตการปกครองหนึ่งที่ควบคุมจำนวนแรงงาน (ณัชชา เลหาศิรินาถ, 2541)

การปกครองเมืองเชียงรุ่งในสมัยราชวงศ์ของพระยาเจือง เป็นรัฐอิสระปกครองตนเองมีเขตแดนของตนเอง มีภาษาพูดตลอดจนระบบเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของตนเองหรือเรียกว่ารัฐอิสระ สิบสองปันนาเข้ามาสู่ระบบรัฐบรรณาการของจีนตั้งแต่สมัยราชวงศ์หยวนในต้นพุทธศตวรรษที่ 14 เมื่อจีนพยายามขยายอำนาจลงมาทางใต้ อย่างไรก็ดีตามเมื่อไม่สามารถเข้ามายึดครองได้อย่างเด็ดขาดจึงหันไปใช้นโยบายประนีประนอมยอมให้รัฐภายใต้บรรณาการปกครองตนเอง โดยที่จีนไม่แทรกแซงกิจการภายในแต่จีนมีอำนาจในการรับรองและตั้งเจ้าแผ่นดินที่ถูกเสนอมา ที่น่าสนใจคือถึงเชียงรุ่งจะเป็นเมืองขึ้นของจีนแต่วัฒนธรรมของมองโกลหรือฮั่นกลับไม่มีอิทธิพลหรือแทรกแซงวัฒนธรรมของชาวลื้อเลย ในการยอมรับอำนาจของจีนทำให้เชียงรุ่งเกิดความแตกแยกภายในและเริ่มขัดแย้งกับล้านนาซึ่งเป็นพันธมิตรเก่า มีเจ้านายส่วนหนึ่งไม่ยอมรับอำนาจจีนและได้ให้ความร่วมมือกับกษัตริย์ล้านนาต่อต้านจีน พระยาติโลกราชได้นำทัพจากเชียงใหม่มาตีเชียงรุ่ง จีนจึงส่งกองทัพบาปราบปรามแต่ไม่สำเร็จเนื่องจากกระยะทางไกลขาดแคลนเสบียงอาหารและเกิดโรคภัยไข้เจ็บจนต้องใช้นโยบายประนีประนอม

ในสมัยเจ้าคานเมืองราชวงศ์หมิงยึดอำนาจปกครองจีนได้และขยายอำนาจลงมาทางใต้ เจ้าคานเมืองพยายามต่อต้านด้วยการย้ายหอคำไปตั้งที่เวียงเชียงตื้อแต่ไม่สามารถต้านทานกำลังของราชวงศ์หมิงซึ่งยึดได้เมืองสำคัญได้ อาทิ เมืองแจ้ เจ้าเมืองคานจึงต้องยอมสวามิภักดิ์ต่อราชวงศ์หมิงซึ่งแต่งตั้งให้เป็น เจ้าชื่อฟู ปกครองเขตลื้อซิ่นซ่งควานฟู หลังจากนั้นเชียงรุ่งและจีนราชวงศ์หมิงก็เริ่มมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันด้วยดีกษัตริย์เชียงรุ่งเริ่มทำเนียบให้ลูกหลานนำเครื่องราชบรรณาการไปถวายจักรพรรดิจีน แล้วจึงแต่งตั้งให้เจ้าคานเมืองเป็น “แสนหวีฟ้า” ตั้งเมืองเชียงรุ่งเป็น เขตลื้อซิ่นมั้นแสนหวีชื่อชื่อ เจ้าแผ่นดินเชียงรุ่งจึงได้รับการเรียกขานว่า เจ้าแสนหวีฟ้า ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา จีนยังคงใช้เจ้านายลื้อปกครองประชาชนโดยรวมเจ้าคานเมืองสร้างความสัมพันธ์กับจีนเพื่อให้จีนรับรองสิทธิธรรมในการปกครองและยังได้สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มชาวพื้นเมืองสิบสองปันนาเพื่อสร้างอำนาจทางการเมืองที่เข้มแข็ง

ในสมัยของท้าวสิดาคำพระยาสามฝั่งแกนแห่งล้านนาได้ก่อกบฏต่อจีนทำให้เจ้าแผ่นดินเชียงรุ่งส่งกำลังช่วยจีนปราบปรามได้สำเร็จ ดัสนี้ความสัมพันธ์อันดีกับจีนนี้เชียงรุ่งจึงกลายเป็นผู้นำรัฐไทในการติดต่อกับจีน เมื่อเจ้าฟ้าเจ้าแผ่นดินของรัฐต่างๆ เช่น เชียงตุงและเมืองแถมจะไปติดต่อกับจีนจะต้องเสียค่าธรรมเนียมนำให้เชียงรุ่ง

ในสมัยของเจ้าศรีสมการและท้าวอุ่นเมืองซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มการเปลี่ยนแปลงอำนาจการเมืองในสิบสองปันนา กล่าวได้ว่า เมืองลื้อหรือเมืองเชียงรุ่งนั้นมีความอิสระอยู่ได้เพียงสมัยของพระยาเจืองเท่านั้น เมื่อพระยาเจืองสิ้นพระชนม์ในปี พ.ศ.1735 เจ้าสามไค้เมือง(ชวนไฮ่เหล็ง) โอรสพระยาเจืองได้ขึ้น

ปกครองเป็นเจ้าแผ่นดินเมืองเชียงรุ่งสืบแทนและสวามีภักดีต่อตาพุกษัตริย์แห่งตาลีฟูได้แต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง “จ้าวเจียงหวัง” หรือเจ้าแห่งแม่น้ำโขง ในปี พ.ศ.1796 เมืองเชียงรุ่งจึงถูกมองโกลยึดไว้ในเขตแดนของจีน พ.ศ.1818 และได้ตั้งองค์การปกครองขึ้นที่เมืองเชียงรุ่งด้วย อย่างไรก็ตามจีนไม่ได้เข้าไปเปลี่ยนแปลงระบบการเมืองการปกครองที่เคยเป็นมาของเมืองเชียงรุ่ง

ต่อมาได้มีปรากฏหลักฐานว่า เตาเสียนเต้าหรือเท้าวสีดาค่า (พ.ศ.1934-1956) ได้เริ่มขยายดินแดนออกไปถึงเมืองแนน (เมืองผู่เอ๋อ) แต่งตั้งโอรสทั้ง 7 องค์ให้ไปปกครองเมืองต่างๆ การที่ขานเป่าลี้ได้หรือสามพ่อลือไทแต่งตั้งโอรสและเครือญาติไปเป็นเจ้าเมืองต่างๆ มากมายนั้นย่อมเป็นไปได้ที่จะสามารถทำให้เมืองลือหรือเมืองเชียงรุ่งมีความเป็นปึกแผ่นมั่นคงขึ้น อีกทั้งการขยายดินแดนและการสร้างเมืองใหม่ที่เพิ่มมากขึ้นนั้นแสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของเมืองลือนั้น การขยายตัวของเมืองลือในช่วงระยะเวลานี้น่าจะนำไปสู่การพัฒนาตัวเองขึ้นเป็นรัฐและมีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็น “พันนา” โดยแบ่งออกเป็น 12 พันนา มีการปรากฏเป็นหลักฐานในครั้งแรกในปี พ.ศ.2115 สมัยเจ้าอินเมือง (พ.ศ.2112-2141) จีนสมัยราชวงศ์หมินได้กำหนด “เขตท้องถิ่น”

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ไทลื้อได้หาที่อยู่ใหม่อาศัยเส้นทาง 4 สาย มีลักษณะเคลื่อนลงใต้โดยไม่เดินขึ้นเหนือสู่แผ่นดินจีน

สายที่ 1 เข้าสู่ประเทศพม่าแถบเมืองยอง เมืองยู้ เมืองหลวย เมืองเชียงลาบ เมืองไร เมืองพะยาก เมืองโก เมืองโตน เมืองเลน เชียงตุง

สายที่ 2 เข้าสู่ประเทศเวียดนาม มีชุมชนไทลื้ออาศัยอยู่ที่เมืองบินลูห์ เมืองถ่านและบริเวณฝั่งตะวันตกของแม่น้ำดำตามแนวพรมแดนที่ติดต่อกับจีน

สายที่ 3 สู่ประเทศลาว ไทลื้อตั้งถิ่นฐานอยู่ทางภาคเหนือของแถบเมืองสิง เมืองหลวงภูคา เมืองลองในแขวงหลวงน้ำทา เมืองอุเหนือ อุใต้ งานเหนือ งานใต้ บุนเหนือ บุนใต้ในแขวงพงสาไล เมืองไซ เมืองแบง เมืองฮุก เมืองหงสาในแขวงอุดมไซ เมืองเงิน เมืองเชียงฮ่อน เชียงลมและเมืองหงสาในแขวงไชยะบุรี นอกจากนี้ยังตั้งชุมชนอยู่รอบๆ เมืองหลวงพระบางและกระจายกันอยู่ลุ่มแม่น้ำอูและแม่น้ำโขง ในแขวงหลวงพระบางและแขวงบ่อแก้วอีกหลายหมู่บ้าน

สายที่ 4 เข้าสู่ประเทศไทยทางภาคเหนือในจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง พะเยา น่านแพร่ ตั้งแต่อดีตซึ่งถูกกวาดต้อนมาจากสิบสองปันนามาจำนวนมาก บางส่วนก็อพยพมาภายหลังเพื่อค้าขาย ติดตามญาติพี่น้อง แต่งงาน แสวงหาที่ทำมาหากินหรือหนีภัยสงคราม (โครงการพิพิธภัณฑวัตถุวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

ได้เมืองสำคัญได้ อาทิ เมืองแจ้ เจ้าเมืองคานจึงต้องยอมสวามีภักดีต่อราชวงศ์หมิงซึ่งแต่งตั้งให้เป็นเจ้าชื่อฟู ปกครองเขตลือขึ้นชุงควานฟู หลังจากนั้นเชียงรุ่งและจีนราชวงศ์หมิงก็เริ่มมีความสัมพันธ์ที่ดี

ต่อกันด้วยดึกษัตริย์เชียงรุ่งเริ่มทำเนียบให้ลูกหลานนำเครื่องราชบรรณาการไปถวายจักรพรรดิจีน แล้วจึงแต่งตั้งให้เจ้าคานเมืองเป็น “แสนหวีฟ้า” ตั้งเมืองเชียงรุ่งเป็น เซอสีซันมันแสนหวีซื่อซื่อ เจ้าแผ่นดินเชียงรุ่งจึงได้รับการเรียกขานว่า เจ้าแสนหวีฟ้า ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา จีนยังคงใช้เจ้านายลือปกครองประชาชนโดยรวมเจ้าคานเมืองสร้างความสัมพันธ์กับจีนเพื่อให้จีนรับรองสิทธิธรรมในการปกครองและยังได้สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มชาวพื้นเมืองสิบสองปันนาเพื่อสร้างอำนาจทางการเมืองการปกครองที่เข้มแข็ง

ในสมัยของท้าวสิดาคำพระยาสามฝั่งแกนแห่งล้านนาได้ก่อกบฏต่อจีนทำให้เจ้าแผ่นดินเชียงรุ่งส่งกำลังช่วยจีนปราบปรามได้สำเร็จ ดัสนี้ความสัมพันธ์อันดีกับจีนนี้เชียงรุ่งจึงกลายเป็นผู้นำรัฐไทในการติดต่อกับจีน เมื่อเจ้าฟ้าเจ้าแผ่นดินของรัฐต่างๆ เช่น เชียงตุงและเมืองแกมจะไปติดต่อกับจีนจะต้องเสียค่าธรรมเนียมให้เชียงรุ่ง

ในสมัยของเจ้าศรีสมการและท้าวอุ่นเมืองซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มการเปลี่ยนแปลงอำนาจการเมืองในสิบสองปันนา กล่าวได้ว่า เมืองลื้อหรือเมืองเชียงรุ่งนั้นมีความอิสระอยู่ได้เพียงสมัยของพระยาเจิงเท่านั้น เมื่อพระยาเจิงสิ้นพระชนม์ในปี พ.ศ.1735 เจ้าสามไคเมือง(ชวนไฮเหล่ง) โอรสพระยาเจิงได้ขึ้นปกครองเป็นเจ้าแผ่นดินเมืองเชียงรุ่งสืบแทนและสวามีภักดีต่อตาพุกษัตริย์แห่งตาลีฟูได้แต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง “จั่วเจียงหวัง” หรือเจ้าแห่งแม่น้ำโขง ในปี พ.ศ.1796 เมืองเชียงรุ่งจึงถูกมองโกลยึดไว้ในเขตแดนของจีน พ.ศ.1818 และได้ตั้งองค์กรการปกครองขึ้นที่เมืองเชียงรุ่งด้วย อย่างไรก็ตามจีนไม่ได้เข้าไปเปลี่ยนแปลงระบบการเมืองการปกครองที่เคยเป็นมาของเมืองเชียงรุ่ง

ต่อมาได้มีปรากฏหลักฐานว่า เตาเสียนเต้าหรือท้าวสิดาคำ (พ.ศ.1934-1956) ได้เริ่มขยายดินแดนออกไปถึงเมืองแนน (เมืองผู่เอ๋อ) แต่งตั้งโอรสทั้ง 7 องค์ให้ไปปกครองเมืองต่างๆ การที่ขานเป่าลี่ไต้หรือสามพ่อลือไทแต่งตั้งโอรสและเครือญาติไปเป็นเจ้าเมืองต่างๆ มากมายนั้นย่อมเป็นไปได้ที่จะสามารถทำให้เมืองลื้อหรือเมืองเชียงรุ่งมีความเป็นปึกแผ่นมั่นคงขึ้น อีกทั้งการขยายดินแดนและการสร้างเมืองใหม่ที่เพิ่มมากขึ้นนั้นแสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของเมืองลื้อนั้น การขยายตัวของเมืองลื้อในช่วงระยะเวลานี้น่าจะนำไปสู่การพัฒนาตัวเองขึ้นเป็นรัฐและมีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็น “พันนา” โดยแบ่งออกเป็น 12 พันนา มีการปรากฏเป็นหลักฐานในครั้งแรกในปี พ.ศ.2115 สมัยเจ้าอินเมือง (พ.ศ.2112-2141) จีนสมัยราชวงศ์หมินได้กำหนด “เขตท้องถิ่น”

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ลื้อได้หาที่อยู่ใหม่อาศัยเส้นทาง 4 สาย มีลักษณะเคลื่อนลงใต้โดยไม่เดินขึ้นเหนือสู่แผ่นดินจีน

สายที่ 1 เข้าสู่ประเทศพม่าแถบเมืองยอง เมืองยู เมืองหลวย เมืองเชียงลาบ เมืองไร เมืองพะยาก เมืองโก เมืองโต้น เมืองเลน เชียงตุง

สายที่ 2 เข้าสู่ประเทศเวียดนาม มีชุมชนไทลื้ออาศัยอยู่ที่เมืองบินลูห์ เมืองแถนและบริเวณฝั่งตะวันตกของแม่น้ำดำตามแนวพรมแดนที่ติดต่อกัน

สายที่ 3 สู่ประเทศลาว ไทลื้อตั้งถิ่นฐานอยู่ทางภาคเหนือของแถบเมืองสิง เมืองหลวงภูคา เมืองลองในแขวงหลวงน้ำทา เมืองอุเหนือ อุใต้ งานเหนือ งามใต้ บุนเหนือ บุนใต้ในแขวงพงสาลี เมืองไซ เมืองแบง เมืองฮุก เมืองหงสาในแขวงอุดมไซ เมืองเงิน เมืองเชียงฮ่อน เชียงลมและเมืองหงสาในแขวงไชยะบุรี นอกจากนี้ยังตั้งชุมชนอยู่รอบๆ เมืองหลวงพระบางและกระจายกันอยู่ลุ่มแม่น้ำอุและแม่น้ำโขง ในแขวงหลวงพระบางและแขวงบ่อแก้วอีกหลายหมู่บ้าน

สายที่ 4 เข้าสู่ประเทศไทยทางภาคเหนือในจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง พะเยา น่าน แพร่ ตั้งแต่อดีตซึ่งถูกกวาดต้อนมาจากสิบสองปันนามาจำนวนมาก บางส่วนก็อพยพมาภายหลังเพื่อค้าขาย ติดตามญาติพี่น้อง แต่งงาน แสวงหาที่ทำมาหากินหรือหนีภัยสงคราม (โครงการพิพิธภัณฑวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

2.ประวัติไทลื้อเชียงคำ

เชียงคำ เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดพะเยา มีพื้นที่ 707.35 ตร.กม. มีจำนวน 10 ตำบล 134 หมู่บ้าน มีระยะทางห่างจากอำเภอเมืองพะเยา 79 กิโลเมตร มีประชากรทั้งหมดจำนวน 77,055 คน (บรรยายสรุปจังหวัดพะเยา, 2561) การศึกษาประวัติของอำเภอเชียงคำผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากคุณพิทยา วงศ์ใหญ่ (ปราชญ์ชาวบ้านอำเภอเชียงคำ) สภาวัฒนธรรมอำเภอเชียงคำ เพจรวมพลคนฮักเจียงคำและ ท.ทิวเทือกเขาจากเพจเกษตรสมบูรณ์ โดยสรุปเรื่องราวไว้ในแต่ละช่วงดังนี้

2.1 ที่มาของเมืองเชียงคำ

ในตำนานวัดพระธาตุดอยคำกล่าวว่าในอดีตมีเมืองชื่อเมืองชะรวาหรือเมืองพุทธรส มีเจ้าเมืองชื่อพระพญาคำแดงและได้สร้างเจดีย์ขึ้นเพื่อเป็นการล้างบาปที่ได้ทำศึกฆ่าฟันผู้คนล้มตาย เจดีย์พระธาตุดอยคำประดิษฐานอยู่บนดอยสิงคุตตระ ซึ่งเป็นภูเขาเตี้ยๆ ตั้งอยู่ทิศตะวันออกของเมืองเชียงคำปัจจุบัน

ส่วนตำนานวัดพระนั่งดินนั้น ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อพระพุทธเจ้าเสด็จมาโปรดสัตว์ที่เมืองพุทธรส ได้ประทับอยู่ที่ดอยสิงคุตตระ โดยทรงโปรดให้เจ้าเมืองพญาคำแดงปั้นรูปเหมือนของพระองค์ประดิษฐานไว้ ณ เมืองเชียงคำ ซึ่งตั้งอยู่บนที่ราบเล็กๆ ในลุ่มแม่น้ำลาวมีลักษณะภูมิประเทศเป็นแอ่งกระทะมีภูเขาล้อมรอบ ด้านทิศตะวันออกเป็นเทือกเขาสูง ทำเลที่ตั้งของเมืองอยู่บนเส้นทางเชื่อมระหว่างเมืองต่างๆ ในลุ่มแม่น้ำยม แม่น้ำน่าน ลุ่มแม่น้ำกกและแม่น้ำอิงมาแต่โบราณ เดิมเป็นเวียงขนาดเล็กมีคูน้ำคันดินล้อมรอบ 2 แห่งคือ “เวียงหลวง” ตั้งอยู่บนฝั่งขวาของแม่น้ำลาวครอบคลุม

พื้นที่ของบ้านเวียง บ้านดอนไชยและบ้านดอนแก้วแห่งหนึ่งและอีกแห่งคือ “เวียงพระนั่งดิน” ตั้งอยู่บนฝั่งซ้ายของแม่น้ำลาวครอบคลุมพื้นที่บ้านไชยพรม บ้านพระนั่งดิน บ้านค้อและบ้านดอนแก้ว ปัจจุบันตั้งอยู่ในเขตตำบลเวียง เมืองเชียงคำถูกสร้างขึ้นในสมัยพุทธศตวรรษที่ 17 (ราวปีพ.ศ.1600-1700) ในช่วงต้นถูกปกครองขึ้นตรงต่ออาณาจักรสุโขทัยและต่อมาก็ขึ้นตรงต่อล้านนา มีหลักฐานทางโบราณคดีที่ค้นพบกำหนดอายุตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 20 ลงมา

2.2 เชียงคำครั้งเมื่อเป็นเขตการปกครองของเมืองน่าน

ทางด้านการปกครองนั้นเชียงคำขึ้นอยู่กับเมืองน่านซึ่งเป็นหัวเมืองสำคัญของล้านนา ตะวันออก ในปลายสมัยอยุธยาล้านนาซึ่งเป็นเมืองขึ้นของพม่าถูกเกณฑ์ทัพลงไปรบกับอยุธยาจึงสูญเสียกำลังคนไปมาก ครั้งเมื่อเจ้าเมืองเชียงใหม่และลำปางลงไปสวามิภักดิ์ต่อพระเจ้ากรุงธนบุรีแล้วได้ขอกองทัพมาช่วยขับไล่พม่าได้สำเร็จ จึงพยายามฟื้นฟูบ้านเมือง ในช่วงนั้นสิบสองปันนาเกิดจลาจลและมีสงครามกลางเมือง ในต้นกรุงรัตนโกสินทร์ปี พ.ศ.2348 ล้านนาจึงยกทัพไปกวาดต้อนชาวไตลื้อในสิบสองปันนาลงมาฟื้นฟูล้านนาตามนโยบาย “เก็บผักใส่ซ้า เก็บข้าใส่เมือง” หลังจากอาณาจักรล้านนาเสียหายจากการขับไล่พม่า โดยจัดทัพเป็น 2 ทาง คือทางแรกทัพเมืองเชียงใหม่ ลำปางและแพร่ ทำการยกขึ้นไปตีเมืองยอง เมืองเชียงตุงและหัวเมืองลื้อปากตะวันตกของแม่น้ำโขง ได้ผู้คนจำนวนหนึ่งหมื่นเศษและนำลงมาอยู่ในเชียงใหม่ ลำพูน ลำปางและแพร่ อีกทางหนึ่งคือทัพเมืองน่านและหลวงพระบาง โดยยกขึ้นไปตีเมืองหลวง เมืองภูคา เมืองมาง เมืองพง หัวเมืองลื้อปากตะวันออกของแม่น้ำโขง เมืองเชียงรุ่งและเมืองเชียงแขง ได้ผู้คนมาจำนวนสี่หมื่นห้าหมื่นเศษนำลงมาอยู่ในเขตเมืองน่าน ในสมัยต่อมาทัพเมืองน่านยังขึ้นไปตีหัวเมืองลื้ออีก 2 ครั้งคือ ในปีพ.ศ.2355 สมัยเจ้าสุมนเทวราช และในปีพ.ศ.2399 สมัยเจ้าอนันตวรฤทธิเดชฯ ซึ่งเป็นเจ้าผู้ครองนคร ในรัชกาลที่ 3 และ 4 ไตลื้ออพยพหนีสงครามกลางเมืองในการชิงอำนาจระหว่างเจ้านายลื้อด้วยกันในสิบสองปันนาและหนีการปล้นสะดมของกองโจรจีนฮ่อเข้ามาอยู่ในเขตเมืองน่านอีกจำนวนมาก โดยมีรายงานว่าในสมัยนั้นประชากรในดินแดนของเมืองน่านเป็นไตลื้อ 2 ส่วน ไตยวนและอื่นๆ อีก 1 ส่วน เชียงคำเป็นเมืองหนึ่งที่ไตลื้อเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่จำนวนมากจึงทำให้เชียงคำกลายเป็นหัวเมืองสำคัญของเมืองน่านขึ้นมา ในสมัยเจ้าอนันตวรฤทธิเดชฯเจ้านครน่าน จึงได้สั่งให้ปฏิสังขรณ์วัดวาอารามที่ชำรุดในหัวเมืองต่างๆ ในเขตเมืองน่าน สำหรับเมืองเชียงคำท่านได้เลือกบูรณะวัดพระธาตุสบแวนซึ่งเป็นวัดของชุมชนไตลื้อ แสดงว่าฝ่ายปกครองของเมืองน่านได้ยอมรับและให้ความสำคัญแก่ไตลื้อผู้อพยพ เข้ามาใหม่ และมีนโยบายเกลี้ยกล่อมให้ไตลื้อกลายเป็นประชากรของเมืองน่านอย่างถาวรโดยไม่ต้องกลับไปสิบสองปันนาอีก

หลังจากบ้านเมืองสงบลงก็เริ่มมีการพลิกฟื้นขึ้นมาใหม่จนในสมัยรัชกาลที่ 5 ขณะที่การปกครองล้านนายังเป็นมณฑลลาวเฉียงอยู่นั้น เมืองน่านได้จัดการปกครองประชากร 2 กลุ่มใหญ่ในเชียงคำ โดยพวกลาวเฉียง (ไตวน) ให้อยู่ในอำนาจของผู้ว่าราชการเมือง แต่พวกไตลื้อนั้นให้อยู่ในอำนาจและการบังคับของอาญามหาหงษ์ (นายน้อย มหาหงษ์) ซึ่งเป็นเชื้อสายเจ้านายเมืองพงในแคว้นสิบสองพันนา อาญามหาหงษ์เป็นหัวหน้าควบคุมพวกไตลื้อในเมืองเชียงคำ เมืองเชียงม่วน เมืองท่าฟ้า และเมืองอิง

2.3 เชียงคำเข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยในการปกครองล้านนา

ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์เมื่อสิ้นสงครามกับพม่าแล้ว ไทยต้องเผชิญกับลัทธิล่าอาณานิคมจากชาติตะวันตก อังกฤษยึดได้พม่าและมลายู ฝรั่งเศสยึดญวน เขมร และลาว อังกฤษมีท่าทีสนใจล้านนาประเทศราชของไทยเพราะมีป่าไม้สักมูลค่ามหาศาล ไทยจึงต้องปกป้องล้านนา ต่อมาเกิดคดีพิพาทเรื่องสัมปทานป่าไม้ เจ้านายชั้นสูงเมืองเชียงใหม่แพคดี ต้องจ่ายเงินค่าเสียหายให้คนในบังคับอังกฤษแต่มีเงินไม่พอ เพื่อป้องกันไม่ให้อังกฤษเข้ามาแทรกแซงอธิปไตยในล้านนา รัฐบาลกลางที่กรุงเทพจึงให้ยืมเงินไปชำระหนี้ และถือโอกาสเข้ามาจัดการปกครองล้านนา โดยอาศัยสนธิสัญญาเชียงใหม่ที่ไทยลงนามกับอังกฤษในปี พ.ศ.2416 ไทยเริ่มส่งข้าหลวงสามหัวเมืองขึ้นมามากุมดูแลคือเมืองเชียงใหม่ ลำปาง และลำพูน ในปี พ.ศ.2427 ขยายเป็น 5 หัวเมืองคือ เพิ่มเมืองน่านและเมืองแพร่ แล้วได้พัฒนาขึ้นมาเป็นหัวเมืองลาวเฉียงในปี พ.ศ.2442 มณฑลลาวเฉียงถูกจัดเป็นมณฑลเทศาภิบาล ยกเลิกฐานะหัวเมืองประเทศราช ล้านนาได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของราชอาณาจักรไทย โดยมีข้าหลวงใหญ่มณฑลเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุดแทนเจ้าผู้ครองนคร ในปีเดียวกันนี้ได้เปลี่ยนนามมณฑลใหม่เป็นมณฑลตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อสร้างให้เกิดความรู้สึกร่วมกันว่าเป็นชาวไทย เพราะคำว่าลาวมีลักษณะเชิงดูถูก แต่เนื่องจากชื่อใหม่มณฑลตะวันออกเฉียงเหนือไม่ติดปาก ในที่สุดจึงเปลี่ยนเป็นมณฑลพายัพ

ในรัชกาลที่ 4 และตอนต้นรัชกาลที่ 5 ไทยเสียดินแดนให้กับฝรั่งเศสและอังกฤษไปแล้ว 4 ครั้ง เพื่อรักษาเอกราชไทยจึงพยายามปรับปรุงการปกครองประเทศให้เรียบร้อยเข้มแข็งและทันสมัย โดยการรวมอำนาจบริหารทั้งหมดเข้าสู่ศูนย์กลางมีการนำระบบที่อังกฤษพัฒนาขึ้นเพื่อปกครองพม่ามาใช้โดยแบ่งอาณาจักรออกเป็นมณฑล มีข้าหลวงใหญ่เป็นผู้ปกครองและจัดการเก็บภาษีโดยตรงแทนวิธีผูกขาดแบบเดิมทั้งนี้เพื่อความเข้มแข็งทางการคลัง ในปี พ.ศ.2437 กระทรวงมหาดไทยจะเป็นผู้รับผิดชอบการปกครองส่วนภูมิภาคทั้งหมด ในปี พ.ศ.2440 มีการประกาศใช้ พ.ร.บ.ลักษณะปกครองท้องที่ ร.ศ.116 ทัวราชอาณาจักร โดยกำหนดจัดการปกครองแบ่งเป็นหมู่บ้าน ตำบลและอำเภอ ในปี พ.ศ.2442 พระยาศรี สหเทพ (ราชปลัดทูลฉลองกระทรวงมหาดไทย) ซึ่งขึ้นมาตรวจจัด

ราชการในมณฑลตะวันตกเฉียงเหนือพระยาสุนทรบุรีรักษ์ (ข้าหลวงประจำเมืองน่าน) เจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ (เจ้านครเมืองน่าน) และเจ้าสนามหลวงเมืองน่าน โดยได้ประชุมตกลงกันแบ่งเขตการปกครองเมืองน่านออกเป็น 8 แขวง คือ 1) แขวงนครน่าน 2) แขวงน้ำแหง 3) แขวงน่านใต้ 4) แขวงน้ำปั่ว 5) แขวงขุนน่าน 6) แขวงน้ำซ่ง (มีเมืองคอบ เมืองเชียงลม เมืองเชียงฮ่อน เมืองเงิน ที่ว่าการแขวงตั้งอยู่ที่เมืองเชียงลม) 7) แขวงน้ำอิง (มีเมืองเชียงคำ เมืองเชียงแลง เมืองเทิง เมืองหงาว เมืองเชียงของ เมืองเชียงเคี่ยน เมืองล่อ เมืองมิน ที่ว่าการแขวงตั้งอยู่ที่เมืองเทิง ต่อมามีการแต่งตั้งให้นายหนานมรุศเป็นนายแขวงน้ำอิง พระยาพิพัฒน์นราสารและนายทองดีเป็นรองแขวง) 8) แขวงขุนยวม (มีเมืองเชียงม่วน เมืองสะเอียบ เมืองสะ เมืองสวด เมืองปง เมืองจิม เมืองออย เมืองควร ที่ว่าการแขวงตั้งอยู่ที่เมืองปง) ในปี พ.ศ.2443 พระยาศรีสทเทพ ราชปลัดทูลฉลองมหาดไทยขึ้นไปตรวจจัดราชการในหัวเมืองมณฑลตะวันตกเฉียงเหนือ ได้ประกาศการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็น “แขวง” และกรณีท้องที่กว้างก็รวมตั้งเป็น “บริเวณ” สำหรับนครน่านได้จัดการปกครองท้องที่เสร็จไปแล้วในปี พ.ศ.2442 เนื่องจากล้านนามีระบบการปกครองและวัฒนธรรมเป็นของตนเองมายาวนาน เพื่อให้การปกครองระบบใหม่สอดคล้องกับประเพณีการปกครองในท้องถิ่น ในปีพ.ศ.2443 รัฐบาลไทยจึงได้ออก “ข้อบังคับสำหรับการปกครองมณฑลพายัพ ร.ศ.119” กำหนดให้ใช้ พ.ร.บ. ลักษณะปกครองท้องที่ ร.ศ.116 ในมณฑลพายัพทุกมาตราแต่ให้เปลี่ยนชื่อตำแหน่งในการปกครองต่างๆ ที่เป็นภาษาไทยให้เป็นภาษาพื้นเมืองเพื่อให้ราษฎรเข้าใจได้ง่าย คือ ข้าหลวงเทศาภิบาล ให้เรียกว่า “ข้าหลวงใหญ่” ผู้ว่าราชการเมือง ให้เรียกว่า “เจ้าสนามหลวง” อำเภอบุให้เรียกว่า “แขวง” นายอำเภอบุให้เรียกว่า “นายแขวง” ตำบล ให้เรียกว่า “แคว้น” กำนัน ให้เรียกว่า “นายแคว้น” และผู้ใหญ่บ้าน ให้เรียกว่า “แก้วบ้าน”

2.4 เมืองเชียงคำหลังเกิดกบฏเงี้ยว

จากนโยบายรวมอำนาจและผลประโยชน์จากท้องถิ่นเข้าสู่ส่วนกลาง เจ้านายในหัวเมืองล้านนาที่เคยมีมาแต่เดิมถูกจำกัดอำนาจลง จึงทำให้เกิดกระแสต่อต้านอำนาจรัฐจากส่วนกลางขึ้นในท้องถิ่น เช่น เกิดกบฏพระยาปราบสงคราม (พญาผาบ) ที่สันทรายเชียงใหม่และแพร่กระจายไปทั่วล้านนา ในเมืองแพร่ได้เกิดเหตุจลาจลขึ้นในปี พ.ศ.2445 พวกกบฏเงี้ยวมาจากเมืองลองได้บุกเมืองแพร่เข้ายึดที่ทำการของราชการและฆ่าพระยาไชยบูรณ์ข้าหลวงประจำเมืองแพร่พร้อมราชการจากส่วนกลางอีกหลายคนทางรัฐบาลจึงแต่งตั้งเจ้าพระยาสุรศักดิ์มนตรีเป็นแม่ทัพใหญ่ขึ้นมาปราบกบฏ พวกกบฏหนีจากเมืองแพร่ออกไปทางเมืองสองแล้วแบ่งเป็น 2 พวก พวกหนึ่งไปทางเมืองงาวเพื่อจะปล้นเมืองงาวแล้วเลยไปพะเยา อีกพวกหนึ่งไปทางเมืองสะเอียบ เมืองเชียงม่วน เมืองปง เมืองออย แล้วขึ้นมายังเชียงคำ แม่ทัพใหญ่ส่งพระยาศรีนครปลาศเป็นแม่ทัพนำกำลังทหารจำนวน 200 นาย

ออกจากเมืองแพร่มาทางเมืองสองขึ้นมาปราบเงี้ยวเมืองเชียงใหม่และเมืองเชียงคำ เนื่องจากมีข่าวว่ามีพวกเงี้ยวที่เมืองเชียงของหลายร้อยคนได้รับการสนับสนุน จากฝรั่งเศสบนฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง ทางรัฐบาลจึงวางแผนให้กองทหารจากลำปางตีโอบมาจากพะเยามาสมทบกับทัพจากเมืองแพร่ เมื่อทัพพระยาดัษกรปลาศเดินทางมาถึงเมืองสะเอียบในตอนเช้า มีกองกำลังของฝ่ายกบฏประกอบด้วย ส่างโปหัวหน้าเงี้ยวพร้อมเงี้ยว 30 คน นายไชยวงศ์หัวหน้าไตลื้อเมืองเชียงคำพร้อมลื้อ 50 คนและคนเมืองจากเมืองเงิน เมืองปง เมืองออย และเมืองเชียงใหม่ 70 คน รวม 150 คน ยกเข้าตีทัพหน้าของพระยาดัษกรปลาศ แต่สู้ไม่ได้จึงล่าถอยเข้าไปตั้งรับอยู่ที่ท่าฟ้า ทัพพระยาดัษกรปลาศตามไปแต่ยังไม่ถึงท่าฟ้า ทางร้อยเอกบุศย์ก็นำกองทหารจำนวน 80 คนมาจากพะเยามาถึงท่าฟ้าก่อน พวกเงี้ยวและลื้อจำนวน 60 คน มีอาวุธครบมือเป็นกองหน้ายกกำลังไปสกัดทัพของรัฐบาลที่ตอยปุม่อม (ภูม) ก่อนเข้าท่าฟ้า แต่ทัพแพ้ต่อทัพของทางรัฐบาล เมื่อเหตุการณ์สงบแล้วรัฐบาลจึงกล่าวอ้างความชอบธรรมเข้ามามีการจัดการปกครองมณฑลพายัพ และได้สั่งปลดเจ้าพิริยเทพวงศ์ เจ้าผู้ครองนครแพร่ออกจากตำแหน่งและค่อยๆ ยกเลิกระบบเจ้าผู้ครองนครที่ละเมืองจนหมด

ในระหว่างเดินทัพขึ้นมามีปราบกบฏเงี้ยวที่เมืองเชียงคำนั้นพระยาดัษกรปลาศเห็นว่าที่ตั้งเมืองเชียงคำที่ตำบลเวียงนั้นคับแคบไม่พอรองรับการขยายตัวของชุมชนและที่ตำบลหย่วนมีได้ลื้ออพยพเข้ามาตั้งหลักแหล่งอยู่จำนวนมากมีพื้นที่กว้างขวางสามารถรองรับการขยายเมืองได้ หลังจากการจลาจลสงบลงจึงให้ย้ายเมืองจากตำบลเวียงมาตั้งใหม่ที่ตำบลหย่วนเนื่องจากเมืองน่านมีพื้นที่กว้างขวางภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นป่าเขาระยะทางระหว่างเมืองต่างๆ อยู่ห่างไกลแม้จะเพิ่มเขตปกครองจากเดิม 8 เขตเป็น 13 เขตแล้วแต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะรักษาความสงบเรียบร้อยได้ทั่วถึงจึงได้มีการรวมหัวเมืองต่างๆ เข้าด้วยกันตั้งเป็นบริเวณ โดยเริ่มตั้งบริเวณน่านตะวันออกก่อน แล้วตามมาด้วยบริเวณน่านเหนือและบริเวณน่านใต้ บริเวณน่านเหนือประกอบด้วย 1) แขวงน้ำอิง 2) แขวงน้ำของ 3) แขวงขุนยวม เมืองเชียงคำซึ่งอยู่แขวงน้ำอิงจึงขึ้นอยู่กับบริเวณน่านเหนือ โดยมีขุนผลาญไพร่ธรรมเป็นข้าหลวงบริเวณคนแรก พระยาอุตรการโกศลเป็นผู้ช่วยที่ 1 นายหนานมหาพรหมเป็นผู้ช่วยที่ 2 เนื่องจากฝรั่งเศสได้ดินแดนฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง (พื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศลาวปัจจุบัน) ไปตั้งแต่ปี พ.ศ.2436 บรรดาเจ้านายและผู้รักษาเมืองตามชายแดนเมืองน่านที่มีเขตติดต่อฝรั่งเศสส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ ฝรั่งเศสจึงคอยยุยงให้เจ้านายและผู้รักษาเมืองเหล่านั้นให้อาใจออกห่าง ทางทางจึงมีนโยบายจะจัดรูปการปกครองบริเวณน่านเหนือใหม่โดยจะเริ่มให้มีนายแขวงขึ้นที่เมืองเชียงคำ แม้จะยังไม่ทันได้ดำเนินการตามนั้นเพราะเกิดเหตุการณ์ใหญ่ต่อมา แต่จะเห็นได้ว่าทางรัฐบาลเริ่มให้ความสำคัญแก่เชียงคำมากขึ้นกว่าเดิม แล้วเหตุการณ์ใหญ่ที่เกิดขึ้นในปีถัดมาคือในปี พ.ศ.2447 ไทยเสียดินแดนฝั่งขวาแม่น้ำโขงให้ฝรั่งเศส บริเวณน่านเหนือจึงถูกตัดแขวงน้ำของออกไป

คงเหลือแต่แขวงน้ำอิงและแขวงขุนยวม จึงได้มีการจัดการปกครองใหม่โดยการรวบรวมเมืองต่างๆ ในบริเวณน่านเหนือแล้วแบ่งใหม่ 18 เมือง คือ 1) เมืองเชียงคำ 2) เมืองเชียงแลง 3) เมืองเทิง 4) เมืองเชียงของ 5) เมืองล่อ 6) เมืองมิน 7) เมืองยอด 8) เมืองสะเก็น 9) เมืองออย 10) เมืองจิม 11) เมืองควรร 12) เมืองปง 13) เมืองแม่จูน 14) เมืองสะ 15) เมืองท่าฟ้า 16) เมืองเชียงม่วน 17) เมืองสะเอียบ 18) เมืองสวด

ในด้านการศึกษาเจ้าผู้ครองนครเมืองน่าน เจ้าสนามหลวงและพระขยานันทมนี (มหาพรหม เปรียญ 5 ประโยค วัดพระเชตุพน) พระราชาคณะที่สังฆปาโมกข์เจ้าคณะใหญ่คนเมืองน่านได้ร่วมกัน จัดการศึกษาและศาสนาโดยตั้งโรงเรียนสอนภาษาไทยขึ้นในเขตนครเมืองน่าน ตั้งโรงเรียนประถม วิทยาที่วัดช้างค้ำ และโรงเรียนอินทสรพิทยาคมที่วัดหัวเวียงเป็นลำดับแรก ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2447 พระขยานันทมนีได้ขึ้นมาตรวจการพระศาสนาในบริเวณน่านเหนือแล้วต่อมาจึงได้ตั้งโรงเรียน ขึ้นอีกรวม 4 แห่ง สำหรับโรงเรียนที่บริเวณน่านเหนือ ณ เมืองเชียงคำ ที่มีนายขัติย์เป็นครูใหญ่นั้นได้ มีแจ้งความของกระทรวงธรรมการแผนกกรมศึกษาธิการลงวันที่ 16 ธันวาคม ร.ศ.123 (พ.ศ.2447) ลงในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 21 หน้า 697 ความสรุปว่า เมื่อวันที่ 1 กันยายน ร.ศ.123 ขุนอุตรการ พิสิฐ ผู้รั้งการแทนข้าหลวงบริเวณน่านเหนือพร้อมด้วยนายพันตรีหลวงยุทธการบัญชา ผู้บังคับการ กองทหารบริเวณน่านเหนือกับนายขัติย์ครูได้เปิดโรงเรียนขึ้นใหม่ที่วิหารวัดบ้านมางในบริเวณน่าน เหนือ โดยวันแรกมีนักเรียนมาเรียน 61 คน โรงเรียนใหม่แห่งนี้นับเป็นโรงเรียนแห่งแรกในบริเวณน่าน เหนือซึ่งต่อมาพัฒนาเป็นโรงเรียนบ้านหย่วนและในเดือนกันยายน พ.ศ.2465 จอมพลสมเด็จพระเจ้า น้อยยาเธอเจ้าฟ้ากรมหลวงนครสวรรค์วรพินิตเสนาบดีทหารบก ได้เสด็จตรวจราชการทหารในมณฑล ฝายเหนือ ได้พระราชทานนามโรงเรียนประจำอำเภอและตำบล โดยโรงเรียนบ้านหย่วนโรงเรียน ประจำอำเภอเชียงคำ ได้รับพระราชทานนามว่า “เชียงค่านาคโรวาท” (ตั้งนั้นใน พ.ศ.2558 โรงเรียน บ้านหย่วนเชียงค่านาค โรวาทจึงสถาปนาครบ 111 ปี) ดังจะเห็นได้ว่าบริเวณน่านเหนือมีเมืองเชียง คำเป็นเมืองหลัก มีข้าราชการทั้งฝ่ายพลเรือนและทหารปฏิบัติการอยู่ประจำ ดังนั้นเมื่อกล่าวถึง บริเวณน่านเหนือโดยทั่วไปนั้นก็หมายถึงเมืองเชียงคำ

บริเวณน่านเหนือที่เป็นเมืองขึ้นของน่านถูกตัดไปรวมขึ้นอยู่กับบริเวณพายัพเหนือแล้วใน ปี พ.ศ.2449 กระทรวงมหาดไทยจึงจัดการปกครองบริเวณน่านเหนือใหม่ให้เหมาะสมดังนี้

- 1) ยกเลิกกรมการบริเวณน่านเหนือเสียทั้งชุดและจัดตั้งกรมการแขวงขึ้นให้บังคับบัญชาการ แขวงเชียงคำ ตั้งที่ว่าการแขวงอยู่ที่เมืองเชียงคำ เปลี่ยน “บริเวณ” เป็น “แขวง” เชียงคำ
- 2) ตั้งกิ่งแขวงขึ้นที่เมืองปงแห่งหนึ่ง เมืองเทิงแห่งหนึ่งให้ขึ้นอยู่ในความบังคับบัญชาของแขวง เชียงคำ

3) ตัดเมืองเชียงของออกจากแขวงเชียงคำ ให้ไปขึ้นตรงต่อบริเวณพายัพเหนือเพื่อให้สะดวกแก่การบังคับบัญชาต่อไป

ดังนั้นจึงได้ชื่อว่า “เชียงคำ” มาเป็นชื่อเขตการปกครองที่ตั้งขึ้นใหม่ว่า “แขวงเชียงคำ” อย่างเป็นทางการแม้ว่าเชียงคำจะเคยมีฐานะเป็นหัวเมืองหลักของบริเวณน่านเหนือมาแล้วก็ตามแต่ก็ยังไม่เคยใช้นาม “เชียงคำ” เป็นชื่อของบริเวณหรือเขตปกครองใหญ่มาก่อนจากเมืองเล็กๆ ในแขวงน่านอิงเพียง 7 ปี เมืองเชียงคำก็เป็นเมืองหลักของเขตปกครองที่ตั้งขึ้นใหม่และมีฐานะเทียบเท่าบริเวณในชื่อว่า “แขวงเชียงคำ” โดยข้อบังคับสำหรับการปกครองมณฑลพายัพ ร.ศ.119 แขวงเชียงคำโดยฐานะการปกครองคืออำเภอเชียงคำ

2.5 เมื่อเปลี่ยนมาเป็นอำเภอเชียงคำ

ใน พ.ศ.2451 กระทรวงมหาดไทย ได้กำหนดให้เปลี่ยนชื่อตำแหน่งการ ปกครองท้องที่จากภาษาพื้นเมืองไปเป็นภาษาไทยเหมือนกันทั่วประเทศคือ แก่บ้านเปลี่ยนเป็น ผู้ใหญ่บ้าน แคว้นเปลี่ยนเป็นตำบล นายแขวงเปลี่ยนเป็นนายอำเภอ และบริเวณเปลี่ยนเป็น จังหวัด ดังนั้นโดยคำสั่งฉบับนี้มีผลให้ “แขวงเชียงคำ” เปลี่ยนเป็น “อำเภอเชียงคำ” อย่างเป็นทางการ แต่ในเอกสารทางราชการก็ยังเรียกว่า “เมืองเชียงคำ” ซึ่งอยู่ในสังกัดของจังหวัดพายัพเหนือ

ใน พ.ศ.2453 กระทรวงมหาดไทยมีประกาศยกจังหวัดพายัพเหนือ ตั้งเป็นเมืองจัตวาเรียกว่าเมืองเชียงรายรวมอยู่ในมณฑลพายัพ มีพระบรมราชโองการดำรัสเหนือเกล้าฯ ให้ประกาศทราบทั่วกันว่าแต่เดิมเมืองเชียงแสน เมืองเชียงราย เมืองฝาง เวียงป่าเป้า เมืองพะเยา อำเภอแม่ใจ อำเภอดอกคำใต้ อำเภอแม่สว้ย เมืองเชียงคำ เมืองเชียงของ ได้จัดรวมเข้าเป็นจังหวัดเรียกว่าจังหวัดพายัพเหนือ ต่อมาเมืองเหล่านี้มีความเจริญยิ่งขึ้น จึงโปรดเกล้าให้รวมเมืองดังที่กล่าวมาตั้งเป็นเมืองจัตวาเรียกว่าเมืองเชียงรายอยู่ในมณฑลพายัพ และจัดแบ่งการปกครองเป็น 10 อำเภอคือ อำเภอเมืองเชียงราย อำเภอเมืองเชียงแสน อำเภอเมืองฝาง อำเภอเวียงป่าเป้า อำเภอเมืองพะเยา อำเภอแม่ใจ อำเภอดอกคำใต้ อำเภอแม่สว้ย อำเภอเมืองเชียงคำ อำเภอเมืองเชียงของ และทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้พระภักดีณรงค์ซึ่งเป็นข้าหลวงประจำจังหวัดพายัพเหนือ เป็นผู้ว่าราชการเมืองเชียงรายรับราชการสนองพระเดชพระคุณสืบไป โดยประกาศมา ณ. วันที่ 9 มิถุนายน ร.ศ.129

เมื่อ พ.ศ. 2485 (ร.ศ.161) หลวงฤทธิ์ภิญโญ ดำรงตำแหน่งนายอำเภอเชียงคำ ได้ย้ายที่ว่าการอำเภอเชียงคำจากฝั่งตะวันออกมาตั้ง ณ ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำลาว ในปี พ.ศ.2514 บริเวณที่ตั้งที่ว่าการอำเภอเชียงคำฝั่งตะวันออกเป็นจวนนายอำเภอหรือบ้านพักนายอำเภอถูกรื้อถอน และพันตรีชอบ มงคลรัตน์ นายอำเภอเชียงคำ ได้สร้างอาคารหลังใหม่และย้ายที่ว่าการอำเภอเชียงคำกลับมาตั้ง ณ ฝั่งตะวันออกของแม่น้ำลาวอีกครั้งหนึ่ง

เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ.2520 ได้มีพระราชบัญญัติจัดตั้งจังหวัดพะเยาขึ้น แบ่งเขตการปกครองจากจังหวัดเชียงราย โดยได้โอนอำเภอพะเยา อำเภอแม่ใจ อำเภอดอกคำใต้ อำเภอจุน อำเภอปง อำเภอเชียงม่วนและอำเภอเชียงคำ รวม 7 อำเภอ จัดตั้งเป็นจังหวัดพะเยา (ท.ทิวเทือกเขา, 2565) , (รวมพลคนฮักเจียงคำ, 2565)

สำหรับไทลื้อเชียงคำประกอบไปด้วยหลายตำบลซึ่งแต่ละตำบลมีในการรวมตัวกันเป็นชาวไทลื้อเชียงคำ ดังนี้

ไทลื้อบ้านหยวน ตำบลหยวน อำเภอเชียงคำ เดิมไทลื้อถูกกวาดต้อนมาจากสิบสองปันนาแต่เจ้าเมืองน่านเกรงว่าจะย้ายกลับไปอยู่สิบสองปันนาจึงให้ไปอยู่เชียงม่วนเมื่อมีการขยายตัวของประชากรจึงทำให้เกิดการคับแคบจึงย้ายมาอยู่ที่เชียงคำโดยตั้งถิ่นฐานที่บ้านเวียงแล้วย้ายมาอยู่บ้านหยวนแล้วขยายออกมาเป็นบ้านธาตุสบแวน เพราะเจอซากพระธาตุ(ฐานสกลุเบจดี) จึงได้บูรณสังขรณ์โดยมีพ่อพญาไชยสิทธิเป็นผู้นำซึ่งมาจากสิบสองปันนา ต่อมาก็ได้รับตำแหน่งเป็นกำนันตำบลหยวนคนแรกและได้รับบรรดาศักดิ์เป็น “ขุนหยวนยุทธการ”

ไทลื้อบ้านมาง ตำบลหยวน บ้านทุ่งมอก ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ ไทลื้อบ้านมางอพยพมาจากเมืองมาง เมืองพง สิบสองปันนาแล้วมาตั้งบ้านมางอยู่ที่เชียงม่วนต่อมาเมืองเชียงม่วนเกิดทำมาหากินฝืดเคือง พญารณะผู้เป็นหัวหน้ากลุ่มจึงขออนุญาตเจ้าเมืองน่านอพยพย้ายไปอยู่ท่าวัง ผาอีกส่วนหนึ่งย้ายมาอยู่ที่เมืองเชียงคำ ตามหมู่บ้านที่ญาติมาอาศัยอยู่ก่อน พญารณะตั้งหมู่บ้านมางและร่วมกันสร้างวัดบ้านมาง โดยอพยพผู้คนมาสมทบกับพญาหลวงจันทร์และไทลื้อที่อยู่ในเมืองเชียงคำ ซึ่งต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 6 พญารณะได้ตั้งนามสกุล “วงศ์ใหญ่” ซึ่งไทลื้อบ้านมางจะใช้นามสกุลนี้ด้วย พญารณะได้ช่วยพญาหลวงจันทะปกครองดูแลไทลื้อบ้านมางในตำแหน่งเจ้าเมือง เนื่องจากพญาหลวงจันทะได้รับมอบหมายจากเจ้าเมืองน่านให้ปกครองไทลื้อในเขตเมืองเชียงม่วนและเมืองเชียงคำ และได้แต่งตั้งพญากำนันและแสนบ้านซึ่งผู้ที่ได้รับแต่งตั้งน่าจะมีความสัมพันธ์เป็นเครือญาติกันมาตั้งแต่สิบสองปันนาเพื่อคอยเป็นหูเป็นตาไทลื้อในระดับตำบลและหมู่บ้าน แม่เต่า วงศ์ใหญ่ให้ข้อมูลว่าผู้ปกครองชื่อพญาคำ เป็นตั้งนามสกุล “หอมจันทร์” ซึ่งในเอกสารไทลื้อศึกษาได้กล่าวถึงพญาคำว่า พญารณะและพญาคำได้ขออนุญาตเจ้าเมืองน่านนำไทลื้อจากบ้านมางและบ้านทุ่งมอกบางส่วน (จากเมืองเชียงม่วน) มาอยู่ที่เมืองเชียงคำจึงเกิดบ้านทุ่งมอกใกล้แม่น้ำแวนและบ้านมางใกล้แม่น้ำลาวจนมีการตั้งนายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้านมาปฏิบัติราชการปกครองดูแลแทนตามการปฏิรูปการปกครองในสมัยนั้น

ไทลื้อบ้านดอนไชย ตำบลหยวน อำเภอเชียงคำ ไทลื้อบ้านดอนไชยอพยพมาจาก แคว้นสิบสองปันนาโดยการนำของเจ้าพ่อหม่อมก่อง เจ้าแม่ คำนวล ไปอยู่ที่เมืองน่านแล้วย้ายมาอยู่บ้าน

ดอนไชย เมืองเชียงคำ หม่อมเจ้ากองมีพี่น้องร่วมเดินทางมาด้วยกัน 6 คน เจ้าแม่คำนวลมีลูกสาวคนหนึ่งคือ หม่อมดาวดีหรือหม่อมหล้าได้ไปเป็นชายาของพระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ เจ้าผู้ครองนครน่าน เจ้าพ่อพุทธได้รับยกย่องให้เป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรกของหมู่บ้านและได้พัฒนาสร้างความเจริญให้กับหมู่บ้าน โดยสร้างวัดน้อยหรือวัดดอนไชยในปัจจุบัน

ไทลื้อบ้านแดนเมือง ตำบลหย่วน อำเภอเชียงคำ บ้านหม้อหรือบ้านแดนเมืองมีลื้ออยู่ 3 ตระกูล กลุ่มแรกเป็นลื้อนำโดยพ่อเฒ่าฮ้อยปัญญา เป็นเจ้าช้าง(มีช้างใช้) มาจากสิบสองปันนา ไปตั้งที่เชียงม่วน แล้วย้ายมาตั้งบ้านหม้อที่แดนเมืองเชียงคำจึงเป็นที่มาของชื่อ “บ้านแดนเมือง” กลุ่มตระกูลไทลื้อที่มาจากเมืองพง สิบสองปันนาส่วนมากจะใช้นามสกุล “มาไกล” เพราะบรรพบุรุษได้เดินทางมาไกล อีกตระกูลหนึ่งคือ “ยั้ง” ส่วนมากเคลื่อนย้ายมาจากบ้านแวนและมาจากสิบสองปันนาเขตเมืองฮ่อ ไทลื้ออีกกลุ่มมาจากบ้านแบงและเมืองไซทั้งสองกลุ่มนี้ใช้นามสกุล มาไกล ซึ่งในอดีตจะมีเฉพาะไทลื้อและคนยั้งเท่านั้น (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา, 2565)

วิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทลื้อ

1. วิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทลื้อ

สภาพความเป็นอยู่ของชาวไทลื้อเรียบง่ายในอดีตอาหารแต่ละมื้อมักจะทำเพียงอย่างเดียวแต่เมื่อถึงคราวเทศกาลสำคัญเช่น งานบวช สงกรานต์ ขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้นก็จะมีการทำอาหารไว้สำหรับการเลี้ยงแขกอย่างเต็มที่ ชาวไทลื้อนิยมทำบุญในเทศกาลสำคัญโดยเฉพาะยี่งวันเถลิงศกสงกรานต์ ซึ่งเรียกว่า วันพญาวัน ตานก่วยสลากและทานข้าวใหม่

การนับถือผีและวิญญาณจะสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อแนวคิดพฤติกรรมตลอดจนกิจกรรมของชุมชน ในอดีตชาวไทลื้อจะบูชาผีหรือวิญญาณมากกว่าพิธีกรรมทางศาสนาพุทธ ชาวไทลื้อในสิบสองปันนาจะนับถือบูชาผีเรือนแตกต่างกันไป ชุมชนหนึ่งๆ ก็จะมีผีหรือวิญญาณคุ้มครองเป็นของตนเอง ชุมชนแต่ละแห่งมีการรวมกลุ่มผูกพันกันภายใต้ความเชื่อของกลุ่มตนเท่านั้น โดยมีศาสนาพุทธเป็นศูนย์รวมใหญ่ของชุมชนทั้งหมดในสิบสองปันนา ไทลื้อมีการบูชาพระเสื้อเมืองเพราะคนไทลื้อเชื่อว่าเผ่าปลั่งหรือขมุเป็นกลุ่มชนที่มาตั้งถิ่นฐานบนดินแดนแถบนี้ก่อนคนไทลื้อ ตำนานไทลื้อ “ตำนานข้าสีแสนหมอนม้า” และตำนานอื่นๆ ตลอดจนนิทานคำบอกเล่ามีคำพังเพยว่า “เจ้าเรือนตายเป็นผีเรือน เจ้าบ้านตายเป็นผีบ้าน เจ้าเมืองตายเป็นพระเสื้อเมือง” (โครงการพิพิธภัณฑสถานวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

ประเพณีที่ทำให้ชาวไทลื้อจะมีการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปี ได้แก่

เดือนเจียงหรือเกียง

ประเพณีเดือนเจ้งปิง (เจียงเป้งหรือลอยกระทง) ที่บ้านแพต อำเภอยะลา จะมีการจุดกองหัว (ฟืน) ใช้ไม้เนื้ออ่อนโดยจะจุดที่ริมฝั่งแม่น้ำแควและจะปล่อยโคมลอยมีทั้งแบบใส่ควันและใส่ไฟที่บ้านเชียงบาน อำเภอยะลา ทุกๆ คนจะต้องนำหัวไปคนละ 1 ท่อน มารวมกันเพื่อก่อกองฟืนเป็นรูปเหมือนพานใส่ไม้สนที่ด้านบนกองฟืนเพื่อเป็นเชื้อประทุไฟ เมื่อเวลาประมาณ 1 ทุ่มก็จะทำพิธีที่ข้างกองฟืนซึ่งเดิมทีจะทำที่ทุ่งนาหน้าวัด พ่ออาจารย์จะนำกล่าวคำถวายแล้วพระสงฆ์รับทานและเป็นผู้จุดไฟที่กองฟืน

เดือนสาม

ประเพณีदानข้าวใหม่ เป็นการเอาข้าวเปลือกข้าวสารส่วนหนึ่งที่เก็บเกี่ยวจากฤดูที่ผ่านมาไปกองที่หน้าพระประธานสำหรับอุทิศถวายไปภายหน้าให้กับพ่อแม่ที่ล่วงลับไปแล้วโดยจะदानเป็นสำรับอาหารส่วนคนที่ไม่มีข้าวก็ก่อเป็นเงินแทน

ไทลื้อบ้านแคว อำเภอยะลา โดยจะจัดพิธีเลี้ยงเทวดาเจ้าหลวงเมืองลำและผีหอยต่างๆ ในหมู่บ้านโดยมารวมกันที่อนุสาวรีย์เจ้าหลวงเมืองลำ ปัจจุบันจะจัดงานกันตามกฤษฎีสดวกในวันหยุดราชการ เช่น วันหยุดสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่เพื่อให้ญาติพี่น้องที่ไปทำงานต่างจังหวัดได้กลับมาร่วมงานกัน

เดือนสี่

ชาวไทลื้อในอำเภอยะลาหลายหมู่บ้าน เช่น บ้านหย่วน บ้านมาง บ้านธาตุสบแวน บ้านดอนไชยจะจัดงานประเพณีตั้งธรรม (เทศน์มหาชาติ) เป็นประจำทุกปี มีบางหมู่บ้านที่นอกจากนี้อาจจะจัดไม่สม่ำเสมอ ในทุกปีจะมีการจัดงานประเพณีตั้งธรรม 3 วัน ในงานจะมีขบวนแห่เครื่องไทยธรรมซึ่งประกอบด้วย มณฑก(มณฑป) ปราสาท ต้นอด มีกลองสังฆมโฆง กลองแวงโดยแห่ประโคม ส่วนพระสงฆ์จะขึ้นเทศน์ในมณฑกปราสาทเรือนดานหลังเล็ก โดยในเย็นวันแรกจะอ่านธรรม 4 ผูก เริ่มมหาชาติ วันที่ 2 จะอ่านธรรมเรื่องต่างๆ ที่มีผู้ถวายทั้งหมด วันที่ 3 จะอ่านธรรมมหาชาติ เวสสันดรชาดก ผูก 1-13 เพื่ออุทิศถวายทานไปให้พ่อแม่ ญาติที่ล่วงลับไปแล้วและถวายสำหรับตนเองไปไว้ในภายภาคหน้า

เดือนห้า

บ้านแพต อำเภอยะลา จะมีประเพณีเลี้ยงป่างใหญ่ คือประเพณีเซ่นสรวงเจ้าพ่อพญาคำแดง ซึ่งเป็นเทวดาอารักษ์ที่ชาวลื้อบ้านแพตนำมาจากสิบสองปันนา โดยเริ่มนำมาอยู่ด้วยที่เมืองน่านแล้วมาอยู่ที่เชียงม่วนต่อมาจึงย้ายมาอยู่ที่เชียงคำ โดยจะจัดเลี้ยงในเดือน 5 ของลื้อขึ้น 11 คำของทุกปี ลูกหลานสมาชิกในหมู่บ้านที่ไปอยู่ที่อื่นก็จะกลับมาพร้อมหน้ากันหมด ถ้าไม่ได้กลับมาก็จะให้ผู้แทนครอบครัวมาบอกกล่าวต่อเจ้าพ่อทุกคน ผู้ชายใส่ชุดหม้อห้อมผ้าขาวม้าคาดเอว ผู้หญิงนุ่งซิ่นลื้อใส่เสื้อ

ปิดผ้าคาดหัว สะพายถุงหมาก พ่อข้างจำใส่ชุดดำคาดผ้าขาวม้า การเลี้ยงจะต้องนำไปถวายคนละตัวเป็น “กำบ้าน” หกโมงเช้าถึงเสร็จพิธี โดยคนในไม่ให้ออกคนนอกไม่ให้เข้ามาในเขตหมู่บ้านจนกว่าจะเลี้ยงเสร็จจึงจะปล่อยให้เข้าออกหมู่บ้านตามปกติ

เดือนหก

ประเพณีปีใหม่ เป็นประเพณีหนึ่งที่ชาวไทลื้อให้ความสำคัญมากและมีระยะเวลาในการทำกิจกรรมหลายวัน ชาวไทลื้อจะเริ่มจากวันสังขารล่อง (13 เมษายน ของทุกปี) โดยจะทำความสะอาดบ้านเรือนซักผ้าอาบน้ำและสระผม ตามด้วยวันเนา (14 เมษายน ของทุกปี) ชาวไทลื้อจะขนทรายมาจากแม่น้ำมาทำธาตุทรายที่วัด ปัจจุบันเนื่องจากไปขนทรายที่แม่น้ำก็ลำบากจึงนิยมรวบรวมเงินกันแล้วซื้อทรายที่บรรจุในรถบรรทุก ในวันพญาวัน (15 เมษายน ของทุกปี) ชาวไทลื้อก็จะนำตุ้ง (ส่วนใหญ่จะเป็นตุ้งใส่หมูซึ่งเป็นตุ้งที่ทำจากกระดาดหาลากสี่สรวัดเป็นลวดลายต่างๆ หรือลวดลายปิ่นกษัตริย์ 12 ราศรี) นำไปปักที่ธาตุทรายแล้วจึงเอาน้ำแบ่งพรหมในอดีตจะใช้น้ำปูนขาวพรหมเชื่อกันว่าเหมือนสร้างพระธาตุเจดีย์ จากนั้นจึงโยงสายสิญจน์เพื่อไปทำพิธีถวายในวิหาร ในวันเดียวกันจะมีการทำไม้ค้ำศรี (สะ-หลี) ไปค้ำที่ต้นโพธิ์ ไม้ค้ำศรีเป็นไม้ง่ามปอกเปลือกเห็นเนื้อไม้สีขาวบางหมู่บ้านช่วงเย็นก็จะมาสงน้ำพระสงฆ์ ต่อมาคือวันปากปี (16 เมษายน ของทุกปี) ในตอนเช้าจะทำพิธีใส่ช้างลดเคราะห์ที่วัด พระสงฆ์จะประกอบพิธีจากนั้นจึงกลับมาทำพิธีส่งเคราะห์ที่บ้าน (หมู่บ้าน) ที่ใจบ้านและวันสุดท้ายคือวันปากเดือน (17 เมษายน ของทุกปี) ชาวไทลื้อที่บ้านเชียงบานจะไปดำหัวพระสงฆ์แล้วจึงไปดำหัวสงฆ์หน้าเทวดาช้างเผือกซึ่งจะมีการรดน้ำกันอย่างสนุกสนาน

เดือนเจ็ด

ชาวไทลื้อบ้านเชียงบาน อำเภอเชียงคำจะมีพิธีเลี้ยงเทวดาเจ้าช้างเผือกวันขึ้น 12 ค่ำ เดือน 7 ของลื้อ (เดือน 6 ของไทย) และประเพณีขึ้นพระธาตุวัดเชียงบาน วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 7 ของลื้อ ในการเลี้ยงเทวดาจะใช้หมูดำมาเช่นไหว้จากนั้นจึงนำไปปรุงเป็นอาหารคือ ลาบขาว (ไม่ใส่เลือดหมู) ลาบแดง (ใส่เลือดหมู) แคจิ้นหมู (แกงอ่อม) ห้ามใครชิมก่อนที่จะนำขึ้นถวายเทวดา เมื่อเสี่ยงทายไม่ว่าเทวดากินอิ่มแล้วจึงขออาหารที่เหลือมากินร่วมกันที่บริเวณพิธี โดยวันที่เลี้ยงเจ้าเลี้ยงเทวดาจะไม่ออกไปทำงานหรือเดินทางไปที่ไหนจะมารวมกันอยู่ที่บริเวณพิธีทั้งหมด คนนอกหมู่บ้านจะเข้ามาไม่ได้ หากจะเข้าต้องมีการปรับ ภายในงานก็จะมีการเล่นการพนันตลอดทั้งวัน

เดือนแปด

บ้านหย่วน อำเภอเชียงคำ จะเลี้ยงเทวดาเจ้าฟ้าเมืองหย่วน ในวันขึ้น 6 ค่ำ เดือน 8 ของลื้อ เป็นประจำทุกปีคนที่มิเชื่อสายเดียวกันจะมาร่วมไหว้โดยมาจากบ้านธาตุสบแวน บ้านหย่วน บ้านดอนไชย บ้านร่องแมต ในอดีตจะเลี้ยงด้วยไก่ ปัจจุบันจะซื้อเนื้อหมู หัวหมู ตีนหมู หางหมูซื้อเครื่องปรุง

และเครื่องประกอบพิธีต่างๆ มาทำลาบแกงอ่อมสำหรับถวายในการประกอบพิธีจะมีข้าวจำ (ผู้บอกกล่าวสื่อสารกับเทวดา) และมีรองข้าวจำอีก 2 คน เวลาบอกกล่าวข้าวจำจะใส่เสื้อแขนยาวสีแดง กางเกงสีดำหม้อห้อมซึ่งสืบทอดต่อกันมา มีการจำข้าว มีการเก็บข้าวเปลือก (หยิบข้าวเปลือกมานับ) เสี่ยงทายว่าเทวดาอ้อมหรือยัง เมื่อเทวดาอ้อมแล้วอาหารที่เหลือจากการถวายจะแบ่งกันให้กินในบริเวณพิธีโดยไม่ให้นำกลับบ้าน

พิธีเลี้ยงผีบ้าน ผีเมือง “เจ้าหมอกมุงเมือง” หรือเรียกว่าผีโสนหู่ (สวนหั่ว) เนื่องจากหอผีตั้งอยู่ในสวนบริเวณคั้งน้ำแม่ น้ำลาวที่บ้านหย่วน ใหล่ส่วนหนึ่งในบ้านหย่วนและบ้านธาตุสบแวนที่นับถือผีนี้จะไปรวมกันที่นั่นทุกเพศทุกวัยของเลี้ยงเทวดามีลาบ มีเหล้า ลาบแดง แกงอ่อม โดยเลือกเอาวันสะดวกวันดี ในเดือน 8 ของลือจัดเป็นประจำทุกปี

บ้านแมนในปัจจุบันได้เป็นกลายส่วนหนึ่งอยู่ทางทิศใต้ของบ้านหย่วน จะมีพิธีเลี้ยงผีแมนหรือเทวดาเจ้าฟ้าเมืองแมน ในวันขึ้น 9 ค่ำเดือน 8 ของลือ โดยใช้หมูทำอาหารเลี้ยงจะห้ามผู้หญิงเข้าไป เขตบริเวณหอเทวดา วันงานทุกคนจะนำสวดย (กรวย) ดอกไม้เทียนมาร่วมไหว้ โดยใส่ในภาชนะรวมกันที่หอเทวดา มีการเสี่ยงทายหยิบเม็ดข้าวว่าเทวดามาหรือยังและกินอ้อมรียังหากอ้อมแล้วจะบอกกล่าวขอลาและขอเอาอาหารมากินร่วมกัน

พิธีเลี้ยงผีลือกเป็นคำเรียกผีประจำเฉพาะแต่ละตระกูลซึ่งเป็นตระกูลที่มีสมาชิกในตระกูลมาก เช่น เทวดาอ้อมแปง มีหอตั้งอยู่ที่บ้านหย่วนซึ่งจัดพิธีในเดือน 8 ของลือโดยเลือกเอาวันดีวันที่สะดวก ต่างกับผีเมืองหรือเทวดาเมืองซึ่งอาจจะเป็นทั้งผีอารักษ์ของเมืองหรือหมู่บ้านและผีประจำตระกูลของคนส่วนใหญ่ในหมู่บ้านและมีญาติพี่น้องในต่างหมู่บ้านด้วย

บ้านนาง อำเภอยางคำ จะมีการเลี้ยงเทวดาหลวงเมืองนาง ในวันขึ้น 6 ค่ำเดือน 8 ของลือเป็นประจำทุกปีโดยมีการเลี้ยงด้วยหมู 1 ตัว

บ้านทุ่งมอก อำเภอยางคำ จะมีการเลี้ยงเทวดาเจ้าพ่อพญาคำ ในวันขึ้น 6 ค่ำเดือน 8 ของลือจะจัดพิธีเป็นประจำทุกปี

บ้านดอนไชย อำเภอยางคำ จะจัดพิธีเลี้ยงเจ้าพ่อแสงเมืองซึ่งเป็นเทวดาอารักษ์หมู่บ้านในวันขึ้น 12 ค่ำ ขึ้นเดือน 8 ของทุกปี และจัดพิธีเลี้ยงผีเจ้าฟ้าเชียงแขง เจ้าฟ้าเหล็กน้อย (เด็กน้อย) ซึ่งเป็นผีประจำตระกูลของผู้ที่สืบเชื้อสายจากเจ้าหม่อมก้อง ตันนามสกุลกองมวงคล ในอดีตจัดวันขึ้น 9 ค่ำเดือน 8 แต่ปัจจุบันเลือกเอาวันสะดวกในเดือน 8 ของลือทั้ง 2 พิธีจัดเป็นประจำทุกปี

บ้านแดนเมือง อำเภอยางคำ ในวันแรม 6 ค่ำเดือน 8 ของลือ จะจัดพิธีเลี้ยงผีเทวดาบ้านที่หอเจ้าพ่อแดนเมือง เป็นประจำทุกปีซึ่งถือว่าเป็นผีของไทลื้อในหมู่บ้าน เลี้ยงด้วยหมูดำ 1 ตัว เหล้า 1

ไห และมีของหวาน ผลไม้ ข้าวต้ม มีข้าวจำ ข้าวบ้านอยู่ที่ไหนก็จะมาร่วมพิธีกันหมดกินเลี้ยงกันตั้งแต่เช้าจนถึงกลางคืน ส่วนผียังจะเลี้ยงต่างหากเฉพาะผู้ที่มีเชื้อสายตระกูลยั้งที่จะไปร่วมพิธี

บ้านแวน อำเภอเชียงคำ จะเลี้ยงเจ้าบ้านและเทวดาท้าววิราช เลี้ยงด้วยไก่หลังคาเรือนละ 1 ตัว จัดพิธีเลี้ยงในวัน 7 ค่ำเดือน 8 ของลื้อ นอกจากนี้ยังมีประจำตระกูลอีก ผีภู ผีบ้าน ผีโกล้ำและผีต่างๆ ซึ่งผีโกล้ำและผีภูจะเลี้ยงทุกปี เฉพาะคนในตระกูลที่นับถือผีนั่นก็จะไปเลี้ยง ใช้หมูถวาย ผีตระกูลนี้สืบทอดมาแต่แต่ละตระกูลเลี้ยงไม่พร้อมกันขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของแต่ละตระกูลที่สืบทอดมา

บ้านลำ อำเภอเชียงคำ วันขึ้น 3 ค่ำเดือน 8 จะจัดประเพณีกรรมเมืองหรือกรรมบ้าน 3 ปีจัด 1 ครั้ง บวงสรวงผีเสื้อบ้านท้าววิราช จัดทุกปี ผีดง มีหอเจ้าหลวงเมืองลำตั้งอยู่ จะเลี้ยง 32 หอ ซึ่งตั้งเรียงกันและมีหออยู่ตามตระกูลต่างๆ ในหมู่บ้านต่างหาก เช่น ผีข้าวกำ ผีช้างเผือก เป็นต้น ให้หมูขนาดใหญ่ 1 ตัวทำอาหารจะทำลาบ แกงอ่อม ใส่ขันโตกถวายเลี้ยง 1 วันเลิกเที่ยงคืน มีรางวัลกิจกรรมร่วมด้วย คนในหมู่บ้านไม่ให้ออก คนนอกไม่ให้เข้าแต่ในอดีตมีเฉพาะการขับลื้อ มีการเล่นการพนัน

เดือนสิบสอง

ประเพณีตานสลากช่วงใกล้ออกพรรษาจะทำเครื่องไทยทานมีการจักสานถ้วยสลากเป็นของหรือถ้วย (ชะลอม) และทำเป็นต้นขนาดใหญ่ตกแต่งประดับประดาด้วยของใช้และดอกไม้กระดาดาสีต่างๆ เรียกว่าสลากสร้อย แต่เดิมมีการทำมณฑก (มณฑป) ปราสาท อุทิศไปให้ญาติที่ตายไปจะมีการแห่แห่นขบวนชักลากมณฑก (มณฑป) ปราสาท โดยตั้งบนแคร่บนทรายไปยังวัดทำรูปวัว ควาย ช้าง

เมื่อมีคนตายก็จะต้มน้ำเพื่ออาบน้ำศพ ทำหย่อง พันสาต (เสื้อ) แต่ถ้ามีคนตายโหง เช่น ตกต้นไม้ตาย ก็จะไม่มีการทำอะไรมาก อาบน้ำหอมมัดแล้วจะให้คนเอาไปฝังเลยแล้วจึงอุทิศของกินของใช้ไปให้ เมื่อถึงประเพณีตานธรรม (เทศน์มหาชาติ) ประจำปี 1 ปีมีครั้ง ศพที่จะทำหล้อ (โลงศพ) ใส่ต้องเป็นคนที่ฐานะมีไม่ทำโลงศพ เวลาไปส่งศพที่ป่าช้าจะมีผู้ชาย 3-4 คนเท่านั้นไปร่วมส่งศพนำจอบไปขุดหลุมฝังศพแล้วปกรั่มสีแดงทำจากกระดาษสาโครงไม้ นำถุงห่อข้าว เสื้อผ้าของใช้ของผู้ตายใส่ในหลุมศพด้วย คนที่มีฐานะก็จะใส่เงินทองไปด้วยและใส่ที่ปากของผู้ตาย ถ้าเป็นศพของพระสงฆ์จะเผาในอดีตจะไม่มีปราสาทยกเว้นพระสงฆ์ระดับสูงถึงจะมีปราสาท (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา, 2558.)

กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อในจังหวัดพะเยายอมปรับเปลี่ยนรายละเอียดบางประการในพิธีกรรมนั้นเพื่อรักษาภาพลักษณ์โดยรวมของพิธีกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อย่างมีส่วนร่วม พิธีกรรมที่ชาวไทลื้อในจังหวัดพะเยาจัดขึ้นทำให้ทราบว่าชาวไทลื้อในจังหวัดพะเยามีความตั้งใจจริงในการจัดพิธีกรรมอย่างต่อเนื่อง ชาวไทลื้อเมื่อเข้าร่วมพิธีจะทำให้รู้สึกสบายใจและมีความสุขซึ่งเป็น

ความรู้สึกที่แสดงให้เห็นว่าพิธีกรรมมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญทางสุขภาวะทางจิตเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับพิธีกรรมและผู้เข้าร่วมพิธีกรรม โดยคนเหล่านี้มีความเชื่อว่าเมื่อได้เข้าร่วมพิธีหรือเป็นผู้มีส่วนร่วมในพิธีแล้วจะเสมือนกับมีพลังจากนามธรรมอันสูงส่งมาปกป้องคุ้มครองตนให้รอดพ้นจากภัยอันตราย สิ่งชั่วร้ายและเกิดแต่สิ่งที่ดีงามให้แก่ตน ครอบครัวและชุมชน (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561)

การเปลี่ยนแปลงสังคมไทลื้อเชียงคำ จังหวัดพะเยา มีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมตามสถานการณ์ในปัจจุบัน แต่ทั้งนี้ชาวไทลื้อนั้นมีความต้องการอนุรักษ์และสืบทอดประเพณีรวมทั้งแสดงตัวตนของชาติพันธุ์ไทลื้อไว้ผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่ได้รับความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชน กิจกรรมดังกล่าวได้แก่ การร่วมจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ด้านอักษรไทลื้อ ในงานสืบสานตำนานไทลื้อ โครงการจัดตั้งศูนย์ศิลปวัฒนธรรมล้านนา (ใต้) โดยทางมหาวิทยาลัยพะเยาได้ร่วมจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ด้านอักษรไทลื้อ ในงานสืบสานตำนานไทลื้อ ครั้งที่ 18 ณ วัดพระธาตุสบแวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ในวันที่ 31 สิงหาคม - 2 กันยายน 2561 โดยได้รับความร่วมมือจากสำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ สนับสนุนอุปกรณ์พร้อมวิทยากรและผู้รู้ของจังหวัดพะเยา ในการร่วมถ่ายทอดข้อมูลทักษะให้แก่ผู้สนใจในชุมชนอักษรไทลื้อหน้าเรือนไทลื้อจำลอง นอกจากนั้นภายในงานยังมีกิจกรรมหลายอย่างเช่น การละเล่นพื้นบ้าน สืบคำพื้นบ้าน เช่น ผ้าทอไทลื้อและอาหาร การจัดแสดงขบวนพาเหรดหรือขบวนแห่อันตระการตา การจำลองหรือสาธิตกิจกรรมต่างๆ ที่สะท้อนประเพณีของชาวไทลื้อเช่น การแห่ขบวน การ ตานกวยสลาก การบวชพระ บวชเณร การขับลื้อ การทอหูก ปนฝ่ายหรือทอดผาตลอดจนการแสดงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไทลื้อ อีกทั้งยังมีการสาธิตการทำอาหารและขนมไทลื้อ การสาธิตพิธีแต่งงานแบบไทลื้อ การแต่งกายแบบไทลื้อ การฟ้อนสายใยไทลื้อ (หรือการฟ้อนลื้อ) การประกวดงานหัตถกรรม การละเล่น พื้นบ้านและการนันทนาการต่างๆ รวมไปถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อเป็นต้น นับจากปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมา การจัดงานสืบสานตำนานไทลื้อที่เชียงคำได้กลายเป็นงานเทศกาลวัฒนธรรมประจำปีที่ได้รับการตอบรับและเป็นที่สนใจเป็นอย่างมากทั้งจากผู้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวจากภายนอก

ทางด้านศาสนาพุทธกับชาวไทลื้อเชียงคำเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในการดำรงชีวิตประจำวันจากเมื่อก่อนที่ชาวไทลื้อจะนับถือผีวิญญาณ ปัจจุบันศาสนาพุทธนอกจากเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ และเป็นองค์ประกอบในการประกอบพิธีกรรมแล้วและจากนโยบายของรัฐบาลที่มีนโยบายมุ่งพัฒนาคนให้เป็นคนดีมีคุณธรรม การจัดตั้งศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์จึงมีจุดประสงค์เพื่อช่วยสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้กับเยาวชนและประชาชนทั่วประเทศโดยให้ศูนย์เป็นฐานของชุมชนที่มั่นคงและเข้มแข็งให้ปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม ให้กับเด็กและเยาวชนตั้งแต่เยาว์วัย มุ่งพัฒนาคนให้เป็นคนดีมี

คุณธรรมเพื่อเป็นการตอบรับนโยบายของทางภาครัฐ สำหรับในพื้นที่อำเภอเชียงคำจึงมีศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ จำนวน ๖ แห่งขึ้นมาภายในพื้นที่อำเภอเชียงคำ

จากการร่วมมือจากสถาบันการศึกษาและชุมชน โดยทางมหาวิทยาลัยพะเยา ได้จัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้จากหนังสือสัมมนาวิชาการใต้ศึกษาผ่านโครงการจัดตั้งศูนย์ศิลปวัฒนธรรมล้านนา (ไต) ขึ้นในวันที่ 15 กันยายน 2561 มีการเปิดศูนย์การเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมล้านนาและชาติพันธุ์ไต ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทลื้อวัดหย่วน ตำบลหย่วน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา จากการที่ได้ขออาสาเข้าไปช่วยส่งเสริมการจัดแสดงนิทรรศการภายในศูนย์ฯ โดยในเบื้องต้นได้ดำเนินการเก็บข้อมูลภาพถ่ายพร้อมเรื่องราวของผู้คนในอดีตที่เชื่อมโยงอดีตและปัจจุบันจากในชุมชนบ้านหย่วนและชุมชนพี่น้องใกล้เคียง ตลอดจนรูปภาพแหล่งอื่น ๆ ที่เป็นสื่อช่วยจัดแสดงไว้เพื่อสื่อเรื่องราวและสร้างความเข้าใจแก่ผู้เข้าชม การจัดตั้งศูนย์ฯ เพื่อเป็นแหล่งสืบสานมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาแก่ลูกหลาน ตลอดจนผู้ที่สนใจโดยจะมีการจัดกิจกรรมของศูนย์การเรียนรู้เป็นประจำตลอดปี การเปิดงานได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านในชุมชนนำโดยผู้เฒ่าผู้แก่ ผู้รู้ ผู้ใหญ่บ้านและมีผู้แทนไทลื้อจากหมู่บ้านใกล้เคียงเข้าร่วมงาน อาทิ เช่น ผู้ใหญ่บ้านบ้านมาง ผู้นำบ้านธาตุสบแวน บ้านดอนไชย ประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอเชียงคำ รองประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอเชียงคำ สมาชิกสภาเทศบาลตำบลเชียงคำ เลขาธิการสมาคมไทลื้อจังหวัดพะเยา พุทธวัฒนธรรมไทลื้อ อำเภอเชียงคำ มีการนำนิทรรศการวิชาการประวัติศาสตร์ไทย โบราณคดี ประวัติศาสตร์ศิลปะเพื่อการท่องเที่ยว สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยาเข้าร่วมงาน มีการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้รู้หรือปราชญ์ชาวบ้านในการเข้าร่วมกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ด้านอักษรไทลื้อ (ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมล้านนา(ไต), 2565)

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน "การตานตุ่ง" ยังมีความสำคัญ ความผูกพันกับความศรัทธาของชาวไทลื้อ นอกจากนั้นก็ยังมีสำคัญในการแห่ขบวนหรือการประดับสถานที่ เพื่อความสวยงาม ตลอดจนมีการพัฒนารูปแบบที่ยิ่งใหญ่อลังการมากขึ้น จึงถือได้ว่าการตานตุ่งนั้นเป็นพิธีกรรมและความเชื่อที่กลายเป็นสัญลักษณ์ของชาวไทลื้อที่มีการงานประเพณีการตานตุ่งเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้จะตานตุ่งในงานประเพณีต่างๆ แล้วจะทำเครื่องสักการะ คือ ฐูป น้ำส้มป่อย ตุ้ง และช่อตุ้ง อันเป็นเครื่องพุทธบูชา มี 4 ประเภท คือ ตุ้งเดี่ยว หรือตุ้งค่าคิง สำหรับบูชาแทนตนเอง ตุ้งไส้หมู บูชาพระเจดีย์ พระธาตุ ตุ้งไถยถวายบูชาพระพุทธรูปเพื่อสร้างความสวัสดีมีชัย

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน แผนพัฒนา ความทันสมัย ผลกระทบต่อสังคม การเปลี่ยนแปลงของสังคม การพัฒนาสังคมของชุมชน และองค์ประกอบของโครงสร้างทางสังคม ที่ประกอบด้วยได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคม ค่านิยม ความเชื่อ อัตลักษณ์ และ

ระบบความรู้ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม ได้แก่ สภาพแวดล้อม ธรรมชาติและประชากร การพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน ทักษะคติ ความเชื่อของคนในชุมชน การเคลื่อนไหวทางสังคม กระบวนการทางวัฒนธรรม และเทคโนโลยีความทันสมัย มีการเปลี่ยนแปลงจากสังคมที่มีรูปแบบเรียบง่ายไปสู่รูปแบบที่ซับซ้อนมากขึ้นและมีความเจริญก้าวหน้าไปจนเกิดเป็นสังคมที่มีความสมบูรณ์ จากการศึกษาข้างต้นปัจจัยที่ทำให้พิธีกรรมของชาวไทลื้อยังคงอยู่ท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบันนั้นประกอบด้วย ความเชื่อที่มีต่อพลังจากนามธรรมอันสูงส่ง ความภาคภูมิใจในความเป็นชาติพันธุ์ไทลื้อ กระบวนการสร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมให้แก่เยาวชนไทลื้อ รวมทั้งบทบาทและหน้าที่อันสำคัญของพิธีกรรมที่มีต่อชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไทลื้อ

2.คติ ความเชื่อและความศรัทธา

ความเชื่อมาจากคำว่า “ศรัทธา” และคำว่า “สัทธา” ออกเสียงเหมือนกันแต่ต่างรูปกันมีรากศัพท์มาจากภาษาบาลีและสันสกฤต หมายถึง ความเชื่อ เป็นสิ่งที่อยู่ในจิตใจความนึกคิดของมนุษย์ โดยทั่วไปและสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่จะแสดงออกคือ “ความเชื่อ” ที่เป็นแรงจูงใจให้มนุษย์มีพฤติกรรมที่นำไปสู่เป้าหมายการดำเนินชีวิตของบุคคลและสังคม (สมโภช ธมฺมโกชฺโซ และสรวิชัย วงษ์สอาด, 2563)

กระแสความเชื่อของชาวล้านนา ได้แบ่งความเชื่อออกเป็น 6 ส่วนหลักๆ คือ ความเชื่อเกี่ยวกับสัตว์ ความเชื่อเกี่ยวกับคนและกิริยาอาการ ความเชื่อเกี่ยวกับพิธีกรรมและไสยศาสตร์ ความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องผี ความเชื่อเกี่ยวกับเครื่องใช้เครื่องเรือนและความเชื่อเกี่ยวกับสถานที่ สิ่งที่โดดเด่นในระบบความคิด ความเชื่อของชาวล้านนาที่เห็นเด่นชัดคือการนับถือผีโดยการนับถือผีของชาวล้านนาได้แบ่งตามตามเชื่อเป็น 5 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ผีบรรพบุรุษ ผีอารักษ์หรือผีอะฮัก ผีเจ้านายผีครู และผีทั่วๆไปและเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้มีพลังพิเศษเหนือธรรมชาติและแสดงถึงการปกป้องของผู้คนที่อยู่ในสังคมรวมถึงการสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ในแต่ละชุมชนทำให้เกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่มย่อย เช่น วัด (นงคงดี, 2560)

ชาวไทลื้อในสิบสองปันนานับถือศาสนาพุทธนิกายเถรวาทควบคู่ไปกับการนับถือผีหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติ โดยมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของชาวไทลื้อตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันซึ่งสามารถพบเห็นได้ในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ ชาวไทลื้อรับอิทธิพลศาสนาพุทธนิกายเถรวาทมาจากล้านนาผ่านทางเชียงตุงตั้งที่กล่าวไว้ในปี พ.ศ.1998 ว่าศาสนาพุทธนิกายเถรวาทจากสำนักวัดป่าแดง เมืองเชียงตุงเผยแพร่เข้าไปในสิบสองปันนา ความศรัทธาในพุทธศาสนาสามารถเห็นได้จากศาสนสถานประจำหมู่บ้าน ได้แก่ วัดประจำหมู่บ้านถ้าเป็นเมืองใหญ่ก็จะมีจำนวนวัดมากขึ้น ชาวไทลื้อนั้น

ให้ความสำคัญมากด้วยความศรัทธาในอานิสงส์ผลบุญที่พ่อแม่จะได้รับจากลูกชายที่บวช ชาวไทลื้อนิยมส่งลูกชายไปเป็นศิษย์วัดหรือที่เรียกว่า “ขโยม” เป็นเวลา 3 เดือนก่อนบวชเป็นสามเณร แม้ว่าชาวไทลื้อจะนับถือพุทธแต่ก็มีความเชื่อในเรื่องผีอย่างมั่นคง มีการเรียกชื่อผีโดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) ผีเมืองหรือเทวดาเมืองคือผีเจ้าหลวงประจำแต่ละเมือง 2) ผีบ้านหรือเทวดาเสื้อเมืองคือผีประจำหมู่บ้าน 3) ผีเรือนหรือเทวดาอารักษ์คือผีประจำตระกูล การบูชาเช่นไหว้ปรากฏในพิธีกรรมการเข้ากรรม เป็นหลักฐานอย่างหนึ่งที่บ่งบอกว่าเมื่อชาวไทลื้อมีการอพยพย้ายถิ่นฐานไปยังที่ใหม่ก็จะตั้งชื่อตามชื่อหมู่บ้านหรือเมืองเดิมและทำพิธีกรรมไหว้ผีประจำเมืองนั้นๆ ภาพความทรงจำที่ปรากฏมารช้านานเหล่านี้ช่วยเน้นย้ำความเป็นเครือญาติและการนับถือผีบรรพบุรุษร่วมกัน (ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล, 2551)

ความเชื่อในพุทธศาสนามีความเชื่อในด้านสังคมในฐานะเป็นศูนย์รวมของกลุ่มชนที่มีความเชื่อที่เหมือนกันและเป็นพลังใจแก่บุคคลทั้งในด้านพระพุทธศาสนาโดยตรง ความเชื่อเป็นพลังทางสังคม เช่น การเมือง เศรษฐกิจ การศึกษาและจริยธรรมเพราะว่าศรัทธาเป็นปัจจัยในการกำหนดความคิด ความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาตามความเชื่อซึ่งมีความเชื่อ 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) ความเชื่อแบบศรัทธาปลาตะ (Faith) หมายถึงความเลื่อมใส ความชื่นบานแจ่มใส เบิกบานปราศจากความขุ่นมัวต่อบุคคลหรือสิ่งที่พบเห็นหรือได้ยิน เช่น ความเชื่อศรัทธาในศาสนา ในลัทธิความเชื่อพระเจ้า ในสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือความศรัทธาในตัวบุคคลเป็นความเชื่อศรัทธาที่เกิดจากความจงรักภักดี ความไว้น้ำใจเชื่อใจหรือเกิดความหลงใหลมั่นใจด้วยความกระตือรือร้นเพราะอยากเชื่อ (Credulity) ความเชื่อแบบนี้ถือว่าเป็นสภาพของจิตที่ไม่ต้องการเหตุผล 2) ความเชื่อที่เกิดจากการยอมรับว่าสิ่งหนึ่งมีอยู่หรือเป็นอยู่จริง (Belief) โดยอาศัยพยานหลักฐานและข้อมูลสนับสนุนความเชื่อที่อาศัยเหตุผลแต่เป็นเหตุผลที่ยังแฝงอยู่กับอารมณ์ความรู้สึกเป็นความเชื่อแบบอัตวิสัย (Subjective) รวมกับความเชื่อในการยอมรับความจริงตามสภาวะหรือ ภาววิสัย (Objective) ผู้ที่มีความเชื่อแบบนี้ส่วนใหญ่จะลอคคิตได้เป็นบางส่วนและเพิ่มความมีเหตุผลมากขึ้น 3) ความเชื่อที่เกิดจากองค์ความรู้ (Knowledge) เป็นความเชื่อที่ต้องมีพยานหลักฐานพิสูจน์ได้ด้วยประสามสัมผัส เชื่อในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มียุ่จริงสามารถพิสูจน์ได้ด้วยประสบการณ์จากพยานหลักฐานที่เชื่อถือได้หรือเป็นองค์ความรู้สากลที่ยอมรับว่าเป็นความจริง เช่น ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ดังนั้นความเชื่อในทางศาสนาจึงเป็นความเชื่อที่ไม่ต้องการการวิพากษ์วิจารณ์ กล่าวสรุปคือความเชื่อหรือความศรัทธามีบทบาทและอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตในสังคม (สมโภช ธมมโภชโช และสรวิชญ์ วงษ์สาอด, 2563)

ชาวไทลื้อมีความเลื่อมใสศรัทธาในพุทธศาสนาและนิยมการทำบุญทำทานโดยมักจะพูดคำว่า “การกิน การทาน” “กินใหญ่ทานหลวง” เป็นต้น ประกอบกับความเชื่อว่าความดีและความไม่ดีเป็นสิ่งสะสมได้ และจะส่งผลไปในชาติหน้า ดังนั้นชาวไทลื้อจึงเชื่อในเรื่องวัฏจักรการเวียนว่ายตายเกิดของชีวิตตาม กฎแห่งกรรมอันเป็นหลักธรรมของพระพุทธศาสนาที่ว่ากรรมดีและกรรมชั่วย่อมสั่งสมมาแต่ชาติปาง ก่อน ชาวไทลื้อจึงอุทิศทั้งกำลังกายและกำลังทรัพย์เพื่อทำนุบำรุงศาสนาและหลีกเลี่ยงการก่อกรรม ทำชั่วละเว้นจากการทำบาป ความเชื่อและความศรัทธาเหล่านี้ทำให้สังคมของชาวไทลื้อเป็นสังคมที่ อยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ความเชื่อหนึ่งที่ชาวไทลื้อให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือความเชื่อเรื่องภ ภูมิโลกหน้าและโลกหลังความตาย ชาวไทลื้อจึงทำทุกสิ่งที่จะทำให้เกิดเป็นบุญกุศลต่อตนเองเพื่อการ ได้ขึ้นไปอยู่บนสวรรค์จะเห็นได้จากการนำสิ่งของเครื่องใช้และอาหารไปอุทิศให้กับผู้ล่วงลับไปแล้ว หรือแม้แต่ให้กับตนเองเพื่อเกิดเป็นผลบุญกุศลสะสมไว้ในภพภูมิโลกหน้า ดังคำว่า “ชาตินี้ชาติ หน้า” และยังมีความเชื่อเรื่องขวัญโดยเชื่อว่าขวัญเป็นสิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดซึ่งเป็นนามธรรมที่มอง ไม่เห็นเมื่อขวัญหนีไปจากตัวก็สามารถเรียกกลับมาได้ คนที่มีจิตใจมั่นคงไม่สะดุ้งตกใจจัดว่าเป็นคนมี ขวัญดี แต่ถ้าเป็นคนที่ไม่ตั้งใจง่ายใจลอยขวัญก็จะหนีออกจากร่างไป ชาวไทลื้อนับถือพุทธศาสนา เป็นหลักในการดำรงชีวิตโดยจะไปวัดทุกวันพระและร่วมกิจกรรมทางศาสนาเพราะถือว่าเป็นหน้าที่ ของพุทธศาสนิกชนที่ดียึดหลักพุทธธรรมคำสอนเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต ดังนั้นชาวไทลื้อจึง ศรัทธาในพุทธศาสนาและมีความเชื่อเรื่องภพภูมิโลกหน้าและโลกหลังความตาย พวกเขาจึงทำทุกสิ่ง เพื่อสะสมบุญไว้ในภพภูมิโลกชาวไทลื้อมีความเชื่อว่ามีภพภูมินรกและสวรรค์เมื่อตายไปแล้ว สามารถตกนรกหรือขึ้นสวรรค์ก็ได้แล้วสามารถเกิดได้ใหม่ในชาติต่อไปและเชื่อว่าหากผู้ใดทำบุญสะสม ไว้เมื่อตายไปก็จะได้ขึ้นสวรรค์และจะสุขสบายในชาติหน้า (พระอธิการสมพร อนุบาลโย และคณะ, 2562)

พลังนามธรรมเป็นความเชื่อในพลังหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทางจิตวิทยาหรือจิต วิทยาศาสตร์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการสร้างสิ่งดีๆ หรือปรับปรุงชีวิตที่ดีขึ้นและช่วยให้เข้าใจ ความหมายและจุดมุ่งหมายของชีวิต ความเชื่อนี้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและปรัชญาในหลาย สังคมทั่วโลกเป็นเรื่องที่หลายคนมีความเชื่อหรือคาดหวังว่าจะมีผลกระทบต่อชีวิตและการพัฒนาของ ตนเองให้ดีขึ้น การเชื่อในพลังนามธรรมอาจรวมถึง การเชื่อในความคิดบวกและการแนะนำให้เกิด การกระตุ้นและเสริมสร้างทางจิตวิทยา การใช้พลังจิตวิทยาเพื่อช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชีวิต และอื่นๆ ความเชื่อในพลังนามธรรมเป็นหนึ่งในความเชื่อที่พบได้ในหลายศาสนาและวัฒนธรรมต่างๆ โดยพลังนามธรรมจะเป็นพลังที่เกี่ยวข้องกับความดีและความชั่ว โดยมักเชื่อว่าพลังนี้สามารถมีผลต่อ ชีวิตของมนุษย์ได้โดยไม่ต้องมีการมีตัวตนที่เป็นมิตรหรือมีการทำบุญหรือการละเล่นกับอัศวิน เช่นการ

ทำให้เกิดความสุขในชีวิต สิ่งที่จะเชื่อว่าจะช่วยเสริมสร้างพลังนามธรรมได้รวมถึงการฝึกฝนในการปฏิบัติธรรม การทำบุญ การเลี้ยงธรรม และการฝึกสติซึ่งนับว่าเป็นเหตุผลหนึ่งที่มีผู้คนที่ตั้งใจทำสิ่งเหล่านี้เพื่อเสริมสร้างพลังนามธรรมและสามารถพัฒนาคุณธรรมในชีวิตได้มากขึ้น ความเชื่อพลังนามธรรมมักจะพบในศาสนาและวัฒนธรรมต่างๆ โดยมักเชื่อว่ามีพลังที่เกี่ยวกับการปฏิบัติตามหลักและกฎเกณฑ์ทางธรรม การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เหล่านี้จะช่วยให้คนมีความสุขกายใจและช่วยให้สามารถเดินทางไปสู่การผ่านพ้นทุกข์ทนต์และทุกอุปสรรคในชีวิตได้โดยที่จะไม่เสียความสุขอย่างใดก็ตามความเชื่อนี้ยังไม่มีข้อพิสูจน์ว่าจริงหรือไม่ และอาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจและการปฏิบัติในชีวิตของบางคนดังนั้นการเชื่อในพลังนามธรรมควรต้องพิจารณา เช่น ในศาสนาพุทธ เชื่อว่าการปฏิบัติธรรมเป็นการใช้ชีวิตในทางที่ถูกต้องที่จะช่วยให้มนุษย์สามารถพ้นจากความทุกข์ทนต์และเดินทางไปสู่การผ่านพ้นจากวงจรชีวิต ในศาสนาคริสต์การเชื่อในพลังนามธรรมหมายถึงการใช้ชีวิตในทางที่ถูกต้องตามพระคำสอนของเยซูคริสต์และศาสนาอื่นๆ ก็มีความเชื่อในพลังนามธรรมอยู่ด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามการเชื่อในพลังนามธรรมอาจจะมีผลที่ความที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับศาสนาและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันและการใช้คำว่า "พลัง" หรือ "อำนาจ" อาจเป็นเพียงสัญลักษณ์เท่านั้นที่ใช้ในการบ่งบอกถึงความสำคัญ ความเชื่อนี้ยังไม่มีข้อพิสูจน์ว่าจริงหรือไม่ และอาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจและการปฏิบัติในชีวิตของบางคนดังนั้นการเชื่อในพลังนามธรรมควรต้องพิจารณา

ชาวไทลื้อเป็นกลุ่มชนที่มีคติความเชื่อในพลังจากนามธรรมซึ่งมีอิทธิพลต่อวิถีการดำรงชีวิตมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันโดยมีความเชื่อเกี่ยวกับผีที่มีมาก่อนพุทธศาสนาจะเข้ามาถึงแม้ว่าภายหลังจะมีการรับพุทธศาสนาแล้วก็ตามก็ยังไม่ได้ละทิ้งความเชื่อที่มีการสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นซึ่งทำให้ทั้งในเรื่องความเชื่อเกี่ยวกับนามธรรมกับทางพระพุทธศาสนานั้นจึงถูกผสมผสานเข้าด้วยกันได้อย่างกลมกลืนจึงทำให้เกิดเป็นพิธีกรรมซึ่งเป็นประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาและมีรูปแบบที่บ่งบอกถึงความเชื่อเป็นไทลื้อได้อย่างชัดเจน

ความเชื่อเรื่องผียังคงสืบเนื่องมาจากการบูชาบรรพบุรุษเป็นการเชื่อถืออำนาจเหนือธรรมชาติ คติความเชื่อเกี่ยวกับผีมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ความเชื่อในการนับถือผีคงเป็นความเชื่อดั้งเดิมเป็นพัฒนาการความเชื่อของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างและสภาพของสังคม ในสังคมที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีความเชื่อเกี่ยวกับผีก็จะลดน้อยลงไปมนุษย์พยายามหาคำตอบเกี่ยวกับชีวิตหลังความตายการเสนอความคิดเกี่ยวกับชาตินั้นนับเป็นพัฒนาการความเชื่อของมนุษย์ซึ่งมนุษย์วิทยากำหนดให้ความเชื่อนี้เป็นศาสนาของสังคมยุคประวัติศาสตร์ (เสฐียรฐาณิ อินทจักร, 2563)

คนล้านนาเชื่อว่ามีผีอยู่ 2 ประเภทคือ ผีดีและผีไม่ดี ผีจะมีอยู่อยู่ประจำธรรมชาติและสิ่งก่อสร้างทุกที่ทุกแห่ง ได้แก่ ภูเขา แม่น้ำ ต้นไม้ บ้านเรือน วัด หมู่บ้าน เป็นต้นซึ่งมักจะเรียกว่าผี

เทวดา ผิดหรือผีฟ้า (สุรพล ดำริห์กุล, 2552) ผีอารักษ์เป็นผีที่ดูแลรักษาหมู่บ้าน ส่วนผีไม่ดี เช่น ผีตายโหง ผีพราย เป็นต้น เชื่อว่าเป็นผีที่สามารถทำร้ายร่างกายของคนให้เกิดการเจ็บป่วย ถ้าคนไปทำผิดผีหรือกระทำความผิดหยาบช้า เช่น ไม่เลี้ยงดูเช่นไรหรือไม่ทำบุญให้ ทำผิดประเพณี ก็เกิดการเจ็บป่วย (อานนท์ กาญจนพันธ์และฉลาดชาย รมิตานนท์, มปป) คนล้านนามีความผูกพันเกี่ยวกับการนับถือผีสามารถพบเห็นจากชีวิตประจำวัน เช่น เมื่อต้องการถ่ายหรือปัสสาวะนอกบ้านมักจะต้องขออนุญาตจากเจ้าที่ก่อนเสมอ คนล้านนาเห็นว่าพิธีกรรมการเลี้ยงผีนั้นมีความสำคัญแม้ว่าการดำรงชีวิตจะไม่ราบรื่นแต่ภายในจิตใจนั้นมาอาจลืมนิเวศของผีบรรพบุรุษที่เคยช่วยเหลือให้พวกเขามีชีวิตที่ปกติสุข แม้เวลาจะผ่านไปอย่างไรก็ตามจะสามารถพบเห็นเรือนเล็กๆ หลังเก่าๆ ตั้งอยู่กลางหมู่บ้าน คือ “หอเจ้าที่ประจำหมู่บ้าน” ได้ตามหมู่บ้านในชนบท ความเชื่อในการเลี้ยงผีจึงถือว่ามีความสำคัญต่อพวกเขา นอกจากการนับถือผีชาวล้านนายังมีความเชื่อในพุทธศาสนาเป็นหลักสำคัญและใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตและใช้เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจจึงทำให้ชาวล้านนานิยมทำบุญ การกุศล การเชื่อในสิ่งเหนือธรรมชาติ เช่น เรือยนต์ที่เป็นเวทมนต์คาถาคอยปิดเป่าสิ่งชั่วร้ายออกไป ความเคารพต่อเสื้อเมือง เสื้อบ้าน(วิญญาณบรรพบุรุษหรือวีรบุรุษ) ที่เชื่อว่าจะให้ความคุ้มครองให้ความช่วยเหลือแก่ลูกหลานความเชื่อและความศรัทธานี้แสดงออกโดยการทำพิธีกรรมเช่นไหว้เป็นประจำทุกปี ดังนั้นรูปแบบการเสริมสร้างจริยธรรมทางสังคมผ่านความเชื่อเรื่องผีและพุทธศาสนากับผีในล้านนาการนับถือผีนั้นคงสืบเนื่องมาจากลัทธิบูชาบรรพบุรุษซึ่งความเชื่อนี้เจริญเติบโตมาจากลัทธิที่เชื่อถืออำนาจเหนือธรรมชาติอันเป็นต้นกำเนิดของลัทธิประเพณีหลายๆ อย่างและเป็นที่มาของศาสนาบางประเภทด้วยคติความเชื่อเกี่ยวกับผีเป็นความเชื่อของมนุษย์มาตั้งแต่โบราณซึ่งเป็นการพัฒนาการความเชื่อระดับหนึ่งของมนุษย์ (เสฏฐวุฒิ อินทะจักร, 2563)

สุชาติ บุษย์ชญาณนท์ (2559) ได้กล่าวว่า คติความเชื่อเรื่องผียังฝังลึกอยู่ในวิถีชีวิตมนุษย์ แม้ว่าโลกจะเปลี่ยนแปลงไปรวดเร็วและเป็นโลกที่มีข้อมูลข่าวสาร เป็นโลกที่มีเหตุผลสามารถพิสูจน์ได้ในมิติด้านเทคโนโลยีแต่ความเชื่อเรื่องผียังปรากฏให้อยากพิสูจน์หาความจริง แนวคิดเกี่ยวกับกรรม พุทธศาสนายอมรับว่าการกระทำแต่ละอย่างของทุกคนจะต้องได้รับผลตอบแทนด้วยตนเอง คนอื่นจะมารับผลของการกระทำไม่ได้ไม่ว่าจะเป็นการทำดีหรือทำชั่วการให้ผลตอบแทนมีทั้งชาตินี้และชาติหน้าแต่พุทธศาสนากล่าวเน้นหนักในชาติปัจจุบันพระพุทธศาสนาจัดอยู่ในกลุ่มที่เรียกว่า กรรมวาทีคือเชื่อว่า “ทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว” หรือ “ทำดีได้ขึ้นสวรรค์ทำชั่วตกนรก” แนวคิดเกี่ยวกับนรก พระพุทธศาสนายอมรับว่าเป็นสถานที่ที่มีอยู่จริงทั้งในลักษณะที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ส่วนที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ สถานที่ลงโทษหรือที่อยู่ของผู้ที่ทำความชั่วทั้งที่มีชีวิตอยู่และหลังตายไปแล้ว ส่วนนรกในความหมายที่เป็นนามธรรมคือสภาวะที่เราร้อนทุกข์ที่เกิดขึ้นในใจคำว่า “นรก” หมายถึงโลกหลัง

ความตายเป็นสถานที่ที่ปราศจากความเจริญสภาพที่ปราศจากความสุขซึ่งเป็นผลมาจากการทำบาปหรือความชั่วที่ได้กระทำไว้ เป็นสภาพที่มีแต่ความร่ำร้อนเต็มไปด้วยความทุกข์ที่ไม่มีความสุขความเจริญ ร่ำร้อนกระวนกระวาย ที่ไปเกิดและเสวยความทุกข์ของสัตว์ผู้ทำบาปหรือภูมิที่เสวยทุกข์ของคนผู้ทำบาปตายแล้วไปเกิด แดนหรือภูมิที่เชื่อกันว่าผู้ทำบาปจะต้องไปเกิดและถูกลงโทษ พุทธศาสนาได้กล่าวถึงนรกไว้ในฐานะเป็นสถานที่รองรับหรือที่อยู่ของผู้ที่ทำความชั่ว (สุชาติ บุชย์ชยานนท์, 2559)

ความเชื่อเกี่ยวกับนรก เป็นการยืนยันถึงชีวิตหลังความตายอันเกี่ยวเนื่องกับคำสอนเรื่องกรรมและการเวียนว่ายตายเกิด การเกิดใหม่เชื่อว่าเป็นผลมาจากการกระทำของตนเองเป็นตัวผลักดัน โดยเฉพาะผู้ที่ทำความชั่วซ้ำผิดศีลธรรมอันดีงามที่ศาสนาได้กำหนดไว้ชีวิตหลังตายย่อมได้รับการลงโทษจากผลการกระทำของตนเองในนรกอย่างแน่นอนแนวคิดเกี่ยวกับ “ผี” ในมิติทางพระพุทธศาสนายอมรับว่ามีสัตว์จำพวกหนึ่งที่มีอำนาจลึกลับ สามารถให้คุณให้โทษกับมนุษย์ได้ คือเปรต โอปปาทิกะ มาร อสูร ยักษ์และเทวดาชั้นต่ำ สัตว์เหล่านี้เรียกว่า อมนุษย์ เมื่อวิเคราะห์จากคุณลักษณะของอมนุษย์ดังกล่าว ตรงกับคำว่า ผีในสังคมไทยแต่พุทธศาสนามีท่าทีต่อสิ่ง เหล่านี้ในลักษณะที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับอำนาจลึกลับว่าเป็นสิ่งที่พิเศษหรือมีสถานะเหนือกว่ามนุษย์ ถ้ามนุษย์เป็นผู้ประกอบด้วยคุณธรรมก็สามารถจะมีสถานะที่เหนือกว่าอมนุษย์เหล่านี้ได้ แต่ในขณะที่เดียวกันถ้ามนุษย์ไม่มีคุณธรรมก็ตกอยู่ในสถานะที่ ต่ำกว่าอมนุษย์เพราะพุทธศาสนาใช้เกณฑ์ทางคุณธรรมในการประเมินทั้งมนุษย์และอมนุษย์ (สุชาติ บุชย์ชยานนท์, 2559)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าเวลาจะผ่านไปนานหลายร้อยปี ประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อที่ฝังลึกยังคงสืบสานกันมาอย่างช้านานซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างตามสถานการณ์ในขณะนั้น ชาวไทลื้อมีความเชื่อและความศรัทธาที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับเรื่องผีวิญญาณและพุทธศาสนาจึงทำให้เกิดพิธีกรรมต่างๆ ที่เป็นกระบวนการสานสัมพันธ์ระหว่างชาวไทลื้อกับพลังนามธรรมผ่านผู้ทำพิธีกรรมและอุปกรณ์ประกอบพิธีต่างๆ ความเชื่อและความศรัทธาของชาวไทลื้อนั้นสื่อให้เห็นถึงความต้องการสิ่งที่ช่วยยึดเหนี่ยวจิตใจโดยการแสดงความกตัญญูต่อผู้มีพระคุณหรือผู้ที่เลี้ยงดูมา โดยจากการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วรวมทั้งการทำบุญเพื่อตนเองและเพื่อให้ครอบครัวพบแต่ความสุข พิธีกรรมและศาสนามีความสำคัญต่อวิถีชีวิตชาวไทลื้อมากดังนั้นชาวไทลื้อจึงมีการส่งเสริมและมีส่วนร่วมกับพุทธศาสนาในรูปแบบต่างๆ (มิ่งกมล หงษ์วงศ์, 2557) ด้วยชาวไทลื้อส่วนใหญ่ที่นับถือศาสนาพุทธนิกายเถรวาทควบคู่ไปกับการนับถือผีหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติ ความเชื่อและความศรัทธาซึ่งมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของพวกเขามาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนั้นจึงมีการประกอบพิธีกรรมต่างๆ ได้แก่ การถวายตุงในประเพณีสงกรานต์ การจัดงานประเพณีปอยหลวง

ประเพณีการตั้งธรรมหลวง(ประเพณีการเทศน์มหาชาติ) หรือการไหว้บูชาผีบรรพบุรุษ ผีประจำหมู่บ้านและผีเมือง เป็นต้น ในพิธีกรรมจะประกอบไปด้วยผู้ทำพิธี ผู้เข้าร่วมงานพิธีและสิ่งของเครื่องใช้ประกอบในพิธี ชาวไทลื้อมักจะมีการนำตุ้มมาใช้ในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ ด้วยทั้งเป็นการสักการะบูชาหรือใช้ประดับตกแต่งในพิธีกรรม

พระราชปริยัติและคณะ , (2560) ได้กล่าวว่า ชาวไทลื้อมีความเชื่อในนามธรรมเรื่องผีและมีความเชื่อทางพุทธศาสนา ซึ่งพบว่าชาวไทลื้อมีความเชื่อเรื่องบาป บุญ นรก สวรรค์ การสร้าง การสะสมบุญกุศลไว้ภายภาคหน้า ความเชื่อเรื่องขวัญและความเคารพศรัทธาเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา และมีความเชื่อด้านรูปธรรมซึ่งเกี่ยวกับวิถีการดำเนินชีวิต พบว่า ชาวไทลื้อมีการจัดระบบความสัมพันธ์โครงสร้างทางสังคมไทลื้อภายใต้ระบบเครือญาติด้วยการแต่งงาน การเคารพเชื่อฟังผู้อาวุโสในบ้านและชุมชน การอยู่ร่วมกันแบบครอบครัวขยาย ความเชื่อรูปธรรมเกี่ยวกับประเพณีพิธีกรรม พบว่าชาวไทลื้อนับถือศาสนาพุทธอย่างเคร่งครัดและให้ความสำคัญต่อการประกอบประเพณีและพิธีกรรมทางพุทธศาสนา เช่น ประเพณีตานตุ้ม ประเพณีสลากภัต ประเพณีตั้งธรรมหลวง ประเพณีสงฆ์น้ำพระ ประเพณีตานขันข้าว ประเพณีเข้ากรรม วัตรธรรมเป็นรูปธรรมของความเชื่อที่มีต่อผีและพระพุทธศาสนาโดยพบว่าชาวไทลื้อได้แสดงออกอย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่ การตั้งวัด การทอดผ้าที่เชื่อมโยงกับพระพุทธศาสนา และการทำตุ้ม เป็นต้น (พระราชปริยัติ และคณะ, 2560)

ชาติพันธุ์ไทลื้อเป็นกลุ่มชนที่มีความเชื่อจึงทำให้เกิดกิจกรรมหรือสิ่งต่างๆ ขึ้นมาทำให้คนภายนอกสามารถรับรู้ เข้าใจและมองเห็นความเป็นไทลื้อได้อย่างชัดเจน ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาอัตลักษณ์โดยการศึกษา 2 แบบ ได้แก่ การศึกษาอัตลักษณ์จากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการลงพื้นที่โดยการแบ่งการศึกษาอัตลักษณ์ออกเป็น 1) อัตลักษณ์ของชาวไทลื้อ 2) อัตลักษณ์ของตุงไทลื้อ (ศึกษาสัญลักษณ์และการสื่อความหมาย สุนทรีศาสน์บนผืนตุงไทลื้อ) ในกระบวนการได้มาซึ่งอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จดบันทึกและบันทึกเสียงสัมภาษณ์ ชาวไทลื้อในพื้นที่ ผู้นำชุมชน นักการเมืองท้องถิ่นและพระสงฆ์ จากนั้นจึงถอดคำพูดที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลไว้และทำการแยกออกเป็นประเด็นที่สำคัญไว้หลายด้าน ผู้วิจัยพบว่ามีหลายประเด็นที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลตรงกันจึงได้สรุปไว้ ดังนี้

การถวายเป็นตุงตามความเชื่อของชาวไทลื้อในพื้นที่คือ ชาวไทลื้อมีความเชื่อว่าเป็นของสูงหรือเป็นสิ่งที่ใช้ในการสักการะบูชา เป็นสิ่งชาวไทลื้อใช้ถวายเป็นทานหรือเรียกว่า “ตานตุ้ม” ให้กับผู้บรรพบุรุษหรือผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว หรือการตานตุ้มเพื่อไว้ถวายหน้าผามายังถึงการถวายเป็นตุงในครั้งนี้ผลบุญที่ทำได้มีผลในอนาคต โดยเชื่อว่าเมื่อตุงพัดแกว่งบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วสามารถเกาะชายของผืนตุงพัน

จากขุมมรกและเกาะให้ขึ้นไปสวรรค์ได้จะพบเจอแต่ความสุขและถ้าตานตุงให้กับตนเองไว้ภายหน้า หรือตนเองตอนมีชีวิตอยู่ถ้าถวายให้ตนเองก็จะพบแต่ความสุขความเจริญเช่นกัน ซึ่งในการถวายตุง จะต้องเขียนชื่อของผู้ที่เราต้องการที่จะถวายตุงด้วยถ้าตานตุงให้ตนเองก็ต้องเขียนคำว่า “ตานไว้ ภายหน้า” ไปด้วย ซึ่งถ้านำไปใช้เป็นอุปกรณ์ประกอบเดินขบวนแห่หรือการเดินขบวนงานประเพณี ต่างๆ เชื่อว่าเพื่อให้เทวบุตรเทวดาได้รับรู้การจัดงานในครั้งนี้ เชื่อว่านำไปสู่ทางไปสวรรค์หรือถ้าครั้ง เมื่ออดีตเชื่อว่าจะมีโชคชัยกลับมา

ชาวไทลื้อมีการนำตุงไปใช้งานพิธีกรรม ประเพณีและอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อต้องการนำเสนอความเป็นไทลื้อซึ่งมีมาตั้งแต่โบราณทั้งจากการบอกเล่า สัมภาษณ์และการสังเกตจากภาพวาดบนผนัง วัดห้วยทอนที่มีการนำเสนอให้เห็นว่าภาพประเพณีและพิธีกรรมของชาวไทลื้อมีการนำตุงมาเข้าร่วม ประกอบตั้งแต่โบราณมาแล้วชาวไทลื้อจะมีการนำตุงไปถวายวัดหรือเรียกว่า “ตานตุง” ในช่วง สงกรานต์ ชาวไทลื้อเขียนคำจัดประเพณีการตานตุงขึ้นในวันที่ 16 เมษายนของทุกปี โดยเชื่อว่าการ ตานตุงในช่วงสงกรานต์ซึ่งถือว่าเป็นการเริ่มต้นปีใหม่เมืองหรือเรียกว่าวันปากปี โดยจะมีขบวนแห่ตาน ตุงที่ยิ่งใหญ่ทุกคนในชุมชนก็จะรวมตัวกันพร้อมทั้งญาติพี่น้องที่กลับมาเยี่ยมครอบครัวได้มาร่วมกัน ตานตุงร่วมกันแต่ถ้าบ้านไหนไม่สะดวกก็สามารถนำไปตานวันไหนก็ได้ในช่วงสงกรานต์ ซึ่งเมื่อเสร็จ จากวันสงกรานต์ก็จะทำให้เห็นตุงที่แขวนไว้ในวิหารวัดเต็มไปหมด พอใกล้สงกรานต์ปีต่อไปทางวัดก็ นำตุงเหล่านั้นลงมาเพื่อเคลียร์ที่ว่างสำหรับการถวายตุงปีต่อไป

ชาวไทลื้อในอดีตที่มีความเชื่อเกี่ยวกับตุงไทลื้อ แท้จริงแล้วระบบโครงสร้างทางสังคมของชาว ไทลื้อ เมื่อพิจารณาแล้วแสดงให้เห็นว่าเป็นระบบที่คำนึงถึงเครือญาติพี่น้องและความกตัญญูต่อบรรพ บุรุษ การมีเจตนาที่หวังว่าสิ่งที่ทำบุญทำทานหรือการถวายตุงไปนั้นก็เพื่อหวังว่าบรรพบุรุษจะพ้นทุกข์ และพบกับความสุขความเจริญซึ่งปัจจุบันความเชื่อนั้นก็ได้เปลี่ยนแปลงไปเพียงแต่มีการอนุโลมให้มีการ นำตุงไทลื้อไปใช้งานอื่นๆ ได้เพราะการที่นำไปใช้ทุกคนมิได้มีเจตนาที่ไม่ดี ซึ่งปัจจุบันก็มีการ นำไปใช้ในเดินขบวน การแสดงศิลปวัฒนธรรมในชุมชน การตกแต่งสถานที่ ร้านอาหาร โรงแรม หรือสนามบิน เป็นต้น

3.ตุงกับความเชื่อและความศรัทธา

พระปลัดจตุพร วชิรญาณและคณะ (2565) ได้กล่าวว่า ความเชื่อเกี่ยวกับตุงหรือการตานตุง เป็นสัญลักษณ์ของความดี ความเป็นสิริมงคลและเป็นสื่อในการนำวิญญานของผู้ถวายตุงและวิญญาน ของผู้ล่วงลับที่มีผู้ถวายตุงให้ได้ไปสู่สรวงสวรรค์ นอกจากนั้นตุงยังใช้เป็นเครื่องสักการะถวายไว้พระ พุทธศาสนา และยังมีความเชื่อเกี่ยวกับอานิสงส์ในการทานตุงหากใครได้ทานตุงแม้ยามสิ้นอายุขัยทาง โลกมนุษย์ไปแล้วตุงกรก ตุงก็จะมาห่อหุ้มร่างกายนั้นมิให้ต้องทุกข์ทรมานทั้งยังโอบสละบัตให้วิญญาน

ได้เกาะชายตุงขึ้นสวรรค์โดยการโบกสะบัดของตุงเมื่อต้องลมนั้นสื่อความหมายถึง “สะพานหรือทางเชื่อม” ที่เชื่อมระหว่างโลกมนุษย์กับสรวงสวรรค์ด้วยรูปแบบของตัวตุง สีเส้นและลวดลายของหางตุงล้วนมีความหมายที่แฝงเร้นไปด้วยความเป็นสิริมงคล ตุงใช้ในงานพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาทั้งในงานมงคลและงานอวมงคลต่างๆ โดยมีขนาด รูปร่างและรายละเอียด ด้านวัสดุแตกต่างกันไปตามความเชื่อและพิธีกรรมตลอดจนความนิยมในแต่ละท้องถิ่น นอกจากนั้นยังทำขึ้นเพื่อเป็นการต่ออายุหรือถวายเพื่อเป็นปัจจัยส่งกุศลให้แก่ตนเองในชาติหน้าหรือใช้ในพิธีทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้วรูปแบบของตุงจะมีไม่คั่นเป็นปล้องๆ คล้ายกับชั้นบันไดซึ่งถือว่าเป็นทางไต่ขึ้นสู่สวรรค์ (พระปลัดจตุพร วชิรญาณโณและปรุทม์ บุญศรีตัน, 2565)

เนตรชนก แดงทับทิม (2564) ได้กล่าวว่า ตุงนั้นเกี่ยวข้องกับการอุทิศแด่ผู้ตายและได้คลี่คลายไปเป็นวัตถุเพื่อปกป้องจากผลกระทบที่ร้ายแรงได้ แต่การใช้งานเพื่อการสักการบูชา ยังคงปรากฏอยู่และยังคงความหมายอันเป็นมงคลแม้ว่าจะถูกนำไปใช้ในงานอวมงคล ความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องกุศลจากการบูชาพระธาตุด้วยตุง ปรากฏในอรรถกถาัมขณิกาย อุปริปัญญาสก์ เทวทูตสูตร สุนยสูตรว่า

“...ทมิฬนั้นได้บูชาอากาศเจดีย์ใกล้สุมนคีรีวิหารด้วยแผ่นผ้าแดง ต่อมาเขาบังเกิดใกล้อุสสทนรก พอได้ยินเสียง เปลวไฟเท่านั้น จึงระลึกถึงแผ่นผ้าที่ตนบูชาไว้เขาจึงได้ไปเกิดในสวรรค์ แม้อีกคนหนึ่งเมื่อ ถวายผ้าสาฎกเนื้อหยาบแก่ภิกษุหนุ่มผู้เป็นบุตรก็ได้วางไว้แทบเท้า ในเวลาใกล้ตาย เขาจะถือ นิมิตรว่า ปฏะ ปฏะ แม้เขาก็บังเกิดใกล้อุสสทนรก ครั้นระลึกถึงผ้าสาฎกนั้นเพราะเสียง เปลวไฟ ก็ได้เกิดในสวรรค์...”

อ้างอิง (เนตรชนก แดงทับทิม, 2564) จากข้อความดังกล่าวเป็นการบูชาพระธาตุด้วยตุงนั้นเป็นมงคลและมีอานิสงส์ช่วยให้พ้นจากการตกนรก

ความเชื่อเกี่ยวกับการถวายตุง ชาวไทลื้อนิยมนำตุงไปถวายวัดเพื่อเป็นการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้วหรือเป็นการถวายเพื่อส่งกุศลบุญให้แก่ตนเองในชาติหน้า ด้วยคติความเชื่อที่ว่าเมื่อตายไปแล้วจะพ้นจากการตกนรกโดยอาศัยการเกาะชายตุงขึ้นไปสวรรค์จะได้พบพระอาริยมตตริยหรือจะได้ถึงพระนิพพาน จากความเชื่อดังกล่าวจึงทำให้ชาวไทลื้อจะต้องไปถวายตุงที่วัดแทบทุกคน ความศรัทธาในอานิสงส์ของการถวายตุงมีตำนานเล่าขานสืบต่อกันมาและปรากฏในคำขับของชาวไทลื้อ เรื่อง “แม่กาเผือก” หรือ “ตำนานพระเจ้าห้าตน” ได้แก่ พระกกุสันธะ พระโกนาคมณะ กระกัสนปะ พระโคตมะและพระอาริยมตตริย เนื้อเรื่องเน้นคติธรรมด้านความกตัญญูทวดเทวที่มีต่อพระคุณของพ่อแม่ โดยการทำตุงเป็นสัญลักษณ์ของการอุทิศส่วนกุศลไปถึง ดังเช่นตำนานเรื่องเล่าของชาวไทลื้อเรื่อง “แม่กาเผือก” เมื่อพระสัพพัญญูพระเจ้าห้าตนลงมาเกิดนี้มาจากการที่มีกาเผือกตัวหนึ่งอาศัยบนต้นไม้ ไช่ออกมา 5 ฟอง ขณะออกไปหากินได้เกิดพายุพัดฝนตกลงมาทำให้ไช่ปลาทั้งห้าฟองไหลไปตามกระแสน้ำ ไช่ทั้ง 5 ฟองมีผู้พบและนำเอาไปเลี้ยง พอแม่กาเผือกกลับมาไม่

เห็นไข่มุกเสียใจจนสิ้นใจไปอยู่เมืองสวรรค์ ต่อมาไข่มุกทั้งห้าเกิดเป็นชายเติบโตขึ้นมาเป็นหนุ่มก็ได้ออก
 บวชจนสำเร็จโพธิญาณ ทั้งหมดเมื่อมาพบกันต่างก็คิดที่จะทำบุญอุทิศให้แก่ผู้ให้กำเนิดตนซึ่งต่างคนก็
 ทำตุงขึ้นมาตามรูปสัญลักษณ์ของผู้ที่เลี้ยงตนมาคือ พระกฤษณะทำเป็นรูปไก่ พระโกนาคนะทำเป็น
 รูปนาค พระกัสสปะทำเป็นรูปเต่า พระโคตมะทำเป็นรูปดาวัวและพระอาริยมัตตริยทำเป็นรูปค้อน
 สำหรับทุบผ้า อันเป็นสัญลักษณ์หมายถึงคนชักผ้าหรือแม่ชักไหมแล้วเอาไปถวายเป็นพุทธรูป แต่การ
 ทำบุญนั้นไม่ถึงพ่อแม่ที่แท้จริง แม่กาเผือกจึงบินมาบอกให้จุดประทีปทำใส่เป็นรูปตีนกาจึงจะอุทิศ
 ส่วนกุศลไปถึงได้ เรื่อง “แม่กาเผือก” หรือ “พระเจ้าห้าตน” เป็นนี้เรื่องที่เน้นคติธรรมด้านความ
 กตัญญูทวดที่ที่มีต่อผู้ให้กำเนิดตลอดจนผู้ชุบเลี้ยงดูมาแม้จะมีผู้ให้กำเนิดโดยตรง เนื้อเรื่องมี
 ลักษณะเป็นตำนาน อธิบายที่มาของพิธีกรรมการจุดผางประทีปเป็นพุทธรูปในเทศกาลยี่เป็งว่าเป็น
 สัญลักษณ์ของตีนแม่กาเผือกและการอธิบายความหมายของตุงให้สัมพันธ์กับความเชื่อเรื่องพระเจ้าห้า
 พระองค์ซึ่งคติความเชื่อนั้นจะมีอิทธิพลต่อความศรัทธาของชาวไทลื้อเป็นอย่างมากซึ่งสามารถพบเห็น
 จากภาพจิตรกรรมฝาผนังในวัดวิหารไทลื้อที่นิยมวาดเล่าเรื่องแม่กาเผือกตลอดจนภาพพระอดีตพุทธ
 จำนวน 5 องค์ปรากฏอยู่เสมอ (ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล, 2551)

4. พิธีกรรมของชาวไทลื้อ

คติความเชื่อที่มีอยู่ภายในใจของบุคคลและมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ โดยที่ความ
 เชื่อเหล่านี้อาจเกิดจากประสบการณ์ส่วนตัว การศึกษา ความเชื่อของครอบครัวหรือวัฒนธรรมและ
 อื่นๆ คติความเชื่อสามารถมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลได้โดยตรงโดยเชื่อมั่นในคติความเชื่อของ
 ตนเองจะช่วยส่งเสริมให้มีความมั่นคงในการกระทำแต่อย่างไรก็ตามความเชื่อบางอย่างอาจไม่
 สมเหตุสมผลหรือเป็นอันตรายและอาจมีผลกระทบต่อคนอื่น ๆ หรือสังคมโดยรวม

คติความเชื่อ (Belief) คือ ความเชื่อที่มีอยู่ในจิตใจของบุคคลหรือกลุ่มคนซึ่งมีผลต่อการคิด
 และพฤติกรรมของพวกเขา คติความเชื่ออาจมีต้นกำเนิดมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้จาก
 สิ่งต่างๆ ในชีวิต การถ่ายทอดความเชื่อจากบุคคลอื่นหรืออาจเกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่เป็นธรรมชาติ
 คติความเชื่อสามารถมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของบุคคลหรือกลุ่มคนในทางที่ดีหรือไม่ดี โดยคติ
 ความเชื่อที่ดีอาจส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น ในขณะที่คติความเชื่อที่ไม่
 ดีอาจส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมหรือทำให้เกิดความเสียหายต่อตนเองและผู้อื่นได้ด้วย การ
 เปลี่ยนแปลงคติความเชื่อสามารถทำได้โดยการเรียนรู้และได้รับข้อมูลใหม่ๆ ที่มีความสอดคล้องกับ
 ความจริง การมีความเป็นกลางในการพิจารณาข้อมูล และการศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่มีความ

น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงคติความเชื่อไม่ใช่เรื่องง่ายและต้องใช้เวลาในการปรับตัว และเปลี่ยนแปลงเองด้วยการพัฒนาจิตใจและการเรียนรู้ใหม่ๆ

เนื่องจากชาวไทลื้อมีความเชื่อถ้อยคำที่จัดพิธีและความเชื่อในสิ่งที่มีอำนาจเหนือธรรมชาติที่สามารถแสดงพลังแห่งนามธรรมอันสูงสุด และความศรัทธาในพระพุทธรูปศาสนาของชาวไทลื้อซึ่งเป็นความเชื่อที่มีมาช้านานจนถึงปัจจุบันแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแต่รากฐานของความเชื่อของชาวไทลื้อก็ยังคงอยู่โดยเฉพาะชาวไทลื้อรุ่นเก่า ความเชื่อในเรื่องผีและบาปบุญคุณโทษจึงทำให้เกิดพิธีกรรมต่างๆ ขึ้นมา ความเชื่อและพิธีกรรมมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของชาวไทลื้อมาก การนับถือผีจึงเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตบ้านคลองเมืองของชาวไทลื้อและการเลี้ยงผีเทวดาบ้านซึ่งทุกปีชาวไทลื้อจะต้องเลี้ยงผีเทวดาเมืองทุกปีด้วยควาย อัตลักษณ์ทางพิธีกรรมของชาวไทลื้อ จังหวัดพะเยา จึงประกอบไปด้วย แนวคิดของพิธีกรรม ความเชื่อรูปแบบและข้อบัญญัติของพิธีกรรม ภาษา ตลอดจนสัญลักษณ์เฉพาะที่แสดงถึงกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ นอกจากนั้นเมื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของพิธีกรรมจึงพบว่าเป็นกระบวนการสานสัมพันธ์ระหว่างชาวไทลื้อกับพลังจากนามธรรมอันสูงส่งผ่านผู้ประกอบพิธีตัวบททาง วรรณกรรมและอุปกรณ์ประกอบพิธี (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561) ชาวไทลื้อจะนับถือพุทธศาสนาควบคู่ไปกับการนับถือผีโดยมีความเชื่อในเรื่องของบุญบาป ภูผาและกรรมเวรตามหลักธรรมของพระพุทธศาสนาและมีการเคารพบูชาผีบรรพบุรุษซึ่งเป็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไทลื้อ (เอื้อมพร ทิพย์เดช, 2556) แนวคิดของพิธีกรรมที่ต้องการให้สิ่งที่มีอำนาจเหนือธรรมชาติพึงพอใจตลอดทั้งเป็นการ สร้างขวัญและกำลังใจให้แก่ผู้เข้าร่วมพิธี รูปแบบของพิธีกรรมที่มีขั้นตอนและกระบวนการจัดพิธีที่เป็นระบบกับทั้งมีข้อบัญญัติแห่งพิธีกรรมที่เป็นแนวปฏิบัติกำหนดไว้ พิธีกรรมจึงเป็นกระบวนการสานสัมพันธ์ระหว่างชาวไทลื้อกับพลังจากนามธรรมอันสูงส่งผ่านผู้ประกอบพิธีซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างชาวไทลื้อกับพลังจากนามธรรมผ่านตัวบททาง วรรณกรรมและอุปกรณ์ประกอบพิธี ซึ่งลักษณะของพิธีกรรมนับเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อ เชียงคำ จังหวัดพะเยา (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561: 182-186) พิธีกรรมของชาวไทลื้อประกอบไปด้วย

4.1 พิธีกรรมเลี้ยงผีและประเพณีทางพุทธศาสนา

ชาวไทลื้อส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธนิกายเถรวาท ซึ่งเป็นศาสนาดั้งเดิมที่นับถือกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษชาวไทลื้อมีการส่งเสริมหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาและสนับสนุนให้คนในชุมชนได้นำหลักคำสอนพระพุทธศาสนาเป็นหลักในการดำเนินชีวิต ขณะเดียวกันชาวไทลื้อก็มีความเชื่อในพลังนามธรรมจึงทำให้เกิดพิธีกรรมต่างๆ ขึ้น เช่น พิธีไหว้ผีเรือน ผีตระกูล พิธีบูชาข้าวขวัญข้าว มีพิธีไหว้ไ้บ้าน-ใจเมือง พิธีบวงสรวงเสื้อบ้าน เสื้อเมือง พิธีบายศรีสู่ขวัญ และพิธีสืบทอดตา เป็นต้น แสดงให้เห็น

ว่าความเชื่อเรื่องผีก็ยังคงสืบทอดมาแม้ว่าจะนับถือพุทธศาสนาแล้วก็ตาม จึงทำให้มีวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาด้วยเชื่อมโยงไปยังความเชื่อต่างๆ เช่น การห้ามบุคคล ไม่ได้นับถือผีเดียวกัน (หรือไม่ใช่ญาติ) หรือแขกที่มาเยี่ยมเข้าไปห้องนอนของเจ้าบ้านโดยเด็ดขาดเพราะห้องนอนจะเป็นที่สถิตของผีครู ผีเรือน ผีเจ้าเมืองที่ทำหน้าที่ดูแลปกป้องรักษาบ้าน ซึ่งถ้าหากมีเหตุการณ์ไม่ปกติต้องบวงสรวงด้วยวัว ควาย หมู เป็ด หรือไก่ การบวงสรวงผีเรือนจะกระทำหลังจากบวงสรวงผีเจ้าเมือง การบวงสรวงนั้นก็จะบวงสรวงด้วยไก่สีดำ ไช้ไก่ ผ้าย เทียนเหลืองหรือขี้ผึ้งซึ่งผู้หญิงจะเป็นคนกระทำ (มิ่งมกล หงขวางค์, 2556: 9) ผีอารักษ์ทุกชั้นตั้งแต่ระดับครัวเรือน หมู่บ้านไปจนถึงระดับเมืองชาวไทลื้อจึงเชื่อว่าจะต้องมีหอผีเป็นที่สถิตและมีพิธีกรรมเลี้ยงผีให้อิ่มหนำสำราญชาวไทลื้อเรียกว่า “เข้ากำ” ซึ่งชาวไทลื้อเชื่อว่าการเลี้ยงผีจะทำให้มีการคุ้มครองให้อยู่ดีกินดีมีความสุข (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551: 104) พิธีเลี้ยงผีเป็นพิธีกรรมที่เกิดจากความเชื่อของชาวไทลื้อที่ว่าผีและสิ่งที่มีอำนาจเหนือธรรมชาติมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของชาวไทลื้อ ประกอบกับคุณลักษณะกตัญญูต่อบรรพบุรุษผู้ล่วงลับไปแล้วที่แฝงอยู่ในสายเลือดของชาวไทลื้อจึงทำให้มีพิธีกรรมการเลี้ยงผีขึ้นเป็นประจำทุกปี ทั้งที่เป็นสายเลือดโดยตรงและการสืบสายเลือดทางชาติพันธุ์ ที่ได้ปกป้องคุ้มครองให้ลูกหลานรอดพ้นจากภัยอันตรายและภัยพิบัติทั้งหลาย (เปรมวิทย์ วิวัฒนเศรษฐ์, 2561: 180) พิธีกรรมการเลี้ยงผีจึงได้สืบทอดและถือปฏิบัติต่อเนื่องกันมากลายเป็นประเพณีที่ต้องปฏิบัติของชาวไทลื้อถึงแม้ว่าโลกจะเปลี่ยนแปลงไปรวดเร็วเป็นโลกที่มีเหตุและผลสามารถพิสูจน์ในด้านเทคโนโลยี แต่ความเชื่อเรื่องผีก็ยังคงฝังลึกอยู่ในวิถีชีวิตของชาวไทลื้อ



ภาพที่ 3 การเลี้ยงผีอารักษ์ของชาวไทลื้อ

ที่มา : <https://www.facebook.com / ไทลื้อ/ ไตลื้อ Tai Lue> (1 กรกฎาคม 2555)



ภาพที่ 4 ประเพณีจุลกฐินของชาวไทลื้อ

ที่มา : <https://www.facebook.com / ไทลื้อ/ ไตลื้อ Tai Lue> (17 พฤศจิกายน 2564)

ประเพณีทางพุทธศาสนาของชาวไทลื้อเกิดขึ้นมาจากการสืบทอดที่มีมาช้านานและด้วยความศรัทธาเลื่อมใสในพระพุทธศาสนาที่ผสมผสานกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไทลื้อ จึงทำให้ประเพณีที่มีความเกี่ยวข้องกับทางพุทธศาสนาขึ้น ได้แก่ ประเพณีการตานธรรมหลวง (มหาชาติ) ประจำปี ซึ่งเป็นประเพณีที่จัดให้มีการฟังพระธรรมเทศนาที่เป็นชาดกและมหาเวสสันดรชาดก มีการทำบุญถวายพระธรรมคัมภีร์ชาดกเรื่องราวต่างๆ การถวายเครื่องไทยทานและวัตถุทานทั้งนี้เพื่ออุทิศให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว ประเพณีจุลกฐิน ประเพณีปอยหลวงและประเพณีปีใหม่เมือง(สงกรานต์) ซึ่งประเพณีดังกล่าวเป็นประเพณีที่ล้นแล้วแต่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาเป็นประเพณีที่ชาวไทลื้อให้ความสำคัญมาก

พหุณ ปณ จิโต ชีเว



ภาพที่ 5 การदानธรรมหลวงของชาวไทลื้อ

ที่มา : http://www.clm.up.ac.th/project/local_database/read.php?record=112

(17 พฤศจิกายน 2564)

4.2 ผู้ประกอบพิธีและผู้เข้าร่วมพิธี

ผู้ประกอบพิธีส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่เคยบวชเรียนและการฝึกปฏิบัติทางจิตหรือเข้าการถึงศีล ปัญญา สามธิและพระธรรมวินัยจนเชื่อว่าเป็นผู้ที่มีคุณธรรมจริยธรรมและสามารถติดต่อกับพลังนามธรรมได้ ในการประกอบพิธีทุกคนในงานพิธีกรรมจะเชื่อและให้ความสำคัญกับผู้ประกอบพิธีหรือเชื่อว่าผู้ประกอบพิธีกรรมคือร่างทรงของผีต่างๆ ผู้ประกอบพิธีส่วนใหญ่จะแต่งกายหรือมีส่วนประกอบของเครื่องแต่งกาย ตลอดทั้งใช้อุปกรณ์พิธีที่แสดงถึงสัญลักษณ์หรือความเชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อได้อย่างชัดเจน (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561)

ผู้นำพิธีในงานประเพณีส่วนใหญ่จะเป็นผู้นำฝ่ายสงฆ์ซึ่งบทบาทผู้นำชาวไทลื้อด้านผู้นำฝ่ายสงฆ์มีบทบาทในการวางแผนและส่งเสริมประเพณีและพิธีกรรมอย่างต่อเนื่องส่วนแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมควรพัฒนาเป็นหลักสูตรและส่งเสริมการวิจัยสำหรับผู้นำฝ่ายฆราวาสมีบทบาทในการส่งเสริมให้ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการและเอกชน (พระครูสุภัทรพรหมคุณ, 2564) จะเป็นผู้นำในงานประเพณีที่มีความเกี่ยวข้องกับทางพุทธศาสนา

ผู้เข้าร่วมพิธี เป็นบุคคลที่มีความศรัทธาและมีความเชื่อมั่นในพลังนามธรรมว่าสามารถบันดาลผลได้ตามความสมปรารถนา ผู้เข้าร่วมพิธีกรรมหรือประเพณีของชาวไทลื้อมีทั้งบุคคลภายในพื้นที่คือชาวไทลื้อในชุมชนและบุคคลภายนอกคือบุคคลภายนอกพื้นที่ซึ่งอาจจะเป็นชาวไทลื้อต่างพื้นที่หรือนักท่องเที่ยว ซึ่งในพิธีกรรมการเล่นผีของชาวไทลื้อนั้นเดิมมีข้อห้ามมิให้บุคคลภายนอก

พื้นที่เข้าร่วมหรือเข้ามาในพื้นที่ที่จัดงานพิธีกรรมแต่ปัจจุบันข้อห้ามดังกล่าวได้มีการยืดหยุ่นให้บุคคลภายนอกสามารถเข้ามาสังเกตการณ์ได้แต่ไม่สามารถเข้าร่วมพิธีกรรมได้ แต่ถ้าเป็นประเพณีต่างๆ โดยเฉพาะประเพณีเกี่ยวกับงานบุญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางศาสนาบุคคลภายนอกสามารถเข้าร่วมประเพณีนั้นได้ เช่น ประเพณีสงกรานต์ตุง ประเพณีจุลลัน ประเพณีตานธรรมหลวง ประเพณีสืบชะตา เป็นต้น

พิธีกรรมต่างๆ ที่ชาวไทลื้อในจังหวัดพะเยาจัดขึ้นแม้จะจัดขึ้นในบริบทที่ต่างกันทั้งในเรื่องผู้ประกอบพิธี เวลาและสถานที่จัดพิธีแต่โครงสร้างในองค์รวมของแต่ละพิธีจะคล้ายคลึงกันทั้งในเรื่องอุปกรณ์ประกอบพิธีและขั้นตอนการประกอบพิธี ส่วนรายละเอียดต่างๆ ซึ่งอาจจะเป็นชนิดหรือลักษณะของอุปกรณ์ประกอบพิธีที่แตกต่างไปบ้าง เช่น สีของดอกไม้ บางแห่งระบุว่าต้องใช้สีขาวในขณะที่ไทลื้อบางพื้นที่ไม่ระบุสี เครื่องบูชาที่บางแห่งระบุว่าใช้ไก่ตัวผู้กับตัวเมียแต่บางแห่งไม่ระบุเพศ ฯลฯ สำคัญเพียงแต่ขอให้สิ่งเหล่านั้นครบตามประเภทหรือจำนวนที่ใช้ในพิธีกรรมนั้นๆ เท่านั้น (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561: 181) ดังนั้นโครงสร้างโดยรวมของพิธีกรรมของชาวไทลื้อ เชียงคำ จังหวัดพะเยา ที่จัดขึ้นล้วนเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อทั้งสิ้น

4.3 อุปกรณ์ประกอบและเครื่องสักการบูชา

อุปกรณ์ประกอบพิธีเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบพิธีกำหนดขึ้นเพื่อแสดงหรือบ่งบอกถึงความประสงค์ของผู้ประกอบพิธีหรือเพื่อเป็นเครื่องบูชาพลังนามธรรมนั้นๆ อุปกรณ์ประกอบพิธีกรรมถูกทำขึ้นเพื่อถวายแด่พลังนามธรรม เป็นสิ่งที่ดีที่สุดในที่สร้างขึ้นด้วยความตั้งใจ และเป็นสิ่งที่พลังนามธรรมเกิดความพอใจบันดาลให้มนุษย์สมดังปรารถนา

เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์ (2561) ได้สรุปว่า พิธีกรรมของชาวไทลื้อเปรียบเสมือนกระบวนการในการสื่อสารระหว่างชาวไทลื้อกับพลังนามธรรมโดยมีผู้ประกอบพิธีกรรมทำหน้าที่ในการเชื่อมความสัมพันธ์ผ่านตัวบททางวรรณกรรมและอุปกรณ์ประกอบพิธี และได้สรุปว่าการแสดงออกผ่านทางพิธีกรรมซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่สร้างเพื่อแสดงความเหมือนของชนชาติไทลื้อได้แก่ 1) แนวคิดของพิธีกรรมที่ต้องการให้สิ่งมีอำนาจพึงพอใจและทำให้ผู้เข้าร่วมมีกำลังใจ 2) ความเชื่อในเรื่องฤกษ์ยามที่จัดพิธีและความเชื่อในสิ่งที่มีอำนาจเหนือธรรมชาติ 3) รูปแบบพิธีกรรมที่มีขั้นตอนกระบวนการที่เป็นระบบมีแนวปฏิบัติ 4) ผู้ประกอบพิธี การแต่งกายหรือส่วนประกอบเครื่องแต่งกาย ตลอดจนอุปกรณ์ประกอบพิธีที่แสดงถึงสัญลักษณ์หรือความเชื่อของชาวไทลื้อ 5) ภาษาที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมคือภาษาไทลื้อและภาษาบาลีที่ออกเสียงเป็นสำเนียงไทลื้อ (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561: 185-186)

ผ้าทอบางอย่างจะเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์ไปตามยุคสมัย แต่ก็ยังคงรูปแบบและลักษณะแบบดั้งเดิมของผ้าทอที่ใช้ในพระพุทธศาสนาของชาวไทลื้อเชียงคำที่ยังคงมีเอกลักษณ์อยู่หลายอย่าง เช่น ผ้ามุงบน ผ้ามุงสังฆะ และผ้าเช็ดน่อง เป็นต้น ซึ่งดุงไทลื้อหรือดุงปราสยังคงรูปแบบและลักษณะดั้งเดิมอยู่มากยังคงสร้างงานด้วยการทอมือโดยใช้กี่พื้นบ้าน ถึงแม้ว่าดุงผ้ารูปปราสาทจะมีราคาแพงและทอได้ยากแต่ด้วยความปรารถนาในภพภูมิที่ดีจึงยังมีความนิยมถวายเป็นอยู่จนถึงปัจจุบัน

นอกจากนี้เนื่องด้วยด้วยคติความเชื่อ และความศรัทธาในพระพุทธศาสนาของชาวไทลื้อเชียงคำกับคติความเชื่อเรื่องการให้ทานอันถือเป็นการสร้างและสะสมบุญกุศลให้แก่ตนเอง พร้อมทั้งคติความเชื่อเรื่องการอุทิศกุศลให้แก่ญาติพี่น้องที่ล่วงลับไปแล้วเหล่านี้ ล้วนเป็นคติความเชื่อทางพระพุทธศาสนาที่ยังคงมีอิทธิพลต่อชาวไทลื้อเชียงคำอย่างมั่นคง ดังเช่น การตานดุงในประเพณีสงกรานต์ การทานห่อผ้าหรือมณฑกในประเพณีตานธรรม การตานผ้าเช็ดน่องหรือดุงผ้าในประเพณีตานก๋วยสลาก เป็นต้น และเห็นได้ชัดว่าชาวไทลื้อเชียงคำ สร้างขึ้นเพื่อเป็นพุทธบูชา ธรรมบูชาและสังฆบูชาดังปรากฏเป็นผ้าทอในพระพุทธศาสนา ต่างๆ มากมายโดยเฉพาะดุงปราสาทอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อ ยังพบว่ามีถวายเป็นพุทธบูชาและถวายเป็นบุญกุศลไว้ถวายภาคหน้า ปรากฏแขวนอยู่เต็มพระวิหารในวัดของชาวไทลื้อเชียงคำ ซึ่งคติความเชื่อที่ว่าดุงจะช่วยดึงดูดผู้ถวายให้พ้นจากนรกไปสู่สวรรค์ที่ดั่งใจได้นั้นก็ยังคงมีอิทธิพลต่อจิตใจของชาวไทลื้อเชียงคำอย่างยิ่ง ทำให้เห็นอย่างชัดเจนว่าชาวไทลื้อเชียงคำนั้นยังมีความศรัทธาในพระพุทธศาสนาที่มั่นคงมาก ดังปรากฏเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีทางพระพุทธศาสนาต่าง ๆ ที่จัดขึ้นตลอดทั้งปีและยังพบว่า จำนวนผ้าทอถูกสั่งซื้อจำนวนมากเพื่อใช้ในพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนา ซึ่งเชื่อว่าตราบใดที่ยังมีช่างทอผ้าเพื่อใช้ในพระพุทธศาสนา และผู้นำของชุมชนยังสนับสนุนผ้าทอไทลื้อที่ใช้ในทางพระพุทธศาสนาก็จะยังคงอยู่และได้รับการฟื้นฟู (อัษฎาภรณ์ ฉัตรนันท์, 2020: 17-18)

เนื่องจากชาวไทลื้อมีความเชื่อว่าการถวายเป็นพุทธบูชาจะทำให้ผู้ที่ล่วงลับไปแล้วพ้นจากนรกจากการเกาะชายของผืนดุงขึ้นสวรรค์เชื่อว่าผู้ที่ล่วงลับไปแล้วจะได้รับสิ่งของพวกนั้น เชื่อในเรื่องของการทำความดีละเว้นความชั่ว จากพลังจากความเชื่อนี้เองจึงทำให้เกิดลวดลายบนผืนดุงที่มีการถ่ายทอดออกมาจากการทอของช่างทอที่สื่อไปด้วยความเชื่อและความศรัทธาในพระพุทธศาสนา การถวายเป็นพุทธบูชาจึงทำให้ผู้ที่ถวายมีความสุขซึ่งความสุขนี้จึงเป็นความงามที่สร้างมาจากความพึงพอใจและความเบิกบานในจิตใจของผู้ถวายและช่างทอที่มีความศรัทธาและเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา เมื่อช่างมีความสุขและเพลิดเพลินใจในการสร้างสรรค์ลวดลายบนผืนดุงที่สื่อไปด้วยความหมายต่างๆ ลวดลายบนผืนดุงจึงเป็นความงามจากความเพลิดเพลินใจของช่างดุงในการสร้างสรรค์ (Beauty as the Feeling) ความเชื่อและความศรัทธาของชาวไทลื้อนี้จึงเป็นความงามและมีศิลปะการสร้างสรรค์เข้าไป

เกี่ยวข้องกับธรรมะซึ่งธรรมะที่มีอยู่ในใจคนนั้นจึงเป็นความงามที่บริสุทธิ์ตั้งนั้นธรรมะกับศิลปะจึงเป็นอันเดียวกัน ปราสาทเป็นลักษณะลวดลายที่มีความงามที่เป็นเอกลักษณ์บ่งบอกถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อความศรัทธาและการทำความดีของบุคคลในสมัยนั้น ความงามของลวดลายที่อยู่บนผืนตุงจึงมีลักษณะที่สอดคล้องกับความสัมพันธ์ในความเชื่อและศาสนาของชาวไทยลื้อมาจนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 6 แสดงขบวนแห่หุ่นม้าคำจำลองเจ้าแผ่นดินและหอปราสาทซึ่งตามความเชื่อดวงวิญญาณของเจ้าหม่อมคำลือได้ถูกอันเชิญมาสถิต ณ ปราสาทแก้วนี้ ภาพโดย อ้ายคำเงิน วงศ์เหล็ก
เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2560

ที่มา : (อ้างใน วสันต์ ปัญญาแก้ว, 2563 : 44)



ภาพที่ 7 แสดงขบวนแห่ปราสาทนกหัสติลิงค์ที่มีการนำตุงสามหางมาประดับ

ที่มา : (แปลกเหนือแปลก, 2565)



ภาพที่ 8 แสดงเครื่องครุฑกรรม (สิ่งของเครื่องใช้) ประกอบปราสาทนักษัตรลึงค์
ที่มา : (วัดพันเสา จังหวัดเชียงใหม่, 2565)



ภาพที่ 9 แสดงหมากสุมหมากเบง ประกอบปราสาทนักษัตรลึงค์ทั้ง 4 มุม
ที่มา : (วัดพันเสา จังหวัดเชียงใหม่, 2565)

เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์ (2561) ได้กล่าวว่าปัจจัยที่ทำให้พิธีกรรมแห่งชีวิตชาวไทลื้อที่จังหวัดพะเยา ยังคงดำรงท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบันนั้นมีปัจจัยหลายประการ ประกอบด้วย ความเชื่อที่มีต่อพลังนามธรรม ความภูมิใจที่เป็นชาติพันธุ์ไทลื้อ กระบวนการสร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมให้แก่เยาวชนและบทบาทหน้าที่ของพิธีกรรมที่มีต่อการดำเนินชีวิตของชาวไทลื้อ (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561: 115) พิธีกรรมแห่งของชาวไทลื้อ จังหวัดพะเยา ยังอยู่ในปัจจุบันในท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้

1) พิธีกรรมเป็นผลผลิตจากความเชื่อในพลังจากนามธรรมตามความเชื่อทางศาสนาพุทธและศาสนา พราหมณ์ ความเชื่อเหนือธรรมชาติ ความเชื่อต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากพลังเหนือธรรมชาติ ซึ่งเป็นพื้นฐานความเชื่อดั้งเดิมของชาวไทลื้อมาตั้งแต่โบราณ ชาวไทลื้อมีพิธีกรรมต่างๆ ขึ้นเพื่อแสดงความเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์โดยหวังให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ทำให้ตนสมสมหวัง แม้ว่าไทลื้อมีความเชื่อที่จะเข้าร่วมพิธีกรรมโดยไม่มีเงื่อนไขใด เช่น การจัดพิธีกรรม ทั้งในระดับครอบครัวหรือระดับชุมชน ได้แก่ พิธีเลี้ยงเทวดาหลวงเมืองมาง

2) จากความผูกพันและความภูมิใจในความเป็นชาติพันธุ์ไทลื้อ นี่เองให้ชาวไทลื้อส่วนใหญ่เห็นความสำคัญของพิธีกรรมที่มองว่าเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของไทลื้อ พิธีกรรมยังคงอยู่ในปัจจุบัน

3) ชุมชนไทลื้อได้พยายามที่จะอนุรักษ์วัฒนธรรมของไทลื้อไว้โดยการสร้างองค์ความรู้และถ่ายทอดความรู้ให้เยาวชนได้รับรู้และเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีของชาติพันธุ์ไทลื้อ เช่น การจัดการเข้าร่วมพิธีกรรม การจุไว้ในหลักสูตรในโรงเรียนวัฒนธรรมในท้องถิ่นตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพิธีกรรมแห่งชีวิต อย่างต่อเนื่องซึ่งการสร้างองค์ความรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในท้องถิ่น

4) พิธีกรรมแห่งมืบทบาที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตของชาวไทลื้อ ได้แก่ เป็นสิ่งทำชาวไทลื้อมีความสุขทางใจ มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีของชาวไทลื้อและชาวไทลื้อกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พฤติกรรมแสดงออก ตลอดทั้งพิธีกรรมยังทำหน้าที่แสดงถึงตัวตนในการเป็นไทลื้อ (เปรมวิทย์ วิวัฒนเศรษฐ์, 2561: 121-128)

สรุป

วัฒนธรรมมีรูปแบบที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์หรือบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา การกลมกลืนหรือบูรณาการของกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยอมให้มีการปรับเปลี่ยนบางประการในพิธีกรรม ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาเอกลักษณ์โดยรวมของพิธีกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไว้ให้คนรุ่นหลังได้สืบสานกันต่อไป พิธีกรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อยังคงปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบันท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงเป็นที่น่าสนใจกว่าสิ่งที่ทำให้มีการสืบสานพิธีกรรมเหล่านั้นอยู่นั้นคือ ความเชื่อที่มีต่อนามธรรมที่นับถือ ความภูมิใจในชาติพันธุ์ของตนเองรวมทั้งการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมให้กับรุ่นหลังในชุมชนไทลื้อ พิธีกรรมต่างๆ ของชาวไทลื้อทำให้แสดงถึงชาติพันธุ์นั้นมาจากแนวคิดของความเชื่อ พิธีกรรม รูปแบบและข้อกำหนดของพิธีกรรมซึ่งเมื่อวิเคราะห์พิธีกรรมทางคติชนวิทยา พบว่า พิธีกรรมนั้นเป็นกระบวนการสานสัมพันธ์ระหว่างชาวไทลื้อกับพลังจากนามธรรมอันสูงส่งที่ผ่านผู้ประกอบพิธี ตัวบททางวรรณกรรมและอุปกรณ์ประกอบพิธีที่มีการนำตุ้มมาใช้ในการประกอบประเพณีและพิธีกรรมที่ชาวไทลื้อให้ความสำคัญมาตั้งแต่ในอดีต

บทที่ 3 ตุงไทลื้อในวัฒนธรรมชาติพันธุ์ไทลื้อ

ชาติพันธุ์ไทลื้อมีการสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีต่อกันอย่างยาวนานความสอดคล้องเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของชาวไทลื้อ ในบริบทพิธีกรรมหรือประเพณีโดยจะประกอบไปด้วยเครื่องประกอบพิธีกรรมต่างๆ ซึ่งตุงเป็นสิ่งหนึ่งที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมและการสักการะบูชาในทางพุทธศาสนา ในบทนี้จึงเป็นการศึกษาที่ต่อบัณฑิตผู้ประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาตุงในวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อด้านรูปแบบลวดลาย วัสดุ การผลิต การใช้งาน ความเชื่อและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีโครงสร้างบทที่มีส่วนประกอบ ได้แก่ ความหมายของตุงไทลื้อ ภูมิปัญญาเกี่ยวกับตุงที่กล่าวถึงการถ่ายทอดและกระบวนการทอตุงไทลื้อ ประเพณีและพิธีกรรมที่มีการนำตุงมาใช้ในการประกอบพิธี รวมทั้งตุงกับการเปลี่ยนแปลงทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเชื่อมโยงไปสู่ในบทต่อไป

ความหมาย

“ตุง” เป็นภาษาท้องถิ่นพื้นเมืองทางภาคเหนือ ในภาษาภาคกลางเรียกว่า “ธง” เป็นคำเฉพาะที่ใช้ เรียกผืนผ้ากระดาด ผืนไม้ ผืนโลหะที่มีลักษณะเป็นผืนยาวผืนแคบใช้ห้อยลงมาโดยการผูกกับปลายเสา ความหมายของตุงล้านนามิได้ใช้เพื่อเป็นเครื่องหมายแห่งชัยชนะหรือเหมือนความหมายของ “ธง” ในสากล “ตุง” ในความหมายของชาวล้านนามิมีความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาและประเพณีอื่นเกี่ยวข้องกับชีวิตเป็นสัญลักษณ์ของความดีความเป็นสิริมงคล ตุงเป็นงานพุทธศิลป์ที่ชาวล้านนาทำขึ้นเพื่อบูชาและใช้เป็นเครื่องสักการะถวายเป็นพุทธบูชา และประกอบพิธีทางศาสนา ดังนั้นตุงเป็นสัญลักษณ์ของความดีความเป็นสิริมงคลและเป็นสื่อในการนำวิญญานของผู้ถวายตุงและวิญญานของผู้ล่งลับที่มีผู้ถวายตุงให้ได้ไปสู่สรวงสวรรค์นอกจากนั้นยังใช้ตุงเป็นเครื่องสักการะถวายไว้ในพระพุทธศาสนา (พระปลัดจตุพร วชิรญาณโณและปรุทม บัญศรีตัน, 2565)

อาจารย์สมเจตน์ วิมลเกษม (ครุภูมิปัญญาไทย ด้านภาษาและวรรณกรรม) กล่าวว่า ธงชัยหรือตุงไชย หมายถึง ธงแห่งคุณธรรมเป็นธงชัยที่พระพุทธเจ้าทรงปักไว้เพื่อประกาศชัยชนะของพระพุทธศาสนาที่อยู่เหนือความชั่วร้ายทั้งปวงซึ่งก็คือให้อุบาสก-อุบาสิกาทั้งหลายได้ปักธงชัยอันเป็นสิริมงคลไว้ในกลางใจของตนเองเพื่อให้ชนะเหล่ามารหรือกิเลสตัณหาและ อวิชาทิ้งปวงให้หมดสิ้นไปจากใจจงไว้เพื่อจิตที่บริสุทธิ์เพื่อให้เกิดสังคมที่สงบเอื้ออาทรและเมตตาต่อกัน ลวดลายและอักษรบน

ตุงสะท้อนให้หลุดพ้นจากอบายมุขมุ่งสร้างแต่กรรมดี ให้ความหมายว่า “ถึงแม้ตายเราก็ไม่พราจากกัน”

ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล (2551) ได้กล่าวว่า ตุง คือ”ทุง” หรือ “ธง” ที่เป็นแบบห้อยยาวจากบนลงล่างใช้แขวนในวิหารของวัดเป็นตุงที่ทำจาก ผ้า กระดาษ ธนบัตร เป็นต้น โดยมีขนาดรูปทรงตลอดจนการตกแต่งที่ต่างกันไปตามระดับความเชื่อความศรัทธาและฐานะของผู้ที่ถวาย(ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล, 2551 : 110)

เนตรชนก แดงทับทิม (2564) ได้กล่าวว่า ตุง คือวัตถุศิลปกรรมที่ปรากฏใช้ในหลายหน้าที่และหลายโอกาสทั้งงานมงคลและอวมงคลแม้ว่าการใช้งานจะเกี่ยวข้องกับการอุทิศให้แก่ผู้ล่วงลับไปแล้วจนไปเป็นวัตถุเพื่อปกป้องจากผลกระทบที่ร้ายแรง สำหรับการนำตุงเพื่อไปใช้งานสักการบูชาก็ยังปรากฏอยู่โดยมีความหมายที่เป็นมงคลถึงแม้ว่าจะถูกนำไปใช้ในงานอวมงคล (เนตรชนก แดงทับทิม, 2564)

ภูมิปัญญาตุงไทลื้อ

1 การถ่ายทอดภูมิปัญญา

การทอตุงไทลื้อมีขั้นตอนที่ละเอียดและใช้ระยะเวลาทำให้ได้กรุ่นใหม่ไม่มีความพยายามที่จะเรียนรู้ถึงแม้ว่าชุมชนจะพยายามที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ที่มีการถ่ายทอดจากการสังเกตจากคำพูดและมีการทำให้ดูเป็นตัวอย่างแต่ไม่ได้มีการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือการนำเสนอเป็นภาพเคลื่อนไหว ช่างทอตุงที่ยังคงอยู่ก็ได้รับการถ่ายทอดจากรักจามาจากคนรุ่นแม่ฝึกทำลองผิดถูกโดยมีคนในครอบครัวเป็นผู้แนะนำ จากการคลุกคลีมาตั้งแต่เด็กจึงทำให้การขึ้นลายทอตุงจึงไม่ยากนัก ปัจจุบันการถ่ายทอดภูมิปัญญาตุงไทลื้อต้องประสบปัญหาซึ่งมีสาเหตุมาจากปัจจัยดังนี้

1.1 ขาดผู้สืบทอดการทอตุงไทลื้อ เนื่องจากต้องใช้เครื่องมือในการทอเป็น มีทักษะและใช้เวลาในการทอ จึงต้องการความอดทนในการเหยิบก็ ความปราณีตปราณีตในการขึ้นลายต่างๆ การเดินด้ายพุ่ง การนับไม้ขัดลายที่ใช้เป็นตัวกำหนดลายให้ไปในทิศทางเดียวกันซึ่งช่างทอจำเป็นต้องรู้ถึงความหมายของลวดลายต่างๆ โดยเฉพาะลวดลายปราสาทและการเลือกใช้สี

1.2 สภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจซึ่งมีรายได้เป็นตัวกำหนดเนื่องจากการทอตุงต้องใช้เวลาทำให้ตุงมีราคาสูงขึ้นแต่ก็เทียบไม่ได้กับรายได้จากการทอตุงก็ยังไม่ตอบสนองกับการบริโภคจึงทำให้คนรุ่นใหม่นิยมที่จะไปทำงานในเมืองหรือต่างจังหวัดที่มีรายได้มากกว่า

1.3 ถึงแม้ว่าในชุมชนจะพยายามที่จะการอนุรักษ์การทอผ้าไว้โดยการจัดเข้าไปอยู่ในหลักสูตรการเรียนการสอนในโรงเรียนภายในชุมชนแต่ก็เป็นเพียงระยะเวลาอันสั้น และไม่มีการปฏิบัติต่อเนื่องจึงทำให้ครูอย่างผิวดินและทำให้นักเรียนรู้สึกว่าเป็นเรื่องยาก (ปวีตริ อังกุลดี, 2556)

2.กระบวนการทอตุ่งไทลื้อ

การที่จะผลิตตุ่งไทลื้อออกมาเป็นผืนนั้นต้องผ่านกระบวนการต่างๆ ได้แก่ ขั้นตอนการเตรียมด้าย การนำด้ายขึ้นก็การทอจนไปถึงอุปกรณ์ที่ใช้ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นซึ่งอุปกรณ์หรือขั้นตอนบางอย่างมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์และความพร้อมในปัจจุบัน

2.1 วัสดุและอุปกรณ์

2.1.1 เส้นด้ายที่ใช้ในการทอผืนตุ่งคือ เส้นด้ายจากฝ้ายมีทั้งการทำเส้นฝ้ายเองกับการซื้อเส้นฝ้ายสำเร็จที่ทอเป็นเส้นแล้วมาทำแล้วแต่ช่างทอแต่ละคนซึ่งต่างจากอดีตที่ผู้หญิงชาวไทลื้อทุกคนที่ทอผ้าจะต้องทำทุกขั้นตอนจนไปถึงการทอผ้า

2.1.2 กี่ทอมือ ประกอบด้วยเสา 4 ต้น มีรางหูกหรือรางกี่ 4 ด้าน ทั้งด้านบนและด้านล่าง เสาแต่ละด้ามมีไม้ยึดติดกันนิยมใช้กันมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 10 กี่ทอมือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติไทลื้อ ณ วัดธาตุสบแวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2564)

2.1.3 กระสวยและหลอดด้าย ใช้บรรจุหลอดเส้นด้ายพุ่ง ทำจากไม้เนื้อแข็งมีน้ำหนักพอประมาณจะได้ไม่พลิกเวลาพุ่งกระสวย มีความสั้นและไม่มีเสี้ยน ขนาดกว้างประมาณ 3 เซนติเมตร ยาวประมาณ 20 เซนติเมตร เจาะรูตรงกลาง ทำปลายทั้งสองด้านให้มนเล็กน้อย เพื่อให้ลอดผ่านเส้นด้ายยืนได้ง่าย



ภาพที่ 11 กระสวยและหลอดด้าย

ที่มา : (<https://www.masasom.com/category/41/ผลิตภัณฑ์จากไม้/กระสวยทอผ้า>)
(6 กรกฎาคม 2565)

2.1.4 ไม้ด้ามเก็บดอกหรือไม้ขีดใช้สำหรับคัด เป็นอุปกรณ์สำหรับผ้าขีดไม้หลายใช้จัดแยกด้ายยืนขณะทอ ไม้สอดใช้เก็บลาย



ภาพที่ 12 ไม้ด้ามเก็บดอกหรือไม้ขีด

ที่มา : (ปวีตริ อังกุลดี, 2556)

2.1.5 ฟืมหรือฟันทวี มีฟืนเป็นซี่คล้ายหวีใช้สำหรับสอดเส้นด้ายยืนเพื่อจัดเส้นด้ายให้อยู่ห่างกันและใช้กระทบด้ายเส้นพุ่งให้สานชิดกับด้ายเส้นยืนที่อัดแน่นเป็นเนื้อผ้า ฟันฟืมอาจจะทำด้วยไม้ มีขนาดฟืม 50 หรือ 60 หลบ เพราะช่างทอสามารถที่จะนำไปใช้ทอสิ่งทออื่นๆ ด้วยนอกจากตุ่ง แต่ละหลบมี 40 ช่องฟัน แต่ละช่องจะสอดเส้นด้ายยืน 2 เส้น



ภาพที่ 13 ฟืม

ที่มา : <https://www.masasom.com/category/38/ผลิตภัณฑ์จากไม้/ฟืมทอผ้า>
(6 กรกฎาคม 2565)

2.1.6 ตะกอหรือเขาหูก คือ เชือกทำด้วยด้ายไนลอนที่ร้อยคล้องเส้นด้ายยืน เพื่อแบ่งเส้นด้ายเป็นหมวดหมู่ตามที่ต้องการเมื่อยกตะกอขึ้นก็จะดึงเส้นด้ายยืนเปิดเป็นช่องสามารถพุ่งกระสวยเข้าไปให้เส้นด้ายพุ่งสานชิดกับเส้นด้ายยืนได้ เวลาสอดเส้นด้ายยืนต้องสอดสลับกันไปเส้นหนึ่งเว้นเส้นหนึ่ง และมีเชือกผูกตะกอแขวนไว้กับโครงที่ด้านบนสามารถเลื่อนไปมาได้ ส่วนด้านล่างผูกเชือกติดกับไม้เหยียบ เมื่อต้องการดึงแยกเส้นด้ายให้เป็นช่องจะใช้เท้าเหยียบที่ไม้เหยียบทำให้ตะกอเลื่อนขึ้น-ลง เกิดเป็นช่องสำหรับใส่เส้นด้ายพุ่ง เมื่อทอผ้าเป็นลวดลายจะต้องใช้ตะกอและไม้เหยียบจำนวนหลายอัน

พูน ปณ จิต ชีเว



ภาพที่ 14 ตะกอหรือเขาหูก

ที่มา : http://culturenongboubbru.blogspot.com/2018/03/blog-post_54.html

(6 กรกฎาคม 2565)

2.1.7 ไม้เหยียบหรือคานเหยียบ คือ ไม้ 2-4 อัน ขึ้นกับจำนวนเขาหรือตะกอ โดยไม้เหยียบนี้จะผูกเชือกเชื่อมโยงกับเขาหูกเพื่อใช้สำหรับเหยียบดึงเขาหูก 2-4 ดับ ให้รังเส้นด้ายยืนขึ้นหรือลงสลับกันและเปิดช่องว่างให้กระสวยพุ่งผ่านดินพื้จะมีลักษณะกลมยาวประมาณ 1.5-2 เมตร และจะวางขวางกับโครงหูก



ภาพที่ 15 ไม้เหยียบหูก

ที่มา : http://culturenongboubbru.blogspot.com/2018/03/blog-post_54.html

(6 กรกฎาคม 2565)

2.2 เทคนิคที่ใช้ในการทอผ้าของไทลื้อ

ผ้าทอไทลื้อถูกถ่ายทอดออกมาอย่างสวยงามด้วยการทอด้วยเทคนิคที่หลากหลายออกมาเป็น สิ่งทอที่ใช้ในชีวิตประจำวันกับสิ่งทอที่ใช้สำหรับความเชื่อหรือสักการะทางพระพุทธศาสนา เทคนิคที่ ชาวไทลื้อใช้ในสิ่งทอ มีดังนี้

2.2.1 “เกาะ หรือ ล้วง” เป็นเทคนิคที่นิยมใช้ทอผ้าขึ้นซึ่งพบที่หลวงน้ำทา อุดมไชย บ่อแก้ว และไชยบุรีในประเทศ สปป.ลาว สำหรับในประเทศไทยมักพบที่น่าน เชียงรายและพะเยา แต่ไม่พบ เทคนิคนี้ที่สิบสองปันนาเลย เทคนิคนี้อาจดัดแปลงพัฒนาเป็นลายอื่นๆ เรียกว่าลายผักแว่น ลาย จรวด ฯลฯ เป็นต้น การทอแบบเกาะเป็นการทอให้เกิดลวดลายโดยใช้เส้นด้ายพุ่งธรรมดาหลายสีพุ่ง ย้อนกลับไปมาเป็นช่วงๆ ทอด้วยการขัดสานธรรมดาแต่จะมีการเกาะเกี่ยวและผูกเป็นห่วงรอบด้าย เส้นยืนเพื่อยึดเส้นพุ่งแต่ละช่วงไว้ ชาวไทลื้อบางแห่งเรียกเทคนิคนี้ว่า คล้องหรือล้วง บางแห่งใช้วิธีเห ยิบไม้บังคับเขาแล้วใช้นิ้วสอดด้ายเส้นพุ่งจึงเรียกลายที่เกิดจากการเกาะและเหียบไม้ว่า “ดอกย่าแป” ลวดลายที่เกิดจากเทคนิคนี้คล้ายกันมากับลวดลายจากการขีดและจกแทบจะแยกไม่ได้เลย

2.2.2 “ขีด” เป็นเทคนิคการทำลวดลายด้วยวิธีการเพิ่มเส้นด้ายพุ่งพิเศษเข้าไปเหมือนกับการจก โดยจะพุ่งด้ายจกริมผ้าด้านหนึ่งไปยังอีกด้านหนึ่ง การคัดเก็บยกเส้นด้ายยืนพิเศษต่างจากการ จกคือเป็นการสอดเส้นด้ายพุ่งพิเศษเฉพาะจุดหรือเป็นช่วงๆ หรือทำให้เกิดเป็นลวดลายโดยสอด เส้นด้ายพุ่งไปตลอดแนวของความกว้างของหน้าผ้าทำให้เกิดลายขีดในแต่ละแถวเป็นลายขีดสีเดียวกัน การทอผ้าลายขิดนี้ชาวไทลื้อจะเรียกว่า “เก็บดอก” หรือ “เก็บมุก” ซึ่ง “มุก” ในภาษาไทลื้อหมายถึง ลวดลายที่นูนขึ้นมา เปรียบเหมือนผ้าที่มีการปักดอกที่ลวดลายขิดแต่ละลายจะนูนลอยออกมาบนพื้น ผ้า ลวดลายขิดส่วนใหญ่เป็นลวดลายที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและความเชื่อ เช่น ลายช้าง ลายม้า ลายพญานาค ลายดอกแก้ว ลายดอกจันทร์ ลายขอ ลายสิงห์ ลายหอบปราสาท เป็นต้น ลายขิดเป็นลายชาวไทลื้อนิยมทอผ้าขิดเพื่อทำเป็นของใช้ในครัวเรือน เช่น พูก (สลี) ผ้าปูที่นอน (ผ้าหลบ) และหมอน การทอเพื่อใช้ในพระพุทธศาสนา เช่น ผ้าห่อคัมภีร์และตุ้มผ้าไทลื้อ

2.2.3 “จก” เป็นเทคนิคการทอที่ทำให้ผ้าเกิดลวดลายโดยการเพิ่มด้ายเส้นพุ่งพิเศษโดยใช้ นิ้วมือ ไม้หรือขนหมั่นหรือเหล็กแหลมสอดควักนับด้ายเส้นยืนตามแต่ลวดลายในแต่ละแถว แล้วสอดด้วย เส้นพุ่งพิเศษที่เตรียมไว้ทำให้เกิดลวดลายเฉพาะจุดหรือเป็นช่วงๆ และช่างทอใช้ทอกลับสีได้หลากสี ตามภูมิปัญญา ความชำนาญและจินตนาการที่เกิดจากธรรมชาติโดยรอบเป็นการจกลวดลายที่ ค่อนข้างถี่แน่น เมื่อจกครบแถว ให้พุ่งกระสวย 1 ครั้ง แล้วกระทบฟืมการจกเป็นการจกแบบ “คว่ำ ลายลง” คือจกด้านหลังของผ้า และใช้วิธีการผูกเก็บปม เส้นพุ่งพิเศษด้านบน โดยต้องผูกเก็บเส้นด้าย เรียบร้อยเป็นระเบียบสวยงามไม่มีเส้นด้ายไขว้ไปมา ผ้าที่ได้จะมีลวดลายแน่นเรียบคล้ายกันทั้ง

ด้านหน้าและด้านหลังสามารถใช้ผ้าได้ทั้งสองด้าน ซึ่งต่างจากการขีดที่ใช้เส้นด้ายพุ่งพิเศษสีเดียวพุ่งตลอดหน้ากว้างของผ้า

2.2.4 “มัดหมี่ หรือ มัดก่าน” เป็นเทคนิคที่ต้องมัดเส้นด้ายก่อนที่จะนำไปย้อมสี ชาวไทลื้อใช้เทคนิคมัดหมี่ด้ายเส้นพุ่งไม่มีการมัดด้ายเส้นยืน มีการพบลายมัดหมี่ในผ้าชิ้นของชาวไทลื้อเมืองน่านแลในแขวงหลวงน้ำทา เป็นลายตกตแ่งขนาดเล็กประกอบลายหลักที่ทอดด้วยเทคนิคอื่น ชาวไทลื้อที่อำเภอท่าวังผา อำเภอปัวและอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่านจะใช้เทคนิคมัดหมี่เส้นพุ่งในการทอผ้าชิ้นฝ้ายและไหมเป็นลายขวางสีที่นิยมคือสีคราม ม่วงและชมพู

2.2.5 “ยกดอก” เป็นเทคนิคที่เกิดจากวิธีการยกเขาแยกเส้นยืนขึ้นลง แต่ไม่ได้มีการเพิ่มเส้นด้ายพิเศษเช่นเดียวกับการจกหรือขีด การยกดอกบางครั้งจะมีการเพิ่มเส้นด้ายพุ่งจำนวนสองเส้นหรือมากกว่านั้นเข้าไปหรืออาจเพิ่มเส้นดินเงินดินทองเข้าไปซึ่งจะทำให้เกิดลวดลายเหมือนกับกับการจกหรือ ขีดแต่ขั้นตอนจะยุ่งยากกว่าผ้าทอลายขีดมากซึ่งการจกและขิดนั้นด้ายเส้นพุ่งพิเศษที่เพิ่มเข้าไปสามารถดึงออกได้โดยไม่ทำให้เนื้อผ้าเสียหายแต่การยกดอกนั้นถ้านำเส้นด้ายพุ่งพิเศษออกจะทำให้ผ้าเกิดความเสียหาย ซึ่งชาวไทลื้อจะใช้เทคนิคยกดอกในการทอผ้าหมี่โดยเขา 4 เขา ใช้เส้นฝ้ายสีขาวล้วนหรือดำ แดง ขาวสลับกันทำให้เกิดลายตารางสีเหลี่ยมขนาดใหญ่

2.2.6 “ปั่นโก” เป็นเทคนิคที่มีการปั่นหรือตีเกลียวเส้นด้าย 2 สีที่ต่างกันเข้าด้วยกันทำให้เกิดสีเหลืองเหมือนตระไคร่น้ำที่ชาวไทลื้อเรียกว่า “โค” (ออกเสียง โก) เช่น สีเหลืองกับเขียว สีแดงกับดำ เป็นต้น ซึ่งเป็นเทคนิคที่พบในการตกแต่งลายริ้วของผ้าชิ้นไทลื้อแทบทุกกลุ่ม ชาวไทลาวเรียกว่า “เซิน” ส่วนชาวไทยเรียกว่า “หางกระรอก”

2.2.7 “ปัก” เป็นเทคนิคที่การใช้เข็มและด้ายปักลงบนผืนผ้าเพื่อทำให้เกิดลวดลาย ซึ่งวิธีการปักของชาวไทลื้อที่พบมี 4 แบบ ได้แก่

2.2.7.1 การปักเดินเส้น คือการปักโดยใช้เส้นด้ายเล็กเย็บเดินมือทำให้เกิดลายที่เส้นขนาดเล็กรูปแบบต่างๆ เช่น เส้นโค้ง เส้นหยัก เป็นต้น

2.2.7.2 การปักทึบ คือการปักโดยใช้ด้ายเส้นใหญ่ปักแบบแน่นลายจะนูนและหนาขึ้น เช่น การปักลายดอกไม้ ลายเรขาคณิต เป็นต้น

2.2.7.3 การปักลูกโซ่ คือการปักแบบย่อนเส้นด้ายเป็นห่วงลูกโซ่

2.2.7.4 การปักแบบครอสติช คือเทคนิคการปักไขว้เป็นรูปกากบาทลงบนผืนผ้าโดยการนับช่องที่ด้ายเส้นพุ่งสอดประสานกับเส้นยืนเป็นเทคนิคที่ไม่ค่อยพบในกลุ่มชาวไทลื้อมากนัก แต่จะพบในแถบผ้าที่ตกแต่งเสื้อปิดและถุงย่ามของชาวไทลื้อเมืองน่าน แล แขวงหลวงน้ำทา ประเทศ สปป.

ลาว และยังพบในแถบผ้าที่ตกแต่งผ้าขึ้นเมืองอุ แขวงพงสาลี ประเทศ สปป.ลาว ซึ่งคาดว่าน่าจะเป็นเทคนิคที่ได้รับมาจากกลุ่มชาวจีนและชาวเขาเผ่าม้ง เป็นต้น

2.2.8 “การเย็บปักเส้นเส้นเงินเส้นทอง” เป็นเทคนิคการใช้เส้นโลหะสีเงินหรือสีทองมาวางทาบลงบนผ้าเพื่อให้เกิดลวดลายที่สวยงามโดยการเย็บตรงเป็นจุดๆ ซึ่งมักจะพบเทคนิคนี้บนลายของหน้าหมอนที่ชาวไทลื้อทำถวายวัดหรือใช้ในโอกาสพิเศษ

2.2.9 “การปักเลื่อม” เป็นเทคนิคที่มีการนำเอาเลื่อมเงินขนาดเล็กเย็บติดตกแต่งบนผ้าทำให้เกิดความแวววาวชาวไทลื้อเรียกว่า “มักเหลื่อม” ตกแต่งเส้าที่ใช้สวมในโอกาสพิเศษ หน้าหมอนผ้าจิวและผ้ากั้ง เป็นต้น

2.2.10 “ถัก” เป็นเทคนิคการเก็บชายครุยด้ายเส้นยืนโดยการมัดและถักให้เป็นลวดลายต่างๆ ตกแต่งชายผ้าให้สวยงาม ชาวไทลื้อนิยมใช้เทคนิคนี้ในการตกแต่งชายครุยของผ้าปูที่นอนและชายตุ่ง (ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล, 2551)

2.3 ขั้นตอนการทอตุ่ง

2.3.1 เริ่มจากการนำเม็ดนุ่นมาอัดหรือการเอาเมล็ดนุ่นแยกออกจากฝ้ายเพื่อนำฝ้ายที่แยกแล้วไปตีในกระบุงด้วยกังยึงฝ้ายที่มีลักษณะคล้ายธนู ทั้งนี้เพื่อให้ฝ้ายนั้นแตกตัวเป็นปุย

2.3.2 จากนั้นจึงนำไม้มาหมุนฝ้ายที่ตีแล้ว

2.3.3 นำฝ้ายที่หมุนแล้วมาจ่อที่เหล็กพร้อมกับหมุนมือไปด้วยซึ่งเหล็กข้างในจะดึงฝ้ายนั้นเป็นเส้นด้าย

2.3.4 นำด้ายที่ปั่นจนเป็นเส้นแล้วมาฟอกขาวโดยการแช่ในน้ำแป้งข้าวเจ้าการแช่เพื่อให้ด้ายแข็งแรงทำให้ง่ายต่อการปั่นใส่หลอดต่อไป

2.3.5 นำหลอดด้ายเปล่ามาใส่ในขอแซแล้วใช้มือขวาหมุนให้ด้ายจากโก่งกว้าง ย้ายมาที่หลอดด้ายตามต้องการ แล้วจึงนำด้ายหลอดมาแช่น้ำเพื่อให้เส้นด้ายเหนียวแน่นต่อไป

2.3.6 นำเส้นด้ายหรือเชือกมาขึงเพื่อวัดขนาดความยาวตามที่ต้องการจะใช้เพื่อเตรียมเอาด้ายไปใส่ในกี่ทอผ้า

2.3.7 นำด้ายมาพันหรือมาพันรอบเสาจนได้ความยาวตามต้องการ

2.3.8 นำด้ายมาใส่ที่ทอผ้าโดยต่อด้ายเพื่อขึงเป็นเส้นยืนตามช่องฟืม ช่องละสองเส้น

2.3.9 จากนั้นนำเส้นด้ายที่หลอดฟืมมาแล้วต่อด้ายใส่ตามเส้นเขาแบบเส้นต่อเส้น

2.3.10 ดึงเส้นด้ายที่สอดผ่านเขาเรียบร้อยแล้วมาขึงขึ้นข้างบน นำไปใส่ในรื้อเรือเพื่อจับเส้นด้ายให้เป็นระเบียบ

2.3.11 นำเส้นด้ายทั้งหมดมาขึ้นก็และขมวดเป็นปม(ควดหัวหูก) เพื่อไม่ให้ด้ายหย่อน (ปวิตรี อังกุลี, 2556)

ประเพณี พิธีกรรมและความสัมพันธ์กับตุง

ประเพณีและพิธีกรรมเป็นรูปแบบการประพฤติปฏิบัติของบุคคลหรือสวณรวมที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและความเชื่อจนเป็นความรู้ปัญญาและประพฤติปฏิบัติโดยมีการถ่ายทอดสืบต่อๆ กันมาจากรุ่นสู่รุ่น พิธีกรรมเกิดจากความเชื่อที่ยึดถือปฏิบัติกันมาต่อเนื่องยาวนาน พิธีกรรมเป็นรูปแบบที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือสิ่งที่มีอำนาจเหนือธรรมชาติซึ่งเป็นไปในลักษณะของการเคารพบูชาเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการหรือแสดงความขอบคุณสิ่งศักดิ์สิทธิ์บันดาลสิ่งที่ต้องการให้สมดังปรารถนา (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561) ชาวไทลื้อยังรักษาวัฒนธรรมประเพณีไว้แต่เนื่องด้วยสภาพสังคมของชาวไทลื้อที่อยู่ร่วมกับชาวล้านนาและมีสภาพแวดล้อมในการดำรงชีพที่มีความเจริญรุ่งเรืองจึงทำให้วิถีของชาวไทลื้อได้รับการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสสังคมโดยการใช้ภาษา การแต่งกายและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ชาวไทลื้อมีความสัมพันธ์ทางประเพณีและพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนา

การนับถือผีและวิญญาณจะสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อแนวคิดพฤติกรรมตลอดจนกิจกรรมของชุมชน ในอดีตชาวไทลื้อจะบูชาผีหรือวิญญาณมากกว่าพิธีกรรมทางศาสนาพุทธ ชาวไทลื้อในสิบสองปันนาจะนับถือบูชาผีเรือนแตกต่างกันไป ชุมชนหนึ่งๆ ก็จะมีผีหรือวิญญาณคุ้มครองเป็นของตนเอง ชุมชนแต่ละแห่งมีการรวมกลุ่มผูกพันกันภายใต้ความเชื่อของกลุ่มตนเท่านั้น โดยมีศาสนาพุทธเป็นศูนย์รวมใหญ่ของชุมชนทั้งหมดในสิบสองปันนา ไทลื้อมีการบูชาพระเสื้อเมืองเพราะคนไทลื้อเชื่อว่าเฝ้าปั้งหรือขมุเป็นกลุ่มชนที่มาตั้งถิ่นฐานบนดินแดนแถบนี้ก่อนคนไทลื้อ ตำนานไทลื้อ เช่น “ตำนานข้าสี่แสนหมอนม้า” และตำนานอื่นๆ ตลอดจนนิทานคำบอกเล่ามีคำพังเพยว่า “เจ้าเรือนตายเป็นผีเรือน เจ้าบ้านตายเป็นผีบ้าน เจ้าเมืองตาบเป็นพระเสื้อเมือง” (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

สำหรับชาวไทลื้อในการจัดพิธีกรรมและประเพณีของชาวไทลื้อจะต้องประกอบไปด้วย การดำเนินการพิธี ผู้ทำพิธี ผู้เข้าร่วมพิธีและเครื่องประกอบพิธี ซึ่งชาวไทลื้อมีพิธีกรรมและประเพณีมากมายที่ล้วนแล้วแต่มาจากวิถีการดำเนินชีวิตมาตั้งแต่อดีตของชาวไทลื้อแทบทั้งสิ้นงานในวิจัยนี้จะกล่าวถึงพิธีที่มีการนำตุงมาใช้เป็นเครื่องประกอบพิธีได้แก่

1 ประเพณีก๋วยสลาก

ประเพณีการทำบุญตานก้วยสลากของชาวไทลื้อที่สำคัญที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นประเพณีที่มีคติธรรมมาจากศาสนาพุทธ คือ เป็นการสั่งสอนใจคนให้รู้จักบาปบุญคุณโทษ สอนให้สร้างความดีในชาตินี้เพื่อผลบุญในชาติหน้าให้ลูกหลานมีความกตัญญูต่อพ่อแม่บรรพบุรุษผู้ล่วงลับไปแล้วด้วยการตานก้วยสลากและสามารถอุทิศบุญแก่ผู้ตานก้วยสลากเองเมื่อถึงแก่กรรมแล้วซึ่งก่อนวันพิธี 1 วันเรียกว่า วันตาสลาก ชาวบ้านจะจัดเตรียมสิ่งของปัจจัยเครื่องไทยทานเพื่อบรรจุในก้วย (ตะกร้าไม้ไผ่) ปัจจุบันส่วนใหญ่จะเปลี่ยนมาใช้ถังน้ำพลาสติกแทนเพราะสามารถหาซื้อได้ง่าย ราคาถูกและยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้ ด้านหน้าก้วยสลากจะมี "เส้นสลาก" หรือข้อความชื่อผู้ถวายพร้อมระบุด้วยว่า เพื่ออะไร สำหรับผู้ใด ในวันตานสลาก พระภิกษุตามวัดต่างๆ จะได้รับนิมนต์ให้มาร่วมรับการถวายทาน กรรมการวัดมีหน้าที่จัดเตรียมสลากอีกชุดหนึ่งเท่ากับจำนวนก้วยสลากที่ชาวบ้านจะถวาย เมื่อถึงเวลาก็นิมนต์พระสงฆ์ที่มาร่วมพิธีทุกรูปจับสลากได้เบอร์ใดก็จะออกเดินคันหาต้นสลากที่วางไว้ เมื่อพบแล้วชาวบ้านก็จะถวายทานต้นสลาก หรือบางทีพระสงฆ์ก็อาจอ่านชื่อศรัทธาตามเส้นสลากเพื่อเรียกให้ศรัทธานำเอาก้วยสลากไปถวาย พระสงฆ์จะให้พรเป็นอันเสร็จพิธี การงานประเพณีก้วยสลากนั้นอาจจะไม่ได้จัดเป็นประจำทุกปีขึ้นอยู่กับความพร้อมของทางหมู่บ้านนั้น (ศูนย์มนุษยวิทยาสุรินทร์, 2565)



ภาพที่ 16 ภาพจิตรกรรมประเพณีตานก้วยสลาก ณ วัดธาตุสบแวน
ที่มา : (บ้านธาตุสบแวนหมู่ 1, 2561)

2. ประเพณีสงกรานต์

ประเพณีสงกรานต์หรือวันขึ้นปีใหม่หรือปีใหม่ไทย ซึ่งชาวไทลื้อถือว่าเป็นการเปลี่ยนศักราชใหม่ซึ่งวันแรกของเทศกาลเริ่มตั้งแต่วันที่ 13 – 16 เมษายน ชาวไทลื้อเดิมจะมีกิจกรรมตั้งแต่วันที่ 12 เมษายน คือการทำความสะอาดบ้านเรือนแต่เนื่องจากสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่มีวันหยุดการทำงานดังนั้นตั้งแต่วันที่ 13 เมษายน ทำให้กิจกรรมการทำความสะอาดบ้านเรือน

วันที่ 13 เมษายน หรือเรียกว่า “วันสังขารล่อง” ซึ่งเป็นวันที่ชาวไทลื้อเชื่อว่าเป็นวันสิ้นสุดศักราชเก่า ในวันนี้จะมีการยิงปืนจุดประทัดกันแต่เช้าตรู่โดยมีความเชื่อถือกันแต่โบราณว่าเป็นการขับไล่เสนียดจัญไรต่างๆ ให้ล่องไปพร้อมกับสังขาร จากนั้นจะกวาดขยะมูลฝอยและทำความสะอาดปิดกวาดบ้านเรือนให้เรียบร้อย เก็บเสื้อผ้า เครื่องนอนไปซักหรือผึ่งแดด การชำระร่างกาย สระผม (ดำหัว) ให้สะอาด เพราะเชื่อว่าการสระผมในวันนี้จะเป็นการชำระสิ่งที่ไม่ดีออกไป



ภาพที่ 17 การตานตุ่งในวันสงกรานต์ของชาวไทลื้อ พะเยา

ที่มา : (สำนักวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา, 2558)

วันที่ 14 เมษายน เรียกว่า “วันเนา” หรือ “วันเนา” วันนี้จะไม่กล่าวคำพูดหยาบคาย ซึ่งชาวไทลื้อเชื่อว่าถ้าพูดปากจะเนา วันนี้ชาวไทลื้อจะตื่นแต่เช้าเพื่อซื้ออาหารมาปรุงเพื่อนำไปถวายพระที่วัด

วันที่ 15 เมษายน เรียกว่า “วันพญาวัน” ตอนเช้าชาวไทลื้อจะนำอาหารไปทำบุญที่วัด ตักบาตรเข้าวัดฟังธรรมพอสายก็จะนำไปค้าที่ต้นโพธิ์ซึ่งเชื่อกันว่าเพื่อเป็นการค้าจุนพุทธศาสนาแล้วฟังเทศน์ และทำบุญกุศลต่างๆ เช่น ปลอยนกปลอยปลา ตอนบ่ายจะนำเอาน้ำขมิ้นน้ำส้มป่อยไปส่งน้ำพระพุทธรูปที่วัด จากนั้นจึงจะไป “รดน้ำคำหัว” ญาติผู้ใหญ่ในช่วงบ่ายเพื่อเป็นการขอขมาลาโทษ

การตานตุงมีความสำคัญและมีความผูกพันกับความศรัทธาของชาวไทลื้อ นอกจากจะตานตุงในพิธีต่างๆ แล้วชาวไทลื้อจะในวันพญาวันของทุกปีชาวไทลื้อจะมี “การตานตุง” มีแห่ขบวนหรือการประดับสถานที่เพื่อความสวยงามยิ่งใหญ่อลังการเป็นพิธีกรรมและความเชื่อที่กลายเป็นสัญลักษณ์ของชาวไทลื้อที่ยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้จนถึงปัจจุบัน ในอดีตชาวไทลื้อจะต้องทอดตุงผืนใหม่ครอบครวล์ผืนเพื่อนำไปถวายพระสงฆ์และเมื่อเสร็จพิธีก็นำตุงที่ถวายประดับไว้ในวิหารและรอบๆ วิหาร แต่ในปัจจุบันอาจซื้อามากกว่าการทอดเอง ตุงที่ชาวไทลื้อใช้ในการถวายจะมีลายที่เป็นเอกลักษณ์ คือ รูปปราสาท โดยในปราสาทจะมีรูปชันทอง ชันหมาก น้ำตั้นหรือรูปเรือ นอกจากนั้นยังมีรูปสัตว์ตามความเชื่อ เช่น หงส์ นาค สิงห์ ช้าง ม้าและนก ชาวไทลื้อมีการนำตุงชาววามาปักไว้หน้าวิหารเพื่อเป็นสัญลักษณ์ให้รู้ว่าเป็นช่วงของการจัดงานถวายตุง มีการจัดขบวนแห่ตุงไทลื้อโดยการแบกตุงและแต่งกายด้วยผ้าทอไทลื้อไปถวายที่วัด ประเพณีตานตุงไทลื้อแสดงให้เห็นถึงความเชื่อของคนไทลื้อที่นิยมการทำบุญเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตนเองและครอบครัวและทำให้เด็กและเยาวชนได้ตระหนักถึงความสำคัญและร่วมกันอนุรักษ์ประเพณีดั้งเดิมของชุมชนไว้ ประเพณีตานตุงไทลื้อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเชื่อของชาวไทลื้อที่นิยมทำบุญเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตนเองและครอบครัว

ณ วัดท่าฟ้าใต้ อำเภอเชียงม่วน จังหวัดพะเยา มีกิจกรรมทั้งวัน เช่น การตักบาตรข้าวสารอาหารแห้ง สรงน้ำพระสิบบองปันนามหาลาภซึ่งเป็นพระพุทธรูปเก่าแก่ที่นำมาจากสิบบองปันนา มีการรดน้ำคำหัวผู้สูงอายุในตำบลโดยมีทั้งชาวไทลื้อ ไทยพื้นเมืองและชนเผ่าเมี่ยน นอกจากนั้นยังมีกิจกรรมสาธิต เช่น การทอผ้า การทำขนมปาด ขนมดอกซ้อ การแกะสลักไม้ การตัดตุง การทำอาหารไทลื้อ มีขบวนแห่ต่างๆ เช่น ขบวนพระสิบบองปันนามหาลาภ ขบวนไม้ค้ำสะหลี ขบวนกลองสะบัดชัย ขบวนหอผ้าและขบวนตุง เป็นต้น มีภาคคนลื้อที่จำหน่ายอาหารและสินค้าไทลื้อ สามารถนั่งทานอาหารขันโตกชมกิจกรรมการแสดงแสงสีเสียงเล่าขานตำนานไทลื้อ การแสดงและการละเล่นของเด็ก เยาวชนและผู้สูงอายุ โดยผู้ร่วมงาน จะมีการแต่งกายด้วยชุดไทลื้อ การตานตุงหรือการถวายตุง ใช้

วิธีการเชิญตุงยาว 20 วา ขึ้นสู่ยอดเสาไม้บริเวณหน้าวิหารเป็นพุทธานุชาเพื่อความเป็นสิริมงคลในการดำเนินชีวิต ทำบุญอุทิศให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปได้เกาะชายตุงขึ้นสวรรค์ งานประเพณีสงกรานต์ตานตุงไทลื้อท่าฟ้า อำเภอเชียงม่วน จังหวัดพะเยา จึงเป็นประเพณีสงกรานต์ที่ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่ติดตามวิถีชีวิตไทลื้อผ่านกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่เช้าถึงค่ำซึ่งที่สิบสองปันนาวัฒนธรรมเหล่านี้ได้เลือนหายไปพร้อมกับความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจสังคมกับการพัฒนาเมือง (มิวเซียมไทยแลนด์, 2563)

วันที่ 16 เมษายน เรียกว่า "วันปากปี" ชาวไทลื้อจะพากันไปรดน้ำเจ้าอาวาสตามวัดต่าง ๆ เพื่อขอขมากรรม โดยตั้งแต่เช้าตรู่ ชาวบ้านจะจัดอาหารหวานคาวใส่สำรับไปถวายพระที่วัด เป็นการถวายภัตตาหารหรือที่เรียกกันว่า “ตานขันข้าว” เป็นการถวายทานเพื่ออุทิศส่วนกุศลถึงญาติพี่น้องที่ล่วงลับ รวมทั้งการก่อเจดีย์ทรายแล้วนำตุงใส่หมู (เป็นตุงที่ทำจากกระดาษตัดเป็นลวดลาย) ไปปักไว้ที่กองทราย

3. ประเพณีปอยหลวง

ปอยหลวงเป็นประเพณีที่เฉลิมฉลองสิ่งสร้างขึ้นในวัด เช่น วิหาร ศาลาการเปรียญ โบสถ์ กุฏิหรือกำแพงวัด เป็นต้น ปอยหลวงเป็นงานเฉลิมฉลองที่ยิ่งใหญ่ที่มีการเกี่ยวข้องกับบุคคลจำนวนมาก และมีกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางศาสนาและด้านมหรสพเพื่อความบันเทิง ที่จะต้องบริการแก่สมณะและฆราวาสทุกเพศทุกวัยทางวัดต่างหมู่บ้านโดยและกลุ่มจะมีการแบ่งหน้าที่กันตามความเหมาะสม เช่น กลุ่มพ่อบ้านมีหน้าที่จัดสถานที่ติดต่อประสานงานกับชุมชนอื่น กลุ่มแม่บ้านมีหน้าที่ด้านอาหารในแต่ละวัน กลุ่มหนุ่มสาวอาจช่วยยกเสิร์ฟข้าวปลาหรือน้ำและอาจรวมถึงการติดต่อมหรสพที่จะมาแสดงที่วัด กลุ่มผู้สูงอายุชายจะมีหน้าที่ด้านศาสนพิธีและการต้อนรับแขกที่มา ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุหญิงจะตกแต่งเครื่องไทยทานของใช้ในพิธีทางศาสนา ส่วนหญิงสาวก็จะเป็นช่างฟ้อนรับครัวทานหรือเครื่องไทยทานที่จะแห่เข้าสู่วัด ซึ่งปัจจุบันอาจจะจ้างมาฟ้อนรำมากกว่าการฝึกเองเนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงของสังคมและหน้าที่การงานรวมทั้งหนุ่มสาวส่วนใหญ่จะไปทำงานต่างเมือง สำหรับแต่ละครอบครัวก็จะเตรียมเครื่องปัจจัยไทยทาน ต้นครัวทาน มีการเตรียมการต้อนรับญาติพี่น้องที่มาจากที่อื่นทางด้านอาหารการกินและที่พักซึ่งก่อนที่จะมีงานปอยหลวงนั้นจะต้องมีการตานตุงไฉยและตุงซ้อหรือธงสามเหลี่ยมก่อนแล้วจึงนำตุงไปปักเรียงรายตามถนนทางเข้าหมู่บ้านไปจนถึงวัดทำให้คนที่ผ่านไปมารู้ว่าหมู่บ้านนี้กำลังมีงานปอยหลวง



ภาพที่ 18 ประเพณีปอยหลวง

ที่มา : (At-changmai, 2565)

4. ประเพณีตานธรรมหลวง

ประเพณีตานธรรมหลวงหรือตั้งธรรมหลวง หมายถึง การฟังธรรมเทศนาเรื่องที่สำคัญ เช่น เวสสันดรชาดกอันเป็นชาติสุดท้ายของพระโพธิสัตว์ก่อนที่จะมาประสูติและตรัสรู้เป็นพระพุทธเจ้า ซึ่งมี 13 กัณฑ์ ชาวไทลื้อในอำเภอเชียงคำยังคงรักษาความเชื่อนี้ตั้งแต่โบราณจากสิบสองปันนา โดยผู้ที่จะมาฟังเทศน์จะจัดเตรียมสถานที่และสร้างหอผ้าเป็นเรือนสมมุติที่สร้างด้วยไม้ไผ่ห่อหุ้มด้วยผ้าสีขาวมีลักษณะคล้ายปราสาทขาว “ตานธรรมหลวง” เป็นประเพณีที่จัดขึ้นเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่บรรพบุรุษผู้ล่วงลับไปแล้วและเป็นการส่งเสริมหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาและเพื่อให้ชาวไทลื้อได้นำหลักคำสอนไปใช้ในการดำเนินชีวิต และยังได้ศึกษาพบว่าองค์ประกอบพิธีการตานธรรมหลวงมี 5 ขั้นตอน คือ 1) ผู้ประกอบพิธีกรรม 2) ผู้เข้าร่วมพิธีกรรม 3) เครื่องประกอบพิธีกรรม 4) สถานที่และวันเวลาในการประกอบพิธีกรรม 5) ขั้นตอนในการประกอบพิธีกรรม และมีคุณค่าของประเพณีการตานธรรมหลวง ได้แก่ คุณค่าทางวัฒนธรรม คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางเศรษฐกิจ และคุณค่าทางพระพุทธศาสนา โดยในพิธีการตานธรรมหลวงของชาวไทลื้อได้มีการนำช่อหรือตุงพันชั้นมาใช้เป็นเครื่องประกอบพิธีกรรม เพื่อบูชาคาถาธรรมมหาชาติเวสสันดรชาดก โดยตัดกระดาษเป็นช่อปึกเสียบไว้กับต้นกล้วยให้ได้ครบพันช่อ ซึ่งหมายถึงคาถาธรรมมหาชาติเวสสันดรชาดก รวมทั้งหมด 1,000 คาถา นอกจากนั้นจะต้องมีการประดับประดาด้วยตุงไทลื้อบริเวณพิธีและบริเวณวัด ตุงเป็นเครื่องพุทธบูชาที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อ ถึงแม้ปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงไปแต่ประเพณีการตานธรรมหลวงของชาวไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยากียังคงมีให้เห็นอยู่ในปัจจุบันซึ่งแสดงให้เห็นว่าชาวไทลื้อนั้นไม่ละทิ้งประเพณีที่ตักมามีพระพุทธศาสนาเป็นตัวเชื่อมถือว่าการดำรงรักษาพระพุทธศาสนาให้ยืนยาว

และเป็นเครื่องมือในการช่วยส่งเสริมชาวบ้านให้เกิดความเลื่อมใส ศรัทธาและปฏิบัติตามคำสอนของ พุทธศาสนา การประกอบพิธีกรรมการตานธรรมหลวงของชาวไทลื้อ บ้านเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ดังต่อไปนี้

1.4.1 ขั้นเตรียมการ ซึ่งส่วนของทางวัดเช่นการจัดเตรียมสถานที่เตรียมคัมภีร์ใช้เทศน์เตรียม เครื่องประกอบพิธีบางส่วนในส่วนของชาวบ้าน เช่น การเตรียมเครื่องไทยทาน ทั้งที่เป็นส่วนบูชาธรรม มหาชาติและส่วนที่อุทิศให้แก่ผู้ตายที่เป็น ญาติพี่น้อง

1.4.2 ขั้นดำเนินการ ในวันแรก ช่วงเช้า เป็นการหอมครว้ตานหรือร่วมทำบุญกับเจ้าภาพ กัณฑ์ใหญ่และช่วงบ่าย จะนำ เครื่องไทยทานไปวัด กลางคืนเป็นการเทศน์ธรรมปิฎกะทั้ง 3 และ ธรรมอันสงส์ปิฎกะทั้ง 3 ในวันที่ 2 เป็นการเทศน์ธรรมชาดกเรื่องต่างๆ และเทศน์ธรรมอุทิศหา บรรพบุรุษหรือญาติที่ล่วงลับไปแล้วซึ่งประกอบด้วย ธรรมนิพพานสูตร มาลัยโผดโลก อานิสสทาน หาคณตาย ฯลฯ เป็นต้น กัณฑ์เทศน์แต่ละกัณฑ์ก็จะมีเตรียมเครื่องประกอบต่างๆ อุทิศให้ใครก็จะ มีรูปถ่ายของผู้ตายแขวนไว้ด้วยรวมทั้งข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ เครื่องนอน เครื่องครัว เสื้อผ้าต่างๆ ที่ คิดว่าผู้ตายจำเป็นต้องใช้และ “ประดับด้วยตุ้งไถลื้อ” (เฉพาะที่วัดเชียงบานเพราะมีความเชื่อ เกี่ยวกับอานิสสของการตานตุ้ง ตุ้งเป็นสัญลักษณ์ของความดีความเป็นสิริมงคลและเป็นสื่อ นำ วิญญาณของผู้ล่วงลับไปแล้วให้ขึ้นไปสู่สวรรค์จึงมีการปักตุ้งแขวนไว้กับต้นกัณฑ์แต่ละต้น) เมื่อถึงเวลา หัวค่ำจะเริ่มต้นด้วยการแสดงธรรม 3 ผูก ซึ่งเป็นต้นธรรมของมหาเวสสันดรชาดก วันที่ 3 เวลา ประมาณตี 4 – ตี 5 จะเริ่มการเทศน์ธรรมมหาชาติตั้งแต่กัณฑ์แรกกัณฑ์ทศพร (ใส่ข้าวพันก้อน) ไป ตามลำดับจนถึงกัณฑ์นคร (ฝนตกท่าแก้ว) กัณฑ์สุดท้าย และในช่วงบ่ายสามโมง-บ่ายสี่โมงจะเป็นการ กรวดน้ำต้นกัณฑ์แต่ละต้นเพื่ออุทิศส่วนกุศลไปหาญาติพี่น้องที่ล่วงลับไปแล้วจึงจะร่วมกันพิธีเวียน เทียน (สิริการนต์ องค์กรสิงห์ และตุลาภรณ์ แสนปรน, 2564)

ประเพณีตานธรรมแบบชาวไทลื้อจะคล้ายกับประเพณีการฟังธรรมของชาวล้านนา ชาวไท ลื้อเชื่อว่าปัจจัยสี่ยังเป็นการต้องการของคนที่ยาไปแล้วนอกจากจะได้โดยอาศัยบุญของผู้ตายที่เคย ทำไว้ขณะยังมีชีวิตอยู่แล้วยังได้รับจากการที่ลูกหลานอุทิศไปให้ผ่านทางพระสงฆ์ หากถวายไปพร้อม กับกัณฑ์ธรรม(กัณฑ์เทศน์) และหอผ้าซึ่งคล้ายกับประเพณีงเด็กแบบชาวจีน ปัจจุบันมีการเพิ่มปัจจัย สี่ตามความจำเป็นในสังคมซึ่งแล้วแต่ความสะดวกและฐานะทางการเงินของผู้ตายและลูกหลาน เช่น ตู้เย็น ทีวี ชุดรับแขก พัดลม เตียนนอน โต๊ะเก้าอี้ ฯลฯ ซึ่งคณะสงฆ์อำเภอเชียงคำมีการกำหนด ประเพณีตั้งธรรมปีละ 1 ครั้ง ระหว่างเดือน มกราคม-มีนาคม โดยมีวัดที่จัดประเพณีตั้งธรรมทุกปี ได้แก่ วัดหย่วน วัดแสนเมืองมา วัดดอนไผ่และวัดพระธาตุสบแวนทั้งนี้เป็นไปตามความพร้อมของ ชุมชน



ภาพที่ 19 การเข้าร่วมพิธีตานธรรมของชาวไทลื้อ

ที่มา : (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) สำนักงานเชียงราย, 2564)

ปราสาทผ้าขาวไทลื้อหรือหอผ้าเป็นหนึ่งในงานที่เกิดขึ้นจากความศรัทธาต่อความเชื่อ สร้างขึ้นเพื่อความสมบูรณ์ในภพภูมิโลกหน้า รูปแบบของปราสาทผ้าขาวไทลื้อมีความโดดเด่นทางด้านวัสดุ ฝีมือการประดับตกแต่งซึ่งมีความหลากหลาย ลวดลายบางส่วนเป็นลวดลายดั้งเดิมในท้องถิ่น บางส่วนก็รับอิทธิพลลวดลายศิลปะจากต่างถิ่น ด้วยระยะเวลาที่ยาวนาน เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม ทำให้ปราสาทผ้าขาวหมดหน้าที่ในการรับใช้ความเชื่อในสังคมของไทลื้อไปโดยปริยาย จากการศึกษาปราสาทผ้าขาวไทลื้อในเขตอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยาแสดงให้เห็นถึงความผูกพัน ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนงานช่างของไทลื้อที่มีต่อปราสาทผ้าขาวด้วยการแสดงออกทางศิลปกรรม จำนวนชั้นของฉัตรเกิดจากการนำคติเกี่ยวกับจักรวาล เขาพระสุเมรุและพระพุทธรูปศาสนามาเกี่ยวข้องกับ การใช้ผ้าขาวยังแสดงถึงความสะอาด บริสุทธิ์ปราศจากมลทินหรือกิเลส ผ้าขาวยังเป็นเสมือนเครื่องยศแสดงฐานะแห่งการเป็นเทวดา การประดับปราสาทผ้าขาวด้วยสิ่งของต่างๆ ตามความเชื่อที่ว่าผู้ล่วงลับจะได้ใช้สอยในภพภูมิโลกหน้า เมื่อประกอบพิธีต่างๆ เสร็จแล้ว จะทำการรื้อปราสาท/มณฑปทุกหลัง เพราะมีความเชื่อว่าถ้านำของเก่ามาตานอีกจะทำให้ผู้ล่วงลับไม่ได้ของนั้น (นริศ ศรีสว่าง, 2542) สิริการนต์ องค์กรสิงห์และคณะ (2564) ได้สรุปประเพณีการตานธรรมหลวงของชาวไทลื้อ บ้านเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ไว้ว่า พิธีการตานธรรมหลวงจัดขึ้นเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้วถึงแม้ว่าปัจจุบันสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปแต่ประเพณีการตานธรรมหลวงก็ยังคงอยู่แสดงให้เห็นว่าชาวไทลื้อไม่ละทิ้งประเพณีที่ตักตวงที่มีพระพุทธรูปศาสนามาเป็นตัวเชื่อมซึ่งเป็นการดำรงรักษาพุทธศาสนาให้ยืนยาวและเป็นการส่งเสริมให้ชาวบ้านเกิดความเลื่อมใสศรัทธาและปฏิบัติตามคำสอนของ

พุทธศาสนา เป็นการบำเพ็ญทาน รักษาศีล เสียสละเวลาและทรัพย์สินในการให้ทานและมีการ
สมาทานศีลด้วยการรักษากาย วาจาตลอดระยะเวลาในการทำบุญซึ่งทำให้เกิดความภาคภูมิใจใน
ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อ (สิริการนต์ องค์กรสิงห์ และตุลาภรณ์ แสนปรน, 2564)



ภาพที่ 20 ปราสาทชาวไทลื้อที่ใช้ในประเพณีตานปราสาท
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2564)

5. พิธีสืบชะตา

ชาวไทลื้อจัดพิธีสืบชะตาขึ้นเพื่อขับไล่สิ่งชั่วร้ายให้พ้นไปจากตัวและเพื่อความเป็นสิริมงคล
โดยพิธีสืบชะตา ชาวไทลื้อจะนิยมจัดเป็นพิธีส่วนบุคคลในวันคล้ายวันเกิดหรือเวลาที่หมอดูทำนายว่า
เป็นช่วงที่ดวงชะตาไม่ดีหรืออาจทำให้บุคคลผู้นั้นประสบเคราะห์กรรมในรูปแบบต่างๆ หรือเจ็บไข้ได้
ป่วย ซึ่งเชื่อว่าหากจัดพิธีสืบชะตาขึ้นจะเป็นการเสริมดวงชะตาให้ดีขึ้นทำให้มีสุขภาพร่างกายเป็นปกติ
นอกจากนั้นยังเป็นการต่ออายุให้ยืนยาวมีชีวิตอยู่ต่อไปและเจริญรุ่งเรืองในชีวิต



ภาพที่ 21 พิธีกรรมสืบชะตา

ที่มา : (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561)

เครื่องบูชาพิธีสืบชะตา

- 1) ไม้ค้ำ มีลักษณะเป็นไม้งาม 3 อันสำหรับนำมาประกอบกันเป็นซุ้ม เรียกว่า ไม้ค้ำชะตาแต่ด้วยลักษณะ ไม้ค้ำที่มีขนาดใหญ่และยาวพอประมาณจึงเรียกว่า ไม้ค้ำหลวง บางแห่งก็มีขนาดยาว บางแห่งก็มีขนาดสั้นพอประมาณแล้วแต่ความนิยมของแต่ละท้องถิ่น ไม้ค้ำมีความหมายเพื่อให้เป็นสิ่งค้ำจุนชีวิตให้มีความเจริญรุ่งเรืองมีอายุยืนยาว
- 2) กระบอกน้ำ กระบอกทราย กระบอกข้าวเปลือก กระบอกข้าวสาร หมายถึง ธาตุ 4 ดิน น้ำ ลม ไฟ ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญที่จะทำให้คนเรามีความแข็งแรงยิ่งขึ้น
- 3) สะพาน (ข้าว) หมายถึง สะพานแห่งชีวิตที่ทอดให้เดินข้ามจากฝั่งที่เลวร้ายไปสู่ฝั่งที่ดีงามกว่า
- 4) บันได (ขันได) หมายถึง บันไดแห่งชีวิตสำหรับพาให้เราปีนป่ายขึ้นสู่ที่สูง
- 5) ลวดเงิน ลวดคำ ลวดหมาก ลวดเหมี้ยง หมายถึง ความเจริญรุ่งเรืองของชีวิตที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพย์สินเงินทองและอาหารการกิน
- 6) ไม้ค้ำขนาดเล็ก ไม้ค้ำขนาดเล็กยาวเท่าศอกของเจ้าของชะตา ต่างกับไม้ค้ำหลวงที่มีขนาดความสูงเท่าอายุของเจ้าของชะตาแต่นิยมให้มีจำนวนเกินอายุไปประมาณ 2-3 อัน เพื่อให้มีอายุยืนยาวขึ้นไปอีก
- 7) ช่อ ทำจากกระดาศสีขาวจำนวน 108 อัน

8) ตุ้งค่าคิงหรือตุ้งชะตา มีขนาดความยาวเท่าความสูงของเจ้าของชะตา

9) เทียนค่าคิงหรือเทียนชะตา มีขนาดความยาวเท่ากับความสูงของเจ้าของชะตาเหมือนกัน แต่ต่อมา ภายหลังเห็นว่า เทียนมีขนาดยาวเมื่อจุดไฟจะทำให้งอก็เลยสียด้วยขี้ผึ้งประมาณคืบหนึ่ง ส่วน ฝ้ายที่เป็นไส้เทียนนั้นยัง มีขนาดยาวเท่าความสูงผู้สืบทอดอยู่

10) พระเจ้าไม้หรือพระพุทธรูปที่แกะสลักด้วยไม้สำหรับนำมาประดิษฐานที่ยอดไม้ค้ำแต่เดิม ไม่มี พระพุทธรูป ครั้นต่อมาเมื่อพุทธศาสนาเผยแผ่เข้ามาสู่ล้านนา จนมีความเจริญรุ่งเรืองก็มีการ ผสมผสานระหว่างพิธีพุทธและพิธีพราหมณ์ จึงนำพระพุทธรูปไม้มาประดิษฐานบนยอดไม้ค้ำ เพื่อเป็น สัญลักษณ์แห่งพุทธศาสนา

11) หน่อกล้วย หน่ออ้อย หน่อหมาก หน่อมะพร้าวมีความหมายว่า คนที่ได้รับการสืบทอด จะมีชีวิตที่ เหมือนกับได้เกิดใหม่แล้วจะมีความหอมหวาน มีความเจริญงอกงาม เหมือนต้นกล้วย ต้น อ้อย ต้นหมาก ต้น มะพร้าวที่พร้อมจะเจริญเติบโตต่อไป

12) เสือใหม่ (สาด) หมอนใหม่มีความหมายว่า ผู้ที่สืบทอดแล้วจะมีความสุขสบายและนอน หลับฝันดี เครื่องสืบทอดทั้งหมดนี้เมื่อนำมาประกอบกันจัดให้เป็นระเบียบตามแบบโบราณพิธีเรียกว่า โขงชะตา ถือเป็นบริเวณ พิธีหรือเขตศักดิ์สิทธิ์สำหรับสืบทอดให้มีความสุขความเจริญต่อไป (อนุชา ม่วงใหญ่, จุฬาลักษณ์ เดิมไทสง, นันทรัตน์ ไชยรัตน์, และพรชมน เพชรมาก, 2560)

การที่ชาวไทลื้อได้อาศัยอยู่ร่วมกับชาวล้านนา(คนเมือง) มานานอัตลักษณ์หรือลักษณะบาง ประการจึงอาจมีความซ้ำซ้อนหรือมีลักษณะร่วมกับกลุ่มชาติพันธุ์ล้านนาอย่างไรก็ตามในพิธีกรรมของ ชาวไทลื้อมีแนวคิดและรูปแบบที่ประกอบด้วยขั้นตอนและกระบวนการ การจัดพิธีกรรม ตลอดจนสิ่ง ที่แสดงถึงความเป็นไทลื้อที่สืบทอดกันมา (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561) สิ่งแสดงอัตลักษณ์ ความเป็นไทลื้อที่สืบทอดกันมาจะสามารถพิจารณาได้จาก

1) แนวคิดของพิธีกรรมที่จัดขึ้นแม้จะมีจุดประสงค์ที่ต่างกันแต่ก็มีแนวคิดที่ร่วมกัน คือ การ ทำให้พลังจากนามธรรมพึงพอใจ ในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างจิตใจให้เข้มแข็งในการเผชิญปัญหาและ อุปสรรคเพื่อนำไปสู่การดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข

2) ความเชื่อที่ยอมรับนับถือร่วมกันโดยไม่มีการพิสูจน์และมีอิทธิพลต่อวิถีการดำเนินชีวิตของ ชาวไทลื้อ ซึ่งความเชื่อของชาวไทลื้อที่ปรากฏในพิธีกรรมคือความเชื่อเรื่องฤกษ์ยามในการจัดพิธีกรรม และความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์

3) รูปแบบของพิธีกรรมแต่ละพิธีที่จัดขึ้นจะมีอุปกรณ์ประกอบพิธีเฉพาะแต่ละพิธีกรรมเพื่อให้ ทราบว่าเป็นพิธีกรรมนั้นๆ เช่น พิธีสืบทอดต้องมีไม้ค้ำสะหลี พิธีส่งเคราะห์ ต้องมีสะตวงที่มีตุ้งสีต่างๆ

ปักอยู่ที่มุมสวด พืธีเลี้ยงเทวดาหลวงเมืองมวงต้องใช้หมุดาปลอด เป็นต้น ซึ่งมีขั้นตอนและกระบวนการการจัดพิธีที่เป็นไปตามลำดับขั้นตอน

4) ข้อบัญญัติแห่งพิธีกรรม ในการประกอบพิธีกรรมทุกพิธีจะต้องมีแนวปฏิบัติและข้อห้ามอยู่ เพื่อให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับพิธีนำไปปฏิบัติ เช่น พิธีกรรมทุกพิธีจะต้องมีการอัญเชิญครูบาอาจารย์และสิ่งศักดิ์สิทธิ์มาร่วมในพิธี พืธีเลี้ยงเทวดาหลวงเมืองมวงได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมพิธีต้องเป็นชาวไทลื้อที่นับถือผีเดียวกันเท่านั้นและในขณะประกอบพิธีจะต้องมีการปักตาแหลวไว้ที่หน้าบ้าน ฯลฯ

5) การแต่งกายของผู้ประกอบพิธี ซึ่งมักจะแต่งกายด้วยชุดพิธีการประจำชาติพันธุ์อันเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ผ่านกระบวนการทางวัฒนธรรมที่ได้นำเสนอถึงความมีตัวตนของชาติพันธุ์ไทลื้ออย่างชัดเจน

6) ภาษาที่ใช้ในบทสวดประกอบพิธีกรรม ประกอบด้วย 2 ภาษาคือ ภาษาบาลีและภาษาไทย ซึ่งภาษาบาลีเป็นภาษาที่ชาวไทลื้อเชื่อว่าเป็นภาษาศักดิ์สิทธิ์ และเพื่อให้พิธีกรรมมีความศักดิ์สิทธิ์เป็นที่น่าเชื่อถือของผู้เข้าร่วมพิธี บทสวดในพิธีกรรมจึงนำเอาบทสวดในพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนา ซึ่งเป็นภาษาบาลีมาใช้ร่วมกับภาษาไทยซึ่งที่ผู้ประกอบพิธีต้องเป็นทำนองสวดจะออกเสียงเป็นสำเนียงของชาวไทลื้อซึ่งเป็นการแสดงตัวตน

7) การใช้สัญลักษณ์ชาติพันธุ์ในพิธีกรรม คือ เครื่องประกอบพิธี เช่น ตุ้งค่าคิงจะตัดเย็บด้วยผ้าทอไทลื้อ มีขนาดความยาวเท่ากับความสูงของเจ้าชะตาจึงเป็นเสมือนตัวแทนเจ้าชะตาซึ่งชาวไทลื้อเชื่อว่า ตุ้งเป็นสัญลักษณ์ของความดี ความเป็นสิริมงคลซึ่งการได้ ถวายตุ้งเป็นพุทธบูชา นับเป็นสิริมงคลอย่างยิ่ง ดังนั้นการที่ชาวไทลื้อใช้ตุ้งค่าคิง (ซึ่งมีความยาวเท่า ขนาดความสูงของเจ้าชะตา) เป็นเครื่องประกอบพิธีสืบทอดกันเป็นดั่งเจ้าชะตาได้ถวายตุ้งด้วยตนเองจะทำให้เจ้าชะตาประสบแต่ความดีงาม อย่างไรก็ตาม การที่ใช้ตุ้งค่าคิงซึ่งตัดเย็บด้วยผ้าทอไทลื้อในการประกอบพิธีกรรมนั้น นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงความเชื่อของชาวไทลื้อในเรื่องตุ้งแล้ว นอกจากนั้นยังมีตุ้งผ้าทอไทลื้อที่จะต้องลวดลายหลักคือรูปปราสาท เป็นต้น ประการหนึ่งที่ต้องนำมาพิจารณา คือ คำกล่าวหรือคาถาที่ใช้ประกอบพิธีกรรม สีของดอกไม้ ลักษณะและจำนวนของอุปกรณ์ประกอบพิธีกรรม ความแตกต่างของรายละเอียดในการประกอบพิธีกรรมยังอาจจะขึ้นอยู่กับโอกาสของการจัดพิธีกรรมที่จัดขึ้นเพื่อสนองตอบต่อจุดประสงค์ต่างๆ เช่น การจัดพิธีกรรมเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว การจัดพิธีกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่รัฐกำหนด พิธีกรรมที่จัดขึ้นจึงแปรเปลี่ยนไปตามผู้ประกอบพิธีหรือผู้จัด บริบททางสังคม เศรษฐกิจ และความก้าวหน้าทางวิทยาการ ตลอดจนจุดประสงค์ของการจัดพิธีในแต่ละครั้ง

ปรากฏการณ์วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ของชาวไทลื้ออาจมองว่าเป็นเพียงกระพี้ (texture) ที่ล้อมรอบแก่น (text) ของพิธีกรรมจึงมิใช่อัตลักษณ์ที่แท้จริงของพิธีกรรมแต่ในทางตรงกันข้ามซึ่ง เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์ได้ เห็นว่า แม้ว่ารายละเอียดส่วนต่างๆ ของพิธีกรรมที่เป็นเสมือนกระพี้ (texture) จะมีความหลากหลายและแตกต่างไปจากแนวปฏิบัติที่มีมาแต่เดิมแต่สิ่งที่ผู้ประกอบพิธีกระทำนั้นเป็นการตอกย้ำถึงอัตลักษณ์ของพิธีกรรมที่ต้องมีรูปแบบครบถ้วนสมบูรณ์แม้ว่ารายละเอียดของรูปแบบบางประการจะแปรเปลี่ยนไป (เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, 2561)

นอกจากประเพณีที่เกี่ยวข้องกับทางพระพุทธศาสนาแล้วการนำตุงไปใช้ในการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีไทลื้อคืองาน “สืบสานตำนานไทลื้อ” ซึ่งเป็นการจัดงานเทศกาลทางวัฒนธรรมที่จัดเป็นประจำทุกปีของชาวไทลื้อเชียงคำแต่ในช่วงระยะปีพ.ศ. 2562-2564 ไม่ได้มีการจัดงานขึ้นเนื่องจากอยู่ในช่วงสถานการณ์โควิดที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาลในการจัดงานการรวมกลุ่มคน

6. ประเพณีสืบสานตำนานไทลื้อ

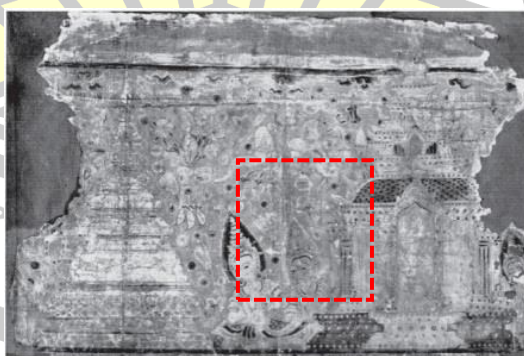
การจัดงานสืบสานตำนานไทลื้อ เริ่มครั้งที่ 1 เมื่อปี พ.ศ. 2538 เริ่มมาจากการที่ครูยุทธพล หนึ่งในผู้ริเริ่มจัดงานไดพานักเรียนไปที่จังหวัดสุโขทัย และไดแวะไปรับประทานอาหารกวยเตี๋ยที่ตลาด แล้วพูดคุยกับเด็กเปินภาษาไทลื้อเมื่อแม่ค้าได้ยินก็ถามว่าภาษาอะไรทำไมคล้ายภาษามอญแล้วลื้อเปินใคร เปินชาวเขาหรือเปล่าทำให้ครูยุทธพลคิดว่าน่าจะทำอะไรสักอย่างให้คนอื่น ๆ รู้จักไทลื้อมากขึ้น

ดังนั้นจึงถูกจัดขึ้นเป็นครั้งแรกที่จังหวัดพะเยา โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อสร้างความผูกพันระหว่างเยาวชนรุ่นหลังกับบรรพชนไทลื้อรวมทั้งพหุสืบทอด อนุรักษ์วัฒนธรรมไทลื้อและเป็นการประชาสัมพันธ์ วัฒนธรรมไทลื้อให้คนทั่วไปได้รู้จักกันมากขึ้น ในปีพ.ศ. 2548 จึงได้มีการจัดงานสืบสานตำนานไทลื้อระดับประเทศด้วยการผลักดันของลดาวัลย์ วงศ์ศรีวงศ์ อดีตรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมซึ่งท่านเป็นชาวไทลื้อจังหวัดพะเยา ได้จัดงานเป็น “งานสืบสานตำนานไทลื้อโลก” ซึ่งเป็นการ รวมเอาชาวไทลื้อในภูมิภาคคือ จีน พม่า ลาว เวียดนามและในประเทศไทยให้มาจัดกิจกรรมรวมกัน โดยท่านลดาวัลย์ วงศ์ศรีวงศ์ ซึ่งเป็นเพื่อนรุ่นเดียวกับครูยุทธพลร่วมกันคิดว่าน่าจะทำสืบสานตำนานไทลื้อในไทยในระดับระดับโลกด้วยเพราะมีชาวไทลื้อในหลายประเทศแถบนี้และจุดที่มารวมตัวกันก็ไม่ได้รวมกัน ดานการเมืองแต่รวมกันเรื่องเชื้อชาติความเป็นอยู่ที่เปินเอกลักษณ์มีหลายสิ่งที่น่าสนใจที่น่าจะมานำเสนอ ดังนั้น ประเทศไทยจึงจัดงานสืบสานตำนานไทลื้อโลกขึ้นก่อนที่อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มีผู้เข้าร่วมงานจากประเทศต่างๆ ทั้งเวียดนาม สิบสองปันนาและชาวไทลื้อจากหลายจังหวัดในภาคเหนือของไทย โดยการเข้าร่วมพิธีไหว้สาเทวดาเมืองที่พระธาตุสบแวน มีพิธีสืบชะตา บายศรีสู่ขวัญให้กับชาวไทลื้อที่มาร่วมงาน และมีขบวนเกี่ยวกับวิถีชีวิตไทลื้อซึ่งสื่อถึงความเปินไทลื้อ โดยทุกคนคือ ชาวไทลื้อที่สื่อสารเขาใจกันได้

วยภาษาไทลื้อ และสำหรับการจัดงานครั้งต่อมานั้นได้จัดขึ้นที่ศูนย์กลางของชาวไทลื้อที่แควนสิบสองปนาในประเทศจีน สำหรับในประเทศไทยก็มีการจัดขึ้นทุกปีที่ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา (อภิชาติ ภัทรธรรม, 2553)

ตุงกับการเปลี่ยนแปลง

ในบริบทในพระพุทธศาสนาของกลุ่มคนไตในล้านนาตุงมีรูปแบบและการทำงานที่หลากหลายครอบคลุมทั้งงานมงคลและอวมงคล เคยปรากฏเป็นหลักฐานว่าตุงเป็นสิ่งของมงคลเพื่อการบูชา ปรากฏว่ามีการนำไปใช้ในงานอวมงคลในฐานะเครื่องอุทิศให้แก่ผู้ตาย หรือในวรรณกรรมประเภทตำนานได้ปรากฏการใช้งานตุงเพื่อแก้กรรมหนัก แต่เมื่อราวห้าศตวรรษที่ผ่านมาซึ่งแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงแนวความคิดการใช้งานไปบ้างโดยการได้รับอิทธิพลจากคัมภีร์ประเภทอานิสงส์ซึ่งมีที่เขียนขึ้นใหม่และคัดลอกขึ้นมาจากของเดิม ในราวพุทธศตวรรษที่ 24 เป็นต้นมาเกิดความเชื่อรูปแบบการใช้งานและประเพณีปฏิบัติบางอย่าง (เนตรชนก แดงทับทิม, 2564) ในราวพุทธศตวรรษที่ 23 พบภาพตุงที่มีรูปร่างคล้ายตุงเหล็กตุงทองที่พบในกรุฮอด ในภาพลายคำวิหารวัดปกยางคก จังหวัดลำปาง ในสถาปัตยกรรมที่บริเวณฐานชั้นล่างของเจดีย์วัดป่าสัก เมืองเชียงใหม่ปรากฏขุมเทวดา 4 ขุมคั่นระหว่างขุมพระพุทธรูป 3 ขุม ซึ่งเป็นงานในระยะเดียวกับวัตถุศิลปกรรมที่พบในกรุฮอดจึงเป็นเครื่องยืนยันว่า ตุงเหล็กตุงทองเป็นตัวแทนสัญลักษณ์ความเป็นมงคลประการหนึ่งซึ่งอาจหมายถึงการแทนรูปเทวดาหรืออยู่ในฐานะเครื่องบูชาพระพุทธเจ้า และเมื่อเปรียบเทียบกับงานจิตรกรรมฝาผนังที่ถ้าโปวิน ตอง ในพม่าซึ่งถูกกำหนดอายุได้ราวครึ่งหลังของพุทธศตวรรษที่ 23 จะพบว่าในฉากอดีตพุทธเจ้านั้นปรากฏวัตถุประเภทเครื่องสักการบูชาที่มีรูปร่างคล้ายตุงอยู่เป็นจำนวนมาก ในคัมภีร์รุ่นหลังพบหลักฐานในพุทธศตวรรษที่ 24 แสดงให้เห็นว่าหน้าที่การใช้งานตุงเพื่อการอุทิศให้คนตายใช้ในการแก้กรรมหนักซึ่งแตกต่างไปจากแนวคิดวัตถุประเภทเครื่องบูชา (เนตรชนก แดงทับทิม, 2564)



ภาพที่ 22 ภาพลายเส้นจากภาพพระบฏ

ที่มา : (พระบฏ: “พุทธศิลป์บนผืนผ้า” – อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่

<https://hodcity.wordpress.com/2016/07/10/พระบฏ-พุทธศิลป์บนผืนผ้า/> (2 เมษายน 2566)



ภาพที่ 23 ภาพลายคำที่วัดปงยางคก จังหวัดลำปาง

ที่มา : (ทนายอ้วนชวนเที่ยวเมืองรถม้า - วิหารเจ้าแม่จามเทวี วัดปงยางคก ห้างฉัตร ลำปาง)

[https://www.bloggang.com/m/viewdiary.php?id=chubbylawyer&month=09-](https://www.bloggang.com/m/viewdiary.php?id=chubbylawyer&month=09-2019&date=22&group=42&gblog=5)

2019&date=22&group=42&gblog=5 (2 เมษายน 2566)



ภาพที่ 24 จากถ้ำโปวิน ตองในพม่า

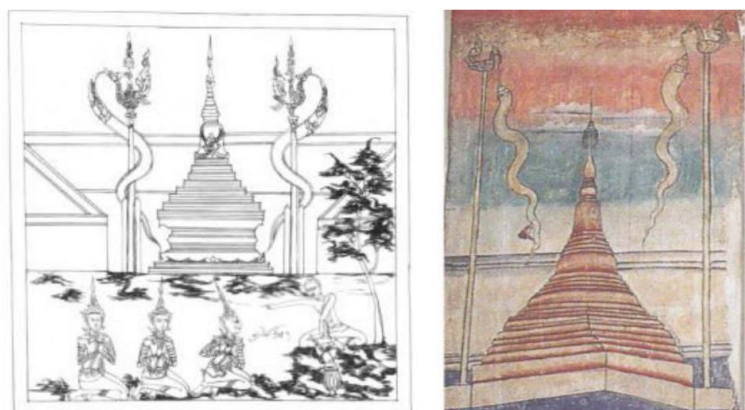
ที่มา : (เนตรชนก แต่งทับทิม, 2564)



ภาพที่ 25 ลายคำวิหารวัดปราสาท จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา : (เนตรชนก แต่งทับทิม, 2564)

ตุ่งไฉ่ที่ชาวล้านนามักแขวนตามสิ่งปลูกสร้างที่ทำการเฉลิมฉลอง (ปอยหลวง) หรือปักไว้หน้าวัดมักทำรูปแบบที่เรียบง่ายใช้ไม้ไผ่เหลาเป็นลำเล็กสอดแทนเส้นฟุ้ง สลับเป็นชั้นๆ หรืออาจเป็นการทอผสมการถักบางครั้งอาจมีลายรูปช้างหรือพระธาตุเพียง 1-2 ลายจะปักไว้ในงานเทศกาลงานบุญทางพุทธศาสนาและใช้ภายนอกอาคารมากกว่าภายในวิหารเป็นเครื่องหมายแห่งความมงคลและความร่มเย็นดี ชาวไท ยวนแต่ก็มีความเชื่อว่าการถวายตุ่งไฉ่จะช่วยให้วิญญาณบรรพบุรุษรอดพ้นจากการตกนรกได้เช่นกัน (เนตรชนก แต่งทับทิม, 2564)

พูน ปณ จิตโต ชีเว



ภาพที่ 26 ในภาพพระบรมพุทธรูปปางปฐมเทศนา จังหวัดลำปางรูปจิตกรรมเจดีย์จุฬามณี วิหารวัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน ด้านผนังทิศตะวันตก

น่าน ด้านผนังทิศตะวันตก

ที่มา : (เนตรชนก แดงทับทิม, 2564)

พระปลัดจตุพร วชิรญาณและคณะ (2565) ได้สรุปไว้ว่าชาวล้านนาทำตุงเพื่อความมุ่งหมายดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อถวายเป็นพุทธบูชาสร้างบุญกุศลให้ตนเองและผู้ที่ยกกลับไปแล้วจะได้พ้นจากเวรกรรม และได้ขึ้นสวรรค์
- 2) เพื่อใช้ประดับประดาศาสนสถาน ศาสนวัตถุเพื่อเป็นการเฉลิมฉลอง
- 3) เพื่อสะเดาะเคราะห์ขจัดภัยพิบัติต่างๆ ให้หมดไปโดยเฉพาะภัยที่เชื่อว่าเกิดจากภูติผีปีศาจหรือบาปกรรมทั้งหลาย
- 4) เพื่อใช้ในทางไสยศาสตร์ ทำเสน่ห์ บูชาผีสงเทวดา
- 5) เพื่อใช้ในพิธีกรรมและเทศกาลต่างๆ เช่น พิธีเจริญพระพุทธมนต์สืบชะตา การขึ้นท้าวทั้งสี่ การตั้งธรรมหลวง งานปอยหลวง ทอดกฐิน ประเพณีสงกรานต์ประเพณีเกี่ยวกับคนตาย
- 6) เพื่อให้เป็นสัญลักษณ์ หมายถึง ธงที่เป็นเครื่องหมายพวกหรือเผ่าต่างๆ กำหนดสีสັນให้รู้จักจำง่าย เหมือนชาติทั้งหลายในโลกที่ธงเป็นเครื่องหมายหรือความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง
- 7) เพื่อใช้เป็นเครื่องพิธี หมายถึง การนำตุงหรือช่อธงในพิธีเครื่องบูชาเช่นสรวง อย่างเช่นการบูชา ท้าวจตุโลกบาลเป็นต้น หากไม่มีช่อตุงหรือธงถือว่าพิธีไม่ครบถ้วน อันเป็นข้อบกพร่องทำให้พิธีเสียหรือไม่สมบูรณ์

8) เพื่อเป็นศักดิ์ศรีแก่เทพเจ้า หมายถึง เทพที่สำคัญทั้งหลาย เช่น พระอินทร์ พระนารายณ์ มีชื่อจริงเป็นเครื่องหมาย เช่น พระอินทร์มีธงสีเขียว เป็นต้น แม้สมมติเทพ เช่น พระมหากษัตริย์ก็มีธงเป็นเครื่องหมายแห่งยศและศักดิ์ศรี

9) เพื่อเป็นเกียรติแก่บุคคล หมายถึง การมีดั่งหรือมีชื่อประจำอยู่ เช่น เหล่ากองทหารต่างมีธงชัย เฉลิมพลอันเป็นเครื่องหมายแห่งเกียรติยศของกองทหารนั้นทำให้ทหาร ภูมิใจในความเป็นทหารของตน (พระปลัดจตุพร วชิรญาณโณและปรุทม์ บุญศรีตัน, 2565)

ดั่งจัดเป็นเครื่องสักการะของล้านนา ชาวล้านนาใช้ป็นสื่อสัญลักษณ์ในทางพระพุทธศาสนา โดย ผ่านพิธีกรรมต่างๆ ในล้านนา เช่น งานฉลอง งานบอย งานสืบชาติตา ขบวนแห่ พิธีสะเดาะเคราะห์ ขึ้นท้าวตั้งสี่ ทั้งงานมงคลและอวมงคล ชาวล้านนาจะใช้ดั่งเป็นสื่อในการทำพิธีกรรมทั้งนั้น ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันดั่งก็ยังมีหน้าที่สำคัญผูกพันกับความศรัทธาของชาวล้านนาเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงความเชื่อความกตัญญูต่อผู้มีพระคุณและอุทิศส่วนบุญกุศลให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้วหรือสื่อความหมายทางพระพุทธศาสนา เช่น ดั่งเหล็ก ดั่งทอง (ทอง) มี 16 อัน หมายถึง คำสอนทั้งฝ่ายดีและฝ่ายชั่ว ฝ่ายดี เรียกว่า มรรค 8 ส่วนฝ่ายชั่ว คือ อมรรค ไม่ใช่ทางดี 8 ประการ การดั่งดั่งไว้เป็นเครื่องหมายบอกว่าผู้ตายมีคติเป็น 2 ทาง คือ หากทำดีก็จะไปสู่สุคติ มี สวรรค์ หากทำชั่วก็จะไปสู่ทุคติ มีนรก เป็นต้น ส่วนดั่งที่มีการแบ่งเป็น 7 ช่องซึ่งหมายถึง สวรรค์ทั้ง 7 ชั้น ดั่ง สามหาง หมายถึง อนิจจัง ทุกขัง อนัตตา ดังนั้นเราจะเห็นได้ว่าชาวล้านนานั้นทำดั่งขึ้นเพื่อถวายเป็นพุทธบูชาและอุทิศให้กับผู้ล่วงลับและยังถวายเป็นปัจจัยส่งกุศลให้แก่ตนในภพหน้าโดยเชื่อว่าเมื่อถวายดั่ง (ทานดั่ง) แล้วจะได้เกาะชายดั่งขึ้นสวรรค์ดั่งจึงบเทบาทและมีความเป็นมาที่ยาวนานของชาวล้านนาจะเห็นได้ว่าชาวล้านนาได้นำดั่งมาใช้ในงานประเพณีและการประกอบพิธีกรรมต่างๆ เพราะมีความเชื่อที่มีพื้นฐานมาจากพระพุทธศาสนาและไสยศาสตร์ การใช้ดั่งในงานประเพณีเป็นความเชื่อเรื่องพุทธบูชา โดยถือว่าดั่งเป็นสื่อสัญลักษณ์ของพระพุทธเจ้าเป็นการส่งเสริมบารมีสร้างบุญกุศลให้ตัวเอง เป็น จิตวิทยาต้านการบำรุงขวัญของตนเองและหมู่คณะ ส่วนใหญ่มีการใช้ดั่งเพื่อเป็นสัญลักษณ์และแสดงอาณาเขตหรือบริเวณอันเป็นมงคลหรือเพื่อเป็นอานิสงส์ให้เกิดแก่ตัวเองไปในภพหน้า นอกจากนี้การใช้ดั่งในการประกอบพิธีกรรมยังมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้เกิดความสุข ความเจริญรุ่งเรืองทำให้หายจากโรคภัยหรือเพื่อความสามัคคีของหมู่คณะหรือเพื่อเป็นการแสดงความรัก ความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ แสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างศาสนา ประเพณีและพิธีกรรมที่ผูกพันกันอย่างแนบแน่น ทั้งนี้เพราะประเพณี พิธีกรรมต่างๆ เกิดจากความกลัวและความไม่รู้จนทำให้เกิดความเชื่อ ความเชื่อจึงเป็นกำเนิดของพิธีกรรมทาง ศาสนา ซึ่งเป็นที่มาของประเพณีและพิธีกรรมต่างๆ ที่เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของคนในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน (พระปลัดจตุพร วชิรญาณโณและปรุทม์ บุญศรีตัน, 2565)

ตุ้งในบทบาทการอุทิศให้แก่บรรพบุรุษหรือผู้ล่วงลับไปแล้ว สำหรับชาวไทลื้อตุ้งที่ใช้ถวายเป็นหน้าพระประธานในวิหารคือตุ้งรูปปราสาทซึ่งเป็นรูปแบบที่พบมากที่สุดโดยเฉพาะพื้นที่ที่มีชาวไทลื้ออาศัยอยู่จำนวนมาก เช่น พะเยาและน่าน ตุ้งไทลื้อเป็นตุ้งที่ทอจากฝ้ายมีการเขียนชื่อและคำอุทิศไว้ที่ชายตุ้งหรือทำเป็นบุญกุศลให้แก่ตนเองไว้ในภายในซึ่งมักจะเขียนคำว่า “ตานไว้ภายในหน้า” การถวายตุ้งในการตายครบ 100 วันยังปรากฏให้เห็นอยู่ในจังหวัดน่านที่วัดร่องแ่งและวัดต้นแหลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน ซึ่งไม่ได้จำกัดรูปแบบทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานะทางการเงินของผู้ที่ถวาย ครั้นเมื่อปี 2551 ตุ้งผ้าทอชาวไทลื้อได้ถูกทอขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องประกอบในงานพระศพของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวง นราธิวาสราชนครินทร์ โดยช่างทอชาวไทลื้อบ้านเก็ด อำเภอปัว และบ้านทุ่งสุน อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน นำโดยนางศดานันท์ เนตรทิพย์ และนางศรีสวลัย คำรังษี ซึ่งก่อนทอตุ้งขึ้นทูลเกล้าฯ ถวาย กลุ่มทอผ้าทั้ง 3 กลุ่มได้จัดพิธีบวงสรวงกันก่อนในหมู่บ้านของตนซึ่งเป็นประเพณียึดถือกันมาแต่โบราณ ปัจจุบันพื้นดินแบบแขวนอยู่ที่วิหาร วัดภูเก็ด อำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยรูปแบบตุ้งที่ใช้เป็นตุ้งผ้าทอจากเส้นฝ้าย ขนาดความยาวประมาณ 5 เมตร กว้าง 50 เซนติเมตร ทอด้วยเทคนิคการขีด มีลายที่เด่นชัดรูปปราสาทแบบต่างๆ กัน เช่น ลายปราสาทตั้งบนเรือเป็นลายประธาน ยอดบนสุดเป็นรูปนกยูงคู่หนึ่งและประดับลายดอก แก้วดอกจัน มีช้างแบกอยู่ทางด้านล่าง ส่วนด้านล่างสุดเป็นลวดลายที่เรียกว่าลายน้ำไหล แขนงที่เสาสงสรอบบริเวณมณฑลพิธีท้องสนามหลวง ในฐานะเครื่องอุทิศถวาย (เนตรชนก แต่งทับทิม, 2564)



ภาพที่ 27 พิธีกรรมการทอดตุ้งเพื่อใช้ประดับตกแต่งในงานพระราชพิธีพระราชทานเพลิงพระศพสมเด็จพระ

พระพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์

ที่มา : (นางศดานันท์ เนตรทิพย์ กลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านเก็ด อำเภอปัว จังหวัดน่าน)



ภาพที่ 28 ตุงไทลื้อ เทคนิคการขิดที่วิหารวัดภูเก็ด อำเภอปัว จังหวัดน่าน
ที่มา : (นงค์นุช กลิ่นพิกุล, 2564)



ภาพที่ 29 ตุงที่แขวนอยู่ในร้านของนางสดานันท์ เนตรทิพย์
ที่มา : (นงค์นุช กลิ่นพิกุล, 2564)

การปรับเปลี่ยนพุทธกระบวนทัศน์ ได้แก่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การรื้อฟื้นอัตลักษณ์ความเป็นไทลื้อ การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาไทลื้อในชุมชน การสร้างองค์ความรู้ผ่านงานวิจัยท้องถิ่นและจัดพิมพ์เผยแพร่ (พระราชปรีดี และพระสุธีธรรมานุวัตร, 2560) แต่เมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงจึงส่งผลให้ขั้นตอนกระบวนการด้านนามธรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย ได้แก่ อย่างไรก็ตามความเชื่อดั้งเดิมก็ยังเปลี่ยนแปลงน้อยมากเนื่องจากชาวไทลื้อยังคงเป็นสังคมที่ยังยึดมั่นในประเพณีดั้งเดิม ความเชื่อเรื่องผีบรรพบุรุษที่เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำบ้าน ประจำหมู่บ้าน ส่วนคติความเชื่อทางพุทธศาสนาก็มีการเปลี่ยนแปลงน้อยมากเช่นกันโดยเฉพาะความเชื่อเกี่ยวกับคนได้แก่ ความเชื่อเรื่องขวัญ บาปบุญ นรกรรมความเชื่อเรื่องการสร้างกุศล การสร้างวัด และศาสนสถาน การเปลี่ยนแปลงด้านรูปธรรม ได้แก่ วิธีการดำเนินชีวิต พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงชุมชนไปสู่ความทันสมัยเนื่องมาจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการเปลี่ยนแปลงการผลิตแบบดั้งเดิมที่ใช้แรงงานคนและสัตว์เป็นมาใช้เทคโนโลยีที่ช่วยให้เกิดความสะดวกรวดเร็วมียวิถีชีวิตที่ต่างคนต่างอยู่การพึ่งพาอาศัยกันเหมือนในอดีตลดลง ระบบเครือญาติและช่วยเหลือกันลดลง การเปลี่ยนแปลงประเพณีพิธีกรรม พบว่า สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปปรับวัฒนธรรมจากภายนอกทำให้สังคมไทลื้อเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัยวัฒนธรรม ประเพณีบางอย่างหายไป ประเพณีทางพุทธศาสนาบางอย่างถูกเปลี่ยนไปแต่อัตลักษณ์ทางประเพณีวัฒนธรรมชุมชนไทลื้อยังคงดำรงอยู่โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการและวัสดุให้เข้ากับยุคสมัย ความเชื่อยังคงดำรงอยู่แต่การจัดการประกอบพิธีกรรมตามคติความเชื่อบางอย่างได้ลดความสำคัญลงรวมทั้งวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบพิธีที่ได้เปลี่ยนแปลงไป เช่น ประเพณีสลากภัตเดิมที่ใช้กล้วยสลากที่สานจากไม้ไผ่ปัจจุบันมีการนำถังพลาสติกมาแทนรวมทั้งเส้นสลากเดิมใช้ใบลานปัจจุบันได้ทำมาจากกระดาษทั้งนี้เพื่อความสะดวกรวดเร็วและสามารถหาซื้อได้ง่าย ส่วนการทำตุ้มที่มีการใช้เหล็ก พลาสติกมาทดแทนกระดาศ ส่วนการตานตุ้มนั้นเปลี่ยนแปลงไปตอบสนองการท่องเที่ยวมากขึ้น เปลี่ยนมาตุ้มที่มีขนาดเล็กลง ผลิตง่ายโดยการสกรีนเพื่อความรวดเร็วและราคาถูก ส่วนวัตถุธรรมมีการเปลี่ยนแปลงที่มีความเป็นรูปธรรม มีผลมาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อมาเป็นสินค้า เช่น การพัฒนาวัดให้เป็นสถานมีท่องเที่ยว ที่พัก การนำผ้าทอ และตุ้มไทลื้อมาทำเป็นของที่ระลึก นำมาใช้ประดับในบริเวณอาคารและงานเทศกาลต่างๆ (พระราชปรีดี และพระสุธีธรรมานุวัตร, 2560)

จากการลงพื้นที่ผู้วิจัยได้พบว่า ค่านิยมใหม่การท่องเที่ยวไทลื้อเปลี่ยนแปลงไปมีการนำผ้าลวดลายต่างๆ มาทำเป็นเม็ดกระดุมกลมๆ หรือการนำผ้าเทโรมาสกรีนเป็นลวดลายต่างๆ เพื่อตอบสนองความสบาย รวดเร็ว ราคาถูกหาซื้อได้ง่ายตามวัดไทลื้อ (วัดธาตุสบแวน) โดยมีลายปราสาทเป็นลวดลายหลักเพื่อแสดงความเชื่อตามวิถีพระพุทธศาสนา อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการ

ห้องทอเย็บสะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่ต้องการถวายเป็นพุทธบูชาซึ่งทางวัดธาตุสบแวนได้จัดทำและจำหน่ายตุ้มผืนเล็กทำจากผ้าไหมซึ่งเป็นผ้าที่บางและราคาถูก โดยใช้แรงงานผู้สูงอายุเป็นผู้เย็บประกอบตกแต่งด้านข้างตุ้มด้วยดอกไม้พลาสติก ผืนตุ้มถูกสกรีนเป็นลวดลายโดยพระสงฆ์รูปหนึ่งของวัด ด้านล่างชายตุ้มมีพื้นที่สำหรับการเขียนชื่อและข้อความถวายไว้ภายนอก ตุ้มสกรีนจากผ้าไหมหลากหลายสีนี้จะมีราคาถูกอยู่ที่ 50 บาทต่อผืน (ดังภาพที่ 12) เมื่อเทียบกับตุ้มผ้าทอไหมที่มีราคาตั้งแต่หลักร้อยจนไปถึงหลักหมื่น นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสีพื้นของตุ้มที่สกรีนลวดลายด้วยสีชาวดำได้ตามต้องการ ทางชุมชนต้องการที่จะสื่ออัตลักษณ์ของความเป็นไทลื้อจึงมีการนำเสนอตุ้มที่ประดับอยู่ตามกำแพงวัดที่ทำจากแผ่นเหล็กชุบโครเมียม จากการสอบถามพบว่าได้มีการนำลวดลายมาจากช่างทอตุ้มรายหนึ่งในชุมชนแล้วนำมา CNC แผ่นเหล็กเป็นลวดลายตุ้ม นอกจากนั้นเพื่อต่อยอดให้ชัดเจนยิ่งขึ้นตามบริเวณเสาไฟในชุมชนก็ถูกประดับไปด้วยแผ่นเหล็กชุบทองที่ CNC เป็นรูปตุ้มเช่นกัน (ดังภาพที่ 34)

เนื่องจากความสวยงามของลวดลายและสีสันบนผืนผ้าทอตุ้มไทลื้ออีกทั้งยังเป็นเครื่องที่ใช้สักการบูชาและใช้ในการประกอบพิธีกรรม ที่แสดงถึงความดีความเจริญดังนั้นเมื่อมีการจัดพิธีกรรมหรือประเพณีต่างๆ หรือการจัดงานชุมชนแห่งนั้นก็มักจะนำตุ้มมาประดับตกแต่งสถานที่



ภาพที่ 30 ตุ้มไทลื้อจากการสกรีนบนผ้าไหม ณ วัดธาตุสบแวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา
ที่มา : (นงคันชุก กลิ่นพิกุล, 2564)



ภาพที่ 31 ตุ่งที่ใช้แขวนประดับที่พิพิธภัณฑ์ไทยลื้อ วัดธาตุสบแวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา
ที่มา : (นงคฺนุช กลิ่นพิกุล, 2564)



ภาพที่ 32 ตุ่งที่แขวนประดับตามคาเฟ่ ในอำเภอบัว จังหวัดน่าน
ที่มา : (นงคฺนุช กลิ่นพิกุล, 2564)



ภาพที่ 33 ตุ้งที่แขวนประดับในงานกาชาดไทลื้อ ณ วัดธาตุสบแวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

ที่มา : (นงคินุช กลิ่นพิกุล, 2564)



ภาพที่ 34 แผ่นเหล็กที่ถูกเจาะทะลุเป็นรูปตุ้งไทลื้อถูกประดับตามเสาไฟและตามกำแพงวัด ภายใน
อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

ที่มา : (นงคินุช กลิ่นพิกุล, 2564)



ภาพที่ 35 ตุ๊กกระดาศกรีนเป็นรูปนักษัตรียให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อตามปีเกิดเพื่อถวาย ณ วัดธาตุ
สบแวณ จังหวัดพะเยา
ที่มา : (นงคันช กลินพิกุล, 2564)

สำหรับตุ๊กที่พบเห็นในปัจจุบันของไทลื้อเชียงคำ จังหวัดพะเยา มีหลายชนิดที่มีการนำไปใช้งานต่างกัน ไปซึ่งสามารถจัดออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ 1) ตุ๊กที่นำไปใช้ในงานอวมงคล เช่น ตุ๊กที่ใช้สำหรับงานศพ จะใช้ตุ๊กสามหาง ตุ๊กที่ใช้ปักบริเวณที่มีผู้เสียชีวิตอุบัติเหตุจะใช้ตุ๊กแดง เป็นต้น 2) ตุ๊กที่นำไปใช้ในงานมงคล ได้แก่ การนำตุ๊กไปใช้ในพิธีสืบชะตาจะใช้ตุ๊กค่าคิง ตุ๊กที่นำไปใช้ในการปักตามข้างถนนภายในชุมชนที่มีการจัดงานประเพณีปอยหลวงจะใช้ตุ๊กไชย ตุ๊กที่ใช้ปักใช้ที่กองทรายที่วัดในวันสงกรานต์จะใช้ตุ๊กไส้หมูและตุ๊กผ้าทอไทลื้อที่ใช้ในการถวายทานหรือदानตุ๊กให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วหรือการถวายदानตุ๊กให้กับตนเองเพื่อหวังว่าจะได้ผลบุญไปใช้ในภายหน้า

ความแตกต่างของตุ๊กล้านนากับตุ๊กไทลื้อ ตุ๊กล้านนาภาคเหนือหรือตุ๊กไทลื้อมีความแตกต่างกัน ตุ๊กล้านนาจะทำจากกระดาศหรือผ้าไทเรที่มีสีส้นเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากราคาถูกลวดลายที่อยู่บนผืนตุ๊กมีทั้งมาจากการทอลายหยาบๆ มีลวดลายไม่มากมีการนำไม้ไผ่มาคั่นเป็นช่วงๆ ประมาณ 20-30 เซนติเมตร และมีทั้งการตัดตุ๊กกระดาศเป็นลวดลายต่างๆ เช่น ลายดอกแก้ว หรือลายนักษัตรียปีเกิด 12 ราศรี มาทากาวแล้วติดลงบนผืนตุ๊ก ชาวล้านนามักเรียกว่าตุ๊กไชย ซึ่งจะมีราคาตั้งแต่ 80-180 บาท ขึ้นอยู่กับขนาด ชนิดของผ้าหรือกระดาศและจำนวนของลวดลาย เป็นต้น

ความต้องการตุ๊กไทลื้อ กลุ่มผู้ซื้อและราคา ทุกปีชาวไทลื้อจะนำตุ๊กไทลื้อไปถวายदानให้กับบรรพบุรุษ ตุ๊กหนึ่งผืนเท่ากับผู้ที่เราจะदानตุ๊กให้ 1 คน โดยการซื้อบรรพบุรุษไว้ที่ชายตุ๊กพร้อมกับ

เขียนคำว่า “ตานไว้ไปหน้า” แปลว่า ถวายทานไว้ภายภาคหน้า ซึ่งถ้าเป็นในช่วงวันสงกรานต์ซึ่งเป็นการประเพณีการตานตุงก็จะมีการใช้ตุงมากขึ้นแต่ด้วยสภาพเศรษฐกิจบางครอบครัวอาจจะตานตุงแบบทั้งครอบครัวหมายถึงการตานตุง เช่น การเขียนบนผืนตุงว่าอุทิศให้ตาและยายที่มีนามสกุลเดียวกันเป็นต้น ดังนั้นช่วงสงกรานต์ก็จะทำให้ตุงขายดี บางครั้งอาจจะหาไม่ได้ต้องใช้ตุงล้านนาแทนหรือไม่ก็ต้องเป็นตุงไถลื้อที่นำมาจากลาวเพื่อจำหน่าย ตุงที่มาจากลาวจะมีราคาถูกกว่าตุงไถลื้อที่ช่างทอตุงในเชียงคำเป็นผู้ผลิต ด้วยความแตกต่างของตุงไถลื้อที่มาจากลาวนั้นมีลวดลายและสีสันที่ไม่ละเอียดทำให้สามารถเห็นความแตกต่างได้อย่างชัดเจนโดยมีราคาปลีกตั้งแต่ 400-800 บาทขึ้นอยู่กับขนาดของตุง ซึ่งเมื่อเทียบกับตุงผ้าไถลื้อที่นิยมจะมีความละเอียดของลวดลายและมีสีสันสวยงามก็จะมีราคาสูงกว่า โดยอยู่ที่ประมาณผืนละ 800-2,000 บาท หรือราคาสูงกว่านั้นขึ้นอยู่กับความยาวของผืนตุง จำนวนลวดลายและความละเอียดด้วย จากการศึกษาทำให้พบว่าเนื่องด้วยจำนวนความต้องการและราคาจึงทำให้ชาวไถลื้อส่วนใหญ่จะซื้อตุงไถลื้อที่มาจากลาว

การนำตุงไปประยุกต์หรือปรับเปลี่ยนการใช้งาน สำหรับชาวไถลื้อปัจจุบันได้มีการอนุโลมให้สามารถนำตุงไถลื้อไปใช้ในงานพิธีหรือประเพณีต่างๆ เนื่องจากเห็นว่านำไปใช้ในทางที่ดีมิได้ทำให้เสื่อมเสียอีกทั้งยังเป็นการนำเสนอให้ทุกคนเห็นว่านี่คือความเป็นชาติพันธุ์ไถลื้อ ได้แก่ การนำไปใช้ในพิธีไหว้ผีเจ้าเมืองหลวงเมืองมาง ประเพณีปอยหลวง ใช้ในการเดินขบวนงานประเพณีของไถลื้อ หรือนำไปใช้ในการตกแต่งสถานที่ โรงแรมหรือร้านอาหาร เป็นต้น การนำตุงมาเป็นสัญลักษณ์ของชาวไถลื้อ โดยการนำรูปแบบและลวดลายของตุงไถลื้อมาฉลุ โดยใช้เทคโนโลยี cnc ลงบนแผ่นโลหะขนาดใหญ่แล้วนำมาติดตั้งไว้ตามกำแพงวัดหย่วน ในพื้นที่อำเภอเชียงคำ และตามเสาไฟฟ้าตามข้างถนนก็จะมีการฉลุแผ่นโลหะเป็นรูปแบบและลวดลายตุงไถลื้อด้วย อำเภอเชียงคำเป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาชื่นชมศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของชาวไถลื้อเป็นจำนวนมาก วัดธาตุสบแวนร่วมกับทางชุมชนได้จัดการจำหน่ายตุงสำหรับนักท่องเที่ยวในราคาไม่แพงเพียงผืนละ 50 บาทเป็นราคาที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อได้ เพราะว่าผืนตุงขนาดเล็กทำด้วยผ้าไหมเนื้อบางที่สีสันทันแล้วสกรีนสีชาวเป็นลวดลายเหมือนกันทุกผืนมีการเย็บตกแต่งโดยผู้สูงอายุภายในชุมชน เมื่อนักท่องเที่ยวซื้อแล้วก็สามารถนำไปถวายใส่ไว้ที่พานหน้าพระประธานได้เลย ซึ่งในปัจจุบันมีการอนุโลมจะมีการถวายตุงตามความสะดวกของนักท่องเที่ยวเพราะทางวัดได้จัดเตรียมตุงไว้ให้กับนักท่องเที่ยวเลือกโดยให้การถวายปัจจัย(เงิน)แลกกับตุงเพื่อให้กับวัดต่อไปซึ่งตุงที่จัดทำสำหรับนักท่องเที่ยวจะมีขนาดเล็กและสกรีนลายสีชาบบนผ้าไหมจึงทำให้มีราคาถูกมากเมื่อเทียบกับตุงไถลื้อที่มาจากทอผ้าและขึ้นลวดลายที่มีสีสันและละเอียดกว่า

สรุป

ตุ้งไทลื้อ คือสิ่งทอที่ใช้ในการสักการบูชาและการประกอบพิธีกรรมเพื่อแสดงถึงความกตัญญู การอุทิศส่วนกุศลผลบุญไปสู่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้วหรือให้กับตนเอง เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อเรื่องราวของความ เชื่อและความศรัทธา เป็นสัญลักษณ์ของความดีความเป็นสิริมงคล มีลักษณะสีเหลืองพื้นผ้ายาวทำมาจากเส้นด้ายที่ทอเป็นผืนมีลายรูปปราสาทเป็นลายประธาน ลายสัตว์ในธรรมชาติและลายสัตว์ในจินตนาการ ลายจากพืชเป็นลายประกอบให้ผืนตุงนั้นดูสวยงามซึ่งลวดลายดังกล่าวเป็นการสะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของชาวไทลื้อที่สืบทอดต่อกันมาตั้งแต่ในอดีต วัสดุที่ใช้จากอดีตที่มีการย้อมสีจากธรรมชาติก็ปรับเปลี่ยนมาใช้ในการย้อมสีจากสีสังเคราะห์ทั้งนี้เพราะต้องการความรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย การทอตุ้งไทลื้อมีขั้นตอนที่ละเอียดและใช้ระยะเวลาทำให้ได้กรุ่นใหม่ไม่มี ความพยายามที่จะเรียนรู้ช่างทอตุ้งไทลื้อที่ยังคงอยู่ก็ได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาโดยการจำพรรษาจากคนรุ่นแม่ฝึกทำลองฝึกดูโดยมีคนในครอบครัวเป็นผู้แนะนำจากการคลุกคลีมาตั้งแต่เด็กจึงทำให้การขึ้นลายทอตุ้งไทลื้อจึงไม่ยากนัก แม้ว่าปัจจุบันบริบทในสังคมจะมีการเปลี่ยนแปลงไปชาวไทลื้อก็ยังคงใช้ตุ้ง ในการนำไปประกอบประเพณีหรือพิธีกรรมต่างๆ ตลอดจนการนำไปใช้ตกแต่งสถานที่ทั้งนี้จึงทำให้ เห็นว่าชาวไทลื้อมีความสำคัญและมีความผูกพันกับตุ้งเป็นอย่างยิ่งเพราะเชื่อว่าตุ้งเป็นสัญลักษณ์ของความดีความเป็นสิริมงคล



บทที่ 4 อัตลักษณ์ตุงไทลื้อ

จากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการลงพื้นที่สนามเพื่อทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จดบันทึก ถอดคำพูดและทำการแยกออกเป็นประเด็นที่สำคัญไว้หลายด้าน สำหรับในบทนี้เป็นการศึกษาที่ตอบวัตถุประสงค์งานวิจัยข้อ 2 เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของตุงไทลื้อโดยใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นในบทนี้จึงมีการศึกษา วิเคราะห์ และสรุปตุงผ้าทอไทลื้อโดยมีโครงสร้างบทที่มีส่วนประกอบ ได้แก่ อัตลักษณ์ด้านรูปทรง อัตลักษณ์ด้านสัญลักษณ์และการสื่อความหมาย อัตลักษณ์สีสันทนพื้นตุงและอัตลักษณ์ด้านสุนทรียศาสตร์ ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่มีความเชื่อมโยงในบทต่อไป

อัตลักษณ์ด้านรูปทรง

ตุงผ้าทอไทลื้อมีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ายาวตามแนวตั้งที่นิยมมีความกว้างตั้งแต่ 10-50 เซนติเมตร มีความสูงตั้งแต่ 1 ถึง 6 เมตร หรือมากกว่านั้นขึ้นอยู่กับความต้องการและฐานะทางการเงินของผู้ถวายตุงและการนำไปใช้งาน ด้านบนของตุงจะมีเชือกผูกกับก้านไม้ไผ่ซึ่งเชือกผูกไว้สำหรับนำไปแขวนบนเพดานหรือซื่อในวิหารวัด ส่วนบนของตุงจะทอดด้วยเส้นด้ายที่มีสีสันทนกับเส้นฝ้ายสีขาวตามแนวขวางโดยใช้เทคนิคการขีด การทอจะเว้นช่วงตามแนวตั้งช่วงละประมาณ 20 เซนติเมตร แล้วใช้ไม้ไผ่คั่นในแต่ละช่วงเนื่องจากไม่ให้ตุงพันกันในขณะที่เมื่อถูกลมพัดแต่ถ้าขนาดไม่สูงมากนักก็ไม่ต้องใช้ไม้ไผ่คั่น ส่วนกลางของผืนตุงจะเป็นการทอลวดลายต่างๆ ที่มีลายประธานคือ ลายปราสาท มีลายประกอบเป็นลายพรรณพฤกษา สัตว์และสิ่งของเครื่องใช้ ส่วนล่างของผืนตุงจะมีการตกแต่งโดยการระบายเส้นด้ายถักหรือพันกันเป็นเกลียวที่ชายตุงเพื่อให้ดูอ่อนช้อยสวยงาม ชาวไทลื้อเชื่อว่าผู้ที่ล่วงลับไปแล้วจะใช้สำหรับเกาะชายตุงขึ้นสู่สรวงสวรรค์

อัตลักษณ์ด้านสัญลักษณ์และการสื่อความหมายของตุงไทลื้อ

สำหรับชาวไทลื้อตุงเป็นเครื่องสักการะอันเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของวัฒนธรรมที่ผูกพันกับวิถีชีวิตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่มีบทบาทในความเชื่อเกี่ยวกับการเกิดจนถึงการตาย ชาวไทลื้อเชื่อว่าตุงเป็นสัญลักษณ์ของความดีความเป็นสิริมงคลและเป็นสื่อนำวิญญาณของผู้ล่วงลับไปแล้วให้ขึ้นไปสู่สวรรค์หรือหลุดพ้นจากความทุกข์ทรมานวิบากกรรมและจากอาณิสสของการถวายนีตุงจึงเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความตั้งใจของผู้ที่มีชีวิตอยู่แสดงถึงความกตัญญูที่มีต่อบรรพบุรุษและมีความเชื่อว่าการถวายตุงนั้นเป็นการอุทิศส่วนกุศลผลบุญให้กับบรรพบุรุษที่ตายไปแล้วหรือการถวายให้แก่ตนเองเพื่อตนเอง

นั่นก็ได้รับบุญกุศลที่ทำครั้งนี้ไปใช้ในภายภาคหน้า ด้วยความเชื่อแห่งอานิสงส์การถวายตุ่งว่า “ตายไปแล้วจะรอดพ้นจากขุมนรก” เพราะมีหางตุ่งมาช่วยตัวพ้นตัวให้พ้นอันตรายผู้ที่ไม่เคยก่อกรรมทำบาปอานิสงส์แห่งตุ่งจะนำพาให้ได้ขึ้นสวรรค์ การทำบุญด้วยการถวายตุ่งทำให้เกิดอานิสงส์ที่ยิ่งใหญ่ไม่ตกนรกและได้ขึ้นสวรรค์คือการทำดีมากเพียงใดก็มีพื้นที่ทำชั่วน้อยลงเพียงนั้น เมื่อไม่มีช่องว่างให้ตกนรกยิ่งทำดีสั่งสมบุญก็ย่อมทำให้ได้ขึ้นสวรรค์และยังเชื่อว่าเมื่อถวายตุ่งไปแล้วก็จะมีแต่ความสุขประสมแต่ความโชคดี หลังจากถวายตุ่งแล้วก็จะนำไปแขวนไว้ในวิหารวัดเพื่อให้เกิดสิริมงคลแก่ตนเอง หรือการนำตุ่งมาประดับตกแต่งสถานที่ในบริเวณหรือรอบๆ วัดถือว่าเป็นการเฉลิมฉลองศาสนสถาน ศาสนวัตถุหรือสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่วัดด้วย (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551) การนำตุ่งไปถวายวัดผู้ถวายจะเขียนชื่อ นามสกุลของผู้ที่เราจะถวายให้พร้อมทั้งเขียนคำอุทิศถวายเพื่อให้ผู้ที่มิชื่อนั้นได้รับผลบุญที่ทำในครั้งนี้ โดยจะเขียนชื่อลงบนผืนตุ่งตรงส่วนหัวหรือหางตุ่งก็ได้ซึ่งปัจจุบันถ้าใครมีทุนทรัพย์ก็จะใช้การปักชื่อด้วยจักรแทนเพราะมีความสวยงามและคงทนกว่าการเขียนด้วยลายมือโดยมีข้อความที่เขียนว่า “ตานไว้ถวายหน้า” (ถวายเพื่ออุทิศส่วนบุญส่วนกุศลที่ทำไว้ไปใช้ในอนาคตหรือเมื่อตายไปแล้วก็ได้พ้นทุกข์) ในอดีตชาวไทลื้อยังมีความเชื่อว่าการถวายตุ่งจะทำให้พบพระศรีอริยเมตไตรยและได้นิพพาน ปัจจุบันชาวไทลื้อเชื่อว่าการถวายตุ่งจะมีความสุขในการใช้ชีวิตไม่เจ็บป่วยมีเงินทองใช้ในการดำรงชีวิตและเมื่อตายไปแล้วก็ขอให้ไปสู่สุคติ (อัมภากรณ์ ฉัตรนันทน์, 2020)

ตุ่งไทลื้อเป็นสิ่งทอทางศาสนาที่ทอขึ้นเป็นผืนมีลวดลายต่างๆ โดยใช้เทคนิค “การขีด” ซึ่งเป็นเทคนิคการทำลวดลายบนผืนผ้าด้วยวิธีการเพิ่มด้ายเส้นพุ่งพิเศษเข้าไปโดยจะพุ่งจากริมผ้าด้านหนึ่งสู่ริมผ้าอีกด้านหนึ่ง ทำให้เกิดลวดลายตลอดหน้ากว้างของผืนผ้า ชาวไทลื้อเรียกเทคนิคการทอนี้ว่า “เก็บดอก” หรือ “เก็บมูก” ซึ่งหมายถึงลวดลายที่นูนขึ้นมา ตุ่งไทลื้อทอด้วยเส้นฝ้ายสีขาว ส่วนของลวดลายจะมีสีส้น เช่น สีแดง ดำ เขียว เหลือง ฟ้า ส้มและม่วง เป็นต้น ในอดีตในอดีตชาวไทลื้อจะใช้เพียงสีแดงและสีดำซึ่งเป็นสีประจำของชาวไทลื้อใช้ในการทอใช้เป็นลวดลายบนผืนตุ่งมาจนถึงปัจจุบัน ในอดีตเส้นฝ้ายถูกย้อมด้วยสีธรรมชาติซึ่งต่างจากในปัจจุบันที่ลวดลายมีการใช้สีส้นที่มีเส้นด้ายถูกย้อมด้วยสีสังเคราะห์เนื่องจากมีสีส้นสดใส ผลิตง่าย รวดเร็ว คงทนและราคาถูกกว่าสีการย้อมสีธรรมชาติ จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งข้อมูลจากพื้นภาคสนามสามารถค้นพบอัตลักษณ์ของตุ่งได้ดังนี้

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยลงพื้นที่ได้พบเห็นตุ่งผ้าทอที่มีหลายลวดลายบนผืนตุ่งไทลื้อ ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มลวดลายโดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ลวดลายรูปสัตว์

ทุ่งไทลื้อลื้อมีลวดลายรูปสัตว์หลายชนิดทั้งรูปสัตว์โลกที่อยู่ในธรรมชาติกับรูปสัตว์ที่อยู่ในป่า หิมพานต์หรือในโลกจินตนาการ ดังนี้ ลวดลายสัตว์ในธรรมชาติที่สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ของ ธรรมชาติ ได้แก่ “ลายไก่” หรือ “ลายไก่่งวง” ซึ่งพบว่าบางพื้นที่ของชุมชนไทลื้อมีการเลี้ยงไก่่งวง “ลาย นกบิน” ซึ่งส่วนใหญ่เมื่อมีลายนกก็มักจะพบลายม้าด้วยเสมอหรือบางพื้นก็มี “ลายนกเกาะอยู่บนม้า” “ลายนกยูง” ในอดีตเป็นสัตว์ประจำหมู่บ้านเช่นเดียวกับไทลื้อสิบสองปันนากับไทลื้อแม่สาบ จังหวัด เชียงใหม่ที่มีการเลี้ยงนกยูงในชุมชนเช่นกัน “ลายช้าง” “ลายม้า” คือความสมบูรณ์ ความ เจริญรุ่งเรืองและความยิ่งใหญ่ ในอดีตชาวไทลื้อจะใช้ช้างและม้าในการสร้างบ้านเรือนและใช้เป็น พาหนะในการเดินทาง “ลายผีเสื้อ” สื่อถึงความสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ในธรรมชาติ ลวดลายสัตว์ในจินตนาการ ได้แก่ “ลายนกหัสติลิงค์” เป็นลายระหว่างนกกับช้าง ชาวไทลื้อเรียกว่า “นกงวงงา” สื่อถึงสวรรค์และเชื่อว่านกหัสติลิงค์เป็นพาหนะนำวิญญาณของผู้ล่วงลับไปสู่สวรรค์ชั้น ดาวดึงส์ “ลายหงส์” คือ สวรรค์ความสูงส่งและความศักดิ์สิทธิ์ “ลายนาคร” สื่อถึงการนับถือ ธรรมชาติผู้ให้กำเนิดทุกสรรพสิ่งเป็นผู้สร้างความสมดุลของระบบนิเวศและเชื่อมโยงถึงการนับถือผี บรรพบุรุษที่นำความอุดมสมบูรณ์มาให้ “ลายสิงห์” สื่อถึงอำนาจในป่าหิมพานต์และสรรเสริญสวรรค์ นอกจากนั้นยังมีรูปคนเล็กๆ ที่มักจะจัดวางตกแต่งรอบผืนตุ่งซึ่งเชื่อว่าจะเป็นบริวารที่คอยนำพาไปสู่ สวรรค์



ภาพที่ 36 ลายสัตว์ในจินตนาการที่อยู่บนผืนตุ่งไทลื้อ
ที่มา : (นงคันทุช กลิ่นพิกุล, 2564)



ภาพที่ 37 ลายสัตว์ในธรรมชาติที่อยู่บนผืนตุงไทลื้อ
ที่มา : (นงคัมซุ กลิ่นพิกุล, 2564)



ภาพที่ 38 รวมลายสัตว์ที่อยู่บนผืนตุงไทลื้อ
ที่มา : (นงคัมซุ กลิ่นพิกุล, 2564)

2. ลวดลายพรรณพฤกษา

เป็นลวดลายที่สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์เจริญรุ่งเรืองและความสวยงาม ส่วนใหญ่ลวดลายเหล่านี้จะใช้ทอดกแต่งพื้นตุงให้สวยงามเพื่อไม่ให้มีระยะห่างระหว่างลายมากเกินไปซึ่งจะช่วยทำให้พื้นตุงแน่นแข็งแรงและมีความสวยงาม ลายพรรณพฤกษาที่พบบนพื้นตุง ได้แก่ “ลายต้นดอก” เป็นลายที่ใช้ตกแต่งรอบปราสาทและพื้นตุง หมายถึง สิ่งของเครื่องใช้ปัจจัยไทยทานต่างๆ (สิ่งของที่ท้าววยพระสงฆ์) บ้างก็เรียกว่า “ลายชันดอก” “ลายแหลมทิด” เป็นลายโบราณดั้งเดิมที่ใช้ทอสำหรับผ้าเช็ดน้อย(ผ้าเช็ดหน้าผืนยาว) หรือผ้าห่ม แต่ปัจจุบันได้มีการนำลายนี้มาใช้ตกแต่งบริเวณชายตุงเพื่อให้เกิดความสวยงาม นอกจากนี้ยังมีลายที่นำมาใช้บนพื้นตุงทึลื้อและตบแต่งบนตุงที่ทำจากกระดาษของไทยวนด้วย ได้แก่ “ลายกำกอก” หมายถึงการมีเกียรติยศ ชื่อเสียง โชคลาภ เงินทองซึ่งเป็นลายมีพื้นฐานมาจากสี่เหลี่ยม กำกอกคือพืชที่ลอยบนน้ำชาวไทลื้อจะนำมาให้เปิดกินเป็นอาหารสื่อให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ในธรรมชาติ “ลายดอกจัน” หมายถึงดอกไม้ที่มีคุณค่างดงามในอุดมคติ เป็นลายเก่าแก่ที่มักจะพบในหลายชนชาติ ลายมีลักษณะคล้ายรูปเฉลว (ตาแหลว) ซึ่งเป็นเครื่องจักสานที่ชาวไทลื้อใช้กันผืนหรือสิ่งไม่ดี “ลายดอกจันทร์แปดกลีบ” หมายถึงสัญลักษณ์แห่งทิศทั้งแปด ได้แก่ ทิศบูรพา อากเนย์ ทักษิณ ทร์ดี ปัจฉิม พายัพ อุดรละอีสาน “ลายดาวเพดาน” เป็นลายดอกกลมๆ มี 8 แฉกแยกออกเป็น 18 กลีบหรือ 36 กลีบ แล้วแต่ช่างตุงว่าจะเลือกใช้แบบไหนชาวไทยวนมักจะเรียกว่า “ลายแก้วชิงดวง” หรือ “ลายดอกควักน้อย ลายดอกควักใหญ่” ขึ้นอยู่กับขนาดของลาย เช่นเดียวกับ “ลายแหลมทิด” ลายจำพวกนี้จะนำมาทอตกแต่งชายพื้นตุงเพื่อให้เกิดความสวยงาม “ลายหมากขะแน็ด” เป็นลายลักษณะคล้ายสัปรดลายนี้นี้จะดัดบนยอดปราสาทเพื่อให้มีจุดเด่นและความสวยงาม

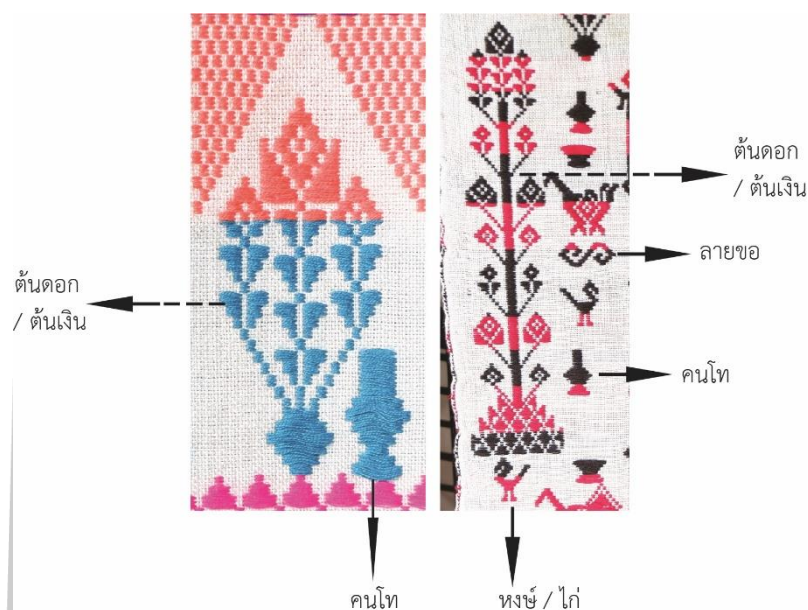




ภาพที่ 39 ลายคนและลายจากพรรณพฤกษา
ที่มา : (นงคัมช กุลนพิกุล, 2564)



ภาพที่ 40 ลายที่มักใช้ตกแต่งชายตุ่ง ผ้าเช็ดน้อยหรือผ้าห่มของชาวไทลื้อ
ที่มา : (นงคัมช กุลนพิกุล, 2564)



ภาพที่ 41 ลายต้นดอกที่ประยุกต์มาจากการดอกไม้หรือดอกไม้ประดิษฐ์ประดับเป็นต้นเพื่อนำไป
ถวายเป็นพุทธบูชาหรือใช้ประกอบการร่วมประเพณีต่างๆ บางคนก็เรียกว่าต้นเงิน

ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2564)

3. ลวดลายสิ่งของเครื่องใช้

เป็นลวดลายประเภทข้าวของเครื่องใช้ทั้งนี้เพื่อให้ครอบครัวประกอบพิธีสู่ขอถึงการอุทิศส่วนกุศลให้ผู้ล่วงลับไปแล้ว ลายประเภทนี้ได้แก่ “ลายเรือ” หรือ “ลายเรือสำเภา” หรือ “เรือวิญญาน” แสดงถึงการเดินทางไปสู่โลกหลังความตายและพิธีกรรมการอุทิศข้าวของเครื่องใช้ การบรรจุทุกข้าวของให้แก่ผู้ล่วงลับไปแล้วบ้างก็เรียกว่า “ทานสำเภา” “ลายตะขอ” หรือ “ลายเงาะ” บ้างก็เรียกว่า “ลายขอ” เป็นลายรูปตะขอมีทั้งขนาดเล็กและใหญ่ทอดต่อเนื่องกันเป็นแถวยาว “ลายขอ गुด” เป็นลายเก่าแก่ที่มีลายต่อเนื่องกันเป็นแถวยาวมักจะพบบนภาชนะเครื่องปั้นดินเผาตั้งแต่สมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์ ชื่อของลายขอคู่มีสัมพันธ์กับ “ผักกูด” ซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันเป็นลายที่มักจะพบในผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ตระกูลไต ต่งไทลื้อจะต้องมีลายปราสาทบรรจุอยู่บนช่วง ม้าหรือเรือหรือเรียกว่า “แม่นอนทราย” ซึ่งมาจากพิธีถวายปราสาทให้ผู้ล่วงลับไปแล้วให้ไปสู่สุรวงสวรรค์ ชั้นของปราสาทจะมีรูปนกคานหรือรูปนกหัสติงส์เกาะอยู่ นอกจากนั้นยัง “ธง” ซึ่งหมายถึงการมีชัยและครีวดาน (เครื่องไทยทาน) ซึ่งเชื่อว่าเป็นสิ่งของเครื่องใช้ที่ส่งไปพร้อมกับปราสาทส่งไปยังโลกแห่งความตายให้กับผู้ล่วงลับไปแล้ว

“ลายปราสาท” เป็นลายที่มีความสำคัญมากตุ้งผ้าทอไทลื้อจะต้องมีลายปราสาททุกผืนแต่รูปแบบของปราสาทอาจแตกต่างกันไปบ้างขึ้นอยู่กับกาทอของช่าง ลายปราสาทแสดงถึงความเป็น

เอกลักษณ์ของตุงไทลื้อได้เป็นอย่างดี ช่างทอตุงกล่าวว่า “ถ้าไม่มีปราสาทก็ถือว่าไม่ใช่ตุงไทลื้อ” “ลายปราสาท” หมายถึงการบูชาพระเกศแก้วจุฬามณีบนสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ เพื่อเป็นการสร้างสมบารมีและให้มีความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต เป็นลายที่มีเรื่อนยอดซ้อนกันเป็นชั้นๆ มีความกว้างและฐานที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับการสร้างสรรค์ของช่างทอตุง มีทั้งปราสาทเดียวกับปราสาทคู่ (ตุงบางผืนมีปราสาทคู่ที่อยู่ในผืนตุงเดียวกันซึ่งเชื่อว่าเป็นการถวายให้พ่อแม่ที่ล่วงลับไปแล้ว) ลายปราสาทมีตั้งแต่ 3-9 ชั้น ขึ้นอยู่กับฐานะทางครอบครัวแต่ที่นิยมคือ 3-5 ชั้น ยิ่งจำนวนชั้นของปราสาทที่สูงขึ้นราคาของตุงก็ยิ่งสูงขึ้นตาม ชาวไทลื้อในพื้นที่อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ได้สืบทอดประเพณีกันมายาวนาน ได้แก่ ประเพณีการตาน(ถวาย) และประเพณีถวายปราสาทผ้าขาวเพราะเชื่อในเรื่องของภพภูมิโลกหน้า ความสุขสมบูรณ์ในเทวโลกและการยึดมั่นในพุทธศาสนาเพื่อหลุดพ้นถึงพระนิพพานตามหลักพระพุทธศาสนา ปราสาทผ้าขาวเป็นวัตถุทานอันสูงส่งที่ชาวไทลื้อใช้เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมตั้งธรรมหลวง (เทศน์มหาชาติ) ตั้งแต่ในอดีตชุมชนไทลื้อเชียงคำจะจัดประเพณีตั้งธรรมหลวงเป็นประจำทุกปี โดยการจัดทำปราสาทขาวและมนทก (มณฑป) ผ้าขาวขึ้นเพื่ออุทิศส่วนกุศลไว้ในภายภาคหน้าหรืออุทิศไปให้แก่ญาติผู้ล่วงลับไปแล้ว ลายปราสาทที่พบแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ แบบที่ 1 เป็นแบบที่มีโครงสร้างเป็นเรื่อนซ้อนชั้นโดยสมบูรณ์มีลักษณะเรื่อนซ้อนชั้นขนาดใหญ่มีชั้นเล็กๆ ซ้อนลดขนาดไปเรื่อยๆ มีจำนวนชั้นไม่แน่นอน เช่น 3,4,5 แบบที่ 2 แบบหลังคาซ้อนชั้นรูปปราสาททรงถอดแบบของจีนซึ่งมีลักษณะเป็นหลังคาวัดไทลื้อทั่วไป

“ลายน้ำตัน” หรือลายคนโทเป็นพาชนะเครื่องปั้นดินเผาที่มีคอยาวสำหรับใส่น้ำดื่ม เดิมนั้นลายคนโทจะมีคอของคนโทที่ยาวแต่ปัจจุบันนั้นลายคนโทจะมีการใส่เพิ่มลายรูปเงินมาเสียบที่คนโทด้วยเพื่อให้ดูสวยงาม

“ลายต้นเงิน” สมัยก่อนนั้นจะไม่มีการนำรูปเงินมาเสียบแต่ปัจจุบันช่างทอตุงจะทำลายเงินมาเสียบที่ต้นเปรียบเสมือนกระถางเสียบเงินซึ่งเชื่อว่าเมื่อตายไปแล้วจะได้มีเงินใช้ เช่นเดียวกับ “กัณฑ์สดางค์” (คือต้นหญ้าคาที่ปักยอดด้วยเงิน) หรืออาจเป็นช่อเงินที่ปักลูกมะพร้าว ทั้งหมดนี้เป็นลายเก่าแก่ที่สืบทอดกันมานาน ซึ่งมักจะพบบนผืนตุงที่อยู่ในวัดไทลื้อที่อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

“ลายพานดอก” ปัจจุบันช่างทอจะเพิ่มลายโดยการนำชั้นเทศ (พานที่มีคัมภีร์เทศนามาวางไว้บนพาน) ลายเครือเถาหรือลายดอกไม้ ลายต้นไม้เล็กๆ โดยสื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ ความงดงาม ลวดลายเล็กๆ เช่น ลายดอกไม้ หรือลายคนทั้งนี้จะขึ้นอยู่กัช่างว่าจะนำมาใส่ตรงไหน ทั้งนี้การนำลายเล็กๆ มาใส่เพื่อให้งานดูสวยงามมีความละเอียดขึ้นและไม่ให้เกิดระยะที่ว่างเกินไป และยังทำให้ด้านหลังของผืนตุงนั้นแน่นและแข็งแรงขึ้น ปัจจุบันช่างทอตุงคิดสร้างสรรค์โดยการเพิ่มลวดลายให้ทันสมัย เช่น การเพิ่มลวดลายรูปธงชาติไทยไว้ด้านบนของปราสาท เป็นต้น ตุงแต่ละผืน

จะมีเอกลักษณ์เฉพาะของช่างทอแต่ละคน การเพิ่มหรือลดรายละเอียดของลวดลายจึงเป็นไปตามความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการของช่างแต่ละคนซึ่งพวกเขาสามารถรู้ได้ว่าลวดลายแบบไหนเป็นของตนเองหรือของคนอื่นเนื่องจากมีลักษณะพิเศษ การจัดวางลวดลาย การนับเส้นฝ้ายและการเก็บรายละเอียดของลายที่แตกต่างกัน

เป็นที่น่าสังเกตว่าการจัดกลุ่มลายของตุงไทลื้อมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับการจัดกลุ่มลายสิ่งทอของหลวงพระบาง ประเทศลาว ที่มีการจัดกลุ่มลายออกเป็น 3 กลุ่มคือ ลายจากสัตว์และสิ่งมีชีวิต ลายจากธรรมชาติ เช่น พืช ต้นไม้ ดอกไม้ ผลไม้ และลายที่อ้างอิงจากคนและนิทานพื้นบ้าน (Teerayut Pengchai, 2016: 163-167) ทั้งนี้คาดว่าจะมาจากการที่เป็นกลุ่มตระกูลไตอีกทั้งบางพื้นที่ของลาวก็มีชนชาติไทลื้ออาศัยอยู่เช่นกันและยังมีเขตติดต่อใกล้กับอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา บางลวดลายบนผืนตุงจึงมีความคล้ายคลึงกับลายที่อยู่บนตุ๊กตาของกลุ่มไทยวน เช่น ลายดาว เพดานและลายดอกจัน ทั้งสองลายนี้มีลักษณะคล้ายกันโครงสร้างของลายมาจากสี่เหลี่ยมจตุรัส เป็นไปได้ว่าชนชาติไทลื้ออพยพเข้ามาในล้านนาหลายร้อยปีจึงเกิดการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมและประเพณีของชาวไทลื้อและไทยวนจึงทำให้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีลักษณะคล้ายกับทางภาคเหนือของไทย



ภาพที่ 42 ลายที่ประยุกต์มาจากต้นที่ใช้ถวายสิ่งของต่างๆ หรือธนบัตรซึ่งมักจะเห็นในงานประเพณี
ปอยหลวง

ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 25654)



ภาพที่ 43 การประยุกต์ลายที่มาจากของใช้ในการดำรงชีวิตของชาวไทลื้อ
ที่มา : (นงคันทุช กลิ่นพิกุล, 25654)



ภาพที่ 44 ลายปราสาทและสิ่งของเครื่องใช้ ที่มาจากสิ่งของเครื่องใช้ของชาวไทลื้อ
ที่มา : (นงคันทุช กลิ่นพิกุล, 25654)



ภาพที่ 45 ที่มักใช้ตกแต่งบริเวณชายตุงไทลื้อ

ที่มา : (นงคันทุช กลิ่นพิกุล, 25654)

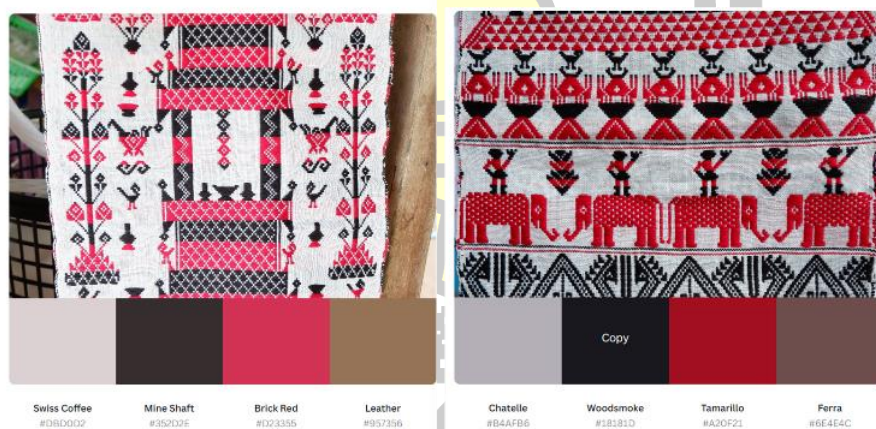
อัตลักษณ์สีสันบนผืนตุงไทลื้อ

ตุงไทลื้อทำมาจากการทอผ้าเป็นผืนที่มีสีพื้นเป็นสีขาวของผ้าฝ้ายแล้วมีลวดลายที่มีสีสันต่างๆ สวยงาม ในอดีตตุงไทลื้อจะมีพื้นเป็นสีขาวของผ้าฝ้ายมีลวดลายที่เป็นสีดำและสีแดง จากการสัมภาษณ์ช่างทอตุงบางท่านให้ข้อมูลว่าเนื่องจากในอดีตชาวไทลื้อมีอาชีพเกษตรกรรมการทำไร่ทำสวนหรือการหาปลาในแม่น้ำทำให้นิยมสวมใส่เสื้อผ้าที่มีสีเข้มคือสีดำเพื่อจะได้ไม่เห็นรอยเปื้อนมากกว่าการใส่เสื้อสีอ่อนหรือสีขาว ชาวไทลื้อจะย้อมสีจากพืชในชุมชนของชาวไทลื้อที่มาจากสีธรรมชาติโดยสีดำนั้นมาจากผลมะเกลือ สีแดงมาจากครั่ง สีน้ำเงินมาจากใบของต้นครามหรือต้นฮ่อม สีขาวก็คือสีของผ้าเป็นสีพื้นสำหรับลวดลายต่างๆ ซึ่งลวดลายที่อยู่บนผืนตุงในอดีตจะใช้สีดำหรือสีแดงเท่านั้น

ในปัจจุบันตุงไทลื้อจะใช้สีขาวของผ้าเป็นสีพื้นอยู่ส่วนลวดลายมีการเลือกใช้สีสันต่างๆ เช่น สีแดง สีดำ สีส้ม สีฟ้า สีชมพู สีม่วงหรือสีเหลือง ทอเป็นส่วนของลวดลายต่างๆ สีสันที่เลือกใช้ล้วนแล้วมาจากการย้อมสีสังเคราะห์ทั้งนี้เพื่อต้องการความสวยงามเห็นลวดลายที่เด่นชัด สีสันมีความคงทน

ไม่ชัดเจนเร็วและมีความสวยงามโดยผู้ให้ข้อมูลให้เหตุผลว่าเมื่อเวลาผ่านนานไปสีเส้นของลวดลายจะคงทนกว่าการย้อมสีธรรมชาติอีกทั้งการย้อมด้วยสีสังเคราะห์ยังมีราคาถูกกว่าการย้อมด้วยสีธรรมชาติ ฝ่ายที่ย้อมด้วยสีสังเคราะห์ข้างตุงจะสั่งซื้อมาใช้ได้เลยสะดวกมากกว่าการนำมาย้อมสีเอง ข้างทอตุงบางรายอาจเพิ่มการตกแต่งตุงไปด้วยการห้อยประดับด้วยพู่หลากสี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจินตนาการของช่างทอแต่ละคน แม้กระทั่งชุดเครื่องแต่งกายของชาวไทลื้อทั้งหญิงและชายเครื่องแต่งกายในอดีตจะเป็นสีดำและมีแถบตกแต่งเป็นสีแดง ปัจจุบันชุดเครื่องแต่งกายของชาวไทลื้อก็ยังใช้สีดำอยู่และอาจจะมีสีฮ่อมบ้าง ใช้สีแดง ในการตกแต่ง ดังนั้นสีดำและสีแดงจึงเป็นสีที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อได้อย่างชัดเจน

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากตุงไทลื้อที่มีอยู่ในชุมชนมีทั้งตุงของช่างทอและตุงที่อยู่ในพิพิธภัณฑ์ไทลื้อ วัดแสงเมืองมางและพิพิธภัณฑ์ไทลื้อ วัดหย่วน ในอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา และเพื่อเป็นการนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไปผู้วิจัยจึงนำรูปถ่ายตุงผ้าทอไทลื้อไปจัดวางในโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่อให้โปรแกรมประมวลผลโทนสีที่ได้จากตุงไทลื้อ โดยการแยกการวิเคราะห์กลุ่มโทนสีออกเป็น 3 กลุ่มโทนสีตามการแบ่งกลุ่มของลวดลายที่อยู่บนผืนตุงไทลื้อ ซึ่งมีทั้งกลุ่มสีดั้งเดิมคือโทนสีดำแดงและกลุ่มตุงผ้าทอไทลื้อในปัจจุบันซึ่งได้สีใหม่ (ดังภาพประกอบ 46 และ 47)



ภาพที่ 46 กลุ่มโทนสีจากลวดลายบนผืนตุงไทลื้อดั้งเดิม

ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2564)



ภาพที่ 47 กลุ่มโทนสีจากลวดลายบนผืนตุ่งไทลื้อปัจจุบัน
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2564)



ภาพที่ 48 ตุ่งไทลื้อ
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2564)

พหุบัน ปณ จิตโต ชีเว



ภาพที่ 49 ตุ่งไทลื้อในพิพิธภัณฑ์ไทลื้อ ตำบลหย่วน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2564)

อัตลักษณ์ด้านสุนทรียศาสตร์

ผลการวิจัยนี้พบว่ามีปัจจัยที่ทำให้เกิดสุนทรียศาสตร์หรือความงามบนผืนตุ่งไทลื้ออยู่ 3 ปัจจัยดังนี้

1. ความงามทางจิตใจ

จากความเชื่อในเรื่องของการอุทิศส่วนกุศลถวายตุ่งให้กับบรรพบุรุษของชาวไทลื้อที่ล่วงลับไปแล้วเป็นการแสดงถึงการคิดดีทำดีการแสดงถึงความห่วงใยความกตัญญูต่อบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วไม่ให้พบเจอกับความทุกข์ความลำบาก การคิดดีทำดีเป็นความงามทางจิตใจที่ปรากฏเป็นความงามทางสื่อประสาทสัมผัสโดยการถ่ายทอดออกมาจากการถวายตุ่งจากรุ่นสู่รุ่น ความสัมพันธ์ในครอบครัวที่เกิดขึ้นทำให้ลูกหลานสำนึกถึงบุญคุณและความดีของบรรพบุรุษจึงใช้โอกาสในประเพณีต่างๆ ในการถวายตุ่งให้กับบรรพบุรุษของพวกเขา ความงามที่เป็นความสัมพันธ์ (Beauty as Relation) นี้เป็นความผูกพันในระบบโครงสร้างของครอบครัวชาวไทลื้อที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณและยังสืบต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ความดีและความกตัญญูของชาวไทลื้อที่ถูกแสดงออกจากการถวายตุ่งจึงเป็นความงาม ความงามทางจิตใจที่อยู่บนฐานรากของศีลธรรมเป็นความงามสูงส่งกว่าความงามทางกาย ความงามและความดีจึง

เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับคุณธรรม ความงามที่แท้จริงของมนุษย์ไม่ใช่ความงามที่มาจากทางกายแต่มาจากจิตใจและเจตจำนงที่ดี (วนิดา ขำเขียว, 2563)

สุนทรียศาสตร์แห่งความงามที่พัฒนาความเป็นมนุษย์ให้สมบูรณ์ทั้งในด้านการพัฒนาจิตใจ จากการมุ่งทำความดี การทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วนั้นเป็นการแสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตนตามประเพณีการอนุรักษณ์และท่วงแขนในศิลปะวัฒนธรรมของไทยลือที่เป็นมรดกทางภูมิปัญญาของบรรพบุรุษสอดคล้องกับ ไชยเดช แก้วสง่า,(2556) ที่กล่าวว่า สุนทรียศาสตร์เป็นการพัฒนาความเป็นมนุษย์ให้สมบูรณ์ โดยการแสดงออกที่เป็นที่ยอมรับของสังคมตามขนบธรรมเนียมประเพณี การนำภูมิปัญญาของบรรพบุรุษมาอนุรักษณ์และเป็นความภาคภูมิใจของคนไทยทุกคนซึ่งสิ่งเหล่านี้คือคุณค่าความงามที่อยู่ภายในจิตใจ (ไชยเดช แก้วสง่า, 2556) ความงามไม่ได้หมายถึงความงามทางกายภาพเท่านั้นแต่ยังรวมไปถึงศีลธรรมและปัญญา เช่น ความยุติธรรม ความรอบคอบ คุณธรรมและขนบธรรมเนียมที่ดี คุณค่าของสิ่งเหล่านี้เป็นความงามในจิตใจ (วนิดา ขำเขียว, 2563)

2.ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ

ตุ๊กตาลี้อถูกสร้างจากความเชื่อและความศรัทธา จากการซาบซึ้งในคุณค่าของความเชื่อและความศรัทธาของชาวไทลื้อนั้นจึงเป็นความงามที่เกิดขึ้นจากจิตใจ มีพัฒนาการของลวดลายด้วยเวลา ประสบการณ์และทักษะของช่างที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษจนเกิดความชำนาญเกิดขึ้นเกิดความชอบและความพึงพอใจจนเกิดขึ้นเป็นรสนิยม (Taste) ของช่างแต่ละคนที่มีต่อตุ๊กตาลี้อ แต่ถึงกระนั้นพวกเขาก็มีจุดมุ่งหมายเดียวกันในการสร้างสรรค์ตุ๊กตาลี้อที่มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทลื้อที่ต้องการสื่อถึงความดี ความเป็นสิริมงคล เป็นเครื่องสักการะในพุทธศาสนาและเป็นสื่อในการนำวิญญาณของผู้ถวายตุ๊กตาลี้อหรือวิญญาณของผู้ที่ล่วงลับไปแล้วให้ไปสู่สุรวงสวรรค์ ความงามเกิดจากการสัมผัสด้วยการมองเห็นด้วยตาหรือการมองเห็นองค์ประกอบต่างๆ ซึ่งช่างตุงนำเอาองค์ประกอบเหล่านั้นมาประกอบกันเข้าเป็นผืนตุงเพื่อให้เกิดความสวยงามหรือเป็นการนำความงาม หรือเรียกว่าเป็นความงามทางทัศนธาตุ (Visual Elements) ได้แก่ จุด เส้น สี มาประกอบกันให้เกิดความงาม ทัศนธาตุที่ปรากฏจะมีความงดงามก็ต่อเมื่อมีการจัดวางที่มีสัดส่วน สมดุล มีจังหวะและมีความกลมกลืนของลวดลาย

การจินตนาการในทฤษฎีของเพลโตคือการที่สิ่งหนึ่งมีส่วนหนึ่งหรือการที่สิ่งหนึ่งไปทำให้เหมือนกันกับอีกสิ่งหนึ่งโดยสิ่งที่ถูกเลียนแบบนั้นมีความเป็นเอกภาพและมีเนื้อแท้เดียวกัน เรียกว่า แบบ(From) เพลโตมีแนวคิดว่าการลอกเลียนแบบมาจากมโนคติแห่งความงาม (Idea of beauty) ซึ่งอยู่ในโลกแห่งมโนคติ (World of idea) (วนิดา ขำเขียว, 2563)

อริสโตเติลกล่าวว่า สิ่งทั้งามไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีชีวิตหรือสิ่งที่สร้างขึ้นจะต้องเกิดจากความกลมกลืนที่มาจากความสัมพันธ์ของขนาดและสัดส่วนของสิ่งนั้น และเห็นว่าการเลียนแบบนั้นเป็นสิ่งที่ดีเพราะการเลียนแบบนั้นเป็นธรรมชาติของมนุษย์ซึ่งสามารถเรียนรู้และได้รับความพึงพอใจ ความเพลิดเพลินจากการเลียนแบบนั้น ดังนั้นความงามจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความรู้ (Cognitive) และในส่วนประกอบใดส่วนหนึ่งจะไม่สามารถงามได้โดยตัวเองแต่อาจจะงามได้ในลักษณะที่เป็นองค์ประกอบทั้งหมด (ลักษณะวัต ปาละรัตน์, 2551) ดังนั้นซึ่งสอดคล้องกับผู้วิจัยที่ได้พิจารณาความงามของตุ๊กตาทองตามหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ โดยได้จำแนกรายละเอียดออกได้ดังนี้

2.1 ความสมดุล (Balance)

ในลักษณะแนวนอนของผืนตุง ช่างทอตุ๊กตาทองได้จัดวางลวดลายบนผืนตุงในลักษณะสมดุลกันโดยจัดลวดลายให้มีรูปร่าง รูปทรง และสีสันทันกันและเท่ากันทั้งซ้ายและขวา ในแนวตั้งมีการจัดวางลวดลายของฐานเป็นลวดลายขนาดใหญ่หนักแน่น เช่น ลายช้าง ลายม้าหรือลายเรือ ในขณะที่ผืนตุงส่วนบนเพื่อไม่ให้ดูภาพบนผืนตุงดูไม่โล่งหรือแน่นเกินไป ช่างตุงได้นำลายที่มีลักษณะต่อเนื่องมาใส่ เช่น สัตว์คนหรือต้นไม้เล็กๆ มาจัดวางให้สวยงามสมดุลกับส่วนอื่นๆ ความงามที่เป็นความสมส่วน (Beauty as Relation) มาจากความพอดีกันโดยช่างได้มีการยึดเอาศูนย์กลางของภาพหรือเส้นแบ่งกึ่งกลางภาพเป็นหลักในการแบ่งและความสมดุลในเนื้อหาของภาพรวม ความสมดุลจึงเป็นการจัดภาพที่ทำให้เกิดความงามเกิดขึ้น

2.2 สัดส่วน (Proportion)

ช่างทอตุ๊กตาทองมีการจัดวางสัดส่วนชิ้นงานให้มีความสมบูรณ์และมีความสัมพันธ์กันอย่างงดงาม ด้วยตุ๊กตาทองมีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าในแนวตั้ง มีการนำเอาส่วนประกอบต่างๆ ของลวดลายมาจัดให้ได้สัดส่วนที่เหมาะสม ซึ่งแสดงความสัมพันธ์กันของจำนวนความกว้างและความยาวของผืนตุง การจัดวางสัดส่วนของตุ๊กตาทองถูกจัดแบ่งออกเป็น 3 ช่วงคือ “ช่วงฐานล่าง” เป็นการจัดวางฐานเพื่อรองรับปราสาทซึ่งในส่วนฐานล่างนี้มีลวดลายช้าง ม้า หรือเรือที่มารองรับปราสาทที่อยู่บนด้านบนหรืออาจจะเป็นปราสาทที่อยู่บนพานใหญ่ที่บรรจุอยู่ด้านหลังช้าง ม้าหรือเรือ ความงามเป็นความสมส่วน (Beauty as Relation) มาจากความพอดีสมดุลกัน สัดส่วนจึงเป็นคุณสมบัติที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ช่างได้มีการจัดวางลวดลายให้เกิดความสมดุลนั้นจะต้องยึดเอาศูนย์กลางของภาพหรือเส้นแบ่งกึ่งกลางภาพเป็นหลักในการแบ่งการนำลวดลายมาจัดวางตามจินตนาการของช่างเองหรือตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่ ลายพญานาค ลายเครื่องถ้วย ลายตะขอยหรือบางพื้นที่เรียกว่า ลายงูลอย เป็นต้น “ช่วงกลาง” เป็นช่วงกลางของผืนตุงซึ่งจะจัดวางลายปราสาทให้เป็นจุดเด่นของภาพ ซึ่งเป็นลายเอกลักษณ์ของตุ๊กตาทอง ปราสาทมีความสูงตั้งแต่ 3-9 ชั้น ซึ่งจำนวนชั้นของปราสาทนั้นขึ้นอยู่กับฐานะ

ทางเศรษฐกิจหรือกำลังการซื้อของผู้ถวาย จำนวนชั้นของปราสาทที่นิยมคือสูง 3 ชั้น ภายในปราสาทจะใส่ลวดลายที่เป็นรูปพานที่รองรับคัมภีร์หรือเครื่องไทยทาน(สิ่งของเครื่องใช้) ที่เชื่อว่าจะส่งไปถึงผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว “ส่วนด้านข้าง” ของปราสาทจะจัดวางลายนกหัสติงส์ ซึ่งถ้าปราสาทมีความกว้างที่เท่ากันจะทำให้พื้นที่ด้านข้างของผืนตุงมีพื้นที่เหลือเท่ากันด้วยทำให้สามารถใส่ลวดลายอื่นในการตกแต่งได้ แต่ถ้าปราสาทเป็นรูปทรงที่มีฐานใหญ่ด้านบนเล็กตามขนาดของชั้นจะทำให้พื้นที่ด้านข้างของผืนตุงเหลือน้อยทำให้สามารถใส่ลวดลายได้แต่ลายดอกไม้หรือลายสัตว์เล็กๆ “ช่วงบน” ของผืนตุงเป็นส่วนของยอดปราสาทที่ประดับไปด้วยลายธงเล็กๆ พื้นที่ว่างระหว่างยอดปราสาทไปยังขอบผืนตุง ก็จะประดับไปด้วยลาย นก ผีเสื้อและลายพรรณพฤกษาต่างๆ เมื่อพิจารณาผืนตุงตลอดทั้งผืนพบว่ามีการจัดวางลวดลายที่มีการจัดสัดส่วนในแต่ละช่วงของผืนตุงมีการเล่าเรื่องได้สัมพันธ์กันอย่างน่าสนใจ อาริสโตเติลเชื่อว่าสิ่งใดก็ตามที่มีความงามนั้นมักเกิดจากระเบียบ ขนาดและสัดส่วนที่มีความสมดุลกันซึ่งแนวคิดนี้เหมือนกับแนวคิดของพวกพิทาโกเรียน (วนิดา ขำเขียว, 2563)

2.3 จังหวะและจุดสนใจ (Rhythm and Emphasis)

ช่างมีการจัดวางลวดลายให้เกิดจุดสนใจและจังหวะที่เหมาะสมสวยงามค่านึงถึงบริเวณว่างมีจังหวะในลักษณะของการซ้ำที่เป็นระเบียบ ได้รับรู้ถึงการเคลื่อนไหวต่อเนื่องของเส้น น้ำหนัก สีและรูปทรงจนเกิดเป็นจุดสนใจ เช่น จังหวะของลวดลายที่เรียงกันแบบธรรมดา จังหวะเรียงเชื่อมโยงและจังหวะของรูปร่าง รูปทรง ที่เรียงสลับกัน การจัดวางให้เกิดจุดเด่นโดยการจัดองค์ประกอบเพื่อสร้างความเป็นหน่วยเดียวที่เด่นและน่าสนใจของปราสาทซึ่งมีขนาดของลายที่ใหญ่กว่าลายอื่นๆ โดยรูปปราสาทเกิดจากการใช้เส้นต่างๆ ประกอบกัน คือ เส้นตรง เส้นนอนและเส้นซิกแซก มีการใช้สีเส้นของเส้นด้าย เช่น ลายปราสาทเป็นลายที่ใหญ่กว่าลายอื่นๆ มีสีเส้นจากเส้นต่างๆ เมื่อมองดูภาพแล้วจะทำให้มีความน่าสนใจ ทั้งนี้ตำแหน่งของจุดสนใจก็อยู่บริเวณศูนย์กลางของภาพเมื่อมองดูจึงทำให้ผืนตุงมีความงามเกิดขึ้น

2.4 ความกลมกลืน (Harmony)

การจัดวางลวดลายที่มีสัดส่วนสมดุล มีจังหวะและจุดสนใจที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของช่างทอดดูให้มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันในมิติความเชื่อและความศรัทธาที่มีต่อพุทธศาสนา การทำความดีและการระลึกถึงบุญคุณของบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว มีความกลมกลืนทั้งเส้นตรงและเส้นนอน การเลือกใช้ลวดลายพรรณพฤกษามาจัดวางช่วยให้เกิดความรู้สึกพลิ้วไหว การเลือกใช้สีเส้นของเส้นด้ายที่ย้อมสีสังเคราะห์มีความคงทนและเมื่อนำไปแขวนก็จะทำให้เห็นชัดเจนและสวยงาม ต่างจากในอดีตที่มีการใช้เส้นด้ายจากการย้อมสีธรรมชาติ ช่างตุงมีการจัดวางลวดลายให้มีความกลมกลืนเกิดความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงอยู่ในกลุ่มเดียวกันไม่กระจัดกระจายหรือก่อให้เกิดความสับสน

ความงามทางกายภาพ (Physical or external beauty) นั้นขึ้นอยู่กับรูปทรง(Form) และการจัดระเบียบที่ถูกต้องของสิ่งนั้นโดยธรรมชาติของเซนต์ไอวอนความงามจะต้องได้สัดส่วนหรือกลมกลืนกัน (Proportion or harmony) หรือแสดงสัดส่วนที่เหมาะสม (ลักษณะวัด ปาละรัตน์, 2551) การพิจารณาความสมส่วนตามลักษณะโครงสร้างที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันทั้งในด้านคุณสมบัติของชิ้นงานและรูปทรง การจัดวางตำแหน่งต่างๆ ตลอดจนการเลือกใช้วัสดุมีความพอดีไม่ขาดไม่เกิน สิ่งเหล่านี้ช่างทองต้องใช้ความรู้สึกละเอียดและความชำนาญที่เกิดจากสัญชาตญาณเป็นตัวกำหนดทั้งรูปทรง สัดส่วนที่เหมาะสมจึงจะทำให้เกิดลวดลายที่แสดงถึงคุณค่าทางความงาม อริสโตเติลและกลุ่มกลุ่มพิทาโกเรียนเชื่อว่าสิ่งใดที่มีความงามจะต้องเกิดจากระเบียบ ขนาดและสัดส่วนที่มีความสมดุลกัน อริสโตเติลยังเชื่อว่าสิ่งใดก็ตามที่ได้รับการยกย่องว่างามจะเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและทำให้เกิดความเพลิดเพลินใจ (วนิดา ขำเขียว, 2563)

ชาวไทลื้อพัฒนาจิตใจให้สมบูรณ์โดยการยึดถือปฏิบัติทางศีลธรรมพุทธิปัญญาและรูปธรรมตุงเป็นความงามที่โน้มน้าวจิตใจของชาวไทลื้อให้เกิดความรู้สึกและความปลาบปลื้มในการได้ถวายตุงจากการสร้างสรรค์ของช่างถักทอเรื่องราวโดยการเลือกใช้เส้นและสี ทำให้เกิดความกลมกลืนระหว่างเนื้อหาความเหมาะสมกับรูปแบบความงามและการยอมรับในสังคมไทลื้อที่ถูกถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษทำให้ช่างทองมีความเข้าใจในบริบทของตุง ความงามของผืนตุงไม่ได้เกิดจากความสัมพันธ์เพียงอย่างเดียวแต่มีเรื่องราวของเงื่อนไขอื่นด้วย เช่น เรื่องของความเชื่อ ความศรัทธา ค่านิยมและการเปลี่ยนแปลงในสังคมปัจจุบันที่มีปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง

ช่างทองเป็นศิลปินผู้ซึ่งสามารถค้นพบความงามนี้ซึ่งเกิดขึ้นด้วยการนำสัดส่วนต่างๆ ของทัศนธาตุมาประกอบกันทำให้เกิดความงามบนผืนตุงในขณะที่พวกเขามีความเชื่อและความศรัทธาที่อยู่ภายใต้จิตสำนึกนี้เองจึงสร้างสรรค์ผืนตุงขึ้นมาอย่างสวยงาม ศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี ได้เขียนอธิบายคำว่าความงามคือคุณสมบัติของศีลธรรม พุทธิปัญญาและทางรูปสมบัติซึ่งอาจโน้มน้าวใจเราให้เกิดความรู้สึกปลื้มใจเพราะด้วยความสมบูรณ์ของรูป สี สัดส่วนอันมีอยู่ในคุณสมบัตินั้นๆ (กำจร สุนพงษ์ศรี, 2556)

สรุปอัตลักษณ์ตุงไทลื้อ

1. รูปทรงตุงไทลื้อ

ตุงไทลื้อมีลักษณะรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ายาวตามแนวดั้งมีความกว้างตั้งแต่ 10 - 50 เซนติเมตร และมีความสูงตั้งแต่ 1 - 6 เมตร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการนำไปใช้งานและฐานะทางการเงินของผู้ถวายตุง ด้านบนของผืนตุงจะมีเชือกผูกกับก้านไม้ไผ่เพื่อสำหรับนำไปแขวนบนเพดานในวิหารวัด ถ้าผืนตุงมีความยาวมาก ก็จะทอเว้นช่วงตามแนวดั้งโดยใช้ไม้ไผ่คั่นเพื่อไม่ให้ตุงพันกันในขณะที่เมื่อถูกกลม

พัด ส่วนกลางของผืนตุงจอทอเป็นลวดลายต่างๆ ส่วนล่างจะมีการระบายเส้นด้ายถักหรือพันกันเป็นเกลียวที่ชายตุงเพื่อให้อ่อนช้อยสวยงามชาวไทลื้อเชื่อว่าบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วของพวกเขาคือเกาะชายตุงนี้ขึ้นสู่สวรรค์และชายตุงนี้ก็จะปิดความทุกข์ออกไป

2. สัญลักษณ์ของตุงไทลื้อและการสื่อความหมาย

ลวดลายที่อยู่บนผืนตุงล้วนแล้วมาจากการดำเนินชีวิตของชาวไทลื้อทั้งนั้น จากการศึกษาในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยสามารถจำแนกกลุ่มของลวดลายที่อยู่บนผืนตุงออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ลวดลายเกี่ยวกับสัตว์ ลวดลายเกี่ยวกับพรรณพฤกษา และลวดลายเกี่ยวกับสิ่งของเครื่องใช้ โดยลายสัตว์แยกออกเป็นลวดลายสัตว์ในวิถีชีวิตประจำวัน เช่น นก ไก่ ผีเสื้อ ช้างหรือม้าเป็นต้น และมีลวดลายสัตว์ในจินตนาการที่มาจากความเชื่อ เช่น นาค มอม เป็นต้น กลุ่มลวดลายพรรณพฤกษาเป็นลวดลายเกี่ยวกับพืชผักที่ผูกพันกับวิถีชีวิตของชาวไทลื้อมาตั้งแต่โบราณ เช่น ดอกจันทร์ ดอกแก้ว ลายเครือเถา หรือการนำมาประยุกต์เป็นลายต้นดอกเป็นต้นซึ่งก็เปรียบเสมือนหมากพลูที่จะถวาย เป็นต้น และกลุ่มลวดลายที่เกี่ยวกับสิ่งของเครื่องใช้เปรียบเสมือนการถวายทานสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เพื่อให้บรรพบุรุษตายไปแล้วจะได้นำไปใช้ เช่น คนโท เงินพาน คัมภีร์และปราสาทซึ่งจำนวนลวดลายและชั้นของปราสาทก็จะขึ้นอยู่กับสภาพทางการเงินของผู้ถวายด้วย

3. สีสันบนผืนตุงไทลื้อ

สีที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อมาจากชุดไทลื้อและสีของตุงไทลื้อในอดีตคือสีดำและสีแดง เนื่องจากวิถีชีวิตในอดีตที่การทำเกษตรและเรื่องความสะอาด ในปัจจุบันมีลวดลายบนผืนตุงมีการเลือกใช้สีสันทันทีมาจากการจินตนาการของช่างทอตุงทั้งนี้มาจากสภาพบริบทการเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบันที่ต้องการความรวดเร็ว คงทนและราคาถูกจึงทำให้ช่างทอเลือกใช้การทอลวดลายเป็นสีสันทันที บนผืนตุงไทลื้อ สำหรับในงานวิจัยนี้เพื่อเป็นการขยายผลไปยังการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์โทนสีโดยการนำภาพถ่ายตุงไทลื้อที่พบในชุมชนมาวางในโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่อให้โปรแกรมประมวลผลโทนสีที่ได้จากตุงไทลื้อ ที่ประมวลสีจาก 3 กลุ่มที่แบ่งกลุ่มสีตามลวดลายคือกลุ่มลายพรรณพฤกษา กลุ่มลายสัตว์และกลุ่มลายสิ่งของเครื่องใช้

4. สุนทรียศาสตร์บนผืนตุงไทลื้อ

4.1 ความงามทางจิตใจ

ชาวไทลื้อมีความเชื่อในเกี่ยวกับการอุทิศส่วนกุศลถวายตุงให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วนั้น เป็นการแสดงถึงการคิดดีทำดี การแสดงความห่วงใย ความกตัญญูต่อบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วให้พ้นจากความทุกข์ความลำบากให้ไปสู่สรวงสวรรค์ การคิดดีทำดีเช่นนี้เป็นความงามทางจิตใจที่ปรากฏเป็นความงามทางสื่อประสาทสัมผัสโดยการถ่ายทอดออกมาจากการถวายเป็นสิ่งของเครื่องใช้และการ

ถวายเป็นความสัมพันธ์ในครอบครัวที่เกิดขึ้นที่ทำให้ลูกหลานสำนึกถึงบุญคุณ ความดีและความรักของบรรพบุรุษจึงใช้โอกาสในประเพณีต่างๆ ในการถวายเป็นบุญคุณของตน ความสัมพันธ์นี้เป็นความงามหรือความผูกพันในระบบโครงสร้างของครอบครัวของชาวไทยลื้อที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณและยังสืบทอดต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันจากที่กล่าวมานั้นจึงเป็นความดีและความกตัญญูของชาวไทยลื้อที่ถูกแสดงออกจากการถวายเป็นความงามพื้นฐานทางจิตใจของชาวไทยลื้อ

4.2 ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ

ตุ่งไทลื้อถูกสร้างโดยช่างทอตุ่งที่เป็นชาวไทยลื้อโดยส่วนใหญ่จะได้รับการถ่ายทอดทักษะและองค์ความรู้ที่มาจากบรรพบุรุษมานานจนเกิดความชำนาญเกิดขึ้น จากเวลาและประสบการณ์ทำให้ช่างทอตุ่งรู้สึกผูกพันซาบซึ้งในคุณค่า มีความเชื่อและความศรัทธาว่าตุ่งนั้นเป็นสิ่งที่ใช้สักการะเป็นการทำบุญถวายเป็นทาน จากเวลาและประสบการณ์นั้นจึงทำให้ช่างทอตุ่งเกิดทักษะเกิดความชอบและความพึงพอใจเกิดขึ้นจนเป็นรสนิยม (Taste) ของช่างแต่ละคนที่มีต่อตุ่งไทลื้อ อย่างไรก็ตามช่างทอตุ่งก็มีจุดมุ่งหมายเดียวกันในการสร้างสรรค์ตุ่งที่มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทลื้อสื่อถึงความดี ความเป็นสิริมงคลและเป็นสื่อในการนำวิญญาณของผู้ถวายเป็นบุญคุณของผู้ที่ล่วงลับไปแล้วไปสู่สรวงสวรรค์ จากประสบการณ์ช่างทอตุ่งจึงสามารถสร้างสรรค์ให้ตุ่งเกิดความงาม จากการสัมผัสด้วยการมองเห็นและการนำเอาองค์ประกอบต่างๆ การเลือกและการจัดวางลวดลายที่มีความสัมพันธ์มาประกอบกันเป็นเรื่องราวขึ้นบนผืนตุ่งและเกิดความสวยงามหรือเรียกว่าเป็นความงามทางทัศนธาตุ (Visual Elements) ได้แก่ จุด เส้น สี นำมาประกอบกันโดยมีการจัดวางที่มีสัดส่วน สมดุล มีจังหวะ และมีความกลมกลืนของลวดลายจึงทำให้ตุ่งไทลื้อมีความสวยงามที่ลงตัว



บทที่ 5 เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความต้องการของผู้บริโภค

ในบทนี้เป็นการศึกษาเพื่อเป็นการพื้นฐานทางทฤษฎีและแนวโน้มความต้องการเพื่อสรุปและนำไปสู่กระบวนการของการได้มาของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่จะต้องทำการศึกษาริบททางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความต้องการของผู้บริโภคและแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนและเป็นข้อสรุปว่าผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของงานวิจัยนี้คืออะไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้เชื่อมโยงไปยังบทต่อไปเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ไปเป็นแนวทางในการสร้างแนวคิดในการออกแบบ โดยมีโครงสร้างบทที่มีส่วนประกอบ ได้แก่ ทฤษฎีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทฤษฎีความต้องการของผู้บริโภค แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์และแนวโน้มความต้องการเครื่องประดับเงิน

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

1. ความหมาย

สร้างสรรค์ หมายถึง มีลักษณะริเริ่มในทางดี เช่น ความคิดสร้างสรรค์ ศิลปะสร้างสรรค์ หรือสร้างใหม่ให้เป็นขึ้น (มักใช้ทางนามธรรม) เช่น สร้างสรรค์ความสุขความเจริญให้แก่สังคม (ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ,2554)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพยากรทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน, 2565)

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ทรัพยากรทางปัญญา และการศึกษาวิจัย ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจและการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม (Value Creation) โดยเชื่อมโยงกับรากฐานทาง วัฒนธรรม การสั่งสมทางปัญญา ผสมเข้ากับการใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ นวัตกรรม ตลอดจน จุดแข็งทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน, 2565)

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นการผลิตสินค้าและบริการ โดยมีความคิดสร้างสรรค์และทุนทางปัญญาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลิต ซึ่งสินค้าและบริการเหล่านี้สามารถจำแนกได้ตามบทบาทที่สังคมรับรู้ ได้แก่ ประเพณี ศิลปะ สื่อและสิ่งประดิษฐ์เพื่อการใช้งานต่างๆ” จะรวมถึง วงจรของการสร้างการผลิตและการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางภูมิปัญญา (intellectual capital) ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานหลัก (สมบัติ กุสุมาวดี, 2553: 107-108)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ให้นิยามว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์(Creative Economy) หมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้การศึกษาการสร้างสรรค์งาน การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม ตลอดจนการส่งเสริมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่

John Howkins (2001) เจ้าของแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ได้อธิบายไว้ว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์” John Howkins ยังเชื่อว่าคนสามารถคิดสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระตามจินตนาการแล้วเลือกสรรจนได้สิ่งที่ดีซึ่งในทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญและซึ่งถือว่าเป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้เขามองว่าการตลาดควรเปลี่ยนจากการเน้นอุปทานหรือกระบวนการผลิตที่เน้นความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ โดยกล่าวว่า “การสร้างสรรค์ไม่ใช่เรื่องใหม่เช่นเดียวกับเรื่องเศรษฐกิจที่ไม่ใช่เรื่องใหม่แต่ที่ใหม่คือธรรมชาติและ การขยายความสัมพันธ์ระหว่างกันและเชื่อมโยงถึงกันเพื่อให้สามารถสร้างมูลค่าและความมั่งคั่งอย่างพิเศษขึ้นมา” ดังนั้นถ้ามีการกระตุ้นให้แนวคิดสร้างสรรค์มาเป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจไทยได้สำเร็จก็เท่ากับเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศที่สามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้นและที่สำคัญคือช่วยในการพัฒนาศักยภาพในตัวคนซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ประเทศมีการพัฒนาที่ยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนาที่เสนอให้ประเทศไทยไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างนวัตกรรม (Efficiency – Driven and Innovation – Driven Economy) ที่ไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (John Howkins, 2001)

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center: TCDC) ได้ให้นิยาม Creative Economy ไว้ว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์สาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์(Creative Industries : CI)” เป็นกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา UNCTAD (United Nation Conference on Trade and Development) ได้ให้ความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ว่า “เป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้าง ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์”

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ กระบวนการหรือกิจกรรม (Process or Activity) โดยเกิดจาก 2 ส่วนปัจจัยหลักด้วยกันคือ 1) ทักษะปัญญา หรือองค์ความรู้ และ 2) ทักษะการประยุกต์นำความคิดสร้างสรรค์ หรือองค์ความรู้นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงพาณิชย์ (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556: 6) สรุป

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือ แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ร่วมกับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ตลอดจนนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นการสร้างสรรค์ความคิดใหม่จากการผสมผสาน เปลี่ยนแปลง หรือการนำกลับมาใช้ใหม่ ความคิดสร้างสรรค์บางเรื่องอาจน่าทึ่งและยอดเยี่ยมมาก บางเรื่องอาจจะเป็นเรื่องพื้นๆ ธรรมดาที่คนส่วนใหญ่มองข้าม โดยวิธีการเปลี่ยนแปลงมีความยืดหยุ่นสอดคล้องกับสังคมและวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายแบบค่อยเป็นค่อยไปหรือปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ขึ้น ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับการสร้าง การบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการที่พัฒนาขึ้นจากความพยายามสร้างสรรค์หรือปัญญา ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น งานศิลปะ เพลง ซอฟต์แวร์ หนังสือ และสื่อดิจิทัลอื่นๆ โดยรวมแล้วเศรษฐกิจผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรม กระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจและมอบโอกาสใหม่ๆ ให้กับบุคคลและธุรกิจ

2.ประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นแผนยุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สอดคล้องต่อการนำไปใช้ประโยชน์จริงต่อภาคธุรกิจและมีเป้าหมายในทิศทางเดียวกับนโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ตามนิยามที่สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กำหนดออกเป็น 5 กลุ่ม รวมทั้งหมด 15 สาขา ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน (CEA) เพื่อเตรียมความพร้อมและยกระดับขีดความสามารถด้านการแข่งขันให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยมีศักยภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากลต่อไป ดังนี้

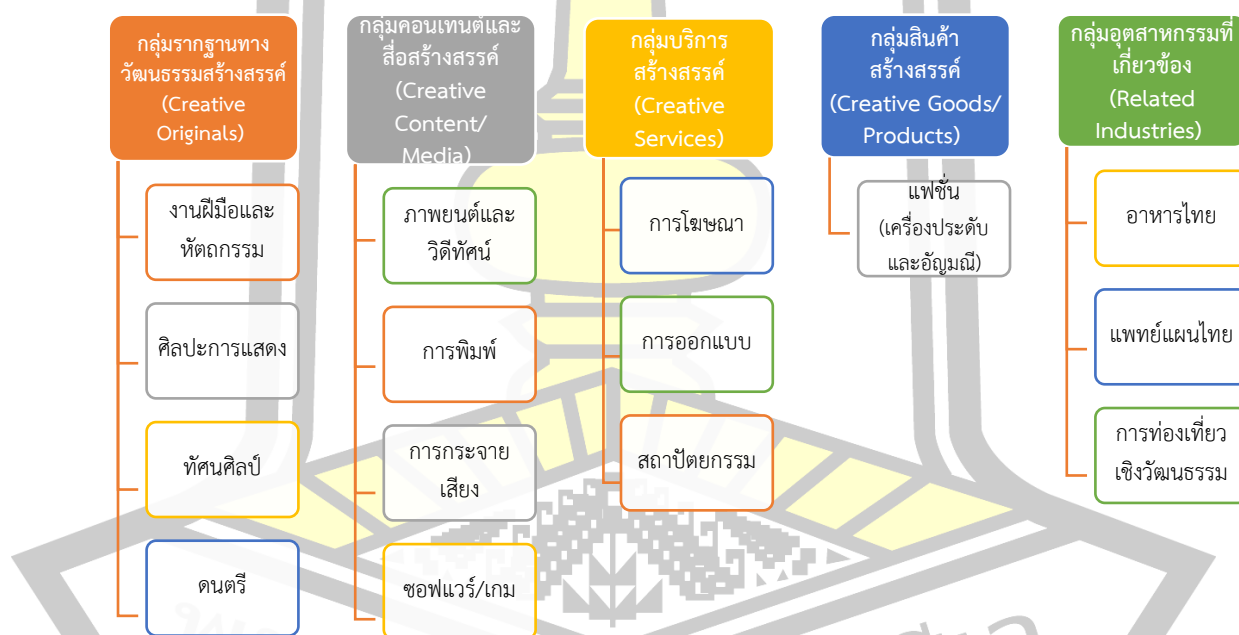
2.1 กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Originals) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนรากฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ งานฝีมือและหัตถกรรม ดนตรี ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์

2.2 กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ (Creative Content/ Media) คือกลุ่มที่มีการนำความคิดสร้างสรรค์มาผลิตคอนเทนต์หรือสื่อ ได้แก่ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การกระจายเสียง การพิมพ์ ซอฟต์แวร์ (เกมและแอนิเมชัน)

2.3 กลุ่มบริการสร้างสรรค์ (Creative Services) คือกลุ่มอุตสาหกรรมที่ให้บริการด้านความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ได้แก่ การโฆษณา การออกแบบและสถาปัตยกรรม

2.4 กลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods/ Products) คือการนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาสินค้า คือ สินค้าแฟชั่น ได้แก่ เสื้อผ้าหรือเครื่องประดับ

2.5 กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related Industries) ได้แก่ อาหารไทย การแพทย์แผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน, 2565)



ภาพที่ 50 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน, 2565)

กนกวรรณ พวงประยงค์ (2561) ได้กล่าวว่า หัวใจหลักของการพัฒนาองค์กรหรือประเทศให้สามารถขับเคลื่อนไปภายใต้แนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดนั้นจำเป็นต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีวิธีคิดและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และมีความสามารถในการประยุกต์ใช้พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ซึ่งพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีพื้นฐาน ดังนั้นจึงได้เสนอแนวทางไว้ดังนี้

1) ความรู้และความชำนาญของผู้ประกอบการและบุคลากรในองค์กรที่จะต้องได้รับการสนับสนุนและต่อยอดองค์ความรู้ดั้งเดิมโดยบูรณาการเข้ากับกระบวนการเรียนรู้สมัยใหม่ผ่านโครงการและกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพ พร้อมทั้งกระตุ้นให้องค์กรเกิดความตื่นตัวกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกด้วยการสร้างเครือข่ายกับภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาและองค์กรอื่นๆ เพื่อให้เกิดพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้และการแนะนำที่เป็นประโยชน์โดยเฉพาะองค์ความรู้ในเชิงวิชาการที่จำเป็นต่อการบริหารจัดการองค์กรยุคใหม่ เช่น การจัดการสมัยใหม่ เทคนิคกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การตลาดสร้างสรรค์ และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งผลจากกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพของบุคลากรนี้จะทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมที่ตื่นตัวพัฒนาตนเองแสวงหาโอกาส (Opportunity exploration) ใหม่ๆ อยู่เสมอ

2) ทักษะความคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) ผู้ประกอบการและบุคลากรจะต้องได้รับการส่งเสริมทักษะ การคิดสร้างสรรค์และสร้างเสริมทัศนคติที่ดีในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงผ่านกระบวนการและกิจกรรมการวิเคราะห์ตนเองอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งผลจากการได้รับการส่งเสริมทักษะการคิดวิเคราะห์ที่เป็นระบบและเสริมสร้างพลังความเป็นผู้นำจะทำให้บุคคลเกิดความเข้าใจตนเอง เข้าใจชุมชนตลอดจนกล้าคิดสิ่งแปลกใหม่ที่เชื่อมโยงกับสถานการณ์ของชุมชนและเกิดพฤติกรรมการเป็นผู้นำทางความคิดสามารถโน้มน้าวผู้อื่นให้สนับสนุนความคิดของตนจนนำไปใช้และเผยแพร่แก่สาธารณะ รวมถึงสามารถประยุกต์พื้นฐานความรู้ความชำนาญดั้งเดิมมาใช้ประโยชน์ในการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

3) แรงจูงใจ (Motivation) ผู้ประกอบการและบุคลากรในองค์กรจะต้องได้รับการกระตุ้นและเสริมสร้างพลังความ มุ่งมั่นและแรงจูงใจผ่านกิจกรรมหรือโครงการอบรมเพื่อการค้นหาสิ่งที่ตนเองรักและมีความชอบอย่างแรงกล้าที่จะลงมือทำซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้น ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณค่าอย่างเต็มความสามารถ โดยอาจใช้วิธีการกระตุ้นการสร้างแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาดูงานเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ การจัดฝึกอบรมเพิ่มความรู้

ในสิ่งที่บุคคลสนใจ การเสริมแรงด้วยการให้คำชื่นชมหรือการให้รางวัล (กนกวรรณ พวงประยงค์, 2561)

3. เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับวัฒนธรรม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับวัฒนธรรมซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่สะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ของสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมเป็นการรวมของการสั่งสมสร้างสรรค์ภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมา เป็นประสบการณ์ความรู้ความสามารถที่สังคมนั้นๆ มีอยู่วัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องสำคัญที่องค์กรต่างให้ความสำคัญและยกให้วัฒนธรรมเป็นหัวใจของการพัฒนาและส่งเสริมกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชนชาติต่างๆ ประเทศไทยมีจุดแข็งที่ใช้เป็นรากฐานในการต่อยอดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้หลายอย่างโดยเฉพาะในเรื่องของวัฒนธรรมเนื่องจากมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติพันธุ์ต่างๆ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นส่วนที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้โดยมีเหตุผลดังนี้ 1) การมีประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นได้ 2) มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ 3) มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย 4) มีความประณีตละเอียดในการสร้างสรรค์ผลงานที่ใช้ฝีมือผ่านการถ่ายทอดสู่ภูมิปัญญาไทยเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในระดับโลก 5) มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายตลอดจนสามารถถ่ายทอดและรักษาไว้ได้เป็นจำนวนมาก 6) มีต้นทุนและค่าครองชีพที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศในระดับเดียวกันทำให้สามารถใช้เวลาใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลเพื่อการสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่

ทุนวัฒนธรรม เป็นรูปแบบของสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าความรู้ภูมิปัญญาและงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการค้นพบโดยผู้ทรง ความรู้ในท้องถิ่น ในขณะที่ Throsby ได้ว่าหมายถึง สินทรัพย์ที่มีการฝังตัว สะสมและให้คุณค่าทางวัฒนธรรมนอกเหนือจากมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินทรัพย์ (อ้างใน ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2544) ทุนวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (Tangible Culture) เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัด ผลงานทางศิลปะ ภาพเขียน รูปปั้น เป็นต้น ซึ่งสามารถสึกหรอได้ถ้าไม่ได้รับการดูแลรักษา และสามารถวัดมูลค่าในรูปของเงินได้ไม่ว่าจะเป็นตัววัตถุเองหรือการบริการที่ใช้วัตถุนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการให้บริการ 2) ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ เป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทางปัญญาหรืออาจเรียกว่าวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ ได้แก่ ความคิด การปฏิบัติ ความเชื่อและค่านิยมในชุมชน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีพิธีกรรม ศิลปะการแสดง เพลงงาน วรรณกรรม นิทาน ตำนานพื้นบ้าน และดนตรี เป็นต้น อย่างไรก็ตามทุนวัฒนธรรมสองประเภทนี้มีความสัมพันธ์กันเนื่องจากสิ่งที่สัมผัสได้มักมีความหมายหรือคุณค่าอยู่เบื้องหลัง ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว

ยังได้กล่าวสรุปไว้ว่า การพัฒนาทุนวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากทุนวัฒนธรรมเป็นต้นน้ำของห่วงโซ่มูลค่าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ธุรกิจสามารถนำทุนวัฒนธรรม เช่น เรื่องราวหรือเนื้อหาของวัฒนธรรมมาสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการใช้ทุน วัฒนธรรมสร้างความแตกต่างหรือจุดขายให้กับสินค้า (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2544: 33-36)

เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา (2553) ได้ชี้ให้เห็นว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรมภาครัฐควรมีการขับเคลื่อนในการศึกษาองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาใน 5 สาขา คือ 1) มรดกทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาและความหลากหลายทางชีวภาพ 2) เอกลักษณ์ศิลปะและวัฒนธรรม 3) งานช่างฝีมือและหัตถกรรม 4) อุตสาหกรรมสื่อบันเทิงและซอฟต์แวร์ 5) การออกแบบและพัฒนาสินค้าสร้างสรรค์ ซึ่งการพัฒนาทั้ง 5 สาขาจะสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา, 2553: 26-27) จากการศึกษาข้างต้นจึงทำให้เห็นว่าปัจจุบันเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมีบทบาทในการพัฒนาประเทศมาก โดยเฉพาะการนำศิลปวัฒนธรรมที่มีอยู่ในประเทศมาสร้างหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย สร้างรายได้และเป็นการประชาสัมพันธ์หรือชักจูงถึงอัตลักษณ์ที่มีอยู่อย่างน่าสนใจ

4.การทำวัฒนธรรมให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่อยู่มากับคนไทยมาช้านานประเทศไทยมีหลายพื้นที่ที่หลายชนชาติที่มีวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาซึ่งแต่ละวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นย่อมมีปัจจัยหลายอย่างภายใต้บริบทของชุมชนนั้นๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความน่าสนใจ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัฒนธรรมเป็นกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากองค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวข้องกับการผสมผสานเทคนิค วัสดุและความนิยมในวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมหรือในรูปแบบที่ทันสมัยเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงมรดกทางวัฒนธรรมของภูมิภาคหรือชุมชนนั้นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัฒนธรรมคือการปกป้อง อนุรักษ์ ความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางปัญญาและให้โอกาสแก่ผู้คนในการเชื่อมต่อกับวัฒนธรรมของนั้น การออกแบบโดยใช้วัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าสามารถเห็นได้ในผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น สิ่งทอเซรามิกเฟอร์นิเจอร์ แฟชั่นและเครื่องประดับ โดยใช้กระบวนการออกแบบเกี่ยวข้องกับการวิจัยที่มีองค์ประกอบทางวัฒนธรรมและเทคนิคการออกแบบที่ทันสมัยเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำกันที่สะท้อนถึงมรดกทางวัฒนธรรมของภูมิภาคหรือชุมชน โดยนักออกแบบจะทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับศิลปินและผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเพื่อให้แน่ใจว่าเทคนิคและวัสดุแบบดั้งเดิมจะถูกนำมาใช้อย่างถูกต้องและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจะตอบสนองมาตรฐานคุณภาพสูงสุด ผลลัพธ์สุดท้ายคือผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่ทำงานได้ดีแต่ยังบอกเรื่องราวและแสดงให้เห็นถึงค่าทางวัฒนธรรมและประเพณีของกลุ่มคน

ด้วย การทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยนักออกแบบสามารถช่วยเพิ่มความตระหนักถึงมรดกทางวัฒนธรรมและกระตุ้นให้ผู้คนเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับประเพณีและคุณค่าของวัฒนธรรมที่แตกต่างกันหรือมักจะเรียกว่า วัฒนธรรมร่วมสมัย

“วัฒนธรรมร่วมสมัย คือการผสมผสานทางความคิดและวัฒนธรรมภายนอกของวัฒนธรรมตนเองและเกิดการคัดสรรของวัฒนธรรมต่างๆ หล่อหลอมเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมนั้นๆ จากวัฒนธรรมเดิมรวมเข้ากับวัฒนธรรมใหม่สู่วัฒนธรรมร่วมสมัยจะเห็นได้ชัดจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมแต่งตัวของผู้คนในสังคมต่างๆ ที่เปลี่ยนไปตามกระแสภายนอกและความเป็นสากลมากขึ้น” (อึ้งใน กิตติพงษ์ เกียรติวิภาศ, 2563: 29)

ปัจจุบันมีการนำวัฒนธรรมที่อยู่ขึ้นมาสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าและบริการที่ช่วยในการพัฒนาชุมชนให้มีความยั่งยืนมากขึ้น ด้วยที่ประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่มีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ที่ต่างกันและน่าสนใจจึงทำให้มีนักวิจัยหลายท่านได้หันมาทำการวิจัยในพื้นที่ต่างๆ ที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไปในและพื้นที่ที่น่าสนใจ ดังนี้

อรุณพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์ และคณะ (2563) ได้สรุปว่าแนวทางการพัฒนาสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นสินค้าหรือบริการอย่างมีคุณภาพโดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนจนเป็นที่ยอมรับของสากล โดยการนำศักยภาพของท้องถิ่น เช่น วัตถุดิบหรือองค์ความรู้ที่มีอยู่มาพัฒนาเป็นสินค้าด้วยความคิดที่สร้างสรรค์และนำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นสร้างรายได้ด้วยตนเอง โดยมีวิธีการเชิงนโยบาย ซึ่งมีแนวทางดังนี้ 1) การพัฒนาตลาดที่มาจากทุนวัฒนธรรมให้มีความร่วมสมัยตามความนิยม พัฒนาการใช้สีและการออกแบบรูปแบบของตลาดให้มีความเหมาะสมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย 2) การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ไปสู่ตลาดต่างประเทศซึ่งถือว่าเป็นตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคนอกประเทศ ที่จะช่วยให้ทุนวัฒนธรรมของชุมชนได้เป็นที่รู้จัก อันจะเป็นการส่งผลให้กลุ่มทอผ้ามีรายได้และสนใจประกอบอาชีพเกี่ยวกับสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรมของชุมชนเพิ่มขึ้น 3) การพัฒนาพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้า (Retail Space Development) ให้สามารถตอบโจทย์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยอาจพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น

สมบัติ ประจัญสานต์ (2564) ได้กล่าวว่า การนำผ้าไหมมัดหมี่มาดัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เช่น ชุดกระโปรงสวมใส่ไปทำงานสามารถใส่เป็นชุดกลางคืนสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์สำหรับผู้หญิงอายุ 25-45 ปี ซึ่งเป็นการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ที่ได้รับการออกแบบโครงสร้างตามหลักการออกแบบให้เป็น

สินค้าทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยการเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วยการพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับโดย การสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าให้โดดเด่น ผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านสังคมจากการนำวัฒนธรรมใน ชุมชนมาใช้ คือการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการสืบสานและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของบรรพบุรุษ ได้แก่ กิจกรรมการสืบสานโดยให้ช่างฝีมือรักษาภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในชุมชนไว้โดยสร้าง โอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตให้สามารถวิเคราะห์ปัญหาการผลิตและ เรียนรู้แนวทางการแก้ปัญหาาร่วมกันส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และมีการ ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการทดลองออกแบบสร้างสรรค์โครงสร้างตามหลักการทางศิลปะทั้งนี้เพื่อจะนำไป พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยขึ้น

กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค (2563) ได้กล่าวว่า วัฒนธรรมและภูมิปัญญาเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่ มนุษย์สร้างขึ้น ตั้งแต่ภาษา ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศาสนา กฎหมาย ศิลปะตลอดจนวิทยาการและ เทคโนโลยีต่างๆ เนื่องจากการใช้ชีวิตมนุษย์จะต้องรู้จักใช้ประโยชน์จากธรรมชาติและต้องรู้จักควบคุม ความประพฤติของมนุษย์เช่นเดียวกันจากรูปแบบของวัฒนธรรมที่มีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงจึง ส่งผลให้ภูมิปัญญาในแต่ละท้องถิ่นเกิดการสั่งสมการเรียนรู้และพัฒนาเพื่อแก้ไขให้สอดคล้องกับการ เปลี่ยนแปลงภูมิปัญญาต่างๆ ของชนชาติจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญค่ามีองค์ความรู้ แนวคิดและการแก้ไขปัญหา ในการดำรงชีวิตจากการถ่ายทอดประสบการณ์จากรุ่นสู่รุ่น โดยการศึกษาความสัมพันธ์เพื่อก่อให้เกิด วัฒนธรรมใหม่ก่อนนำไปใช้ในการปรับปรุงรูปแบบงานศิลปหัตถกรรม ควรต้องศึกษาให้ลึกซึ้งต้อง พิจารณาตามแนวคิดและวิธีศึกษาแนวจารีตท้องถิ่นและแนวประวัติศาสตร์ที่หล่อหลอมเป็นวัฒนธรรม ใหม่ จะต้องมียุทธศาสตร์ที่สะท้อนมุมมองท้องถิ่นและการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นซึ่งต้องเข้าถึง “ความรู้จากภายใน” ต้องทำการวิเคราะห์และพิสูจน์ความสัมพันธ์ของบริบททางสังคมนั้นๆ เพื่อนำ ความรู้ที่มีอยู่นั้นออกมาสร้างสรรค์อย่างสอดคล้องกลมกลืนกัน การออกแบบสร้างสรรค์โดยใช้มิติ ทางวัฒนธรรมควรแสดงออกถึงความเป็นอัตลักษณ์ ความเป็นตัวตนรากเหง้า สัญลักษณ์ทาง ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมในชุมชนหรือสังคมนั้นที่แฝงอยู่ในผลงาน

จินตนา อินภักดี และมยุรี ชมภูงาม (2564) ได้กล่าวว่า การสร้างสรรค์เป็นการนำทุนทาง วัฒนธรรมที่โดดเด่นของชาวล้านนามาต่อยอดเพื่อให้เกิดการสร้างเพิ่มมูลค่าและสร้างความแปลกใหม่ ให้กับผลิตภัณฑ์ โดยใช้เส้นด้ายและย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติเพื่อให้ สอดคล้องกับเทรนด์การบริโภคใน ปัจจุบัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานศักยภาพของชุมชนส่งผลให้ชุมชนสามารถผลิตและพึ่งพาตนเอง ได้ การสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนจะช่วยลดการซ้ำซ้อนผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนได้ด้วย การ พัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานความสามารถของกลุ่มเป็นการประยุกต์ลดทอนต้นจกแม่แม่แม่สำหรับใช้ ในงานถักนิตติ้ง เพื่อสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม

ศราวุฒิ วิสาพรม (2564) ได้กล่าวไว้ว่า 1) กระบวนการกลายเป็นสินค้าของวัฒนธรรม ล้วนมาในภาคเหนือเริ่มก่อตัวมาตั้งแต่อดีต โดยมีปัจจัยมาจากภายในท้องถิ่น รัฐไทยและระดับโลกซึ่งเป็นผลผลิตจากบริบทเชิงโครงสร้างของระบบทุนนิยมโลกาภิวัตน์ เมื่อพิจารณาโลกาภิวัตน์ในฐานะพัฒนาการของระบบทุนนิยมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม 2) ปัจจัยจากนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐไทยนับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สองเป็นต้นมา 3) กระแสความคิดท้องถิ่นนิยมและกระบวนการรื้อฟื้นอัตลักษณ์ล้านนาตั้งแต่ทศวรรษ 2490 เป็นต้นมา จนชัดเจนขึ้นอีกในช่วงปลายทศวรรษ 2530 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน

บุรินทร์ นาคสิงห์ (2562) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการทำให้เป็นสินค้าโดยการนำเอาวิชาความรู้ที่มีประกอบกับความเชื่อท้องถิ่นมาสร้างเป็นหน้าพรานจำลองกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นสะท้อนความเป็นภูมิภาค การประกอบสร้างความศักดิ์สิทธิ์และการกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมนั้นมียอดประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ เจ้าพิธีต้องสืบเชื้อสายโนรา มีเรื่องเล่าหรือตำนานรองรับพิธีกรรมต้องครบทั้งพิธีฆราวาส พิธีสงฆ์และมีประสบการณ์ การกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นการเปลี่ยนความเชื่อให้กลายเป็นทุนซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญคือการสื่อสารที่ให้เกิดทัศนคติเป็นที่รู้จักและความพิเศษของผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นทำให้เกิดความต้องการของตลาด การทำความเข้าใจปรากฏการณ์นี้ด้วยทฤษฎีปฏิสังสรรค์สัญลักษณ์และการประกอบสร้างความจริงทางสังคมจะทำให้เห็นถึงความหมายที่อยู่เบื้องหลังการกระทำและการประกอบสร้างความหมายให้กับสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีความศักดิ์สิทธิ์ซึ่งหน้าพรานก็เปรียบเสมือนวัตถุชนิดหนึ่งที่ถูกให้ความหมายและทำให้ศักดิ์สิทธิ์ภายใต้การปฏิสังสรรค์ ความหมายดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกระบวนการทางสังคม ซึ่งหมายความว่าวัตถุกับความหมายไม่ได้สัมพันธ์กันตั้งแต่ต้นและความหมายที่สร้างขึ้นไม่ใช่ความหมายที่แท้จริงที่เป็นคุณสมบัติของตัววัตถุแต่เป็นความหมายที่สร้างขึ้นภายใต้กระบวนการปฏิสังสรรค์ทางสังคมโดยเฉพาะกับกลุ่มผู้ศรัทธา อย่างไรก็ตาม “ความศักดิ์สิทธิ์” ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกระบวนการปฏิสังสรรค์เช่นเดียวกัน เช่น จตุคามรามเทพที่ครั้งหนึ่งเป็นที่ต้องการของผู้คนและมีมูลค่ามหาศาลแต่ปัจจุบันแทบไม่มีใครพูดถึง

บุญยิ่ง ประทุม (2563) ได้กล่าวว่า การทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าเป็นการนำความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องผี ศาสนาพราหมณ์ ศาสนาพุทธ มาเป็นสินค้าในยุคกระแสของสังคมที่เน้นความเป็นวัตถุนิยม โดยเชื่อมโยงกับความเชื่อดั้งเดิมของคนไทยคือ ความเชื่อเกี่ยวกับการนับถือผี พิธีกรรมของศาสนาพราหมณ์ผนวกรวมกับหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนา นำมาวิเคราะห์กับทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ ด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา ความเป็นสมัยใหม่ ทั้งนี้เพื่อให้เห็นถึงปรากฏการณ์ทาง

สังคมที่เกี่ยวกับกระบวนการ ที่มา การสร้างสัญลักษณ์ พิธีกรรม ความเชื่อและการจัดการความศรัทธาบนฐานของวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเช่นกับไอ้ไข่วัดเจดีย์ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อ พิธีกรรม การสร้างวัตถุมงคล การแก้บน พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ทางจิตวิญญาณจึงนำไปสู่กระบวนการกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยการสร้างวัฒนธรรมให้เป็นทุนโดยการนำเอาวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมมาฝังตัวเข้าไปในวัตถุหรือวิถีการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม

ปาเจรา คำสรี (2562) ได้กล่าวว่า การทำวัฒนธรรมเป็นสินค้าเป็นการสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของสังคม และวิธีการปรับตัวเพื่ออนุรักษ์ให้วัฒนธรรมยังคงอยู่ต่อไปซึ่งต้องผ่านกระบวนการผลิต การขายและการรักษาเสถียรภาพสินค้าเพื่อให้ยังคงเป็นสินค้าที่ร่วมสมัยโดดเด่นและไม่หลุดออกจากวัฒนธรรมนั้นกระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมนั้นต้องเริ่มจากทุนทางวัฒนธรรมหรือทรัพยากรทางวัฒนธรรมของผู้ผลิตและนำสิ่งดังกล่าวมาสร้างประโยชน์ด้วยการระดมความคิดจากกลุ่มคนเจ้าของวัฒนธรรมโดยการผลิตที่แสดงให้เห็นคุณค่าหรือแก่นหลักของวัฒนธรรมนั้นๆ ไว้ การขายเป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า การนำเสนอสินค้าให้แตกต่างไปจากสินค้าอื่นโดยใช้หลักทางเศรษฐศาสตร์และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สินค้าขายได้ จากกระแสการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นทำให้กระบวนการทำวัฒนธรรมเป็นสินค้าต้องปรับตัวโดยไม่สร้างผลกระทบในแง่ลบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมมากเกินไปจึงทำให้ผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมต้องตระหนักถึงคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมและไม่ทำให้อาณัติลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมนั้นหายไป

เตชิต เฉยพ่วง (2565) ได้กล่าวว่าการวิจัยเกี่ยวกับการนับอัตลักษณ์ในท้องถิ่นมาทำเป็นสินค้านั้นเริ่มจากการศึกษาข้อมูลช่องว่างทางการตลาดเกี่ยวกับตราสินค้าที่วิจัยและตราสินค้าคู่แข่งเพื่อให้เห็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ โดยมีเอกลักษณ์ด้านการย้อมสีค่าสาดและการผสมผสานความเรียบง่ายของการออกแบบเพื่อให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายและรูปแบบการใช้งานซึ่งผู้วิจัยได้สรุป อัตลักษณ์ของตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์จากเอกลักษณ์จากผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติของไทลื้อ โดยการผสมผสานอัตลักษณ์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นและนวัตกรรมการย้อมสีธรรมชาติให้เกิดจุดเด่นโดยใช้แนวคิดของวัฒนธรรมไทลื้อมาลวดทอนให้ร่วมสมัยและใช้ค่าสาดซึ่งเป็นพืชท้องถิ่นในบริเวณพื้นที่นั้นมาสร้างจุดเด่นโดยใช้ภูมิปัญญาการย้อมสีธรรมชาติผสมผสานการทอด้วยวิธีดั้งเดิมในชุมชนเพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมจากมรดกทางภูมิปัญญาที่มีการพัฒนาสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ตอบสนองความต้องการของตลาด นอกจากนั้นสามารถสร้างแนวทางผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับชุมชนเพื่อเป็นตัวเลือกและสร้างโอกาสในการขายต่อยอดให้เกิดการสร้างอาชีพในชุมชนรวมทั้งวิถีมัภูมิปัญญาสามารถต่อยอดให้เกิดเป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ใจภักดี บุรพเจตนา (2563) ได้กล่าวว่าการนำวัฒนธรรมเป็นสินค้าได้แรงบันดาลใจมาจาก ศิลปวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาพื้นถิ่นด้านผ้าทอไทลื้อโดยการนำความงามของรูปแบบลวดลายจากอัตลักษณ์เครื่องแต่งกายผ้าทอไทลื้อมาสร้างสรรค์ชิ้นใหม่ให้เหมาะสมกับความนิยมและบุคลิกภาพของกลุ่มผู้บริโภค การใช้วัฒนธรรมผสานความเชื่อมโยงระหว่างยุคสมัยโดยถ่ายโอนวัฒนธรรมดั้งเดิมสู่วิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่โดยคำนึงถึงการออกแบบร่วมสมัยพิจารณาในประโยชน์ใช้สอยที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และวิถีชีวิตการนำคุณค่าความงามเอกลักษณ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นมาหาคุณลักษณะเด่นของรูปแบบ ลวดลาย วิธีการผลิตแบบดั้งเดิมและนำมาประยุกต์สร้างสรรค์ให้มีความร่วมสมัยที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตความต้องการด้านแฟชั่นเครื่องแต่งกายในปัจจุบัน

กุลจิต เสงนา (2564) ได้กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น คือ สิ่งสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์ ดังนั้นในการออกแบบจึงต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ได้แก่ 1) ประโยชน์ใช้สอย ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นในแต่ละชุดมีความแตกต่างกันตามลักษณะการใช้งานและรสนิยมของผู้ใช้ในแต่ละคน 2) ความงามทางศิลปะผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นทั้ง 5 ชุดนี้ มีคุณค่าความงามทางศิลปะที่ชัดเจน การนำเอา รูปแบบลวดลายในวัฒนธรรมเขมรมาใช้ในการจัดวางลงบนผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นที่มีลวดลายระหว่างอดีตและปัจจุบันโดยมีจังหวะที่ผสานกลมกลืนกัน

สุภารักษ์ จูตระกูล (2563) ได้กล่าวว่า สินค้าที่มาจากวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้กับชุมชนและประเทศเป็นอย่างยิ่ง มีการกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนและท้องถิ่นจึงทำให้ชุมชนมีการพึ่งพาตนเองได้ อีกทั้งยังเป็นการสืบสานประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านทุนปัญญาทุนวัฒนธรรมและสร้างความภาคภูมิใจในชุมชนของตนเอง ผู้ประกอบการในปัจจุบันจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม โดยมีความสอดคล้องสอดคล้องการเปลี่ยนแปลงของชุมชนและสังคมในโลกสมัยใหม่ ด้วยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในชุมชนให้เป็น “นวัตกรรม” เพื่อสร้างคุณค่ามูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและรองรับต่อวิถีชีวิตการบริโภคในปัจจุบัน โดยวิธีการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของตลาด การพิจารณาตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำทั้งนี้เพื่อให้ก้าวสู่อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์รวมถึงการทำกลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบใหม่มีการสื่อสารการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ โดยใส่ความคิดสร้างสรรค์สร้างการตลาดเชิงเล่าเรื่องราวเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์มาสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย

กิตติกรณ์ บำรุงบุญ และ ปิยลักษณ์ โพธิ์วรรณ (2563) ได้กล่าวว่า ผ้าทอลายสร้อยดอกหมากมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตคนอีสานมาตั้งแต่อดีตทั้งในมิติของการผลิตที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะและได้รับการรักษาสืบทอดงานหัตถกรรมและรูปแบบลวดลายมาอย่างยาวนานมีบทบาทสำคัญในแสดงออกซึ่งสัญลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคามและถูกทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมสำหรับการยกระดับเศรษฐกิจชุมชน การทอผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากถูกสืบทอดมาจากอดีตจึงทำให้เกิดความเข้าใจ พฤติกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนได้เป็นอย่างดี ผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากจึงเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคาม แทนคำพูดหรือภาษาซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎี ปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่กล่าวถึงความคิด ประสบการณ์และพฤติกรรมมีส่วนสำคัญต่อสังคม มนุษย์สร้างความสัมพันธ์ผ่านระบบสัญลักษณ์ (Symbols) ผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากเป็นทรัพยากรความรู้ที่เกิดจากทรัพยากรบุคคลชาวบ้าน ชุมชนจังหวัด มหาสารคามซึ่งมีทั้งรูปแบบที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นมหาสารคามและมีบางส่วนที่คล้ายกับผ้าทอโบราณของจังหวัดใกล้เคียง แต่ถึงอย่างไรก็ตามกระบวนการทอผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากที่มีภูมิปัญญาแทรกอยู่ นอกจากลายผ้ายังสามารถสะท้อนภาพแห่งภูมิปัญญาของชาวบ้าน อัตลักษณ์ของผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากถูกสร้างขึ้นทั้งในมิติของลวดลายและในมิติเทคนิคการผลิต สะท้อนให้เห็นว่าผ้าไหมสร้อยดอกหมากมีความสำคัญต่อระบบสังคม สิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาจากผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัวแต่เป็นวงจรแห่งวัฒนธรรม การนำแนวคิดอัตลักษณ์มาวิเคราะห์ พบว่า ผ้าไหมสร้อยดอกหมากมีกระบวนการ ถูกผลิตให้เกิดขึ้นสามารถถูกบริโภคและถูกควบคุมจัดการและถูกสร้างความหมายผ่านทางระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation) จากมุมมองด้านแนวคิดอัตลักษณ์ที่สะท้อนบนปรากฏการณ์ของผ้าไหมลายสร้อยดอกหมาก ทั้งลวดลายและภูมิปัญญาถูกสร้างขึ้นภายใต้อุดมการณ์ภายใต้สัญลักษณ์ ผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากจึงถูกทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมอย่างเป็นทางการผ่านนโยบายของหน่วยงานราชการภาครัฐ

Boonpracha, J, (2021) ได้กล่าวว่าวิธีการคิดค้นนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยการผสมผสานบริบทของ สองวัฒนธรรมในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม โดยมีแนวทาง 4 ขั้นตอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะภายใต้บริบทของวัฒนธรรมสองวัฒนธรรม ดังนี้ 1) ระบุบริบททางวัฒนธรรม 2) สำรวจความแตกต่างของสองวัฒนธรรม 3) เปรียบเทียบความแตกต่างและความคล้ายคลึงกันของสองวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและ 4) พิจารณาความแตกต่างและบูรณาการ โดยพบว่า การสื่อสารของสองวัฒนธรรมเป็นกลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริม

นวัตกรรมการออกแบบ การประยุกต์โดยใช้เทคนิคของ SCAMPER ช่วยให้การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ในบริบทของวัฒนธรรมสองวัฒนธรรม

ความคิดสร้างสรรค์แบ่งออกเป็น 3 ระดับได้แก่ 1) ความคิดสร้างสรรค์ระดับต้น เป็นความคิดที่มีอิสระแปลกใหม่ยังไม่คำนึงถึงคุณภาพและการนำไปประยุกต์ใช้ 2) ความคิดสร้างสรรค์ระดับกลาง เป็นการคำนึงถึงผลผลิตทางคุณภาพและนำไปประยุกต์ใช้งานได้ 3) ความคิดสร้างสรรค์ระดับสูงเป็นการสร้างสิ่งที่ค้นพบเป็นรูปธรรมนำไปใช้ในการสร้างหลักการทฤษฎีที่สากลเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปซึ่งทั้ง 3 ระดับมีกระบวนการดำเนินการพิจารณาความคิดตั้งแต่การประเมินค่าของความคิด การปรับแต่งความคิดและการนำความคิดไปปฏิบัติให้เกิดผล โดยเทคนิคในการแก้ปัญหาและพัฒนางานต่างๆ ในชีวิตประจำวันที่ช่วยให้ค้นพบแนวคิดใหม่ๆ นอกกรอบความซ้ำซากเดิมๆ ก่อนที่จะนำไปสู่การค้นพบทางออกของปัญหานั้นมีหลายวิธี ซึ่งนักออกแบบจะเลือกใช้ตามความเหมาะสมและบริบทของปัญหานั้นๆ ได้แก่

1) หาความคิดใหม่ที่หลากหลายด้วยการระดมสมอง (Brainstorming) เป็นเทคนิคการระดมความคิดแปลกใหม่ ซึ่งเป็นวิธีการแก้ปัญหาในองค์กรที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

2) การทำของเก่าให้เป็นของใหม่ โดยการพิจารณา 9 แนวทาง ได้แก่ เอาไปใช้อย่างอื่น ดัดแปลงใช้อย่างอื่น ปรับเปลี่ยน เพิ่ม ขยาย ลด หด ทดแทน จัดใหม่ สลับและผสมรวมได้หรือไม่เป็นเทคนิคที่ช่วยในการสร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วพบว่ามีความคล้ายคลึงกับเทคนิค SCAMPER ซึ่งเป็นการระดมสมองที่นักออกแบบมักจะนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

3) การขยายขอบเขตปัญหาจากรูปธรรมสู่นามธรรมแล้วค่อยคิด คือการคิดในความเป็นนามธรรมของในเรื่องนั้นที่มีอยู่ในสิ่งทั้งปวง เนื่องจากนามธรรมของปัญหาสามารถนำไปสู่การสร้างสรรคและนวัตกรรมใหม่ๆ เทคนิคนี้ได้มีการนำไปใช้ร่วมกับการระดมสมองแต่จะแตกต่างกับวิธีการระดมสมองคือไม่มีการชี้แจงปัญหาอย่างละเอียดก่อนล่วงหน้าแต่จะกล่าวถึงปัญหาในแนวกว้างๆ

4) ปรับสภาพแวดล้อมและเวลาให้เหมาะสมสำหรับการคิดการอยู่ในสภาพแวดล้อมแบบเดียวกันนานๆ และเวลาอาจจำกัดความคิดสร้างสรรค์และในบางเรื่องการจำกัดเวลาช่วยกระตุ้นความคิดได้แต่บางเรื่องจำเป็นต้องให้เวลาในการคิดเพื่อให้ได้ผลงานที่ตกผลึกที่แท้จริง

5) กลับสิ่งที่จะคิดแล้วลองคิดในมุมกลับซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้มองมุมอ้อมหนึ่งที่เราไม่เคยคิดที่จะมองมาก่อนและการคิดแบบกลับด้านจะทำให้ไม่ยึดติดกับรูปแบบการคิดเดิมๆ ที่เคยชินเป็นการช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดใหม่ๆ ที่คิดว่าไม่น่าจะเป็นไปได้มาก่อน

6) จับคู่ตรงข้ามเพื่อหักมุมสู่สิ่งใหม่เป็นวิธีการหาสิ่งที่อยู่ตรงข้ามในลักษณะขัดแย้งเพื่อก่อให้เกิดการหักมุมความคาดหวังที่คนทั่วๆ ไปไม่คิดว่าจะเป็นกลายเป็นสิ่งสร้างสรรค์ใหม่

7) คิดแหวกวงความน่าจะเป็นย้อนกลับมาหาความเป็นไปได้ เป็นการเชื่อมโยงถึงความเป็นไปได้โดยแสวงหาแนวคิดใหม่จากการคินอกรอบของตรรกศาสตร์ที่มีตัวเลือกว่าถูกผิด ใช่ไม่ใช่ แต่พยายามหาคำตอบที่แหวกกฎเกณฑ์ต่างๆ ให้มากที่สุดแล้วจากนั้นจึงพยายามดัดแปลงความคิดนั้นให้ทำได้จริงในทางปฏิบัติ

8) หาสิ่งไม่เชื่อมโยงเป็นตัวสะกิดความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการค้นพบสิ่งใหม่เพื่อตอบปัญหาที่คิดอยู่ให้เห็นทางออกของปัญหาที่สร้างสรรค์และปฏิบัติได้จริงโดยตัวสะกิดความคิดหาได้จากเปิดหนังสือและเปิดพจนานุกรม

9) ใช้เทคนิคการสังเคราะห์ส่วนประกอบเป็นการเขียนรายการของแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะหรือแง่มุมของสิ่งที่ต้องการตอบออกมาเขียนไว้ในแกนหนึ่งและเขียนรายการของแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะหรือแง่มุมของสิ่งที่ต้องการตอบออกมาแล้วเขียนไว้อีกแบบหนึ่ง ผลที่ได้คือ ช่วงตัด (Matrix) ระหว่างรายการของแนวคิดทั้งสอง

10) ใช้การเปรียบเทียบเพื่อกระตุ้นมุมมองใหม่ๆ เทคนิคนี้ได้รับความนิยมในวงการอุตสาหกรรมและองค์กรที่ต้องการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ วิธีการรวมกันขององค์ประกอบที่แตกต่างและไม่เกี่ยวข้องกันในลักษณะของการเทียบเคียงหรืออุปมาอุปไมย เนื่องจากปัญหาที่ไม่คุ้นเคยจะถูกทำให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นเมื่อเทียบเคียงกับสิ่งที่คนทั่วไปคุ้นเคยเพราะทำให้เห็นภาพชัดขึ้น ในทางตรงกันข้ามปัญหาที่คุ้นเคยมากเกินไปจนกลายเป็นอุปสรรคทำให้เราไม่สามารถคิดอะไรใหม่ๆ ได้ การอุปมาหรือเทียบเคียงในลักษณะที่เราไม่คุ้นเคยจะช่วยกระตุ้นให้เราคิดในมุมที่แตกต่างได้ โดยเปรียบเทียบตนเองกับสิ่งอื่นเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่งโดยตรง (NovaBizz, 2566)

ในการศึกษาผู้วิจัยได้เลือกวิธีการแบบผสมผสานคือระหว่างการนำหลักการออกแบบโดยใช้เทคนิคแนวคิดแบบ SCAMPER โดยการปรับเปลี่ยน เพิ่ม ขยาย ลด หด ทดแทน จัดใหม่ สลับและผสมผสาน ในการนำอัตลักษณ์ทางนามธรรมและอัตลักษณ์ทางรูปธรรมในรูปแบบสัญลักษณ์หรือลวดลายที่มีมาแต่โบราณมาให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคทางด้านรูปธรรม (ผลิตภัณฑ์)และความต้องการทางนามธรรม (ความเชื่อ ความศรัทธาและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม) โดยใช้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมทางกระบวนการองค์ความรู้ในการนำนามธรรมสู่รูปธรรมอย่างเป็นระบบจากแนวคิดกว้างๆ ไปสู่การวิเคราะห์แนวคิดที่เชื่อมโยงไปยังการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

ทฤษฎีความต้องการของผู้บริโภค

เป็นการศึกษาทฤษฎีความต้องการและสิ่งจูงใจทั้งนี้เพื่อให้มีความเข้าใจในด้านความต้องการพื้นฐานของมนุษย์และนำไปสู่การจูงใจเพื่อให้ได้ในสิ่งที่ต้องการในระดับที่สูงกว่า ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงมีความจำเป็นที่ต้องศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคโดยศึกษาออกเป็น

1. ความต้องการและสิ่งจูงใจ

ความต้องการต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากมนุษย์เหล่านั้นไม่เท่ากันโดยพยายามที่จะสนองความต้องการที่สำคัญที่สุดจึงทำให้มีนักทฤษฎีได้กล่าวถึงความต้องการไว้ ลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs) ซึ่ง Abraham Maslow นักจิตวิทยาได้สร้างทฤษฎีการจูงใจมนุษย์โดยมีการแบ่งความต้องการออกเป็น 5 ระดับซึ่งเรียงจากความต้องการต่ำสุดไปจนถึงสูงสุดซึ่งเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการใหม่ในระดับที่สูงก็จะเกิดขึ้นแต่เมื่อความต้องการระดับล่างได้รับการตอบสนองจนพอใจแล้วเกิดไม่เป็นที่พอใจ บุคคลก็จะหันมาตอบสนองความต้องการระดับล่างอีก





ภาพที่ 51 ลำดับชั้นความต้องการของ A.H Maslow
ที่มา : (อ้างใน อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล, 2550: 133)

จากภาพประกอบ 51 เป็นการแสดงลำดับชั้นความต้องการของ Maslow ซึ่งแสดงว่าแต่ละระดับมีความอิสระต่อกันมีทั้งหมด 5 ชั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 Physiological Needs เป็นความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ อาหาร อากาศ น้ำ เสื้อผ้า เพศ เช่น ถ้ายังไม่มี การตอบสนองคนที่หิวจัดจะไม่สนใจสิ่งใดนอกจากอาหาร จะมีการคิดเกี่ยวกับอาหาร จดจำอาหารรับรู้แต่เพียงอาหารและความต้องการเพียงแต่อาหาร ผู้บริโภคในสังคมในเมืองหลวงส่วนใหญ่ได้รับการตอบสนองทางกายภาพที่มีปัจจัยสี่อย่างเพียงพอจึงต้องการในระดับที่สูงกว่า

ขั้นที่ 2 Safety and Security Needs เป็นความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง เมื่อความต้องการในระดับแรกได้รับการตอบสนองพอสมควรหรือพอใจแล้ว ก็จะเกิดความต้องการความปลอดภัยและมั่นคงรวมถึงความมั่นคงทางการเงิน บัญชีออมทรัพย์ กรรมสิทธิ์ประกันภัย ความปลอดภัยในร่างกายและทรัพย์สิน การศึกษาและการฝึกอาชีพ

ขั้นที่ 3 Social Needs เป็นความต้องการความรัก ความพอใจ การมีส่วนร่วมและการยอมรับเพื่อแสวงหาความอบอุ่นและตอบสนองความพอใจให้กับความสัมพันธ์ของตนและคนอื่นและ
 ภูมิใจด้วยความรักต่อครอบครัว

ขั้นที่ 4 Egoistic Needs ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความพอใจแล้ว ความต้องการ ชื่อเสียง ศักดิ์ศรี ฐานะ ความนิยมนับถือตนเองหรือการตระหนักในสิ่งที่ทำสำเร็จ ก็เริ่มปฏิบัติการได้ความต้องการนี้แบ่งออกเป็น 2 จำพวก คือ 1) Inwardly directed ego needs ความต้องการที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลเกี่ยวกับการยอมรับตนเอง ศักดิ์ศรีของตนเอง ความสำเร็จ ความอิสระความพอใจส่วนตัวเมื่อทำงานสำเร็จ เป็นต้น 2) Outwardly directed ego needs ความต้องการนี้รวมไปถึงการมีชื่อเสียง ฐานะเป็นที่ยอมรับจากคนอื่น เป็นต้น

ขั้นที่ 5 Self-Actualization คือทำให้เกิดความปรารถนาในชีวิตเป็นความต้องการที่กลายเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่คนเหล่านั้นสามารถจะเป็นได้ซึ่ง Maslow กล่าวไว้ว่า “สิ่งที่คนสามารถเป็นเขาก็ต้องเป็นให้ได้” ความต้องการระดับนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นความต้องการที่เน้นให้เกิดความสำเร็จ การแสดงออกของตนเองหรือการได้ไปถึงจุดๆ หนึ่งของชีวิตที่ มนุษย์สามารถเป็นในสิ่งที่ควรจะเป็น (อ้างใน อุดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล, 2550: 133-135) ความต้องการทางสังคม เกียรติยศ ชื่อเสียง และความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้ชีวิต จึงจัดเป็นความต้องการระดับสูงและอธิบายว่า ความต้องการระดับต่ำจะได้รับการสนองตอบจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ส่วนความต้องการระดับสูง จะได้รับการสนองตอบจากปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมีอยู่หลายปัจจัย ได้แก่ 1) ตัวกระตุ้นทางการตลาดหรือข่าวสารการตลาดซึ่งเป็นเครื่องมือที่นักการตลาดใช้เพื่อจูงใจผู้บริโภคหรือเป็นตัวประสมทางการตลาด (4P's) 2) อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนอาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันไปจึงทำให้กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจึงไม่เหมือนกัน 3) อิทธิพลและความคิดเห็นของตัวบุคคลซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพล เช่น ความรู้ ทัศนคติ การจูงใจ เป็นต้น 4) กระบวนการทางจิตวิทยาประกอบด้วย การดำเนินข่าวสารและความทรงจำซึ่งเป็นกระบวนการภายในสมองของผู้บริโภค (อุดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล, 2550) ในทางการตลาดผู้บริโภคที่ทำการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจะเกี่ยวกับสิ่งจูงใจด้วยอารมณ์มากกว่าในขณะที่การซื้อสินค้าอุตสาหกรรมจะเกี่ยวข้องกับสิ่งจูงใจด้วยเหตุผลมากกว่าอารมณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล เป็นสินค้าที่เกี่ยวกับอุปโภคบริโภคโดยกล่าวถึงการซื้อที่ถูกจูงใจด้วยอารมณ์ เช่น เกิดจากการเลียนแบบหรือการอวดความมั่งมีในสังคม เป็นการซื้อที่เกิดจากความต้องการเด่นหรือมีเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น การแต่งตัว การมีของใช้ที่สะดุดตาหรือการนำแฟชั่น เป็นการซื้อที่เกิดจากความต้องการแสดงว่าเป็นกลุ่มพวกเดียวกัน เช่นการใส่เสื้อในแบบเดียวกัน การใส่ประดับแนวเดียวกันซึ่งเป็นสไตล์ เป็นการซื้อที่เกิดจากการต้องการความสะดวกสบายหรือมีชีวิตที่ดีขึ้น ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง หรือความเป็นอยู่ เป็นการซื้อที่เกิดจากความต้องการ

ตอบสนองเพื่อความบันเทิงหรือการพักผ่อน เช่น กล้องถ่ายรูป โทรศัพท์ เป็นต้น หรือเป็นการซื้อที่เกิดจากความต้องการเพื่อให้ได้รับสิ่งที่ดีขึ้น มีชื่อเสียงหรือยอมรับมากขึ้น เช่น การซื้อรถยนต์ราคาแพง การซื้อสินค้าแบรนด์เนม เป็นต้น (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล, 2550: 127-128)

2. วัฒนธรรมและชนชั้นทางสังคมต่อพฤติกรรมการบริโภค

วัฒนธรรมสามารถกำหนดได้ว่าพฤติกรรมใดมีความเหมาะสมและพฤติกรรมใดที่ขัดต่อจารีตประเพณีจึงทำให้พฤติกรรมการบริโภคของบุคคลมีความสอดคล้องกับบรรทัดฐานที่กำหนดไว้ในสังคม ดังนั้นพฤติกรรมก่อนการซื้อขายวัฒนธรรมจึงมีอิทธิพลต่อความต้องการ การค้นหาหรือทางเลือกก่อนการซื้อ วัฒนธรรมทำให้บุคคลมีความคิด ความเชื่อและค่านิยมเกี่ยวกับการบริโภคที่มีความแตกต่างกันออกไปนอกจากนั้นวัฒนธรรมยังทำให้บุคคลมีความต้องการในการซื้อสินค้าที่แตกต่างกันไป การที่คนไทยให้ความสำคัญแก่ผู้อาวุโสและผู้มีพระคุณจึงทำให้เกิดความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อมอบให้เป็นของขวัญแก่ผู้ใหญ่ หรือการเลือกซื้อสิ่งต่างๆ ก็ต้องนึกพ่อแม่หรือญาติผู้ใหญ่ในบ้าน การใช้และการกำจัดส่วนที่เหลือในแต่ละสังคมที่มีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ของตนเองรูปแบบการใช้ผลิตภัณฑ์ก็จะแตกต่างกันไปไม่ว่าจะเป็นด้านเวลา สถานที่ วิธีการและปริมาณการใช้ เช่น จีนผู้คนมักนิยมดื่มชาในทุกสถานที่หรือดื่มตลอดทั้งวันในขณะที่คนไทยจะไม่นิยมดื่มชามากนัก หรือในเชิงวัฒนธรรมย่อยที่ใช้โทรศัพท์ของวัยรุ่นที่นิยมใช้เพื่อการพูดคุย ถ่ายรูปและส่งข้อความในขณะที่ผู้ใหญ่เน้นการพูดคุยเป็นหลัก การซื้อตามใจตนเอง (Impulsive buying behavior) เมื่อเปรียบเทียบกับคนเอเชียกับคนตะวันตก คนเอเชียมีพฤติกรรมการซื้อตามใจตนเองน้อยกว่าคนตะวันตกเพราะว่าสังคมตะวันตกให้ความสำคัญกับปัจเจกบุคคล ดังนั้นความต้องการและความปรารถนาส่วนบุคคลจึงเป็นแรงผลักดันให้มีการซื้อตามใจตนเองสูง ในขณะที่สังคมตะวันออกมุ่งเน้นลักษณะรวมหมู่ นิยมมีการให้ความสำคัญแก่กลุ่มมากกว่าตนเอง (ชูชัย สมิทธิไกร, 2562: 343-344)

โครงสร้างของชนชั้นทางสังคมมีชนชั้นทางสังคมหลายชั้นซึ่ง ชูชัย สมิทธิไกร ได้แบ่งชนชั้นทางสังคมของคนไทยออกเป็น 4 ชั้น ได้แก่

1) ชนชั้นบน (Upper class) หรือกลุ่ม platinum แบ่งเป็นกลุ่มย่อยคือกลุ่ม A มีรายได้ระหว่าง 100,001-200,000 บาทต่อเดือนและกลุ่ม A+ มีรายได้ตั้งแต่ 200,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ชนชั้นกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของกิจการถึงร้อยละ 69.7 เป็นพนักงานบริษัทร้อยละ 5.9 รับราชการร้อยละ 2.5 อาชีพรับจ้างทั่วไปร้อยละ 1.7 และผู้ที่มีอาชีพเฉพาะ เช่น แพทย์ วิศวกร นักกฎหมาย ร้อยละ 3.6 ส่วนคนที่มีรายได้ 2 แสนบาทขึ้นไปจะเป็นเจ้าของกิจการถึงร้อยละ 86.9 เป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 5.7 รับราชการ 2.5 และผู้อยู่ในอาชีพเฉพาะร้อยละ 3.3

2) ชนชั้นกลางระดับบน (Upper middle class) หรือกลุ่ม gold มีรายได้ระหว่าง 50,001-100,000 บาทต่อเดือน ประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.3

3) คนชั้นกลาง (Middle class) หรือกลุ่ม silver มีรายได้ระหว่าง 15,000-50,000 บาทต่อเดือน ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุดร้อยละ 43 ประกอบธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 33 และรับราชการร้อยละ 13

4) ชนชั้นล่าง (Working and lower class) หรือกลุ่ม bronze มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างและอาชีพส่วนตัว จะเห็นได้ว่าอาชีพมีความสำคัญกับรายได้และชนชั้นทางสังคมอย่างมากและที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นชนชั้นกลางและชนชั้นกลางบน (ชูชัย สมितिไกร, 2562: 347) ชนชั้นทางสังคมมีผลทำให้แต่ละบุคคลมีค่านิยม ทศนคติ วิถีชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันไปด้วย ผู้บริโภคที่มีชนชั้นทางสังคมที่แตกต่างก็จะมี การเลือกรับข้อมูลข่าวสาร การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และการใช้ที่แตกต่างกัน

ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดชนชั้นสังคมกลุ่มผู้บริโภคที่ชัดเจนทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละวัฒนธรรมและชนชั้นทางสังคม

แนวโน้มความต้องการผู้บริโภค

1.แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์

ความศรัทธา หมายถึง ความเชื่อหรือความเลื่อมใส และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หมายถึง สิ่งหรือภาวะที่เชื่อว่ามีอำนาจเหนือธรรมชาติ สามารถบันดาลให้เป็นไปหรือให้สำเร็จได้ดังปรารถนา เช่น ขอให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์บันดาลให้เขาหายจากโรคร้าย (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2566)

คนไทยมีความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์มานานแล้ว จนทำให้บางพื้นที่กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจในแหล่งชุมชนและมีบางพรรคการเมืองที่นำมาเป็นนโยบายเศรษฐกิจของพรรคเป็นยุทธศาสตร์ Spectrum Economy “เศรษฐกิจสายมู” แม้แต่ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด19 ผู้คนก็หันมายึดเป็นที่พึ่ง เช่น การไปวัดไอ้ที่จังหวัดนครราชสีมาทำให้เงินสะพัดไปสู่ภาคธุรกิจและภาคชุมชน ซึ่งจากผลการสำรวจในปัจจุบันระบุว่าคนไทยกว่า 52 ล้านคนมีความเชื่อเรื่องโชคลาง (Superstitious) เช่น การนิยมนิใส่เสื้อผ้าตามสีมงคล การใช้เบอร์โทรศัพท์เพื่อเป็นสิริมงคล การเลือกหมายเลขป้ายทะเบียนรถ ฯลฯ จะเห็นได้ว่า ความเชื่อ โชคลางยังคงอยู่คู่กับคนไทยตลอดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในงานสัมมนาเปิดเผยว่า 5 อันดับความเชื่อโชคลางที่มีผลต่อคนไทยมากที่สุด ได้แก่ 1) พยากรณ์ โหราศาสตร์ ลายมือ ไพ่ยิปซี 2) พระเครื่องวัตถุมงคล 3) สีมงคล 4)

ตัวเลขมงคล และ 5)เรื่องเหนือธรรมชาติ (Marketing in the Uncertain World, 2564) มูเตลนั้น เป็นเรื่องของความเชื่อ ไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ การเสริมดวงและโชคชะตารวมถึงการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ เป็นการรวมความเชื่อของศาสนาพุทธ พราหมณ์ การนับถือผีและสิ่งเร้นลับเข้าด้วยกัน จนเป็นความเชื่อที่ช่วยยึดเหนี่ยวจิตใจผู้คน คำว่า "มูเตลู" มาจากภาพยนตร์สยองอินโดนีเซียมีชื่อเรื่องว่า มูเตลูศึกไสยศาสตร์ (Penangkal Ilmu Teluh) ปัจจุบันจึงเรียกสั้นๆว่า “สายมู” ที่มีความหมายเชิงบวกโดยเชื่อว่า เมื่อบูชาหรือครอบครองแล้วจะช่วยส่งเสริมในด้านการงาน การเงิน โชคลาภและความรัก แคล้วคลาดปลอดภัยจากอันตรายหรือ การไปไหว้พระทำบุญ เสริมสิริมงคลให้กับดวงชะตา เสริมโชคด้วยพิธีกรรมต่างๆ (Aurora, มปป.)



ภาพที่ 52 ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลเรื่องโชคลาง

ที่มา : (Marketing in the Uncertain World, 2021)

ตัวอย่างการธุรกิจที่เจาะการตลาดสายมู (Muketing) เช่น ในรายการโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ เริ่มให้ความสำคัญกับเรื่องโชคลางมากขึ้น จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ดังนั้นจึงทำให้เกิดโอกาสในธุรกิจสายมูมีการนำมาปรับใช้ทางการตลาด เช่น ค่ายโทรศัพท์มือถือที่ทำการตลาดจับคู่เบอร์มงคลโดยสามารถเช็คดวงผ่านเบอร์โทรศัพท์ได้เลย เป็นต้น (Marketing in the Uncertain World, 2021)

การใช้นักพยากรณ์เป็นฟรีเชนด์หรือการส่งเสริมการขายโดยการให้นักพยากรณ์เป็นแขกรับเชิญในการพยากรณ์ศาสตร์ต่างๆ ทั้งในรายการทีวีหรือรายการออนไลน์ (ดังภาพประกอบ 53) หรือเว็บไซต์ “Horowall” ที่ให้บริการสั่งซื้อและสั่งทำวอลเปเปอร์ที่ออกแบบโดยนักพยากรณ์ชื่อดังทั้ง 4 ท่าน มีให้เลือก เช่น เรื่องงาน ความรักและสุขภาพ เป็นต้น (ดังภาพประกอบ 54)



ภาพที่ 53 การเชิญชวนรับบริการการพยากรณ์
ที่มา : (บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด, 2022)



ภาพที่ 54 การเชิญชวนเปลี่ยนวอลเปเปอร์พื้นหลัง
ที่มา : (Horowall, 2566)

ในด้านความรัก โดยทั่วไปผู้คนมักจะมาขอพรที่พระตำหนัก ณ ลานบริเวณห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลเวิลด์ในด้านต่างๆ รวมถึงความรัก ดังนั้นแอปพลิเคชัน Tinder กับพระตำหนัก จึงเป็นแคมเปญที่ ออกมาสำหรับคนโสดสายมูในวันวาเลนไทน์โดยมีการให้คนโสดปิดหาคู่ตรงนั้น แอปพลิเคชัน LINE ที่ มีการทำคอนเทนต์ดูดวงผ่านไพ่ป๊อปซีหรือดูดวงประจำวัน หรือแม้กระทั่งการออกผลิตภัณฑ์ที่มีความ เกี่ยวข้องกับสายมู ซึ่งในบางกลยุทธ์ทางการตลาดก็ปรับรูปแบบที่มีการเลือกใช้กลยุทธ์ที่ดูแล้วไม่ม ง่าย เช่น การนำมาใช้เพื่อช่วยเปิดตลาดใหม่เพื่อจูงใจและดึงดูดลูกค้าใหม่ การนำมาใช้เพื่อสร้างสีสัน เช่น สินค้าแฟชั่นที่มีหลายสีให้เลือก ตามราศีและความเชื่อต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นการเพิ่มลูกเล่นให้มาก ขึ้น เป็นต้น ผศ.ดร.เอกก์ ภทรธนกุล อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการ บัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยให้ทัศนะในเรื่องของการตลาดกับความเชื่อความศรัทธาไว้ว่า

“การตลาดเป็นศาสตร์ที่ต้องเข้าใจคน สร้างความสุขให้กับคน การนำเรื่องของความ เชื่อความศรัทธามาใช้กับการตลาดต้องเป็นการนำเอามาสร้างความสุขให้กับลูกค้าเบื้องต้นด้วยเช่นกัน เพราะฉะนั้นต้องแบ่งให้ชัดเจนระหว่างความเชื่อความศรัทธาอยู่ด้านหนึ่ง ความมกมายอยู่อีกด้านหนึ่ง มันมีเส้นบางๆแบ่งกันถ้าเกินมานิดนึงจากความเชื่อความศรัทธาจะกลายเป็นเรื่องของความมกมาย และความมกมายเป็นสิ่งที่ทำลายสังคม ความเชื่อความศรัทธาจะเป็นเรื่องของ การสร้างความมั่นใจ สร้างความสุข เพราะฉะนั้นการใส่อย่างพอเหมาะพอสมจึงมีความสำคัญมาก เพราะถ้าแค่พลิกมานิด เดียวจากการตลาดสายมูหรือที่เรียกกันว่า Faith Marketing หรือ Believe marketing อาจจะ กลายเป็น Cheating หรือการหลอกลวง การโกง”

เมื่อมนุษย์มีความกลัวมากขึ้นก็มีการนำเรื่องของความเชื่อความศรัทธามาใช้กับการตลาดก็จะ ยิ่งมากขึ้นเช่นกันซึ่งถ้าเป็นสินค้าทั่วไปเรื่องของความเชื่อจะต้องไม่ถูกนำมาใช้เป็นเรื่องหลัก ต้องไม่ เล่นกับความเชื่อตลอดเวลาเพราะจะทำให้แบรนด์ก้าวสู่ความเป็นแบรนด์ที่มกมายซึ่งจะส่งผลกระทบ ต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ในระยะยาว และต้องเชื่อมไปสู่การพัฒนาการใช้ชีวิตของผู้บริโภคให้ดีขึ้น (J.Wara, 2021)

พูน ปณ จิต ชีเว



ภาพที่ 55 ปากกาไฮ้ห้อ Pentel ที่ออกแคมเปญ Write your own luck

ที่มา : (Marketinggoops, 2019)



ภาพที่ 56 กระดากทิชชูซิลค์ (Zilk) กับหมอช้าง ทศพร แคมเปญ

ที่มา : (ผู้จัดการออนไลน์, 2565)

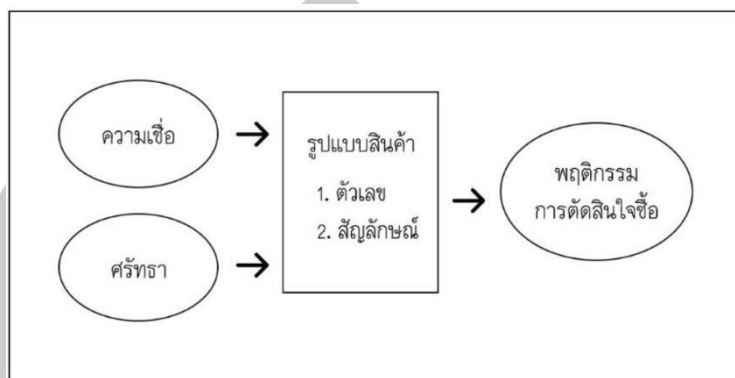
พหุบัน ปณ จิตโต ชีเว



ภาพที่ 57 ที่นอนสายมู ชาติน จัปมือ หมอช้างเปิดตัวชุดเครื่องนอนเสริมมงคล 12 ราศี
ที่มา : (ฐานเศรษฐกิจ, 2565)

ตรียุท พรหมศิริ และกวิณณา บุญทิพย์ (2565) ได้ชี้ให้เห็นถึงข้อมูลงานวิจัย “Marketing in the Uncertain World การตลาดของคนอยู่เป็น” โดยระบุว่า 76.8% ของคนไทยเกิดความกังวลและรู้สึกถึงความไม่แน่นอนเกี่ยวกับโรคระบาดโควิด-19 ที่ 74.6% มีความกังวลเกี่ยวกับอันตรายจากฝุ่น PM2.5, 65% มีความกังวลด้านสังคมความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและความเห็นต่างกันในสังคม และ 64% มีความกังวลทางด้านเศรษฐกิจเรื่องค่าครองชีพสูงและความไม่มั่นคงในหน้าที่การงาน ฯลฯ ซึ่งความกังวลเหล่านี้ทำให้เกิด 3 สิ่ง คือ 1) คนไทยหันหน้าพึ่งสายมูหรือมีความเชื่อโชคลาง 2) เกิดความเชื่อในอินฟลูเอนเซอร์และ 3) นิยมพูดคุยในคอมมูนิตี้ออนไลน์ซึ่งการสำรวจที่ใช้กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน พบว่าคนไทยกว่า 52 ล้านคนมีความเชื่อเรื่องของโชคลาง ได้แก่ 1) พยากรณ์ โหราศาสตร์ ลายมือ ไพ่ยิปซี 2) พระเครื่อง วัตถุมงคล 3) สีมงคล 4) ตัวเลขมงคล 5) เรื่องเหนือธรรมชาติซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ที่ชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในเรื่องความเชื่อทางศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยพบว่าแม้ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างไรก็ตามแต่คนยังคงเดินทางไปทำบุญและขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเป็นกำลังใจในด้านการงาน การเงิน ความรักหรือสุขภาพและกลุ่มลูกค้าเพศหญิงที่ทำงานประจำอายุ 25 – 45 ปีจะชื่นชอบในเรื่องของไสยศาสตร์ บูชาเครื่องรางของขลังชอบตรวจทำนายโชคชะตาของตนแต่ไม่มีก็ได้มีความรู้ด้านการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์อย่างจริงจัง (ตรียุท พรหมศิริ และกวิณณา บุญทิพย์, 2565)

เบนาศิต เพียรรักษ์ และศรัณย์ ธิติลักษณ์ (2564) ได้กล่าวว่า คตินิยมที่ทำให้เกิดธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อมั่นนั้นมาจากมุมมองความเชื่อและค่านิยมของมนุษย์นั้นพบว่า มุมมองจากความเชื่อมาจาก 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มความเชื่อจากขนบธรรมเนียม ประเพณี ซึ่งสิ่งที่แสดงออกถึงความเชื่อเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจและการปฏิบัติตนในสังคมและสามารถปฏิบัติสืบสานต่อเนื่องมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน 2) กลุ่มความเชื่อทางวัฒนธรรมแบบพราหมณ์ที่เชื่อเรื่องรูปลักษณะ สัญลักษณ์มีความเชื่อและเน้นในเรื่องของเทพรูปลักษณะ สัญลักษณ์ที่มีมากมายหลายองค์ 3) กลุ่มความเชื่อที่เกี่ยวกับเรื่องวิถีชีวิตบุคคล เช่น ตะกรุดที่เป็นเครื่องรางทำให้ชีวิตดีขึ้น ในส่วนของมุมมองค่านิยมของมนุษย์ที่ทำให้เกิดธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อ จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ค่านิยมทางสังคม (Social Values) เป็นค่านิยมที่ช่วยให้เกิดความรัก ความเข้าใจและความต้องการของอารมณ์ของบุคคล เมื่อเปรียบเทียบกับค่านิยมทางสังคมของมนุษย์ที่ทำให้เกิดธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อคือค่านิยมทางด้านแฟชั่นที่กำลังเป็นกระแสสังคมในปัจจุบันที่นำมาผสมผสานกับเรื่องความเชื่อจนกลายเป็นกระแส เช่น ตะกรุดโลลา ที่เป็นการผสมผสานกับแฟชั่นจนมีเหล่าผู้นำแฟชั่น ดารา นักแสดง สวมใส่กันอย่างแพร่หลายจนทำให้เกิดเป็นค่านิยมทางสังคม 2) ค่านิยมทางวัตถุ (Material Values) ที่ทำให้เกิดธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อ คือ ความต้องการมีชีวิตที่สมบูรณ์แบบ ความต้องการเหล่านี้จึงทำให้เกิดธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อเพราะมนุษย์เชื่อว่าเครื่องรางต่างๆ นั้นสามารถช่วยให้สมหวังและมีชีวิตที่ดีขึ้น 3) ค่านิยมทางศาสนา (Religious Values) เป็นค่านิยมที่เกี่ยวกับความปรารถนา ความสมบูรณ์ของชีวิตรวมทั้งความศรัทธาและการบูชาการที่มีวัตถุเครื่องรางเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจพกพาติดตัวได้ก็ทำให้เกิดเป็นธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อขึ้นมา การขายสัญลักษณ์เป็นตัวแทนสิ่งที่มนุษย์เรานั้นใช้เคารพบูชาเพื่อเป็นที่พึ่งและสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ จากที่กล่าวข้างต้นทำให้เกิดจากรูปแบบที่ถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ทางสังคม กระแสนิยมเป็นสินค้าที่ผสมผสานสายบุญและสายแฟชั่นรวมไว้ด้วยกันได้อย่างลงตัวสามารถบูชามาพกติดตัวได้เสมือนเป็นเครื่องประดับอีกหนึ่งได้ ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่าค่านิยมและการดำรงอยู่ของธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อในมุมมองของผู้ขายและผู้บริโภคล้วนเกิดจากความเชื่อ จึงทำให้ปัจจุบันมีการนำแฟชั่นเข้ามาผสมผสานจนทำให้เกิดความนิยมขึ้นมา (เบนาศิต เพียรรักษ์ และศรัณย์ ธิติลักษณ์, 2564: 17-20) เช่นเดียวกับ ภณทิรา ไตรพันธ์ ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า เครื่องรางไม่ใช่ของขลังเพื่อคุ้มครองเท่านั้นแต่ยังเป็นทั้งเครื่องประดับแฟชั่นที่ผสมผสานกับความเชื่อเป็นการผสมผสานระหว่างยุคใหม่และยุคเก่าซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีช่วงอายุ 24-37 ปีมีความเชื่อมากกว่าเพศชายเนื่องจากเพศหญิงมีพฤติกรรมที่ชอบการเสี่ยงทาย ดูดวงและการเลือกเช่าบูชาเพื่อส่งเสริมให้ตัวเองดีขึ้นในด้านเมตตา ด้านความรัก ด้านการงานและด้านสุขภาพ (ภณทิรา ไตรพันธ์, 2564: 51-52)



ภาพที่ 58 กระบวนการตัดสินใจบริโภคสินค้าที่เกี่ยวกับความเชื่อ

ที่มา : (เบนชาติ เพียรรักษ์ และศรัณย์ ธิติลักษณ์, 2564: 23)

Yuwei Jiang ได้กล่าวว่า ผู้คนจำนวนมากมีความสุขมากขึ้นกับการมีตัวเลขนำโชคซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าความรู้สึกของการมีโชคอาจมีบทบาทที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบททางวัฒนธรรม ความเชื่อเกี่ยวกับความดีและความโชคร้ายซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งในทางการตลาดผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ยอมรับความเสี่ยงมากขึ้น บางคนอาจจะมีประสิทธิภาพเนื่องจากผลกระทบเชิงบวกที่ถูกกระตุ้นอื่น ๆ เช่น การส่งเสริมการขายที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกโชคดี (Jiang, 2009: 182-183)

2.สถานการณ์และแนวโน้มความต้องการเครื่องประดับเงิน

เพื่อให้งานวิจัยนี้มีการขับเคลื่อนไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องศึกษาจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่ให้การสนับสนุนและให้ข้อมูลการนำเข้าและส่งออกสินค้าศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์และแนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใดมากที่สุด ประกอบกับการพิจารณาจากข้อมูลและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ต่อไป

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ได้รายงานเกี่ยวกับสินค้าส่งออก 15 อันดับแรกของไทย ในปี 2564 พบว่าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีมูลค่าการส่งออก 317,888 ล้านบาท และในปี 2565 การส่งออกสัดส่วนมีมูลค่าการส่งออก 517,607 ล้านบาท นับว่าเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการขยายตัวมากที่สุด 125.03 % (มกราคม – กุมภาพันธ์) (ดังตารางที่ 2) ซึ่งต่างจากการนำเข้าสินค้าเครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำที่มีอัตราการขยายตัวในปี 2565 (มกราคม – กุมภาพันธ์) อยู่ที่ -10.47 % (ดังตารางที่ 3) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับนี้มีอัตราการส่งออกมากกว่าการนำเข้าเครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทอง

ตารางที่ 2 สินค้าส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศ

ชื่อสินค้า	มูลค่า : ล้านบาท			อัตรายายตัว(%)		
	2564	2565	2565 (ม.ค.-ก.พ.)	2564	2565	2565 (ม.ค.- ก.พ.)
1) รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	919,153.18	981,468.87	142,862.49	39.37	6.78	-2.60
2) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	694,943.36	715,703.11	100,167.21	20.02	2.99	5.54
3) ผลิตภัณฑ์ยาง	454,219.94	480,253.97	76,250.12	21.00	5.73	5.46
4) อัญมณีและเครื่องประดับ	317,888.61	517,607.97	69,163.69	-43.94	62.83	125.03
5) แผงวงจรไฟฟ้า	268,519.79	323,774.65	49,089.50	20.93	20.58	35.24
6) เครื่องปรับอากาศและ ส่วนประกอบ	203,075.25	243,604.32	42,497.65	24.93	19.96	25.44
7) เม็ดพลาสติก	354,731.17	368,787.35	65,358.73	43.43	3.96	43.55
8) น้ำมันสำเร็จรูป	280,355.69	349,543.45	43,335.20	69.76	24.68	36.55
9) เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบของ	257,174.19	303,002.44	46,095.99	26.61	17.82	27.65
10) เคมีภัณฑ์	311,876.02	331,004.55	52,826.72	49.45	6.13	37.72
11) เหล็ก เหล็กกล้าและ	217,649.62	242,465.58	37,376.41	44.78	11.40	25.75
12) สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	183,748.73	214,050.48	27,404.84	24.04	16.49	22.57
13) เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	99,800.46	189,325.79	25,260.73	10.53	89.70	115.48
14) เครื่องใช้ไฟฟ้าและ ส่วนประกอบอื่น ๆ	135,621.44	172,215.44	23,893.91	17.22	26.98	18.56
15) ข้าว	109,771.15	138,451.76	18,376.75	-5.41	26.13	13.10
รวม 15 รายการ	4,808,528.61	5,571,259.74	819,959.94	19.90	15.86	22.98
อื่น ๆ	3,760,411.31	4,373,056.86	657,788.32	18.50	16.29	25.65
รวมทั้งสิ้น	8,568,939.92	9,944,316.60	1,477,748.26	19.29	16.05	24.15

ที่มา : (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือ
จาก กรมศุลกากร, 2565)

ตารางที่ 3 สินค้านำเข้า 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศ

ชื่อสินค้า	มูลค่า : ล้านบาท			อัตรายายตัว(%)		
	2564	2565	2565 (ม.ค.-ก.พ.)	2564	2565	2565 (ม.ค.- ก.พ.)
1) น้ำมันดิบ	753,463.05	1,312,615.70	138,447.20	49.29	74.21	49.37
2) เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบ	668,003.29	729,669.27	119,693.45	17.40	9.23	19.83
3) เคมีภัณฑ์	659,460.34	737,245.40	116,276.31	45.44	11.80	30.19
4) เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ	615,125.77	711,456.53	111,071.37	16.47	15.66	20.73
5) แผงวงจรไฟฟ้า	484,705.74	669,667.24	98,789.60	26.00	38.16	52.00
6) ก๊าซธรรมชาติ	190,616.36	446,464.94	58,810.97	48.35	134.22	282.81
7) เหล็ก เหล็กกล้าและ ผลิตภัณฑ์	525,404.50	545,048.49	83,438.15	63.54	3.74	34.76
8) สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษ โลหะและผลิตภัณฑ์	413,993.41	472,583.54	82,364.20	62.64	14.15	49.14
9) เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ	378,745.76	549,574.11	80,845.60	61.51	45.10	-10.47
10) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	324,775.03	316,065.65	60,002.11	20.26	-2.68	40.70
11) พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	292,275.01	308,160.46	39,307.36	29.66	5.44	0.88
12) เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	287,412.50	286,162.15	50,558.40	34.55	-0.44	7.14
13) ส่วนประกอบและ อุปกรณ์ยานยนต์	361,114.05	291,095.17	44,228.43	27.66	-19.39	-23.10
14) เครื่องมือเครื่องใช้ เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์	150,566.59	200,065.50	30,440.03	20.31	32.88	39.87
15) น้ำมันสำเร็จรูป	171,616.83	210,674.95	28,564.75	65.98	22.76	30.83
รวม 15 รายการ	6,277,278.22	7,786,549.10	1,142,837.94	36.48	24.04	28.18
อื่น ๆ	2,248,306.38	2,860,404.33	425,914.11	19.78	27.22	38.05
รวมทั้งสิ้น	8,525,584.60	10,646,953.43	1,568,752.05	31.64	24.88	30.72

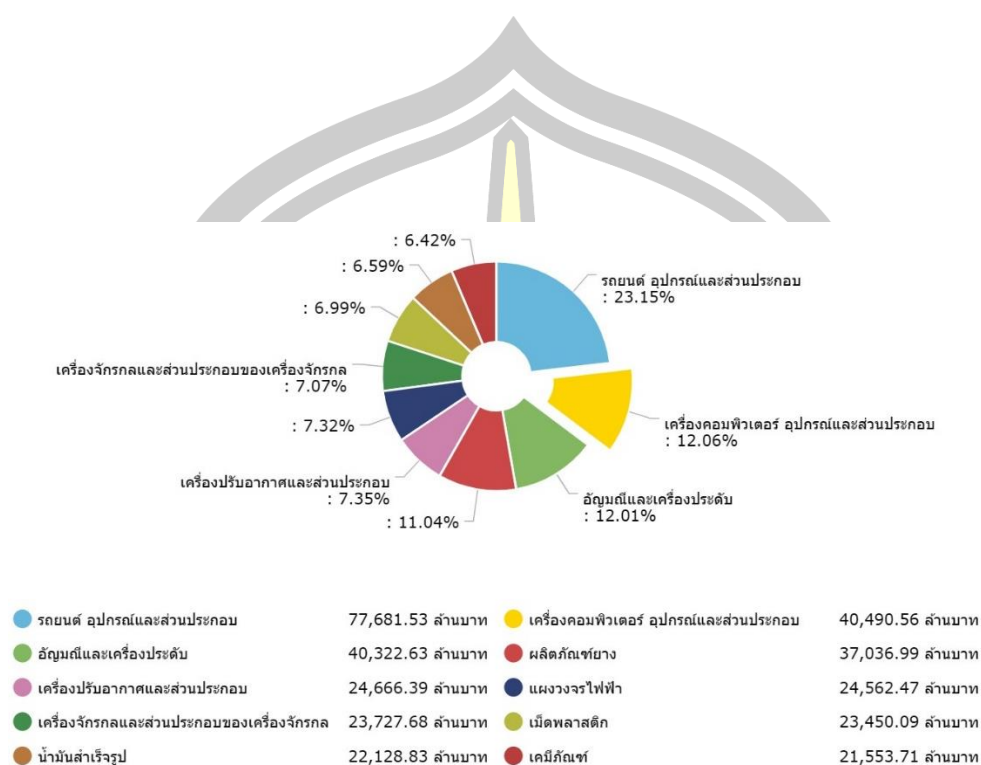
ตารางที่ 4

ชื่อสินค้า	มูลค่า : ล้านบาท			อัตราขยายตัว(%)		
	2564	2565	2565 (ม.ค.-ก.พ.)	2564	2565	2565 (ม.ค.- ก.พ.)
1) น้ำมันดิบ	753,463.05	1,312,615.70	138,447.20	49.29	74.21	49.37
2) เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบ	668,003.29	729,669.27	119,693.45	17.40	9.23	19.83
3) เคมีภัณฑ์	659,460.34	737,245.40	116,276.31	45.44	11.80	30.19
4) เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ	615,125.77	711,456.53	111,071.37	16.47	15.66	20.73
5) แผงวงจรไฟฟ้า	484,705.74	669,667.24	98,789.60	26.00	38.16	52.00
6) ก๊าซธรรมชาติ	190,616.36	446,464.94	58,810.97	48.35	134.22	282.81
7) เหล็ก เหล็กกล้าและ ผลิตภัณฑ์	525,404.50	545,048.49	83,438.15	63.54	3.74	34.76
8) สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษ โลหะและผลิตภัณฑ์	413,993.41	472,583.54	82,364.20	62.64	14.15	49.14
9) เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	378,745.76	549,574.11	80,845.60	61.51	45.10	-10.47
10) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	324,775.03	316,065.65	60,002.11	20.26	-2.68	40.70
11) พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	292,275.01	308,160.46	39,307.36	29.66	5.44	0.88
12) เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	287,412.50	286,162.15	50,558.40	34.55	-0.44	7.14
13) ส่วนประกอบและ อุปกรณ์ยานยนต์	361,114.05	291,095.17	44,228.43	27.66	-19.39	-23.10
14) เครื่องมือเครื่องใช้ เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์	150,566.59	200,065.50	30,440.03	20.31	32.88	39.87
15) น้ำมันสำเร็จรูป	171,616.83	210,674.95	28,564.75	65.98	22.76	30.83
รวม 15 รายการ	6,277,278.22	7,786,549.10	1,142,837.94	36.48	24.04	28.18
อื่น ๆ	2,248,306.38	2,860,404.33	425,914.11	19.78	27.22	38.05
รวมทั้งสิ้น	8,525,584.60	10,646,953.43	1,568,752.05	31.64	24.88	30.72

ที่มา : (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจาก กรมศุลกากร, 2565)

เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods/ Products) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาสินค้าแฟชั่น ได้แก่ เสื้อผ้าหรือเครื่องประดับพบว่าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีจำนวนการส่งออกมากที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2563-2565 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับลดลงตามสถานการณ์โรคระบาดโควิดแต่ถึงกระนั้นก็ตามเมื่อสถานการณ์เริ่มคลี่คลายพบว่าในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคม ปี 2564 มีมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเงิน 620.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2565 มีมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเงิน 706.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.95 (ดังตารางที่ 4) ซึ่งถ้าแยกให้เห็นในปี 2565 การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 7,987.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 29.54 และปี 2565 สถิติการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยประเภทเครื่องประดับแท้ ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2565 และ 2566 พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 40.57 % (ดังตารางที่ 5) และสถิติการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยประเภทเครื่องประดับแท้ ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2565 และ 2566 พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 135.21 % (ดังตารางที่ 6) ในขณะที่สินค้าส่งออก 10 อันดับแรกเดือนกุมภาพันธ์ 2023 (ล้านบาท) สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอันดับสามของการส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออก 40,322.63 ล้านบาทที่ผ่านมานับว่าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนับเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกที่สามารถเติบโตได้อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมาผู้ประกอบการที่มีตลาดหลักในสหรัฐอเมริกา อินเดีย ฮองกงและเยอรมนี ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ (ภาพประกอบ 70) จึงควรมุ่งเน้นเจาะตลาดด้วยดีไซน์ที่ตรงใจและงานฝีมือที่เป็นเอกลักษณ์ ขณะที่การหาโอกาสจากตลาดที่มีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างจีน ญี่ปุ่น อินเดีย ตะวันออกกลาง และอาเซียนซึ่งจะเป็นอีกช่องทางให้ธุรกิจไปต่อได้ในช่วงเวลาแห่งความไม่แน่นอนนี้ (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ องค์การมหาชน), 2566: 1-4)



ภาพที่ 59 สินค้าส่งออก 10 อันดับแรก เดือน กุมภาพันธ์ 2023 (ล้านบาท)
ที่มา : (กระทรวงพาณิชย์, 2566)



ตารางที่ 5 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้าในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม
ปี 2564 และปี 2565

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-พ.ค. 64	ม.ค.-พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค. 64	ม.ค.-พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค. 65/64
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	1,308.19	4,300.44	36.88	56.66	228.73
2. เครื่องประดับแท้	1,188.91	1,570.85	33.52	20.70	32.13
2.1 เครื่องประดับเงิน	620.24	706.73	17.48	9.31	13.95
2.2 เครื่องประดับทอง	477.73	772.89	13.47	10.18	61.79
2.3 เครื่องประดับแพลทินัม	42.04	35.81	1.19	0.47	-14.82
2.4 อื่นๆ	48.90	55.42	1.38	0.74	13.30
3. เพชร	488.55	829.11	13.77	10.92	69.71
3.1 เพชรก้อน	3.16	2.47	0.09	0.03	-22.04
3.2 เพชรเจียรไน	484.23	826.57	13.65	10.89	70.70
3.3 อื่นๆ	1.16	0.07	0.03	0.00	-93.93
4. พลอยสี	250.53	450.96	7.06	5.94	80.00
4.1 พลอยก้อน	19.27	27.65	0.54	0.36	43.49
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียรไน	168.28	322.03	4.74	4.24	91.37
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน	62.98	101.28	1.78	1.34	60.80
5. เครื่องประดับเทียม	100.26	135.16	2.83	1.78	34.81
6. เศษหรือของที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า	61.97	85.70	1.75	1.13	38.28
อื่นๆ	148.84	217.31	4.19	2.87	46.01
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	3,547.25	7,589.53	100.00	100.00	113.96

ที่มา : (กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ
(องค์การมหาชน), 2565)



ตารางที่ 6 สถิติการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2565 และ 2566

ลำดับ	ประเภท ของอัญมณีและเครื่องประดับ	2565		2566		เปลี่ยนแปลง (%)
		มูลค่า (บาท)	%	มูลค่า (บาท)	%	
1	ไข่มุก	137,759,466.00	0.20	165,664,131.00	0.26	20.26
2	เพชร	10,275,452,939.00	14.98	8,673,282,567.00	13.49	-15.59
3	รัตนชาติ และกึ่งรัตนชาติ	4,919,402,159.00	7.17	14,937,423,609.00	23.24	203.64
4	อัญมณีสังเคราะห์	693,151,976.00	1.01	732,323,305.00	1.14	5.65
5	ฝุ่นหรือผงของรัตนชาติ หรือ กึ่งรัตนชาติ	213,084,501.00	0.31	1,263,743.00	0.00	-99.41
6	โลหะเงิน	496,453,688.00	0.72	32,510,044.00	0.05	-93.45
7	โลหะสำริดที่หุ้มติดด้วยเงิน	0.00	0.00	0.00	0.00	-
8	ทองคำ	30,250,120,954.00	44.11	11,413,564,896.00	17.75	-62.27
9	โลหะสำริดที่หุ้มติดด้วยทองคำ	531,163.00	0.00	87,607.00	0.00	-83.51
10	โลหะแพลทินัม	70,560,774.00	0.10	78,634,649.00	0.12	11.44
11	โลหะสำริดเงิน หรือทองคำ ที่หุ้มติดด้วย แพลทินัม	199,777.00	0.00	670,279.00	0.00	235.51
12	เศษหรือของที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า	943,982,299.00	1.38	718,342,796.00	1.12	-23.90
13	เครื่องประดับแท้	18,016,560,010.00	26.27	25,326,175,674.00	39.40	40.57
14	เครื่องทองหรือเครื่องเงิน	18,123,653.00	0.03	15,769,363.00	0.02	-12.99
15	ของอื่นๆ ทำหรือหุ้มติดด้วยโลหะมีค่า	272,878,482.00	0.40	82,005,840.00	0.13	-69.95
16	ของทำด้วยไข่มุก และรัตนชาติ	586,279,317.00	0.85	673,500,682.00	1.05	14.88
17	เครื่องประดับเทียม	1,684,559,320.00	2.46	1,435,127,572.00	2.23	-14.81
18	เหรียญกษาปณ์	967,468.00	0.00	672,125.00	0.00	-30.53
รวมทั้งสิ้น		68,580,067,946.00	100.00	64,287,018,882.00	100.00	-6.26

ที่มา : (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร, 2566)

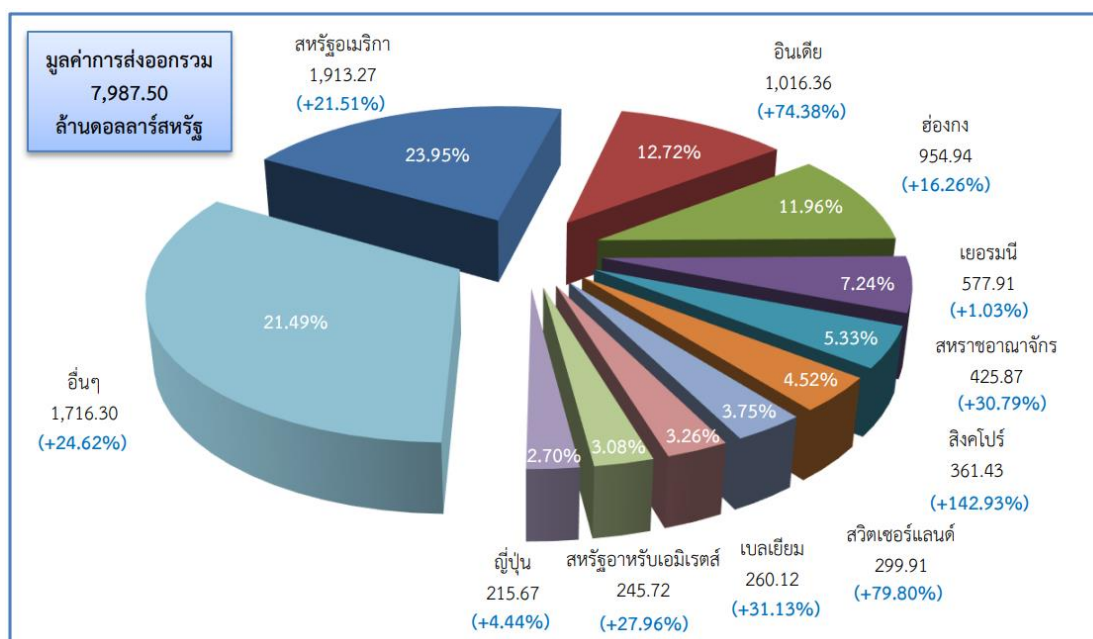


ตารางที่ 7 สถิติการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2565 และ 2566

ลำดับ	ประเภท ของอัญมณีและเครื่องประดับ	2565		2566		เปลี่ยนแปลง (%)
		มูลค่า (บาท)	%	มูลค่า (บาท)	%	
1	ไข่มุก	144,329,670.00	0.17	160,125,983.00	0.24	10.94
2	เพชร	15,970,450,760.00	18.64	11,914,718,308.00	17.82	-25.40
3	รัตนชาติ และกึ่งรัตนชาติ	3,016,188,372.00	3.52	5,490,682,769.00	8.21	82.04
4	อัญมณีสังเคราะห์	606,094,709.00	0.71	1,092,189,620.00	1.63	80.20
5	ฝุ่นหรือผงของรัตนชาติ หรือ กึ่งรัตนชาติ	61,152,428.00	0.07	49,911,909.00	0.07	-18.38
6	โลหะเงิน	5,120,504,898.00	5.98	2,404,585,026.00	3.60	-53.04
7	โลหะสำริดที่หุ้มติดด้วยเงิน	1,498,842.00	0.00	130,845.00	0.00	-91.27
8	ทองคำ	54,234,035,540.00	63.29	32,916,996,776.00	49.24	-39.31
9	โลหะสำริดที่หุ้มติดด้วยทองคำ	27,221.00	0.00	133,449.00	0.00	390.24
10	โลหะแพลทินัม	563,916,674.00	0.66	433,328,690.00	0.65	-23.16
11	โลหะสำริดเงิน หรือทองคำ ที่หุ้มติดด้วย แพลทินัม	537.00	0.00	7,260,477.00	0.01	1,351,944.13
12	เศษหรือของที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า	7,093,985.00	0.01	10,537,950.00	0.02	48.55
13	เครื่องประดับแท้	4,755,651,540.00	5.55	11,185,831,143.00	16.73	135.21
14	เครื่องทองหรือเครื่องเงิน	6,054,379.00	0.01	7,259,808.00	0.01	19.91
15	ของอื่นๆ ทำหรือหุ้มติดด้วยโลหะมีค่า	645,475,446.00	0.75	539,967,818.00	0.81	-16.35
16	ของทำด้วยไข่มุก และรัตนชาติ	35,199,925.00	0.04	75,442,305.00	0.11	114.33
17	เครื่องประดับเทียม	413,704,553.00	0.48	489,928,708.00	0.73	18.42
18	เหรียญกษาปณ์	112,737,776.00	0.13	71,607,021.00	0.11	-36.48
รวมทั้งสิ้น		85,694,117,255.00	100.00	66,850,638,605.00	100.00	-21.99

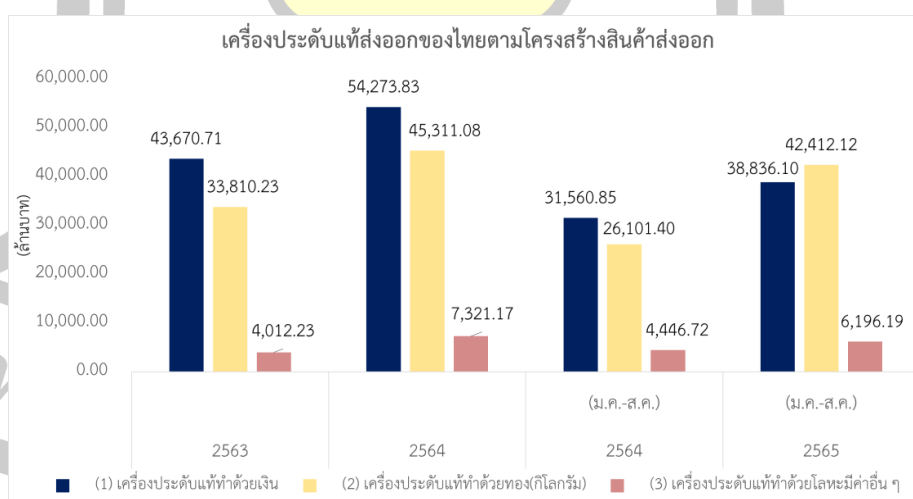
ที่มา : (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร, 2566)





ภาพที่ 60 ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ในช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2565

ที่มา : (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ องค์การมหาชน, 2566)



ภาพที่ 61 เครื่องประดับแท้ส่งออกของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออก

ที่มา : (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร)

จากงานวิจัยของจุฬามาศ สีนุเดชากุล (2565) พบว่าในปี 2564 อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของสหรัฐอเมริกา มีการเติบโตมูลค่าตลาดค้าปลีกประมาณ 1.8 ล้านล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 6.1 ซึ่งไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งในการส่งออกเครื่องประดับเงินไปยังสหรัฐฯ ถึงแม้ว่าจีนและสหรัฐอเมริกายังไม่มีข้อยุติในเรื่องการค้าซึ่งมีการขึ้นภาษีและการกีดกันทางการค้าจึงทำให้มีแนวโน้มการนำเข้าเครื่องประดับเงินจากไทยเพิ่มขึ้นแทน ถึงแม้ว่าในปี 2562 จะเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด19 โดยมีการซื้อขายเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเติบโตจากปี 2562 ร้อยละ 18.9 โดยคาดการณ์ว่าในระหว่างปี 2563-2567 ตลาดเครื่องประดับออนไลน์ทั่วโลกจะเติบโตได้เฉลี่ยร้อยละ15% ต่อปี นอกจากนี้จากผลสำรวจจำนวนร้านค้าปลีกจำหน่ายเครื่องประดับและอัญมณี มีจำนวน 52,331 แห่งทั่วประเทศสหรัฐฯ ในปี 2563 หรือลดลงไปจากปี 2562 ร้อยละ 1.8 รัฐแคลิฟอร์เนียมีจำนวนร้านค้าปลีกเครื่องประดับมากที่สุด 2,614 แห่ง ตามด้วยรัฐนิวยอร์ก 2,170 แห่ง และรัฐฟลอริดา 1,881 แห่งตามลำดับ (อ้างใน จุฬามาศ สีนุเดชากุล, 2565: 22-23) นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงโอกาสทางธุรกิจเครื่องประดับที่จะต้องปัจจัยหลายด้าน โดยสามารถแยกออกดังนี้ 1) การสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องประดับจากทางภาครัฐเช่น การแสดงสินค้าโดยมีบริการนัดหมายจับคู่เจรจาการค้าทางธุรกิจโดยที่ผู้ผลิตไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งจากที่สหรัฐเรียกเก็บภาษีนำเข้าจากจีนสูงกว่าไทยร้อยละ 15-23.5 ซึ่งเดิมไทยเป็นประเทศที่สหรัฐนำเข้าเครื่องประดับเป็นอันดับ 1 อยู่แล้วจึงทำให้ไทยมีโอกาสสูงที่สหรัฐจะหันมานำเข้าเครื่องประดับเงินทางไทย 2) มีอัตราการขยายการค้าปลีกขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้มีการหันไปซื้อของออนไลน์มากขึ้น จากสถานการณ์โควิด-19) เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์มากที่สุดในตลาดออนไลน์ จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ การใช้ภาพเสมือนจริง (Virtual reality) การ Live ใน Social media เทคโนโลยีเกี่ยวกับการทำ Art work และเทคโนโลยีการผลิตแม่พิมพ์ที่มีการนำเทคโนโลยี 3D Printing และโปรแกรมการออกแบบ 3D Model มาใช้ในการผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องประดับที่ทำให้ง่ายและรวดเร็วขึ้น (จุฬามาศ สีนุเดชากุล, 2565: 26-31) นักท่องเที่ยวชาวยุโรป จะนิยมสินค้าประเภทอาหารเครื่องดื่ม เสื้อผ้าเครื่องประดับและผลิตภัณฑ์ที่ระลึกตามลำดับ โดยสินค้ามีความบ่งบอกถึงอัตลักษณ์นำสมัยและมีความสวยงาม (นิติธร ครุฑบางยาง, 2561)

ตารางที่ 8 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวยุโรปและนักท่องเที่ยวชาวจีนเกี่ยวกับสินค้า

ตัวแปรอธิบาย	สัญชาติ	จำนวน กลุ่มตัวอย่าง (N)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
สินค้าสามารถบ่ง บอกอัตลักษณ์	นักท่องเที่ยวชาวจีน	400	3.93	0.82
	นักท่องเที่ยวชาวยุโรป	400	3.35	0.94
สินค้ามีความ น่าสนใจ	นักท่องเที่ยวชาวจีน	400	3.70	0.85
	นักท่องเที่ยวชาวยุโรป	400	3.089	1.01
สินค้ามีความ สวยงาม	นักท่องเที่ยวชาวจีน	400	3.99	0.84
	นักท่องเที่ยวชาวยุโรป	400	3.65	0.88
สินค้ามีคุณภาพ	นักท่องเที่ยวชาวจีน	400	3.85	0.88
	นักท่องเที่ยวชาวยุโรป	400	3.26	0.94
สินค้าทรงคุณค่า	นักท่องเที่ยวชาวจีน	400	3.84	0.82
	นักท่องเที่ยวชาวยุโรป	400	3.48	0.93

ที่มา (นิติธร ครุฑบางยาง, 2561: 87-88)

จากงานวิจัยของ นวพร เพชรแก้ว (2560) พบว่า ทักษะคติในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประเภทเครื่องประดับที่ชื่นชอบส่วนใหญ่เป็นเครื่องประดับเงินประเภทต่างหูโดยเหตุผลที่ซื้อเครื่องประดับเงินนั้น มาจากคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก การซื้อเครื่องประดับมากจากความชอบส่วนบุคคล โดยมีงบประมาณ 401-600 บาทต่อครั้งและซื้อประมาณ 3 เดือนต่อชิ้น (นวพร เพชรแก้ว, 2560: 110-112) สำหรับตลาดเครื่องประดับเงินแท้ในอาเซียนนั้นภายหลังจากที่มีการประกาศใช้มาตรการทางการค้าภายใต้ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียนทำให้การส่งออกไปยังอาเซียนมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น ซึ่งประเทศในอาเซียนที่ไทยส่งออกเครื่องประดับเงินแท้ไปอันดับต้นๆ นั้นคือประเทศนี้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซียและอินโดนีเซียตามลำดับ โดยสิงคโปร์มีมาตรการทางการค้าค่อนข้างเสรีอัตราภาษีนำเข้าเครื่องประดับเงินแท้เป็นศูนย์อยู่แล้ว (นิลวรรณ นิยม, 2018)

บุญกิต จิตรงามปลั่ง (2565) นายกสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับได้แสดงความคิดเห็นว่า จากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมตลาดส่งออกของเครื่องเงินยังไปได้ดี ทรงตัวและ

สามารถขยายตัวได้ในบางปีซึ่งนั่นเป็นการแสดงว่าพื้นฐานยังแข็งแกร่งอยู่ถือว่าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับตลาดเครื่องเงินยังเป็นกลุ่มที่ดีที่สุด ถึงแม้ว่าจะมีผู้ผลิตทองเพื่อการส่งออกแต่ก็คงปฏิเสธไม่ได้ว่าพวกเขาจะไม่ทำเครื่องประดับเงินด้วย เหตุผลส่วนหนึ่งนั้นมาจากเครื่องเงินมีราคาในระดับที่ลูกค้าซื้อหาไปใช้ได้ บางคนอาจพูดว่าเครื่องประดับไม่ใช่สินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตแต่จริงๆ แล้วคนทั่วโลก โดยเฉพาะผู้หญิงไม่มีใครที่ไม่มีเครื่องประดับอยู่บนตัว นอกจากนั้นคุณบุญกิต จิตรงามปลั่ง ยังได้กล่าวว่า "การผลิตของถูก สวย และดี ไม่ได้เป็นสูตรที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จได้อีกต่อไปแล้ว ปัจจุบันเราต้องผลิตของถูก สวย มีนวัตกรรมและที่สำคัญคือ ประเทศเราต้องมีกระบวนการทางการค้าที่ช่วยให้ทำธุรกิจได้ง่าย (Ease of Doing Business) ด้วย" (บุญกิต จิตรงามปลั่ง, 2565)

ในขณะที่นักท่องเที่ยวยุโรปมักจะทำการเลือกซื้อเครื่องประดับเป็นสินค้าอันดับ 2 และนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ทำการซื้อเครื่องประดับอยู่อันดับ 3 ทั้งนักท่องเที่ยวยุโรปและจีนจะทำการซื้อมักจะเพื่อเป็นของขวัญระลึก โอกาสสำคัญและวันสำคัญ ตามลำดับ (นิติธร ครุฑบางยาง, 2561) ในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับที่ชื่นชอบพบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเครื่องประดับเงินประเภทต่างหู ซึ่งส่วนใหญ่ก็ยังคงซื้อจากห้างสรรพสินค้าโดยเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อคือด้านคุณภาพของสินค้าและตามความชื่นชอบส่วนบุคคล โดยเป็นการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง (นวพร เพชรแก้ว, 2560: 112) ถึงแม้ว่าในปี 2562 จะเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เครื่องประดับมียอดขายลดลง 23% แต่พบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกามีการซื้อขายเครื่องประดับผ่านช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์เติบโตจากปี 2562 ร้อยละ 18.9 ซึ่งคาดการณ์ว่าในระหว่างปี 2563-2567 ตลาดเครื่องประดับออนไลน์ทั่วโลกจะเติบโตได้เฉลี่ยร้อยละ 15% ต่อปี (จุฑามาศ สินธุเดชากุล, 2565)

ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์ (2561) ได้กล่าวไว้ว่า เครื่องประดับไทยแบบธรรมดาส่งให้มีความสำคัญต่อความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างและคุณค่าทางความรู้สึกและจิตใจเหมือนงานศิลปะ โดยอาจสร้างขึ้นเพียงชิ้นเดียวหรือมีจำนวนจำกัดซึ่งทำให้มีมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์ที่ไม่สามารถประเมินได้ตามหลักการตลาดทั่วไป ในขณะที่เครื่องประดับไทยร่วมสมัยจะมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ซึ่งผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ในภาคอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณีไทยสามารถพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ มีรูปแบบที่มีอัตลักษณ์ไทยร่วมสมัยด้วยรูปทรงและการใช้สอยที่เข้าถึงได้ง่ายต่อผู้คนส่วนมากและสามารถผลิตได้เป็นจำนวนมากได้ (ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์, 2561: 18)

จากการศึกษางานวิจัยหลายท่านพบว่ากลุ่มผู้ซื้อเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-35 ปี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและมี

รายได้ ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่พวกเขาจะซื้อเครื่องประดับเงินแบรนด์ไทยเป็นประจำมากกว่า 1 แบรินด์ (ศศิวิมล สุขขบท และทิพย์สุตา จันทรเกื้อ, 2562) กลุ่มผู้ซื้อร้อยละ 78 มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์ โดยในขณะที่ซื้อจะพิจารณาจากหลายด้าน เช่น ด้านมาจากการเปรียบเทียบทางสังคมด้านการยึดติดกับแฟชั่น มีการตัดสินใจซื้อที่มาจากแรงกระตุ้นภายใน ด้านคุณลักษณะของประสาทสัมผัส ด้านรูปแบบของแฟชั่นด้านบุคลิกภาพและด้านชื่อเสียงของตราสินค้า (พัชรินทร์ อดออม, 2558), (พัชรिता มาสกูล, 2558), (จักรกฤษณ์ เอกทัศน์, 2558) ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเงินเพื่อเป็นของที่ระลึกหรือเป็นการสะสม โดยมีรูปแบบประยุกต์หรือร่วมสมัย (ตยานิตย์ มิตรแปง และสุพจน์ ใหม่กันทะ, 2560) ถ้าเป็นกลุ่มผู้ซื้อเครื่องประดับลักซ์ชัวร์แบรินด์จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะเรื่องความสวยงาม รูปแบบสินค้าและความร่วมสมัยซึ่งมีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์ในด้านความหรูหราของตราสินค้า ความพึงพอใจส่วนบุคคลและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้ซื้อจะให้ความสำคัญเรื่องของความสุขมากที่สุด (พัลลภา ปิตินันต์ และภาวิดา รัตคาม, 2562) เครื่องประดับเงินจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสนใจด้วยเช่นกัน ทั้งนักท่องเที่ยว ยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่นและจีนโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนจะมีความชื่นชอบเครื่องประดับที่มีลวดลายเกี่ยวกับสัตว์ เช่น ช้าง และเป็นเครื่องประดับที่มีขนาดเล็กและมีรูปแบบร่วมสมัย (สมลักษณ์ วรรณฤมล กิเยลาโรว่า, 2060)

สำหรับข้อมูลจากศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทยพบว่าปัจจัยในการเลือกซื้อจะมุ่งเน้นไปที่ความพึงพอใจเป็นหลัก (เพราะต้องการสวมใส่เพื่อเสริมบุคลิกภาพหรือตามกระแสแฟชั่น) ภายใต้ระดับราคาที่เหมาะสมหรือสามารถยอมรับได้ตามลักษณะหรือคุณภาพสินค้าช่องทางการเลือกซื้อส่วนใหญ่มักเป็นร้านค้าตามห้างสรรพสินค้า (ในกลุ่มราคาระดับปานกลางหรือบน)ตลาดนัด (ในกลุ่มราคาระดับล่าง) และช่องทางใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมคือการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์(ในกลุ่มสินค้าระดับปานกลาง) (ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย, 2559)

พูน ปณ ทิโต ชีเว

ตารางที่ 9 ช่องทางการจัดจำหน่ายและสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการเครื่องประดับ

รายละเอียด	เครื่องประดับที่มีราคาสูง (Precious Jewelry)	เครื่องประดับแฟชั่น (Costume Jewelry/ Fashion Jewelry)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	GEN-B / GEN-X / GEN-Y	GEN-Y
ช่องทางการจัดจำหน่าย	- ห้างสรรพสินค้า - โชว์รูมหรือร้านค้าของตนเอง - ช่องทางออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย (เว็บไซต์/ Facebook/ Instagram)*	- ห้างสรรพสินค้า - ช่องทางออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย (เว็บไซต์/ Facebook/ Instagram/ Market Place)
สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ	- วัตถุดิบต้องมีคุณภาพสูง (ขนาด สี ดีไซน์ ความประณีตของชิ้นงาน) - การออกแบบต้องมีความหรูหรา ดูดี และมีความทันสมัย (สำหรับคนรุ่นใหม่) - สามารถประยุกต์ที่จะสวมใส่ ทั้งเพื่อออกงาน หรือในชีวิตประจำวัน - สินค้ามี Story หรือเรื่องราว ความเชื่อ วัฒนธรรม เพื่อดึงดูดความสนใจ - ความพึงพอใจต่อการบริการก่อนและหลังการขายที่ดี	- ชิ้นงานมีความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร มีเอกลักษณ์สะดุดตา (เน้นการออกแบบ) - ตัววัสดุที่ใช้ทำเครื่องประดับคุณภาพปานกลาง แต่ดูเหมือนเครื่องประดับแท้ - สินค้ามี Story หรือเรื่องราว และอยู่ในเทรนด์หรือกระแสแฟชั่นในช่วงนั้น - ช่องทางในการซื้อสะดวกและรวดเร็วต่อความต้องการ ราคาสมเหตุสมผล
ระดับราคาที่เหมาะสม	ขึ้นอยู่กับประเภทและคุณภาพของสินค้า เริ่มต้น 5,000 บาทขึ้นไป/ชิ้น	ระดับปานกลาง เริ่มต้น 1,000 บาทขึ้นไป/ชิ้น

ที่มา : (ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย, 2559: 4) (14 ธันวาคม 2565)

สรุป

ตั้งแต่อดีตคนไทยจะมีความเชื่อนามธรรมที่เชื่อว่าสิ่งทุกอย่างที่กระทำจะมีผลตอบแทนกลับมาหาตนเองไม่ว่าจะดีหรือไม่ดี เชื่อว่าการกระทำที่ดีจะนำมาซึ่งการผลักดันสู่ความสุขและความสำเร็จ ส่วนการกระทำที่ไม่ดีจะนำมาซึ่งความทุกข์และความล้มเหลว ไม่เพียงแต่เกี่ยวกับการกระทำของชีวิตปัจจุบันแต่ยังเกี่ยวข้องกับกรรมของชีวิตก่อนหน้านี้และอาจจะกระทบกับชีวิตของตนเองในชีวิตรับต่อไป ดังนั้นเพื่อประสบความสำเร็จและความสุขในชีวิตโดยเชื่อว่าการกระทำที่ดีจะนำมาซึ่งการผลักดันสู่ความสุขและความสำเร็จในชีวิตต่อไป มนุษย์ยังเชื่อว่าสิ่งที่เกิดขึ้นกับกับตนเองเป็นผลจากโชคลาภหรือความโชคดีหรือความโชคร้ายโดยไม่ได้เกี่ยวข้องกับการกระทำของตนเอง ในบางกรณีความเชื่อนี้อาจมาจากประสบการณ์ส่วนบุคคลที่เคยเกิดขึ้นกับตนเองจึงทำให้เชื่อว่ามีอำนาจที่เกินกว่าความรู้สึกของมนุษย์ที่เกิดขึ้นไม่สามารถควบคุมได้ แต่ในทางกลับกันความเชื่อเรื่องโชคลาภอาจไม่สามารถยืนยันได้ว่าเป็นความจริง โดยเฉพาะเมื่อเราพบกับสถานการณ์ที่ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยโครงสร้างเหตุผลหรือกฎเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับ นอกจากนั้นยังเชื่อว่าความต้องการและความสำเร็จในชีวิตของตนเองเป็นสิ่งที่สำคัญ ความเชื่อนี้อาจมาจากความเชื่อทางศาสนาหรือการมีความเชื่อแบบบุคคลที่เชื่อว่ามียลนามธรรมที่จะบังคับหรือสร้างสิ่งที่เราต้องการในชีวิตและการปฏิบัติตามความต้องการเหล่านั้นซึ่งจะช่วยให้พวกเขามีความสุขและความสำเร็จในชีวิต ความเชื่อและความต้องการของ

มนุษย์จึงเป็นสิ่งที่สัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ซึ่งความเชื่อของมนุษย์มักจะมีผลต่อความต้องการของตนเองและการแสดงความพึงพอใจในชีวิต

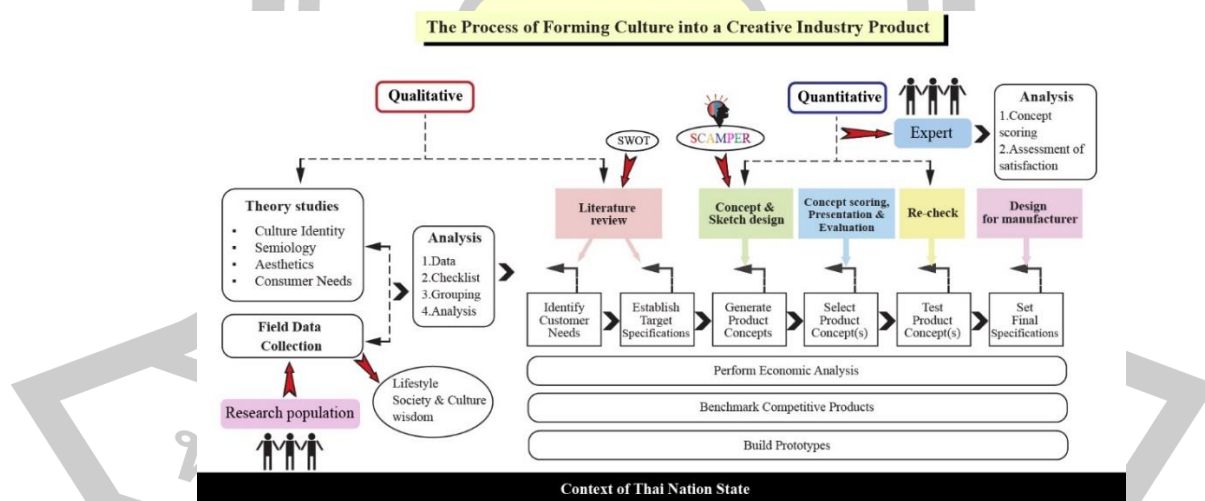
จากในสภาพของการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สุขภาพหรืออื่นๆ ในปัจจุบันจึงทำให้มนุษย์เกิดภาวะการแข่งขันทั้งความอยู่รอด มีต้องการความสุขสมหวัง การเป็นที่ยอมรับในสังคมและมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดี มนุษย์ยังต้องการความหวังและต้องการสิ่งที่จะช่วยยึดเหนี่ยวจิตใจหรือสร้างความมั่นใจให้กับพวกเขา ความเชื่อในเรื่องพลังนามธรรมยังคงเป็นสิ่งที่พวกเขาใช้เป็นที่ยึดอยู่ จากสถานการณ์ที่ไม่มั่นคงใดๆ เช่น ทางด้านเศรษฐกิจ การเงินหรือสุขภาพก็ตาม ดังนั้นมนุษย์จึงหันไปหาพึ่งทางใจที่จะสามารถทำให้พวกเขามีความมั่นใจหรือสมหวัง ความเชื่อในเรื่องพลังนามธรรมจึงเป็นหนทางหนึ่งที่เป็นที่นิยม ความเชื่อเรื่องกลางของขลัง สี ตัวเลข สัญลักษณ์ในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ หรือเครื่องประดับ จึงเป็นทางเลือกที่พวกเขาเลือกเพื่อสนองความต้องการของพวกเขาถึงแม้ว่าโลกจะมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นก็ตาม

จากการศึกษาแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคข้างต้นในบทนี้พบว่าผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินแท้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการคาดการณ์แนวโน้มความต้องการทางตลาดที่สูงไม่ว่าจะเป็นตลาดทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งมีความพร้อมทางด้านวัสดุเงิน พลอยที่หาได้ง่ายในประเทศ มีความสามารถในการผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้ มีแรงงานที่มีฝีมือ มีความพร้อมในบุคลากรด้านการออกแบบสร้างสรรค์ที่สามารถนำความเป็นชาติพันธุ์ที่เป็นอัตลักษณ์ที่น่าสนใจมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ได้ รวมไปถึงการที่มีหน่วยงานรัฐบาลที่ได้สนับสนุนทางการตลาด การออกแบบและการผลิต ดังนั้นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินแท้จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินแท้ที่ออกแบบออกเป็น 3 Collection ซึ่งแต่ละ Collection จะประกอบไปด้วย แหวน ต่างหูและจี้ (ซึ่งเป็นประเภทเครื่องประดับที่ความต้องการซื้อขายเป็นจำนวนมากกว่าเครื่องประดับประเภทอื่น) โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบคือกลุ่มคนทำงานในองค์กร พนักงานบริษัทที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี ที่มี Lift Style ที่ทันสมัยชอบความเรียบหรูหรามีความเชื่อในเรื่องของสัญญาณที่สื่อถึงความเชื่อว่าจะพบแต่ความสุข สมหวังหรือเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง

บทที่ 6 การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการคิดพัฒนาและปรับปรุงแนวคิดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยใช้จินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงออกแบบ เป็นการนำผลิตภัณฑ์จากแนวคิดเริ่มต้นไปสู่ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้และตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จคือการผสมผสานระหว่างรูปแบบและการใช้งานโดยคำนึงถึงความสวยงามและการใช้งานจริง เป้าหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์คือการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่ใช้งานได้จริงและน่าดึงดูดใจเท่านั้น แต่ยังมีความแปลกใหม่และโดดเด่นในตลาดสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ซึ่งต่อบัณฑิตประสงค์ของงานวิจัยในข้อที่ 3 ซึ่งโครงสร้างบทที่เกี่ยวกับกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้เริ่มกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากการได้มาของแนวคิดซึ่งจะต้องมีที่มาของการได้มาของแนวคิดจนไปถึงสุดท้ายคือการทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้วิจัยจะอธิบายกระบวนการดังกล่าว (ดังภาพประกอบ 62) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 62 The Process of Forming Culture into a Creative Industry Product

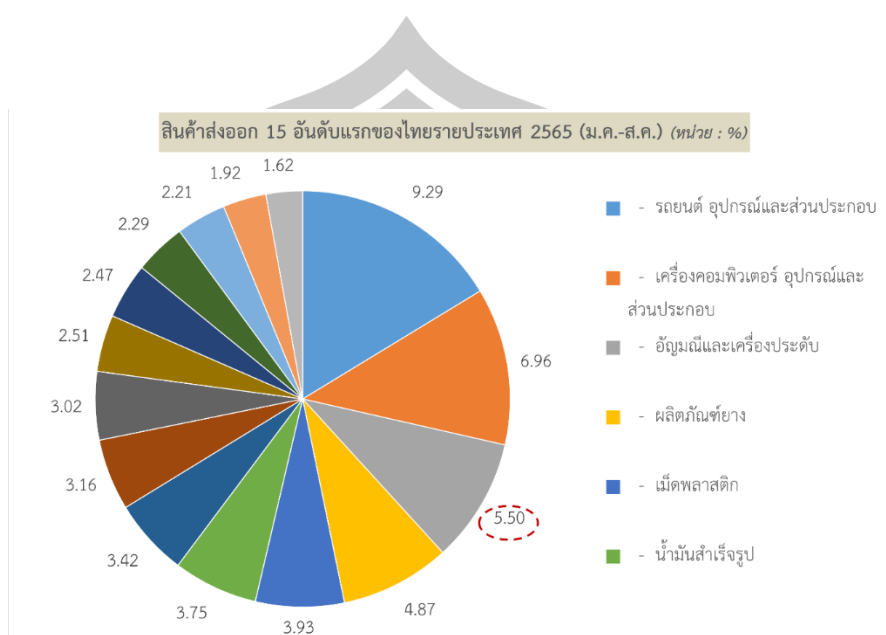
ที่มา : (ณรงค์ช กลิ่นพิกุล, 2565)

1.ระบุความต้องการของลูกค้า (Identify Customer Needs)

สำหรับความต้องการของผู้บริโภคผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์โดยข้อมูลที่นำมาสรุปเป็นความต้องการของผู้บริโภคนี้นี้มาจาก 2 แหล่งใหญ่ๆ ดังนี้ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์พบว่ากลุ่มแพชชั่นโดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับที่มีการส่งออกและนำเข้ามากที่สุดของสินค้าทั้งหมด การส่งออกเครื่องประดับเงินแท้ของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนที่ลดลงและการส่งออกไปเยอรมนีไม่เพิ่มขึ้นมากนัก สาเหตุหลักเกิดจากการที่ตลาดหลักนอกอาเซียนมีการตัดสิทธิพิเศษ GSP เครื่องประดับเงินจากไทย ในขณะที่ภายหลังจากที่มีการประกาศใช้มาตรการทางการค้าภายใต้ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) การส่งออกไปยังอาเซียนมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น สำหรับในอาเซียนประเทศไทยส่งออกเครื่องประดับเงินแท้ไปในระดับต้นๆ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียซึ่งทั้งสองประเทศนี้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ โดยสิงคโปร์มีมาตรการทางการค้าค่อนข้างเสรีอัตราภาษีนำเข้าเครื่องประดับเงินแท้เป็นศูนย์อยู่แล้วก่อนข้อตกลง ATIGA สำหรับประเทศในอาเซียนอื่นๆ ที่น่าสนใจได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย เป็นตลาดในอาเซียนที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่สาม (นิลวรรณ นิยม, 2561: 210-218)

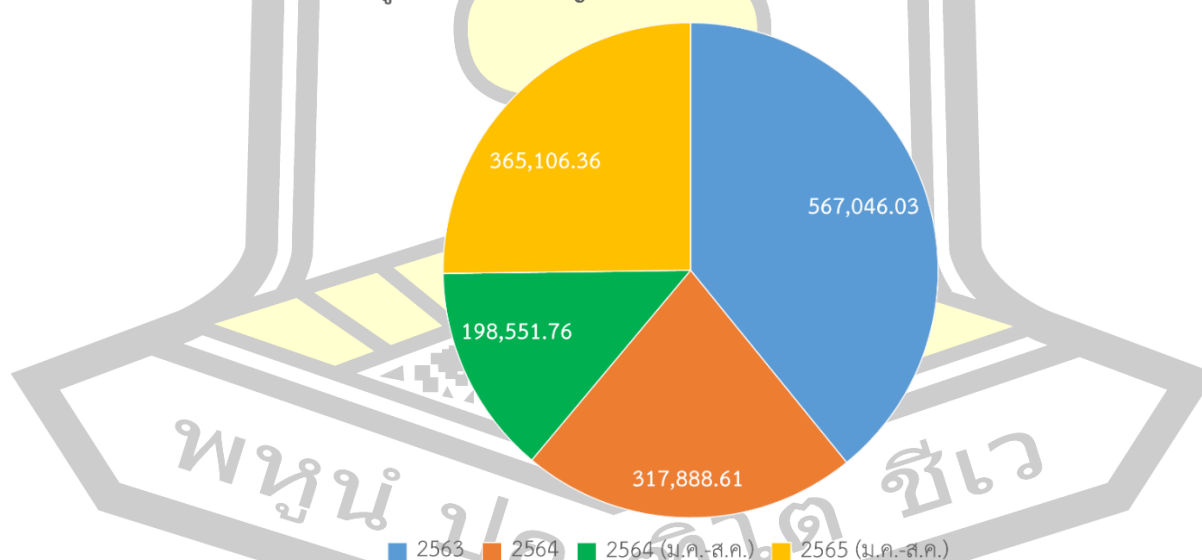
จากการศึกษาพบว่า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2566 ปรับตัวลดลงร้อยละ 24.81 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 ที่มีมูลค่า 5,486.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาอยู่ที่ 4,125.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.87 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้นหักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 2,216.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 16.76 (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ, 2566) ในปี 2565 ไทยมีการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับอยู่ในสินค้า 15 อันดับแรกในช่วงเดือนมกราคม-สิงหาคม คิดเป็น 5.50% ถือว่าเป็นอันดับ 3 ของสินค้าทั้งหมด 15 รายการ (ดังภาพประกอบ 63) ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่าการส่งออกในปี 2563 อยู่ที่ 567,046 ล้านบาท ปี 2564 อยู่ที่ 317,888 ล้านบาท และปี 2565 อยู่ที่ 365,106 ล้านบาท (ดังภาพประกอบ 64) และเมื่อพิจารณาอัญมณีแท้ส่งออกของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออกพบว่าในปี 2563-2565 เครื่องประดับแท้ทำด้วยเงินมีการส่งออกมากที่สุดรองลงมาคือเครื่องประดับแท้ทำด้วยทอง(กิโลกรัม) และ เครื่องประดับแท้ทำด้วยโลหะมีค่าอื่นๆ ตามลำดับ (ดังภาพประกอบ 65)



ภาพที่ 63 สินค้าส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศ 2565 (ม.ค.-ส.ค.)

ที่มา : (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2565) 13 ธันวาคม 2565)

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ตั้งแต่ปี 2563-2565

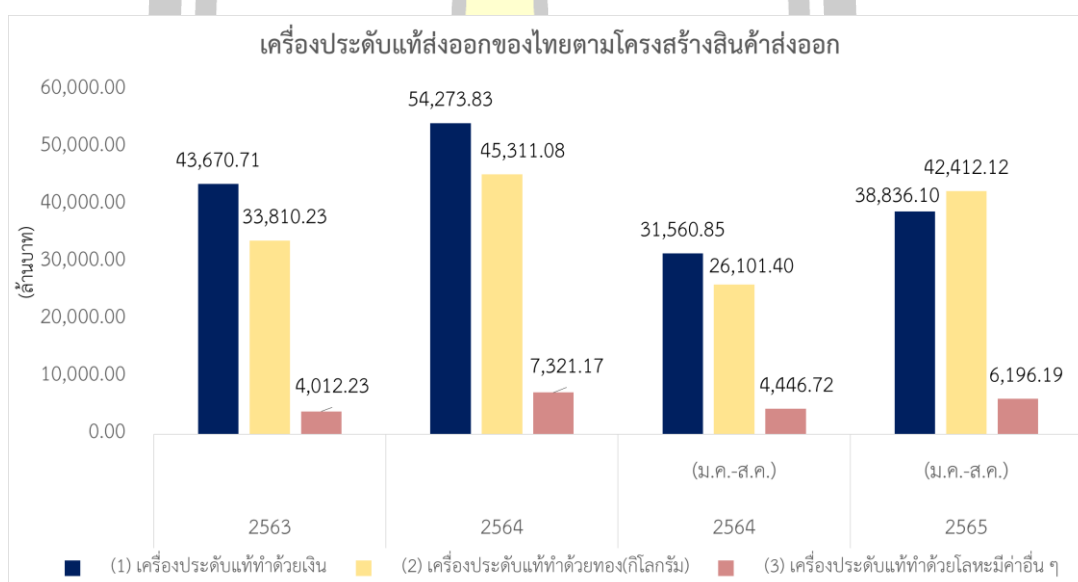


ภาพที่ 64 แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ตั้งแต่ปี 2563-2565

ที่มา : (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2565) 13 ธันวาคม 2565)

จากบทสัมภาษณ์ของคุณบุญกิต จิตรงามปลั่ง นายกสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับไทยได้กล่าวว่า จากสถานการณ์ที่ผ่านมตลาดส่งออก “เครื่องเงิน” ยังไปได้สวยทรงตัว

และสามารถขยายตัวได้ในบางปีซึ่งแสดงว่าพื้นฐานยังแข็งแกร่งอยู่ ตลาดเครื่องเงินยังเป็นกลุ่มที่ดีที่สุดในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ไม่มีโรงงานผลิตทองเพื่อการส่งออกโรงงานไหนในไทยที่ไม่ทำเครื่องประดับเงินซึ่งก็ทำให้ยอดเครื่องเงินยังไปได้ ที่สำคัญเครื่องเงินมีราคาในระดับที่ลูกค้าสามารถซื้อหาไปใช้ได้ ซึ่งบางคนอาจพูดว่าเครื่องประดับไม่ใช่สินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต แต่จริงๆ แล้ว คนทั่วโลกโดยเฉพาะผู้หญิงไม่มีใครที่ไม่มีเครื่องประดับอยู่บนตัวไม่ว่าคนชาตินั้นจะยากดีมีจนแค่ไหนก็ต้องมีเครื่องประดับติดตัวสักชิ้นอยู่ดี การผลิตของถูก สวยและดี ไม่ได้เป็นสูตรที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จได้อีกต่อไปแล้ว ปัจจุบันเราต้องผลิตของถูกสวยมีนวัตกรรมและที่สำคัญคือ ประเทศเราต้องมีกระบวนการทางการค้าที่ช่วยให้ทำธุรกิจได้ง่าย (Ease of Doing Business) ด้วย (บุญกิต จิตธรรมปลั่ง, 2565)



ภาพที่ 65 เปรียบเทียบเครื่องประดับแท้ส่งออกของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออก
ที่มา : (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2565) 13 ธันวาคม 2565

พูน ปณ จิตโต ชีว

ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2566 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีการปรับตัวลดลงร้อยละ 24.81 แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ พบว่ามีมูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 16.76 และหากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออก ทองคำและมูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.55 นอกจากนี้ทางภาครัฐให้การสนับสนุนในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างต่อเนื่อง คือ ในระยะสั้นให้มีการเข้าถึงสินเชื่อได้ง่ายเพื่อเสริมสภาพคล่องด้านการเงินโดยเฉพาะในกลุ่ม SMEs และการปรับลดภาษีให้สอดคล้องกับสภาพการดำเนินธุรกิจเพื่อช่วยลดภาระของผู้ประกอบการ และในระยะยาวมีการออกนโยบายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในการสร้างรายได้ให้ประเทศ กำหนดหน่วยงานเจ้าภาพที่รัฐบาลให้อำนาจในการดูแลอย่างชัดเจน กำหนดทิศทาง เป้าหมายและวางตำแหน่งอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดโลกให้ชัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการดำเนินการตามนโยบายที่สอดคล้องกัน มีการส่งเสริมกระบวนการผลิตแรงงานที่มีทักษะเข้าสู่อุตสาหกรรมให้มากขึ้นมีหลักสูตร Re-skill Up-skill และแบบ Non-degree การออกแบบหลักสูตรที่สนับสนุนความต้องการของผู้ใช้งานมากขึ้น และให้การสนับสนุนให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีมาตรฐานด้านราคาและคุณภาพโดยอยู่ในลักษณะ Standard policy และมีการตั้ง Standard price ที่ใช้ร่วมกันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย มีการปรับโครงสร้างภาษีที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่มจะช่วยสนับสนุนการทำธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยและทำให้ระยะยาวช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันช่วยเชื่อมโยงโซ่อุปทานภายในประเทศและต่างประเทศและช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องประดับของไทยด้วย ให้การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา (R&D) ที่สามารถใช้งานได้จริงเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของตลาดและคู่แข่งเพื่อช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในทุกๆ ด้าน ทั้งการพัฒนาฝีมือแรงงาน การพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนาคุณภาพของสินค้า การพัฒนาตลาดและการสร้างแบรนด์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะประเทศที่ไทยต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบ เพื่อให้สามารถนำเข้าวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกรวมถึงการผลักดันการค้าเสรีให้เกิดเป็นรูปธรรม ลดการกีดกันด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้แก่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง (สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2563)

2.จากการลงพื้นที่สนาม

ผู้วิจัยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลภายในพื้นที่อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา โดยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการขออนุมัติจริยธรรมในมนุษย์ เลขที่การรับรอง : 272-261/2565 พร้อมทั้งได้ทำการสังเกตไปด้วย โดยผลจากการเก็บข้อมูลสรุปพบว่า ชาวไทลื้อมีอัตลักษณ์วัฒนธรรมที่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันผ่านการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งในด้านพิธีกรรม ประเพณีต่างๆ การเลี้ยงผีหรือการประกอบพิธีทางศาสนา อาหารการกิน การแต่งกาย ภาษาหรือวรรณกรรม ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานั้นมาจากการสืบทอดกันมา ด้วยความเชื่อและศรัทธา ชาวไทลื้อมีความเชื่อนับถือพลังนามธรรมและศาสนาไปพร้อมกัน ถึงแม้ว่าสภาพสังคมในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงไปแต่ชาวไทลื้อยังคงมีความเชื่อและความศรัทธาอยู่ซึ่งจะสามารถเห็นจากการจัดงานประเพณีและการพิธีกรรมต่างๆ เป็นประจำทุกปีและในการประกอบพิธีกรรมหรือการจัดงานประเพณีต่างๆ นั้นจะต้องประกอบไปด้วยผู้ทำพิธีซึ่งอาจเป็นผู้นำชุมชนหรือผู้นำทางศาสนา ผู้ร่วมพิธีและอุปกรณ์ประกอบพิธี ไม่ว่าจะเป็นจัดประเพณีหรือพิธีกรรมก็ตามสิ่งที่ผู้วิจัยมักจะพบเห็นสิ่งที่จะมักใช้ในการประกอบรวมในพิธีคือ “ตุ่ง” ตุ่งของชาวไทลื้อคือ สิ่งที่ใช้ในการสักการบูชา ถวายให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วโดยมีความเชื่อว่าบรรพบุรุษของพวกเขาเค้าหรือผู้ที่ถวายทานตุงไปให้จะได้รับบุญและเกาะชายผืนตุงที่แกว่งไปมาพันจากชุมชนและได้ไปสู่สวรรค์ ปัจจุบันมีการนำตุงไปใช้ในการเดินขบวนหรือใช้ในการตกแต่งสถานที่ ซึ่งภาพรวมแล้วคือไม่ได้นำไปใช้ในทางที่ไม่ดีจึงทำให้มีการอนุโลมการนำไปได้ ตุ่งมีรูปลักษณะเป็น สี่เหลี่ยมผืนผ้ามีขนาดแตกต่างกันไป บนผืนตุงมีลวดลายต่างๆ หลากหลายซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นลวดลายที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของชาวไทลื้อที่มีมานานแล้วทั้งสิ้น จากการศึกษาลวดลายสามารถจัดกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มพรรณพฤกษา เช่น ดอกจันทร์ เครือเถา กลุ่มสัตว์ซึ่งมีทั้งลายสัตว์ที่มีอยู่ในธรรมชาติ เช่น ช้าง ม้า ไก่ ผีเสื้อ นก คน และลายสัตว์ที่มีอยู่ในจินตนาการเช่น นาค มอม และกลุ่มสิ่งของเครื่องใช้ เช่น ปราสาทซึ่งเป็นลายที่ใหญ่ชัดเจนจัดอยู่กึ่งกลางของผืนตุงจำนวนชั้นปราสาทส่วนใหญ่อยู่ที่ 3-5 ชั้น ขึ้นอยู่กับฐานะทางการเงินของผู้ที่ทำการถวาย นอกจากนั้นยังมี เรือ พาน คัมภีร์ ธง คนโท เป็นต้น โดยภาพรวมตุงไทลื้อจะมีสีพื้นเป็นสีขาวของผ้ามีลายปราสาทเป็นลายใหญ่ที่เด่นชัดซึ่งปราสาทจะต้องมีสิ่งรองรับเช่น เรือ ช้าง หรือม้า (จากการศึกษาส่วนใหญ่จะใช้ช้างในการรองรับปราสาท) ซึ่งเชื่อว่าพาหนะนั้นจะนำปราสาทพร้อมกับสิ่งของบริวารที่เป็นลวดลายในการตกแต่งนี้ไปด้วย การจัดวางอาจมีการแตกต่างกันบ้างเล็กน้อยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทักษะและประสบการณ์ของช่างทอตุ่ง จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงพบว่าตุงไทลื้อสามารถถ่ายทอดวิถีชีวิต อัตลักษณ์ของชาวไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยาได้เป็นอย่างดีตามสถานที่สำคัญก็จพตกตแต่งด้วยตุงไทลื้อ เสาไฟประดับตามถนนเป็นรูปลวดลายตุงไทลื้อไกล่ลวดหย่

วน อยู่ในอำเภอเชียงคำ ที่มีการ cnc แผ่นโลหะเป็นรูปลวดลายตุงไทลื้อ หรือการจัดทำตุงไทลื้อ สำหรับนักท่องเที่ยวที่วัดแสงเมืองมาง ที่มีขนาดเล็กในราคาย่อมเยาเพราะมาจากการสกรีนผ้าโพเรสสีต่างเป็นลวดลายตุงไทลื้อ เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำลวดลายที่ถูกจัดกลุ่มลายที่อยู่บนผืนตุงมาเป็นแนวทางในการนำไปออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป

3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Establish Target Specifications)

ในงานวิจัยนี้ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท องค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี เป็นกลุ่มที่มีรายได้ประจำจึงมีกำลังการซื้อ มีการใช้ชีวิตแบบทันสมัยพร้อมเปิดรับเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการเปิดกว้างและตอบรับอย่างดีต่อสังคมโซเชียล นิยมสินค้าที่ดึงดูดใจ สะดุดตาและอินเทรนด์ในระดับราคาที่เหมาะสมหรือสามารถยอมรับได้ตามลักษณะหรือคุณภาพสินค้า มีต้องการสวมใส่เพื่อเสริมบุคลิกภาพหรือตามกระแสแฟชั่น ดูทันสมัยและเสริมความมั่นใจตามความเชื่อ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายดังที่กล่าวมานั้นมาจากการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่พบว่า เป็นกลุ่มคนที่มีกำลังการซื้อ มีความต้องการการยอมรับทางด้านสังคม การสร้างความมั่นใจให้กับตัวเองหรือเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเอง ในภาพรวมแล้วทั้งตลาดภายในประเทศและนอกประเทศกลุ่มวัยทำงานจะเป็นกลุ่มคนที่นิยมซื้อเครื่องประดับเงินมากโดยมีความชอบในรูปแบบเครื่องประดับที่ทันสมัย

มีนักวิจัยที่ทำการศึกษาวิจัยทางการตลาด ความต้องการและความพึงพอใจในธุรกิจทางด้านเครื่องประดับพบว่า เครื่องประดับที่ชื่นชอบส่วนใหญ่เป็นเครื่องประดับเงิน โดยเครื่องประดับที่ซื้อคือ ต่างหูซึ่งโอกาสที่ซื้อเครื่องประดับเงินนั้นมักจะเป็นตามความชื่นชอบ โดยการตัดสินใจซื้อนั้นขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเอง (นวพร เพชรแก้ว, 2560) ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-28 ปี มีสถานภาพโสดมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีรายได้ 10,001-20,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องประดับเงินแบรนด์ไทย 2-3 แบรนด์เป็นประจำ (ทิพย์สุดา จันทรเกื้อ, 2562) ซึ่งพัชรिता มาสกุล (2558) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 30 -34 ปีการศึกษาสูงสุดระดับ ปริญญาตรีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท อาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน โดยมีความชอบในเครื่องประดับแท่งส่วนใหญ่เป็นแหวนมากที่สุด และ จักรกฤษณ์ เอกทัต (2558) ได้กล่าวว่า ผู้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี โดยส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าประเภทแหวน ให้ความสำคัญกับสินค้าที่ได้มาตรฐาน มีความประณีตสวยงาม (จักรกฤษณ์ เอกทัต, 2558) สำหรับผู้บริโภคในเมืองหลวงกรุงเทพมหานครนั้นมีทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 78.20 โดยจะมีทัศนคติต่อการซื้อ

ด้านการเปรียบเทียบทางสังคม การยึดติดกับแฟชั่น การซื้อจากแรงกระตุ้น คุณลักษณะของประสาทสัมผัสรูปแบบของแฟชั่น ด้านบุคลิกภาพ ด้านชื่อเสียงของตราสินค้า ซึ่งด้านการใช้งานกลับมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์น้อยมาก (พัชชรินทร์ อดออม, 2558) จากเดิมที่การซื้อมักจะพิจารณาจากการใช้งานเป็นหลักแต่กับแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคไม่ได้พิจารณาจากการใช้งานเป็นหลัก

4 การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Generate Concept Product)

1 ความต้องการของผู้บริโภค

ความต้องการของมนุษย์นั้นมีหลากหลายมาก ซึ่งความต้องการของมนุษย์เป็นแรงจูงใจที่สำคัญเป็นตัวการสำคัญหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมหรือการกระทำของมนุษย์เกิดมาจากการต้องการซึ่งมีแรงขับเคลื่อนอยู่เบื้องหลังการกระทำต่างๆ มนุษย์จะประสบความสำเร็จในชีวิตได้นั้นจะต้องคอยเติมเต็มหรือสนองตอบความต้องการไปตามลำดับขั้นของความต้องการตั้งแต่ระดับพื้นฐานทางกายภาพและซับซ้อนขึ้นไปเป็นความต้องการทางจิตใจและสังคมซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham H. Maslow) (อ้างใน นภาพร หงษ์ทอง, 2564: 125) ซึ่งแบ่งลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ขั้นได้แก่ ขั้นที่ 1 ความต้องการพื้นฐานทางกายภาพและชีวภาพ เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ อากาศ เป็นต้น ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน ได้แก่ (1) ความมั่นคงในครอบครัวที่อยู่มีบ้านที่แข็งแรงและปลอดภัยปลอดภัย (2) มีอาชีพที่มั่นคง (3) มีหลักประกันชีวิตหรือคนดูแลเมื่อเจ็บไข้ ขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม ความรักและความเป็นเจ้าของ ต้องการความเอาใจใส่จากบุคคลอื่นเป็นที่รักและบุคคลในสังคมรอบข้างและต้องการที่จะแสดงความรักต่อบุคคลอื่น ขั้นที่ 4 ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องและเป็นที่ยอมรับ เช่น มีสถานภาพทางสังคมที่ดี เป็นที่ยอมรับในสังคม มีเกียรติยศชื่อเสียง เป็นต้น ขั้นที่ 5 ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุด ต้องการความรู้ความเข้าใจบางอย่างที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้นหรือพัฒนาความรู้ในระดับที่สูงขึ้นไป หรือการค้นพบและเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับตัวเอง อย่างไรก็ตามความต้องการใดที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นตัวกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่างๆ ที่จะต้องตอบสนองความต้องการของตนเองให้ได้มากที่สุดจึงจะมีความสุข (อ้างใน นภาพร หงษ์ทอง, 2564: 130-131) จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นที่มีความสอดคล้องกับความต้องการในสังคมปัจจุบันที่ต้องการยอมรับจากสังคมและความต้องการความปลอดภัยและมีความสุขในชีวิต ทำให้มีสินค้าและบริการต่างๆ ที่ออกแบบมาเพื่อสนองตอบต่อความต้องการ ความสุขและความปลอดภัยของตนเอง เช่น กระเป๋าแบรนด์เนม นาฬิกา

สมารถขอที่มีการใช้งานทั้งการโทรเข้าออก ดูข้อความหรือข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ เครื่องประดับ สายมู เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการยอมรับในสังคม ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการมีความสุขสมหวังในชีวิตซึ่งเป็นพื้นฐานที่มนุษย์ยังมีความต้องการอยู่แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคมและเทคโนโลยี

2. ความเชื่อและความศรัทธา

ความเชื่อและความศรัทธาสำหรับคนไทยนั้นมีมานานแล้วตั้งแต่โบราณเป็นความเชื่อที่เกี่ยวกับ ศาสนา ไสยศาสตร์ โชคลาภ ฤกษ์ยาม หรือเครื่องรางของขลัง เป็นต้น ความเชื่อเหล่านี้ปัจจุบันมักจะ เรียกว่า สายมูหรือ มูเตลู ที่มาจากภาพยนตร์สยองขวัญสัญชาติอินโดนีเซีย ที่มีชื่อเรื่องว่า มูเตลู คีล ไสยศาสตร์ (Penangkal Ilmu Teluh) ออกฉายครั้งแรกในปี 1979 โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงสาว สองคนที่เปิดศึกแย่งชิงชายอันเป็นที่รัก ผ่านการร้ายเวทย์มนต์คาถา ในบางช่วงบางตอนมีคำว่า “มูเตลู มูเตลู” ดังนั้นความหมายของมูเตลูในเวอร์ชันภาพยนตร์จึงสื่อถึงไสยศาสตร์ ปัจจุบันสายมูถูก นำมาเป็นชื่อเรียกสั้นๆ ที่มีความหมายเชิงบวกในเรื่องของความเชื่อ ไสยศาสตร์เครื่องรางของขลัง (เพื่อนแท้เงินด่วน, 2566)

ความเชื่อว่ามีอุปมาในสิ่งนั้นแล้วจะช่วยเหลือส่งเสริมในด้านการงาน การเงิน โชคลาภและความ รัก ผนวกกับความต้องการความปลอดภัย ความต้องการมีความสุขสมหวังหรือเป็นแรงผลักดัน ทางด้านจิตใจให้มีความเชื่อมั่น เป็นต้น จึงทำให้มีการตลาดสายมูเกิดขึ้นมากมาย เช่น สักกับ ความหมายในการสวมใส่หรือเลือกใช้ การดูไพ่ ตัวเลขเบอร์โทรศัพท์เสริมดวง วัตถุมงคล ตะกรุด การ สวมกำไล หรือญี่ปุ่นที่มาโอมาโมริที่เป็นเครื่องรางถุงผ้าสีสดใสขนาดเล็กมีความเชื่อว่าถ้ามีไว้จะทำให้ เรื่องต่างๆ ดีขึ้น หรือชาวตะวันตกที่มีความเชื่อเรื่องหินสีและดาวยักษ์ดักฝัน เป็นต้น มนุษย์มีความเชื่อ ในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ว่าจะช่วยคุ้มครองให้แคล้วคลาดปลอดภัยหรือที่จะทำให้ชีวิตดีขึ้นจึงทำให้เกิดความ ต้องการและเกิดเป็นธุรกิจขึ้นมา จากกระแสสายมูนี้เองจึงทำให้ปัจจุบันในตลาดของไทยจึงมีการคิด นำเอาสายมูมาขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจจึงทำให้ธุรกิจและสินค้า การนำแฟชั่นเข้ามาผสมผสานและ ได้รับความนิยมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบนาซิต เพียรรัชและศรีนัย จิตลักษณ์ ที่พบว่า คติ นิยมที่ทำให้เกิดธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อคือ มุมมองความเชื่อและค่านิยมของมนุษย์ที่ทำให้ เกิดธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อ ได้แก่ 1) กลุ่มความเชื่อจากขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่ง เกี่ยวข้องกับความเชื่อกับประเพณีที่เป็นสิ่งแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ตลอดจนความโดดเด่น ของภาคนั้นๆ โดยมีวัฒนธรรมประเพณีเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจและการปฏิบัติตนในสังคมและสังคม สามารถปฏิบัติ ยึดถือปฏิบัติตามประเพณีก็เป็นสิ่งที่แสดงถึงขนบธรรมเนียมนิยมที่ต้องปฏิบัติสืบทอด กันไปและสืบสานต่อเนื่องมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน 2) กลุ่มความเชื่อทางวัฒนธรรมแบบพราหมณ์ที่

เชื่อเรื่องรูปลักษณะสัญญาณซึ่งคตินิยมความเชื่อทางวัฒนธรรมแบบพราหมณ์จะมีความเชื่อในเรื่องของรูปลักษณะและสัญญาณ 3) กลุ่มความเชื่อที่เกี่ยวกับเรื่องวิถีชีวิตบุคคลซึ่งกลุ่มความเชื่อกลุ่มนี้มีเหตุผลมาจากสถานะของความไม่มั่นคงและไม่แน่นอนของการดำเนินชีวิต ความเชื่อกลุ่มนี้มีการสืบต่อมานานตั้งแต่โบราณจนถึงปัจจุบันนี้

ค่านิยมของมนุษย์ที่ทำให้เกิดธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อ จำแนกออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ค่านิยมทางสังคมที่ช่วยให้เกิดความรัก ความเข้าใจและความต้องการของอารมณ์ของบุคคล จึงมีการนำด้านแพชชันนำมาผสมผสานกับเรื่องความเชื่อจนกลายเป็นกระแส เช่น ตะกรุดโลลา ซึ่งมีดารานักแสดง นำมาสวมใส่จนทำให้เกิดเป็นค่านิยมทางสังคม 2) ค่านิยมทางวัตถุ เป็นค่านิยมที่ช่วยให้ชีวิตร่างกายของมนุษย์เราสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ ได้แก่ ปัจจัยสี่ คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้า และยารักษาโรค ซึ่งใน ความต้องการมีชีวิตที่สมบูรณ์แบบ ความต้องการเหล่านี้จึงทำให้เกิดธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อ เพราะเชื่อว่าวัตถุเครื่องรางต่างๆ นี้สามารถช่วยให้มนุษย์ได้รับสิ่งที่ต้องการสมดังหวังและมีชีวิตที่ดีขึ้น 3) ค่านิยมทางศาสนา เป็นค่านิยมที่เกี่ยวกับความปรารถนา ความสมบูรณ์ของชีวิตรวมทั้งความศรัทธาและการบูชาในศาสนา ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมของมนุษย์จึงทำให้เกิดธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อ (เบนาคิต เพียรรักษ์ และศรัณย์ ธิติลักษณ์, 2564: 17-18)

3. ศึกษาคู่แข่งและเทคโนโลยี

3.1 การวิเคราะห์คู่แข่งและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

การศึกษาคู่แข่ง (Competitive analysis) เป็นกระบวนการที่ช่วยให้สามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดและคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้เป็นอย่างดี ซึ่งทำโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่มีอยู่ในตลาด การศึกษาคู่แข่งช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการของตลาดและคู่แข่งในอุตสาหกรรมได้มากขึ้นซึ่งจะเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ มาจากการศึกษาคู่แข่งมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง โดยสามารถพัฒนาและปรับปรุงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ โดยมาจากการนำเอาคุณสมบัติที่ดีของคู่แข่งและการนำแนวโน้มความต้องการของตลาด การศึกษาข้อมูลการนำเข้าส่งออกและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและใช้ข้อมูลที่ได้รับมาจากการวิเคราะห์คู่แข่งเพื่อมาประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มในตลาด เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการทางการตลาดมากขึ้น

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร เพื่อให้ทราบข้อมูลแต่ละอย่างที่จะช่วยให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นไปทิศทางใด ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินวิเคราะห์ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไว้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 เป็นเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีนำอัตลักษณ์ตุงไทลื้อซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่ชาวไทลื้อใช้สำหรับการสักการบูชามาเป็นแนวทางในการออกแบบซึ่งสามารถออกแบบออกมาได้หลายคอลเลกชั่น

S2 เป็นเครื่องประดับที่มีการออกแบบตัดทอนลวดลายที่มีความหมายที่ดีและมีการตกแต่งตัวเรือนโดยการเลือกใช้วัสดุตกแต่งคืออัญมณีที่มีความหมายเช่นกัน เป็นเครื่องประดับสายมูที่เสริมความมั่นใจ อุ่นใจให้กับผู้สวมใส่

S3 วัสดุที่ใช้ในการผลิตสามารถหาซื้อได้ง่ายภายในประเทศ ทำให้เป็นการลดต้นทุน

S4 เป็นเครื่องประดับที่สามารถสวมใส่ได้ทุกโอกาส เช่น สวมใส่ไปทำงาน ไปเที่ยวหรือสวมใส่ออกงานเลี้ยงต่างๆ เป็นต้น

S5 มีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการออกแบบและผลิตในระบบอุตสาหกรรมทำให้สามารถควบคุมคุณภาพ ประหยัดเวลาและลดต้นทุนมากกว่าการใช้แรงงานทำทุกขั้นตอน

S6 วัสดุที่ใช้ในการผลิตสามารถหาซื้อได้ง่ายภายในประเทศ ทำให้เป็นการลดต้นทุน

S7 เป็นเครื่องประดับที่ทำความสะอาดง่าย

จุดอ่อน (Weakness)

W1 ต้องใช้เงินในการลงทุนครั้งแรกสูงเนื่องจากมีการใช้เทคโนโลยีในการผลิต เช่น เครื่องเจียตึ๋น เครื่องหล่อเหวี่ยง เครื่องปริ้นส์ 3D เป็นต้น

W2 ความเหมาะสมของราคา ซึ่งตั้งราคาต่อชุดๆ ละไม่เกินประมาณ 5,000 บาท (คิดที่จำนวนการผลิตจำนวน Set ละ 100 ชุด) แต่ยังไม่สามารถที่จะระบุราคาของผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนในการผลิตด้วย

โอกาส (Opportunities)

O1 การขยายตัวของการค้าขาย โอกาสในการขยายตลาดไปในกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้นผ่านการขายสินค้าออนไลน์ ออนไลน์

O2 การเกิดใหม่ของตลาดเครื่องประดับที่นำอัตลักษณ์ มาทำเป็นสินค้าและยังมีการสื่อความหมายในเรื่องความเชื่อที่จะส่งเสริมในทางที่ดีให้กับผู้ซื้อ ซึ่งมีโอกาสสามารถขยายตลาดไปในกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น

อุปสรรค (Threats)

T1 เนื่องจากเป็นสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แนวแฟชั่นซึ่งอาจจะต้องมีการออกแบบผลิตภัณฑ์บ่อยขึ้นตามแนวโน้มแฟชั่นความนิยมทั้งรูปแบบ วัสดุและเทรนทางความเชื่อ

T2 เป็นสินค้าที่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์จะพิจารณาการวางตำแหน่งตามลักษณะการใช้งาน (Functional Positioning) เป็นการวางตำแหน่งที่เน้นในเรื่องคุณลักษณะที่เน้นด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และเอาจุดนี้มาเป็นคุณค่าของแบรนด์ที่สามารถเติมเต็มความต้องการของผู้บริโภคได้ คือ มีรูปแบบที่เรียบหรูร่วมสมัย สามารถสวมใส่ได้ทุกโอกาส และให้คุณค่าความเชื่อมั่นทางจิตใจแก่ผู้บริโภค การแทนด้วยสัญลักษณ์ (Symbolic Positioning) โดยการวางตำแหน่งที่เน้นการนำเอาลักษณะของผลิตภัณฑ์มาสร้างแรงบันดาลใจ ว่าผลิตภัณฑ์สามารถเติมเต็มความต้องการบางอย่างให้กับผู้บริโภคคือเป็นเครื่องประดับที่สามารถสวมใส่ได้ทุกสถานการณ์และมีความเรียบหรูทันสมัยและยังมีสัญลักษณ์ที่มีความหมายเสริมความเชื่อมั่นทางจิตใจแก่ผู้บริโภค และจากการได้สัมผัสประสบการณ์ด้านต่างๆ (Experiential Positioning) เป็นการวางตำแหน่งที่เน้นการเชื่อมโยงด้านอารมณ์ให้เกิดขึ้นระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือ Sensory image โดยเป็นการเชื่อมโยงประสบการณ์ดีๆ ของผู้บริโภค คือ การเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับสายมูที่สามารถใส่ได้ทุกโอกาส

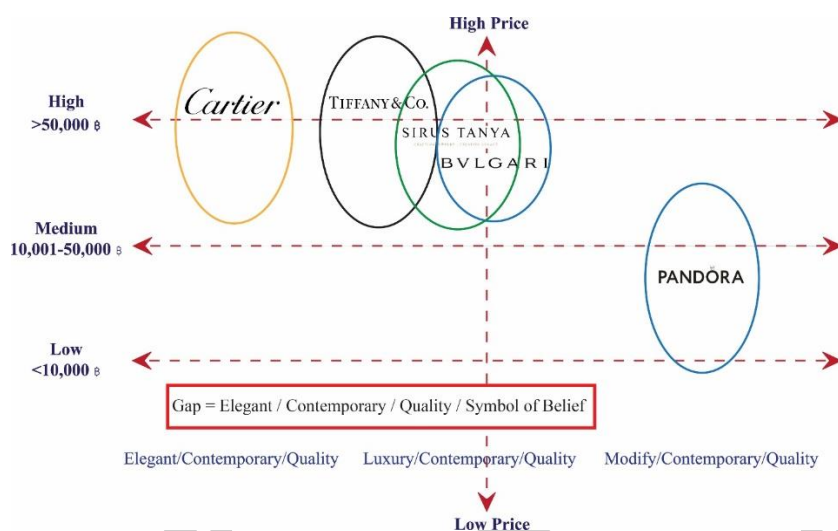
การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) จึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขึ้นมาเพื่อยึดครองพื้นที่ในใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดและมีความเฉพาะ จากการวิเคราะห์ SWOT และการศึกษาผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง จึงได้มีการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ทางการตลาดไว้คือ ในตลาดธุรกิจเครื่องประดับร่วมสมัยกำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคจึงทำให้เป็นที่ต้องการและมีแบรนด์ต่างๆ ออกผลิตภัณฑ์เครื่องประดับมาเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค มีการแข่งขันทางด้านรูปแบบ ความหรูหรา คุณภาพและราคา ซึ่งมีราคาสูงเมื่อเทียบกับความต้องการและกำลังการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มคนทำงานบริษัท รวมทั้งการมีความเชื่อทางด้านสายมูซึ่งยังไม่มีผู้ผลิตทำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน 925 ที่มีสัญลักษณ์ทางด้านความเชื่อออกมาจำหน่าย (ดังภาพประกอบ 66) โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ภาพรวมของแบรนด์ดังที่มีความเรียบหรูทันสมัยเป็นที่รู้จักในปัจจุบันมา 5 แบรนด์ ได้แก่ 1) Cartier เป็นหนึ่งในชื่อที่คุ้นหูของนักสะสมมาตลอด 174 ปี เริ่มต้นจากร้านจิวเวลรี่เล็กๆ ในกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ก่อตั้งโดย หลุยส์-ฟร็องซัวส์ การ์คตีเยร์ เมื่อปี 1847 และกลายเป็นที่นิยมของชนชั้นสูงและราชวงศ์ต่างๆ จนกระทั่งในปี 1904 พระเจ้าเอ็ดเวิร์ดที่ 7 แห่งสหราชอาณาจักร ก็ทรงแต่งตั้งให้ Cartier เป็นช่างเพชรทองประจำราชสำนัก และต่อมา Cartier ก็ได้รับการยอมรับจากราชวงศ์ต่างๆ ในยุโรป รวมทั้งประเทศสยามในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทำให้ชื่อของ Cartier กลายเป็นสัญลักษณ์ของความหรูหรา คลาสสิกนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา เป็นหนึ่งในแบรนด์ที่ทรงอิทธิพลในตลาดลักซ์ชัวรี ด้วยการออกแบบที่เรียบหรูและดูร่วมสมัย ทำให้เกิดดีไซน์สุดคลาสสิก เดิมทีเป็นสินค้ากลุ่มคนชั้นสูงปัจจุบันมีการ

ออกแบบให้คนทั่วไปได้สามารถสวมใส่ได้มีรูปแบบที่ทันสมัยแต่ก็ยังคงไว้ซึ่งความเรียบหรูซึ่งก็ให้เจ็ค สันหวงนักร้องเกาหลีสัญชาติจีนมาเป็น influencer ของ Cartier ด้วย 2) TIFFANY & Co หรือ Tiffany & Company เป็นแบรนด์ที่มีมานานกว่า 180 ปีของสัญชาติอเมริกันจนถึงปัจจุบัน และทำการพัฒนาสินค้าในแนวคิดต่างๆ เช่น ความรักความเชื่อมั่นในตนเองของเพชฌัญและแบรนด์พยายามจะสื่อสารว่าต้องการจะเป็นเครื่องประดับสำหรับผู้หญิงที่ต้องการจะหาซื้อเครื่องประดับเพื่อเสริมสร้างพลังและคุณค่าให้กับตนเอง มีการปรับเปลี่ยนแบรนด์ให้ดูทันสมัย และเข้าถึงให้ได้สำหรับทุกคนตัวอย่างเช่น การที่มี Lady Gaga เป็น influencer ของ Tiffany แล้วยังมีดารา Elle Fanning มาเป็น influencer ให้กับแบรนด์ด้วยถึงแม้ว่าลูกของ Elle Fanning อาจจะไม่หิวหาเท่า Lady Gaga แต่ด้วยอายุในวัย 20 ต้นๆนอกจากนี้ Tiffany ยังขายสินค้าน้ำหอมด้วย จึงเป็นแบรนด์หรูที่จับตลาดผู้บริโภคได้กว้าง ในตลาดอเมริกาและเอเชียความพิเศษของ Tiffany คือการเป็นแบรนด์ที่เข้าถึงทุกคน (mass) แต่ก็ยังมีประวัติศาสตร์การก่อตั้งของแบรนด์ที่ยาวนาน (long heritage) ซึ่งยังคงความมีระดับมีการตกแต่งด้วยวัสดุที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทองคำโรสโกลด์ ทองคำ ทองคำขาว และเงิน ประดับตกแต่งด้วยอัญมณีหลายรูปแบบ ทั้งเทอร์ควอยส์ โอปอลสีชมพู มุก และนิล เป็นต้น 3) SIRUS TANYA เป็นเครื่องประดับของคนไทยโดยมี ศิริส ัญญวัฒน์กุล เป็นผู้ก่อตั้งและ ครีเอทีฟ ไดเรกเตอร์ เช่น ในปี 2022 มีการวางคอนเซ็ปต์คือ เป็นสินค้าไฮโซเวลรี่หรูหรมีคุณภาพสูงมีการสรรหาคัดเลือกเพชรหรืออัญมณีและมีแบรนด์มีวคือคุณสุวิญ บุณกุล ซึ่งที่ผ่านการ QC จากคุณศิริสเอง Sirus Tanya มีการออกแบบที่ไม่ได้มุ่งเน้นแค่ความสวยงามแต่ยังมองถึงองค์รวมในการใช้งานได้จริง เน้นความความประณีตพิถีพิถันในการทำงานของช่างทุกขั้นตอน จุดเด่นของแบรนด์คือ ความพิถีพิถัน ตั้งแต่การคัดสรรเพชรและอัญมณี การดีไซน์ทันสมัยและความคลาสสิกดังนั้นจึงเป็นแบรนด์ที่มีราคาแพง สินค้าเหมาะกับการใส่ในการออกงานสำคัญ 4) BVLGARI เป็นสินค้าที่มีแนวคิดสง่า หรูหราของ อิตาลี เป็นแบรนด์ที่ไม่ได้ผลิตเฉพาะเครื่องประดับเพียงอย่างเดียวแต่มีสินค้าประเภท นาฬิกา กระเป๋า น้ำหอม เครื่องสำอาง เครื่องหนังและแว่นตา เครื่องประดับจะแบ่งออกเป็นเครื่องประดับชั้นสูง สำหรับใช้ออกงานหรูหราเท่านั้นการนำเสนอโดยให้ดาราชมพู-อารยา เอฮาร์เก็ตที่สวมใส่ดินบนพรมแดงเมืองคานส์ ครั้งที่ 76 และลิซ่าเป็นพรีเซ็นเตอร์สวมใส่เครื่องประดับจนทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น เป็นต้น นอกจากนั้น BVLGARI นอกจากนั้นยังมีเครื่องประดับทั่วไปและเครื่องประดับการแต่งงาน สำหรับในประเทศไทยบุคลิกการมีบุคลิกทั้งหมดสามแห่ง ได้แก่ เอ็มโพเรียม สยามพารากอนและไอคอนสยาม เป็นเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์การดีไซน์ที่มีการผสมผสานระหว่างศิลปะของกรีกโรมันเข้าด้วยกัน เช่น แรบบันดาลใจจากอนุสาวรีย์และสมบัติทางสถาปัตยกรรมในกรุงโรมนำมาดัดแปลงรูปทรงเป็นเครื่องประดับจี้ หรือนาฬิกา the BVLGARI BVLGARI ที่สลักชื่อแบรนด์ไว้บนขอบ Bezel

ที่แรงบันดาลใจในการออกแบบได้มาจากเหรียญโรมันโบราณ เป็นต้น สินค้าเครื่องประดับกลุ่มทั่วไปจะมีราคาปานกลางถึงสูง และ 5) PANDORA เครื่องประดับแบรนด์ดังจากประเทศเดนมาร์ก MARIMEKKO แบรนด์โลฟส์ไตร์ล์แฟชั่นจากประเทศฟินแลนด์ CATH KIDSTON แบรนด์โลฟส์ไตร์ล์ โมเดิร์นวินเทจจากประเทศอังกฤษ โดยมีธนจิราเป็นบริษัทผู้นำเข้า PANDORA เป็นแบรนด์เครื่องประดับที่มีราคาตั้งแต่หลักพันจนถึงหลักหมื่น กลุ่มลูกค้าเป็นชนชั้นกลางตั้งแต่วัยรุ่นถึงวัยกลางคน เป็นเครื่องประดับที่วางแนวคิดเน้นการส่งมอบ “ประสบการณ์” พิเศษให้แก่ผู้หญิงทุกคนให้เครื่องประดับเป็นเหมือนของพิเศษเพื่อสร้างความรู้สึกลึกซึ้งและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้หญิงทุกคนรู้สึกสร้างสรรค์ในการแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง โดยผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อแล้วนำมาประกอบเป็นแบบที่ตนเองชอบได้ มีผลิตภัณฑ์ตามคอลเลกชันเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลแห่งความรัก เทศกาลปีใหม่ คริสตมาสซึ่งลูกค้าสามารถเลือกชิ้นส่วนตามเทศกาล ตามรูปแบบหรือสีที่ตนเองชอบมาประกอบกันเป็นเครื่องประดับได้ Pandora เป็นผู้ผลิตอัญมณีอันดับ 1 ของโลกในแง่ของปริมาณและสินค้าทุกชิ้นภายใต้แบรนด์นี้ผลิตขึ้นภายในประเทศไทยมีกำลังการผลิตสามารถผลิตได้มากกว่า 200 ล้านชิ้นต่อปี

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมองเห็นโอกาสในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ซึ่งในกรณีศึกษางานวิจัยนี้ได้มีการออกแบบโดยการใช้อัตลักษณ์จากตุ๊กตาลีโอมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องประดับเงินที่ถูกออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน มีความชื่นชอบเครื่องประดับเงินที่มีรูปแบบเรียบหรูดูทันสมัยและมีสัญลักษณ์ที่สื่อความหมาย “ความเชื่อ” โดยการเอาเครื่องประดับแฟชั่นมาผูกกับความเชื่อ ความศรัทธาที่พื้นฐานของมนุษย์ที่ต้องการเสริมความมั่นใจ ความรู้สึกปลอดภัย เป็นที่ยอมรับในสังคมทำให้มีความสุขทำให้ตอบสนองต่อความต้องการทางจิตใจของผู้บริโภค ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมทำให้สามารถควบคุมคุณภาพได้สามารถผลิตได้จำนวนมากทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ชุดนี้ในราคาที่สมเหตุสมผลได้ เมื่อซื้อไปแล้วจะรู้สึกถึงความคุ้มค่าเนื่องจากสามารถนำไปใช้งานได้ทุกสถานการณ์ เช่น การใส่ไปทำงาน ใส่ออกงาน หรือการใส่ไปเที่ยว เป็นต้น

พูน ปรณ จิต ชีวะ



ภาพที่ 66 จัดวางตำแหน่งทางการตลาดเครื่องประดับ
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)

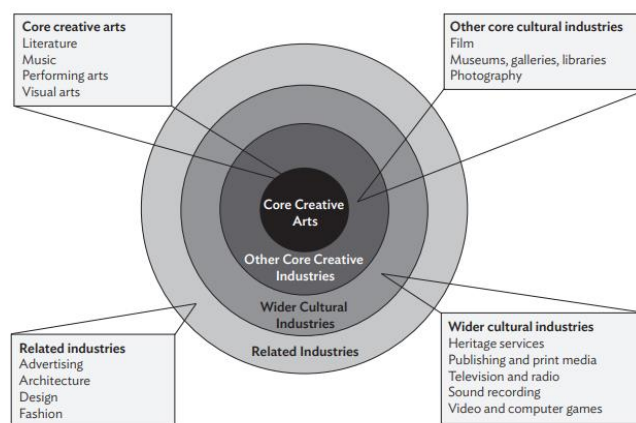
3.2 ด้านเทคโนโลยี

ปัจจุบันการผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องประดับมีความพร้อมสามารถผลิตได้ในจำนวนน้อยและจำนวนมากตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า เนื่องจากมีเทคโนโลยีทางด้านการออกแบบและการผลิตที่รองรับ และประหยัดเวลาสามารถผลิตได้ทีละมากๆ ทำให้เป็นการลดต้นทุนในการผลิต เช่น ออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Jewelry Design Program CAD 3D ซึ่งการออกแบบโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการออกแบบเครื่องประดับปัจจุบันมีหลายโปรแกรม ได้แก่ Jewelcad, Rhino และ Matrix3d การขึ้นต้นแบบตัวเรือนนั้นสามารถใช้เทคโนโลยี CNC ในการกัด เจาะขึ้นต้นแบบแม่พิมพ์ได้ หรือการปρίนส์ 3 มิติ การฉีดยาจากเครื่องฉีดที่มียระบบการควบคุมแรงดันและอุณหภูมิเป็นตัวควบคุม หรือการใช้เครื่องหล่อเหลืองซึ่งสามารถผลิตได้เป็นจำนวนมากและใช้เวลาอันน้อยทำให้ลดต้นทุนในผลิตส่งผลให้ เครื่องประดับมีราคาที่ไม่สูงและกลุ่มผู้บริโภคสามารถจับต้องได้

3.3 จากแนวโน้มการออกแบบ

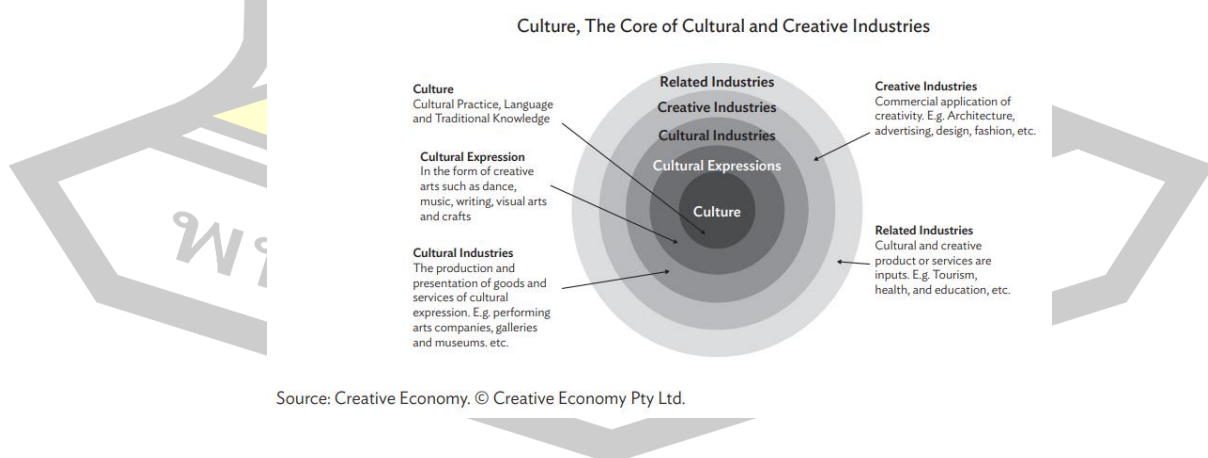
การคิดอย่างยืดหยุ่น การคิดเชิงวิพากษ์และการคิดเชิงวิเคราะห์เป็นการผสมผสานการฝึกฝนทักษะที่เป็นเสมือนองค์ประกอบที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์ (อ้างอิงใน ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา และจรรยาบรรณ จรรยาธรรม, 2565: 37) องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) ระบุไว้ว่า

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) คือหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งในปัจจุบันประเทศต่างๆ ต่างให้ความสำคัญในการผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative industries) เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ วัฒนธรรมกับศิลปะมีความเกี่ยวข้องกันเพราะสามารถประยุกต์หรือทำให้วัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีความเกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตมนุษย์ทั้งสิ้น (ดังภาพประกอบ 67) การทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าสามารถจะแตกแยกไปเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ ได้หรืออาจเรียกว่า อุตสาหกรรมวัฒนธรรม ซึ่งมนุษย์สามารถสร้างสรรค์ทำให้กลายมาเป็นสินค้าหรือบริการที่น่าสนใจตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้ (ดังภาพประกอบ 68)



ภาพที่ 67 Throby's Concentric Circles model of the Cultural Industries

ที่มา : อ้างใน (Helene George and Aushaf Widisto, 2022: 120)



ภาพที่ 68 Creative Economy Concentric Model

ที่มา : (Helene George and Aushaf Widisto, 2022: 121)

ดังนั้นในการนำวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์นั้นจึงจำเป็นต้องใช้การคิดสร้างสรรค์ และแนวทางการออกแบบทางศิลปะซึ่งก็ต้องทำการศึกษาความต้องการในภาพรวมของวัฒนธรรม หรืออัตลักษณ์ของชุมชนนั้นก่อน เพื่อจะได้นำตีความหมายและออกแบบโดยใช้หลักการออกแบบต่อไป

เอมิลา ภมรานนท์ (2554) ได้กล่าวว่าแนวทางการออกแบบของศิลปะนามธรรมที่นิยมใช้มากที่สุดคือแบบเรขาคณิต โดยใช้วิธีคิดแบบแทนค่าซึ่งเป็นวิธีการสร้างแนวคิดสร้างสรรค์ที่นิยมใช้กัน มีการจัดองค์ประกอบที่เรียบง่าย นิยมวางโครงสร้างแบบเอกรงค์ มีรูปแบบที่ทันสมัย และสัญลักษณ์แทนการสื่อสาร (เอมิลา ภมรานนท์, 2554)

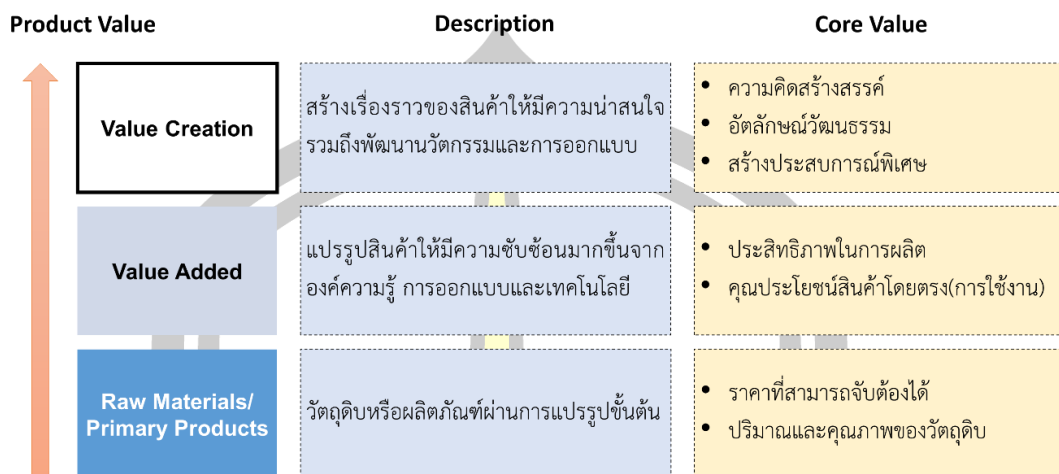
พรพิมล พจนานิมล (2562) ได้กล่าวว่าแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับในปี 2017-2018 มีแนวคิดที่มีการใช้รูปแบบและลวดลายในการออกแบบเครื่องประดับ ได้แก่ การใช้รูปแบบและลวดลายจากธรรมชาติ การใช้ลวดลายเรขาคณิตและลวดลายที่มีความเป็นศิลปะ รูปแบบอิสระและเครื่องประดับที่ใช้รูปแบบและการใช้ลวดลายที่มีความร่วมสมัยซึ่งพบว่า ด้านรูปแบบและลวดลายเครื่องประดับหินดิบที่เป็นที่ชื่นชอบมาก คือ รูปแบบเรขาคณิต รูปแบบจากธรรมชาติ รูปแบบที่มีความเป็นศิลปะ รูปแบบอิสระและรูปแบบที่มีความร่วมสมัย เช่น ย้อนยุค งานสมัยเก่ามาทำใหม่ อ้างอิงประวัติศาสตร์ (พรพิมล พจนานิมล, 2562: 180) เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตะวันตกนิยมสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ การใช้วัสดุที่มีรูปภาพมีรูปทรงร่วมสมัย มีขนาดและน้ำหนักไม่มากนักเพื่อให้ง่ายสำหรับการเดินทางและการขนส่ง (ศศิธรณ์ ไชยประเสริฐ และตรีชฎา โชติรัตนากินันท์, 2563: 202)

แนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับในปี 2018 สรุปได้ 4 แนวคิด คือ 1) แนวคิดการผสมผสานวัฒนธรรมอเมริกาและแคริบเบียน เช่น การออกแบบสไตล์ Memphis ในยุค 80 ที่มีการใช้โทนสีสดใสเร้าอารมณ์และแปลกใหม่ 2) แนวคิดการเน้นความละเอียดประณีตและความงามของผู้หญิงที่ทำให้ดูอ่อนหวานขึ้นหรือการใช้เทคโนโลยี 3D Printing มาช่วยในการออกแบบ และโทนสีที่ใช้เน้นสีอ่อน สีขาว สีทอง 3) แนวคิดที่เน้นพลังของสีดำและหินแร่ธาตุและเน้นโชว์พื้นผิวที่เป็นเอกลักษณ์ 4) แนวคิดที่ได้แรงบันดาลใจจากสีของผลไม้และองค์ประกอบของดอกไม้เน้นการดูแลสุขภาพ โทนสีสดใส ส้ม เหลือง ซึ่งจากแนวคิดข้างต้นสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายออก 5 กลุ่มได้แก่ 1) กลุ่มที่ให้ความสนใจเครื่องประดับที่เน้นคุณภาพสูงและมีมุมมองเกี่ยวกับการเลือกซื้อเครื่องประดับว่าเป็นการลงทุนในระยะยาว โดยชื่นชอบเรียบหรูหร่า 2) กลุ่มที่ชอบความสวยสะดุดตาเน้นเครื่องประดับที่มีความเงางามขนาดใหญ่ 3) กลุ่มที่นำแฟชั่น 4) กลุ่มที่ใช้อารมณ์ความรู้สึกในการ

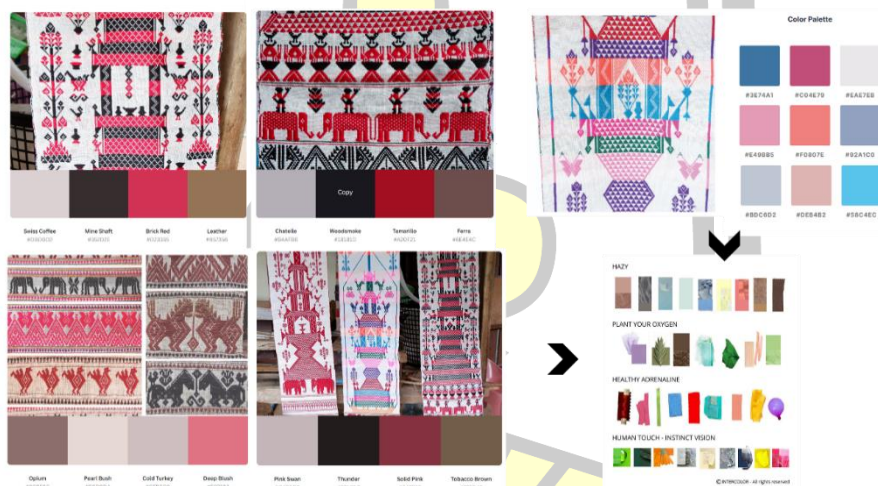
เลือกซื้อสินค้าเครื่องประดับที่ตนเองชอบและ 5) กลุ่มของผู้หญิงทำงานทันสมัยมีความมั่นใจในตัวเองสูง แต่งตัวในสไตล์มินิมอลลิสม์ (Minimalism) (อ้างใน พรพิมล พจนานิคม, 2562: 185-186)

แนวทางการออกแบบโดยใช้แนวคิด “การเชื่อมต่อ” คือ “การเชื่อมต่อทางประวัติศาสตร์” ซึ่งมาจากแนวคิดการนำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชนเป็นแกนสำคัญในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับ โดยการสร้างงานเครื่องประดับต้นแบบคอลเลกชันเรื่องราวประวัติศาสตร์ทำให้ส่งผลเกิดอัตลักษณ์ใหม่ของเครื่องประดับวิสาหกิจชุมชน (วรชัย รวบรวมเลิศ, 2561: 276) ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ การบริการหรือการท่องเที่ยวก็ตามที่มีการใส่เรื่องราว ความเป็นมาหรือประวัติของที่มาลงในตัวสินค้าหรือบริการนั้นมักจะได้รับความสนใจ ผู้บริโภคต้องการที่จะรู้ถึงที่มาที่ไปและเมื่อรู้แล้วก็จะเกิดความสนใจ หรือภาคภูมิใจ ของที่มาในในความหมายหรือเรื่องราวต่างๆ ที่มีในตัวสินค้า เช่น กาแฟดอยช้างซึ่งบรรจุภัณฑ์จะมีที่มา เรื่องราวและภาพชาวเขาที่บ่งบอกของที่มาของเมล็ดกาแฟ หรือตะกรุดไล่เลาะที่เป็นการใส่ในเรื่องของความเชื่อเข้าไปพร้อมกับรูปแบบสีสันทนของสินค้าทำงานได้รับความสนใจยิ่งขึ้น เช่นเดียวกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการสร้างมูลค่าโดยอาศัยความเชื่อและเรื่องราวให้มีความน่าสนใจโดยการออกแบบชุดเครื่องประดับที่มีแนวคิดในการออกแบบจากการนำอัตลักษณ์ลวดลายสีสันทนพื้นต่งไทลื้อมาเป็นแนวคิดในการออกแบบในขณะเดียวกันก็ต้องสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน ในทุกสถานการณ์ มีการผลิตในระบบอุตสาหกรรมที่ควบคุมคุณภาพได้ดีและมีราคาที่ถูกกลุ่มผู้บริโภคสามารถจับต้องได้ (ดังภาพประกอบ 69) และการเลือกสีที่ใช้ในการออกแบบที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์ค่าสีที่มีความสัมพันธ์กับเทรนด์สี 2023





ภาพที่ 69 การสร้างมูลค่า (Value Creation Process) ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ที่มา : (นงคินุช กลิ่นพิกุล, 2566)



ภาพที่ 70 การวิเคราะห์ค่าสีโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก
ที่มา : (นงคินุช กลิ่นพิกุล, 2566)

พหุชน ปณ ติโต ชเว

ในการออกแบบผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการสร้างความคิดสร้างสรรค์ SCAMPER- Osborn's Idea Stimulation checklists โดย อเล็กซ์ ออสบอร์น (Alex Osborn) ดังนี้

S = Substitute (การทดแทน) มีหลายสิ่งที่สามารถใช้ทดแทนในรูปทรง สี วัสดุ ขนาด ลักษณะพื้นผิว ลวดลาย

C = Combine (การผสมผสาน) สามารถรวบรวมมูลฐานในการออกแบบอย่างรูปทรง สี โครงสร้างและวัสดุ ลวดลาย ความสมดุลย์ การจัดวาง การซ้ำ อื่นๆ คือการผสมผสานสิ่งต่างๆที่มีอยู่ ออกมาให้เกิดเป็นสิ่งใหม่ขึ้นมา

A = Adapt (การดัดแปลง) จะปรับปรุงกระบวนการเดิมได้อย่างไรหรือนำวิธีการออกแบบของคนอื่นมาปรับใช้ คือ การนำสิ่งที่มีอยู่ปรับมาใช้กับสิ่งที่ตนเองสนใจ หรือต้องการหรือเลียนแบบมาเป็นแนวความคิดใหม่ๆ

M = Magnify (การย่อ-ลด) มีสิ่งที่สามารถขยาย หรือต้องให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นคือการปรับปรุงสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้านรูปลักษณ์ รูปร่าง หรือขนาด ให้ออกมาได้อย่างเหมาะสมกับการใช้งาน หรือ เหมาะสมกับสถานการณ์มากขึ้น

P = Put to Other Uses (การใช้วิธีอื่น) เปลี่ยนไปเอาระบบ กลไกของผลิตภัณฑ์อย่างอื่นมาประยุกต์ ให้สิ่งที่มีอยู่เข้ากับสิ่งอื่นโดยที่ยังคงรักษาความเป็นสิ่งเดิมอยู่

E = Eliminate (การตัด) มีสิ่งที่สามารถจัด หรือลดความซับซ้อน

R = Reverse (การกลับข้างหรือการย้อนกลับ) สามารถเปลี่ยนลำดับหรือจัดเรียงใหม่ การกลับข้างไม่ว่าจะเป็นย้อนกลับแพชชั่น หรือการย้อนกลับนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ต่างๆ นำกลับมาใช้ใหม่ในปัจจุบัน

แนวคิดในการออกแบบ (Concept design)

เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินที่ออกแบบจากอัตลักษณ์ความเชื่อและความศรัทธาโดยการนำลวดลายบนผืนตุงไทลื้อมาออกแบบเป็นลวดลายที่ดูเรียบหรูร่วมสมัยและมีความหมายส่งเสริมความมั่นใจความเชื่อให้กับผู้สวมใส่ โดยใช้หลักการ SCAMPER ในการออกแบบ

การออกแบบแบ่งออกเป็น 3 Collection ได้แก่ สัตว์ พรรณพฤกษา และสิ่งของเครื่องใช้ ซึ่งแต่ละชุดจะประกอบไปด้วย 1) สร้อยคอพร้อมจี้ 2) ต่างหู 3) แหวน

วัสดุที่ใช้ในการผลิตคือ เงินแท้ 925 และมีวัสดุหรือการชุบเคลือบอื่นที่นำมาใช้ร่วมในการออกแบบด้วยไม่เกิน 20 % ซึ่งวัสดุที่ใช้ในการตกแต่งคืออัญมณีที่สามารถหาซื้อได้ในประเทศ

กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มวัยทำงาน ที่มีอายุตั้งแต่ 25-35 ปี ซึ่งมีรายได้จึงมีศักยภาพในการซื้อ มีต้องการสวมใส่เพื่อเสริมบุคลิกภาพหรือตามกระแสแฟชั่นและเสริมความมั่นใจตามความเชื่อ มีการใช้ชีวิตแบบทันสมัยพร้อมเปิดรับเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการเปิดกว้างและตอบรับอย่างดีต่อสังคมโซเชียล นิยมสินค้าที่ดึงดูดใจ สะดุดตาและอินเทรนด์ในระดับราคาที่เหมาะสมหรือสามารถยอมรับได้ตามลักษณะหรือคุณภาพสินค้าในกลุ่มราคาระดับปานกลางหรือบน

แนวคิดผลิตภัณฑ์นี้สามารถนำเสนอโดยการเขียนบรรยายการอธิบายถึงภาพรวมของผลิตภัณฑ์หรือการนำเสนอแนวคิดผลิตภัณฑ์โดยให้เห็นภาพรูปร่าง รูปทรงและรายละเอียดอื่นๆ โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์โดยการร่างภาพ (Sketch Design) เป็นการนำเสนอภาพร่างผลิตภัณฑ์เป็นขั้นตอนสำคัญในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยที่ภาพร่างจะช่วยให้ลูกค้าหรือผู้มีส่วนร่วมเข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์ และช่วยให้ผู้ผลิตสามารถพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การทำ Sketch Design เป็นการช่วยเริ่มต้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยการร่างภาพเบื้องต้นนี้จะช่วยให้ผู้ออกแบบเห็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์ที่กำลังจะออกแบบและสามารถปรับแต่งและปรับปรุงได้อย่างเหมาะสมก่อนเข้าสู่ขั้นตอนออกแบบละเอียดขึ้นโดยจะเป็นภาพเบื้องต้นที่มีความเป็นรูปภาพมากกว่าที่จะมีความเป็นข้อมูลและรายละเอียดอย่างละเอียดอ่อน แต่เพียงพอที่จะใช้ในการประเมินแนวคิดการออกแบบและใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างองค์ประกอบต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ในขั้นต่อไป ซึ่งหลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบภาพร่างผลิตภัณฑ์ด้วยมือแล้วเพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญมีความเข้าใจในรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ แนวความคิด รูปร่าง ขนาด สีและวัสดุ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดภาพร่างทั้ง 15 แบบนี้ไปทำภาพการนำเสนอ (Presentation)

5.เลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Select Product Concept)

1 การคัดเลือกแนวคิดเบื้องต้นวิธี (Concept scoring)

เป็นวิธีการให้คะแนนแนวคิดและการคัดกรองแนวคิดเพื่อตัดสินใจว่าการออกแบบใดที่ควรพิจารณาหรือปรับปรุง หลังจากการคัดกรองแนวคิดแล้วนำรูปแบบที่ออกแบบไว้เข้าสู่ขั้นตอนการให้คะแนนแนวคิด การให้คะแนนแนวคิดเป็นการคัดกรองแนวคิดที่ได้รับการปรับปรุงและมีรายละเอียดมากขึ้น ในการออกแบบจะมีการจัดอันดับสำหรับแต่ละเกณฑ์ซึ่งให้คะแนนตามค่าถ่วงน้ำหนักของเกณฑ์ ซึ่งหลังจากการสร้างแนวคิดโดยการออกแบบมาหลายแบบหลายแนวคิดก็จะนำแบบที่ออกแบบมาคัดเลือกแนวคิดเบื้องต้น Concept scoring เป็นขั้นตอนในการคัดเลือกแบบเบื้องต้น นิยมนำมาใช้ในระบบอุตสาหกรรมซึ่งผู้ที่จะร่วมให้คะแนนคัดเลือกจะประกอบด้วยหลายฝ่าย เช่น ฝ่ายผลิต ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายขาย เป็นต้น โดยในงานวิจัยนี้ได้เลือกใช้วิธี Concept

scoring เป็นกระบวนการเริ่มแรกของการเลือกแนวคิดเบื้องต้นเพื่อต้องการกรองแนวคิดผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินเลือกรูปแบบที่จะนำไปผลิตเป็นต้นแบบ กระบวนการทำ Concept scoring คือการนำภาพหรือรูปแบบแนวคิดที่ออกแบบไว้มานำเสนอโดยแยกแนวคิดที่ได้แรงบันดาลใจมาจากกลดลายบนผืนตุงที่จัดกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มพรรณพฤกษา กลุ่มสัตว์ และกลุ่มสิ่งของเครื่องใช้ โดยออกแบบมากลุ่มละ 5 รูปแบบรวมทั้งหมด 15 รูปแบบ จากนั้นจึงนำไปให้ผู้ประกอบการออกแบบและผลิตเครื่องประดับเงินเป็นผู้พิจารณาประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับโดยการคำนึงในการออกแบบและผลิตจำหน่ายจริงในระบบอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินตามหัวข้อหรือประเด็นที่สำคัญและสอดคล้องกับการผลิตและจำหน่ายในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน 925 ผู้วิจัยได้ให้ผู้ประกอบการออกแบบและผลิตจำนวน 5 รายทำการประเมินโดยการ Weight น้ำหนักของแต่ละแบบโดยการพิจารณาความสัมพันธ์กับหัวข้อนั้นๆ โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนดังนี้

1) Requirements Criteria คือ การกำหนดรายละเอียดหัวข้อ ประเด็นที่สำคัญที่ผู้ประกอบการออกแบบและผลิตจะพิจารณาเพื่อคาดการณ์ความเป็นไปได้ที่จะเลือกแบบเพื่อนำไปผลิตและจำหน่ายต่อไป ในขั้นตอนนี้ถ้าเป็นในรูปของการประกอบการจริงผู้พิจารณาให้คะแนน Weight และ Rating นั้นจะต้องประกอบไปด้วยหลายฝ่าย เช่น ฝ่ายการผลิต ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายการตลาดและจำหน่าย เป็นต้น ช่วยในการ Weight และ Rating คะแนนด้วย ซึ่งหัวข้อที่ผู้ประกอบการออกแบบและผลิตเครื่องประดับพิจารณา ได้แก่ 1) แนวคิดนี้มาจากกลดลายของตุงไทลื้อ 2) สวมใส่ง่าย 3) ไม่รู้สึกหนักเกินไปในขณะสวมใส่ 4) มีขนาดที่เหมาะสมในการสวมใส่ 5) ทำความสะอาดง่าย 6) สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม 8) วัสดุที่ใช้ในการผลิตหาซื้อได้ง่าย และ 9) รูปแบบมีต้นทุนในการผลิตไม่สูง

2) Weight คือ การให้ความสำคัญของแต่ละหัวข้อโดยหัวข้อที่ผู้ประกอบการออกแบบและผลิตเห็นว่ามีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ก็จะให้ค่า weight มากน้อยต่างกันไปตามความสำคัญซึ่งเมื่อรวมคะแนนของหัวข้อหรือประเด็นที่กำหนดไว้แล้วทั้งหมดนั้นต้องเท่ากับ 100

3) Rating คือ ค่าระดับคะแนนที่ผู้ประกอบการด้านการออกแบบและผลิตเห็นว่าในแต่ละรูปแบบที่ออกแบบนั้นเมื่อพิจารณาในแต่ละหัวข้อแล้วจะให้คะแนนเท่าใดซึ่งอาจจะต่างกันหรือเท่ากันก็ได้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ทางผู้ประกอบการจะพิจารณาว่ารูปแบบแต่ละแบบนั้นเมื่อพิจารณาตามหัวข้อแล้วสอดคล้องสัมพันธ์กันหรือไม่แล้วจึงให้ค่าระดับคะแนนซึ่งถูกแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 1 หมายถึง แย่กว่าหัวข้อที่กำหนดไว้มาก

ระดับคะแนน 2 หมายถึง แย่กว่าหัวข้อที่กำหนด

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ระดับเดียวกับหัวข้อที่กำหนด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง ดีกว่าหัวข้อที่กำหนด

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ดีกว่าหัวข้อที่กำหนดมาก

4) Weighted Score คือ การประมวลผลคะแนนที่มาจากการนำคะแนนที่ผู้ประกอบการออกแบบและผลิตได้ให้ค่าระดับคะแนนไว้โดยนำมาแทนค่าในสูตร ดังนี้

$$\text{Weighted Score} = \frac{\text{ค่า Weight} \times \text{ระดับ Rating ของแต่ละหัวข้อที่ผู้ประกอบการกำหนดไว้}}{100}$$

ดังนั้นก็จะได้คะแนน Weighted Score ในแต่ละรูปแบบ ก็จะทราบว่ารูปแบบใดที่มีคะแนนสูงที่สุดและรองลงมาอีก 2 ลำดับ โดยผู้วิจัยจะนำแนวคิดรูปแบบที่ได้คะแนน Weighted Score ของแต่ละกลุ่มๆ ละ 3 รูปแบบ นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผลิตทำการประเมินเลือกมาเพียงกลุ่มละ 1 รูปแบบเท่านั้นที่มีคะแนนการประเมินมากที่สุด



ตารางที่ 10 การเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเบื้องต้น ชุดพรรณพุกษา (Set A)

Plant Collection											
Decision Matrix	Weight	A1		A2		A3		A4		A5	
Requirements Criteria		Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score
1) The concept comes from the motifs of Tung Tai Lue.	15	5	0.75	5	0.75	5	0.75	3	0.45	4	0.60
2) Easy to wear	10	5	0.50	5	0.50	5	0.50	5	0.50	3	0.30
3) Not heavy while wearing	10	3	0.30	4	0.40	3	0.30	3	0.30	4	0.40
4) It has the right size to wear.	10	4	0.40	5	0.50	4	0.40	4	0.40	3	0.30
5) Ease to Clean	10	1	0.10	4	0.40	5	0.50	5	0.50	2	0.20
6) Produced in industrial systems	15	3	0.45	5	0.75	5	0.75	4	0.60	4	0.60
7) The materials used for production are easy to buy.	10	5	0.50	5	0.50	5	0.50	5	0.50	5	0.50
8) The model when put into production has a low cost.	20	2	0.40	5	1.00	5	1.00	3	0.60	4	0.80
Total Score	100		3.40		4.80		4.70		3.85		3.70
Rank		5		1		2		3		4	
Continue?		No		Yes		Develop		Develop		No	

จากตารางที่ 10 ผลสรุปการเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเบื้องต้น ชุดพรรณพุกษา (Set A) โดยตาราง Concept scoring พบว่ามี 3 รูปแบบที่มีคะแนนมากตามลำดับซึ่งมีผลคะแนนรวมมากที่สุดคือรูปแบบ A2 มีคะแนนรวมเท่ากับ 4.80 โดยผู้ประกอบการได้ให้คะแนนราย

ซ้อมากที่สุดระดับ 5 ในด้านแนวคิดที่ความสอดคล้องกับอุตสาหกรรมง่ายต่อการสวมใส่ มีขนาดที่เหมาะสมในการสวมใส่ วัสดุที่ใช้ในการผลิตสามารถจัดหาได้ง่าย ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและมีความคุ้มค่าในการนำรูปแบบนี้ไปผลิต ในรูปแบบ A3 มีผลคะแนนรวมเท่ากับ 4.70 โดยผู้ประกอบการได้ให้คะแนนรายชื่อมากที่สุดระดับ 5 ในด้านแนวคิดที่ความสอดคล้องกับอุตสาหกรรมง่ายต่อการสวมใส่ ทำความสะอาดง่าย วัสดุที่ใช้ในการผลิตสามารถจัดหาได้ง่าย ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และมีความคุ้มค่าในการนำรูปแบบนี้ไปผลิต และในรูปแบบ A4 มีผลคะแนนรวมเท่ากับ 3.85 โดยผู้ประกอบการได้ให้คะแนนรายชื่อมากที่สุดระดับ 5 ในด้าน ง่ายต่อการสวมใส่ ทำความสะอาดง่ายและวัสดุที่ใช้ในการผลิตสามารถจัดหาได้ง่าย ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบในชุดพรรณพฤษาที่ได้นี้ผู้วิจัยจะนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบและผลิตทำการประเมินเลือกรูปแบบเพื่อนำไปผลิตเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป



ตารางที่ 11 การเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเบื้องต้น ชุดสัตว์ (Set B)

Animals Collection											
Decision Matrix	Weight	B1		B2		B3		B4		B5	
Requirements Criteria		Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score
1) The concept comes from the motifs of Tung Tai Lue.	15	5	0.75	4	0.60	5	0.75	4	0.60	4	0.60
2) Easy to wear	10	5	0.50	4	0.40	5	0.50	5	0.50	4	0.40
3) Not heavy while wearing	10	3	0.30	3	0.30	4	0.40	4	0.40	4	0.40
4) It has the right size to wear.	10	4	0.40	4	0.40	4	0.40	4	0.40	4	0.40
5) Ease to Clean	10	4	0.40	2	0.20	3	0.30	5	0.50	4	0.40
6) Produced in industrial systems	15	5	0.75	5	0.75	5	0.75	5	0.75	5	0.75
7) The materials used for production are easy to buy.	10	5	0.50	5	0.50	5	0.50	5	0.50	5	0.50
8) The model when put into production has a low cost.	20	3	0.60	2	0.40	4	0.80	4	0.80	4	0.80
Total Score	100		4.20		3.55		4.40		4.45		4.25
Rank			4		5		2		1		3
Continue?		No		No		Develop		Yes		Develop	

จากตารางที่ 11 ผลสรุปการเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเบื้องต้นชุดสัตว์ (Set B) โดยตาราง Concept scoring พบว่ามี 3 รูปแบบที่มีคะแนนมากตามลำดับซึ่งมีผลคะแนนรวมมากที่สุดคือรูปแบบ B4 มีคะแนนรวมเท่ากับ 4.45 โดยผู้ประกอบการได้ให้คะแนนรายข้อมากที่สุดระดับ 5 ในด้านการง่ายต่อการสวมใส่ ทำความสะอาดง่ายผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และวัสดุที่ใช้ในการ

ผลิตสามารถจัดหาได้ง่าย ในรูปแบบ B3 มีผลคะแนนรวมเท่ากับ 4.40 โดยผู้ประกอบการได้ให้คะแนนรายข้อมากที่สุดระดับ 5 ในด้านแนวคิดที่ความสอดคล้องกับอุตสาหกรรม ง่ายต่อการสวมใส่ ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และวัสดุที่ใช้ในการผลิตสามารถจัดหาได้ง่าย และในรูปแบบ B5 มีผลคะแนนรวมเท่ากับ 3.85 โดยผู้ประกอบการได้ให้คะแนนรายข้อมากที่สุดระดับ 5 ในด้าน ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและวัสดุที่ใช้ในการผลิตสามารถจัดหาได้ง่าย ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบในชุดสัตว์ที่ได้นี้ ผู้วิจัยจะนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบและผลิตทำการประเมินเลือกรูปแบบเพื่อนำไปผลิตเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป

ตารางที่ 12 การเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเบื้องต้น ชุดสิ่งของเครื่องใช้ (Set C)

Things Collection											
Decision Matrix		C1		C2		C3		C4		C5	
Requirements Criteria	Weight	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score
1) The concept comes from the motifs of Tung Tai Lue.	15	5	0.75	3	0.45	3	0.45	4	0.60	5	0.75
2) Easy to wear	10	4	0.40	5	0.50	4	0.40	5	0.50	4	0.40
3) Not heavy while wearing	10	3	0.30	4	0.40	4	0.40	3	0.30	4	0.40
4) It has the right size to wear.	10	4	0.40	4	0.40	4	0.40	4	0.40	4	0.40
5) Ease to Clean	10	3	0.30	1	0.10	3	0.30	4	0.40	4	0.40
6) Produced in industrial systems	15	5	0.75	5	0.75	5	0.75	5	0.75	5	0.75
7) The materials used for production are easy to buy.	10	5	0.50	5	0.50	5	0.50	5	0.50	5	0.50
8) The model when put into production has a low cost.	20	3	0.60	4	0.80	3	0.60	3	0.60	4	0.80
Total Score	100		4.00		3.90		3.80		4.05		4.40
Rank			3.00		4.00		5.00		2.00		1.00
Continue?			Develop		No		No		Develop		Yes

จากตารางที่ 12 ผลสรุปการเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเบื้องต้น ชุดสิ่งของเครื่องใช้ (Set C) โดยตาราง Concept scoring พบว่ามี 3 รูปแบบที่มีคะแนนมากตามลำดับซึ่งมีผลคะแนนรวมมากที่สุดคือรูปแบบ C5 มีคะแนนรวมเท่ากับ 4.40 โดยผู้ประกอบการได้ให้คะแนนราย

ข้อมากที่สุดระดับ 5 ในด้านแนวคิดที่ความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และวัสดุที่ใช้ในการผลิตสามารถจัดหาได้ง่าย ในรูปแบบ C4 มีผลคะแนนรวมเท่ากับ 4.05 โดยผู้ประกอบการได้ให้คะแนนรายข้อมากที่สุดระดับ 5 ในด้าน ง่ายต่อการสวมใส่ ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและวัสดุที่ใช้ในการผลิตสามารถจัดหาได้ง่าย และในรูปแบบ C1 มีผลคะแนนรวมเท่ากับ 3.85 โดยผู้ประกอบการได้ให้คะแนนรายข้อมากที่สุดระดับ 5 ในด้านแนวคิดที่ความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและวัสดุที่ใช้ในการผลิตสามารถจัดหาได้ง่าย ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบในชุดสิ่งของเครื่องใช้ที่ได้นี้ผู้วิจัยจะนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบและผลิตทำการประเมินเลือกรูปแบบเพื่อนำไปผลิตเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป

2 การคัดเลือกแนวคิดโดยการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญ

ในกระบวนการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์นี้เป็นการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทางด้านการออกแบบและผลิติดำเนินการมา 10 ปีขึ้นไปจำนวน 7 ท่าน โดยการนำรูปแบบจำนวนชุดละ 3 แบบ จำนวน 3 ชุดหรือเท่ากับ 9 แบบ ซึ่งเลือกมาจากการเลือกแนวคิดแบบ concept scoring มาให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์และกรอกคะแนนความพึงพอใจรูปแบบผลิตภัณฑ์ตามหัวข้อในเครื่องมือที่สร้างไว้ โดยมีระดับคะแนนประเมินดังนี้

- 5 หมายถึง คะแนนพึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง คะแนนพึงพอใจมาก
- 3 หมายถึง คะแนนพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง คะแนนพึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง คะแนนพึงพอใจน้อยที่สุด

จากนั้นนำผลการประเมินที่ได้ไปประเมินผลทางสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย (X) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แล้วพิจารณาผลระดับค่าเฉลี่ยที่ได้โดยมีระดับในเกณฑ์การประเมินมีดังนี้

- 5.00 – 4.51 หมายถึง มากที่สุด
- 4.50 – 3.51 หมายถึง มาก
- 3.50 – 2.51 หมายถึง ปานกลาง
- 2.50 – 1.51 หมายถึง น้อย
- 1.50 – 1.00 หมายถึง น้อยที่สุด

ตารางที่ 13 แสดงผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดพรรณพฤษา (SET A) จากผู้เชี่ยวชาญ

รายละเอียด	A2			A3			A4		
	X	SD	เกณฑ์ การ ประเมิน	X	SD	เกณฑ์ การ ประเมิน	X	SD	เกณฑ์การ ประเมิน
ด้านอัตลักษณ์									
1) รูปแบบ ผลิตภัณฑ์ภาพรวม แสดงให้เห็นถึงอัต ลักษณ์วัฒนธรรม ของชาติพันธุ์ไทลื้อ	4.00	0.53	มาก	3.86	0.64	มาก	3.43	0.73	ปานกลาง
รวม	4.00	0.53	มาก	3.86	0.64	มาก	3.43	0.73	ปานกลาง
ด้านความสวยงาม									
2) รูปแบบมีความ ทันสมัยแปลกใหม่ เหมาะสมกับ ผู้บริโภค	3.86	1.19	มาก	2.43	3.60	น้อย	2.14	3.27	น้อย
3) มีรูปทรง ลวดลายและสีสันท ที่บ่งบอกถึงอัต ลักษณ์ไทลื้อ	3.29	2.60	ปาน กลาง	2.14	3.31	น้อย	1.86	2.80	น้อย
รวม	3.57	1.00	มาก	2.29	0.20	น้อย	2.00	0.33	น้อย
ด้านการใช้งาน									
4) รูปแบบมีขนาด ที่เหมาะสม	3.86	1.19	มาก	2.71	2.99	ปาน กลาง	2.43	2.77	น้อย
5) ทำความสะอาด ง่าย	3.29	2.60	ปาน กลาง	2.14	3.31	น้อย	1.86	2.61	น้อย

12) ด้านความ คุ้มค่าของรูปแบบ ต่อการตัดสินใจซื้อ และมี ความสัมพันธ์กับ แนวโน้มความ ต้องการทางการ ตลาด	4.14	1.19	มาก	2.71	3.1 9	ปาน กลาง	1.7 1	3.7 9	ปาน กลาง
รวม	4.14	1.19	มาก	2.71	3.1 9	ปาน กลาง	1.7 1	3.7 9	น้อย
รวมทุกด้าน	3.59	1.13	มาก	2.81	1.0 6	ปาน กลาง	2.3 0	0.8 3	น้อย

จากตารางที่ 14 จากการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดพรรณพฤษา (SET A) ผลการประเมินพบว่า

ภาพรวมด้านอัตลักษณ์ ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ภาพรวมแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อ ของรูปแบบ A2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก รูปแบบ A3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก และรูปแบบ A4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ภาพรวมด้านความสวยงาม รูปแบบมีความทันสมัยแปลกใหม่เหมาะสมกับผู้บริโภค รูปแบบมีรูปทรง ลวดลายและสีสันทบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ต่งไทลื้อ ของรูปแบบ A2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก รูปแบบ A3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับน้อย และรูปแบบ A4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

ภาพรวมด้านการใช้งาน รูปแบบมีขนาดที่เหมาะสมกับการสวมใส่ สามารถทำความสะอาดง่ายและมีรูปแบบที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ของรูปแบบ A2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก รูปแบบ A3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับน้อย และรูปแบบ A4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.15 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

ภาพรวมด้านวัสดุและการผลิต ความเหมาะสมของวัสดุในการผลิต วัสดุที่ใช้เหมาะสมกับการจัดทำ ความสะอาด วัสดุสามารถจัดหาซื้อได้ง่ายภายในประเทศ รูปแบบสามารถผลิตได้ในระบบ อุตสาหกรรม และรูปแบบมีแม่พิมพ์ที่ง่ายต่อการผลิต ของรูปแบบ A2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 มีเกณฑ์ การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบ A3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ใน ระดับปานกลาง และรูปแบบ A4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

ภาพรวมด้านความคุ้มค่าของรูปแบบต่อการตัดสินใจซื้อและมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มความ ต้องการทางการตลาดในรูปแบบ A2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก รูปแบบ A3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ A4 มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.71 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

เมื่อสรุปรวมทุกด้านแล้วพบว่า แนวคิดผลิตภัณฑ์ในชุดพรรณพฤษาของรูปแบบ A2 มี ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.59 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.13 อยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับมาก รูปแบบ A3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 อยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปาน กลาง และรูปแบบ A4 มีค่าเฉลี่ยน้อยเท่ากับ 2.30 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 อยู่ในเกณฑ์การ ประเมินระดับน้อยตามลำดับ ดังนั้นสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน 925 ชุดพรรณพฤษาผู้วิจัย จึงเลือกรูปแบบ A2 ซึ่งเป็นรูปแบบที่จะนำไปผลิตเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป



ตารางที่ 15 แสดงผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดสัตว์ (SET B) จากผู้เชี่ยวชาญ

รายละเอียด	B3			B4			B5		
	X	SD	เกณฑ์การประเมิน	X	SD	เกณฑ์การประเมิน	X	SD	เกณฑ์การประเมิน
ด้านอัตลักษณ์									
1) รูปแบบผลิตภัณฑ์ภาพรวมแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อ	3.71	0.45	มาก	4.00	0.53	มาก	3.86	0.99	มาก
รวม	3.71	0.45	มาก	4.00	0.53	มาก	3.86	0.99	มาก
ด้านความสวยงาม									
2) รูปแบบมีความทันสมัยแปลกใหม่เหมาะสมกับผู้บริโภค	3.00	2.30	ปานกลาง	4.43	2.61	มาก	2.14	3.36	น้อย
3) มีรูปทรง ลวดลายและสีสันท่าบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ตั้งไทลื้อ	3.43	1.88	ปานกลาง	3.29	2.12	ปานกลาง	2.29	3.69	น้อย
รวม	3.21	0.30	ปานกลาง	3.86	0.35	มาก	2.21	0.24	น้อย
ด้านการใช้งาน									
4) รูปแบบมีขนาดที่เหมาะสม	2.43	3.42	น้อย	3.71	1.94	มาก	2.14	3.36	น้อย
5) ทำความสะอาดง่าย	2.86	3.07	ปานกลาง	2.71	3.53	ปานกลาง	3.00	2.88	ปานกลาง
6) มีรูปแบบที่สวมใส่ที่เหมาะสม สัมพันธ์กับผู้บริโภค	2.57	3.16	ปานกลาง	3.00	3.14	ปานกลาง	3.57	1.59	มาก

รวม	2.62	0.18	ปานกลาง	3.14	0.83	ปานกลาง	2.90	0.91	ปานกลาง
-----	------	------	---------	------	------	---------	------	------	---------

จากตารางที่ 15 จากการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดสัตว์ (SET B) จากผู้เชี่ยวชาญผลการประเมินพบว่า

ภาพรวมด้านอัตลักษณ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ภาพรวมแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อ ของรูปแบบ B4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก รูปแบบ B5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก และรูปแบบ B3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมากตามลำดับ

ภาพรวมด้านความสวยงาม ในรูปแบบที่มีความทันสมัยแปลกใหม่เหมาะสมกับผู้บริโภค รูปแบบมีรูปทรง ลวดลายและสีสันทันต่อกันถึงอัตลักษณ์ดั้งเดิม ของรูปแบบ B4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก รูปแบบ B3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ B5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

ภาพรวมด้านการใช้งาน รูปแบบมีขนาดที่เหมาะสมกับการสวมใส่ สามารถทำความสะอาดง่ายและมีรูปแบบที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ของรูปแบบ B4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบ B5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ B3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ภาพรวมด้านวัสดุและการผลิต ความเหมาะสมของวัสดุในการผลิต วัสดุที่ใช้เหมาะสมกับการจัดทำความสะดวก วัสดุสามารถจัดหาซื้อได้ง่ายภายในประเทศ รูปแบบสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และรูปแบบมีแม่พิมพ์ที่ง่ายต่อการผลิต ของรูปแบบ B4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบ B5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ B3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.31 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

ภาพรวมด้านความคุ้มค่าของรูปแบบต่อการตัดสินใจซื้อและความสัมพันธ์กับแนวโน้มความต้องการทางการตลาดในรูปแบบ B4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก รูปแบบ B3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ B5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

เมื่อสรุปรวมทุกด้านแล้วพบว่า แนวคิดผลิตภัณฑ์ในชุดสัตว์รูปแบบ B4 มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.46 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 อยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลาง รูปแบบ B5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.08 อยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลาง และรูปแบบ B3 มีค่าเฉลี่ยน้อยเท่ากับ 2.70 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 อยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนั้นสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน 925 ชุดสัตว์ผู้วิจัยจึงเลือกรูปแบบ B4

ตารางที่ 16 แสดงผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดสิ่งของเครื่องใช้ (SET C) จากผู้เชี่ยวชาญ

รายละเอียด	C1			C4			C5		
	X	SD	เกณฑ์การประเมิน	X	SD	เกณฑ์การประเมิน	X	SD	เกณฑ์การประเมิน
ด้านอัตลักษณ์									
1) รูปแบบผลิตภัณฑ์ภาพรวมแสดงให้เห็นถึง อัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อ	4.43	0.73	มาก	4.00	0.76	มาก	4.29	0.70	มาก
รวม	4.43	0.73	มาก	4.00	0.76	มาก	4.29	0.70	มาก
ด้านความสวยงาม									
2) รูปแบบมีความทันสมัยแปลกใหม่เหมาะสมกับผู้บริโภค	3.14	3.36	ปานกลาง	2.29	3.22	น้อย	3.00	3.09	ปานกลาง
3) มีรูปทรง ลวดลาย และสีสันทันทีบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ต่งไทลื้อ	2.71	3.39	ปานกลาง	2.29	3.55	น้อย	2.71	3.57	ปานกลาง
รวม	2.93	0.02	ปานกลาง	2.29	0.24	น้อย	2.86	0.34	ปานกลาง

ด้านการใช้งาน									
4) รูปแบบมีขนาดที่เหมาะสม	2.86	3.07	ปานกลาง	2.29	3.37	น้อย	3.00	3.14	ปานกลาง
5) ทำความสะอาดง่าย	2.71	3.39	ปานกลาง	2.57	2.95	ปานกลาง	2.71	2.99	ปานกลาง
6) มีรูปแบบที่สวมใส่ที่เหมาะสม สัมพันธ์กับผู้บริโภค	3.00	2.88	ปานกลาง	2.86	3.07	ปานกลาง	2.71	3.03	ปานกลาง
รวม	2.86	0.26	ปานกลาง	2.57	0.22	ปานกลาง	2.81	0.08	ปานกลาง

ตารางที่ 17 แสดงผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดสิ่งของเครื่องใช้ (SET C) จากผู้เชี่ยวชาญ

รายละเอียด	C1			C4			C5		
	X	SD	เกณฑ์การประเมิน	X	SD	เกณฑ์การประเมิน	X	SD	เกณฑ์การประเมิน
ด้านวัสดุและการผลิต									
7) ด้านความเหมาะสมของวัสดุและการผลิต	1.00	4.90	น้อยที่สุด	3.29	2.34	ปานกลาง	2.71	2.99	ปานกลาง
8) วัสดุที่ใช้เหมาะสมกับการใช้ทำความสะอาด	3.00	3.14	ปานกลาง	3.29	3.01	ปานกลาง	3.86	1.92	มาก
9) วัสดุที่ใช้สามารถจัดหาได้ในประเทศ	2.71	3.39	ปานกลาง	3.71	2.19	มาก	3.29	3.22	ปานกลาง
10) สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม	3.00	3.30	ปานกลาง	4.14	1.19	มาก	3.57	2.90	มาก

11) การผลิตมีแบบ และแม่พิมพ์ สอดคล้องและง่าย ต่อการผลิต	3.57	2.66	มาก	3.86	1.19	มาก	3.29	2.79	ปาน กลาง
รวม	2.66	0.84	ปาน กลาง	3.66	0.79	มาก	3.34	0.50	ปาน กลาง
ด้านความคุ้มค่า									
12) ด้านความ คุ้มค่าของรูปแบบ ต่อการตัดสินใจซื้อ และมีความสัมพันธ์ กับแนวโน้มความ ต้องการทางการ ตลาด	3.29	2.60	ปาน กลาง	3.43	2.41	ปาน กลาง	3.71	2.19	มาก
รวม	3.29	2.60	ปาน กลาง	3.43	2.41	ปาน กลาง	3.71	2.19	มาก
รวมทุกด้าน	2.95	0.90	ปาน กลาง	3.04	0.77	ปาน กลาง	3.37	0.93	ปาน กลาง

จากตารางที่ 17 จากการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดสิ่งของเครื่องใช้ (SET C) จากผู้เชี่ยวชาญผลการประเมินพบว่า

ภาพรวมด้านอัตลักษณ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ภาพรวมแสดงที่ให้เห็นถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อ ของรูปแบบ C1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก รูปแบบ C5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก และรูปแบบ C4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมากตามลำดับ

ภาพรวมด้านความสวยงาม ในรูปแบบที่มีความทันสมัยแปลกใหม่เหมาะสมกับผู้บริโภค รูปแบบมีรูปทรง ลวดลายและสีสันทันต่อบอกถึงอัตลักษณ์ดั้งเดิมไทลื้อ ของรูปแบบ C1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบ C5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 มีเกณฑ์การ

ประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ C4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

ภาพรวมด้านการใช้งาน รูปแบบมีขนาดที่เหมาะสมกับการสวมใส่ สามารถทำความสะอาดง่ายและมีรูปแบบที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ของรูปแบบ C1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบ C5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ C4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ภาพรวมด้านวัสดุและการผลิต ความเหมาะสมของวัสดุในการผลิต วัสดุที่ใช้เหมาะสมกับการเช็ดทำความสะอาด วัสดุสามารถจัดหาซื้อได้ง่ายภายในประเทศ รูปแบบสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และรูปแบบมีแม่พิมพ์ที่ง่ายต่อการผลิต ของรูปแบบ C5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก รูปแบบ C4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ C1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ภาพรวมด้านความคุ้มค่าของรูปแบบต่อการตัดสินใจซื้อและมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มความต้องการทางการตลาดในรูปแบบ C5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมาก รูปแบบ C4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ C1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 มีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

เมื่อสรุปรวมทุกด้านแล้วพบว่า แนวคิดผลิตภัณฑ์ในชุดสิ่งของเครื่องใช้รูปแบบ C5 มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.35 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 อยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลาง รูปแบบ C4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 อยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลาง และรูปแบบ C1 มีค่าเฉลี่ยน้อยเท่ากับ 2.95 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 อยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับปานกลางตามลำดับ ดังนั้นสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน 925 ชุดสิ่งของเครื่องใช้ ผู้วิจัยจึงเลือกรูปแบบ C5 ซึ่งเป็นรูปแบบที่จะนำไปผลิตเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป

6.ทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Test Product Concept)

การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นในการประเมินความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองแนวโน้มความต้องการและความพึงพอใจของตลาดหรือผู้บริโภค -ทั้งนี้เพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมและน่าสนใจต่อตลาดที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมก่อนที่จะนำไปกำหนดรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

ที่จะมีการผลิตจริงของผลิตภัณฑ์นั้นๆ การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์นั้นมีหลายวิธี สำหรับในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1 การวิเคราะห์คู่แข่ง โดยศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ที่คล้ายกันในตลาดและวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน ระบุโอกาสในการสร้างความแตกต่างให้กับแนวคิดผลิตภัณฑ์และตอบสนองความต้องการที่คู่แข่งอาจมองข้าม

2 การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยการแสวงหาข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการออกแบบและผลิตเครื่องประดับ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผลิตภัณฑ์ที่มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องในสาขานี้ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสามารถให้มุมมองที่มีคุณค่าเกี่ยวกับศักยภาพทางการตลาดความเป็นไปได้และการปรับปรุงศักยภาพของแนวคิดผลิตภัณฑ์

3 การสร้างโครงร่างแบบผลิตภัณฑ์ 3 มิติที่สามารถแสดงภาพรวมและคุณลักษณะหลักของผลิตภัณฑ์ การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่เสมือนจริงทุกอย่างเพื่อให้เห็นถึงขนาด สี ผิวสัมผัส การสวมใส่ การทำความสะอาดและอื่นๆ เป็นต้น



ภาพที่ 71 ต่างหู ชุดพรรณพุกษา

ที่มา : (นงคันชู กลิ่นพิบูล, 2566)

พหุบัน ปณ จิตโต ชีเว



ภาพที่ 72 จี้ ชุดพรรณพฤษภา
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)



ภาพที่ 73 แหวน ชุดพรรณพฤษภา
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)

พหุบัน ปณ จิตโต ชีเว



ภาพที่ 74 ต่างหู ชุดสัตว์
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)



ภาพที่ 75 จี้ ชุดสัตว์
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)

พหุบัน ปณ จิตโต ชีเว



ภาพที่ 76 แหวน ชุดสัตว์
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)



ภาพที่ 77 ต่างหู ชุดสิ่งของ
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)



ภาพที่ 78 จี้ ชุดสิ่งของ
ที่มา : (นงศนุช กลิ่นพิกุล, 2566)



ภาพที่ 79 แหวน ชุดสิ่งของ
ที่มา : (นงศนุช กลิ่นพิกุล, 2566)

การกำหนดแบบขั้นสุดท้าย (Set Final Specification)

การกำหนดแบบขั้นสุดท้าย (Set Final Specification) หรือเป็นการกำหนดรายละเอียดก่อนการผลิต (Details Design) คือขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังมีการแก้ไขปรับปรุงแบบเป็นขั้นตอนที่จะต้องกำหนดขนาด วัสดุในการผลิตและวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง ลักษณะพื้นผิว สีของผลิตภัณฑ์

รวมถึงเทคนิคในการผลิตผลิตที่ชัดเจน ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้มีการกำหนดรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ไว้ดังนี้

1. วัสดุที่ใช้ในการขึ้นตัวเรือน

วัสดุที่ใช้ในการขึ้นตัวเรือน คือ เงินแท้ 925 หรือ สเตอลิงซิลเวอร์ (925 Sterling Silver) คือ มาตรฐานการทำเครื่องประดับที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ด้วยการใช้โลหะเงิน (Silver) ในสัดส่วนไม่ต่ำกว่า 92.5% ผสมกับโลหะชนิดอื่นๆ ที่นิยมคือทองแดง (Alloy) อีก 7.5% เพื่อให้เครื่องประดับสามารถขึ้นรูปเป็นตัวเรือนได้อย่างแข็งแรง ทนทาน มีสีขาวที่เงางามและวาวสวย

2. วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งตัวเรือน โดยแยกออกเป็นชุดดังนี้

2.1 วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งตัวเรือน คือ พลอยซึ่งเป็นวัสดุที่สามารถจัดหาซื้อได้

ภายในประเทศสามารถช่วยลดต้นทุนลง โดยสีของพลอยที่เลือกใช้จะเป็นสีที่สอดคล้องกับสีลวดลายบนผืนดงไถ่ โดยมียรายละเอียดของพลอย ดังนี้

2.1.1 พลอยบลูโทปาส (Blue Topaz) คือสัญลักษณ์แห่งความรักและความเมตตาที่นำมาซึ่งมิตรภาพแก่ผู้ที่สวมใส่ ในสมัยโบราณมีความเชื่อว่า บลูโทปาสจะช่วยให้มีจิตใจที่เข้มแข็งและส่งเสริมความรู้ให้แก่ผู้ที่ครอบครอง โดยชาวอียิปต์จะใช้บลูโทปาสเป็นตัวแทนของการป้องกันสิ่งชั่วร้ายและยังช่วยให้มีจิตใจที่กล้าหาญ เช่นเดียวกับชาวกรีกที่เชื่อว่าบลูโทปาสจะให้พลังอำนาจแก่ผู้ที่สวมใส่ ช่วยกำจัดความหมกมุ่นในใจและความวิตกกังวลซึ่งจะมีพลังที่เต็มเปี่ยมไปด้วยอำนาจความคุ้มครอง ชาวอินเดียมีความเชื่อว่าหากนำบลูโทปาสมาสวมใส่หรือติดไว้ใกล้ๆ กับระดับหัวใจจะช่วยให้มีอายุที่ยืนยาว พลอยบลูโทปาสเป็นพลอยที่จะไม่มีการเล่นแสงที่หวิหรือหาเท่าเพทาย เพราะธรรมชาติของโทปาสไม่มีคุณสมบัติพิเศษในการหักเหของแสงนอกจากนั้นบลูโทปาสเป็นพลอยที่ราคาไม่สูงแต่มีค่าความแข็งแรงค่อนข้างสูง ใช้ในการตกแต่งตัวเรือนชุดพรรณพฤกษา ใช้ในการตกแต่งตัวเรือนต่างหู จี้ และแหวนทั้งตัวเรือนและด้านในของแหวนในชุดพรรณพฤกษา

2.1.2 พลอยโทแพชสีชมพู (Pink Topaz) คือสัญลักษณ์แห่งความรักและความเมตตา ซึ่งไม่ใช่เน้นเสริมเรื่องความรักได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังช่วยดึงดูดพลังงานดีๆ ทั้งการงาน การเงิน ช่วยในเรื่องการสร้างเชื่อมั่น ช่วยเสริมให้ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย ต้องการใช้เสน่ห์ ต้องพบปะผู้คน และเป็นพลอยที่ราคาไม่สูง ใช้ในการตกแต่งตัวเรือนด้านในของแหวนในชุดพรรณพฤกษา

2.1.3 พลอยโทแพช (White Topaz) คือความแข็งแกร่ง อายุยืน มีสุขภาพดีไร้ซึ่งโรคภัยต่างๆ ให้ความรักที่เป็นนิรันดร์และมีความสมบูรณ์แบบในทุก ด้าน เสริมให้บุคลิกดูมีสง่าราศี เป็นพลอยสีขาวความแข็งแรงรองจากแซฟไฟร์สีขาว (White Sapphire) เพียงชนิดเดียว โทแพชเนื้อดีมีความ

ใส เล่นไฟซึ่งถ้าเม็ดเล็กนำมาเจียระไนจะคล้ายเพชร ใช้ในการตกแต่งตัวเรือนด้านในของแหวนในชุด พรหมพลุกา และตกแต่งตัวเรือนจี้ ต่างหูและแหวนของชุดสัตว์

2.1.4 ทับทิม (Ruby) ซึ่งมาจากคำว่า Rebeus ในภาษาละตินแปลว่า สีแดง คือสัญลักษณ์ของผู้มีอำนาจซึ่งมีความเชื่อกันว่าเป็นอัญมณีของดาวอังคารและดาวพระอาทิตย์ที่จะช่วยเสริมความเชื่อมั่นในตัวเองและเพิ่มความเข้มแข็งให้กับผู้สวมใส่ การสวมใส่จะนำมาซึ่งสุขภาพแข็งแรง มีความมั่นคง สติปัญญาดี และประสบความสำเร็จในชีวิต สุขสมหวังในความรัก สีแดงของทับทิมมีพลังช่วยกระตุ้นให้กล้าแสดงออกและกล้าแสดงความรู้สึกมากขึ้น

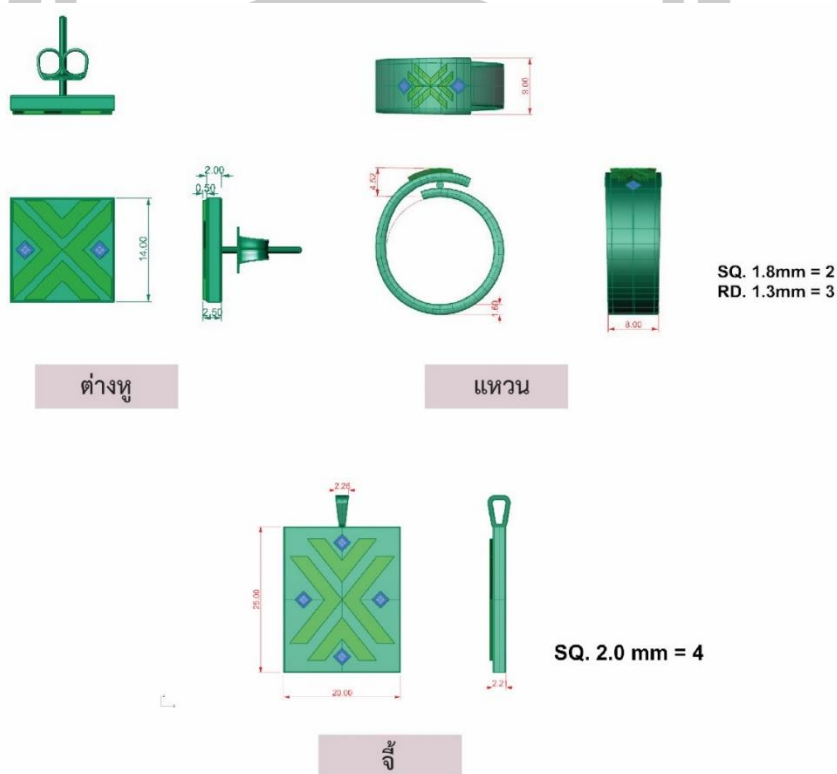
2.1.5 นิล หรือนิลตัน (Black Spinel) มีสีดำสนิท ผิวเนื้อพลอยมีความมันวาวในตัวเป็นแร่ในกลุ่มแมกนีเซียมอะลูมิเนียมออกไซด์ซึ่งมีธาตุเหล็กสูงมีชื่อเรียกทางแร่วิทยาว่า “พลีโอนาสต์ (Pleonaste)” นิยมนำมาทำเป็นเครื่องประดับเพราะเมื่อนำมาเจียระไนแล้วให้ความสวยงามและราคาไม่แพงมากนัก คนไทยสมัยโบราณเชื่อกันว่านิลมีพลังศักดิ์สิทธิ์ซ่อนอยู่สามารถปกป้องให้พ้นภัยอันตรายได้ นักรบในสมัยโบราณของไทยจึงมักใช้ “นิลและโป่งขาม” เป็นเครื่องรางในการออกศึกช่วยให้ประสบชัยชนะ แคล้วคลาดปลอดภัย ต่อมานิลถูกนำมาใช้เป็นเครื่องบอกฐานะยศศักดิ์ ปัจจุบันถูกนำมาใช้เป็นเครื่องประดับทั่วไป นอกจากนี้ยังสามารถสะท้อนแสงได้ดีจึงเชื่อว่าสามารถสะท้อนสิ่งชั่วร้ายต่างๆ ที่จะเข้ามากระทบจิตใจออกไป ช่วยปกป้องคุ้มครองจากพลังที่มองไม่เห็น สีดำของนิลเป็นสีแห่งความมั่นคง เข้มแข็ง หนักแน่นและเป็นตัวของตัวเอง มีพลังแห่งความสงบ

2.2 การตกแต่งใช้พลอยขนาด 2.5 มิลลิเมตร ใช้สำหรับฝังบนตัวเรือนจี้ ต่างหูและแหวน ส่วนพลอยขนาด 1.5 มิลลิเมตร จะใช้สำหรับการตกแต่งตัวเรือนและการฝังภายในแหวน โดยใช้เทคนิคการฝังพลอยแบบ Flush setting หรือ การฝังแบบเหยียบหน้า เป็นการฝังพลอยจมลงไปบนเนื้อโลหะหน้าพลอยจะเสมอกับตัวเรือน วิธีการฝังแบบนี้เหมาะกับการฝังพลอยขนาดเล็กเพราะช่วยให้เครื่องประดับดูสะอาดตา สำหรับการฝังพลอยในตัวแหวนเพื่อต้องการให้เนื้อพลอยดังกล่าวได้มีการสัมผัสกับนิ้วมือของผู้สวมใส่ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเครื่องดับ ณ อาคารจิวเวอรี่เทรด สีสลม กรุงเทพมหานคร กล่าวว่าลูกค้าจะมีความเชื่อว่า “เมื่อนิ้วมือได้สัมผัสกับพลอยก็เปรียบเสมือนการมีเงินอยู่ในมือการรักษาเงินให้อยู่กับตนเอง” นั่นเอง

3.ตัวเรือนเครื่องประดับเงินมีสีเงินผิวมันวาว มีพื้นผิวด้านในส่วนที่เป็นลายนูนและมีการชุบสีโรสโกลเพื่อเน้นความสวยงามของลวดลาย

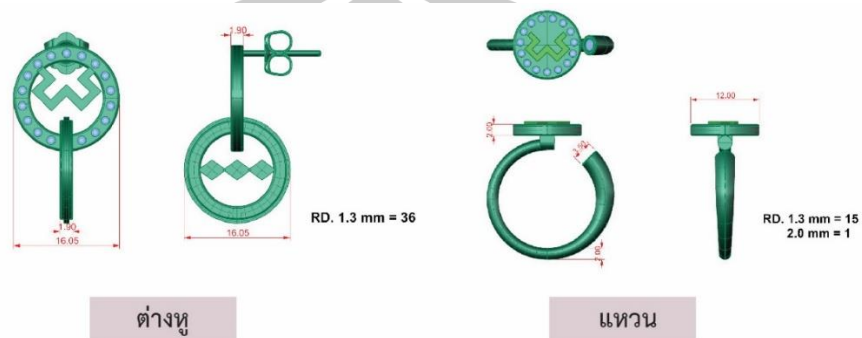
4.บริเวณตัวเรือนของเครื่องประดับจะตอกสัญลักษณ์ของชื่อแบรนด์และมีอักษรไทยที่มีมีความหมายว่า “ดี” (ดังภาพประกอบ 80) ไว้ในตำแหน่งที่ไม่ได้ต้องการโชว์ เช่น ด้านหลังของจี้ ด้านหลังของต่างหูและด้านในของแหวน เป็นต้น

ภาพที่ 80 สัญลักษณ์ที่ตอกไว้ในบริเวณที่ไม่ต้องการโชว์ของเครื่องประดับเงินทั้ง 3 ชุด
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)



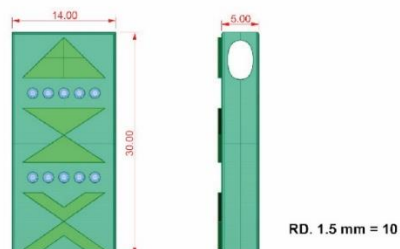
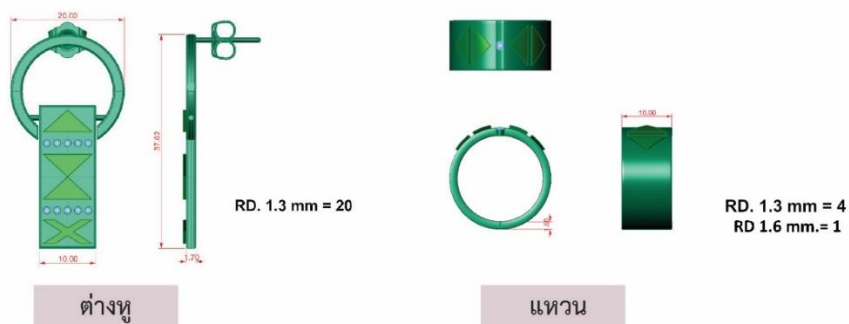
ภาพที่ 81 บล็อกซิลิโคนต้นแบบของ ชุดพรรณพุกษา

ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)



๒๕

ภาพที่ 82 บล็อกซีริโคเนตแบบของ ชุดสัตว์
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)



๒๕

ภาพที่ 83 บล็อกซีริโคเนตแบบของ ชุดสิ่งของเครื่องใช้

ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)

7.การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype)

เมื่อกำหนดรายละเอียดแบบขั้นสุดท้ายเสร็จแล้วก็จะเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตต้นแบบซึ่งเป็นขั้นตอนที่ทำก่อนที่จะผลิตจริง การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ช่วยในการตรวจสอบแนวความคิด (Proof of concept) ว่าสิ่งที่ถูกออกแบบมานั้นถูกต้องตามที่คิดไว้หรือไม่ ทั้งเรื่องรูปลักษณ์ วัสดุที่ใช้ในการผลิต กระบวนการในการผลิตหรือเทคโนโลยีที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ ต้นแบบผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการศึกษาประสบการณ์การใช้งานของผู้บริโภค ในงานวิจัยนี้มีการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรมเครื่องประดับที่ผลิตและจำหน่ายจริง (ดังภาพประกอบ 84) ดังนี้





ภาพที่ 84 แผนผังแสดงกระบวนการผลิตเครื่องประดับ

ที่มา : (นงคินุช กลิ่นพิกุล, 2566)

1. การขึ้นต้นแบบโดยโปรแกรมการออกแบบ

การขึ้นต้นแบบโดยโปรแกรมการออกแบบ (Prototyping by computer design) ปัจจุบันอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยในปัจจุบันมีการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาเป็นตัวช่วยในการสร้าง ออกแบบและแก้ไขโมเดลเครื่องประดับ แต่ยังประสบปัญหาเรื่องความซับซ้อนในการใช้งาน ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ใช้โปรแกรม Matrix3d ซึ่งเป็นโปรแกรมออกแบบเครื่องประดับเสริมของ Rhino ที่มีการใช้งานที่ค่อนข้างดี จึงนิยมการใช้โปรแกรมการออกแบบเครื่องประดับเพราะทำให้การออกแบบและสร้างต้นแบบได้รวดเร็วมากขึ้น มีการสร้างสรรค์เครื่องประดับให้ออกมามีความสวยงามและทันสมัย สามารถเห็นภาพแนวคิดที่ออกแบบมาเหมือนจริง ทำให้เห็นภาพก่อนว่าเครื่องประดับที่จะออกมามีลักษณะอย่างไรและสามารถแก้ไขแบบได้ง่ายก่อนจะนำไปผลิตเป็นชิ้นงานในขั้นตอนต่อไป เมื่อได้แบบที่ต้องการแล้วจึงป้อนสั่งด้วยเครื่อง CNC (Computer Numerical Control) เป็นการทำงานของมอเตอร์ในการขับเคลื่อนต่างๆ ให้ขับเคลื่อนไปตามทิศทางที่ต้องการสร้างชิ้นงานออกมาในลักษณะ 3 มิติเพื่อนำไปหล่อทำแบบแม่พิมพ์ยางต่อไป

พูน ปณ จิต ชีเว



ภาพที่ 85 ภาพ 3 มิติต้นแบบจากการนำอัตลักษณ์จากลวดลายตุ้งไทลื้อมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์
เครื่องประดับเงิน จำนวน 3 ชุด
ที่มา : (นงศันุช กลิ่นพิกุล, 2566)

2.การทำแบบแม่พิมพ์ยาง

การทำแบบแม่พิมพ์ยาง (Rubber Mold Marking) เป็นการทำแม่พิมพ์เครื่องประดับที่ต้องการมากกว่า 1 ชิ้นขึ้นไป นำไปใช้สำหรับการฉีดแบบเพื่อทำการหล่อแบบขึ้นให้หายไป ซึ่งทำจากยางดิบซึ่งมี 2 แบบคือ ยางนอกใช้ในการเตรียมบล็อกยางบริเวณผิวขึ้นนอกซึ่งเป็นยางที่มีคุณภาพต่ำกว่ายางในที่มีคุณสมบัติทนความร้อนและแรงดันที่สูงกว่าจึงใช้สำหรับอัดภายในบล็อกยาง โดยมีขั้นตอนการทำงานบล็อกยางดังนี้

- 1) การเตรียมบล็อกยาง โดยการนำแผ่นยางนอกมาตัดให้ได้ขนาดเท่ากับบล็อกยางแล้ววางยางนอกรองด้านล่างของบล็อก 1-2 ชั้น จากนั้นจึงวางต้นแบบแม่พิมพ์เงินลงในบล็อกยาง อัดยางที่ตัดเป็นชิ้นเล็กๆ แล้วปิดทับด้วยแม่พิมพ์ให้แน่นพอสมควรและมีโพรงช่องว่างน้อยที่สุดแล้วจึงปิดทับด้านบนด้วยแผ่นยางนอกอีกครั้ง
- 2) การอัดบล็อกยาง โดยการนำบล็อกยางไปอัดด้วยเตาอัดยางระบบหมุนเกลียวอัดแรงโดยตั้งอุณหภูมิที่ประมาณ 150-180 องศาเซลเซียส ระยะเวลาที่ใช้จะขึ้นอยู่กับขนาดของบล็อกพิมพ์ยาง
- 3) การผ่ายาง โดยใช้ปากกาจับแบบหนีบยึดบล็อกยางจากนั้นใช้มีดผ่าตัดกรีตบล็อกยางเพื่อเอาแม่พิมพ์เงินออกมา ขั้นนี้จำเป็นต้องอาศัยฝีมือและความชำนาญในการกรีดยางซึ่งจะมีผลต่อความสนิทของรอยประกอบระหว่างบล็อกพิมพ์ยางชั้นบนและชั้นล่าง และภายในบล็อกซึ่งมีส่วนของไส้และบบายน้ำโลหะ ได้แก่ รูเข็ม รูวงและรูล้นด้านข้าง ดังเช่นกับงานหล่อโลหะทั่วไป



ภาพที่ 86 บล็อกซิลิโคนต้นแบบ
ที่มา : (นงคณัฐ กลั่นพิกุล, 2566)

3.การฉีดเทียน

การฉีดเทียน (Wax Injection) เป็นการนำแม่พิมพ์ยางที่ผ่าเสร็จแล้วมาฉีดขี้ผึ้ง โดยการนำขี้ผึ้งมาหลอมในหม้อฉีดเทียนที่ปรับความดันลมและอุณหภูมิให้เหมาะสม โดยใช้แผ่นเหล็กหนาหรือแผ่นอะคริลิกที่มีผิวเรียบประกบด้านบนและล่างของบล็อกแม่พิมพ์ยางเพื่อให้แรงกดกระจายอย่างสม่ำเสมอทั่วทั้งบล็อก ในการฉีดเทียนให้กดส่วนที่ทำไว้ให้ขี้ผึ้งผ่านเข้ากับหัวฉีดของหม้อ เมื่อฉีดเทียนเสร็จแล้วให้วางทิ้งไว้ให้เทียนแข็งตัวแล้วจึงทำการแกะเทียนออกจากบล็อกยาง ก็จะได้ต้นแบบเทียนที่จะนำไปใช้ในกระบวนการหล่อต่อไป โดยการนำต้นแบบเทียนที่แข็งตัวแล้วมาติดต้นเทียนหรือข้อเทียนโดยจะต้องทำก้านเทียนที่มีรูปร่างเป็นทรงกระบอกเกลี้ยงยาวประมาณ 6 นิ้ว ขึ้นมาก่อนแล้วจึงทำการติดต้นเทียนโดยใช้เหล็กติดต้นสนไฟจากตะเกียงแอลกอฮอล์แล้วนำไปแตะปลายก้านแบบขี้ผึ้งจนขี้ผึ้งหลอมแล้วจึงนำไปติดบนก้านต้นเทียนโดยให้ทำมุมเอียงกับก้านต้นเทียนซึ่งจำนวนที่จะติดลงบนต้นเทียนนั้นขึ้นอยู่กับชนิดของเครื่องประดับด้วยว่าเล็กหรือใหญ่เพียงใด ข้อควรระวังในการฉีดเทียนเครื่องประดับ มีดังนี้

- 1) อุณหภูมิในเครื่องฉีดเทียนเครื่องประดับมีอุณหภูมิที่สูงเกินไปจะทำให้เทียนมีการหลอมเหลวมากและจะแข็งตัวช้าจะทำให้เทียนอาจติดพิมพ์ยางทำให้แกะยาก และยังทำให้อากาศแทรกตัวเข้าไปในเนื้อเทียนได้ง่ายจะทำให้เกิดฟองอากาศในเนื้อเทียน นอกจากนี้เทียนที่ร้อนเกินไป

จะเข้าไปทำลายรายละเอียดของชิ้นงานที่อยู่ในแม่พิมพ์ยางทำให้อายุการใช้งานของแม่พิมพ์ยางนั้นสั้นลง แต่ถ้าอุณหภูมิในเครื่องฉีดเทียมนี้อุณหภูมิที่ต่ำเกินไปจะทำให้เทียมนมีความหนืดทำให้ฉีดเทียวนเครื่องประดับได้ไม่เต็มแม่พิมพ์ยางและเทียวนจะไม่สามารถเข้าไปยังรายละเอียดของชิ้นงานที่อยู่ในแม่พิมพ์ยางได้เนื่องจากเทียวนไม่ได้ไหลเท่าที่ควร

2) ความดัน การใช้ความดันที่สูงเกินไปจะทำให้การฉีดเทียวนได้ชิ้นงานที่ไม่สมบูรณ์เนื่องจากจะมีอากาศเข้าไปในพิมพ์ยางก่อนที่เทียวนเหลวที่ไหลเข้าไปทำให้มีอากาศเข้าไปแทนที่ทำให้เทียวนที่อยู่ในชิ้นงานออกมาไม่เต็มแต่ถ้าใช้ความดันที่ต่ำเกินไป จะทำให้เครื่องไม่มีกำลังแรงพอที่จะทำให้เทียวนเหลวนั้นไหลเข้าสู่แม่พิมพ์ยางได้

3) ไม่ควรใช้สเปรย์ซิลิโคนและแป้งมากเกินไปเพราะจะไปเคลือบตามรายละเอียดของแม่พิมพ์ยางซึ่งเมื่อฉีดเทียวนเครื่องประดับไปแล้วจะทำให้ชิ้นงานไม่มีความคมชัดของลวดลายและจะทำให้เทียวนกรอบแตกง่าย แป้งที่ใช้ควรเป็นแป้งที่มีความละเอียดและใช้ผ้าห่อทำเป็นถุงแบ่งและตบลงบนแม่พิมพ์ก่อนที่จะทำการฉีดเทียวนเครื่องประดับ

4) ควรแกะเทียวนออกจากแม่พิมพ์ด้วยความระมัดระวัง อย่าแกะแบบแรงๆ หรือเร่งรีบ เพราะจะทำให้ชิ้นงานเกิดความเสียหายได้ ควรจะใช้อุปกรณ์ในการช่วยแกะที่ไม่มีความคมค่อยๆ แกะ และควรจะต้องรอให้เทียวนในแม่พิมพ์ยางเย็นตัวก่อนมิเช่นนั้น ชิ้นงานจะเสียหายและเทียวนเหลวที่ร้อนจะลวกมือจนบาดเจ็บได้



ภาพที่ 87 เครื่องฉีดเทียวนเครื่องประดับระบบแว็คคัม (Injection Wax Machine)

ที่มา : (<http://oma.co.th/page17/page12/page12.html>, 2566, 23 พฤษภาคม 2566)

4.การหล่อตัวเรือน

การหล่อตัวเรือน (Casting) หรืองานหล่อโลหะซึ่งเป็นการนำโลหะที่อยู่ในสภาพของแข็งมาให้ความร้อนจนหลอมละลายกลายเป็นของเหลวทั้งหมดก่อนที่จะทำไปเทในโพรงแบบที่สร้างเป็นรูปร่างตามลักษณะที่ต้องการแล้วจึงปล่อยให้เย็นและแข็งตัวโดยสมบูรณ์จากนั้นจึงแกะโลหะที่แข็งตัวออกจากแม่แบบ สำหรับการหล่อเครื่องประดับนั้นมีขั้นตอนดังนี้

- 1) การหล่อเข้าปูนปลาสเตอร์ โดยการนำปูนปลาสเตอร์มาผสมกับน้ำในอัตราส่วน 5.5 กิโลกรัมต่อน้ำ 1900 ลูกบาศก์เซนติเมตร ในเครื่องผสมปูนสูญญากาศ จากนั้นจึงนำดินเทียนมาผสมกับเบ้าวางไว้ในเครื่องสูญญากาศแล้วจึงเทปูนปลาสเตอร์ลงในเบ้าเพื่อหล่อปูนทับพร้อมกับดูดอากาศไปด้วย
- 2) การอบเบ้าเทียน เพื่อให้ขี้ผึ้งหลอมละลายออกจากเบ้าปูน โดยการตั้งอุณหภูมิของเตาประมาณ 150 องศาเซลเซียส ประมาณ 2 ชั่วโมง ขี้ผึ้งก็จะหลอมละลายออกมาและสามารถที่จะนำกลับมาใช้ใหม่ได้โดยการนำไปล้างแล้วกรองให้สะอาด
- 3) การอบเข้าปูนโดยอุ่นเตาอบ (Preheat) ที่อุณหภูมิประมาณ 300 องศาเซลเซียส ประมาณ 1 ชั่วโมง ทำการเพิ่มอุณหภูมิให้สูงขึ้นทีละ 100 องศาเซลเซียส ทุก 1 ชั่วโมงจนถึงถึงอุณหภูมิ 720 องศาเซลเซียส และรักษาระดับนี้ไว้ประมาณ 6 ชั่วโมง แล้วจึงค่อยลดอุณหภูมิของเตาอบลงมาอยู่ที่ระดับพอเหมาะของชิ้นงาน เช่น แหวนลดอุณหภูมิมาอยู่ที่ 450 องศาเซลเซียส จี้และต่างหูลดอุณหภูมิมาอยู่ที่ 500 องศาเซลเซียส
- 4) การหลอมโลหะจะทำในขณะที่อุณหภูมิของเตาตกลงจนเกือบได้ที่แล้วจะทำการหล่อตัวเรือนเครื่องประดับในเบ้าหลอมขนาดเล็กที่อยู่ในเครื่องหล่อเหวี่ยงโดยวิธีการเป่าด้วยแก๊สออกซิเจน
- 5) เมื่อหลอมจนได้ที่แล้วใช้คีบเบ้าปูนออกจากเตาอบไปวางบนแท่นรองเบ้าตามแนวนอน เมื่อวัสดุหล่อหลอมละลายหมดแล้วให้ดันเบ้าหลอมประกบกับเบ้าปูนแล้วเร่งแก๊สและเป่าออกซิเจนอย่างแรงเพื่อเอาน้ำโลหะวิ่งเข้าไปในเบ้าปูน หลังจากนั้นจึงเปิดสวิตช์เครื่องหล่อเหวี่ยงให้หมุนเป็นเวลาประมาณ 2 นาที
- 6) นำชิ้นงานออกจากเบ้าปูนโดยการฉีดน้ำแรงดันสูงจากเครื่องปั๊มน้ำฉีดทำลายปูนปลาสเตอร์พร้อมกับการทำความสะอาดชิ้นงานไปด้วย
- 7) ทำความสะอาดผิวชิ้นงานโดยการจุ่มกรด โดยการแช่กรดที่มีความเข้มข้น 35 เปอร์เซ็นต์นาน 15 นาที ตัวเรือนเครื่องประดับที่ได้จะมีลักษณะวางซ้อนเรียงกันเป็นชั้นๆ เช่นเดียวกับดินเทียน



ภาพที่ 88 ต้นแบบ เบ้าเทปูนสำหรับงานหล่อและงานหล่อ

ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)

5.การแต่งตัวเรือน

การแต่งตัวเรือน (Filing) ขั้นตอนการแต่งตัวเรือนเป็นขั้นตอนที่ทำให้ตัวเรือนมีรูปร่างและขนาดตามที่กำหนด ซึ่งอาจมีการประกอบชิ้นส่วนเข้ากับตัวเรือนด้วยวิธีการเชื่อมน้ำประสาน ขั้นตอนนี้จะใช้กระดาษทราย ลวดเงิน เงิน น้ำประสาน สารส้มและลูกเจี๋ยรกกาเพชรมาช่วยในการแต่งตัวเรือน

6.การฝังพลอย

การฝังพลอย (Stone Setting) ขั้นตอนของการประกอบพลอยหรืออัญมณีต่างๆ เข้ากับตัวเรือนของเครื่องประดับซึ่งในงานวิจัยนี้ได้เลือกการฝังพลอย การฝังเหยียบหน้าหรือฝังจม (Flush Setting) เป็นการฝังที่คล้ายกับการฝังหุ้มแต่เป็นการฝังจมลงไปเนื้อโลหะไม่เห็นกระเปาะของตัวเรือน พลอยจะถูกฝังลงไปในตัวเรือนที่มีขนาดเท่ากับพลอยและถูกล็อคด้วยเนื้อโลหะรอบๆ โดยหน้าพลอยจะเสมอกับตัวเรือนข้อดีของการฝังแบบจมคือ ขอบของพลอยจะถูกหุ้มด้วยโลหะและหน้าพลอยจะเรียบไปกับตัวเรือนจึงป้องกันการกระแทกและขีดข่วนของพลอยได้ดี เป็นการฝังที่ต้องใช้แรงกดลงไปเสี่ยงต่อการทำพลอยแตก ดังนั้นช่างฝังจึงต้องมีความระมัดระวัง นอกจากการฝังจมแล้วยังเลือกการฝังหนีบ (Tension Setting) ด้วย การฝังแบบหนีบจะใช้แรงดันจากโลหะทั้งสองด้านในการยึดพลอยเอาไว้ โดยมีร่องเล็กๆ ยึดอยู่กับขอบของพลอย ข้อดีคือหน้าพลอยจะเรียบไปกับตัวเรือนทำให้มีความเสี่ยงน้อยต่อการขีดข่วนเป็นรอย ทำให้ดูเรียบสวยงามทันสมัย แต่การฝังแบบหนีบจะมีบางส่วนของพลอยที่ไม่ได้หุ้มขอบจึงอาจเสี่ยงต่อการสัมผัสได้ง่าย

7.การขัดเงา

การขัดเงาเป็นขั้นตอนของการตกแต่งงานอย่างละเอียดเพื่อเพิ่มความเรียบ ความมันวาว และความสวยงามของผิวตัวเรือน วัสดุที่ใช้ในการขัดได้แก่ ยาดิน ยาแดง ยาเขียว ลูกฟ้ายาดิน ลูกแปรง สำลี เป็นต้น



ภาพที่ 89 ต้นแบบที่หล่อแล้วแต่ยังไม่ได้ขัดตกแต่ง
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)



ภาพที่ 90 ต้นแบบที่ขัดรอบแรกแต่ยังไม่ได้ตกแต่ง
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)

8. การชุบตัวเรือน

การชุบตัวเรือนเป็นการเคลือบสารปิดทับตัวเครื่องประดับ โดยปกติแล้วเงินแท้จะทำให้ปฏิกิริยากับซัลเฟอร์ในอากาศเมื่อสวมใส่ไปสักพักจะเกิดคราบคล้ำ การชุบโรเดียมเคลือบผิวไว้เป็นการปกป้องไม่ให้เงินสัมผัสกับอากาศโดยตรงทำให้ใส่แล้วไม่ดำการนำโรเดียมมาเคลือบเพื่อยืดอายุการใช้งานให้ไม่เกิดคราบดำและดูเงางามมากขึ้นการชุบโรเดียมมีความหนาในการชุบ 1 ไมครอน ซึ่งในการชุบสีโรสโกลหรือเรียกว่า ชุบทอง 18K Rose Gold (มีส่วนผสมทองคำ 75% และทองแดง 25%) สำหรับในงานวิจัยนี้ Set B4 ชุดสัตว์และ Set C5 ชุดสิ่งของเครื่องใช้การชุบโรสโกลในบริเวณลายและตัวเรือนเพื่อให้มีความโดดเด่นสวยงามเพิ่มขึ้น

9. การตรวจสอบคุณภาพ

การตรวจสอบคุณภาพ (Quality Inspection) เป็นการตรวจสอบภาพตัวเรือนขั้นสุดท้าย ภายหลังจากที่ผ่านการผลิตทุกขั้นตอนแล้ว เช่น ตัวเรือนเป็นรอย เป็นตามด กระเปาะแหงหรือก้านหัก เป็นต้น เมื่อตรวจสอบแล้วว่าตัวเรือนมีคุณภาพ ชิ้นงานมีความเรียบร้อยแล้วก็ทำการเช็ดทำความสะอาดด้วยผ้าสำหรับการเช็ดเครื่องประดับก่อนที่จะนำส่งไปยังการบรรจุ

10. บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ (Packaging) เป็นขั้นตอนหลังจากที่ได้ชิ้นงานและผ่านการตรวจสอบขั้นสุดท้ายแล้วก็จะนำชิ้นงานสำเร็จรูปแยกเป็นชิ้นๆ และเมื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าก็จะนำไปใส่ในกล่องหรือถุงบรรจุภัณฑ์อีกครั้งหนึ่งเพื่อความสวยงามและเป็นการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าด้วย (คันสนีย์ อาจนา ฝาย, 2563: 6-18)



ภาพที่ 91 บรรจุภัณฑ์ของเครื่องประดับ

ที่มา : (นงค์นุช กลิ่นพิกุล, 2566)

นำเสนอต้นแบบผลิตภัณฑ์

เพื่อให้เห็นภาพรวมการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้งาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอนำเสนอต้นแบบผลิตภัณฑ์
เครื่องประดับทั้ง 3 ชุด ได้แก่ เครื่องประดับเงินชุดพรรณพฤษา ชุดสัตว์และชุดสิ่งของเครื่องใช้ ดังนี้



ภาพที่ 92 การสวมใส่เครื่องประดับเงิน ชุดพรรณพฤษา

ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิบูล, 2566)

พหุ ประจักษ์ ชีวะ



ภาพที่ 93 การสวมใส่เครื่องประดับเงิน ชุดสตรี

ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิบูล, 2566)

พหุ ประถมศึกษา ชีวะ



ภาพที่ 94 การสวมใส่เครื่องประดับเงิน ชุดสิ่งของเครื่องใช้
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)



ภาพที่ 95 ต้นแบบชุดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน
ที่มา : (นงคณัฐ กลิ่นพิกุล, 2566)

สรุป

การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องเงินจากอัตลักษณ์ของตุงไทลื้อที่เป็นการนำอัตลักษณ์ทางด้านลวดลายและสีมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์ โดยมีกระบวนการออกแบบที่เริ่มจาก 1) การระบุความต้องการของลูกค้า (Identify Customer Needs) ในงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากการเก็บข้อมูลจากพื้นที่สนามวิจัย ซึ่งทำให้พบว่าผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเป็นที่ต้องการของตลาดโดยรวมทั้งในและต่างประเทศ 2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Establish Target Specifications) ซึ่งจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ากลุ่มคนวัยทำงานที่มีช่วงอายุ 25-35 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังในการบริโภคสินค้าแฟชั่นเป็นกลุ่มที่มีการใช้ชีวิตแบบทันสมัยและต้องการเสริมความมั่นใจสร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเองและมีความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือสายมู 3) การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Generate Concept Product) มาจากการศึกษาแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความต้องการความทันสมัยและมีความผลิตภัณฑ์สายมู มาจากการศึกษาคู่แข่ง เทคโนโลยีและแนวโน้มทางการออกแบบที่ต้องการความเรียบหรู ทันสมัยสามารถใช้งานได้ทุกโอกาสเป็นสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมและเป็นสินค้าสายมูที่การออกแบบเชื่อมโยงกับความเชื่อที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้สวมใส่ 4) การเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Select Product Concept) เป็นขั้นตอนของการเลือกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยในงานวิจัยนี้จะมีการเลือกแนวคิดอยู่ 2 ขั้นตอนเพื่อเป็นการยืนยันในแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมที่สุดในการนำไปผลิตในระบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อไป ซึ่งขั้นตอนแรกคือการเลือกแบบเบื้องต้นโดยให้ผู้ประกอบการทางด้านการออกแบบและผลิตเครื่องประดับช่วยในการประเมินแบบเบื้องต้นจากชุดละ 5 แบบเหลือชุดละ 3 แบบซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการประเมินที่จะพิจารณาในด้านความเป็นไปได้ในการผลิตและจำหน่าย จากนั้นจึงนำแบบที่ถูกเลือกไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ทำการประเมินความพึงพอใจจากชุดละ 3 แบบเหลือชุดละ 1 แบบได้แก่ ชุดพรรณพุกษา ชุดสัตว์และชุดสิ่งของเครื่องใช้ซึ่งแต่ละชุดประกอบไปด้วยจี้พร้อมสร้อย แหวนและต่างหู 5) ทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Test Product Concept) สำหรับในงานวิจัยนี้การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการวิเคราะห์หาคู่แข่ง การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและการสร้างโครงร่างแบบผลิตภัณฑ์ 3 มิติที่สามารถแสดงภาพรวมและคุณลักษณะหลักรูปทรงของผลิตภัณฑ์ที่เสมือนจริงทุกอย่างเพื่อให้เห็นถึงขนาด สี ผิวสัมผัส การสวมใส่และอื่นๆ 6) การกำหนดแบบขั้นสุดท้าย (Set Final Specification) เป็นการกำหนดรายละเอียดก่อนการผลิต (Details Design) ที่จะต้องกำหนดขนาด วัสดุในการผลิตและวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง ลักษณะพื้นผิว สี

ของผลิตภัณฑ์รวมถึงเทคนิคในการผลิตผลิตที่ชัดเจน ซึ่งวัสดุที่ใช้ในการขึ้นตัวเรือนคือ เงินแท้ 925 หรือ สเตอลิงซิลเวอร์ (925 Sterling Silver) เพื่อให้เครื่องประดับสามารถขึ้นรูปเป็นตัวเรือนได้อย่างแข็งแรง ทนทานมีสีขาวที่เงางามและการตกแต่งตัวเรือน คือ พลอยซึ่งเป็นวัสดุที่สามารถจัดหาซื้อได้ภายในประเทศสามารถช่วยลดต้นทุนลง โดยเลือกใช้พลอยในการตกแต่งตัวเรือนโดยการเลือกใช้พลอยที่มีสีและความหมายที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ลวดลายที่นำมาออกแบบ 7) การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) เป็นขั้นตอนของการผลิตจริงในระบบอุตสาหกรรม และเนื่องจากการเป็นการผลิตต้นแบบที่มีจำนวนการผลิตน้อยจึงทำให้มีราคาต่อชุดที่สูง โดยชุดพรรณพฤษาราคาชุดละ 21,934.61 บาท ชุดสัตว์ราคาชุดละ 22,441.19 บาทและชุดสิ่งของเครื่องใช้ราคาชุดละ 25,604.15 บาทแต่ถ้าผลิตจำนวนชุดละ 1,000 ก็จะมีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำลง คือ ชุดพรรณพฤษาราคาชุดละ 2,154 บาท ชุดสัตว์ราคาชุดละ 1,333 บาทและชุดสิ่งของเครื่องใช้ราคาชุดละ 2,021 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยราคาของเงิน พลอยและค่าแรง (ราคาเงิน ณ วันที่ 25 มีนาคม 2566) โดยเป็นราคาที่ยังไม่รวมค่าดำเนินการและค่าบรรจุภัณฑ์ (ดังภาคผนวก ข)



บทที่ 7 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้เป็นศึกษาถึง ตู : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์อัตลักษณ์ โดยเป็นการศึกษาต่งซึ่งเป็นอัตลักษณ์หนึ่งของชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อนำอัตลักษณ์ของต่งมาเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และการประเมินงานสร้างสรรค์แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง ด้านสุนทรียศาสตร์ของต่งไทลื้อ และการประเมินของผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบและผลิต งานวิจัยนี้เป็นกรณีศึกษาในการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการนำอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ ซึ่งผู้วิจัยสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะไว้ ดังนี้

สรุป

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งภาคเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์และสังเกตในพื้นที่สนาม อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เพื่อบรรลุผลของการศึกษา ผู้วิจัยจึงขอสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

1 เพื่อศึกษาต่งในวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อด้านรูปแบบลวดลาย วัสดุ การผลิต การใช้ งาน ความเชื่อและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ชาติพันธุ์ไทลื้อเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มาจากสิบสองปันนา ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งต่อมาได้มีการอพยพเข้ามาอยู่กระจายทางภาคเหนือของประเทศไทยตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 โดยกระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แพร่ น่าน และพะเยา สมัยโบราณชาวไทลื้อนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ตามราบลุ่มใกล้แหล่งแม่น้ำและที่ราบระหว่างหุบเขาโดยมีแม่น้ำไหลอยู่และมีสภาพความเป็นอยู่ที่สงบเรียบง่าย อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยามีชาวไทลื้ออาศัยอยู่จำนวนมากส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรม รับราชการ เกษตรกร ค้าขายและรับจ้างตามลำดับ ปัจจัยที่บ่งบอกถึง ความเป็นชาติพันธุ์ไทลื้อคือ ความเชื่อเรื่องผีวิญญาณและความศรัทธาในพุทธศาสนา พิธีกรรมที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชาติพันธุ์และการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางภูมิปัญญา ปลูกฝัง ความคิดในเรื่องพิธีกรรมจากรุ่นสู่รุ่นซึ่งล้วนเป็นวิถีชีวิตของชาวไทลื้อทั้งสิ้น จากความเชื่อเรื่องผีวิญญาณและความศรัทธาในพุทธศาสนาของชาวไทลื้อที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อแนวคิดพฤติกรรมตลอดจนกิจกรรมของชุมชนที่มีความเชื่อเรื่องผีหรือวิญญาณที่คอยคุ้มครองชุมชนให้ปลอดภัยจึงทำให้เกิดพิธีกรรมและประเพณีต่างๆ ด้วยความศรัทธาใน

พระพุทธศาสนาชาวไทลื้อจึงนิยมทำบุญในเทศกาลสำคัญจึงทำให้ชาวไทลื้อมีการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปี โดยเฉพาะในวันสงกรานต์ซึ่งเรียกว่าวันพญาวัน ประเพณีตานตุง ประเพณีตานก๋วยสลากและทานข้าวใหม่ เป็นต้น พิธีกรรมล้วนมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวไทลื้อตั้งแต่เกิดครบเดือนก็จะทำพิธีสู่ขวัญจนเมื่อตายไปก็จะนำร่างใส่ในโลงศพแล้วนำไปไว้ในปราสาทที่ตกแต่งสวยงามเพื่อนำไปทำพิธีต่อไป ญาติพี่น้องหรือลูกหลานที่ยังมีชีวิตอยู่ก็จะทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้กับบรรพบุรุษผู้ล่วงลับไปแล้วอยู่เสมอทุกปี เช่น การถวายตุงหรือเรียกว่า “ตานตุง” พิธีกรรมเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของกลุ่มชนที่สืบทอดต่อกันมาจากรบรรพบุรุษที่อาจกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มชนได้เป็นอย่างดี ชาวไทลื้อมีการอนุรักษ์และสืบสานถ่ายทอดความรู้จากผู้สูงอายุไปสู่ลูกหลานในชุมชน การจัดประเพณีทางพุทธศาสนาหรือพิธีกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องก็มักมีการใช้ “ตุง” ในการประกอบพิธี ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน “การตานตุง” ยังมีความสำคัญผูกพันกับความศรัทธาของชาวไทลื้อ นอกจากนั้นก็ยังมีความสำคัญในการแห่ขบวนหรือการประดับสถานที่เพื่อความสวยงาม จนมีการพัฒนารูปแบบที่ยิ่งใหญ่ขึ้น ตุงผ้าทอไทลื้อที่มีลวดลาย สีเส้นและเทคนิคการทอที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อ สำหรับชาวไทลื้อตุงเป็นสิ่งทอที่ใช้ในการสักการบูชาและการประกอบพิธีกรรมเพื่อแสดงถึงความกตัญญูการอุทิศส่วนกุศลผลบุญไปสู่ผู้ล่วงลับไปแล้วหรือให้กับตนเอง เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อเรื่องราวของความเชื่อและความศรัทธา เป็นสัญลักษณ์ของความดีความเป็นสิริมงคล ตุงไทลื้อมีลักษณะสีเหลี่ยมผืนผ้ายาวทำมาจากเส้นด้ายที่ทอเป็นผืนมีลวดลายรูปปราสาท สัตว์ในธรรมชาติและสัตว์จากจินตนาการ และลวดลายจากพืชพันธุ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ

ในปัจจุบันการผลิตตุงวัสดุอุปกรณ์และขั้นตอนก็ยังคงใช้เทคนิคและขั้นตอนการทอตุงที่ได้รับการถ่ายทอดจากปราชญ์หรือบรรพบุรุษสืบทอดกันมาจากการสังเกตจากคำพูดและมีการทำให้ดูเป็นตัวอย่างเป็นหลัก แม้ว่าตุงไทลื้อเปลี่ยนแปลงไปบ้างเช่น อาจมีปรับเปลี่ยนไปบ้างในการนำฝ้ายที่ใช้ในการทอในอดีตจะมาจากกาติ ปั่นจนถึงการย้อมสีธรรมชาติก่อนนำมาทอแต่ปัจจุบันจะซื้อฝ้ายสำเร็จมาทอเองเลย ส่วนสีของลวดลายก็เลือกซื้อฝ้ายที่ย้อมสีสังเคราะห์สำเร็จแล้วมาทอเลยหรือการนำผ้าเทโรมากรีนเป็นลวดลายต่างๆ เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวแต่ไม่นิยมสำหรับในกลุ่มชาวไทลื้อ ซึ่งใช้แรงงานผู้สูงอายุในชุมชนเป็นผู้เย็บประกอบตกแต่งด้านข้างผืนตุงด้วยดอกไม้พลาสติก โดยให้พระสงฆ์เป็นผู้สกรีนลวดลายลงบนผืนตุง โดยด้านล่างชายตุงมีพื้นที่สำหรับการเขียนชื่อและข้อความถวายไว้ถวายหน้า ทั้งนี้เนื่องจากต้องการความสะดวกสบาย ความรวดเร็วและมีราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับตุงผ้าทอไทลื้อที่มีราคาตั้งแต่หลักร้อยจนไปถึงหลักหมื่น ชาวไทลื้อต้องการที่จะนำเสนอความเป็นตัวตนโดยการนำตุงที่ฉลุลวดลายโดยใช้เทคโนโลยี cnc ไปประดับอยู่ตามกำแพง

วัดหย่วน และการทำเสาไฟฟ้าที่ cnc เป็นรูปแบบลักษณะตุงไทลื้อไว้ในชุมชน หรือการจัดงาน ประเพณีประจำปี การแสดง การจัดงานเดินขบวนแห่ต่างๆ จะนำตุงผ้าทอไทลื้อมาร่วมกิจกรรมด้วย แต่ถึงแม้ว่าจะมีปรับเปลี่ยนวัสดุไปตามบริบทสังคมแต่ก็ยังคงองค์ประกอบของลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อไว้อยู่ คือ จะต้องมียลายประธานคือลายปราสาทอยู่กลางผืนและจะต้องมีพาหนะได้แก่ ลายเรือ ลายช้าง ลายม้าหรือลายนาค มารองรับเปรียบเสมือนการช่วยนำพาไปยังสวรรค์ ด้านข้างก็จะเป็นลายประกอบซึ่งจะเป็นลวดลายที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวไทลื้อทั้งสิ้น ได้แก่ ลายพรรณพฤกษา ลายสัตว์และลายสิ่งของเครื่องใช้

2. เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของตุงไทลื้อโดยใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

ตุงไทลื้อมีรูปแบบลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้ายาวตามแนวดิ่งมีความกว้างตั้งแต่ 10 -50 เซนติเมตร และมีความสูงตั้งแต่ 1 - 6 เมตร ด้านบนของผืนตุงจะมีเชือกผูกกับก้านไม้ไผ่เพื่อสำหรับนำไปแขวนบนเพดานในวิหารวัด ถ้าผืนตุงมีความยาวมาก ก็จะทอเว้นช่วงตามแนวดิ่งโดยใช้ไม้ไผ่คั่นเพื่อไม่ให้ตุงพันกันในขณะที่เมื่อถูกลมพัด ส่วนกลางของผืนตุงทอเป็นลวดลายต่างๆ ส่วนล่างจะมีการระบายเส้นด้ายถักหรือพันกันเป็นเกลียวที่ชายตุงเพื่อค่ออ่อนช้อยสวยงามชาวไทลื้อเชื่อว่าบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วของพวกเขาจะเกาะชายตุงนี้ขึ้นสู่สวรรค์และชายตุงนี้ก็จะปิดความทุกข์ออกไป โดยรวมทั้งรูปแบบและลักษณะของตุงไทลื้อ ขึ้นอยู่กับความต้องการนำไปใช้งานและฐานะทางการเงินของผู้ตานตุง

ลวดลายที่อยู่บนผืนตุงล้วนแล้วมาจากวิถีการดำเนินชีวิตของชาวไทลื้อ เช่น การประกอบพิธีกรรม หลักคำสอน อาหารการกิน พืชผักและสัตว์โดยผู้วิจัยสามารถจำแนกกลุ่มของลวดลายที่อยู่บนผืนตุงออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ลายพรรณพฤกษา ลายสัตว์ในวิถีชีวิตประจำวัน เช่น นก ไก่ ฝั่เสื่อ ข้างหรือม้าเป็นต้น และสัตว์ในจินตนาการที่มาจากความเชื่อ เช่น นาค มอม เป็นต้น ลวดลายพรรณพฤกษาเกี่ยวกับพืชผักที่ผูกพันกับวิถีชีวิตของชาวไทลื้อมาตั้งแต่โบราณ เช่น ดอกจันทร์ ดอกแก้ว ลายเรือเถา หรือการนำมาประยุกต์เป็นลายต้นดอกเป็นต้นซึ่งก็เปรียบเสมือนหมากพลูที่จะถวาย เป็นต้น และกลุ่มลวดลายที่เกี่ยวกับสิ่งของเครื่องใช้เปรียบเสมือนการถวายทานสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เพื่อให้บรรพบุรุษตายไปแล้วจะได้นำไปใช้ เช่น คนโท เงินพาน คัมภีร์และปราสาทซึ่งจำนวนลวดลายและชั้นของปราสาทก็จะขึ้นอยู่กับสภาพทางการเงินของผู้ถวายด้วย โดยสีที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อคือสีดำและสีแดง ปัจจุบันมีการลอกใช้สีอื่นได้แก่ สีส้ม สีฟ้า สีม่วง สีเหลืองและสีเขียวเป็นต้นซึ่งจากการย้อมสีสังเคราะห์เพราะมีความคงทนต่อสภาพแวดล้อม มีความสะดวกและมีราคาถูกมาทำเป็น

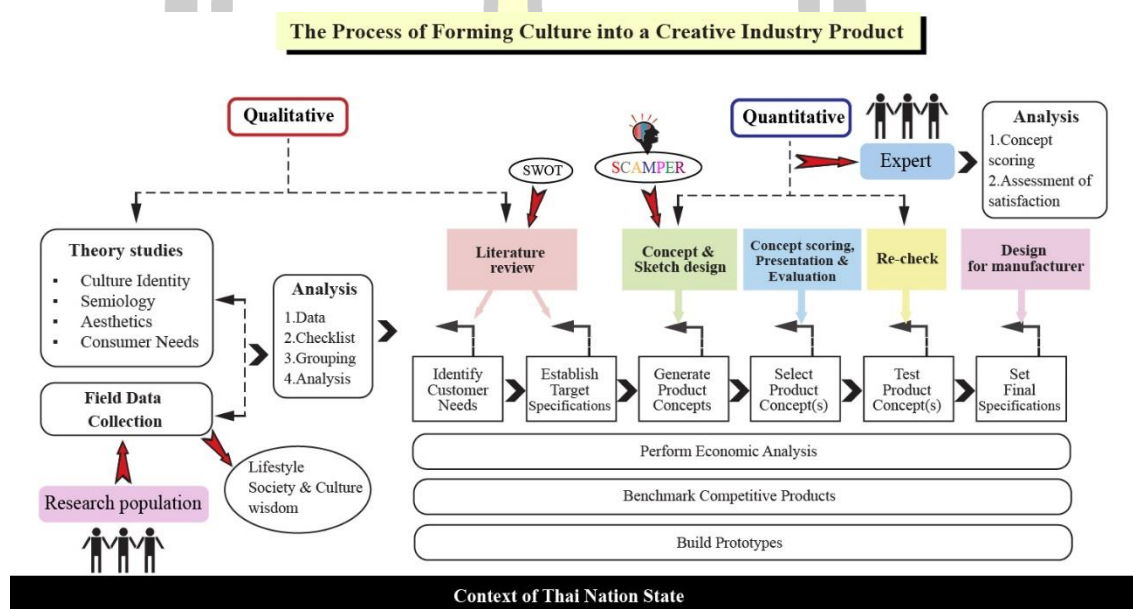
ลวดลายบนผืนตุงมาจากการจินตนาการของช่างทอตุงถึงแม้ว่าปัจจุบันลวดลายบนผืนตุงจะมีสีนํามากขึ้นก็ตามแต่สีที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของชาติพันธุ์ไทลื้อคือสีดำและสีแดง สำหรับงานวิจัยได้นำลวดลายมาวิเคราะห์โทนสีในโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกโดยสามารถแยกออกเป็น 3 กลุ่มโทนสีตามการแบ่งกลุ่มของลวดลายคือ กลุ่มลวดลายพรรณพฤกษา กลุ่มลวดลายสัตว์และกลุ่มลวดลายเกี่ยวกับสิ่งของเครื่องใช้ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบต่อไป

สุนทรียศาสตร์หรือความงามบนผืนตุงไทลื้อจำแนกออกเป็น 2 แบบ คือ ความงามทางจิตใจและความงามจากการคิดสร้างสรรค์จินตนาการออกมาเป็นรูปสัมผัส ด้วยชาวไทลื้อมีความเชื่อเกี่ยวกับการอุทิศส่วนกุศลถวายตุงให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วนั้นเป็นการแสดงถึงการคิดดีทำดี การแสดงความห่วงใย ความกตัญญูต่อบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วให้พ้นจากความทุกข์ความลำบากให้ไปสู่สรวงสวรรค์ การคิดดีทำดีเช่นนี้เป็นความงามทางจิตใจที่ปรากฏเป็นความงามทางสื่อประสาทสัมผัสโดยการถ่ายทอดออกมาจากการถวายเป็นสิ่งของเครื่องใช้และจากการถวายเป็นตุงจากรุ่นสู่รุ่นอันเป็นความสัมพันธ์ในครอบครัวที่เกิดขึ้นที่ทำให้ลูกหลานสำนึกถึงบุญคุณความดีและความรักของบรรพบุรุษ ความสัมพันธ์นี้เป็นความงามหรือความผูกพันในระบบโครงสร้างของครอบครัวของชาวไทลื้อที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบันจึงเป็นความงามพื้นฐานทางจิตใจของชาวไทลื้อ

ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ ตุงไทลื้อถูกสร้างโดยช่างทอตุงชาวไทลื้อโดยจะได้รับการถ่ายทอดทักษะและองค์ความรู้ที่มาจากบรรพบุรุษมานานจนเกิดความชำนาญเกิดขึ้น จากเวลาและประสบการณ์ทำให้ช่างทอตุงรู้สึกผูกพันซาบซึ้งในคุณค่า มีความเชื่อและความศรัทธาว่าตุงนั้นเป็นสิ่งที่ใช้สักการะเป็นการทำบุญถวายทานซึ่งจากเวลาและประสบการณ์นั้นจึงทำให้ช่างทอตุงเกิดทักษะความชอบและความพึงพอใจเกิดขึ้นจนเป็นรสนิยม (Taste) ของช่างแต่ละคนที่มีต่อตุงไทลื้อ อย่างไรก็ตามจุดมุ่งหมายเดียวกันในการสร้างสรรค์ตุงที่มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทลื้อคือความดีงาม ความเป็นสิริมงคลและเป็นสื่อในการนำวิญญาณของบรรพบุรุษผู้ล่วงลับไปแล้วให้ไปสู่สรวงสวรรค์ จากประสบการณ์จนเกิดทักษะที่ช่างทอตุงจึงสามารถสร้างสรรค์ให้ตุงเกิดความงามโดยการจัดองค์ประกอบต่างๆ การเลือกและการจัดวางลวดลายที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเรื่องราวตามวิถีชาวไทลื้อขึ้นบนผืนตุงและเกิดความสวยงามหรือเรียกว่า ความงามทางทัศนธาตุ (Visual Elements) คือ การนำจุด เส้น สี มาประกอบกันโดยมีการจัดวางที่มีสัดส่วน สมดุล มีจังหวะและมีความกลมกลืนของลวดลายเกิดความงามที่ลงตัวบนผืนตุงไทลื้อ

3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคโดยใช้แนวทางในการออกแบบจากอัตลักษณ์ตุงไทลื้อ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์โดยใช้แนวทางในการออกแบบจากอัตลักษณ์ดั้งเดิม เป็นการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและการเก็บข้อมูลจากพื้นที่วัฒนธรรม วิเคราะห์ร่วมกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค ใส่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ ใส่เรื่องราวของที่มาความเชื่อและความศรัทธาที่เป็นอัตลักษณ์ดั้งเดิม ซึ่งจากการศึกษาพบว่าเครื่องประดับเงินเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดทั้งมูลค่าการนำเข้าการส่งออกและจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยได้ดำเนินงานตามกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ตามรูปแบบโมเดล (ดังภาพประกอบ 96)



ภาพที่ 96 โมเดลกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์
ที่มา : (นงคินุช กลิ่นพิกุล, 2566)

งานวิจัยนี้เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน 925 โดยการออกแบบแบ่งเป็น 3 Collection ซึ่งแต่ละ Collection จะประกอบไปด้วยแหวน ต่างหูและจี้ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนทำงานในองค์กร พนักงานบริษัทที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี ที่มี Lift Style ที่ทันสมัยชอบความเรียบหรูและมีความเชื่อในเรื่องของสัญญาณที่สื่อถึงความเชื่อว่าจะเมื่อสวมใส่แล้วจะพบแต่ความสุขสมหวังหรือเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง โดยใช้เทคนิคแนวคิดการออกแบบ SCAMPER ในการปรับเปลี่ยน เพิ่ม ขยาย ลด หด ทดแทน จัดใหม่ สลับและผสมผสาน ในการนำอัตลักษณ์ทาง

นามธรรมและอัตลักษณ์ทางรูปธรรมในรูปแบบสัญลักษณ์หรือลวดลายที่มีมาแต่โบราณมาให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคทางด้านรูปธรรม(ผลิตภัณฑ์)และความต้องการทางนามธรรม (ความเชื่อความศรัทธาและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม) จากแนวคิดกว้างๆ ไปสู่การวิเคราะห์แนวคิดที่เชื่อมโยงไปยังการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ตามโมเดลกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจากการวิเคราะห์การออกแบบจากผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญปรากฏผลดังนี้

ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินชุดพรรณพุกษา ผลการประเมินพบว่า

ด้านอัตลักษณ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อ รูปแบบ A2 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รูปแบบ A3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและรูปแบบ A4 มีอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ด้านความสวยงามรูปแบบมีความทันสมัยแปลกใหม่เหมาะสมกับผู้บริโภคมีรูปทรง ลวดลาย และสีสันทันต่อกับอัตลักษณ์ดั้งเดิม รูปแบบ A2 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รูปแบบ A3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย และรูปแบบ A4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

ด้านการใช้งาน รูปแบบมีขนาดที่เหมาะสมกับการสวมใส่ สามารถทำความสะอาดง่ายและมีรูปแบบที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบ A2 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รูปแบบ A3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย และรูปแบบ A4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

ด้านวัสดุและการผลิต มีความเหมาะสมของวัสดุในการผลิตเหมาะสมกับการจัดทำความสะดวก สามารถจัดหาซื้อได้ง่ายภายในประเทศสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและมีแม่พิมพ์ที่ง่ายต่อการผลิต รูปแบบ A2 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบ A3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางและรูปแบบ A4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

ด้านความคุ้มค่าของรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อและความสัมพันธ์กับแนวโน้มความต้องการทางการตลาด รูปแบบ A2 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รูปแบบ A3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ A4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ทุกด้านแล้วสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ในชุดพรรณพุกษาของรูปแบบ A2 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากกว่ารูปแบบอื่นซึ่งสามารถนำไปผลิตเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ได้

ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินชุดสัตว์ ผลการประเมินพบว่า

ด้านอัตลักษณ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อ รูปแบบ B4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รูปแบบ B5 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและ รูปแบบ B3 มีอยู่ในระดับมากตามลำดับ

ด้านความสวยงามรูปแบบมีความทันสมัยแปลกใหม่เหมาะสมกับผู้บริโภคมีรูปทรง ลวดลาย และสีสันทันต่อกันถึงอัตลักษณ์ดั้งเดิม รูปแบบ B4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รูปแบบ B3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางและรูปแบบ B5 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

ด้านการใช้งาน รูปแบบมีขนาดที่เหมาะสมกับการสวมใส่ สามารถทำความสะอาดง่ายและมี รูปแบบที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบ B4 B5 และ B3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ด้านวัสดุและการผลิต มีความเหมาะสมของวัสดุในการผลิตเหมาะสมกับการจัดทำความสะดวก สามารถจัดหาซื้อได้ง่ายภายในประเทศสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและมีแม่พิมพ์ที่ง่ายต่อการผลิต รูปแบบ B4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบ B5 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางและรูปแบบ B3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

ด้านความคุ้มค่าของรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อและมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มความต้องการทางการตลาด รูปแบบ B4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รูปแบบ B3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ B5 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ทุกด้านแล้วสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ในชุดพรรณพฤกษาของรูปแบบ B4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากกว่ารูปแบบอื่นซึ่งสามารถนำไปผลิตเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ได้

3.ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินชุดสิ่งของเครื่องใช้ ผลการประเมินพบว่า

ด้านอัตลักษณ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อ รูปแบบ C1 C5 และ C4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากตามลำดับ

ด้านความสวยงามรูปแบบมีความทันสมัยแปลกใหม่เหมาะสมกับผู้บริโภคมีรูปทรง ลวดลาย และสีสันทันต่อกันถึงอัตลักษณ์ดั้งเดิม รูปแบบ C1 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบ C5 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางและรูปแบบ C4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

ด้านการใช้งาน รูปแบบมีขนาดที่เหมาะสมกับการสวมใส่ สามารถทำความสะอาดง่ายและมีรูปแบบที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบ C1 C5 และ C4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ด้านวัสดุและการผลิต มีความเหมาะสมของวัสดุในการผลิตเหมาะสมกับการจัดทำความสะดวก สามารถจัดหาซื้อได้ง่ายภายในประเทศสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและมีแม่พิมพ์ที่ง่ายต่อการผลิต รูปแบบ C5 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รูปแบบ C4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางและรูปแบบ C1 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ด้านความคุ้มค่าของรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อและมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มความต้องการทางการตลาด รูปแบบ C5 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รูปแบบ C4 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และรูปแบบ C1 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ทุกด้านแล้วสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ในชุดพรรณพฤษาของรูปแบบ C5 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากกว่ารูปแบบอื่นซึ่งสามารถนำไปผลิตเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ได้ ผลการสร้างสรรค์เกิดข้อค้นพบแบบจำลองในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์จากการนำอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์มาทำให้เป็นสินค้าโดยการออกแบบที่ทันสมัยและมีเรื่องราวผสมผสานความเชื่อซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความทันสมัยทางด้านเทคโนโลยีแต่ยังมีความหวังและมีความเชื่อที่จะทำให้ตนเองนั้นมีความสุขและได้รับการยอมรับจากสังคม โดยผลงานสร้างสรรค์นี้ได้สะท้อนให้เห็นว่าแม้กาลเวลาจะเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคมอย่างไรก็ตามแต่ความเชื่อและความศรัทธายังคงอยู่ในได้จิตสำนึกของคนไทย

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เป็นการนำอัตลักษณ์มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ โดยมีกระบวนการเริ่มจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แล้วเก็บข้อมูลจากอาสาสมัครในชุมชนซึ่งจากการศึกษาพบว่าชาวไทลื้อเชียงคำ จังหวัดพะเยามีอัตลักษณ์วัฒนธรรมที่แสดงความเป็นตัวตนของชาติพันธุ์ไทลื้อได้อย่างชัดเจน ด้วยวิถีการดำเนินชีวิต พิธีกรรมและประเพณีต่างๆ มีความเชื่อในผีวิญญาณและความศรัทธาในพระพุทธศาสนาที่ถูกสืบทอดมาจากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างยาวนานแล้วแต่แสดงถึงตัวตนความเป็นไทลื้อทั้งสิ้น ความรักญาติพี่น้องและความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ โดยคาดหวังให้หลุดพ้นจากความทุกข์ขมขื่นและได้พบแต่สุขได้ขึ้นสวรรค์ก็มาจากการที่ชาวไทลื้อมีความเชื่อเรื่องภพภูมิ

โลกหน้าและหลังความตายเชื่อว่าความดีเป็นสิ่งสะสมและส่งผลไปในชาติหน้าได้ จึงมุ่งทำบุญกุศล เพื่อการได้ขึ้นไปอยู่บนสวรรค์ตลอดคู่กับ เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์ (2561) ที่กล่าวว่าความรัก ความผูกพันและความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ไทยทำให้ชาวไทยตระหนักถึงความสำคัญของพิธีกรรม ในฐานะที่เป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่เป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวตนจึงให้เกิด พิธีกรรมจากความเชื่อที่ยึดถือปฏิบัติกันมาต่อเนื่องยาวนานเป็นรูปแบบที่แสดงถึงความสัมพันธ์ ระหว่างมนุษย์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือสิ่งที่มีอำนาจเหนือธรรมชาติซึ่งเป็นไปในลักษณะของการเคารพบูชา เพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการหรือแสดงความขอบคุณสิ่งศักดิ์สิทธิ์บันดาลสิ่งที่ต้องการให้สมดังปรารถนา ชาวไทยจึงมีการจัดประเพณีตุงขึ้นทุกปีให้กับบรรพบุรุษที่ตายไปแล้วหรือแม้แต่ให้กับตนเอง เพื่อให้มีผลบุญกุศลไว้ในภพภูมิโลกหน้าซึ่งสอดคล้องกับ พระปลัดจตุพร วชิรญาณและคณะ (2565) ที่ได้กล่าวว่า คติความเชื่อเกี่ยวกับอานิสงส์ในการทานตุงหากใครได้ทานตุงแม้ยามสิ้นอายุขัย ทางโลกมนุษย์ไปแล้วตุงนั้นก็จะมีมาห่อหุ้มร่างกายนั้นมิให้ต้องทุกข์ทรมานทั้งยังโบกสะบัดให้ วิญญาณได้เกาะชายตุงขึ้นสวรรค์โดยการโบกสะบัดของตุงเมื่อต้องลมหมายถึง ทางเชื่อมระหว่างโลก มนุษย์กับสวรรค์ด้วยรูปแบบของตัวตุง สีเส้นและลวดลายของหางตุงล้วนมีความหมายที่แฝงไป ด้วยความเป็นสิริมงคลเช่นเดียวกับ เนตรชนก แดงทับทิม (2564) ได้กล่าวว่า ตุงนั้นเกี่ยวข้องกับการ อุทิศแด่ผู้ตายและได้คลี่คลายไปเป็นวัตถุเพื่อปกป้องจากผลกระทบที่ร้ายแรงได้แต่การใช้งานเพื่อการ สักการะบูชายังคงปรากฏอยู่และยังคงความหมายอันเป็นมงคลแม้ว่าจะถูกนำไปใช้ในงานอวมงคล

แม้ว่าสภาพบริบททางสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปมีการปรับเปลี่ยนชนิดของวัสดุให้สอดคล้องกับ การนำไปใช้งานสาธารณะกลางนอกอาคารเนื่องจากความสะดวกสบายรวดเร็วหรือต้นทุน อย่างไรก็ตาม ชาวไทยก็ยังคงให้ความสำคัญสืบสานพิธีกรรมและประเพณีไว้โดยการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปี สอดคล้องกับ งานวิจัยของ คงอมร เหมรัตน์รักษ์และคณะ (2565) พิธีกรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปนั้นมาจากการ เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตบ้างโดยเฉพาะวัสดุอุปกรณ์ด้วยเหตุผลที่มาจากความต้องการความสบาย ความสะดวกรวดเร็วและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของคนในสังคมภายนอก แต่โดยหลักชาวไทย ก็ยังคงสืบสานพิธีกรรมและประเพณีอยู่ เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของพระราชปรียัติ และพระสุธีธรรมา นุวัตร (2560) สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัยวัฒนธรรมประเพณีทางพุทธศาสนา บางอย่างถูกเปลี่ยนไปแต่ อัตลักษณ์ทางประเพณีวัฒนธรรมไทยยังคงดำรงอยู่โดยมีการปรับเปลี่ยน รูปแบบการจัดการและวัสดุให้เข้ากับบริบทสังคม

จากนโยบายและการส่งเสริมจากทางภาครัฐเกี่ยวกับทางด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่ง พบว่ากลุ่มแพชชันนั้นเครื่องประดับเงินเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุดและด้วยมนุษย์มี ความต้องการขั้นพื้นฐานที่ต้องการการยอมรับจากสังคม ต้องการมีความสุขความมั่นคงและความ

ปลอดภัยซึ่งความกังวลเหล่านี้จึงทำให้มีความเชื่อเรื่องของโซกลางซึ่งสอดคล้องกับเบนาสิต เพียรรัช (2564) ที่กล่าวว่า ความนิยมในสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อนั้นมาจากมุมมองความเชื่อและค่านิยมของมนุษย์ที่มาจาก 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ความเชื่อจากขนบธรรมเนียม ประเพณี 2) ความเชื่อเรื่องรูปลักษณะ สัญลักษณ์ 3) ความเชื่อที่เกี่ยวกับค่านิยมทางด้านแฟชั่นในปัจจุบันที่นำมาผสมผสานกับเรื่องความเชื่อ

ในงานวิจัยนี้เป็นการสร้างสรรค์ให้เกิดความแตกต่างโดยการคิดผสมผสานจากการคิดอุปมาอุปไมยโดยตรง (Direct Analogy) เป็นการนำสิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติมาประยุกต์ในการออกแบบ การคิดอุปมาอุปไมยเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Analogy) เป็นการนำสิ่งที่เป็นนามธรรมมาใช้เปรียบเทียบและการคิดอุปมาอุปไมยเพ้อฝัน (Fantasy Analogy) เป็นการนำจินตนาการมาใช้สมมุติเปรียบเทียบในงานออกแบบ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องประดับเงินที่นำอัตลักษณ์ดั้งเดิมมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์โดยการออกแบบที่ทันสมัยเพิ่มมูลค่าและเรื่องราวผสมผสานความเชื่อเข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งจากการออกแบบพบว่ามุมมองทางด้านธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องประดับนั้นสิ่งสำคัญในการพิจารณาการออกแบบที่ต้องคำนึงความต้องการของผู้บริโภคและรูปแบบที่สามารถผลิตและลดต้นทุนได้ในระบบอุตสาหกรรม เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีการออกแบบที่สามารถทำการผลิตได้ง่าย (Easy for Manufacturer) เป็นการออกแบบในเชิงอุตสาหกรรมที่ต้องมีการผลิตเป็นจำนวนมากจึงต้องพิจารณาการออกแบบเพื่อให้ง่ายต่อการจัดทิศทางการประกอบชิ้นส่วน (Minimize Assembly Directions) อีกด้วย มีการออกแบบเจาะร่องในส่วนด้านที่ไม่ได้ใช้ชิ้นงานเพื่อเป็นการลดต้นทุนของวัสดุในการผลิตซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Genc, 1998) กับ (ปริญญ์ บุญกนิษฐ และอรรรคเจตต์ อภิขจรศิลป์, 2552: 44) ที่กล่าวว่าการออกแบบเพื่อการผลิตจะช่วยให้การเพิ่มความสามารถในการผลิตลดต้นทุนและเวลาในการผลิตได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1.จากแนวโน้มของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความต้องการเกี่ยวกับความมั่นคง ปลอดภัย มีความสุข การเสริมสร้างความมั่นใจหรือเป็นที่ยอมรับจากสังคมจึงทำให้มีความนิยมเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์ และเชื่อว่าเมื่อสวมใส่หรือได้ครอบครองก็จะทำให้เกิดความมั่นใจขึ้นซึ่งจากแนวโน้มความต้องการของตลาดผู้บริโภคกลุ่มนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์สายมูโดยใช้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและการขยายฐานไปยังกลุ่มผู้ซื้อประเทศเพื่อนบ้านที่มีความเชื่อเดียวกันได้

2.การต่อยอดวิจัยครั้งนี้สามารถนำกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์นี้ไปเป็นต้นแบบในการนำอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชนต่างๆ ที่ใกล้เคียงกันมาผลิตเป็นสินค้าเพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

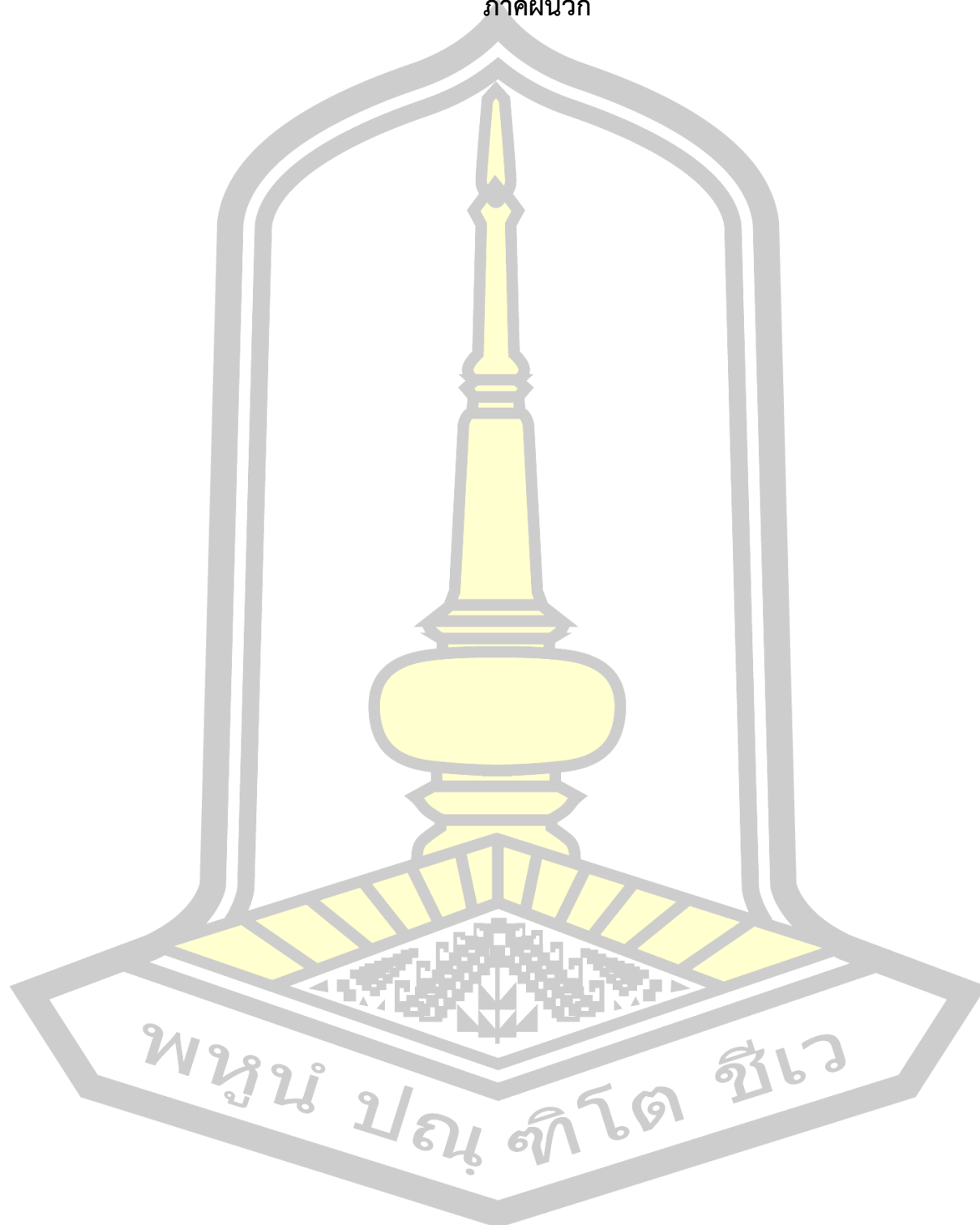
3.ในการวิจัยครั้งต่อไปสามารถนำวัสดุภายในชุมชนมาสร้างสรรค์ผสมผสานกับอัตลักษณ์ยุคใหม่และวัฒนธรรมของชุมชนแล้วสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมการสร้างงานและมีรายได้ให้กับชุมชน

4.ควรมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และถ่ายทอดความรู้ให้กับคนรุ่นใหม่ในชุมชน โดยการให้เข้ามามีส่วนร่วมกับการจัดกิจกรรมภายในชุมชนมากขึ้นพร้อมทั้งการสอดแทรกการทอตุ่งไทลื้อเข้าไปในหลักสูตรการเรียนการสอน การให้เยาวชนได้เรียนรู้การนำอัตลักษณ์มาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเมื่อศึกษาก็จะส่งผลให้เยาวชนรู้สึกสำนึกรักในความเป็นตัวตนชาติพันธุ์ไทลื้อมากขึ้น

5.หน่วยงานภาครัฐภายในชุมชนควรให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง โดยการให้นักพัฒนาผลิตภัณฑ์มาให้ความรู้กับผู้ประกอบการทั้งในด้านการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เทคนิควิธีการและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก เอกสารรับรองโครงการวิจัย จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม





คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

เลขที่การรับรอง : 272-261/2565

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาอังกฤษ) Tung : Cultural Identity of Tai Lue for Creative Product Development.

ผู้วิจัย : นางนงนุช กลิ่นพิกุล

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์

สถานที่ทำการวิจัย : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ประเภทการพิจารณาแบบ : แบบเร่งรัด

วันที่รับรอง : 25 กรกฎาคม 2565

วันหมดอายุ : 24 กรกฎาคม 2566

ข้อเสนอการวิจัยนี้ ได้รับการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคามแล้ว และอนุมัติในด้านจริยธรรมให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องข้างต้นได้ บนพื้นฐานของโครงการงานวิจัยที่คณะกรรมการฯ ได้รับและพิจารณา เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วให้ผู้วิจัยส่งแบบฟอร์มการปิดโครงการและรายงานผลการดำเนินงานมายังคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หรือ หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจะต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

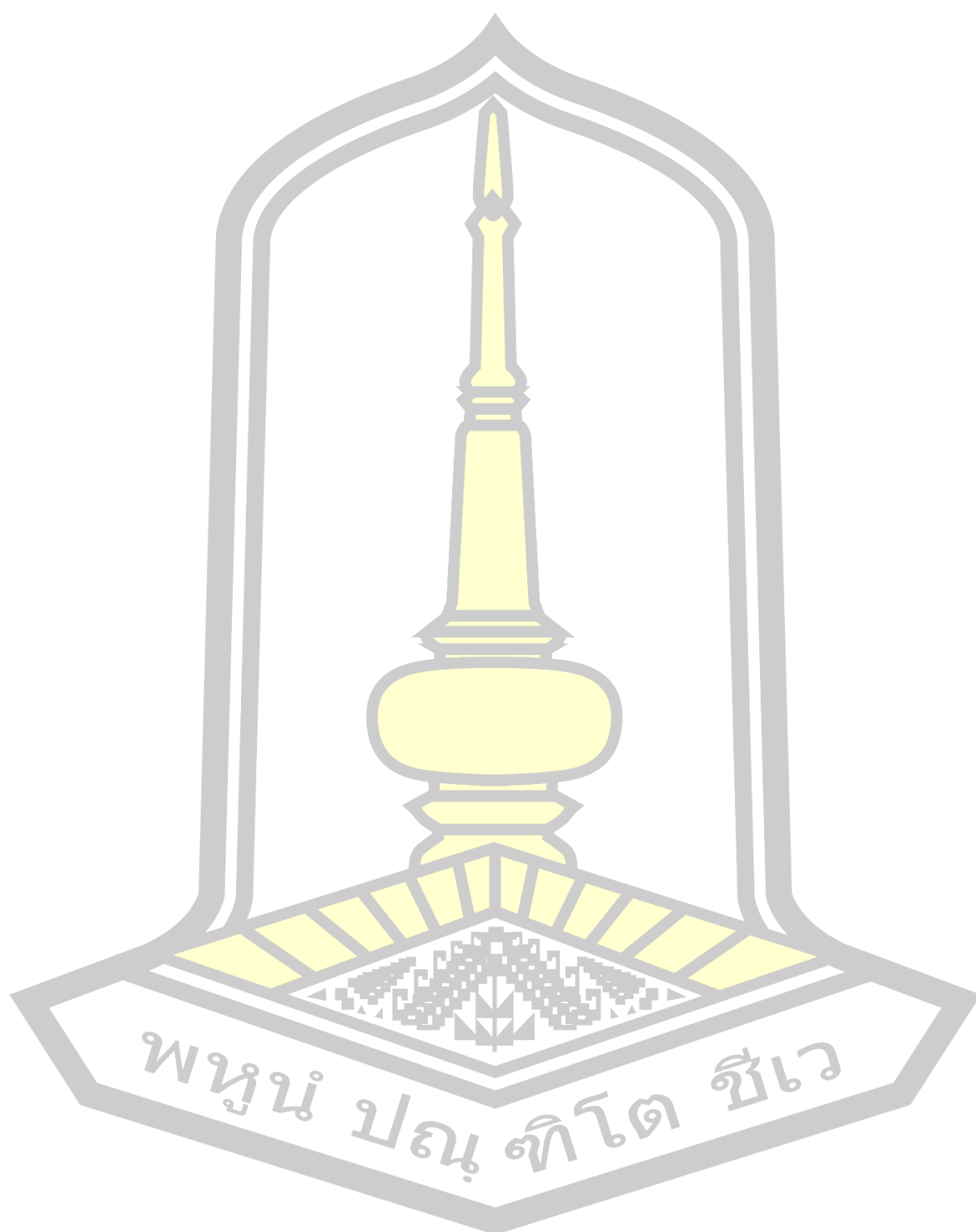
ศาสตราจารย์ ดร. สว่างจิตร์

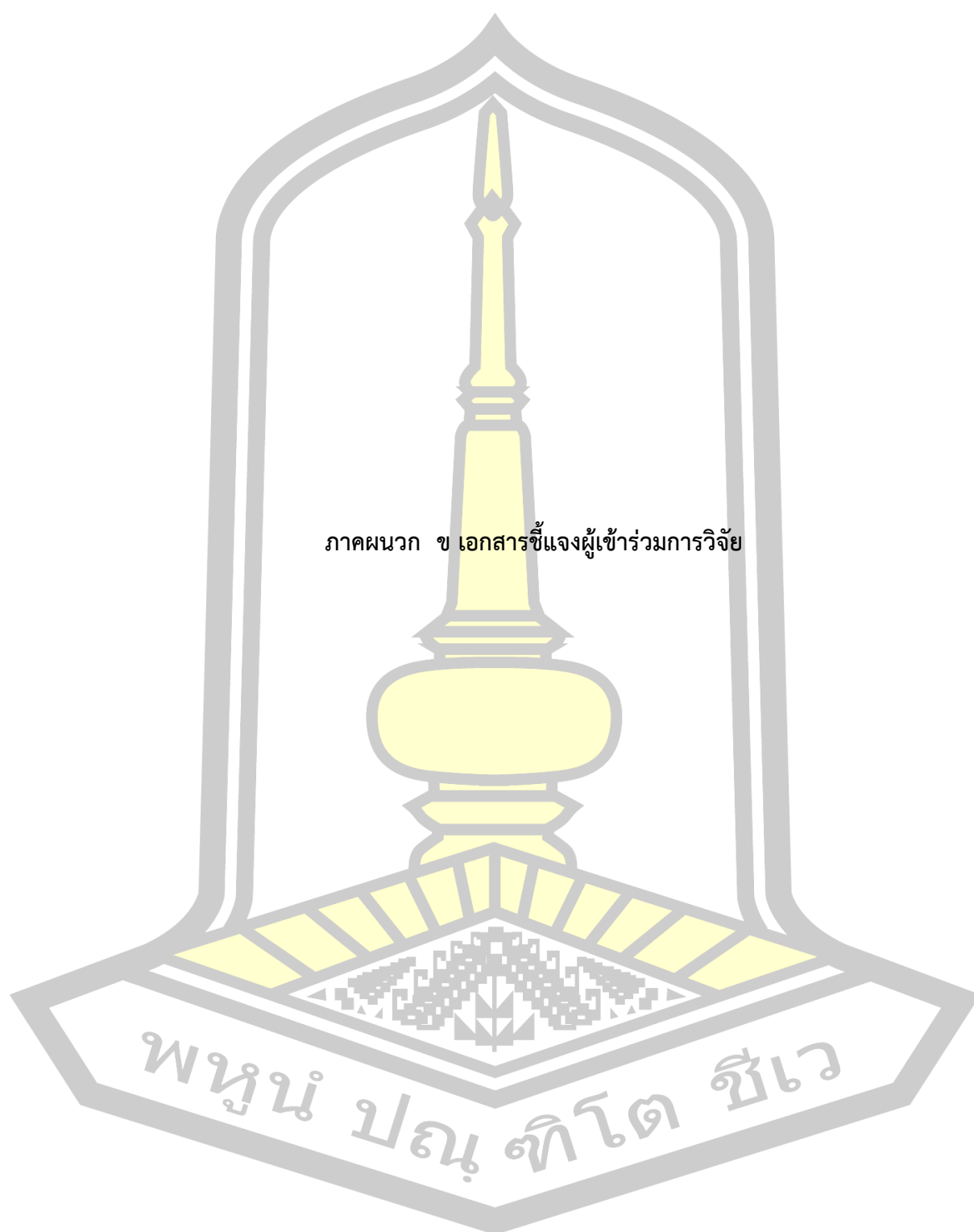
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษัษฐโณปกรณ์ สว่างจิตร์)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)





เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย (สำหรับการประเมินการออกแบบ)
(สำหรับการตอบแบบสอบถาม 18 ปีขึ้นไป)



เรียน

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นางนงคณุช กลิ่นพิกุล นิสิตปริญญาเอก สาขาการวิจัยและสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง “จุด : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาจุดในวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อด้านรูปแบบลวดลาย วัสดุ การผลิต การใช้งาน ความเชื่อและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 2) เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของจุดไทลื้อโดยใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
- 3) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโดยใช้แนวทางในการออกแบบจากอัตลักษณ์จุดไทลื้อ

ท่านอาจจะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ แต่ข้อมูลที่ได้จะมีประโยชน์ต่อทางวิชาการ สถาบันการศึกษาและชุมชนที่ต้องการอนุรักษ์ภูมิปัญญาหรือแสดงถึงอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อ

หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามพร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นในการประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในประเด็นที่สอดคล้องงานวิจัย โดยประกอบด้วยคำถามที่มีทั้งหมด 3 ส่วน ซึ่งจะใช้เวลาในการประเมินประมาณ 1 ชั่วโมง โดยจะขอสอบถามที่บ้านของท่านหรือสถานที่ผู้เชี่ยวชาญสะดวก

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะขออนุญาตบันทึกเสียง ถ่ายภาพและบันทึกวิดีโอ และจะดำเนินการทำลายข้อมูลภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย

หากท่านรู้สึกอึดอัดหรือรู้สึกไม่สบายใจกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบแบบสอบถามเหล่านั้นได้รวมถึงท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการปฏิบัติงานหรือการดำเนินชีวิตของท่านแต่ประการใด ข้อมูลในการประเมินจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคลแต่จะรายงานผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้นและจะดำเนินการทำลายข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย

ในการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ ท่านจะได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินจำนวน 2,000 บาท /ท่าน

หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัย โปรดติดต่อได้ที่ นางนงคณุช กลิ่นพิกุล สาขาการวิจัยและสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โทรศัพท์ 086 990 3495 หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้หรือต้องการทราบสิทธิของท่านขณะเข้าร่วมการวิจัยนี้ สามารถติดต่อได้ที่ “คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม” โทร. 043-754416 เบอร์ภายใน 1755

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

(นงคณุช กลิ่นพิกุล)

ผู้วิจัย

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย (สำหรับการสัมภาษณ์)
(สำหรับการตอบแบบสอบถาม 18 ปีขึ้นไป)



เรียน

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นางนงนุช กลิ่นพิกุล นิสิตปริญญาเอก สาขาการวิจัยและสร้างสรรค์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง “*ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์*” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาตุงในวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อด้านรูปแบบลวดลาย วัสดุ การผลิต การใช้งาน ความเชื่อและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 2) เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของตุงโดยใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
- 3) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโดยใช้แนวทางในการออกแบบจากอัตลักษณ์ตุงไทลื้อ

ท่านอาจจะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ แต่ข้อมูลที่ได้จะมีประโยชน์ต่อทางวิชาการ สถาบันการศึกษาและชุมชนที่ต้องการอนุรักษ์ภูมิปัญญาหรือแสดงถึงอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อ

หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะขอสัมภาษณ์ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ความเชื่อ รูปแบบและความหมาย พิธีกรรมและการนำตุงไปใช้งาน วัสดุและการผลิตตุง ซึ่งประกอบด้วยคำถามที่มีทั้งหมด 2 ส่วน จำนวน 9 ข้อ ซึ่งจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 1 ชั่วโมง โดยจะขอสัมภาษณ์ที่บ้านของท่านหรือสถานที่ที่อาสาสมัครสะดวก

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะขออนุญาตบันทึกเสียง ถ่ายภาพและบันทึกวิดีโอที่สนทนา และจะดำเนินการทำลายข้อมูลภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย

หากท่านรู้สึกอึดอัดหรือรู้สึกไม่สบายใจกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามเหล่านั้นได้รวมถึงท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการปฏิบัติงานหรือการดำเนินชีวิตของท่านแต่ประการใด ข้อมูลในการสัมภาษณ์จะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคลแต่จะรายงานผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้นและจะดำเนินการทำลายข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ท่านจะไม่ได้รับค่าตอบแทนและไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

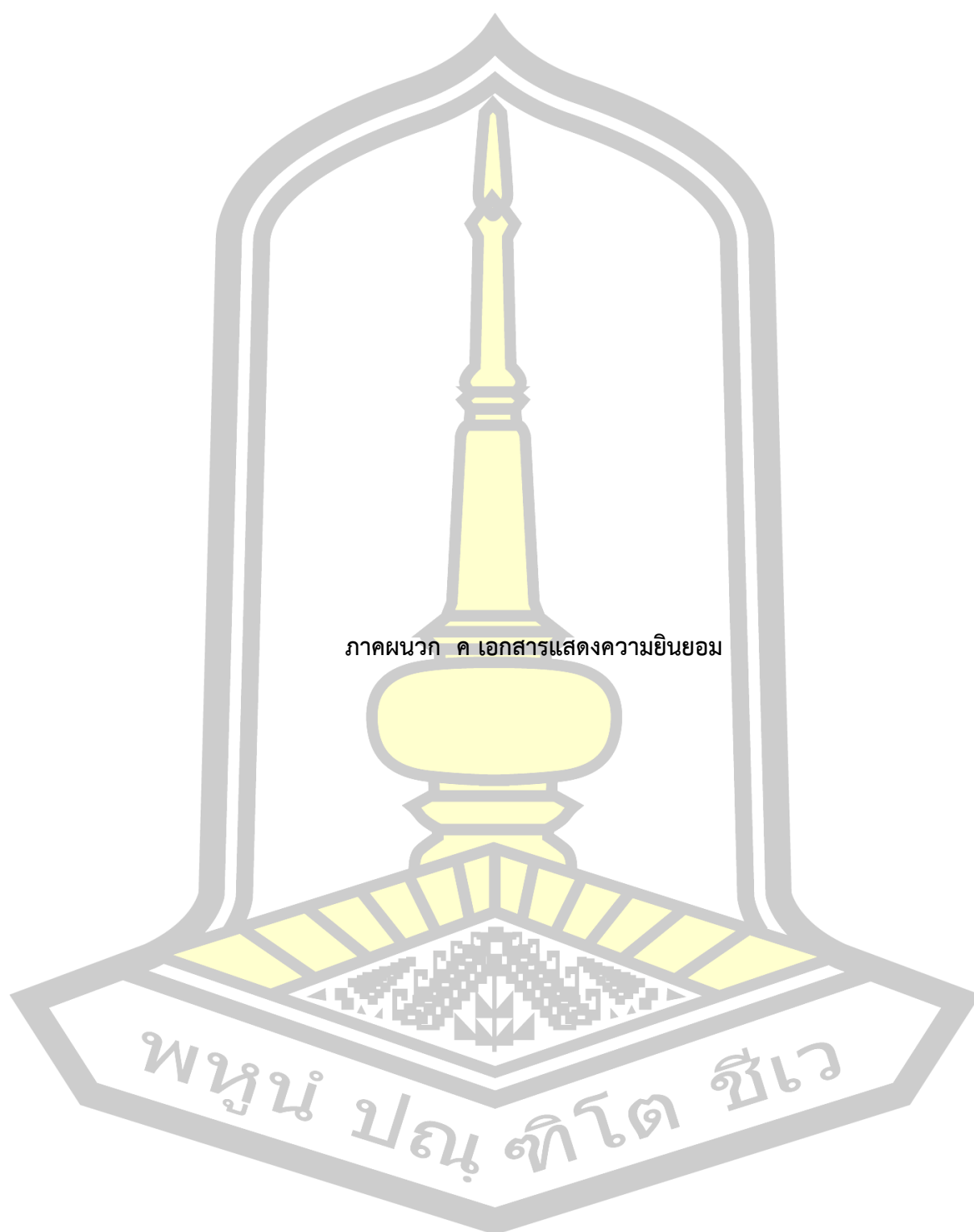
หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัย โปรดติดต่อได้ที่ นางนงนุช กลิ่นพิกุล สาขาการวิจัยและสร้างสรรค์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โทรศัพท์ 086 990 3495

หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้หรือต้องการทราบสิทธิของท่านขณะเข้าร่วมการวิจัยนี้ สามารถติดต่อได้ที่ “คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม” โทร. 043-754416 เบอร์ภายใน 1755

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

(นงนุช กลิ่นพิกุล)

ผู้วิจัย



261/65

ECMSU01-06.03

แบบแสดงความยินยอมให้ทำการวิจัยจากอาสาสมัคร
(สำหรับอาสาสมัครอายุ 18 ปีขึ้นไป)

ข้าพเจ้า (นาง/นางสาว/นาย) นามสกุล อายุ ปี
บ้านเลขที่ หมู่ที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด

ได้อ่านคำชี้แจง/รับฟังคำอธิบายจาก นางนงคณัฐ กลิ่นพิกุล (หัวหน้าโครงการวิจัย) เกี่ยวกับการเป็นอาสาสมัครในโครงการวิจัยเรื่อง “*ชุดลักษณะวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนามลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์*” โดยข้อความที่อธิบายประกอบด้วย รายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย, รายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ที่ข้าพเจ้าต้องปฏิบัติและได้รับการปฏิบัติ, ประโยชน์ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัย รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่าน/รับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ ให้สัมภาษณ์ โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อสงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ตลอดจนการรับรองจากผู้วิจัยที่จะเก็บรักษาข้อมูลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ และไม่ระบุชื่อหรือข้อมูลส่วนตัวเป็นรายบุคคลต่อสาธารณชน โดยผลการวิจัยจะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น “ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ” และข้าพเจ้าสามารถถอนตัวจากการศึกษาเมื่อใดก็ได้ถ้าข้าพเจ้าปรารถนา โดยจะไม่มีผลกระทบและไม่เสียสิทธิใดๆ ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตประเพณี พิธีกรรมและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับชุด รูปแบบสวดลายที่ปรากฏ วัสดุ การผลิต การนำไปใช้และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ข้าพเจ้าจะได้รับต่อไปในอนาคต

ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงอาสาสมัคร และแบบแสดงความยินยอมนี้โดยตลอดแล้วจึงลงลายมือชื่อไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....ผู้ขอความยินยอม

(นงคณัฐ กลิ่นพิกุล)

วันที่.....



ECMSU01-06.03

แบบแสดงความยินยอมให้ทำการวิจัยจากอาสาสมัคร
(สำหรับอาสาสมัครอายุ 18 ปีขึ้นไป)

ข้าพเจ้า (นาง/นางสาว/นาย) นามสกุล อายุ ปี
บ้านเลขที่ หมู่ที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด

ได้อ่านคำชี้แจง/รับฟังคำอธิบายจาก นางนงคณัฐ กลิ่นพิกุล (หัวหน้าโครงการวิจัย) เกี่ยวกับการเป็นอาสาสมัคร/ผู้เชี่ยวชาญในโครงการวิจัยเรื่อง “ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนามลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์” โดยข้อความที่อธิบายประกอบด้วย รายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย, รายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ที่ข้าพเจ้าต้องปฏิบัติและได้รับการปฏิบัติ, ประโยชน์ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัย รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่าน/รับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัคร/ผู้เชี่ยวชาญที่ ให้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อสงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ตลอดจนการรับรองจากผู้วิจัยที่จะเก็บรักษาข้อมูลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ และไม่ระบุชื่อหรือข้อมูลส่วนตัวเป็นรายบุคคลต่อสาธารณชน โดยผลการวิจัยจะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น “ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร/ผู้เชี่ยวชาญ ของโครงการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ” และข้าพเจ้าสามารถถอนตัวจากการศึกษานี้เมื่อใดก็ได้ถ้าข้าพเจ้าปรารถนา โดยจะไม่มีผลกระทบและไม่เสียสิทธิใดๆ ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่ข้าพเจ้าจะได้รับต่อไปในอนาคต

ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงอาสาสมัคร และแบบแสดงความยินยอมนี้โดยตลอดแล้วจึงลงลายมือชื่อไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร/ผู้เชี่ยวชาญ

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....ผู้ขอความยินยอม

(นงคณัฐ กลิ่นพิกุล)

วันที่.....



ECMSU01-06.04

แบบแสดงความยินยอมให้ทำการวิจัยจากอาสาสมัคร
(สำหรับอาสาสมัครที่ไม่สามารถอ่านออก-เขียนได้ : ประทับลายนิ้วมือ)

ข้าพเจ้า (นาง/นางสาว/นาย) นามสกุล อายุ ปี
 บ้านเลขที่ หมู่ที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด

ได้อ่านคำชี้แจง/รับฟังคำอธิบายจาก นางนงนุช กลิ่นพิกุล เกี่ยวกับการเป็นอาสาสมัครในโครงการวิจัยเรื่อง “ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์” โดยข้อความที่อธิบายประกอบด้วย รายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย, รายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ที่ข้าพเจ้าต้องปฏิบัติและได้รับการปฏิบัติ, ประโยชน์ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัย รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่าน/รับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ให้สัมภาษณ์ โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อสงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ตลอดจนการรับรองจากผู้วิจัยที่จะเก็บรักษาข้อมูลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ และไม่ระบุชื่อหรือข้อมูลส่วนตัวเป็นรายบุคคลต่อสาธารณชน โดยผลการวิจัยจะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น “ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ” และข้าพเจ้าสามารถถอนตัวจากการศึกษาเมื่อใดก็ได้ ถ้าข้าพเจ้าปรารถนา โดยจะไม่มีผลกระทบและไม่เสียสิทธิใดๆ ในการในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตประเพณี พิธีกรรมและพฤติกรรมเกี่ยวกับตุง รูปแบบลวดลายที่ปรากฏ วัสดุ การผลิต การนำไปใช้และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ข้าพเจ้าจะได้รับต่อไปในอนาคต

ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงอาสาสมัคร และแบบแสดงความยินยอมนี้โดยตลอดแล้วจึงลงลายมือชื่อไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร

(.....)

วันที่.....

หมายเหตุ: ในกรณีที่อาสาสมัครไม่สามารถ อ่านหนังสือ/ลงลายมือชื่อ ได้ ให้ใช้การประทับลายมือแทนดังนี้:

ลงชื่อ.....พยาน (กรณีที่ทำคำชี้แจงให้อาสาสมัครฟัง)

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....ผู้ขอความยินยอม

(.....)

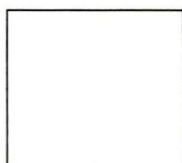
วันที่.....



ECMSU01-06.04

ข้าพเจ้าไม่สามารถอ่านหนังสือได้ แต่ผู้วิจัยได้อ่านข้อความในแบบยินยอมนี้ให้แก่ข้าพเจ้าฟังจนเข้าใจดี

ข้าพเจ้าจึงประทับตราลายนิ้วมือของข้าพเจ้าในแบบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ



ลายมือชื่อผู้อธิบาย.....

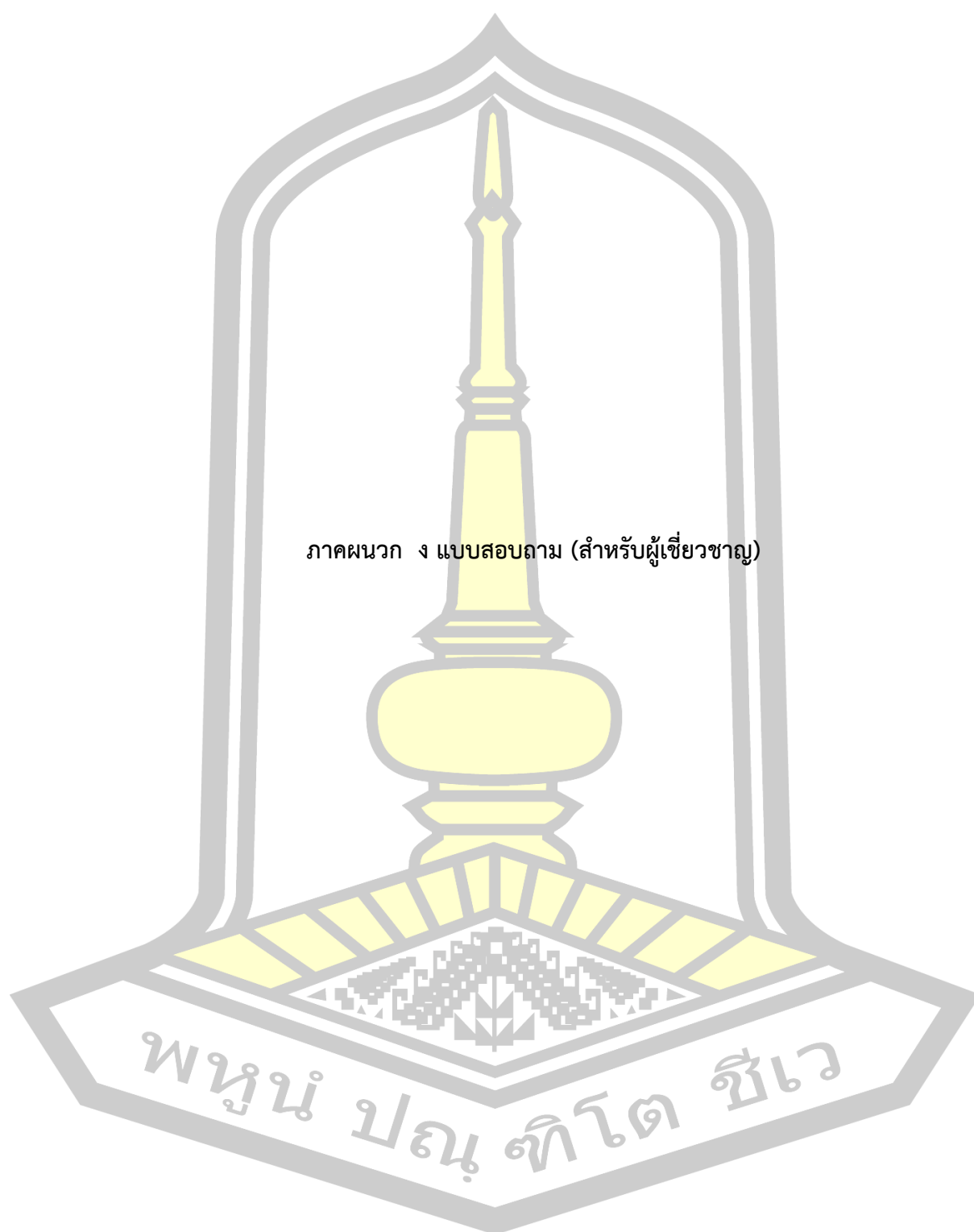
(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ลายมือพยาน..... (พยานต้องไม่ใช่แพทย์หรือผู้วิจัย)

(.....)







แบบสอบถาม (สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)

ชื่อโครงการวิจัย : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

ผู้วิจัย: นางนงคณัฐ กลิ่นพิกุล

นิติปรัชญาเอก สาขาวิชาการวิจัยและสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์

คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาถึงวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อในด้านรูปแบบลวดลาย วัสดุ การผลิต การใช้งาน ความเชื่อและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 2) เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของไทลื้อโดยใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโดยใช้แนวทางในการออกแบบจากอัตลักษณ์ของไทลื้อ ซึ่งการประเมินความคิดเห็นเป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงหรือพัฒนาให้รูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับต่อความต้องการของผู้บริโภคต่อไป แบบสอบถามชุดนี้มี 3 ส่วน โดยผู้วิจัยขอให้ท่านตอบข้อคำถามโดยการแสดงความคิดเห็นตามสภาพความเป็นจริง ข้อมูลทั้งหมดจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น หากท่านมีข้อสงสัยประการใด โปรดติดต่อผู้วิจัยหรือที่หมายเลขโทรศัพท์ 086-990-3495 หรือ e-mail: 64012464001@msu.ac.th ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาให้ข้อมูลในครั้งนี้

ส่วนที่ 1 ประวัติส่วนตัว

ชื่อ นามสกุล

เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

อายุ ปี

อาชีพ ตำแหน่ง

ประสบการณ์ทำงาน ปี



ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

- 2.1) รูปแบบผลิตภัณฑ์ภาพรวมแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทยหรือไม่ อย่างไร
- 2.2) ด้านความงาม
 - 2.2.1) รูปแบบมีความทันสมัย แปลกใหม่เหมาะสมกับผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร
 - 2.2.2) รูปแบบมีขนาดที่เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
 - 2.2.3) รูปแบบมีรูปทรง ลวดลายและสีสันทบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ดังไทยหรือไม่ อย่างไร
- 2.3) ด้านความเหมาะสมในการใช้งานกับกลุ่มเป้าหมาย
- 2.4) ด้านความเหมาะสมของวัสดุและการผลิต
- 2.5) ด้านความคุ้มค่าของรูปแบบต่อการตัดสินใจซื้อและความสัมพันธ์กับแนวโน้มความต้องการทางการตลาดหรือไม่อย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ



ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

คำชี้แจง ให้ผู้เชี่ยวชาญ ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน

ระดับค่าคะแนน 5 เท่ากับมากที่สุด, 4 เท่ากับมาก, 3 เท่ากับปานกลาง, 2 เท่ากับน้อย, 1 เท่ากับน้อยที่สุด

รายละเอียด	ประเมินรูปแบบการผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน ชุดพรรณพฤกษา																			
	A1					A2					A3					A4				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2.1) รูปแบบผลิตภัณฑ์ภาพรวมแสดงถึงอัตลักษณ์ตัวหล่อ																				
2.2) ด้านความงาม																				
2.2.1) รูปแบบมีความทันสมัยแปลกใหม่																				

รายละเอียด	ประเมินรูปแบบการผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน ชุดพรรณพฤกษา																			
	A1					A2					A3					A4				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2.2.2) รูปแบบมีขนาดที่เหมาะสม																				
2.2.3) มีรูปทรงลวดลายและสีล้นที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ตัวหล่อ																				
2.3) ด้านความเหมาะสมในการใช้งานกับกลุ่มเป้าหมาย																				
2.3.1) ทำความสะอาดง่าย																				

ศูนย์ ปณ. จีโต้

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

คำชี้แจง ให้ผู้เชี่ยวชาญ ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน

รายละเอียด	ประเมินรูปแบบการผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน ชุดสัตว์																								
	B1					B2					B3					B4					B5				
																									
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
2.1) รูปแบบผลิตภัณฑ์ภาพรวมแสดงถึงอัตลักษณ์ตุงให้สื่อ																									
2.2) ด้านความงาม																									
2.2.1) รูปแบบมีความทันสมัยแปลกใหม่																									

รายละเอียด	ประเมินรูปแบบการผลิตกับเครื่องประดับเงิน ชุดสัตว์																								
	B1					B2					B3					B4					B5				
																									
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2.4.2) วัสดุที่ใช้สามารถจัดหาได้ในประเทศ																									
2.4.3) สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม																									
2.4.4) การผลิตมีแบบและแม่พิมพ์ที่ถ่ายทอดการผลิต																									

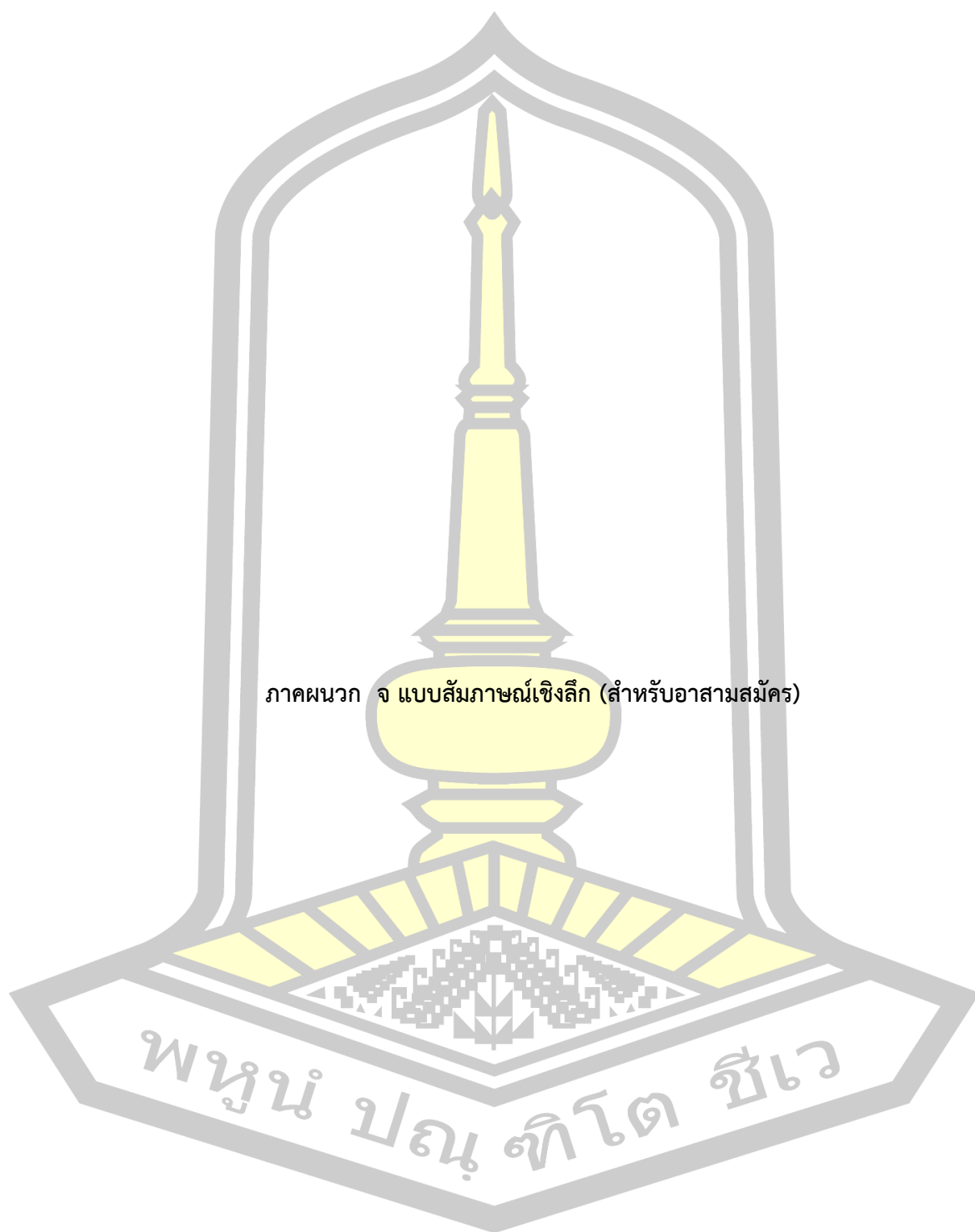
รายละเอียด	ประเมินรูปแบบการผลิตกับเครื่องประดับเงิน ชุดสัตว์																								
	B1					B2					B3					B4					B5				
																									
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2.5) ด้านความคุ้มค่าของรูปแบบต่อการตัดสินใจซื้อและมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มความต้องการทางการตลาด																									

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

รายละเอียด	ประเมินรูปแบบการผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน ชุดสิ่งของเครื่องใช้																								
	C1					C2					C3					C4					C5				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2.5) ด้านความ คุ้มค่าของ รูปแบบต่อการ ตัดสินใจซื้อ และมี ความสัมพันธ์ กับแนวโน้ม ความต้องการ ทางการตลาด																									

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ





ภาคผนวก จ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (สำหรับอาสาสมัคร)



แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ชื่อโครงการวิจัย : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

ผู้วิจัย: นางนงคณัฐ กลิ่นพิกุล

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาการวิจัยและสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์

คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาถึงในวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อด้านรูปแบบลวดลาย วัสดุ การผลิต การใช้งาน ความเชื่อและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 2) เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของไทลื้อโดยใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโดยใช้แนวทางในการออกแบบจากอัตลักษณ์ของไทลื้อ ในขณะที่ทำการสัมภาษณ์ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถหยุดพักได้ตามความต้องการและผู้วิจัยจะขออนุญาตบันทึกเสียงในขณะที่ทำการสัมภาษณ์ด้วย ทั้งนี้เพื่อนำไปวิเคราะห์รายละเอียดของข้อมูลต่อไป โดยข้อมูลทั้งหมดจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในทางการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยจะไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์และจะทำลายข้อมูลทั้งหมดทั้งเมื่อจบการศึกษา หากท่านมีข้อสงสัยประการใด โปรดติดต่อผู้วิจัยหรือที่หมายเลขโทรศัพท์ 086-990-3495 ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาให้ข้อมูลในครั้งนี้

ผู้สัมภาษณ์

ชื่อ - นามสกุล วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์.....

เวลา : สถานที่ :

ผู้ถูกสัมภาษณ์

ชื่อ - นามสกุล อายุ ปี

ระดับการศึกษา.....

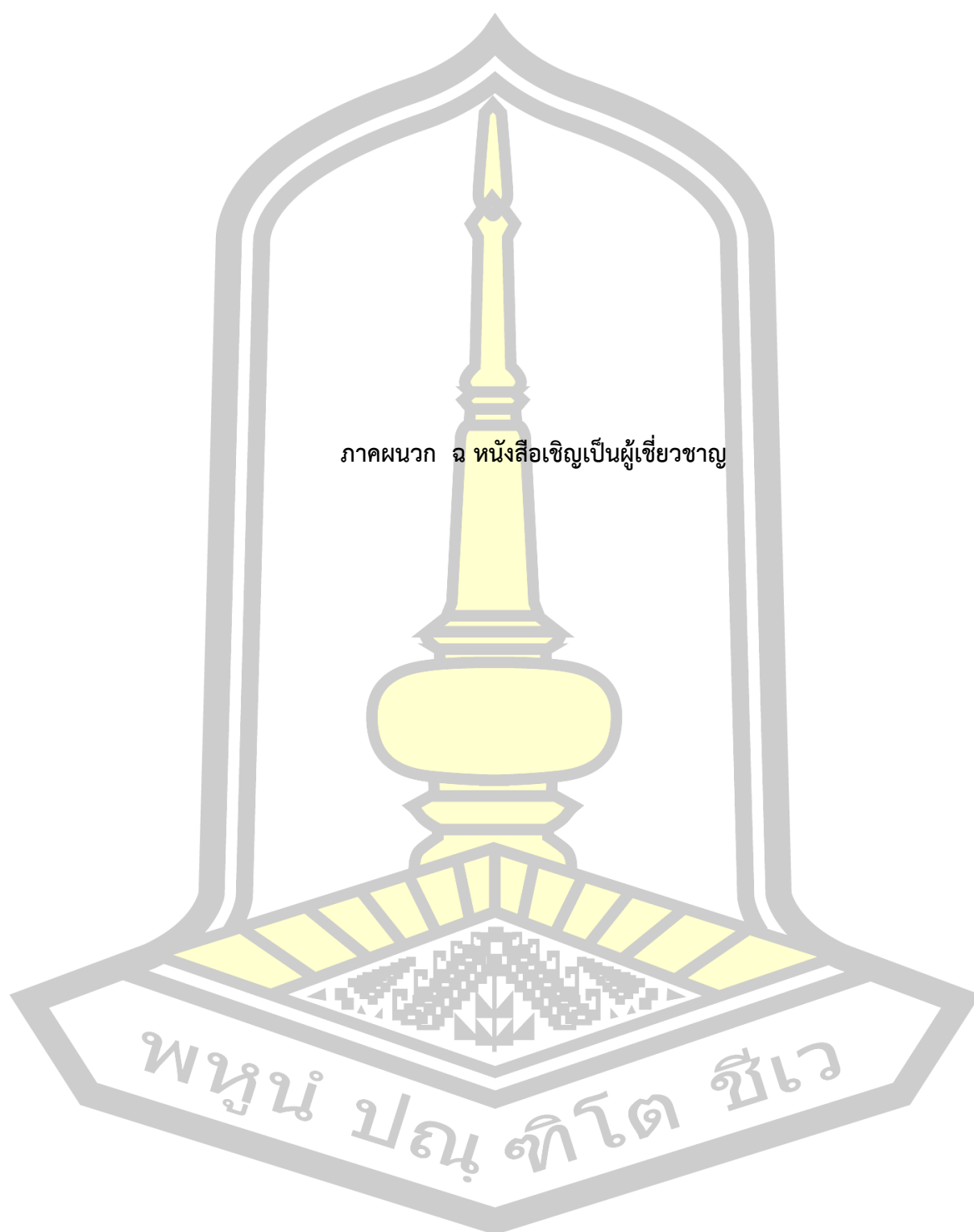
อาชีพ ประสบการณ์ทำงาน



ส่วนคำถาม

- 1) ตามความเชื่อของชาวไทลื้อนั้นคืออะไร ทำไมต้องมีตุ่ง
- 2) มีพิธีกรรม ประเพณีหรืองานประเพณีใดบ้างที่มีการนำตุ่งไปใช้งาน และมีนำไปใช้ประกอบอย่างไร
- 3) ตุ่งไทลื้อมีกี่ประเภท อะไรบ้างและที่นิยมคืออะไร
- 4) ความต้องการตุ่งไทลื้อ กลุ่มผู้ซื้อคือใคร และตุ่งมีราคาเท่าไร
- 5) ลวดลายที่อยู่บนผืนตุ่งไทลื้อมีความหมายอย่างไรบ้าง และความเชื่อที่เหมือนหรือแตกต่างกันของอดีตและปัจจุบันอย่างไร
- 6) สีเส้นของผืนตุ่งและลวดลายในอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
- 7) วัสดุ อุปกรณ์คืออะไร และใช้เทคนิคการผลิตใดในการผลิต
- 8) ปัจจุบันมีการนำตุ่งไปประยุกต์หรือปรับเปลี่ยนเป็นอะไรบ้าง และเห็นด้วยหรือไม่ ถ้าไม่เห็นด้วยทำไมถึงคิดเช่นนั้น
- 9) ข้อเสนอแนะอื่นๆ







ที่ อว 0605.15(1)/ 13๕

คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย
จังหวัดมหาสารคาม 44150

27 ธันวาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินงานออกแบบ

เรียน รองศาสตราจารย์.ดร.กิตติศักดิ์ อริยะเครือ

ด้วยนางนงคณัฐ กลิ่นพิบูล นิสิตระดับปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาการวิจัย และสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ทำวิทยานิพนธ์ ชื่อเรื่อง “ ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ (Tung : Cultural Identity of Tai Lue for Creative Product Development)”

ในการนี้ คณะฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นควรว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ที่นิสิต ศึกษาวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ พันลูกท้าว)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์/โทรสาร 043-754384

ผู้ประสานงาน : นางสาวนฤมล ทารกล้า โทร. 080 - 268-9739



ที่ อว 0605.15(1)/ 1366

คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย
จังหวัดมหาสารคาม 44150

27 ธันวาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินงานออกแบบ

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร. ทรงวุฒิ เอกวุฒิงศา

ด้วยนางนงนุช กลิ่นพิกุล นิสิตระดับปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาการวิจัย และสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ทำวิทยานิพนธ์ ชื่อเรื่อง “ ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ (Tung : Cultural Identity of Tai Lue for Creative Product Development)”

ในการนี้ คณะฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นควรว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ที่นิติตศึกษาวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ พันลูกท้าว)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์/โทรสาร 043-754384

ผู้ประสานงาน : นางสาวณมล หารกล้า โทร. 080 - 268-9739



ที่ อว 0605.15(1)/ 1366

คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย
จังหวัดมหาสารคาม 44150

27 ธันวาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินงานออกแบบ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

ด้วยนางนงคณัฐ กลิ่นพิกุล นิสิตระดับปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาการวิจัย และสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ทำวิทยานิพนธ์ ชื่อเรื่อง “ ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ (Tung : Cultural Identity of Tai Lue for Creative Product Development)”

ในการนี้ คณะฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นควรว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ที่นิติตศึกษาวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ พันธุ์ท้าว)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์/โทรสาร 043-754384

ผู้ประสานงาน : นางสาวนฤมล ทารกล้า โทร. 080 - 268-9739



ที่ อว 0605.15(1)/ ๑๖๖7

คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย
จังหวัดมหาสารคาม 44150

27 ธันวาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินงานออกแบบ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ธีร์ โคตรถา

ด้วยนางนงคณัฐ กลิ่นพิบูล นิสิตระดับปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาการวิจัย และสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ทำวิทยานิพนธ์ ชื่อเรื่อง “ ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ (Tung : Cultural Identity of Tai Lue for Creative Product Development)”

ในการนี้ คณะฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นควรว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ที่นิตยศึกษาวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ พันลูกท้าว)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์/โทรสาร 043-754384

ผู้ประสานงาน : นางสาวนฤมล ทารกกล้า โทร. 080 - 268-9739



ที่ อว 0605.15(1)/ 1366

คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย
จังหวัดมหาสารคาม 44150

27 ธันวาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินงานออกแบบ

เรียน อาจารย์. ดร.วิไลลักษณ์ บินดาร์

ด้วยนางนงคณุช กลิ่นพิกุล นิสิตระดับปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาการวิจัย และสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ทำวิทยานิพนธ์ ชื่อเรื่อง “ ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ (Tung : Cultural Identity of Tai Lue for Creative Product Development)”

ในการนี้ คณะฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นควรว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ที่นิสิต ศึกษาวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ พันลูกท้าว)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์/โทรสาร 043-754384

ผู้ประสานงาน : นางสาวนฤมล ทารกล้า โทร. 080 - 268-9739

ที่ อว 0605.15(1)/ 1364



คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย
จังหวัดมหาสารคาม 44150

27 ธันวาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินงานออกแบบ

เรียน อาจารย์ณัฐริกา พรหมทา

ด้วยนางนงนุช กลิ่นพิกุล นิสิตระดับปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาการวิจัยและ
สร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ทำวิทยานิพนธ์ ชื่อเรื่อง “ ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
(Tung : Cultural Identity of Tai Lue for Creative Product Development)”

ในการนี้ คณะฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นควรว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงใคร่
ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ที่นิสิตศึกษาวิจัย
จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ พันลูกท้าว)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์/โทรสาร 043-754384

ผู้ประสานงาน : นางสาวณมล ทารกล้า โทร. 080 - 268-9739



ที่ อว 0605.15(1)/ 1362

คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย
จังหวัดมหาสารคาม 44150

27 ธันวาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินงานออกแบบ

เรียน นางสาวบุรณ์ วันอุทา

ด้วยนางนงคันช กลิ่นพิกุล นิสิตระดับปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาการวิจัย และสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ทำวิทยานิพนธ์ ชื่อเรื่อง “ ตุง : อัตลักษณ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ (Lung : Cultural Identity of Tai Lue for Creative Product Development)”

ในการนี้ คณะฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นควรว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ที่นิตติศึกษาวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

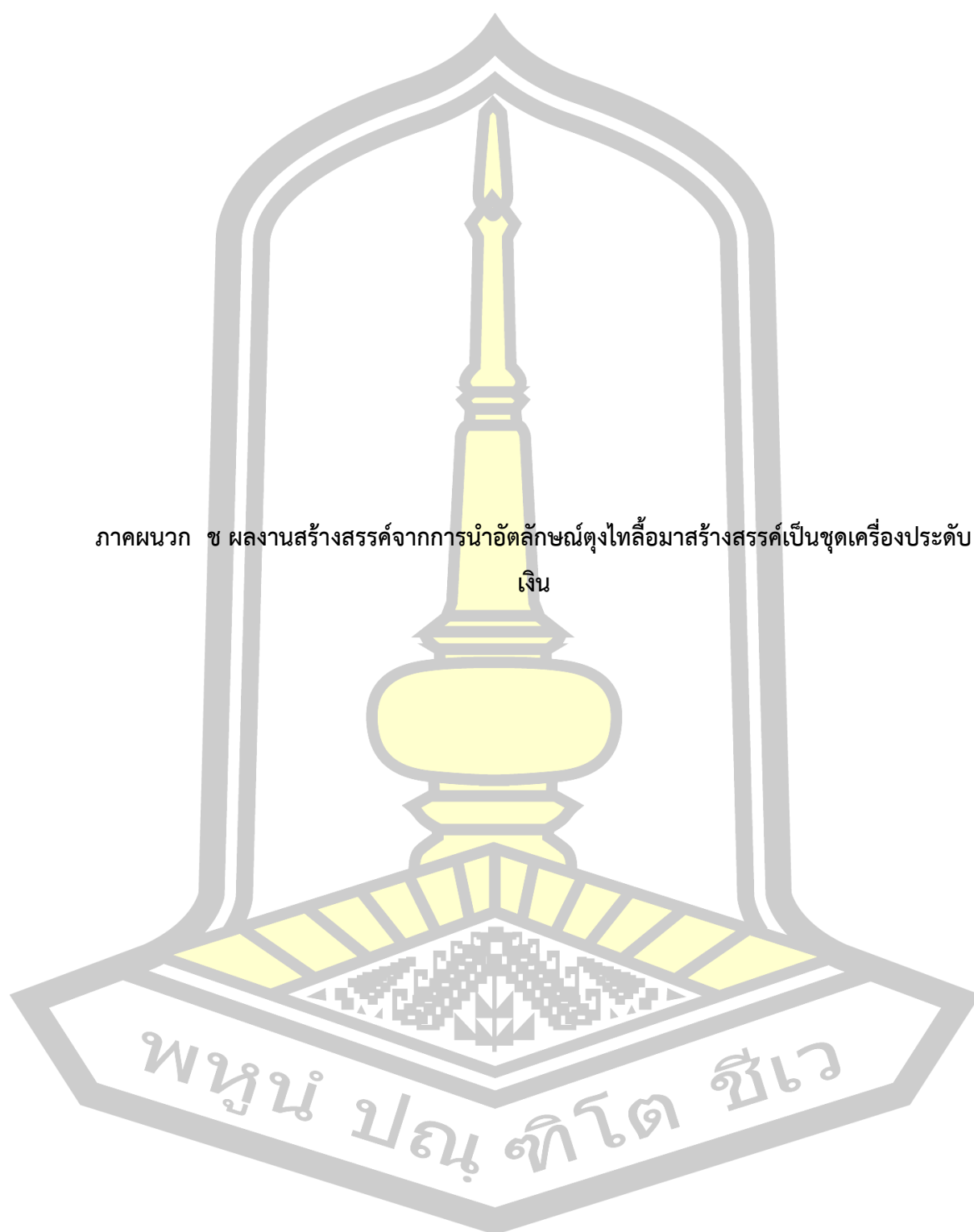
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ พันลูกท้าว)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์
ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์/โทรสาร 043-754384

ผู้ประสานงาน : นางสาวณมล ทารกล้า โทร. 080 - 268-9739



AP JEWELRY

*Smooth Luxury &
Beliefs that Help
to Ensure*

2023

Inspiration

Identity of Tung Tai Lue

Design by Nongnuch Klinpikul
MSU 64012464001



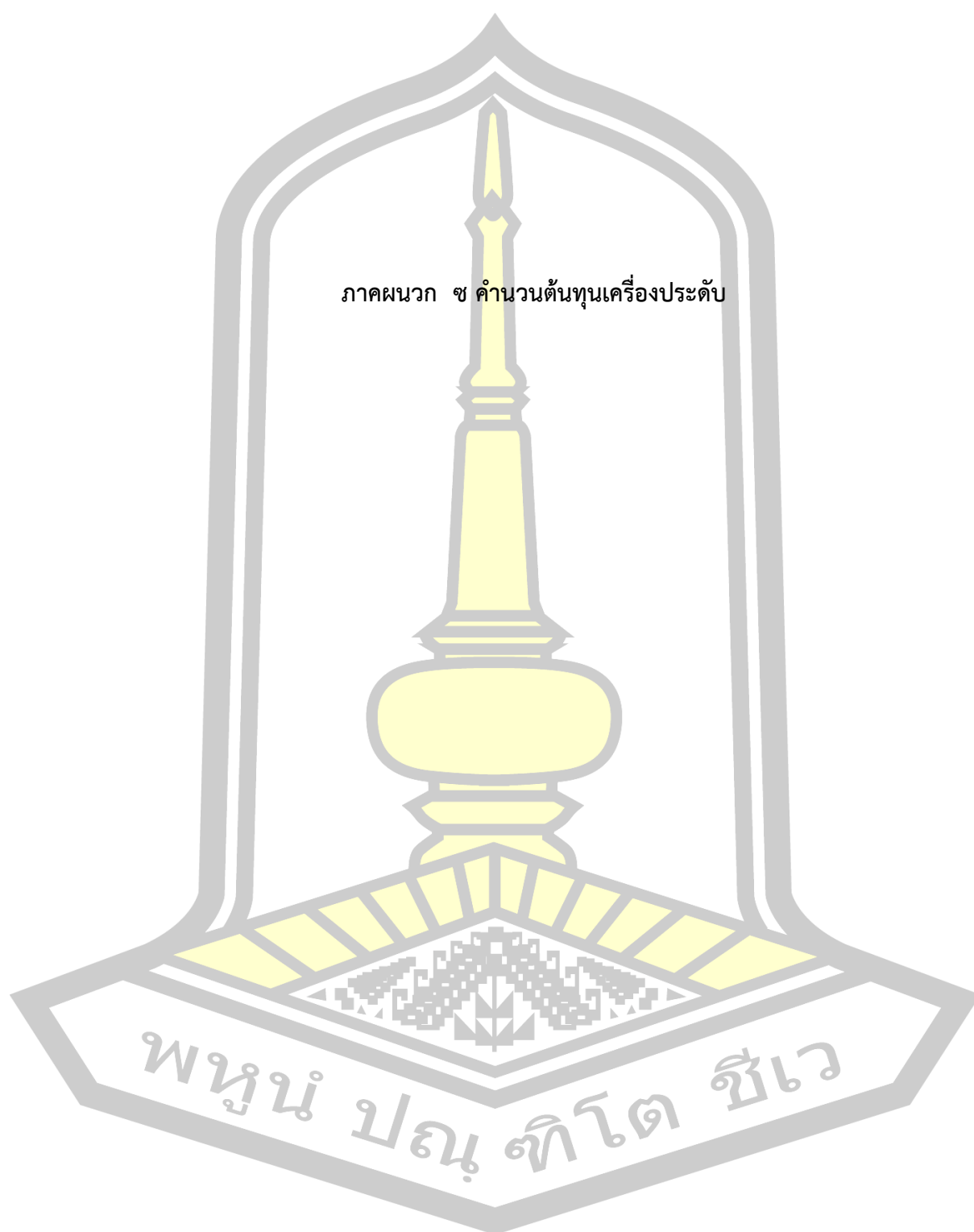
ชุดเครื่องประดับเงิน ชุดพรรณพฤกษา



พหุพันธ์ ปณฺ์ จิวเวอรี่ ชีวเว
ชุดเครื่องประดับเงิน ชุดสัตว์



ชุดเครื่องประดับเงิน ชุดสิ่งของเครื่องใช้



คำนวณต้นทุนเครื่องประดับเงินชุดพรรณพุกษา (SET A)

ที่	รายการ	ราคา/หน่วย (บาท)	จำนวน (หน่วย)		รวม (บาท)
1	ค่าเขียนโปรแกรม 3 มิติ สำหรับเขียนเครื่องประดับ	3000	1	set	3,000.00
2	ค่าปρίนส์เรซิน	1000	3	ชิ้น	3,000.00
3	ค่าบล็อกซิลิโคน				
	1) บล็อกซิลิโคนต่างหู	6	60.89	กรัม	365.34
	2) บล็อกซิลิโคนแหวน	6	97.14	กรัม	582.84
	3) บล็อกซิลิโคนจี้	6	3.66	กรัม	21.96
					6,970.14
4	ค่าแรงทำบล็อกซิลิโคน	160	3	ก้อน	480.00
5	ฉีดยา	100	4	ชิ้น	400.00
6	หล่อเงิน				
	1) ต่างหู	35	9.4	กรัม	329.00
	2) แหวน	35	9	กรัม	315.00
	3) จี้	35	13.4	กรัม	469.00
7	เงิน				
	1) ต่างหู	25.518	9.4	กรัม	239.87
	2) แหวน	25.518	9	กรัม	229.66
	3) จี้	25.518	13.4	กรัม	341.94
8	ค่าแรงขัด แต่ง ประกอบ (* + ทางน้ำ 2 กรัม)				
	1) ต่างหู	300	11.4	กรัม	3,420.00
	2) แหวน	300	11	กรัม	3,300.00
	3) จี้	300	15.4	กรัม	4,620.00
9	ค่าฝังพลอย	10	10	เม็ด	100.00
10	พลอย	40	10	เม็ด	400.00
11	ค่าเลเซอร์				
	1) ต่างหู	50	2	ชิ้นงาน	100.00
	2) แหวน	50	1	ชิ้นงาน	50.00
	3) จี้	50	1	ชิ้นงาน	50.00
12	สร้อยเงิน 18 นิ้ว	120	1	เส้น	120.00
					14,964.47

หมายเหตุ

1) นำหนักเงินคำนวณจากโปรแกรมออกแบบเครื่องประดับ 2) ราคาเงินแท่งกรัมละ 25.518 ณ วันที่ 26 มีนาคม 2566

- | | | | |
|--|-----------|---------|-----------|
| 1) ผลิต SET A จำนวน 1 set ค่าเตรียมแม่พิมพ์ เท่ากับ | 6,970.14 | บาท/set | |
| 2) ถ้าผลิต SET A จำนวน 1,000 set ค่าเตรียมแม่พิมพ์ เท่ากับ | 6.97 | บาท/set | (1)/1,000 |
| 3) ค่าวัสดุและค่าแรง SET A จำนวน 1 set เท่ากับ | 14,964.47 | บาท | |
| 4) ค่าวัสดุและค่าแรง SET A จำนวน 1,000 set เท่ากับ | 2,146.94 | บาท | (3)/2 |
| 5) ดังนั้นถ้าจำนวนการผลิต 1 SET ราคาขาย SET A เท่ากับ | 21,934.61 | บาท | (1)+(3) |
| 6) ดังนั้นถ้าจำนวนการผลิต 1,000 SET ราคาขาย SET A เท่ากับ | 2,153.91 | บาท | (2)+(4) |

คำนวณต้นทุนเครื่องประดับเงินชุดสัตว์ (SET B)

ที่	รายการ	ราคา/หน่วย (บาท)	จำนวน (หน่วย)		รวม (บาท)
1	ค่าเขียนโปรแกรม 3 มิติ สำหรับเขียน เครื่องประดับ	3000	1	set	3,000.00
2	ค่าปρίนส์เรซิน	1000	5	ชิ้น	5,000.00
3	ค่าบล็อกซิลิโคน				
	1) บล็อกซิลิโคนต่างหู	6	114.66	กรัม	687.96
	2) บล็อกซิลิโคนแหวน	6	97.12	กรัม	582.72
	3) บล็อกซิลิโคนจี้	6	65.37	กรัม	392.22
					9,662.90
4	ค่าแรงทำบล็อกซิลิโคน	160	4	ก้อน	640.00
5	ฉีดยา	100	6	ชิ้น	600.00
6	หล่อเงิน				
	1) ต่างหู	35	8.4	กรัม	294.00
	2) แหวน	35	4.4	กรัม	154.00
	3) จี้	35	3.2	กรัม	112.00
7	เงิน				
	1) ต่างหู	25.518	8.4	กรัม	214.35
	2) แหวน	25.518	4.4	กรัม	112.28
	3) จี้	25.518	3.2	กรัม	81.66
8	ค่าแรงขัด แต่ง ประกอบ (* + ทางน้ำ 2 กรัม)				
	1) ต่างหู	300	10.4	กรัม	3,120.00
	2) แหวน	300	6.4	กรัม	1,920.00
	3) จี้	300	5.2	กรัม	1,560.00
9	ค่าฝังพลอย	10	75	เม็ด	750.00
10	พลอย	20	75	เม็ด	1,500.00
11	ชุบ (สีโรสโกล)	400	4	ชิ้นงาน	1,600.00
12	ค่าเลเซอร์				
	1) ต่างหู	50	0	ชิ้นงาน	-
	2) แหวน	50	0	ชิ้นงาน	-
	3) จี้	50	0	ชิ้นงาน	-
13	สร้อยเงิน 18 นิ้ว	120	1	เส้น	120.00
					12,778.29

หมายเหตุ

- 1) น้ำหนักเงินคำนวณจากโปรแกรมออกแบบเครื่องประดับ 2) ราคาเงินแท่งกรัมละ 25.518 ณ วันที่ 26 มีนาคม 2566
- 1) ผลิต SET B จำนวน 1 set ค่าเตรียมแม่พิมพ์ เท่ากับ 9,662.90 บาท/set
- 2) ถ้าผลิต SET B จำนวน 1,000 set ค่าเตรียมแม่พิมพ์ เท่ากับ 9.66 บาท/set (1)/1,000
- 3) ค่าวัสดุและค่าแรง SET B จำนวน 1 set เท่ากับ 12,778.29 บาท
- 4) ค่าวัสดุและค่าแรง SET B จำนวน 1,000 set เท่ากับ 1,322.41 บาท (3)/2
- 5) ดังนั้นถ้าจำนวนการผลิต 1 SET ราคาขาย SET B เท่ากับ 22,441.19 บาท (1)+(3)
- 6) ดังนั้นถ้าจำนวนการผลิต 1,000 SET ราคาขาย SET B เท่ากับ 1,332.07 บาท (2)+(4)

คำนวณต้นทุนเครื่องประดับเงินชุดสิ่งของเครื่องใช้ (SET C)

ที่	รายการ	ราคา/หน่วย (บาท)	จำนวน (หน่วย)		รวม (บาท)
1	เตรียมแม่พิมพ์ ค่าเขียนโปรแกรม 3 มิติ สำหรับเขียน เครื่องประดับ	3000	1	set	3,000.00
2	ค่าปรี้นส์เรซิน	1000	4	ชิ้น	4,000.00
3	ค่าบล็อกซิลิโคน				
	1) บล็อกซิลิโคนต่างหู	6	63.91	กรัม	383.46
	2) บล็อกซิลิโคนแหวน	6	111.25	กรัม	667.50
	3) บล็อกซิลิโคนจี้	6	75.18	กรัม	451.08
					8,502.04
4	ค่าแรงทำบล็อกซิลิโคน	160	4	ก้อน	640.00
5	ฉีดเทียน	100	6	ชิ้น	600.00
6	หล่อเงิน				
	1) ต่างหู	35	13.6	กรัม	476.00
	2) แหวน	35	8.4	กรัม	294.00
	3) จี้	35	9.1	กรัม	318.50
7	เงิน				
	1) ต่างหู	25.518	13.6	กรัม	347.04
	2) แหวน	25.518	8.4	กรัม	214.35
	3) จี้	25.518	9.1	กรัม	232.21
8	ค่าแรงขัด แต่ง ประกอบ (* + ทางน้ำ 2 กรัม)				
	1) ต่างหู	300	15.6	กรัม	4,680.00
	2) แหวน	300	10.4	กรัม	3,120.00
	3) จี้	300	11.1	กรัม	3,330.00
9	ค่าฝึฟลอย	10	31	เม็ด	310.00
10	ฟลอย	20	31	เม็ด	620.00
11	ชุบ (สีโรสโกล)	400	4	ชิ้นงาน	1,600.00
12	ค่าเลเซอร์				
	1) ต่างหู	50	2	ชิ้นงาน	100.00
	2) แหวน	50	1	ชิ้นงาน	50.00
	3) จี้	50	1	ชิ้นงาน	50.00
13	สร้อยเงิน 18 นิ้ว	120	1	เส้น	120.00
					17,102.11

หมายเหตุ

1) นำหนักเงินคำนวณจากโปรแกรมออกแบบเครื่องประดับ 2) ราคาเงินแท่งกรัมละ 25.518 ณ วันที่ 26 มีนาคม 2566

- | | | | |
|--|-----------|---------|-----------|
| 1) ผลิต SET C จำนวน 1 set ค่าเตรียมแม่พิมพ์ เท่ากับ | 8,502.04 | บาท/set | |
| 2) ถ้าผลิต SET C จำนวน 1,000 set ค่าเตรียมแม่พิมพ์ เท่ากับ | 8.50 | บาท/set | (1)/1,000 |
| 3) ราคาตัววัสดุและค่าแรง SET C จำนวน 1 set เท่ากับ | 17,102.11 | บาท | |
| 4) ราคาตัววัสดุและค่าแรง SET C จำนวน 1,000 set เท่ากับ | 2,011.53 | บาท | (3)/2 |
| 5) ดังนั้น ถ้าราคาขาย SET C จำนวนการผลิต 1 SET เท่ากับ | 25,604.15 | บาท | (1)+(3) |
| 6) ดังนั้น ถ้าราคาขาย SET C จำนวนการผลิต 1,000 SET เท่ากับ | 2,020.03 | บาท | (2)+(4) |

บรรณานุกรม



กนกวรรณ พวงประยงค์. (2561). บทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ในการพัฒนาระดับวิสาหกิจชุมชนไทย. วารสารพัฒนศาสตร์, 1(1), 220-252.

กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2565). สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2565. Retrieved from กรุงเทพมหานคร:
<https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.3108.1.0.html>

กระทรวงพาณิชย์. (2566). สินค้าส่งออก 10 อันดับแรก เดือน กุมภาพันธ์ 2023 (ล้านบาท). ภาพรวมการค้าของไทยไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก สะสมตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ (ล้านเหรียญ). Retrieved from <https://data.moc.go.th/>

กาญจนา แก้วเทพ. (2544). ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพมหานคร: เอดิสันเพรสโปรดักส์จำกัด.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) สำนักงานเชียงราย. (2564). ประเพณีตานธรรม (ตั้งธรรมประเพณีแบบชาวไทลื้อ). Retrieved from <https://checkinphayao.com/job/ประเพณีตานธรรม-ตั้งธรรม/>

กัจจกร สุนพงษ์ศรี. (2556). สุนทรียศาสตร์ หลักปรัชญาศิลปะ ทฤษฎีทัศนศิลป์ ศิลปวิจารณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติกรณ บำรุงบุญ และปิยลักษณ์ โพธิ์วรรณ. (2563). สร้อยดอกหมาก: การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมผ้าทอสัญลักษณ์ จังหวัดมหาสารคาม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 39(3), 117-126.

กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค. (2563). แนวคิดการนำมิติทาง วัฒนธรรมสู่การออกแบบสร้างสรรค์ที่สืบสน. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ, 21(2), 20-41.

กิตติศักดิ์ เยาวนานนท์. (2560). จุดแดง : สัญลักษณ์ในมิติทางวัฒนธรรม. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 9(1), 148-156.

คองมร เหมรัตน์รักษ์, เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์, ประจักษ์ สายแสง, & บัณฑิต ทิพย์เดช.

(2565). สภาพและปัจจัยการเปลี่ยนแปลงของ พิธีกรรมในชุมชนเขตพื้นที่เมืองเก่าอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่. วารสารสหวิทยาการเพื่อการพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, 12(1).

คณะกรรมการสืบค้นประวัติศาสตร์ไทยเกี่ยวกับเงินในเอกสารจีนสำนักนายกรัฐมนตรี (แปล และเรียบเรียง). (2557). บันทึกเรื่องสิบสองปันนา (แปลและเรียบเรียง, Trans.).

คณิต วิณิชัยวิรุฬห์, แปลใน Howkins, J. (2553). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เข้มแข็งจาก ความคิดกันอย่างไร. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC).

โครงการพิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2551). หนังสือนิตยสารแห่งชาติพันธุ์ไท (Vol. 3): สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จักรกฤษณ์ เอกทัศน์. (2558). แผนธุรกิจร้านเครื่องประดับ Forever Jewelry. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร. จังหวัดพะเยา. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 28(2), 173.

จุฑามาศ สินธุเดชากุล. (2565). การศึกษารูปแบบในการจัดจำหน่ายเครื่องประดับผ่านช่องทาง Ecommerce. (การจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย มหิดล, กรุงเทพมหานคร.

จินตนา อินภักดี และ มยุรี ชมภูงาม. (2564). การประยุกต์ลวดลายดินจกแม่แจ่มสำหรับใช้ในงานถักนิตติ้งเพื่อสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์. Rajabhat Chiang Mai Research Journal, 22(2), 123-138.

ใจภักดี บุรพเจตนา. (2563). เครื่องแต่งกายเชิง วัฒนธรรม: แฟชั่นไทลื้อร่วมสมัย. วารสารศิลปกรรม ศาสตร์ วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์, 7(1), 129-138.

ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2550). อัตลักษณ์ วัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลง. เชียงใหม่. Retrieved from https://wsc.soc.cmu.ac.th/womancenter/report_upload/0.21523100-1533827130.pdf

ฉัตรทิพย์ สุวรรณชิน และพนมพร จันทรปัญญา. (2558). การสร้างอัตลักษณ์ของผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา. ปัญญาภิวัฒน์, 7(2), 269-271.

ชูชัย สมितिไกร. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภค (2 ed.). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไชยเดช แก้วสง่า. (2556). เข้าใจสุนทรียศาสตร์ เข้าถึงคุณค่าความงามศิลปะ. วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 7(3), 2-4.

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2555). สัญวิทยาโครงสร้างนิยมหลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษารัฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิภาษา.

กุลจิต เสงี่ยม. (2564). การออกแบบผลิตภัณฑ์ พื้นถิ่นกับลวดลายวัฒนธรรมเขมรในอีสาน. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุตรดิตถ์, 10(1), 73-91.

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2544). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุณวัฒนธรรมและโอกาสทางธุรกิจ. วารสารนักบริหาร, 31(1), 32- 37.

ฐานเศรษฐกิจ. (2565). ทึนออนสายมู ชาติน จัปมือ หมอช้างเปิดตัวชุดเครื่องนอนเสริมมงคล 12 ราศี. Retrieved 20 มกราคม from <https://www.thansettakij.com/business/510950>
ณกานต์ อนุกุลวรรธกะ. (2554). กระบวนการรื้อฟื้นสำนึกทางประวัติศาสตร์และการจัดตั้งวัฒนธรรมไทยลือชุมชนเชียงคํา จังหวัดพะเยา ช่วงทศวรรษ 2520-2550: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณัชชา เลหาศิรินาถ. (2541). สิบสองพันนา : รัฐจาริต. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
ณรงค์ศักดิ์ ราวะรินทร์. (2558). ธรรมดาสอนโลก : การผสมผสานสัญญาทางวัฒนธรรมระหว่างพุทธศาสนากับความเชื่อในวิถีชาวบ้าน. วารสารวิชาการแพรวากาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์, 2(1), 20-34.

ตยานิตย์ มิตรแปง และ สุพจน์ ไหมกันทะ. (2560). การศึกษาอัตลักษณ์เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน บ้านแม่ย้อย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ. Paper presented at the การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 "ราชมงคลสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0" เชียงใหม่.

ตริยทุท พรหมศิริ และกวิณา บุญทิพย์. (2565). แผนธุรกิจ MAMAMU (มา มา มู) แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้บริการด้านความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์. มหาวิทยาลัย มหิดล, Retrieved from <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4758>

ทรงวุฒิ เอกภูมิจงศา และ จรรยาวรรณ จรรยาธรรม. (2565). การบูรณาการองค์ ความรู้: การออกแบบ ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์. Journal of Faculty of Architecture and Design RMUTP, 1(2), 31-50.

ท.ทิวเทือกเขา. (2565). บทความ. www.kasetsoomboon.org/ตำนานเมืองเชียงคํา/
ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล. (2551). มรดกวัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ. เชียงใหม่: ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทวีร์ศมี พรหมรัตน์. (2553). การหาคุณค่าสุนทรียศาสตร์ในงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน. ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 1(1), 74-75.

ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์. (2561). โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษา วิเคราะห์และค้นหาอัตลักษณ์งานศิลปะเครื่องประดับร่วมสมัยเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาและเผยแพร่งานออกแบบที่ก่อให้เกิดเศรษฐกิจและสังคมสร้างสรรค์. วารสารวิชาการทางการออกแบบเชิงประยุกต์ศิลป์, 1(1), 6-20.

ทิพย์สุดา จันทร เกื้อ. (2562). ประสพการณ์ตรา สินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าเครื่องประดับเงินแบรนด์ ไทย. มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์,

ธัชกรณ ศรีเมือง. (2561). บทวิเคราะห์นวัตกรรมกับวัฒนธรรมไทยในศตวรรษที่ 21: การสร้างนวัตกรรม ทนทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสารนวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้, 1(1), 20-30.

ธีร์ คันโททอง. (2560). สัญญาของตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก. สุธธิปริทัศน์, 31(97), 4-12.

นภ คงดี. (2560). ซุปเปอร์ฮีโร่แห่งล้านนา. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts), 10(2), 2922-2939.

นริศ ศรีสว่าง. (2542). ปราสาทผ้าขาวทูลื้อในเขตอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา. Retrieved from

นวพร เพชรแก้ว. (2560). พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินในประเทศไทย. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.

นิติธร ครุฑบางยาง. (2561). การศึกษาเชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและจีน. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชนมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

นิลวรรณ นิยม (2561). ผลกระทบจากการเปิดการค้าเสรีอาเซียน ต่อการส่งออกเครื่องประดับเงินแท้ไทยไปยังอาเซียน. วารสารวิจัยและพัฒนาโลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 13(1), 210-218.

นฤพนธ์ ตัวงวิเศษ. (2560). แนวคิดมานุษยวิทยากับการศึกษาความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทย วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 25(47), 173-197.

เนตรชนก แต่งทับทิม. (2564). ตุง: ความเป็นมงคลและอวมงคลความหมายที่ทับซ้อน. วารสาร มนุษยศาสตร์ และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรธานี, 10(2), 163-178.

บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด. (2022). ทำความรู้จัก “ไฮโรโซไซตี้” ผู้นำด้านการวางแผนกลยุทธ์การตลาดสายมูแบบครบวงจร Retrieved from <https://brandage.com/article/29017>

บรรยายสรุปจังหวัดพะเยา. (2561). บรรยายสรุปจังหวัดพะเยา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 จำนวนประชากร จำแนกรายอำเภอ ปี พ.ศ. 2561., <http://www.phayao.go.th/pyoinfo7.pdf>

บ้านธาตุสบแวนหมู่ 1. (2561, 10 มิถุนายน 2561). ประเพณีตานก๋วยสลาก (สลากภัต). ภาพวาดเล่าเรื่องราวการอพยพมาและประเพณีวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ (ศาลา13ห้อง) ข้างพระวิหาร

วัดธาตุสบแวน ต.ห้วยวน อ.เชียงคำ จ.พะเยา. Retrieved from

<https://m.facebook.com/Bantadmoo1/photos/a.409477392851918/409476629518661/>

บุญกิต จิตรงามปลั่ง. (2565). อนาคตเครื่องเงินไทย. Retrieved from
https://www.git.or.th/git_interview08.html (15 ธันวาคม 2565)

บุญยิ่ง ประทุม. (2563). สร้อยดอกหมาก: การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมผ้าทอสัญลักษณ์
 จังหวัดมหาสารคาม. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 39(3), 117-126.

บุญสิตา พงษ์พลสุข. (2562). ประวัติความเป็นมาของพิธีงเด็กในประเทศไทยและรูปแบบ
 พิธีในปัจจุบัน มหาวิทยาลัยศิลปากร].

เบนาศิต เพียรรักษ์ และศรัณย์ ธิติลักษณ์ (2564). คตินิยมของธุรกิจและสินค้าที่เกี่ยวกับ
 ความเชื่อ. Journal of MCU Social Science Review, 14-25.

ปริญญา บุญนิษฐ และ อรรถเจตต์ อภิจักรศิลป์. (2009). การออกแบบ
 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม : Industrial Product Design. (ภายใต้โครงการพัฒนาด้านการเพิ่มผลผลิต
 และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเชิงบูรณาการสำหรับอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์)

บิตรี อังกุลดี. (2556). การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของตุ้มไถลื้อ ตำบลเชียงบาน
 จังหวัดพะเยา. มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร.

ปาเจรา คำศรี. (2562). กระบวนการ ทำนาฏกรรมท้องถิ่น เป็นสินค้า: โนราทางเครื่องคณะ
 โนราศรีรัตนชัย. (ภาควิชามนุษยวิทยา คณะโบราณคดี). มหาวิทยาลัยศิลปากร,
 บรรณ ดงรัตน์. (2557). สัญลักษณ์และความหมายที่แปรเปลี่ยน. วารสารสุทธิปริทัศน์, 28(88),
 1-14.

บุรินทร์ นาคสิงห์. (2562). พรานบุญ: การประกอบสร้างความหมายและการกลายมาเป็น
 สินค้าทางวัฒนธรรม. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 45(2), 323-341.

เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์. (2561). อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ในพิธีกรรมแห่งชีวิต
 ชาวไทลื้อ จังหวัดพะเยา. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 28(2), 173-190

เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์. (2561). ปัจจัยการดำรงอยู่ของพิธีกรรมแห่งชีวิตชาวไทลื้อ จังหวัด
 พะเยา. พิษณุเวชสาร, 14(2), 121-128.

แปลกเหนือแปลก. (2565, 22 กุมภาพันธ์ 2565). เปิดตำนานปราสาทนกกหัสติลค์ปลงศพเจ้าเผาศพ
 พระล้านนา

ผู้จัดการออนไลน์. (2565). สายมูต้อนรับปีเสือ!!! กระดาษเซตหน้าซึลค์ ลักก็ ออกดีไซ์ลาย
 ใหม่ “เสริมเฮง ร่ำรวยตลอดปี 2022” กับหมอช้าง ทศพร. Retrieved from
<https://mgronline.com/business/detail/9650000005887>

พรพิมล พงนาพิมล. (2562). การศึกษาแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับในศตวรรษ 21 เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับหัตถกรรมด้วยกระบวนการออกแบบ วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคม, 7(2), 180-193.

พระครูสุภัทรพรหมคุณ, สุเทพ สารบรรณ, พระครูศรีวรพินิจ, และชูชาติ สุทธะ. (2564). บทบาทผู้นำชาวไทยเชื้อสายจีนในการส่งเสริมประเพณีและพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนา. วารสารบัณฑิตแสงโคมคำ, 6(2), 340-362.

พระปลัดจตุพร วชิรญาณโณและปรตม์ บุญศรีตัน. (2565). ตุงล้านนา: สื่อสัญลักษณ์ ทางพระพุทธศาสนา. วารสารพุทธศิลปกรรม, 4(1).

พระราชปรียัติ และพระสุธีธรรมานุวัตร. (2560). ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพุทธกระบวนทัศน์กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในล้านนา. วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ, 10(1), 57-70.

พระอธิการสมพร อนาลโย พระสุวิจักข์ โชติวโรและอิสรพงษ์ ไกรสินธุ์. (2562). วิเคราะห์ศรัทธาในระบบความเชื่อจากคำสอนของพระพุทธศาสนา. วารสารร่มกุ่มแหงพุทธศาสตร์ปริทรรศน์, 6(102).

พระอธิการอำนวย สปปญโญ (ทองจีน) และคณะ. (2563). ศึกษาวิเคราะห์สัญลักษณ์ที่ปรากฏในประเพณีบุญสารทเดือนสิบ เมืองนครศรีธรรมราช. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์ 7(8), 251-255.

พระโณ ปณณสีโล. (2560). การศึกษาแนวคิดสุนทรียศาสตร์ของปราสาทนครวัด. (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาปรัชญา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พัชชรินทร์ อดออม. (2558). ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อการซื้อจากแรงกระตุ้นและรูปแบบของแฟชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.

พัชรिता มาสกูล. (2558). พฤติกรรมของผู้ขายวัยทำงานในการซื้อเครื่องประดับแท้ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,

พัลลภา ปิติสันต์ และภาวิดา รัตคาม. (2562). การศึกษาปัจจัยและคุณค่าในการซื้อเครื่องประดับลักษณะขี้ผึ้งมีหนึ่งโดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยา. (การจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, Retrieved from

<https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3237>

พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์ ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนาศาสตร์, 7(1), 3-69.

เพื่อนแท้เงินด่วน. (2566). รู้จักกับสายมูคนรุ่นใหม่กับความเชื่อในไสยศาสตร์. Retrieved from <https://www.puean.co.th/mutelu-is/>

ภิญทิรา ไตรจันทร์. (2564). ปัจจัยความเชื่อของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกบูชากำไลตะกวด (ร้าน Laila Amulets). มหาวิทยาลัยมหิดล,

มิ่งมกล หงชาวงศ์. (2557). ไทลื้อ:วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม. วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์, 1(2), 5,9-10.

มิวเซียมไทยแลนด์. (2563, 17 เมษายน 2563). สงกรานต์ตานตุง. Retrieved from [ราชบัณฑิตยสถาน. \(2557\). การเปลี่ยนแปลงทางสังคม. ศัพท์สังคมวิทยา. Retrieved from \[http://www.royin.go.th/coined_word/\]\(http://www.royin.go.th/coined_word/\)](https://www.museumthailand.com/th/320/webboard/topic/สงกรานต์ตานตุงไทลื้อท่าฟ้า-อ.เชียงม่วน-จ.พะเยา/ยกระดับวิสาหกิจชุมชนไทย. วารสารพัฒนศาสตร์, 1(1), 220-252.</p>
</div>
<div data-bbox=)

รวมพลคนฮักเจียงคำ. (2565). ประวัติอำเภอเชียงคำ. www.hugchiangkham.com

ลักษณะวัด ปาละรัตน์. (2551). สุนทรียศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาปรัชญา, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วนิดา ขำเขียว. (2563). สุนทรียศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดบางกอกบล็อก.

วรชัย รวบรวมเลิศ. (2561). เครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัด กาญจนบุรีภายใต้ แนวคิดการเชื่อมต่อ ทางประวัติศาสตร์. Journal of the Faculty of Architecture King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, 26(1), 276-287.

วสันต์ ปัญญาแก้ว. (2563). เจ้าแผ่นดินนอนแระ: มองไทลื้อสองปันนาผ่านงานศพเจ้าหม่อมคำ ลือเจ้าแผ่นดินองค์สุดท้าย. วารสารมานุษยวิทยา, 3(2), 34-83.

วีรภัทร วิไลศิลปดีเลิศ. (2555). การ วิเคราะห์เนื้อหาภาพ ข้าวยอดเยี่ยมรางวัลศิรา อม่น ตกุล ของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (ปริญาโท). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (25-30)

วัดพันเสา จังหวัดเชียงใหม่. (2565). ประเพณีปอยล้อ พระเทพวิสุทธิคุณ ตอน2/4 (นกดส์ดี ลิงค์)

ศราวณี วิสาพรม. (2564). ประวัติศาสตร์การ กลายเป็นสินค้าของ วัฒนธรรมล้านนา ภายใต้ บริบทโลกาภิวัตน์รัฐไทยและท้องถิ่นนิยม. วารสารการเมืองการปกครอง, 11(1), 42-62.

ศรัญญา ละม่อมสาย และบุญยสุภรณ์ อเนกสุข. (2561). แพรวา” จาก “มรดก เชียง คุณค่า” สู่ “สินค้า วัฒนธรรม. Journal of Liberal Arts Prince of Songkla University, 10(2), 1-34.

ศศิภรณ์ ไชยประเสริฐ และตรีชฎา โชติรัตนานันท์. (2563). การศึกษาอัตลักษณ์ บั้งไฟ
โบราณเพื่อ การออกแบบของ ตกแต่งบ้านสำหรับ นักท่องเที่ยวชาวต่าง ชาติดะวันตกใน
กรุงเทพมหานคร. Journal of Fine and Applied Arts Khon Kaen University, 12(2), 201-219.

ศศิวิมล สุขบท และ ทิพย์สุดา จันทร์เกื้อ. (2562). ประสบการณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อความ
ภักดีในตราสินค้าเครื่องประดับเงินแบรนด์ไทย. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์,

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ
แห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2566). สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยเดือนมกราคม-
ธันวาคม ปี 2565. Retrieved from กรุงเทพมหานคร:
<https://infocenter.git.or.th/storage/files/gDXon6rB2JZETZUT87oJShVWXc1TEsNWUpd1zG2n.pdf>

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ. (2566). สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ
ไทยเดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2566. Retrieved from
<https://infocenter.git.or.th/th/article/article-20230508>

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือ
จากกรมศุลกากร. (2565). สินค้าส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศ. กรุงเทพมหานคร.

ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. (2559). เสริมกลยุทธ์ปลุกธุรกิจเครื่องประดับรับเศรษฐกิจขาลง.
Retrieved from กรุงเทพมหานคร:
<https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/JewelryDownEconomy2016.pdf>

ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมล้านนา(ไต). (2565). โครงการจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมล้านนา
<http://lanna.up.ac.th>

คันสนีย์ อาจนาลัย. (2563). คอมพิวเตอร์ 3 มิติเพื่อการออกแบบเครื่องประดับ. โอ เอส
พริ้นติ้งเฮาส์ จำกัด.

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร.
(2566). ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ. สถิติการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย
ระหว่างเดือน มกราคม ถึง กุมภาพันธ์ ปี 2565 และ 2566. Retrieved from
<https://www.git.or.th/infocenter-stat/?Lang=TH>

สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2563). อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ.
Industry Transformation Series. Retrieved from
<https://www.pier.or.th/forums/2020/18/jewelry/>

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2551). ไทลื้อ อัตลักษณ์แห่งชาติพันธุ์ไท (Vol. 3): โครงการพิพิธภัณฑวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนา สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สมเกียรติ สัจจารักษ์. (2554). แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อรักษาอัตลักษณ์ชาวเลมอแกน. กรุงเทพมหานคร.

สมบัติ กุสุมาวดี. (2553). อุตสาหกรรมสร้างสรรค์. For Quality People, 17(153), 107-108. Retrieved from https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/QM153_P107-111.pdf

สมบัติ ประจักษ์สานต์. (2564). โครงการถ่ายทอดความรู้เทคนิคออกแบบโครงสร้างในผ้าไหมมัดหมี่ร่วมสมัยเพื่อเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ จังหวัดบุรีรัมย์. In: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

สมโภช ธมมโภช.โซ และ สรวิชัย วงษ์สอาด. (2563). พระพุทธศาสนากับความเชื่อ. วารสาร มจร บาลีศึกษาพุทธโฆสปริทรรศน์, 6(2).

สมลักษณ์ วรรณกุล กิโยลาโรว่า, ด. ส., เขมรัฐ จันทร์คำ, สุนิษา แสนศรี, ประภัสสร ประดุงพงษ์เพชร และเฉลิมรัฐ วาวง,. (2560). การศึกษาอัตลักษณ์ของเครื่องเงินบ้านวัวลายเพื่อใช้ในการออกแบบเครื่องประดับเงินตามความชอบของกลุ่มลูกค้าชาวจีนในแหล่งท่องเที่ยวล้านนา. Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences), 10(3), 114-123.

สมาน สรรพศรี. (2545). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ วารสารศิลปกรรมบูรพา มหาวิทยาลัยบูรพา, 41-42.

สหภาพ พ่อค้าทอง. (2557). การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการเสริมสร้างศักยภาพการนำทุนวัฒนธรรมมาใช้ในการสร้างแบรนด์ของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ประเภทสินค้าศิลปหัตถกรรม. วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, 12(1), 69-77.

สากล จริยวิธานท์. (2550). มองภูมิปัญญาล้านนาผ่านตุง. วารสารพัฒนาสังคม(2551-07-04), 180.

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, ศ. (2565). สินค้าส่งออก. Retrieved from <https://traderreport.moc.go.th/TradeThai.aspx>

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2566). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๕๔. ความศรัทธา. Retrieved from <https://dictionary.orst.go.th/index.php>

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2565, 16 ธันวาคม). รายงาน การศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 12 สาขา. Retrieved from

<https://www.cea.or.th/th/single-industries/Creative-Industries-Development-Report-12-sectors>

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์(องค์การมหาชน). (2562). รายงานรัฐมนตรี สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ มอบนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. Retrieved from file:///D:/มมส/review%20ts1/ดร.สมคิด%20จาตุศรีพิทักษ์%20มอบนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.pdf

สำนักวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา. (2558). ประเพณีตานตุงไทลื้อ(พะเยา). Retrieved from https://www.m-culture.go.th/phayao/ewt_news.php?nid=400&filename=index

สำนักวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา. (2558, 11 พฤศจิกายน 2558). องค์ความรู้ทางวัฒนธรรม. ประเพณีตานตุงไทลื้อ (พะเยา). Retrieved from https://www.m-culture.go.th/phayao/ewt_news.php?nid=400&filename=index

สิริกรินทร์ องค์กรสิงห์ และตุลาภรณ์ แสนปรน. (2564). ประเพณีการตานธรรมหลวงของชาวไทลื้อ บ้านเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา. วารสารมังรายสาร สถาบันภาษาและกิจการต่างประเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 9(2), 39.

สุชาติ บุญชญาณนท์. (2559). คติความเชื่อเรื่องผีในยุธวิทยาการสมัยใหม่ (IT). วารสารวณัฏของแหกรพุทธ ศาสตรปริทรรศน์, 3(1), 42-55.

สุเทพ สุนทรเกสซ์. (2548). ขาดิพนธ์สัมพันธ์ : แนวคิดพื้นฐานทางมนุษยวิทยาในการศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ประชากรชาติและการจัดองค์การความสัมพันธ์ทางชาติพันธุ์เมืองโบราณ :กรุงเทพมหานคร.

สุภารักษ์ จูตระกูล. (2563). นวัตกรรมสินค้า ภูมิปัญญาไทยเชิง สร้างสรรค์กับการ ตลาดเชิง สร้างสรรค์ ในยุคดิจิทัล. วารสารนิเทศศาสตร์ ปริทัศน์, 24(1), 234-246.

สุรพล ดำริห์กุล. (2552). ล้านนา สิ่งแวดล้อม สังคมวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: องค์การ คำครุสภา.

เสฏฐวุฒิ อินทะจักร. (2563). การเสริมสร้างจริยธรรมทาง สังคมผ่านความเชื่อเรื่องผีและ พุทธศาสนาในล้านนา. วารสารมหาจุฬาลงกรณ, 6(1), 265-280.

เสาวฤทธิ์ กุสุมา ณ อยุธยา. (2553). Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนา เศรษฐกิจไทย. Executive Journal, 26-27. Retrieved from https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_10/pdf/23-28.pdf

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค (2 ed.). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิชาติ ภัทรธรรม. (2553). ไทลื้อ. วารสารการจัดการป่าไม้ 4(8), 103-111

อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). อัตตลักษณ์:การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด.

กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการสภานโยบายแห่งชาติ.

อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2551). มานุษยวิทยาศาสนา: แนวคิดพื้นฐานและข้อถกเถียงทางทฤษฎี. เชียงใหม่: ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรรถพันธ์ พงษ์เลาหพันธ์, อุทิศวรรณกุล, พ., ดิษฐพันธ์, ศ., ศรีกัลยาณบุตร, อ., หริตวร, ต., สุทธิสังข์, ศ., พึ่งพระ, ช. (2563). การพัฒนา ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ แฟชั่นไลฟ์สไตล์จาก ทุนวัฒนธรรมพื้นถิ่น จังหวัดน่านเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. ศิลปกรรมสาร, 13(2), 117-118.

อัษฎากรณ์ ฉัตรนันท์. (2020). ผ้า ทอ ที่ ใช้ ใน พระพุทธ ศาสนา ของ ชาว ไท ลื้อ เชียงคำ. วารสาร บัณฑิต แสง โคม คำ, 2(1), 11-20.

อ้าน นภาพร หงษ์ทอง. (2564). วิเคราะห์ความต้องการของมาสโลว์ ในมุมมองของพระพุทธศาสนา. วารสารปณิธาน, 17(2), 121-151.

อ้าน บุรกรณ บัรกรณ ฌกมล ปุญชเขตต์ทิกุล และ ฌฐิตา โรจนประศาสน์. (2560). อัตลักษณ์การท่องเที่ยว : ศักยภาพนำอัตลักษณ์มาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแหล่งมรดกในโลกเมื่ออยุธยา ประเทศไทย กรุงเทพมหานคร.

อ้าน ลินดา งามซิม. (2558). ชีวิตและอัตลักษณ์ของนางฟ้าชุดเขียว. สงขลา.

อ้าน เลิศสกุล มิตรไมตรี และสุทธิพงศ์ สายสงวน. (2553). การวิเคราะห์ปัจจัยด้านเนื้อหาของนิตยสารทางเลือก (Alternative Magazine) ต่อการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นศึกษาเฉพาะกรณี นิตยสารชีซ (Cheeze Magazine). กรุงเทพมหานคร.

อานนท์ กาญจนพันธ์ และฉลาดชาย รมิตานนท์. (มปป.). พิธีกรรมและความเชื่อในการรักษาพยาบาลพื้นบ้านภาคเหนือ อ้าน พุทธิกรรม รวบรวมความจากการประชุมวิชาการพุทธิกรรมสุขภาพ ครั้งที่ 1.

อานันท์ กาญจนพันธ์. (2553). ทฤษฎีและวิธีวิทยาของการวิจัยวัฒนธรรม : การทะลุกรอบและกับดักของความคิดแบบคู่ตรงกันข้าม. กรุงเทพมหานคร: อัมรินทร์.

อารี สุทธิพันธ์(2543).ประสบการณ์สุนทรีย์. กรุงเทพฯ:องค์การคำครุสภา

เอมิลา ฆมนานนท์. (2554). การศึกษาการใช้ ศิลปะนามธรรมใน การออกแบบงานเลขนศิลป์. มหาวิทยาลัย ศิลปากร,

เอี่ยมพร ทิพย์ เดช. (2013). โลกทัศน์ชาวไทลื้อ: มุมมอง จากคำสี่พยางค์ วารสารคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 1(2), 25-42.

At-changmai. (2565). วัฒนธรรมประเพณีล้านนา เกี่ยวกับเชียงใหม่/วัฒนธรรมประเพณีล้านนา/ประเพณีปอยหลวง. Retrieved from <https://www.at-chiangmai.com/ประเพณีปอยหลวง/>

Aurora. (มปป.). คำว่า มูเตลู มาจากไหน แปลว่าอะไร? . Retrieved from www.aurora.co.th <https://www.aurora.co.th/news>

Boonpracha, J. (2021). Creative cultural product design in the bicultural context..*Creativity Studies*, 14(2), 336-345. doi:<https://doi.org/10.3846/cs.2021.14290>

Genc, S., Messler, R. W., & Gabriele, G. A. (1998). Integral attachment using snap-fit features: a key to assembly automation. Part 6-evaluating alternatives for design optimization. *Assembly Automation*, 18(2), 153-165.

Helene George and Aushaf Widisto. (2022). Culture, Front and Center: Creative Economy

Horowall. (2023). วอลเปเปอร์เปลี่ยนดวง. Retrieved from <https://www.horowall.com/>

J.Wara. (2021). ทำตลาดสายมูให้ไม่ม่งม้าย แบนด์ต้องไม่ใช่เป็น Core Product. Retrieved from <https://www.brandage.com/article/24766/Mutelu>

Jiang, Y., Cho, A., & Adaval, R. (2009). The unique consequences of feeling lucky: Implications for

John Howkins. (2001). The creative economy: how people make money from ideas. London, Allen Lane.

Mark Gottdiener. (1995). *Postmodern semiotics: Material culture and the form of postmodern life.*: Oxford, Eng. ; Cambridge, Mass. : Blackwell.

Marketing in the Uncertain World. (2021). เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคสาย ‘มู(เตลู)’ กับแนวโน้มการตลาดที่เพิ่มโอกาสให้ธุรกิจได้! Retrieved from <https://www.marketingoops.com/exclusive/opinion/cmmu-reveals-research-uncertain-world-consumers-stressed-and-superstitious-more-2021/>

Marketingoops. (2019). Write Your Own Luck โชคดีที่คุณกำหนดตัวเอง แคมเปญที่ฉีกกฎการโฆษณาปากกาจาก Pentel Retrieved from <https://www.marketingoops.com/news/brand-move/pentel-write-your-own-luck/>

NovaBizz. (2023). พัฒนาค้นเอง,ปัญญาความคิด. ความคิดสร้างสรรค์ Retrieved from <https://www.novabizz.com/NovaAce/>

Richard Jenkins. (2008). *Social Identity* (3 ed.). London and New York: Routledge.

Stuart Hall. (1997). *Representation of Cultural Representations and Signifying Practice*. London Sage Publication.

Teerayut Pengchai, A. S., and Niti Nimala. (2016). The Creative Process of Developing Identity Through Native Textile Handicraft: The World Heritage Site of Luang Prabang.

Pertanika Journal of Social Science & Human 24((S)), 163 – 167.



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นงนุช กลิ่นพิกุล
วันเกิด	วันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ.2517
สถานที่เกิด	อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	220/133 ถนนปัญญาอินทรา แขวงบางชั้น เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร 10510
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2532 มัธยมศึกษา โรงเรียนนวมิตราษฎ์วิทยา เชียงใหม่ พ.ศ. 2536 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวส.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยา เชียงใหม่ พ.ศ. 2539 ปริญญาตรี (คอบ.) ศิลปอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พ.ศ. 2544 ปริญญาโท (กศม.) อุตสาหกรรมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร พ.ศ. 2566 ปริญญาเอก (ปรด.) วิจัยและสร้างสรรค์งานศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ทุนวิจัย	ทุนการศึกษาภายในประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผลงานวิจัย	1.Nongnuch Klinpikul and Panya Srichandr, Status of Eco-design in Thai Furniture Industry, Key Engineering Materials Vols. 419-420 (2010) pp 769-772 online at http://www.scientific.net © (2010) Trans Tech Publications, Switzerland. 2.Nongnuch Klinpikul, Panya Srichandr, Nuchthana Poolthong, and Nandh Thavarungkul, 2010, "Factors Affecting Low Back Pain During Breastfeeding of Thai Women", World Academy of Science, Engineering and Technology, Vol. 72, No., December, 2010, pp. 289-292. Singapore. 3.Nongnuch Klinpikul and Panya Srichandr, 2012, "The Influence of Chair Design on Low Back Pain during Breastfeeding", 2012

3rd International Conference on Mechanical, Industrial, and Manufacturing Technologies MIMT 2012. March 24-25, 2012. Shenzhen, China.

4.นงคัมุช กุลินพิกุล. (2560). A Study of Sawdust-Produced Fiberboards Using Lac as Binder for Furniture Industry.

วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร, ปีที่ 11 ฉบับที่ 2, กรกฎาคม 2560 – ธันวาคม 2560, หน้า 92-98.

5.นงคัมุช กุลินพิกุล. (2561). Factors affecting back pain of women sitting in breastfeeding Posture. วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา, ปีที่ 12 ฉบับที่ 1, เดือนมกราคม – มิถุนายน 2561, หน้า 29-41.

6.นงคัมุช กุลินพิกุล, แก้อักรายศาสตร์, วารสารวิชาการศิลปะ

สถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 ตุลาคม 2555 – มีนาคม 2556 หน้า 156-165.

