



แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT

GILDILINES FOR CONTEMPOLARY MOA-HOAM SILK FABRICS

ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจาก สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่

กระทรวงวัฒนธรรม





รายงานการวิจัย

แนวทางการพัฒนาตลาดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT

GILD LINES FOR CONTEMPOLARY MOA-HOAM SILK FABRICS

ผู้วิจัย

อาจารย์นฤตล จิตสกุล

ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจาก สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่

กระทรวงวัฒนธรรม

(1 มกราคม พ.ศ. 2561 – 30 มิถุนายน พ.ศ. 2561)



## บันทึกข้อตกลง

ความร่วมมือทางวิชาการในการดำเนินงานวิจัยและพัฒนา

ระหว่าง

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม

กับ

อาจารย์นฤตล จิตสกุล

สังกัดคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ทำที่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่

วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561

บันทึกฉบับนี้ทำขึ้นระหว่าง สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 108 หมู่ที่ 13 ถนนแพร่-ลอง ตำบลป่าเมต อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 54000 โดย นางรุจิกาญจน์ ทันใจ ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดแพร่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ ซึ่งต่อไปในบันทึกข้อตกลงนี้จะเรียกว่า “สวพ.” ฝ่ายหนึ่ง และอาจารย์นฤตล จิตสกุล ตำแหน่ง หัวหน้าสาขาวิชา โฆษณาประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล สังกัดสาขาวิชาโฆษณาประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ตั้งอยู่เลขที่ 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “มศป.” อีกฝ่ายหนึ่ง

ทั้งสองฝ่ายมีความเห็นในการดำเนินงานวิจัยและพัฒนาร่วมกันจึงตกลงทำบันทึกความร่วมมือทางวิชาการระหว่างกันไว้ ดังต่อไปนี้

**ข้อ 1** “สวพ.” และ “มศป.” ตกลงดำเนินงานวิจัยและพัฒนาร่วมกันในลักษณะของการบริการวิชาการสู่สังคม และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ในหัวข้อ “แนวทางการพัฒนาตลาดลากร้าฟัก ผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย” โดยเป็นโครงการวิจัยระยะสั้น 6 เดือน ได้รับการสนับสนุนทุนทรัพย์ ในด้านค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทาง อาหาร และที่พัก ระหว่างการทำโครงการวิจัย จากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ กระทรวงวัฒนธรรม ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2561 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้มาซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของจังหวัดแพร่ และจังหวัดใกล้เคียง ในเขตภูมิภาคทางภาคเหนือของประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ ที่เป็นเด็ก เยาวชน และวัยรุ่นมากขึ้น ตลอดจนการร่วมมือในการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิม เพื่อให้เกิดการพัฒนาสืบทอดไปสู่คนรุ่นใหม่ อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง การทำผ้าหม้อห้อม ให้คงอยู่กับชุมชนชาวจังหวัดแพร่ และประเทศไทยต่อไปในอนาคต

**ข้อ 2** อาจารย์นฤตล จิตสกุล สังกัด “มศป.” เป็นผู้วิจัยหลัก โดยจะรับผิดชอบดำเนินโครงการวิจัยในหัวข้อตามข้อ 1 ตลอดทั้งโครงการให้แล้วเสร็จ ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด

**ข้อ 3** “สวพ.” จะให้ความร่วมมือในการดำเนินโครงการวิจัยตามข้อ 1 และ 2 ดังต่อไปนี้

3.1 เป็นผู้สนับสนุนข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ ในการวิจัยตลอดทั้งโครงการ เช่น แหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผ้าหม้อห้อม แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย เป็นต้น

3.2 เป็นผู้สนับสนุนเรื่องค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ทั้งในเรื่อง การเดินทาง อาหาร และที่พัก ตลอดการดำเนินงานโครงการวิจัยให้แล้วเสร็จ ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด

3.3 เป็นผู้สนับสนุนในการเผยแพร่และนำองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัย ไปใช้ให้ประโยชน์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่ และเกิดการพัฒนาในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดแพร่ และจังหวัดใกล้เคียงในเขตภูมิภาคต่อไป

**ข้อ 4** ทั้งสองฝ่ายจะต้องสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานร่วมกัน กรณีที่ “สวพ.” หรือ “มศป.” ต้องการนำผลงานวิจัยไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนที่สร้างขึ้นภายใต้ความร่วมมือระหว่าง “สวพ.” และ “มศป.” ตามบันทึกข้อตกลงฉบับนี้ไปตีพิมพ์ เผยแพร่ และ/หรือเปิดเผยต่อสาธารณชนจะต้องแจ้งให้อีกฝ่ายทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรก่อน

**ข้อ 5** ก่อนการดำเนินการจดทะเบียนและขอรับความคุ้มครองตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งสองฝ่ายจะต้องเปิดเผยข้อมูลวิจัยและพัฒนาภายใต้ความร่วมมือระหว่าง “สวพ.” และ “มศป.” ตามบันทึกข้อตกลงฉบับนี้เพื่อประโยชน์ในการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา แต่จะต้องไม่เปิดเผยข้อมูลข่าวสารอันเกี่ยวกับผลงานวิจัยและพัฒนาดังกล่าวไม่ว่าจะโดยวิธีการใด ๆ ต่อสาธารณะ

บรรดาสีทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในผลงานวิจัยที่สร้างขึ้นภายใต้ความร่วมมือระหว่าง “สวพ.” และ “มศป.” ตามบันทึกข้อตกลงฉบับนี้ ให้เป็นสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกันของทั้งสองฝ่าย และตกลงแบ่งปันผลประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดขึ้น ในอัตราเท่ากัน (50 : 50) ตลอดจนการปกป้องรักษาสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาและผลงานวิจัยดังกล่าวร่วมกัน

**ข้อ 6** บันทึกความร่วมมือนี้ให้มีผลบังคับใช้เป็นระยะเวลา 0 ปี 6 เดือน นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2561

**ข้อ 7** ทั้งสองฝ่ายอาจแก้ไขเพิ่มเติมบันทึกความร่วมมือได้ โดยความเห็นชอบร่วมกันของทั้งสองฝ่าย และจัดทำเป็นหนังสือ โดยให้ถือว่าการแก้ไขเพิ่มเติมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของบันทึกความร่วมมือนี้ และฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดอาจมีหนังสือบอกเลิกบันทึกความร่วมมือนี้ได้ โดยบอกกล่าวล่วงหน้าให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบ ไม่น้อยกว่าเก้าสิบ (90) วัน

บันทึกความร่วมมือนี้ ทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน ทั้งสองฝ่ายได้อ่านแล้ว เห็นว่า  
เป็นไปตามเจตนา จึงลงลายมือไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาฝ่ายละฉบับ

ลงนาม .....  
(นางรุจิภาณูจน์ ทันใจ)  
วัฒนธรรมจังหวัดแพร่  
สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ กระทรวงวัฒนธรรม

ลงนาม ..... ผู้วิจัย  
(อาจารย์นฤตล จิตสกุล)  
หัวหน้าสาขาวิชาโฆษณาประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล  
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ลงนาม .....  
(นายขวัญชัย ฉลอม)  
ผู้ช่วยวิจัย

ลงนาม .....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นปิ่นท์ จำตา)  
ผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบกราฟิกและที่ปรึกษาวิจัย

ลงนาม .....  
(นายโสรัจ เขียวแก่น)  
ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านผ้าพื้นเมือง จ.แพร่

ลงนาม .....  
(นายวิษณุ จันทร์ทรา)  
ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านผ้าพื้นเมือง จ.แพร่





อ.นฤตล จิตสกุล: แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย (GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT GUIDELINES FOR CONTEMPORARY MOA-HOAM SILK FABRICS). 282 หน้า.

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และเพื่อเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ให้คนรุ่นใหม่มีความตระหนัก ห่วงแหน และร่วมสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยศึกษาจากการสัมภาษณ์จากผู้ผลิต นักออกแบบผลิตภัณฑ์ และนักออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ จำนวน 7 คน และเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าที่เป็น ผู้บริโภคทั่วไป จำนวน 50 คน กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย จำนวน 150 คน รวม 207 คน ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบ ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัยที่เป็นลวดลายนามธรรมให้ความรู้สึกต่าง ๆ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $X = 4.18$ ) รองลงมาคือ ผ้าหม้อห้อมร่วมสมัยที่เป็นลวดลายแบบไทยประยุกต์ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $X = 3.85$ ) และลวดลายที่เกิดจากเส้นที่ให้ความรู้สึกต่าง ๆ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $X = 3.80$ ) ตามลำดับ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัยและเพื่ออนุรักษ์สืบทอด ข้อเสนอแนะการวิจัย ควรศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมให้มีความร่วมสมัยขึ้น ตลอดจนส่งเสริมการอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญาหม้อห้อมให้อยู่กับชุมชน เผยแพร่ในระดับประเทศและสากลต่อไป

**คำสำคัญ:** การพัฒนา, ลวดลาย, การออกแบบกราฟิก, ผ้าหม้อห้อม, ร่วมสมัย

The objectives of this research were to propose the graphic design development guidelines for contemporary Moe-Hoam silk fabrics and to promote the conservation of Moe-Hoam silk fabrics local wisdom in order to enhance new generation's awareness of its importance and stimulate local wisdom inheritance. The methodology began by interviewing 7 Moe-Hoam silk producers, product designers and graphic designers in Phrae province. The copies of questionnaire were used to collect data from 50 general consumers and 150 Generation Y teenagers. Total number of samples was 207. The results of this study indicated that the satisfaction of respondents (General consumers and Gen Y teenagers) with contemporary Moe-Hoam silk fabrics with abstract and emotional pattern was at a high level. ( $X = 4.18$ ), followed by modern Thai pattern at a high level ( $X = 3.85$ ), emotional lines at a high level. ( $X = 3.80$ ), respectively. The results of this study were to propose the graphic design development guidelines for contemporary Moe-Hoam silk fabrics and stimulate local wisdom inheritance. The suggestions of this research include that greater studies on the graphic design development guidelines for contemporary Moe-Hoam silk fabrics should be promoted to sustainably promote the conservation of Moe-Hoam local wisdom at community and dissemination to national and international arenas.

**Keywords:** Development / Pattern/ Graphic design / Moe-Hoam / Contemporary



## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาตลาดรายกราฟิกหม้อห้อมร่วมสมัย” ฉบับนี้ ไม่สามารถสำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดีได้ ถ้าปราศจากความเมตตาสนับสนุนจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ กระทรวง วัฒนธรรม คุณรุจิภาญจน์ ทันใจ ท่านวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ คุณโสรัจ เขียวแก่น และคุณวิษณุ จันทร์ทรา ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านผ้าพื้นเมือง จ.แพร่ รวมถึงคุณกฤษณะ วัลลภาชัย เจ้าของธุรกิจหม้อห้อมกฤษณะ ที่คอยอำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยภาคสนาม ที่จังหวัดแพร่ ในทุก ๆ โอกาส และทุก ๆ ครั้ง เป็นอย่างยิ่งเสมอมา ตลอดระยะเวลา 6 เดือนของการทำวิจัย

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบกราฟิกและที่ปรึกษาวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นปิ่นท์ จาดา ผู้สร้างแรงบันดาลใจสูงสุด และสนับสนุนการทำผลงานวิจัยในทุก ๆ กระบวนการ ขั้นตอน ขอขอบคุณแรงใจในทุก ๆ โอกาส งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปอย่างสมบูรณ์

ขอขอบคุณพ่อแม่ ครอบครัวจิตสกุล ที่คอยเป็นกำลังใจในทุก ๆ ครั้งของชีวิต เป็นแรงสนับสนุน ที่สำคัญยิ่งของการทำทุก ๆ ภารกิจชีวิตให้สำเร็จ ขอขอบคุณครอบครัวฉลอม จังหวัดแพร่ ที่คอยดูแล สนับสนุนการเดินทางไปลงพื้นที่ ตลอดระยะเวลาของการทำวิจัย ณ จังหวัดแพร่

ขอขอบคุณครูบาอาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และสั่งสอนประสบการณ์ จนให้มีความรู้ความสามารถ ทำวิจัยฉบับนี้ ไปเป็นประโยชน์ไปรับใช้สังคมไทย

ขอบคุณทีมผู้ช่วยวิจัย คุณขวัญชัย ฉลอม, คุณณัฐอร หนูเนียม, คุณดาราวรรณ จตุพิพัฒน์พงศ์ และคุณนันทรัฐ พงษ์วิทย์ภานุ น้อง ๆ ผู้คอยให้การสนับสนุน และช่วยเหลือทุกกระบวนการทำงานวิจัย ตั้งแต่แรก การลงพื้นที่ การวิเคราะห์ผล ตลอดจนกำลังใจ แรงใจ ในการทำวิจัยฉบับนี้

ขอบคุณคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม และคณาจารย์ทุกท่าน ผู้เป็นแรงสนับสนุน ผลักดัน ให้ผลงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบคุณทุกท่านทั้งที่ได้กล่าวถึงในข้างต้นและไม่ได้กล่าวถึง ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิจัยฉบับนี้ ให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์วิจัยโดยสมบูรณ์

อาจารย์นฤตล จิตสกุล

ผู้วิจัย



## สารบัญ

	หน้า
แบบบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการในการดำเนินงานวิจัยและพัฒนา	7
บทคัดย่อ	9
กิตติกรรมประกาศ	11
สารบัญ	13
สารบัญตาราง	17
สารบัญภาพ	21
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>25</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	26
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	31
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	31
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	32
1.5 นิยามศัพท์	32
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	33
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>35</b>
2.1 การสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์	35
2.1.1 ความหมายของการสร้างสรรค์	35
2.1.2 ลักษณะของความคิดสร้างสรรค์	39
2.1.3 กระบวนการและขั้นตอนการคิดสร้างสรรค์	43
2.1.4 วิธีการคิดสร้างสรรค์	47
2.1.5 ประโยชน์ของความคิดสร้างสรรค์	53
2.1.5 การพัฒนาและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์	55
2.2 การออกแบบ (DESIGN)	58
2.2.1 ความหมายของการออกแบบ	58
2.2.2 ความหมายของการออกแบบกราฟิก	60
2.2.3 ความหมายของการออกแบบลวดลาย	61
2.2.4 ประเภทของการออกแบบ	62
2.2.5 องค์ของการออกแบบ (DESIGN ELEMENTS)	67
2.2.6 หลักในการออกแบบ	74
2.2.7 กระบวนการขั้นตอนในการออกแบบกราฟิก	82

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 การพัฒนา (DEVELOPMENT)	85
2.3.1 ความหมายของการพัฒนา	85
2.3.2 ลักษณะของการพัฒนา	86
2.3.3 แนวคิดในการพัฒนาชุมชน	90
2.4 การออกแบบลายผ้า (TEXTILE DESIGN)	97
2.4.1 ความหมายในการออกแบบลายผ้า	97
2.4.2 องค์ประกอบในการออกแบบลายผ้า	99
2.4.3 ประเภทของการออกแบบลวดลายผ้า	102
2.4.4 ขั้นตอนในการออกแบบลายผ้า	105
2.5 ภูมิปัญญาท้องถิ่น	108
2.5.1 ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น	108
2.5.2 ประเภทของภูมิปัญญา	110
2.5.3 ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น	113
2.5.4 คุณค่าและความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น	116
2.5.5 การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	118
2.6 ผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่	121
2.6.1 ความหมายของหม้อห้อม (MOA-HOAM)	121
2.6.2 ประวัติความเป็นมาของผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่	123
2.6.3 วิชาการของผ้าหม้อห้อม	124
2.6.4 คุณค่าและประโยชน์ของผ้าหม้อห้อม	127
2.6.5 กระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อม	130
2.6.6 ลวดลายผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่	134
2.6.7 รูปแบบผ้าหม้อห้อม แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่	141
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	144
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>149</b>
3.1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น	150
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	150
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	151

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	152
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	153
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	153
3.7 การสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	155
3.8 ระยะเวลาการวิจัย	155
<b>4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>157</b>
<b>5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>203</b>
<b>รายการอ้างอิง</b>	<b>223</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>233</b>
ภาคผนวก ก. เครื่องมือวิจัย: แบบสอบถาม	235
ภาคผนวก ข. เครื่องมือวิจัย: แบบสัมภาษณ์	245
ภาคผนวก ค. ตัวอย่างลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย	253
ภาคผนวก ง. การลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย	263
ภาคผนวก จ. การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	269
ภาคผนวก ฉ. รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย	273
ภาคผนวก ช. รายนามผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษาวิจัย	277
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>281</b>





## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	ค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	158
ตารางที่ 2	ค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์เบื้องต้น ที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม	160
ตารางที่ 3	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย ลวดลายแบบธรรมชาติ	162
ตารางที่ 4	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิต	163
ตารางที่ 5	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ เป็นต้น	164
ตารางที่ 6	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น	165
ตารางที่ 7	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง เช่น ปีก ลำตัว ดวงตา เป็นต้น	166
ตารางที่ 8	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ไฟแลบ ไฟร้อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตกกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น	167

## สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 9	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย ลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม)	168
ตารางที่ 10	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย ลวดลายแบบไทยประยุกต์	169
ตารางที่ 11	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย ลวดลายแบบที่เกิดจากศิลปวัฒนธรรมประเพณีไทย (ในเขตภาคเหนือ)	170
ตารางที่ 12	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย ลวดลายแบบนามธรรม (Abstract) ที่ให้ความรู้สึกต่าง ๆ	171
ตารางที่ 13	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย ลวดลายที่เกิดจากลักษณะเส้นที่ให้ความรู้สึกต่างๆ	172
ตารางที่ 14	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ร่วมสมัย เรื่อง สีของลวดลายบนผ้าหม้อห้อม	173
ตารางที่ 15	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกหม้อร่วมสมัย เรื่อง กระบวนการสร้างสรรค์ลวดลาย	174
ตารางที่ 16	ค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของ ลวดลายจำลองกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย	175

## สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 17	ค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไป และประสบการณ์ เกี่ยวกับการผลิตการออกแบบผ้าหม้อห้อม และลวดลาย ผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่	197
ตารางที่ 18	ค่าความถี่และค่าร้อยละในความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย	199
ตารางที่ 19	ค่าความถี่และค่าร้อยละในความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ เกี่ยวกับแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ สืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม	201



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 การปกคลุมลายแบบนามธรรม (Abstract)	255
ภาพที่ 2 การปกคลุมลายแบบนามธรรม (Abstract)	255
ภาพที่ 3 การปกคลุมลาย ที่เกิดจากเส้นที่ให้ความรู้สึก	255
ภาพที่ 4 การปกคลุมลาย ที่เกิดจากเส้นที่ให้ความรู้สึก	256
ภาพที่ 5 การปกसानเส้น: ลายสายฝน	256
ภาพที่ 6 การปกลายเรขาคณิต สีเหลี่ยมจัตุรัส	256
ภาพที่ 7 การสกรีน: ลวดลายธรรมชาติ	257
ภาพที่ 8 การปั้มเทียน: ลวดลายแบบไทยประยุกต์	257
ภาพที่ 9 การปั้มเทียน: ลวดลายแบบไทยประยุกต์	257
ภาพที่ 10 การปั้มเทียน: ลวดลายแบบไทยประยุกต์	258
ภาพที่ 11 การปกลายเรขาคณิต: สีเหลี่ยมจัตุรัส	258
ภาพที่ 12 การปกลาย: ลายนามธรรม (Abstract)	258
ภาพที่ 13 การปกลายเส้นเรขาคณิต: เส้นด้ายหลากสี	259
ภาพที่ 14 การปกลายเส้นเรขาคณิต: เส้นด้ายหลากสี	259
ภาพที่ 15 การปกลายเส้นไหมพรม ผสมผสานกับผ้าลูกไม้	259
ภาพที่ 16 การปกลายเส้นเรขาคณิต ผสมผสานกับลูกบิด	260
ภาพที่ 17 การปกลายเส้นเรขาคณิต ผสมผสานกับลูกบิด	260
ภาพที่ 18 การปกลายเส้นไหมพรม ผสมผสานกับชิ้นไม้	260
ภาพที่ 19 การผสมผสานวัสดุอื่นๆ ในการประดับตกแต่งเพิ่มเติม	261
ภาพที่ 20 การนำลวดลายหม้อห้อมมาปะติดบนโครงเสื้อผ้าฝ้าย	261
ภาพที่ 21 การนำลวดลายหม้อห้อมมาปะติดบนโครงเสื้อผ้าฝ้าย	261
ภาพที่ 22 หม้อห้อมตัดปะ	262
ภาพที่ 23 หม้อห้อมปกลาย	262
ภาพที่ 24 หม้อห้อมพิมพ์ลาย	262
ภาพที่ 25 หม้อห้อมตัดปะ	262
ภาพที่ 26 หม้อห้อมปกลาย	262
ภาพที่ 27 หม้อห้อมตัดปะ	262

## สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 28 กระเป๋าม้อห้อม	262
ภาพที่ 29 ผ้าชิ้นหม้อห้อม	262
ภาพที่ 30 เชือกย้อมหม้อห้อม	262
ภาพที่ 31 การสัมภาษณ์นักออกแบบ	265
ภาพที่ 32 การสัมภาษณ์นักออกแบบ	265
ภาพที่ 33 การทอผ้า ด้วยที่ทอมือ	265
ภาพที่ 34 ศูนย์การเรียนรู้ หม้อห้อมเมืองแพร่	265
ภาพที่ 35 แก้ววรรณ หม้อห้อมธรรมชาติ	265
ภาพที่ 36 การสัมภาษณ์ช่างเขียนลายผ้า	265
ภาพที่ 37 การปักลายหม้อห้อม	265
ภาพที่ 38 ทำนวัตนวัตกรรมจังหวัดแพร่	265
ภาพที่ 39 ใบห้อมสด	266
ภาพที่ 40 การหมักใบห้อมสด	266
ภาพที่ 41 การทดสอบรสห้อม ก่อนนำไปใช้	266
ภาพที่ 42 เนื้อสีห้อมกับส่วนผสม	266
ภาพที่ 43 เส้นหม้อห้อม เทคนิคมัดย้อม	266
ภาพที่ 44 เส้นหม้อห้อม เทคนิคมัดย้อม	266
ภาพที่ 45 การเขียนลายก่อนการย้อมหม้อ	266
ภาพที่ 46 ช่างออกแบบชุดหม้อห้อม	266
ภาพที่ 47 แม่พิมพ์ไม้ สำหรับพิมพ์ลายผ้าหม้อห้อม	267
ภาพที่ 48 เครื่องเงิน สำหรับประดับตกแต่ง	267
ภาพที่ 49 แลผ้าลูกไม้ย้อมสีห้อม	267
ภาพที่ 50 กระจุกกะลามะพร้าว	267
ภาพที่ 51 วัสดุลูกปัด ไข้ตกแต่ง	267
ภาพที่ 52 แลผ้าประดับตกแต่ง	267
ภาพที่ 53 แลผ้าประดับตกแต่งหลากสี	267

## สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 54 ไหมพรมย้อมสีห้อม ไไลระดับ	267
ภาพที่ 55 ชุดหม้อห้อมร่วมสมัย	271
ภาพที่ 56 ชุดหม้อห้อมร่วมสมัย	271
ภาพที่ 57 กระบวนการสร้างสรรค์	271
ภาพที่ 58 บรรยากาศวันประกวด	271
ภาพที่ 59 กระบวนการสร้างสรรค์	271
ภาพที่ 60 บรรยากาศวันประกวด	271





# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคแห่งการพัฒนาเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยี ค่านิยมทางศิลปวัฒนธรรมจากชาติตะวันตกเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ทั้งในด้านของการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ สังคม แนวความคิด ค่านิยม แนวทางการปฏิบัติต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมาย

สังคมและวัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด แต่การเปลี่ยนแปลงจะเร็วหรือช้าขึ้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มาเกี่ยวข้อง เช่น ระดับการศึกษาของคนในสังคม การสื่อสารคมนาคม ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การนำมาเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมกับสังคมเป็นของคู่กัน ต้องไปด้วยกันเสมอ ถ้าสังคมเปลี่ยนวัฒนธรรมก็เปลี่ยนสังคมก็เปลี่ยน มีผลเกี่ยวเนื่องกัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น การค้นพบ การประดิษฐ์ การขัดแย้ง การแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมมีผลทำให้ระบบ รูปแบบทางสังคมและวิถีชีวิตของมนุษย์ทั้งที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุเปลี่ยนแปลง (ชนกันันท์ ปัญญาอภิรักษ์กุล, 2559: 13)

โดยทั่วไปสังคมจะไม่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แบบที่เรียกว่าเปลี่ยนแปลงอย่างหน้ามือเป็นหลังมือหากแต่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีลักษณะในรูปแบบค่อยเป็นค่อยไป การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงเป็นการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ในลักษณะย่อยๆ (Social Relations) โดยทั่ว ๆ ไป เช่น การเปลี่ยนแปลงของคนในครอบครัว หมู่บ้าน ตำบล จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงกว้างขวางและใหญ่ขึ้นเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับโลก (สันติ ชาติช่วง, 2558: 54) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ ขาดการดูแลแก้ไขได้อย่างทันที่ ก็น่าจะส่งผลกระทบต่อสังคม ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณีที่เป็นสิ่งมีค่าของสังคมและชุมชนที่ถูกสืบทอดมาจากชนรุ่นบรรพบุรุษ อาจทำให้สิ่งต่าง ๆ ที่มีค่าเหล่านั้นสูญสิ้นสูญหายไป วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม พฤติกรรมของคนในชุมชน ซึ่งจะเป็นเช่นไรก็ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของกลุ่มสังคมนั้น ๆ เช่น วัฒนธรรมในการพบปะทักทายของไทยใช้ในการสวัสดี ของชาวตะวันตกทั่วไปใช้ในการสัมผัสมือ วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ควบคุมสังคม สร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อย ให้แก่สังคม เพราะในวัฒนธรรมจะมีทั้งความศรัทธา ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐาน เป็นต้น ตลอดจนผลตอบแทนในการปฏิบัติและบทลงโทษเมื่อฝ่าฝืน (สุธาสิณี หวังวิโรจน์, 2557: 44)

ภูมิปัญญาไทย คือ องค์ความรู้ของชาวบ้าน หรือทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านกระทำขึ้นจากสติปัญญา ความรู้ความสามารถของชาวบ้านเอง เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาหรือการดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย โดยมีกระบวนการสั่งสม สืบทอด และกลั่นกรองกันมายาวนาน (นาตยา สินทร์พันธุ์, 2559: 12)

ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นความรู้และกระบวนการที่ทำให้ชุมชนมีการเคลื่อนไหวอย่างไม่หยุดนิ่ง ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต หากการพัฒนาชุมชนนำความรู้ทางด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับประยุกต์ ให้สอดคล้องกับพื้นฐานของแต่ละพื้นที่ จะทำให้การพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จ โดยในอดีตชาวบ้านได้ยึดหลักภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแกนหลักในการดำรงชีวิต ซึ่งต่างกับปัจจุบันที่ชาวบ้านยึดเทคโนโลยีเป็นปัจจัยหลักของการดำรงชีวิต ทำให้ชาวบ้านอาจจะหลงลืมภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ (อรุณเนตร จันทศรี, 2555: 19)

ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Wisdom) เป็นสิ่งที่มีค่า ซึ่งบรรพบุรุษคนรุ่นเก่าในแต่ละสังคมและวัฒนธรรมพยายามสร้างสรรค์ก่อตัวขึ้นเพื่อเป็นสิ่งดีงาม ทรงคุณค่าสืบทอดไปยังคนรุ่นลูกหลาน ซึ่งสอดคล้องกับที่สุรสิทธิ์ พิพัฒน์รัตนจันทร์ (2558: 22) ได้กล่าวไว้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom) เป็นสิ่งที่ชาวบ้านคิดขึ้นได้เองและนำมาใช้ในการแก้ปัญหา เป็นเทคนิควิธีเป็นองค์ความรู้ของชาวบ้าน ทั้งทางกว้างและทางลึกที่ชาวบ้านคิดเอง ทำเอง โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย ความเหมือนกันของภูมิปัญญาไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ เป็นองค์ความรู้และเทคนิคที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ ซึ่งได้สืบทอดและเชื่อมโยงมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

ภูมิปัญญา ถือได้ว่าเป็นปรัชญาชีวิตของชาวบ้าน ซึ่งเป็นที่มาของวิถีชีวิต วิธีคิด วิธีปฏิบัติ อันอยู่ภายใต้การมองโลกมองชีวิตแบบหนึ่ง โดยภูมิปัญญาเป็นความรู้ที่มีการถ่ายทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ เพื่อให้คนรุ่นต่อ ๆ ไป ได้นำมาปรับใช้ฟื้นฟู ประยุกต์ รวมถึงสร้างสรรค์ให้เกิดความรู้ใหม่ในสังคม ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่น จะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ ภูมิปัญญาจึงเป็นองค์ความรู้ที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง (จางงัก แรกพิณิจ, 2552: 3)

สุนทร การุณย์ (2559: 67) กล่าวว่า “ภูมิปัญญาท้องถิ่นก็เปรียบเสมือนน้ำที่อยู่ในหนอง ถ้าปล่อยให้แห้งโดยไม่มีการไหลเวียนน้ำนั้นก็เน่าเสีย แต่ถ้าหากมีน้ำใหม่ไหลเข้ามาเปลี่ยนน้ำเก่า ก็จะทำให้เกิดการเคลื่อนไหวไหลเวียนไปในที่ต่าง ๆ ผู้คนก็จะได้ใช้น้ำนั้น ตั้งแต่ต้นสายยันปลายสาย” ซึ่งสภาวการณ์เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อศิลปวัฒนธรรม ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละชุมชนด้วย ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่นเป็น

อย่างมาก เพราะถือเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ การศึกษาของคนในท้องถิ่นและชุมชนนั้น ๆ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นคงอยู่ได้ และทำให้เกิดเป็นรายได้ของทุกคนที่อาศัยอยู่ร่วมกัน เกิดการพัฒนาเพื่อสิ่งที่ดีและกลายเป็นศิลปวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า เกิดการสืบทอดส่งต่อไปยังคนรุ่นหลังต่อไป คนในสังคมจึงควรมีส่วนร่วม สนับสนุนส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เกิดความตระหนักเห็นคุณค่ามากยิ่งขึ้น (วินัย ไชยวัฒนา, 2557: 29)

การถูกคุกคามจากวัฒนธรรมต่างประเทศ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ถูกสืบทอดส่งต่อกันมาจากบรรพบุรุษ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของวิถีชีวิตชุมชน การดำเนินชีวิตของคนในสังคม ตลอดจนการสืบทอดสานต่อภูมิปัญญาที่มีมาแต่ดั้งเดิมสมัยโบราณ (พิชัย โชติช่วง, 2559: 11) ซึ่งมีความสอดคล้องกับที่ วรพรรณ กุลวิริยะ (2560: 56) ได้กล่าวไว้ว่า ภูมิปัญญาพื้นบ้านกับชุมชนแห่งวัฒนธรรมต่างชาติ ที่มีการเปลี่ยนแปลง จะส่งผลให้ต้นกำเนิดแห่งภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษได้ส่งสมกันมาเสื่อมสลาย เพราะคนรุ่นใหม่ในสังคม จะให้ความสนใจแต่เพียงศิลปวัฒนธรรมต่างแดน จนทำให้สิ่งที่จะอนุรักษ์สานต่อศิลปะ ภูมิปัญญาไทยที่มี หากไม่ได้รับการแก้ไขท้ายที่สุดแล้วสิ่งดีที่มีค่า อาจจะสูญหายเสื่อมสลายไปอย่างยั่งยืน

ในปัจจุบันสังคมไทยกำลังเผชิญกับปัญหาการทอดทิ้งภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากสังคมไทยมีการเคลื่อนไหวต่อเนื่องอย่างไม่หยุดนิ่ง ทำให้ทัศนคติของคนในสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในขณะนั้น โดยหลงลืมภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่มีการถ่ายทอดมาอย่างยาวนาน เช่น ในพื้นที่หลายจังหวัดของประเทศไทย คนรุ่นใหม่หันไปสนใจศิลปวัฒนธรรมจากต่างประเทศมากขึ้น จนทำให้ค่านิยมต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตเปลี่ยนไป อาทิเช่น การนำเอาวัฒนธรรมการแต่งกายของนักศึกษาจากประเทศเกาหลีมาใช้เป็นต้นแบบในระบบการศึกษาของประเทศไทย โรงเรียนมัธยมหรือสถานศึกษาหลายแห่ง เลือกที่จะออกแบบชุดนักศึกษาโดยการนำต้นแบบชุดมาจากประเทศญี่ปุ่น เกาหลี เพื่อเป็นจุดขายของโรงเรียนนั้น ๆ เพื่อดึงดูดใจให้นักเรียนนักศึกษาเข้ามาเรียนมากขึ้น เป็นต้น ทำให้เกิดข้อสงสัยว่าทำไมถึงไม่นำเอาต้นแบบจากผ้าพื้นเมืองของประเทศไทยมาเป็นต้นแบบ และปลูกฝังค่านิยมใหม่ให้กับนักเรียนนักศึกษาไทยมากขึ้น (ศิริพร รอดตั้ง, 2559: 18)

ผ้าหม้อห้อม (MOA-HOAM) เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ถูกคิดค้นขึ้นในหลายจังหวัดทางภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศไทย เป็นผ้าพื้นเมืองที่ทำมาจากผ้าฝ้าย ที่นำไปผ่านกระบวนการย้อมแบบโบราณ ซึ่งจะมีสีเป็นสีน้ำเงินเข้ม สีกรม หรือสีครามน้ำเงิน สีที่เกิดขึ้นได้จากการสกัดสีจากต้นห้อม ซึ่งให้สีตามธรรมชาติสวยงาม (วันดี พัฒนาโชคชัย, 2557: 11) ซึ่งมีความสอดคล้องกับที่ ระพี หวังการุณย์ (2559: 19) ได้กล่าวถึงคำว่า หม้อห้อม ไว้ว่า เป็นผ้าที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตภาคเหนือ

ของประเทศไทย มาจากคำสองคำ คือ “หม้อ” หมายถึง ภาชนะสำหรับต้ม ภาชนะสำหรับบรรจุของเหลว หรือน้ำ และคำว่า “ห้อม” หมายถึง พืชล้มลุกชนิดหนึ่ง ในตระกูลคราม ซึ่งเรียกว่า ต้นห้อม ปัจจุบัน ลักษณะภาษาในการเรียกอาจจะมีผิดเพี้ยนไปจากเดิมบ้าง ซึ่งอาจจะพบเห็นคำว่า “ม่อห้อม, หม้อห้อม, ม่อห้อม หรือ หม้อห้อม, หม้อห้อม” ทุกคำที่กล่าวมานี้ ก็ล้วนแต่มีความหมายเดียวกันทั้งสิ้น คือ หม้อห้อม

พรพรรณ สุจริตวงศาโรจน์ (2559: 14) กล่าวว่า ผ้าหม้อห้อมในอดีต จะมีกระบวนการในการทำ จากผ้าฝ้าย มีสีขาวยที่ผ่านกระบวนการทอด้วยกี่ เมื่อมีขนาดใหญ่ตามขนาดที่ต้องการ จึงจะนำผ้าย้อมสี มาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสวมใส่ในชีวิตประจำวัน สำหรับการย้อมสี จะนำผ้าฝ้ายที่ได้จากการทอมาย้อมด้วยสี ธรรมชาติที่ได้มาจากการหมักห้อม หรือต้นห้อม ซึ่งในยุคปัจจุบัน มีการทอผ้าฝ้ายด้วยกี่แบบพื้นเมือง น้อยลง จึงทำให้ผ้าทอมีราคาแพงขึ้น การตัดเย็บเสื้อผ้าหม้อห้อมจึงมีการใช้ผ้าดิบตัดเย็บแล้วย้อมด้วย น้ำหอมธรรมชาติ หรือสีหม้อห้อมวิทยาศาสตร์ เพื่อให้มีต้นทุนในการผลิตที่ถูกลง เพื่อให้คนในท้องถิ่น สามารถซื้อมาสวมใส่ได้ง่ายขึ้น ด้วยราคาที่ไม่แพงมากนัก อีกทั้งยังเป็นการร่วมอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เอกลักษณ์ของผ้าหม้อห้อมเมืองแพร่ ชาวเหนือโดยทั่วไปรู้จักผ้าหม้อห้อมเมืองแพร่กันเป็นอย่างดี และนิยมใช้อย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นผ้าฝ้ายที่มีความทนทาน เนื้อผ้ามีน้ำหนักเบา ทำให้สวมใส่สบาย ไม่ทำให้เกิดความรู้สึกร้อนจนเกินไป และกระบวนการย้อมที่เป็นสีเข้ม ทำให้ไม่เปื้อนหรือสกปรกได้ง่าย เมื่อสวมใส่ไปทำงานในไร่นา สีไม่ตก ไม่ซีด ประกอบกับรูปแบบของการตัดเย็บที่มีแบบเรียบง่าย ไม่สลับซับซ้อนจนเกินไป ราคาไม่แพง เหมาะกับคนในทุกเพศทุกวัย สามารถใส่ได้ในหลากหลายโอกาส เช่น งานบุญ งานปีใหม่ ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น (รังสรรค์ จันทรศรี, 2559: 24)

โสภณ ฉลอมพันธ์ (2558: 15) กล่าวว่า หม้อห้อม เป็นชื่อผ้าย้อมพื้นเมืองสีกรมท่า ที่สร้าง ชื่อเสียงให้กับเมืองแพร่มาแล้ว ผ้าหม้อห้อมกลายเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความงามทางวัฒนธรรม การแต่งกายของคนเมืองแพร่อย่างแท้จริง บ่งบอกถึงความเป็นชาติพันธุ์ที่มีประวัติศาสตร์ ที่เกิดการ สืบทอดรุ่นสู่รุ่นอย่างมีคุณค่าจากชนชั้นบรรพบุรุษมาอย่างยาวนาน แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของ ชาวเมืองแพร่ ปัจจุบันผ้าหม้อห้อม ได้มีการประยุกต์รูปแบบในการตัดเย็บที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น แต่กระบวนการตัดเย็บต่าง ๆ เหล่านั้นก็ยังไม่เป็นที่ถูกใจต่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่มากนัก คนส่วนใหญ่ที่สวมใส่ชุดหม้อห้อม จะเป็นคนที่ทำงานอยู่ในวงราชการ สถานศึกษา เพราะได้มีการกำหนดให้สวม ใส่ผ้าไทยพื้นเมืองในทุก ๆ วันศุกร์ ตามนโยบายของรัฐบาลในการขอความร่วมมือกันในการอนุรักษ์ผ้าไทย และภูมิปัญญาท้องถิ่น (กรวิทย์ โสมส่อง, 2557: 16) โดยที่ โสมฉาย จันทรทราทิพย์ (2560: 11) ได้กล่าว เพิ่มเติมว่า ปัจจุบันค่านิยมการสวมเสื้อผ้าท้องถิ่นของคนเมืองแพร่ ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย คนส่วนใหญ่ มักจะมองว่าการสวมใส่ผ้าพื้นเมืองเป็นสิ่งที่แปลก ดูเขย ล้าสมัย ทำให้ความนิยมในการ

สวมใส่ผ้าหม้อห้อมของคนแพร่จึงลดน้อยลงไปด้วย จึงทำให้เกิดนโยบายสวมใส่ผ้าไทยจากรัฐบาล เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีไทย รวมถึงแสดงออกถึงความตึงามทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

อุมาพร การรุ่ง (2559: 7) กล่าวว่า การเลียนแบบวัตถุดิบและกรรมวิธีอื่น ที่ไม่ใช่แบบดั้งเดิมของการผลิตหม้อห้อมของชาวเมืองแพร่ ที่ทำให้อัตลักษณ์ของหม้อห้อมแต่ดั้งเดิมของภูมิปัญญาเมืองแพร่ ถูกทำลายไป ส่งผลให้คุณภาพของผ้าหม้อห้อมที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่โบราณ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม หม้อห้อมจึงถูกลดสถานะให้เป็นเพียงเป็นสินค้าราคาถูก มากกว่าการยกระดับให้เป็นสิ่งทอพื้นเมืองที่ควรค่าแก่นุรักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับที่ รุ่ง รัตนพงศ์ (2559: 11) ได้กล่าวว่า แต่เดิมชาวบ้านสามารถผลิตวัตถุดิบได้เอง ไม่ว่าจะเป็นการปลูกฝ้าย หรือขั้นตอนการทำสีจากต้นห้อม แต่ด้วยการขาดความรู้ความเข้าใจ ไม่สามารถพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้ผลดี ทำให้ผลิตได้น้อยไม่คุ้มทุนและไม่คุ้มกับเวลา จึงทำให้หันไปใช้เส้นใยสังเคราะห์และสีสังเคราะห์มากขึ้น เชื่อมโยงไปถึงกรรมวิธีการผลิตสืบเนื่อง เช่น การปั่นฝ้าย และการเตรียมการย้อมสีจากต้นห้อม ซึ่งเป็นกรรมวิธีพื้นบ้านที่กำลังสูญหายไป ตลอดจนตลาดของผ้าหม้อห้อมที่ยังไม่มีการพัฒนา จึงทำให้ความนิยมของการสวมใส่ชุดหม้อห้อมของคนชุมชนลดน้อยลงตามไปด้วย

นฤมล ทองดี (2557: 76) กล่าวถึง วิวัฒนาการของหม้อห้อมไว้ว่า การทำผ้าหม้อห้อม เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านที่สั่งสม และได้รับการสืบทอดจากบรรพบุรุษมานานกว่า 100 ปี โดยเฉพาะภูมิปัญญา ผ้าหม้อห้อมที่บ้านทุ่งโฮ้ง จังหวัดแพร่ ซึ่งได้ชื่อว่า เป็นแหล่งผลิตผ้าหม้อห้อมที่มีชื่อเสียงที่สุดของเมืองไทย ที่ยังมีการสืบทอดกระบวนการผลิตได้ครบวงจรตามรูปแบบดั้งเดิม ตั้งแต่การเก็บวัตถุดิบ ขั้นตอนกระบวนการผลิต การทำเป็นเส้นสำเร็จรูป ตลอดจนการจำหน่ายในท้องถิ่น แต่หมู่บ้านต่างมีวิธีการและเทคนิคการย้อมที่แตกต่างกัน จนถือเป็นมรดกที่คนในอาชีพเดียวกัน จะไม่ถามถึงสูตรของการย้อมสีหม้อ เพื่อต้องการที่จะใช้เป็นจุดขายของตนเอง และเป็นสูตรเฉพาะของครอบครัวอีกด้วย

แต่ปัจจุบันการอนุรักษ์ ส่งเสริมและสืบสานภูมิปัญญาการทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิม ของคนในชุมชนเริ่มสูญหาย เพราะคนรุ่นหลังไม่ได้ให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาพื้นบ้าน อีกทั้งระยะหลัง เมื่อต้นห้อมหรือต้นครามที่จะนำมาใช้วัตถุดิบธรรมชาติในการหมักเป็นสีย้อมผ้านั้น มีราคาสูงขึ้น ทำให้ได้รับผลกำไรหรือตอบแทนในการผลิตและขายน้อย ทำให้ไม่สามารถแบกรับต้นทุนที่สูงในการผลิตหม้อห้อมแบบธรรมชาติดั้งเดิมได้ ประกอบกับต้องเจอกับกลืนครามกับห้อมที่มีกลิ่นค่อนข้างเหม็น และสีที่ติดมือเวลา ย้อมผ้า จึงทำให้คนรุ่นใหม่ในปัจจุบันเปลี่ยนไปทำงานที่ได้ผลตอบแทนมากกว่า

รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น เทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าและทันสมัยขึ้น รสนิยมการแต่งกายเปลี่ยนไป แต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่เป็นแฟชั่นตามยุคสมัยมากขึ้น ตลอดจนความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตประจำวัน

เหล่านี้ ล้วนเป็นเหตุให้คนรุ่นใหม่หันไปประกอบอาชีพอื่นมากขึ้น โดยไม่ให้ความสนใจต่อการผลิตผ้าหม้อหอม อันเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านของชุมชนตนเอง ทำให้ภูมิปัญญาพื้นบ้านเกี่ยวกับผ้าหม้อหอมนี้ ถูกละเลยและกำลังจะเสื่อมสลายสูญหายไปกับกาลเวลา

พัชรินทร์ เกื้อกรอง (2558: 12) กล่าวว่า ปัจจุบันผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการทำหรือย้อมผ้าหม้อหอมส่วนใหญ่ มักจะเป็นคนที่มีอายุช่วง 40 - 50 ปีขึ้นไป จึงเป็นที่น่ากังวลว่า หากเยาวชนคนรุ่นหลัง ไม่สนใจเรียนรู้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทอผ้าหรือย้อมหม้อหอม และไม่เห็นความสำคัญในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อหอมต่อไปแล้ว อีกทั้งหากไม่มีการจัดเป็นหลักสูตรท้องถิ่นไว้ในระบบการเรียนการสอนสำหรับเด็กและเยาวชนในชุมชนแล้ว อีกไม่นานผ้าหม้อหอมย้อมสีธรรมชาติ ก็คงจะเหลือแต่เพียงเรื่องเล่าจากคนรุ่นเก่า ไว้ให้เป็นความทรงจำอันน่าเศร้าของภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ถูกลืมเลือนและสูญหายไปจากสังคมไทยในที่สุด

การันต์ วงศาโรจน์ (2560: 19) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า การพัฒนารูปแบบของการผลิตชุดหม้อหอม ถือเป็นอีกวิธี ที่กลุ่มของภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัด มีความพยายามพัฒนารูปแบบให้ทันสมัยและมีความร่วมสมัยมากขึ้น เพราะการผลิตแบบดั้งเดิม มักจะถูกแทนที่ด้วยกระบวนการทางเทคโนโลยีและเครื่องจักรสมัยใหม่ ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางด้านค่านิยมและคุณค่าของหม้อหอม ทำให้หลายกลุ่มภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบและลวดลายของผ้าหม้อหอม เข้ามามีส่วนร่วมในการระดมความคิดร่วมกันว่า จะทำอย่างไรให้สามารถปลูกฝังให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่า และหันมาสวมใส่ชุดหม้อหอมอย่างภูมิใจ ตลอดจนเกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้ สืบทอดไปยังชนรุ่นหลังได้อย่างมั่นคงยั่งยืน

การพัฒนาลวดลายของผ้าหม้อหอมในยุคปัจจุบัน ยังไม่เกิดการแพร่หลายมากนัก เพราะส่วนใหญ่กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับหม้อหอม ยังขาดประสบการณ์ในการศึกษาความต้องการทางการตลาดจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง จึงทำให้คนรุ่นใหม่ที่เป็นวัยรุ่นและเยาวชน ยังไม่หันมาสนใจสวมใส่ชุดที่เป็นผ้าหม้อหอมเท่าที่ควร ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักก็ยังคงเป็นกลุ่มเดิม ก็คือ คนทำงาน และผู้สูงอายุ ที่จะนิยมสวมใส่ชุดจากผ้าหม้อหอมตามวาระโอกาสต่าง ๆ ที่สำคัญ มากกว่าการใส่ดำเนินชีวิตประจำวันทั่วไป เช่น การไปทำบุญ การใส่ร่วมพิธีสำคัญต่าง ๆ ตลอดจนการใส่ไปทำงาน เป็นต้น (ขวัญชัย ฉายพันธุ์, 2560: 15)

ลวดลายของผ้าหม้อหอมในปัจจุบัน จะมีลักษณะที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากธรรมชาติ เช่น ลวดลายใบไม้ ลวดลายดอกไม้ ลวดลายจากสัตว์ในวรรณคดี เป็นต้น ทำให้ยังขาดการพัฒนาลวดลายที่ดูทันสมัยมากขึ้น คนในชุมชนในยุคปัจจุบันส่วนใหญ่ก็หันไปสวมใส่เสื้อยืด กางเกงยีนส์ ที่มีลวดลายกราฟิกทันสมัย ใส่ได้ทุกที่ทุกโอกาส สะดวกในการเลือกซื้อ เพราะมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบของลวดลาย และชนิดตามท้องตลาด (หัสติน สมพิพัฒน์, 2559: 33) ซึ่งสอดคล้องกับ สมพงษ์ ชูรุ่งโรจน์ (2560: 9)

ที่ได้ให้สัมภาษณ์ว่า คนในปัจจุบันเลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่ดูทันสมัย มีลวดลายที่แปลกตาสวยงาม ดังนั้น ลวดลายที่เกิดขึ้นบนชุดผ้าหม้อห้อมในปัจจุบัน ยังไม่ตอบโจทย์กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่มากนัก ด้วยลวดลายที่มีความเป็นไทยโบราณ ใส่แล้วอาจจะดูมีอายุ และดูโบราณ คนรุ่นใหม่จึงไม่ค่อยให้ความสนใจเท่าที่ควร ซึ่งในอนาคตหากขาดการสนับสนุนในการส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์หม้อห้อมของชาวเมืองแพร่ให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น อาจเกิดการสูญหายก็เป็นไปได้

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ของ จังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มากด้วยคุณค่า แต่เนื่องด้วยคนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบันยังไม่ค่อย ให้ความสำคัญเท่าที่ควร ขาดความตระหนัก ขาดการเห็นคุณค่าในภูมิปัญญาหม้อห้อม ที่มีมาตั้งแต่ยุคสมัย โบราณจากบรรพบุรุษ ที่สืบทอดมายังคนรุ่นใหม่ยุคสมัยปัจจุบัน อีกทั้งเหตุผลในด้านลวดลายของผ้า หม้อห้อมที่มีอยู่ในยุคปัจจุบัน ยังไม่ตอบโจทย์ได้ตรงกับความต้องการ ความทันสมัยตามความชื่นชอบของ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่มากนัก ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการทำวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย” ขึ้น เพื่อการศึกษาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อม ในยุคอดีตจนถึงยุคปัจจุบัน สำหรับนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ตลอดจนเพื่อการส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ให้คนรุ่นใหม่ ได้เกิดความ ตระหนัก ห่วงแหน และเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมสืบต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าหม้อห้อมต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย
2. เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ให้คนรุ่นใหม่เกิดความตระหนัก ห่วงแหน และร่วมสืบต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย
2. คนรุ่นใหม่ เกิดความตระหนัก ห่วงแหน และเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และสืบต่อ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม

#### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในช่วงอายุ 15 ปี - 30 ปี ในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ รวมถึงผู้ผลิต นักออกแบบผลิตภัณฑ์ และนักออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ณ ช่วงวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2561 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2561 เท่านั้น

2. ผ้าหม้อห้อม ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีกระบวนการผลิต คิดค้น และออกแบบตามรูปแบบหม้อห้อมธรรมชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ ณ ช่วงวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2561 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2561 เท่านั้น

#### 1.5 นิยามศัพท์

การพัฒนา หมายถึง การนำสิ่งที่มีอยู่ในยุคปัจจุบัน ปรับเปลี่ยน ดัดแปลง สร้างสรรค์ ให้ดีขึ้นกว่าเดิมจากที่เป็นอยู่ หรือการทำให้ดีเพื่อตอบสนองความต้องการตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

ลวดลายกราฟิก หมายถึง ศิลปะแขนงหนึ่ง ที่ใช้หลักการจัดองค์ประกอบศิลปะพื้นฐานที่เกี่ยวกับเรื่อง เส้น สี รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว และที่ว่าง มาประกอบกันจนกลายเป็นผลงานศิลปะ โดยอาศัยหลักการทางการออกแบบมาใช้ เพื่อให้เกิดเป็นผลงานที่สวยงาม

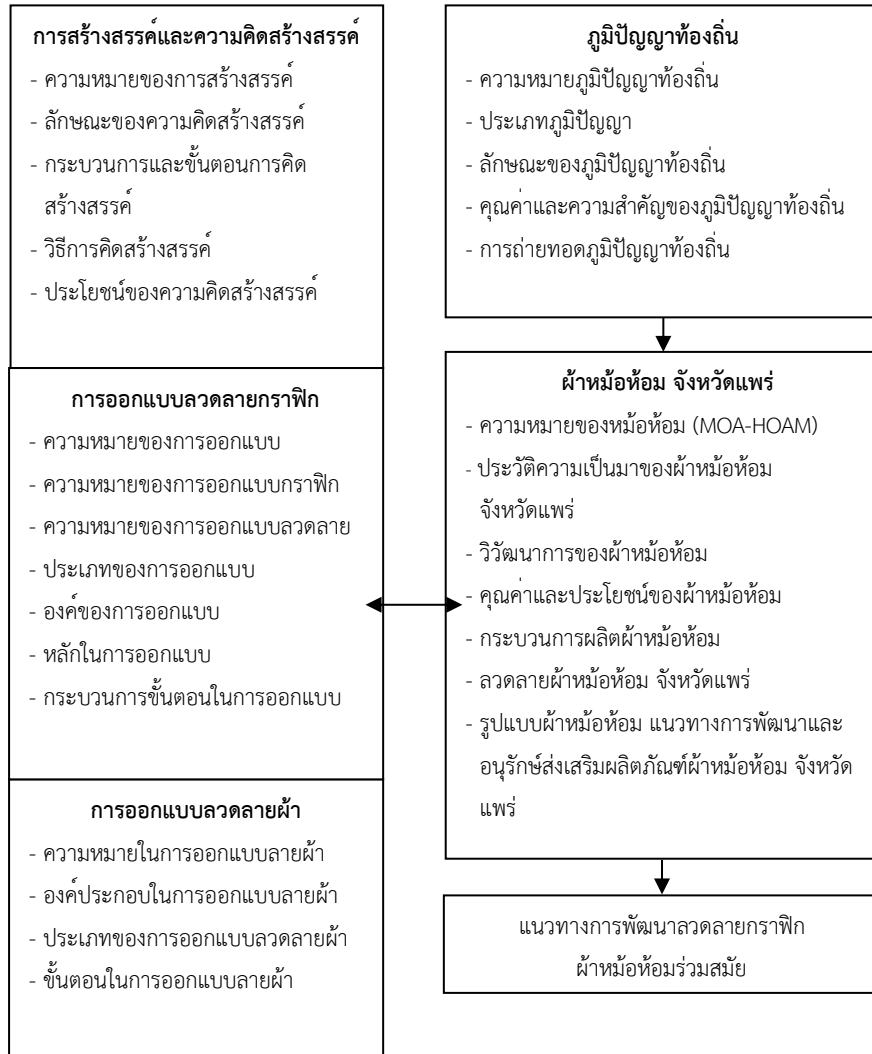
ผ้าหม้อห้อม หมายถึง ผ้าฝ้ายที่ผ่านกระบวนการทอมือ และย้อมสีด้วยต้นหม้อธรรมชาติ ซึ่งมีลักษณะเป็นสีน้ำเงินเข้ม คล้ายคราม เป็นผ้าพื้นเมืองท้องถิ่น เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวภาคเหนือของประเทศไทย

ร่วมสมัย หมายถึง การนำแนวคิดของการสร้างสรรค์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีรูปแบบดั้งเดิม กลับมาใช้พัฒนาใหม่ โดยมีการปรับปรุง พัฒนา เปลี่ยนแปลง เรื่องราว หรือลวดลายบางส่วน ให้มีความทันสมัยขึ้น ใช้ได้หลากหลายโอกาสมากขึ้นในชีวิตประจำวัน แต่ยังคงเอกลักษณ์ของลักษณะของสิ่งนั้น ๆ อยู่ด้วย

วัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) หมายถึง คนที่มีอายุในช่วงอายุ 15 ปี - 30 ปี ที่อาศัยหรืออยู่ในเขตพื้นที่ของจังหวัดแพร่ ณ ช่วงวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2561 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2561 เท่านั้น



### 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย





## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาตลาดลากร้าฟักผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย” ผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 การสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ (CREATIVE)
- 2.2 การออกแบบ (DESIGN)
- 2.3 การพัฒนา (DEVELOPMENT)
- 2.4 การออกแบบลายผ้า (TEXTILE DESIGN)
- 2.5 ภูมิปัญญาท้องถิ่น (LOCAL WISDOM)
- 2.6 ผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 การสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์

การสร้างสรรค์ เป็นการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งถือเป็นสิ่งดีที่จะทำให้การดำเนินชีวิตของคนในสังคมเกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลง ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการสร้างสรรค์จากเอกสารและนักวิชาการหลากหลายท่าน ที่สามารถสรุปได้ดังนี้

##### 2.1.1 ความหมายของการสร้างสรรค์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของคำว่า สร้างสรรค์ ไว้ว่า การสร้างให้มีให้เป็นขึ้น ซึ่งมักจะใช้ในทางนามธรรม เช่น สร้างสรรค์ความสุข ความเจริญให้แก่สังคม มีลักษณะริเริ่มในทางที่ดี เช่น ความคิดสร้างสรรค์ หรือศิลปะสร้างสรรค์

จันทร์เพ็ญ ชูประภาวรณ (2557: 17) นายกสมาคมนักวิจัยไทยเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว ได้ให้ความหมายของคำว่า ความคิดสร้างสรรค์ หรือ Creative thinking ว่า เป็นความสามารถในการผลิตสิ่งที่เป็นต้นแบบ แตกต่าง และเหมาะสมกับการใช้ประโยชน์ ตั้งแต่ระดับบุคคล คือการใช้ความสามารถในการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันของตัวเอง ในแบบที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งนำไปสู่ การสร้างสรรค์ในสังคม คือความสามารถในการผลิตต้นแบบที่ไม่เหมือนคนอื่น ทำให้เกิดงานวิจัยใหม่ ผลิตสิ่งของใหม่ งานศิลปะชิ้นใหม่ ตลอดจนโครงการใหม่ ๆ ในสังคม ซึ่งความคิดสร้างสรรค์นี้ สามารถสร้าง และพัฒนาได้ตั้งแต่วัยเด็ก

Guilford (2014) ได้ศึกษาเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งกล่าวไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถทางสมองในการคิดหลายทิศทาง ซึ่งมีองค์ประกอบความสามารถในการริเริ่ม ความคล่องในการคิด ความยืดหยุ่นในการคิด และความสามารถในการแต่งเติมและให้คำอธิบายใหม่ที่เป็นการติดตามหลักเหตุผลเพื่อหาคำตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว แต่องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของความคิดสร้างสรรค์คือความคิดริเริ่ม นอกจากนี้ ยังเชื่อว่า ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่พรสวรรค์ที่บุคคลมี แต่เป็นคุณสมบัติที่มีอยู่ในตัวบุคคลซึ่งมีมากน้อยไม่เท่ากัน และบุคคลแสดงออกมาในระดับต่างกัน ถ้ามีสิ่งเร้ามากระตุ้นให้เกิดความคิดนั้น ๆ สิ่งเร้าที่จะมากระตุ้นให้เกิดความคิด มีอยู่ 4 ชนิด ได้แก่ รูปภาพ, สัญลักษณ์, ภาษา และพฤติกรรม

Crist Deovil, (2014: 65) นักจิตวิทยาผู้เชี่ยวชาญด้านการคิดสร้างสรรค์ เชื่อว่า “ความคิดสร้างสรรค์เป็นทักษะที่พัฒนาได้” ได้ให้ความเห็นไว้ในความหมายของความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์สามารถเรียนรู้ได้ ไม่เกี่ยวกับพรสวรรค์ส่วนตัว ความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้เกิดจากแรงบันดาลใจเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ความคิดสร้างสรรค์เป็นมากกว่าการคิดแตกต่าง ความคิดสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีหรือเป็นเรื่องของการเพิ่มคุณค่า ส่วนการคิดนอกกรอบเป็นการหนีจากการถูกห้ามเปลี่ยนแนวความคิด

Torrance (2013: 23) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นความสามารถของบุคคลในการคิดสร้างสรรค์ผลิตผลหรือสิ่งแปลกใหม่ ที่ไม่รู้จักมาก่อน ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อาจจะเกิดจากการรวมความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับจากประสบการณ์ แล้วเชื่อมโยงกับสถานการณ์ใหม่ ๆ สิ่งที่เกิดขึ้นแต่ไม่จำเป็นสิ่งสมบูรณ์อย่างแท้จริง ซึ่งอาจออกมาในรูปของผลผลิตทางศิลปะ วรรณคดี วิทยาศาสตร์

Wallach and Kegan (1965) ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่า หมายถึง ความคิดโดยสัมพันธ์ (Association) คนที่มีความคิดสร้างสรรค์ คือ คนที่สามารถจะคิดอะไรได้อย่างสัมพันธ์เป็นลูกโซ่

อารี พันธุ์ณี (2555: 18) ได้กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นกระบวนการทางสมองที่คิดในลักษณะอนอกนัย อันนำไปสู่การคิดพบสิ่งแปลกใหม่ด้วยการคิดดัดแปลง ประู่งแต่งจากความคิดเดิมผสมผสานกันให้เกิดสิ่งใหม่ ซึ่งรวมทั้งการประดิษฐ์คิดค้นพบสิ่งต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการคิด ทฤษฎีหลักการได้สำเร็จ ความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นได้ มิใช่เพียงแต่คิดในสิ่งที่เป็นไปได้ หรือสิ่งที่เป็นเหตุผล เพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่คิดจินตนาการก็เป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่จะก่อให้เกิดความแปลกใหม่ แต่ต้องควบคู่กันไปกับความพยายามที่จะสร้างความคิดฝันหรือจินตนาการให้เป็นไปได้หรือเรียกว่าเป็นจินตนาการประยุกต์นั่นเอง จึงจะทำให้เกิดผลงาน

สมบุรณ์ สมประสงค์ (2559: 45) ได้ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ไว้ 2 ลักษณะดังต่อไปนี้

1. ความคิดสร้างสรรค์ เป็นเรื่องที่สลับซับซ้อน ยากแก่การให้คำจำกัดความที่แน่นอน
2. ถ้าพิจารณาความคิดสร้างสรรค์ในเชิงผลงาน ผลงานนั้นต้องแปลกใหม่และมีคุณค่า

กระบวนการคิดของสมองซึ่งสามารถคิดได้หลากหลายและแปลกใหม่ สามารถนำไปประยุกต์ ทฤษฎีหรือปฏิบัติ ได้อย่างรอบคอบและถูกต้อง จนนำไปสู่การคิดค้นและนวัตกรรม โดย Creativity มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน “Creo” หมายถึง to create, to make หรือ การสร้างหรือทำให้เกิด (นงลักษณ์ นัยนา, 2557: 17)

สมพงศ์ ดาวิสัย (2560: 67) ได้กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นปรากฏการณ์ที่บุคคล สร้างสรรค์สิ่งใหม่ อาทิ ผลผลิต การแก้ปัญหา นวัตกรรม หรืองานศิลปะ ซึ่งมีคุณค่า การจะตีความ เกี่ยวกับความใหม่ ขึ้นอยู่กับผู้สร้างสรรค์หรือสังคม หรือแฉวงที่สิ่งใหม่นั้นเกิดขึ้น การประเมินคุณค่าก็ใน ทำนองเดียวกัน คุณสมบัติที่มักใช้ในการตีความความใหม่ ประกอบด้วย

1. สิ่งประดิษฐ์ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน
2. สิ่งประดิษฐ์ที่อาจปรากฏอยู่ที่อื่น แต่มีผู้สร้างสรรค์ขึ้นใหม่โดยอิสระ
3. การคิดวิธีดำเนินการใหม่
4. ปรับกระบวนการผลิตเข้าสู่ตลาดที่แตกต่างออกไป
5. คิดวิธีการใหม่ในการแก้ไขปัญหา
6. เปลี่ยนแนวคิดที่แตกต่างจากผู้อื่น

จิราภรณ์ พรประเสริฐ (2559: 18) แสดงความคิดเห็นว่า ความคิดสร้างสรรค์ คือ ความคิดใหม่ ๆ แนวทางใหม่ ๆ ทักษะคติใหม่ ๆ ความเข้าใจ และการมองปัญหาในรูปแบบใหม่ ผลลัพธ์ของความคิดสร้างสรรค์ที่ชัดเจน คือ ดนตรี การแสดง วรรณกรรม ละคร สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมทางเทคนิค แต่บางครั้งความคิดสร้างสรรค์ก็มองไม่เห็นชัดเจน เช่น การตั้งคำถามบางอย่างที่ช่วยขยายกรอบของแนวคิดซึ่งให้คำตอบบางอย่าง หรือการมองโลกหรือปัญหาในแว่นอกกรอบ

วรวิทย์ วังทอง (2556: 39) ได้สรุปเกี่ยวกับเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ไว้ดังนี้ ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความคิดเชื่อมโยง ที่พยายามหาทางออกหลาย ๆ ทาง ใช้ความคิดที่หลากหลาย แสวงหาความเป็นไปได้ใหม่ ๆ และนอกกรอบ คัดสรรค้นหาทางเลือกใหม่ ๆ และพยายามปรับปรุงให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งมีวิธีการอยู่ 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. แสวงหาข้อบกพร่อง (Mess Finding)
2. รวบรวมข้อมูล (Data Finding)
3. มองปัญหาทุกด้าน (Problem Finding)
4. แสวงหาความคิดที่หลากหลาย (Idea Finding)
5. หาคำตอบที่รอบด้าน (Solution Finding)
6. หาข้อสรุปที่เหมาะสม (Acceptance Finding)

สุรินทร์ สุนทรสกุล (2558: 89) กล่าวถึงกระบวนการของความคิดสร้างสรรค์ อาจเกิดขึ้นโดยบังเอิญหรือโดยความตั้งใจ ซึ่งสามารถทำได้ด้วยการศึกษา การอบรมฝึกฝน การระดมสมอง (Brainstorming) มากกว่าครึ่งหนึ่งของการค้นพบที่ยิ่งใหญ่ของโลก เกิดจากการค้นพบโดยบังเอิญ (Serenity) หรือการค้นพบสิ่งหนึ่งซึ่งใหม่ ในขณะที่กำลังต้องการค้นพบสิ่งอื่นมากกว่า

นันทรัตน์ กิจรุ่ง (2560: 33) แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative thinking) ว่าหมายถึง ความสามารถในการมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ การขยายขอบเขตความคิดออกไปจากกรอบความคิดเดิมที่มีอยู่ สู่ความคิดใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน เพื่อค้นหาคำตอบที่ดีที่สุดให้กับปัญหาที่เกิดขึ้น เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม เป็นความคิดที่ หลากหลาย คิดได้กว้างไกล หลายนแงหลายมุม เน้นทั้งปริมาณและคุณภาพ องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ ความคิดนั้นต้องเป็นสิ่งใหม่ไม่เคยมีมาก่อน (New Original) ใช้การได้ (Workable) และมีความเหมาะสม (Appropriate) การคิดเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการคิดเพื่อการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งเดิมไปสู่สิ่งใหม่ที่ดีกว่า ซึ่งจะได้ผลลัพธ์ที่ต่างไปโดยสิ้นเชิง หรือที่เรียกว่า นวัตกรรม (Innovation) ความคิดสร้างสรรค์มีความหมายแยกได้เป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. เป็นความคิดแง่บวก หรือ Positive thinking
2. เป็นการกระทำที่ไม่ทำร้ายใคร หรือ Constructive thinking
3. เป็นการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ หรือ Creative thinking

ซึ่งความคิดสร้างสรรค์ สามารถเกิดขึ้นได้ 2 ทาง คือ

1. เริ่มจากจินตนาการแล้วย้อนสู่ความจริง เกิดจากการนำความฝันและจินตนาการ ซึ่งเป็นเพียงความคิด ความใฝ่ฝันที่ยังไม่เป็นจริง แต่เกิดความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะทำให้ความฝันนั้นเป็นจริง

2. เริ่มจากความรู้ที่มีแล้วคิดต่อยอดสู่สิ่งใหม่ ที่เรียกว่า นวัตกรรม (Innovation) เกิดจากการนำข้อมูลหรือความรู้ที่มีอยู่ มาคิดต่อยอดหรือคิดเพิ่มฐานข้อมูลที่มีอยู่ จะเป็นเหมือนตัวเชื่อมความคิดให้คิดในเรื่องใหม่ ๆ

จากการศึกษาเรื่อง การสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ จากเอกสารที่เกี่ยวข้องแล้ว สามารถสรุปเกี่ยวกับการสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ได้ว่า เป็นการออกแบบหรือการทำให้เกิดขึ้น เป็นสิ่งที่ยังไม่มีอยู่ปัจจุบัน หรืออาจจะเกิดจากการนำเอาสิ่งที่มีอยู่มาผสมผสานให้เกิดขึ้น ความคิดสร้างสรรค์ คือ ความคิดใหม่ แนวทางใหม่ ทักษะคติใหม่ ความเข้าใจและการมองปัญหาในรูปแบบใหม่ ผลลัพธ์ของความคิดสร้างสรรค์ที่ชัดเจน แต่บางครั้ง ความคิดสร้างสรรค์ก็มองไม่เห็นชัดเจน อาจเป็นการตั้งคำถามบางอย่าง ที่ช่วยขยายกรอบของแนวคิด ซึ่งให้คำตอบบางอย่าง หรือการมองโลกหรือปัญหาในกรอบนอกกรอบ

### 2.1.2 ลักษณะของความคิดสร้างสรรค์

นาตยา นรสินทร์พันธุ์ (2559: 67) ได้ศึกษาลักษณะพื้นฐานของผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ประการ ดังนี้

1. ความรู้สึกไวต่อปัญหา หมายถึง บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ จะมีความสามารถในการจดจำปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งความสามารถในการเข้าถึง หรือการทำความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่เข้าใจผิด สิ่งที่เขาขอเท็จจริง สิ่งที่เป็นมโนทัศน์ที่ผิด หรืออุปสรรคต่าง ๆ ที่ยังมีติดมนอยู่ ซึ่งพอจะสรุปได้ว่า ความรู้สึกไวต่อปัญหาของบุคคลเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เพราะบุคคลจะไม่สามารถแก้ปัญหา หากกว่าเขาจะรู้ได้ว่า ปัญหานั้นคืออะไร หรืออย่างน้อยก็จะต้องรู้ว่า ตนเองกำลังประสบปัญหาอยู่

2. ความคล่องในการคิด หมายถึง บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์จะมีความสามารถในการผลิตแนวความคิดจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว แล้วเลือกแนวความคิดที่ดีที่สุดมาใช้แก้ปัญหา สิ่ง que แสดงลักษณะพิเศษของความคล่องในการคิด นอกจากการผลิตแนวความคิดที่มากมายและรวดเร็วแล้ว แนวความคิดที่ผลิตขึ้นมาใหม่นั้น ควรจะเป็นแนวความคิดที่แปลกใหม่ และดีกว่าแนวความคิดที่อยู่ในปัจจุบัน นอกจากนั้นบุคคลที่ได้ชื่อว่ามี ความคล่องในการคิด จะต้องมีความสามารถปรับเปลี่ยนทิศทางการคิดได้เป็นอย่างดี

3. ความคิดริเริ่ม หมายถึง บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์จะมีความสามารถในการค้นหาแนวทางใหม่ ๆ หรือวิธีการแปลก ๆ แตกต่างกันออกไป มาใช้ในการแก้ปัญหา ความคิดริเริ่มเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในวงการธุรกิจ ผู้บริหารจำเป็นที่จะต้องแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ มาแก้ปัญหาที่เปลี่ยนแปลงผันไป นอกจากจะต้องแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ แล้ว ยังจำเป็นจะต้องปรับปรุงแนวทางใหม่ ๆ เหล่านี้ มาช่วยแก้ไขปัญหาที่คั่งค้างในสภาพการณ์ใหม่ ๆ ดังนั้น นักบริหารจำเป็นจะต้องสร้าง “ความคิดริเริ่ม” ให้เกิดขึ้น ที่กล่าวว่า ความคิดริเริ่มเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับนักบริหารในวงการธุรกิจ ก็เนื่องมาจาก

ว่า การประกอบธุรกิจนั้น มีการแข่งขันกันมาก โดยเฉพาะในด้านการผลิตสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาด ให้มีความแปลกใหม่ คุณภาพดี และราคาถูก ซึ่งความคิดริเริ่มจะช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ได้มาก

4. ความยืดหยุ่นในการคิด หมายถึง บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์จะมีความสามารถในการหาวิธีการหลาย ๆ วิธีมาแก้ไขปัญหา แทนที่จะใช้วิธีการใดวิธีการหนึ่งเพียงวิธีเดียว บุคคลที่มีความยืดหยุ่นในการคิด จะจดจำวิธีแก้ปัญหาที่เคยใช้ไม่ได้ผล ทั้งนี้เพื่อที่จะไม่นำมาใช้ซ้ำอีก แล้วพยายามเลือกหาวิธีการใหม่ที่คิดว่าแก้ปัญหาได้มาแทน ซึ่งความยืดหยุ่นในการคิด จะมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความคล่องในการคิด นั่นคือ ความยืดหยุ่นในการคิดและความคล่องในการคิด จะเป็นความสามารถของบุคคลในการหาวิธีการคิดหลาย ๆ วิธีเพื่อใช้ในการแก้ปัญหา เป็นความจริงที่ว่า บุคคลสร้างแนวความคิดหรือวิธีการแก้ปัญหาได้ 20 – 30 วิธี เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาซึ่งจะได้ผลดีกว่าบุคคลที่หาวิธีการแก้ปัญหาเพียง 2 – 3 วิธี และใช้ไม่ได้ผล ดังนั้นถ้าบุคคลจะพัฒนาหรือปรับปรุงความยืดหยุ่นในการคิด ก็จะสามารถทำได้ โดยการพยายามหาวิธีการแก้ปัญหาหลาย ๆ วิธี และวิเคราะห์ปัญหาในหลายมุมมอง ซึ่งจะช่วยให้สามารถพัฒนาความยืดหยุ่นทางการคิดได้เป็นอย่างดี

5. แรงจูงใจ หมายถึง บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์สูง มักมีแรงจูงใจสูง เพราะแรงจูงใจเป็นลักษณะสำคัญของบุคคลในการที่จะแสดงตนว่า เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ แรงจูงใจนี้สามารถทำให้บุคคลกล่าว แสดงความพิเศษที่ไม่เหมือนใครออกมาอย่างเต็มที่ หรืออาจจะมากกว่าคนอื่น ๆ บุคคลที่มีแรงจูงใจสูงนี้ จะให้ความสนใจในการหาแนวทางแก้ปัญหาด้วยความกระตือรือร้น และสิ่งที่ผลักดันให้เกิดความกระตือรือร้น ก็คือ แรงจูงใจ เนื่องจากแรงจูงใจเป็นสิ่งสำคัญของการเตรียมปัญหา ซึ่งพบว่าความสำเร็จในชีวิตส่วนใหญ่ จะขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ คนที่มีความคิดสร้างสรรค์ มักจะมีแรงจูงใจสูงในการที่จะทำให้ผลผลิตดีขึ้นด้วย

พิสมัย แก้วกาล (2558: 45) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นลักษณะความคิดแบบออกนอกรุ่น (Divergent Thinking) คือ การคิดหลาย ๆ แง่คิด ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะนึกได้ เป็นการมองปัญหาในแนวกว้างเหมือนกับแสงอาทิตย์ที่แผ่รัศมีออกรอบด้าน คนที่มีความคิดสร้างสรรค์นั้นจะเป็นคนที่มีลักษณะดังนี้

1. คนที่มีความคิดริเริ่ม (Originality) คือ มีความคิดที่แปลกใหม่ ต่างจากความคิดธรรมดาของคนทั่วไปที่ชอบคิดกันโดยปกติ
2. มีความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) คือ มีความสามารถในการคิดหาคำตอบได้หลายทิศทาง หลายแง่หลายมุม



3. มีความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) คือ สามารถคิดหาคำตอบได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว รวดเร็ว และได้คำตอบมากที่สุด ในระยะเวลาที่จำกัด

4. มีความคิดละเอียดลออ (Elaboration) คือ การคิดได้ในรายละเอียด เพื่อขยายหรือตกแต่งความคิดหลัก ให้ได้ความหมายที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

สมดวง ดวงรัตน์ (2556: 91) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ จะมีลักษณะการคิดหลายทาง หรือ การคิดแบบอเนกนัย ประกอบด้วยลักษณะ 4 ประการ คือ 1) ความคล่องในการคิด (Fluency) 2) ความยืดหยุ่น (Flexibility) 3) ความคิดริเริ่ม (Originality) และ 4) ความคิดละเอียดลออ (Elaboration)

1. ความคล่องในการคิด หมายถึง ปริมาณความคิดที่ไม่ซ้ำกันในเรื่องเดียวกัน แบ่งออกเป็น 1.1) ความคิดคล่องแคล่วในด้านถ้อยคำ (Word Fluency) เป็นความสามารถใช้ถ้อยคำอย่างคล่องแคล่ว 1.2) ความคิดคล่องตัวในการโยงสัมพันธ์ (Associational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดหาถ้อยคำที่เหมือนกัน หรือคล้ายกันได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ในเวลาที่กำหนด 1.3) ความคล่องแคล่วทางด้านการแสดงออก (Expressional Fluency) เป็นความสามารถในการใช้วลีหรือประโยค หรือความสามารถที่จะนำคำมาเรียงกันอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้ประโยคที่ต้องการ จากการวิจัยพบว่าบุคคลที่มีความคล่องแคล่วด้านการแสดงออกสูงจะมีความคิดสร้างสรรค์

2. ความคิดยืดหยุ่น หมายถึง ประเภทหรือแบบของความคิดแบ่งออกเป็น 2.1) ความคิดยืดที่เกิดขึ้นทันที (Spontaneous Flexibility) เป็นความสามารถที่จะพยายามคิดให้หลายอย่างอิสระ เช่น คนที่มีความคิดยืดหยุ่นประเภทนี้ จะนึกประโยชน์ของก้อนหินว่า มีอะไรบ้างหลายอย่างในขณะที่คนคิดที่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ จะคิดได้เพียงอย่างเดียวหรือสองอย่างเท่านั้น 2.2) ความคิดยืดหยุ่นทางด้านดัดแปลง (Adaptive Flexibility) คนที่มีความคิดนี้จะคิดได้ไม่ซ้ำกัน เช่น ในข้อ 1 ในเวลา 2 นาทีท่านลองคิดว่า หลอดกาแฟจะทำอะไรได้บ้าง คนที่คิดคล่องจะคิดได้มากในเวลาเท่า ๆ กัน

3. ความคิดริเริ่ม หมายถึง ลักษณะความคิดแปลกใหม่ แตกต่างไปจากความคิดธรรมดา เป็นความคิดที่เป็นของตนเองโดยเฉพาะ เป็นความคิดที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น คนที่เรียนศิลปะการพับกระดาษรู้ความคิดเดิมว่าพับรูปหนึ่งเป็นรูปดอกไม้ เมื่อพลิกกลับอีกด้านเดิมหน้าตา ก็กลายเป็นรูปสุนัขหรือแมว กระดาษที่พับเป็นสุนัขหรือแมวนั้น จัดว่าเกิดขึ้นจากความคิดดัดแปลงให้เป็นความคิดริเริ่มใหม่ไม่ซ้ำแบบที่เคยมีอยู่แล้ว เป็นต้น

4. ความละเอียดลออในการคิด ความคิดต่าง ๆ 3 ประการ ที่เป็นองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ หากปราศจากความคิดละเอียดลออ ก็ไม่อาจทำให้เกิดผลงานหรือผลผลิตสร้างสรรค์

ขึ้นมาได้ ความละเอียดลออในการคิดขึ้นอยู่กับ เพศ อายุ ประสบการณ์ และความสามารถด้วย ผู้มีอายุมากจะมีความละเอียดลออในการคิดมากกว่าผู้มีอายุน้อย เด็กหญิงจะละเอียดลออกว่าเด็กชาย และเด็กที่มีความสามารถสูงทางด้านความละเอียดลออ จะเป็นเด็กที่มีความสามารถทางด้านสังเกตสูงด้วย

ในบรรดาความคิดทั้งหลาย ความคิดสร้างสรรค์ช่วยให้เกิดการค้นพบสิ่งแปลก ๆ ใหม่ เกิดเทคโนโลยีก้าวหน้า ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตมนุษย์ ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์ จึงเป็นสิ่งที่ครูจะต้องช่วยปลูกฝังให้เกิดขึ้นในตัวเด็ก อีกทั้งช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่แล้วในตัวเด็กให้เจริญสูงสุดอีกด้วย เพราะการเก็บกตความคิดสร้างสรรค์ของเด็ก อาจนำไปสู่ปัญหาด้านบุคลิกภาพได้

สารณี สุวรรณรัตน์ (2556: 24 - 25) กล่าวว่า องค์ประกอบความคิดสร้างสรรค์นี้ ได้รับอิทธิพลมาจากทฤษฎีโครงสร้างทางสติปัญญาของ Guilford (1967) ซึ่งเชื่อว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถทางสมองที่คิดได้อย่างซับซ้อน กว้างไกล หลายทิศทาง หรือที่เรียกว่า คิดอเนกนัย (Divergent thinking) ซึ่งประกอบด้วย ความคิดริเริ่ม (Originality) ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) ความคิดละเอียดลออ (Elaboration) มีรายละเอียดดังนี้

1. ความคิดริเริ่ม (Originality) หมายถึง ความคิดแปลกใหม่ ไม่ซ้ำกันกับความคิดของคนอื่น และแตกต่างจากความคิดธรรมดา ความคิดริเริ่มอาจเกิดจากการคิดจากเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้แปลกแตกต่างจากที่เคยเห็น หรือสามารถพลิกแพลงให้กลายเป็นสิ่งที่ไม่เคยคาดคิด ความคิดริเริ่มอาจเป็นการนำเอาความคิดเก่า มาปรุงแต่งผสมผสานจนเกิดเป็นของใหม่ ความคิดริเริ่มมีหลายระดับซึ่งอาจเป็นความคิดครั้งแรกที่เกิดขึ้นโดยไม่มีใครสอน แม้ความคิดนั้นจะมีผู้อื่นคิดไว้ก่อนแล้วก็ตาม

2. ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) หมายถึง ปริมาณความคิดที่ไม่ซ้ำกันในเรื่องเดียวกัน โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

2.1 ความคล่องแคล่วทางด้านถ้อยคำ (Word Fluency) เป็นความสามารถในการใช้ถ้อยคำอย่างคล่องแคล่ว

2.2 ความคล่องแคล่วทางการโยงสัมพันธ์ (Associational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดหาถ้อยคำที่เหมือนกันได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ภายในเวลาที่กำหนด

2.3 ความคล่องแคล่วทางการแสดงออก (Expression Fluency) เป็นความสามารถในการใช้ลีหรือประโยค กล่าวคือ สามารถที่จะนำคำมาเรียงกันอย่างรวดเร็วเพื่อ อธิบายให้ประโยคที่ต้องการ

2.4 ความคล่องแคล่วในการคิด (Ideational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดค้นสิ่งที่ต้องการภายในเวลาที่กำหนด เช่น ใช้คิดหาประโยชน์ของก้อนอิฐให้ได้มากที่สุด ภายในเวลาที่กำหนดซึ่งอาจเป็น 5 นาที หรือ 10 นาที

3. ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) หมายถึง ประเภทหรือแบบของการคิดแบ่งออกเป็น

3.1 ความคิดยืดหยุ่นที่เกิดขึ้นทันที (Spontaneous Flexibility) เป็นความสามารถที่จะพยายามคิดได้หลายทางอย่างอิสระ ตัวอย่างของคนที่มีความคิดยืดหยุ่นในด้านนี้ จะคิดได้ว่า ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์มีอะไรบ้าง ความคิดของผู้ที่ยืดหยุ่น สามารถจัดกลุ่มได้หลายทิศทางหรือหลายด้าน เช่น เพื่อรู้ข่าวสาร เพื่อโฆษณาสินค้า เพื่อธุรกิจ เป็นต้น ในขณะที่คนที่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ จะคิดได้เพียงทิศทางเดียว คือ เพื่อรู้ข่าวสาร เท่านั้น

3.2 ความคิดยืดหยุ่นทางการดัดแปลง (Adaptive Flexibility) หมายถึง ความสามารถในการดัดแปลงความรู้ หรือประสบการณ์ให้เกิดประโยชน์หลาย ๆ ด้าน ซึ่งมีประโยชน์ต่อการแก้ปัญหา ผู้ที่มีความยืดหยุ่นจะคิดดัดแปลงได้ไม่ซ้ำกัน

4. ความคิดละเอียดลออ (Elaboration) หมายถึง ความคิดในรายละเอียดเป็นขั้นตอนสามารถอธิบายให้เห็นภาพชัดเจน หรือเป็นแผนงานที่สมบูรณ์ขึ้น ความคิดละเอียดลออ จัดเป็นรายละเอียดที่นำมาตกแต่ง ขยายความคิดครั้งแรกให้สมบูรณ์ขึ้น

จากการศึกษาเรื่องลักษณะของความคิดสร้างสรรค์ สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะของความคิดสร้างสรรค์ จะมีลักษณะการคิดหลายทางหรือการคิดแบบอเนกนัย ประกอบด้วยลักษณะ 4 ประการ คือ

- 1) ความคล่องในการคิด (Fluency)
- 2) ความยืดหยุ่น (Flexibility)
- 3) ความคิดริเริ่ม (Originality) และ
- 4) ความคิดละเอียดลออ (Elaboration)

### 2.1.3 กระบวนการและขั้นตอนการคิดสร้างสรรค์

นิดา ซีนจิตต์ (2557: 77) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการคิดสร้างสรรค์ โดยระบุว่า กระบวนการคิดสร้างสรรค์ คือ วิธีคิดหรือกระบวนการทำงานของสมองที่มีขั้นตอนต่าง ๆ ในการคิดแก้ปัญหาจนสำเร็จ ซึ่งมีหลายแนวคิด เช่น Wallas ได้เสนอว่ากระบวนการของความคิดสร้างสรรค์เกิดจากการคิดสิ่งใหม่ ๆ โดยการลองผิดลองถูก ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นเตรียมการ คือการข้อมูลหรือระบุปัญหา
2. ขั้นความคิดกำลังฟุ้งซ่าน คือการอยู่ในความสับสนวุ่นวายของข้อมูลที่ได้มา
3. ขั้นความคิดกระจ่างชัด คือขั้นที่ความคิดสับสนได้รับการเรียบเรียง และเชื่อมโยงเข้า

ด้วยกัน ทำให้เห็นภาพรวมของความคิด

4. ขั้นตอนทดสอบความคิดและพิสูจน์ให้เห็นจริง คือ ขั้นที่รับความคิดเห็นจาก 3 ขั้นแรกข้างต้น มาพิสูจน์ว่าจริงหรือถูกต้องหรือไม่

Hilton, Churches (2013: 41) กล่าวสรุปว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่เข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่การแก้ปัญหา ใหม่ที่ใช้เวลาการคิดเพียงสั้น ๆ อย่างรวดเร็ว หรือยาวนานก็อาจเป็นไปได้ โดยมีลำดับการคิด ดังนี้

1. ขั้นเตรียมเป็นการรวบรวมประสบการณ์ มีการลองผิดลองถูก และตั้งสมมุติฐานเพื่อแก้ปัญหา
2. ขั้นครุ่นคิดขัดข้องใจ เป็นระยะที่มีอารมณ์เครียด อันสืบเนื่องจากการคิด แต่ยังคงคิดไม่ออก
3. ขั้นของการเกิดความคิด เป็นระยะที่เกิดความคิดในสมอง เป็นการมองเห็นวิธีแก้ปัญหา หรือพบคำตอบ
4. ขั้นพิสูจน์ เป็นระยะการตรวจสอบประเมินผล โดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อดูคำตอบที่คิดออกมานั้น ว่าเป็นจริงหรือไม่

Roger von Oech เจ้าของบริษัทความคิดสร้างสรรค์ในอเมริกา ได้กล่าวถึง กระบวนการคิดสร้างสรรค์ โดยแยกความคิดออกเป็น 2 ประเภท คือ ความคิดอ่อน และความคิดแข็ง ดังนี้

ความคิดอ่อน

- อูปมาอุป
- ความฝัน
- ความขำขัน
- ความคลุมเครือ
- การเล่น
- การประมาทการ
- ความไฝ่ฝัน
- ความขัดแย้ง
- การสังหรณ์ใจ
- โดยทั่วไป
- อย่างเด็ก

ความคิดแข็ง

- หลักการ
- เหตุผล
- ความแม่นยำ
- ความสม่ำเสมอ
- การทำงาน
- ความพอดีพอดี
- ความเป็นจริง
- ตรงไปตรงมา
- การวิเคราะห์
- อย่างเฉพาะเจาะจง
- อย่างผู้ใหญ่

ซึ่งความคิดแข็งนั้น จะมีคำตอบที่ถูกหรือผิดอย่างแน่นอน แต่ความคิดอ่อนนั้น อาจมีคำตอบที่ถูกหลายอย่าง ซึ่ง Roger von Oech ได้กล่าวถึง กระบวนการคิดสร้างสรรค์ ไว้ว่า ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ กระบวนการเพาะตัว และกระบวนการปฏิบัติการ โดยกระบวนการเพาะตัวเป็นการสร้างความคิดใหม่ ในขณะที่กระบวนการปฏิบัติการเป็นการใช้ความคิดที่คิดขึ้นมาไปปฏิบัติงานจริง

โดยความคิดอย่างอ่อนเป็นสิ่งที่เหมาะสม สำหรับกระบวนการเพาะตัว ซึ่งเป็นระยะที่กำลังมองหาความคิดใหม่ ๆ เป็นการมองที่กว้าง ๆ เพื่อหาวิธีการต่าง ๆ มาใช้เพื่อการแก้ปัญหา ส่วนความคิดอย่างแข็งนั้น มักใช้ในช่วงการปฏิบัติงานจริง ๆ เมื่อต้องการประเมินความคิด และขจัดสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรง ในการแก้ปัญหาออกไป ตรวจสอบผลดีผลเสียและความเสี่ยง รวมทั้งการเตรียมที่จะเปลี่ยนความคิด ให้เป็นการกระทำด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการคิดสร้างสรรค์ที่ ปาพจน์ หนูนภักดี (2555 : 89) ได้กล่าวถึงว่า การรู้แจ้ง ความคิดสร้างสรรค์ และอารมณ์ขัน เป็นสิ่งที่ยากเพราะจิตของเราสามารถทำงานได้อย่างยอดเยี่ยม มันจะอาศัยสิ่งรอบตัวของคนผู้นั้น สร้างแบบแผนต่าง ๆ ขึ้นมาจดเอาไว้ ตอบโต้และนำแบบแผนเหล่านี้มาใช้ ยิ่งแบบแผนถูกใช้งานมากเท่าไร มันก็จะยิ่งมั่นคง และมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น

ความคิดเกิดขึ้นในสมอง เพราะฉะนั้นในเบื้องต้นควรเข้าใจภาพรวมการทำงานของสมองเสียก่อน สมองของเราจะทำงานตลอดเวลา ไม่ว่าหลับหรือตื่น แต่การทำงานในแต่ละส่วนจะแตกต่างกัน การทำงานของสมอง ขึ้นอยู่กับเซลล์ประสาทที่มีอยู่เป็นจำนวนแสนล้านเซลล์ เซลล์ประสาทเหล่านี้จะติดต่อพูดคุยกันโดยใช้ระบบสารเคมี และประจุไฟฟ้า

สมองของคนเรานั้น แบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วนคือ สมองซีกซ้ายและสมองซีกขวา การทำงานของสมองซีกซ้าย ได้แก่ เรื่องสติปัญญาแบบเหตุผล เรื่องเกี่ยวกับตัวเลข การคิดแบบนามธรรม การคิดเป็นเส้นตรง การคิดวิเคราะห์ การคิดที่ไม่เกี่ยวข้องกับจินตนาการ การคิดแบบต่อเนื่องตามลำดับ เป็นเรื่องวัตถุนิยม และเกี่ยวข้องกับคำพูด สมองซีกซ้ายจะควบคุมการทำงานของอวัยวะด้านขวาของร่างกายและการทำงานในลักษณะของความเป็นเหตุเป็นผล เป็นลำดับขั้นตอนเป็นตรรกะ

ดังนั้นบรรดาผู้ที่ทำงานด้านวิทยาศาสตร์ วิศวกร นักคณิตศาสตร์ หรือนักเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ก็จะใช้สมองซีกนี้มากกว่าอีกซีกหนึ่ง ตัวอย่างของคนที่มีสมองซีกซ้ายดีเลิศ ได้แก่ Sir Isaac Newton (1643 – 1727) นักคณิตศาสตร์และนักวิทยาศาสตร์ชาวอังกฤษ การทำงานของสมองซีกขวา ได้แก่ เป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับเหตุผล เป็นเรื่องของการอุปมาอุปไมย การคิดแบบรูปธรรม คิดอิสระไม่เป็นเส้นตรง เห็นเป็นภาพทั้งหมด เป็นเรื่องของการสังเคราะห์ใช้จินตนาการ คิดไม่เป็นไปตามลำดับ มีความหลากหลายเชื่อมต่อกันหลายมุม เป็นเรื่องของอวัตรัสัยไม่เกี่ยวกับคำพูด เห็นเป็นภาพ และสมองซีกขวาจะ

ควบคุมการทำงานของอวัยวะด้านซ้ายของร่างกาย และทำงานในลักษณะภาพรวม ความคิดรวบยอด จินตนาการ การใช้ความรู้สึกและอารมณ์ ดังนั้น บรรดาศิลปิน นักวาดภาพ ช่างปั้น นักร้อง นักแต่งเพลง นักเขียนก็จะใช้สมองซีกนี้มากกว่า ตัวอย่างของคนที่มีสมองซีกขวาดีเลิศ ได้แก่ Wolfgang Amadeus Mozart (1756 – 1791) นักประพันธ์ดนตรีคลาสสิกชาวออสเตรีย

ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นเรื่องของการทำงานร่วมกันระหว่างสมองซีกซ้ายและซีกขวา แม้ว่าจะเชื่อกันว่าสมองซีกขวาจะเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์มากกว่าก็ตาม แต่ในความเป็นจริง ถ้าขาดการคิดอย่างมีเหตุผลของสมองซีกซ้ายแล้วละก็ สมองซีกขวาก็อาจจะทำงานไม่สมบูรณ์แบบ ตัวอย่างของคนที่มีสมองดีเลิศทั้ง 2 ซีก ได้แก่ Leonardo da Vinci (1452 – 1519) ศิลปินและ นักวิทยาศาสตร์ ชาวอิตาลี

ณัฐ หวังโรจน์ (2559: 23) กล่าวว่า ขั้นตอนของความคิดสร้างสรรค์ คือ ขั้นตอนของการเกิดขึ้น ของแนวคิดใหม่ ๆ ในลักษณะริเริ่มสร้างสรรค์ ได้รับการศึกษาวิจัยจากประวัติของบุคคลและเหตุการณ์ ต่าง ๆ มากพอสมควร พอสรุปได้ว่า มักมีขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นรวบรวมข้อมูล (Saturation) คือ สถานการณ์ที่ได้มีโอกาสเรียนรู้ข้อมูล เรื่องราว ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ หรือเรื่องคล้ายคลึงกันจนเต็มอิม แล้วรอการตลใจที่จะให้เกิดความคิดออกมา
2. ขั้นพิจารณาไตร่ตรอง (Deliberation) หมายถึง การพินิจพิจารณาตรึกตรองปัญหา อย่างรอบคอบ ระมัดระวัง แล้วนำมาวิเคราะห์วิจัย เปรียบเทียบดูแล้วลองจัดระบบใหม่ หรือคิดจากแง่มุม ต่าง ๆ กัน
3. ขั้นบ่มหรือฟักตัว (Incubation) ถ้าได้พยายามอย่างมากตามข้อ 1 และข้อ 2 แล้ว ความคิดยังไม่เกิด ก็หยุดพัก อย่าฝืนความคิด หรือบังคับสมองแต่ตรงข้าม ควรลืมปัญหาเสียชั่วคราว ไปพักผ่อนหย่อนใจให้สมองสดชื่น อาจเกิดความคิดใหม่ ๆ
4. ขั้นความคิดกระจ่างชัด (Illumination) ผู้เชี่ยวชาญเชื่อว่า คนเรามีจิตใต้สำนึก (Subconscious) ที่จะช่วยให้เราเกิดความคิดแวบขึ้นมาในสมอง ผ่านจิตใต้สำนึกทำให้เกิดความสว่างไสว ในจิตใจและเกิดแวบขึ้นมาได้
5. ขั้นทำความเข้าใจเป็นจริง (Accommodation) เมื่อเกิดความคิดขึ้นแล้ว ไม่รีบทำให้ เป็นจริงเป็นจังขึ้นมาโดยเร็ว โดยทำให้ความคิดให้กระจ่างแจ้ง และพิจารณาว่าเหมาะสมเข้ากันได้ กับปัญหาดังที่คิดไว้แต่แรกหรือไม่ แล้วก็สร้างให้เป็นรูปเป็นร่างขึ้นมา พร้อมทั้งวางแผนด้านปฏิบัติ เพราะ ความคิดที่เกิดขึ้นแล้วหากไม่สร้างไม่ทำให้เป็นรูปเป็นร่าง ไม่ใช่ให้เกิดประโยชน์ ก็เหมือนกับไม่เกิดอะไร ขึ้น ผู้รู้เชื่อว่า ความคิดสร้างสรรค์ซ่อนอยู่ในขั้นตอนทั้ง 5 ที่กล่าวแล้ว และผู้ใดก็ตามที่มีความฉลาดตาม

สมควรก็อาจมีความคิดริเริ่มได้ ถ้าได้ฝึกฝนให้เกิดขึ้นเสมอ นอกจาก 5 ขั้นตอนนี้แล้ว หากจะเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ให้ดีขึ้น ก็ต้องพยายามขจัดเครื่องกีดขวางบางประการ เช่น ขนบประเพณี และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เป็นต้น เพราะสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความนึกคิดของคนเรา เรามักจะทำอะไรตามความเคยชิน ไม่กล้าที่จะคิดอะไรแปลกใหม่

ดังนั้นจึงสามารถสรุปถึงเรื่อง กระบวนการและขั้นตอนการคิดสร้างสรรค์ ได้ว่าประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ คือ 1) ขั้นรวบรวมข้อมูล (Saturation) 2) ขั้นพิจารณาไตร่ตรอง (Deliberation) 3) ขั้นบ่มหรือฟักตัว (Incubation) 4) ขั้นความคิดกระจ่างชัด (Illumination) และ 5) ขั้นทำความเข้าใจให้เป็นจริง (Accommodation)

### 2.1.4 วิธีการคิดสร้างสรรค์

Edward de Bono (2011) ได้แบ่งวิธีคิดอย่างน่าสนใจไว้ 3 ประเภท คือ 1) การคิดแนวตั้ง 2) การคิดแนวข้าง และ 3) การคิดแนวขนาน สำหรับวิธีการคิดแนวข้างและการคิดแนวขนานคือวิธีการไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่ง Edward de Bono ได้ออกความคิดเห็นว่า “การพัฒนาคนที่เริ่มต้นที่โรงเรียนมักจะเน้นการใช้ความคิดในแนวตั้ง ที่ถึงแม้จะมีประสิทธิผลแต่ก็ยังไม่สมบูรณ์พอ และสิ่งที่จะเติมเต็มส่วนที่ขาดหายไปก็คือความคิดสร้างสรรค์” และ “การคิดทุกประเภท เป็นการผสมผสานระหว่างความเข้าใจและเหตุผลทางตรรกะ ซึ่งการคิดแนวข้างเป็นแก่นสำคัญของความเข้าใจ”

1. การคิดแนวตั้ง (Vertical Thinking) เป็นเรื่องของการสรรหา เรื่องของความถูกต้อง โดยจะเลือกทางที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา และกำจัดทางเลือกอื่น ๆ ออกเมื่อค้นพบทางเลือกที่ดีที่สุด แล้วก็จะไม่คิดหาวิธีอื่น ๆ ต่อไป การคิดแนวตั้งจะเคลื่อนที่ในทิศทางที่กำหนดเอาไว้ไปสู่การแก้ปัญหาอย่างชัดเจน โดยใช้วิธีการที่แน่นอน เป็นเรื่องของการวิเคราะห์โดยมีลำดับต่อเนื่อง ไม่มีการกระโดดข้ามเหมือนการคิดแนวข้าง นอกจากนี้การคิดแนวตั้งยังเป็นเรื่องของการตัดวิธีอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ข้อออกไป และใช้การแบ่งหมวดหมู่และประเภทต่าง ๆ แบบตายตัว โดยดำเนินไปตามแนวทางที่น่าจะเป็นมากที่สุด ถ้าจะเปรียบเทียบกับอะไรสักอย่าง การคิดแนวตั้ง ก็คงจะเหมือนการวัดด้วยไม้บรรทัดที่มีระยะที่แน่นอน

2. การคิดแนวข้าง (Lateral Thinking) คือ การหลีกเลี่ยงจากความคิดที่มีอยู่เดิม และความเข้าใจที่มีอยู่เดิม เพื่อค้นหาสิ่งใหม่ ตามธรรมดาแล้วความคิดที่มีอยู่ จะถูกสร้างขึ้นจากประสบการณ์และความเข้าใจที่พบเห็นมา การคิดแนวข้างจึงเป็นวิถีทางในการหลบหนีจากความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิม เพื่อค้นหาสิ่งที่ดีกว่า ในขณะที่การคิดแนวตั้งเป็นเรื่องของการวิเคราะห์ แต่การคิดแนวข้างจะเป็นเรื่องของการกระตุ้นและสามารถกระโดดข้ามได้ โดยไม่ต้องคิดเป็นลำดับขั้นตอน เปิดใจยอมรับทุกโอกาสที่เข้ามา การคิดแนวข้างจะไม่มีกรอบหมวดหมู่และประเภท ซึ่งทำให้การคิดแบบนี้อาจดูเหมือนการ

ตันทุรัง เพราะพยายามพิจารณาหนทางที่แทบมองไม่เห็น สรุปคือ การคิดแนวตั้งจะใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการแก้ปัญหาโดยเฉพาะ แต่การคิดแนวข้างจะใช้ข้อมูลเพื่อก่อให้เกิดการปรับปรุงแบบแผน ไม่ใช่เพื่อหาประโยชน์จากข้อมูลนั้นเพียงอย่างเดียว หลักการสำคัญของการคิดแนวข้างก็คือ “มุมมองที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นเพียงหนึ่งในหลาย ๆ มุมมองที่เป็นไปได้” โดยการสำรวจมุมมองอื่น ๆ แล้วปรับโครงสร้างและจัดเรียงข้อมูลที่มีอยู่

3. การคิดแนวขนาน (Parallel Thinking) คือการวางความคิดต่าง ๆ ลงไปข้าง ๆ กัน โดยไม่มีการปะทะ ไม่มีการโต้เถียง ไม่มีการตัดสินว่าถูกหรือผิดตั้งแต่แรก การคิดแบบนี้จะทำให้เกิดการสำรวจค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนั้นอย่างแท้จริง ก่อนที่จะได้ข้อสรุปหรือการตัดสินใจ โดยอาศัยกระบวนการการออกแบบเทคนิค วิธีคิดแบบนี้เรียกว่า วิธีคิดแบบหมวก 6 ใบ ซึ่งวิธีคิดแบบหมวก 6 ใบ หรือ Six Thinking Hats จะเป็นการสมมติว่า หมวกเป็นตัวแทนความคิดในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งหมด 6 มุมมอง โดยในแต่ละมุมมองจะถูกแทนด้วยหมวกแต่ละใบ นั่นก็คือหมวก 6 ใบนั่นเอง

- 3.1 หมวกสีขาว แทนมุมมองที่เป็นกลาง เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงและตัวเลข
- 3.2 หมวกสีแดง แสดงถึงความโกรธ ความเดือดดาล และอารมณ์
- 3.3 หมวกสีดำ แสดงถึงความจริงจัง ข้อควรระวัง การมองหาจุดอ่อน
- 3.4 หมวกสีเหลือง แทนความรู้สึกในทางที่ดี มองเชิงบวก
- 3.5 หมวกสีเขียว แทนการคิดริเริ่ม การหาสิ่งใหม่ ๆ
- 3.6 หมวกสีฟ้า แทนการควบคุมการใช้หมวกใบอื่น ๆ

จากวิธีการคิดเบื้องต้น สามารถนำมาประยุกต์นำมาเป็นเทคนิควิธีคิดเบื้องต้น เพื่อการออกแบบอย่างเป็นระบบ โดยปาพจน์ หนูนุรักษ์ติ (2555: 47) ได้แบ่งวิธีการคิดเบื้องต้น เพื่อการออกแบบอย่างเป็นระบบ เป็นขั้นตอนต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้ 1) กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ 2) การตีความโจทย์ 3) เนื้อหาจากการวิจัย 4) แนวความคิด 5) ตัวแสดงออก 6) บริบท และ 7) วิธีการออกแบบเบื้องต้น โดยรายละเอียดในแต่ละกระบวนการคิด มีดังนี้

1. เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของงานออกแบบ เป็นกระบวนการของการคิดที่นำเป้าหมายมาแตกออกเป็นวัตถุประสงค์หลายข้อย่อย แต่สิ่งสำคัญของเป้าหมายในการออกแบบ นอกจากหน้าที่ของการนำไปใช้แล้ว ความน่าสนใจก็เป็นสิ่งสำคัญอีกหนึ่งอย่างที่ต้องคำนึงถึง เรื่องของความน่าสนใจนั้นเกิดได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การเกิดรูปแบบใหม่ ๆ การสื่อสารแบบใหม่ การสร้างความสนุกสนาน การสร้างความประหลาดใจ การกบฏต่อแนวคิดเดิม หรือแม้แต่ความเรียบง่ายก็ตาม ซึ่งสรุปแล้วความน่าสนใจในงาน



ออกแบบนั้น มักจะมีคุณสมบัติของความใหม่ และการสร้างความประทับใจเป็นส่วนประกอบในการสร้างสรรค์งาน

2. การตีความโจทย์ ตามธรรมชาติของโจทย์นั้น จะมีเป้าหมายอย่างไรอย่างหนึ่งซ่อนอยู่ และโจทย์นั้นก็มีอยู่หลายชนิด เช่น โจทย์ที่ถูกกำหนดอย่างมีข้อจำกัด โจทย์ที่ตั้งขึ้นมาเอง โจทย์ที่มีความคลุมเครือ โจทย์ที่มีข้อมูลมาก จนต้องเลือกเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือโจทย์ที่ไม่มีข้อมูลใด ๆ เลย แต่เมื่อโจทย์มาอยู่ในมือของผู้ออกแบบแล้ว สิ่งที่เราให้ความสำคัญนอกเหนือจากเรื่องของประโยชน์ และหน้าที่ใช้สอย ก็คือ เป้าหมายในเรื่องของการตีความให้น่าสนใจ โดยการตีความนั้น คือ การเอากรอบความคิดหนึ่งไปมองอีกสิ่งหนึ่ง ซึ่งกรอบความคิดนั้นจะต้องถูกเลือกอย่างเหมาะสม เพราะความน่าสนใจของการตีความก็คือ การเลือกกรอบให้เหมาะสมกับโจทย์ที่ได้รับ เมื่อได้โจทย์ที่เกี่ยวข้องกับปาร์ตี้ในวันหยุดสุดสัปดาห์ของนักออกแบบจะต้องมองในเรื่องของความสนุกสนาน ดังนั้นสิ่งที่แสดงออก จะต้องเป็นสัญลักษณ์ของความสนุกสนาน แต่ Alan Fletcher ทำสิ่งที่แตกต่างจากการตีความโจทย์แบบเดิม ๆ ด้วยการใช้วิธีแบบ Wit นำสิ่งที่ตรงข้ามกับความสนุกสนานมาเป็นแนวคิดของการนำเสนอ โดยใช้สิ่งที่น่าเบื่อมานำเสนอ นั่นคือสิ่งที่น่าเบื่ออย่าง เหลือง น้ำเงิน แดง และใช้รูปทรงทำเปื้อนอย่าง วงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม แต่ได้เพิ่มลายเส้นประจำตัวลงไป ทำให้สิ่งที่น่าเบื่อกลายเป็นสิ่งที่สนุกสนาน

3. เนื้อหาจากการวิจัย ในกาสร้างสรรค์งานบางครั้ง จำเป็นต้องค้นหาเนื้อหา หรือข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อหาสิ่งที่น่าสนใจออกมาสื่อสาร

4. แนวความคิด แนวความคิดมาจากการค้นคว้าเนื้อหาแล้วนำมาขยายอด เป็นเรื่องที่ยากจะจำกัดว่าแนวความคิดควรมาจากไหน เพราะความจริงแล้วสามารถนำสิ่งที่น่าสนใจในเนื้อหา มาเป็นแนวความคิดได้ทั้งสิ้น ซึ่งแนวความคิดนั้นเป็นที่มาของตัวแสดงออกเสมอ

5. ตัวแสดงออก ตัวแสดงออกเป็นสิ่งที่สืบค้นจากหนังสือ ถ้าขาดตัวแสดงออก ก็เปรียบเหมือนขาดเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร โดยพื้นฐานตัวแสดงออกที่ง่ายที่สุด คือตัวอักษรในภาษาเขียน โปสเตอร์สันติภาพจะมีตัวอักษรคำว่า W-A-R และตัวอักษร P-E-A-C-E เป็นทรัพยากรเบื้องต้น เช่น ภาพของ Armando Milani ที่เห็นได้ว่าตัวแสดงออกในภาพนี้ คือ ตัวอักษร รวมถึงตัวแสดงออกทางสัญลักษณ์ของสันติภาพ คือ นกพิราบขาว

6. บริบท คือ กติกาอย่างหนึ่ง ซึ่งเปรียบเหมือนการสร้างระบบหนึ่ง เพื่อรองรับระบบหนึ่ง ในการสร้างสรรค์งานจะต้องสร้างภาษามารองรับโจทย์ เช่น การสร้างสรรค์ระบบล้อจักรยานที่เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม เพื่อรองรับระบบพื้นแบบร่อง หรือการออกแบบนาฬิกาเฉพาะเพื่อคนตาบอดสี เป็นการสร้างระบบรองรับระบบการมองเห็นของคนตาบอดสี ซึ่งเป็นการสร้างงานออกแบบที่เกิดจากข้อจำกัด

7. วิธีการออกแบบเบื้องต้น ความลงตัวและการแสดงออกที่สวยงาม คือหัวใจสำคัญประการหนึ่งของการออกแบบเบื้องต้น ความลงตัวนั้นมีหลายรูปแบบในเบื้องต้นจะกล่าวถึง 2 รูปแบบ คือ ความลงตัวของเหตุผล และความลงตัวของฟอร์ม ความลงตัวของเหตุผล มนุษย์เป็นผู้ที่มีความพึงพอใจในเหตุผลที่ลงตัว รวมถึงการเปรียบเทียบ ความต่อเนื่อง และความกลมกลืนของเหตุผล

ดังนั้นการออกแบบที่มีเหตุผลรองรับได้หนักแน่น จะทำให้เกิดความพึงพอใจในงาน สำหรับการสร้างสรรค์งานออกแบบ ความลงตัวในเหตุผล หมายถึงการใช้ตรรกะที่สมเหตุสมผลตามบริบทที่ควรจะเป็น เช่น งานออกแบบโปสเตอร์เสียดสีองค์กรสหประชาชาติ ของ Yossi Lemel ชื่อ Unable โดยใช้ตัวแสดงออก เป็นตัวอักษรคำว่า “UN” ที่แปลว่า “ไม่” ซึ่งตรงกับตัวอักษรย่อขององค์กรสหประชาชาติ แต่เติม “able” ที่มีความหมายว่า “ไม่สามารถ” ซึ่งตรงกับเหตุผลในเชิงคุณสมบัติว่า ไม่มีประสิทธิภาพ และความเชื่อช้าขององค์กรที่เหมือนกับเหตุผลที่ว่า “แต่มีความเชื่อช้า และหงายท้อง” ซึ่งในลักษณะนี้หมายความว่าไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ กับอีกหนึ่งตัวอย่าง คือโปสเตอร์ต่อต้านโรคเอดส์ของ Yossi Lemel อีกเช่นกันที่ใช้ตัวแสดงออก 2 ตัวซ้อนกัน ระหว่างห่วงอย่างกับถุงยาง ซึ่งมีความหมายที่สื่อถึง การรักษาชีวิต

ความลงตัวของฟอร์ม ความหมายของความลงตัวของฟอร์มคือการมีฟอร์ม ลักษณะร่วมกันบางอย่าง เช่น งานโฆษณาชื่อ Women’s day magazine 1953 ของนักออกแบบชื่อ Gene Federico ที่ใช้ตัวแสดงออกคือ อักษรคำว่า “go out” กับฟอร์มที่มีลักษณะร่วมกันของวงกลมที่เป็นล้อ กับตัวอักษร O ทั้งสองตัว หรืองานออกแบบของ National Portrait Gallery ออกแบบโดย Alan Fletcher ที่ใช้ความลงตัวของฟอร์มโดยเอาภาพศิลปะต่าง ๆ มาตัดจนได้ภาพของเจ้าฟ้าชายชาร์ลส์

นอกจากความลงตัวทั้งสองแบบที่กล่าวมาแล้ว ยังมีความลงตัวในแบบต่าง ๆ ตามสถานการณ์อีก เช่น ความลงตัวของเสียงกับภาพ ของงานออกแบบโลโก้ IBM ของ Paul Rand ที่ใช้คำว่า eye bee m แทนคำว่า I-B-M หรืองานออกแบบของสถานีรถไฟ memories of twenty street ที่ออกแบบโดยใช้ความลงตัวของภาพหมวกบนฝาผนัง ที่จะมีลักษณะเหมือนสวมลงพอดีบนศีรษะคน

สมุลทิพย์ ดวงดา (2558: 21) กล่าวว่า ธรรมชาติได้กำหนดการใช้งานสมอง 2 ซีก ซีกซ้ายมีหน้าที่เกี่ยวกับการคำนวณ ค้นหาเหตุผล การวิเคราะห์ ซีกขวามีหน้าที่เกี่ยวกับศิลปะ จังหวะดนตรี สีสันทนาการจัดระเบียบความคิด จึงได้เสนอ 10 วิธี การคิดนอกกรอบหรือคิดสร้างสรรค์ ดังต่อไปนี้ ซึ่งอาจช่วยให้หลายคนได้พบว่าเรื่องราวของความคิดสร้างสรรค์ นั้นเป็นสิ่งที่เรียนรู้และฝึกฝนได้สำหรับทุกคน

1. สลัดความคิดครอบงำ คือ ไม่จำกัดความคิดไว้กับไว้กับความเคยชินเก่า ๆ ไม่ตีกรอบความคิดผู้อื่น หรือคิดว่ามันเป็นไปได้ไม่ได้

2. ฝึกความคิดอย่างรอบด้าน คือ การไม่ยึดติดแนวความคิดด้านเดียว พยายามใช้ความคิดรอบด้าน ฝึกตั้งคำถามและหาเหตุผล คิดอย่างเป็นระบบและหาเหตุผลเปรียบเทียบ มองหลายมิติ เพื่อค้นหาความจริง

3. การคิดแง่บวก คิดสิ่งที่เป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหาหรือการทำงานให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งการคิดบวกไม่ใช่การคิดเพื่อการหลอกตัวเอง แต่เป็นการคิดหาทางออกให้กับปัญหานั้น ๆ

4. พยายามสร้างโอกาสแห่งความบังเอิญ คือ บางสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลยอาจจะเป็นคำตอบต่อปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นได้ ซึ่งอาจเป็นการจุดประกายใหม่ที่ผิดแผกแตกต่างจากเดิม ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

5. การตั้งคำถาม อะไรที่ทำให้คนอื่นทำแล้วแต่เรายังไม่ได้ทำ เราสามารถทำได้ไหม แล้วทำอย่างไร หรือต้องเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง

6. ฝึกความเป็นคนช่างสังเกตจดจำ การสังสมประสบการณ์และกระตุ้นให้เกิดความคิดใหม่ พยายามเรียนรู้ทุกอย่างที่เกี่ยวกับเรื่องที่เราสนใจนั้นให้มากที่สุด

7. ฝึกการระดมพลังสมอง โดยยึดมั่นในหัวใจนักปราชญ์ ได้แก่ ฟัง คิด ถาม เขียน

8. บ่มฝึก เมื่อใดที่มีปัญหาหรือยังหาคำตอบไม่ได้ หลังจากที่ได้พยายามคิดหนักสุด ๆ จึงค่อยหยุดคิดแล้วปล่อยวาง จากนั้น 2 - 3 วันค่อยกลับมาคิดปัญหานั้นใหม่

9. ตัดแต่ง ทบทวนความคิด และคัดสิ่งที่ไม่ได้ผลออกมาแก้ไขเพิ่มเติม ปรับเปลี่ยนจนได้ความคิดที่ดีที่สุด

10. ไม่ย่ำรอยอยู่แต่ความสำเร็จเดิม ๆ นั้นมีความหมายว่า การกระทำทุกอย่างเมื่อเห็นว่าดี ประสบความสำเร็จแล้ว ต่อไปควรจะพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิมด้วยวิธีการใหม่ ขึ้นอยู่กับความพยายาม

นพดล โชติสกุลทรัพย์ (2559: 33) กล่าวว่า การคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์นั้น ประกอบไปด้วยกระบวนการคิด 4 ขั้นตอน คือ

1. การค้นหาความหมายของปัญหา ขั้นตอนนี้จะมีความสำคัญมาก เพราะถ้าเรารู้ว่าอะไรคือปัญหาที่แท้จริง ก็สามารถหาหนทางในการแก้ได้ตรงมากขึ้น อีกทั้งทำให้เกิดความมั่นใจ มองเห็นปัญหาได้ทะลุปรุโปร่ง อันจะทำให้ได้คำตอบที่ชัดเจน และเป็นการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ด้วย

2. การเปิดใจกว้างเพื่อนำไปสู่วิธีการแก้ไขปัญหา นักคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์จะทำการคัดเลือกความคิดเห็น และข้อมูลต่าง ๆ ไว้เป็นจำนวนมาก ก่อนที่จะพิสูจน์แยกแยะให้ได้ความคิดเห็น

ที่ดีที่สุด ดังนั้นจึงต้องแสวงหา และเปิดประตูสู่ความคิดไม่ว่าจะเป็นจากการอ่าน การสังเกตและการทำงานร่วมกัน

3. การพิสูจน์แยกแยะให้ได้ความคิดเห็นที่ดีที่สุด การคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์นั้น มักต้องใช้วิธีแก้ปัญหา หรือคำตอบที่ดีกว่า หรือมากกว่าวิธีการแก้ปัญหา หรือคำตอบที่ได้มาครั้งแรกเพียงอย่างเดียว เพราะความคิดเห็น และข้อมูลที่สำคัญ ๆ นั้นมีอยู่อย่างมากมาย จึงจำเป็นที่จะต้องพยายามให้ได้มา ซึ่งความคิดเห็นที่ดีที่สุด โดยการแยกแยะ และคัดเลือกออกมาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ดีที่สุด

4. การเปลี่ยนความคิดเห็นให้เป็นการกระทำ จุดมุ่งหมายสำคัญของการแก้ปัญหา ก็คือการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นไปสู่การปฏิบัติจริง คนส่วนใหญ่มีความคิดสร้างสรรค์แต่ไม่เคยนำไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งกระบวนการคิดสร้างสรรค์นั้นไม่ได้จบลงแค่คิดในใจ การเปลี่ยนความคิดไปสู่การปฏิบัตินั้น ต้องเอาชนะอุปสรรคหลายอย่าง เช่น ความไม่มั่นใจในตัวเอง ความขลาดกลัว และต้องมีความมุ่งมั่นเด็ดเดี่ยวในความเพียร ไม่ว่าจะใช้เวลานานสักเท่าใด ก็จะไม่แปรเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ที่ได้เพาะตัวเป็นรูปร่าง และติดตามจนกระทั่งเกิดความสมบูรณ์ในทางปฏิบัติ

กิริติ หนูนวนล (2559: 67) กล่าวถึง วิธีการสร้างความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า สามารถทำได้โดยอาศัยหลักการดังนี้ 1) สะสม คือ การสั่งสมความรู้ทั่วไปอย่างสม่ำเสมอ 2) บ่มเพาะ คือ ครุ่นคิดถึงสิ่งต่าง ๆ ที่สั่งสมอยู่ในจิตใจ 3) สุกงอม คือ ปล่อยความคิด 4) จุดประกาย คือ เกิดความคิดใหม่ 5) เกิดความคิดสร้างสรรค์ คือ ความคิดซึ่งผิดแปลกแตกต่างจากเดิม เกิดความคิดสิ่งใหม่ขึ้นมา 6) ตกผลึก คือ การเข้าใจในสิ่งนั้นอย่างกระจ่างชัด 7) ขับเคลื่อน คือ นำความคิดนั้นไปสู่รูปธรรม 8) สุนวัตกรรม คือ เกิดเป็นสิ่งใหม่ขึ้นมา

สมมาตร สมประสงค์ (2558: 33) กล่าวว่า เทคนิคการฝึกความคิดสร้างสรรค์ สามารถทำได้ด้วยขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้ 1) ใช้ความคิดตลอดเวลา โดยตั้งคำถามและหาเหตุผลในคำตอบ 2) ฝึกการคิดอย่างรอบด้าน ไม่ยึดติดแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเพียงด้านเดียว 3) สลัดความคิดครอบงำ โดยไม่จำกัดกรอบความคิดของตนเองไว้กับความเคยชินเก่า ๆ 4) จัดระบบความคิด โดยหาเหตุผลจัดระบบความคิดการเปรียบเทียบ การมองหลายมิติ หรือค้นหาความจริง 5) ยึดมั่นในหัวใจนักปราชญ์ ได้แก่ ฟัง คิด ถาม เขียน ซึ่งอาจใช้การระดมสมองเป็นตัวกระตุ้น 6) ฝึกความเป็นคนช่างสังเกตจดจำ เป็นการสั่งสมประสบการณ์ และกระตุ้นให้เกิดความคิดใหม่ 7) ฝึกการระดมพลังสมอง เป็นการรวบรวมความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลหลาย ๆ ฝ่าย 8) พยายามสร้างโอกาสแห่งความบังเอิญ คือ บางสิ่งไม่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเลย อาจจะเป็นคำตอบต่อปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นได้ 9) ไม่กลัวความล้มเหลวหรือการเสียหน้า เพราะการเสนอความคิดเห็นไม่มีถูกหรือผิด 10) ไม่ย่ำรอยอยู่แต่ความสำเร็จเดิม เมื่อประสบความสำเร็จแล้ว จะต้องมีการพัฒนา

ตนเองต่อในขั้นสูงต่อไปอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า วิธีการคิดสร้างสรรค์ สามารถทำได้ด้วยวิธีการดังนี้ คือ 1) การสลัดความคิดครอบงำ 2) การฝึกความคิดอย่างรอบด้าน 3) การคิดแง่บวก 4) พยายามสร้างโอกาสแห่งความบังเอิญ คือ บางสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลยอาจจะเป็นคำตอบต่อปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นได้ ซึ่งอาจเป็นการจุดประกายใหม่ ๆ ที่ผิดแผกแตกต่างจากเดิม ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ 5) การฝึกตั้งคำถามเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ 6) ฝึกความเป็นคนช่างสังเกตจดจำ 7) ฝึกการระดมพลังสมอง 8) บ่มฝึก 9) ตัดแต่งทบทวนความคิด และคัดสิ่งที่ไม่ได้ผลออกมาแก้ไขเพิ่มเติม และ 10) ไม่ย่ำรอยอยู่แต่ความสำเร็จเดิม ๆ ควรพัฒนาต่อในเรื่องอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง

### 2.1.5 ประโยชน์ของความคิดสร้างสรรค์

นิพาดา เทวกุลรัตน์ (2557: 55) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของความคิดสร้างสรรค์ไว้แบบสรุป ดังนี้

1. ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง ทำให้เกิดแนวทางใหม่ ๆ ในการดำเนินชีวิต และหนทางใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหาชีวิต และการทำงาน

2. ก่อให้เกิดความสนุก ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ ที่ต้องค้นหาวิธีการคิดใหม่ ๆ ขึ้นมาทดแทนความคิดเก่า ๆ สำหรับโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การที่มนุษย์ต้องคิดอะไรใหม่ ๆ อยู่เสมอย่อมเป็นเรื่องสนุก เพราะทำให้ชีวิตไม่จำเจ

3. พัฒนาสมองของคนให้มีความฉลาดเฉลียวคม การฝึกการคิด หรือพยายามคิดเรื่องที่แปลกใหม่เป็นประจำ จะทำให้เกิดความเฉียบแหลมในการคิดแก้ปัญหาต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

4. สร้างความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือ และความพอใจในตัวเองขึ้นมา เมื่อใดก็ตามที่พัฒนาขีดความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ จนสามารถเผชิญหน้าและแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างราบรื่น ก็จะกลายเป็นผู้นำทางด้านความคิด และเกิดความภูมิใจในตนเอง

นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์ยังช่วยยกระดับความสามารถ ความอดทน และความคิดริเริ่มของผู้นำให้เพิ่มมากขึ้น และยังเป็นการพัฒนาความสนใจในงาน พัฒนาการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และพัฒนาชีวิตให้ทันสมัยมากขึ้น แต่การคิดสร้างสรรค์ ก็มีอุปสรรคของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับนิพาดา เทวกุลรัตน์ (2557: 70) ได้กล่าวถึง อุปสรรคของความคิดสร้างสรรค์ ไว้ว่า สามารถแบ่งอุปสรรคของความคิดสร้างสรรค์ ออกเป็น 2 ประเภท คือ อุปสรรคภายนอก และอุปสรรคภายใน โดยกล่าวว่า อุปสรรคภายนอกนั้น หมายถึง ข้อจำกัดอันเกิดจากขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม และกฎเกณฑ์ของสังคม หรือสภาพแวดล้อมภายนอก ส่วนอุปสรรคภายใน หมายถึง นิสัยใจคอ ท่าที และทัศนคติของคนแต่ละคน

อุปสรรคภายนอกจะเกิดขึ้นในลักษณะ เช่น ธรรมเนียมที่ไม่เปิดโอกาสให้เด็กได้ซักถาม ตามความอยากรู้อยากเห็น ธรรมเนียมของการขอบคิดตามอย่างกัน ซึ่งถ้าคิดแปลกจากคนอื่นจะไม่ใช่ที่ยอมรับของสังคม ธรรมเนียมที่เน้นบทบาทความแตกต่างระหว่างเพศอย่างชัดเจน ในเรื่องหน้าที่ของหญิงและชาย วัฒนธรรมสังคมให้ค่านิยมกับความสำเร็จ และไม่ยอมรับความล้มเหลว ทำให้คนไม่กล้าทดลองทำในสิ่งใหม่ ๆ การเน้นระเบียบและกฎเกณฑ์มากเกินไป ถ้าเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยก็ถือเป็นความผิดซึ่งขาดความยืดหยุ่น ทำให้ไม่กล้าแสดงความคิดเห็นสร้างสรรค์ออกมา

สำหรับอุปสรรคภายในนั้นจะเกิดขึ้นจากตัวเราเอง อันได้แก่ ความกลัวที่จะถูกตำหนิติเตียนและหาว่าแปลก ความเคยชิน การคิดแบบเดิมที่เคยทำอยู่เป็นประจำ การมีอคติหรือมีทัศนคติที่แคบ ว่าคำตอบที่ถูกต้องมีเพียงคำตอบเดียว ความเฉื่อยชา และอีตอาดในการเริ่มคิดเริ่มทำ ทำให้ขาดแรงกระตุ้นที่จะทำสิ่งใหม่ ๆ ดังนั้นสรุปได้ว่า ถ้าต้องการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดมากขึ้น ก็ต้องพยายามกำจัดอุปสรรคทั้งภายนอก และภายในทิ้งไปให้ได้มากที่สุด

พัชระ แยมเยื่อน (2557: 43) กล่าวไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์มีความสำคัญ ต่อการเรียนรู้ที่ส่งเสริมผู้เรียนในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ช่วยส่งเสริมสุนทรียภาพ ผู้เรียนจะชื่นชมและมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งต่าง ๆ ที่คิดขึ้นมา ซึ่งผู้สอนควรทำเป็นตัวอย่าง โดยการยอมรับและชื่นชมในผลงานของผู้เรียน การพัฒนาสุนทรียภาพแก่ผู้เรียนโดยส่งเสริมให้ผู้เรียนเห็นว่า ผลงานที่ผู้เรียนคิดหรือสร้างขึ้นมามีความหมายสำหรับตัวเขา และส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักสังเกตสิ่งที่แปลกจากสิ่งธรรมดาสามัญ ให้ได้ยินในสิ่งที่ไม่เคยได้ยิน และหัดให้ผู้เรียนสนใจในสิ่งต่าง ๆ รอบตัว
2. เป็นการผ่อนคลายอารมณ์ การทำงานอย่างสร้างสรรค์เป็นการผ่อนคลายอารมณ์ลดความกดดัน ความคับข้องใจ และลดความก้าวร้าว
3. สร้างนิสัยในการทำงานที่ดี ในขณะที่ผู้เรียนทำงาน ผู้สอนควรสอนระเบียบและนิสัยที่ดีในการทำงานควบคู่ไปด้วย เช่น หัดให้ผู้เรียนรู้จักเก็บสิ่งของให้เป็นที่เป็นที่ ล้างมือเมื่อทำงานเสร็จ
4. การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ศึกษา ผู้เรียนส่วนใหญ่จะชอบทำกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ได้ใช้จินตนาการในการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ดังนั้นผู้สอนจึงควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียน ได้ใช้จินตนาการของผู้เรียนเอง ในการพัฒนาการทดลอง สร้างสิ่งใหม่ เช่น ฝึกให้ผู้เรียนสมมติตนว่าเป็นนักก่อสร้าง หรือสถาปนิก นอกจากมีความสำคัญต่อกระบวนการเรียนรู้แล้ว ความคิดสร้างสรรค์ยังมีความสำคัญต่อการพัฒนากระบวนการทางความคิดในเชิงธุรกิจ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาในด้านการคิดค้น

ผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการ นวัตกรรม และรวมไปถึงการนำความคิดเชิงสร้างสรรค์ ไปต่อยอดในการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาเชิงธุรกิจในอนาคต

ดลธรรม ว่องสกุลทรัพย์ (2557: 13) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการวางรากฐานการคิดสร้างสรรค์ในวัยเด็ก เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้เขาเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในอนาคต

ภัทร ภัทรเทวกุล (2559: 76) กล่าวว่า การส่งเสริมกระบวนการคิดให้เด็กมีความคิดฉับไว สามารถเห็นและรับรู้ปัญหา สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดใหม่ ๆ สร้างหรือแสดงความคิดเห็นใหม่ ๆ หรือปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้น หลายคนคงสงสัยว่า เด็กเริ่มมีความคิดตั้งแต่อายุเท่าไร แล้วเมื่อไรจึงจะมีความคิดที่สร้างสรรค์ หากสังเกตลูกเมื่อเริ่มพูดได้ จะพบว่า เมื่อลูกมีความจำคำพูดมากขึ้น เด็กจะเริ่มตั้งคำถามนั้นอะไร นี่อะไรทั้งวัน สาเหตุที่เด็กถามเพราะเขาอยากรู้ แปลว่า ก่อนที่เด็กจะถาม คงมีอะไรปรากฏในสมองของเขา ก่อนหรือบางทีเขาอาจจะรู้แล้วแต่อยากรู้มากขึ้น คือ เมื่อพบสิ่งใหม่ที่ไม่รู้จัก

อำพล เนติปัญญา (2555: 12) กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ในเด็กว่า เด็กจะเทียบเคียงกับข้อมูลที่จำได้ในสมองของเขาถ้ามีอะไรคล้าย ๆ กัน เขาก็จะพยายามทำความเข้าใจ หาข้อมูลให้มากขึ้น จนได้ข้อสรุปว่า มันคืออะไร รู้แล้วจะเอาไปทำอะไร ถ้าสนใจก็จำเอาไว้ ถ้าไม่สนใจก็อาจลืมเลือนไป เด็ก ๆ จึงมีความคิดมาตั้งแต่เล็ก ๆ แล้ว เพียงแต่ในช่วงอายุ 7 ปีแรก เด็กยังอาจแยกแยะความจริงกับจินตนาการออกจากกันได้ยาก เพราะประสบการณ์ และความรู้เกี่ยวกับโลกภายนอกยังมีไม่มากนัก เวลาไปสังเกตเด็ก ๆ เล่น ก็จะทำให้เห็นว่า เด็กหลาย ๆ คน เล่าเรื่องกันเป็นตูเป็นตะ เหมือนเขาเชื่อจริง ๆ เมื่อผู้ใหญ่ไปฟังเรื่องที่เขาเล่า ก็คงว่าเด็กเพ้อฝัน เทพนิยายทั้งหลายก็ คือ ความเพ้อฝันแบบเด็ก ๆ นั่นเอง ซึ่งความเพ้อฝันแบบนี้ เป็นจุดเริ่มต้นของความคิดสร้างสรรค์ของเด็ก

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ในการพัฒนาต่อยอดสิ่งที่มีอยู่ในยุคปัจจุบัน หรืออาจเป็นประโยชน์ในการคิดค้นสิ่งใหม่ มาใช้พัฒนาคุณภาพของชีวิตมนุษย์ สังคม และประเทศชาติ เพื่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก และเกิดความสุขในการใช้นวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้น

### 2.1.6 การพัฒนาและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์

นิพาดา เทวกุลรัตน์ (2557: 90) ได้กล่าวเกี่ยวกับการพัฒนา และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า ในสมัยก่อนเราเชื่อกันว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นพรสวรรค์ที่ติดตัวคนบางคนมาตั้งแต่เกิด แต่พอมาถึงปัจจุบันที่เป็นยุคแห่งวิทยาการ ทำให้ความเชื่อดังเดิมที่เคยมีมาปรับเปลี่ยนไป

นักจิตวิทยาส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นความสามารถที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ทุกคนตั้งแต่เกิด เพียงแต่มีการแสดงออกหรือมีพัฒนาการมากน้อยต่างกันไป และยังสามารถพัฒนาเพิ่มให้มีมากขึ้นด้วยการฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ โดยการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์นั้น อาจทำได้ทั้งทางตรง โดยการสอนและฝึกอบรม และทางอ้อมก็สามารถทำได้ด้วยการจัดบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความเป็นอิสระในการเรียนรู้ ดังนี้

1. การส่งเสริมให้ใช้จินตนาการตนเอง
2. ส่งเสริม และกระตุ้นการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
3. ยอมรับความสามารถ และคุณค่าของคนอย่างไม่มีเงื่อนไข
4. แสดงให้เห็นว่า ความคิดของทุกคนมีคุณค่า และนำไปใช้ประโยชน์ได้
5. ให้ความเข้าใจ เห็นใจ และความรู้สึกของคนอื่น
6. อย่าพยายามกำหนด ให้ทุกคนคิดเหมือนกัน ทำเหมือนกัน
7. ควรสนับสนุนผู้คิดค้นผลงานแปลกใหม่ ได้มีโอกาสนำเสนอ
8. เอาใจใส่ความคิดแปลก ๆ ของคนด้วยใจเป็นกลาง
9. ระวังเสมอว่าการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ต้องค่อยเป็นค่อยไป และใช้เวลา

นอกจากนี้ ภัทร ภัทรเทวกุล (2559: 79) ยังได้กล่าวถึง เทคนิคการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ โดยเทคนิคที่ใช้กันอยู่ มีหลายวิธีการด้วยกัน อันได้แก่

1. การระดมสมอง (Brainstorming) เป็นเทคนิคเพื่อรวบรวมทางเลือก และการแก้ปัญหา โดยให้โอกาสในการคิดอย่างอิสระที่สุด และไม่มีการวิพากษ์วิจารณ์ใด ๆ ระหว่างการคิด เพราะการวิพากษ์วิจารณ์ จะเป็นการขัดขวางความคิดสร้างสรรค์
2. การปลุกฝังความกล้าที่จะทำสิ่งสร้างสรรค์ เป็นเทคนิคที่ใช้การตั้งคำถามง่าย ๆ เพื่อให้คิดโดยจัดให้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เป็นที่ยอมรับของผู้อื่น เมื่อฝึกฝนมากเข้าก็จะช่วยในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้มีมากขึ้น
3. การสร้างความคิดใหม่ เป็นอีกเทคนิคหนึ่ง โดยใช้การแจกแจงวิธีการในการแก้ปัญหาใดปัญหาหนึ่งมาให้ได้ 10 วิธีการ จากนั้นก็แบ่ง 10 วิธีการที่ได้ออกเป็นวิธีการย่อย ๆ ลงไปอีก เพื่อให้ได้ทางเลือกหรือคำตอบที่ดีที่สุด
4. การตรวจสอบความคิด เป็นเทคนิคที่ใช้การค้นหาความคิด หรือแนวทางที่ใช้ในการแก้ปัญหาต่างๆ โดยการตรวจสอบความคิดของผู้ที่เคยทำไว้แล้ว



ภรณ์ ปิ่นเกสร (2559: 18 - 19) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ สามารถทำได้หลากหลายขั้นตอนหรือวิธี ดังนี้

1. การฝึกคิดเชิงบวก (Positive Thinking) การคิดเชิงบวก ไม่ใช่เป็นเพียงการมองโลกในแง่ดีเพียง อย่างเดียว แต่จะต้องแสวงหาโอกาสจากบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันด้วย ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้น ต้องฝึกคิดว่ามีอะไรที่เป็นประโยชน์

2. การฝึกคิดย้อนศร (Backward Thinking) ใครก็ตามที่คิดไปในแนวทางเดียวกันกับที่คนทั่ว ๆ ไปคิด ความคิดนั้นจะไม่เกิดความแตกต่าง แต่เมื่อไหร่ก็ตามที่เกิดการคิดสวนทางกับคนอื่น อาจจะทำให้เกิดเป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ดี ๆ ขึ้นมาก็ได้ การคิดย้อนศรนี้จะช่วยให้ไม่หลงทางหรือหลงไหลคล้อยตามไปกับกระแสของสังคม การฝึกคิดเช่นนี้บ่อย ๆ จะช่วยให้สามารถปรับตัวได้ดีในกรณีที่กระแสเกิดการเปลี่ยนทิศอย่างกะทันหัน

3. การฝึกคิดในสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ (Impossible Thinking) จากอดีตถึงปัจจุบัน ทุกคนเคยมีประสบการณ์ที่ว่า บางสิ่งบางอย่างที่เคยคิดว่ามันเป็นไปไม่ได้ในอดีต แต่ในปัจจุบันมันเป็นไปได้ และเป็นไปแล้ว สิ่งที่เคยคิดว่าเป็นไปไม่ได้ในวันนี้ เหตุการณ์นี้ สถานที่นี้ มันอาจจะเป็นไปได้ในอนาคต ในเหตุการณ์ หรือสภาพแวดล้อมอื่น สถานที่อื่น ดังนั้นอะไรก็ตามที่การคิดว่าเป็นไปไม่ได้ อย่าเพิ่งรีบด่วนตัดทิ้งไป เพราะนั่นเท่ากับเป็นการดับอนาคตแห่งความคิดสร้างสรรค์ของตนเองด้วย สาเหตุที่สำคัญอีกประการที่ทำให้คนขาดการคิดสร้างสรรค์ที่นำไปสู่ความสำเร็จ คือ มักจะนำเอาสภาพแวดล้อมภายนอกมาทำลายต้นกล้าแห่งความคิดสร้างสรรค์เสียเอง ทำให้ไม่มีโอกาสได้คิดไปถึงที่สุดว่าในความเป็นจริงที่แท้แล้วนั้น สิ่งที่เคยคิดว่าเป็นไปไม่ได้นั้น จะเป็นจริงเช่นนั้นได้หรือไม่หากได้ลองคิดและลงมือทำให้เป็นรูปธรรม ประจักษ์ต่อสายตาของครอบครัว การที่คนส่วนมากมักจะด่วนสรุปว่า สิ่งที่เคยคิดนั้นเป็นไปไม่ได้ หรือเป็นไปได้ยากมาก เพราะคนทั่วไปมักจะยึดติดกับกรอบการคิดแบบเดิมๆ แบบที่คนทั่ว ๆ ไปเขาคิดกันนั่นเอง

4 . การฝึกคิดบนหลักของความเป็นจริง (Thinking Based Principle) การฝึกคิดแบบนี้ คือ การคิดวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ โดยย้อนกลับไปหาหลักความเป็นจริงของสิ่งนั้น ๆ ว่าคืออะไร เช่น คนที่สามารถผลิตเครื่องบินได้นั้น จะต้องเข้าใจถึงหลักความเป็นจริง ในเรื่องแรงโน้มถ่วงของโลกก่อน จึงจะสามารถออกแบบเครื่องบินได้ ต้องเข้าใจว่าการบินได้นั้น จะต้องมีการขับเคลื่อนเท่าไร มีความเร็วเท่าไร จึงจะสามารถหนีออกจากแรงโน้มถ่วงของโลกได้ เป็นต้น

5. การฝึกคิดข้ามกล่องความรู้ (Lateral Thinking) การคิดข้ามกล่องความรู้ คือ การนำเอาความรู้ที่มีอยู่ในหัว ในเรื่องต่างๆ มาคิดไขว้กัน ยังมีกล่องความรู้หลากหลาย โอกาสที่จะคิดข้าม

กล่อง เพื่อให้เกิดความคิดใหม่ๆ ก็มีมากยิ่งขึ้น ถ้ามีกล่องความรู้เพียง 2 กล่อง โอกาสที่จะคิดไขว้ หรือข้ามกล่องก็มีเพียง 1 ชุด แต่ถ้ามีกล่องความรู้ 3 กล่อง โอกาสที่จะคิดไขว้กัน ก็มีมากขึ้นเป็น 2 ชุด ยังมีกล่องมากเท่าไร จำนวนชุดของความคิดไขว้ก็จะยิ่งเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณเท่านั้น

6. ฝึกคิดแบบแตกหน่อทางความคิด (Germination Thinking) เป็นการคิดโดยกำหนดจุดเริ่มต้นจากสิ่งที่เป็นอยู่ หรือมีอยู่ในปัจจุบัน แล้วแตกความคิดออกไปสู่ทิศทางต่าง ๆ รอบตัว การคิดสร้างสรรค์แบบนี้ จะช่วยให้ง่ายต่อการจัดกระบวนการคิด เพราะเป็นการคิดพัฒนาจากสิ่งที่มีอยู่แล้ว เพิ่มสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาที่ละเล็กละน้อย การคิดในลักษณะนี้ จำเป็นต้องอาศัยเทคนิคการคิดข้ามกล่องเข้ามาช่วยในการคิดแตกหน่อจากหน่อเดิมไปสู่หน่อใหม่ ๆ และที่สำคัญก็สามารถมองเห็นทั้งกระบวนการคิด และผลลัพธ์ทางการคิดในลักษณะของแผนผังความสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจน

จากวิธีการฝึกเพื่อพัฒนาศักยภาพการคิดสร้างสรรค์ดังกล่าวมาในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการพัฒนารูปแบบการคิดสร้างสรรค์ สามารถทำได้อย่างหลากหลายวิธี เพียงแต่ต้องให้ความสำคัญกับการคิดสร้างสรรค์อย่างจริงจัง นำเอาวิธีการดังกล่าวนี้ไปฝึกคิดกับเหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา จึงจะช่วยให้สามารถพัฒนาศักยภาพการคิดสร้างสรรค์ให้สูงขึ้นไปได้

## 2.2 การออกแบบ (DESIGN)

การออกแบบ เป็นกระบวนการในการนำเอาองค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะมาใช้ในการจัดวางรูปแบบด้วยหลักการที่เหมาะสม ซึ่งมีผลต่อการทำให้ผลงานสำเร็จเกิดผลที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการออกแบบไว้ ดังนี้

### 2.2.1 ความหมายของการออกแบบ

การออกแบบ คือ ศาสตร์แห่งความคิด และต้องใช้ศิลป์ร่วมด้วย เป็นการสร้างสรรค์ และการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ เพื่อสนองต่อจุดมุ่งหมาย และนำกลับมาใช้งานได้อย่างน่าพอใจ การออกแบบเป็นการจัดแต่งองค์ประกอบมูลฐาน ในการสร้างงานศิลปกรรมเครื่องจักร หรือประดิษฐ์กรรมของมนุษย์ การออกแบบจะทำให้สามารถถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงาน ที่ผู้อื่นสามารถมองเห็นรับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน (กันตภัทร ว่องวีรกุล, 2559: 8)

James, Blue (2015: 31) ได้พูดถึงการแบบไว้ว่า การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบ และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิด ตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา เช่น การจะทำโต๊ะขึ้นมาซักหนึ่งตัว จะต้องวางแผนไว้เป็นขั้นตอน โดยต้องเริ่มต้นจากการเลือกวัสดุที่จะใช้ในการทำโต๊ะนั้นว่า จะใช้วัสดุอะไรที่เหมาะสม ในการยึดต่อระหว่างจุดต่าง ๆ นั้นจึงควรใช้ กาว ตะปู สกรู หรือใช้ข้อต่อ

แบบใด รู้ถึงวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้งาน ความแข็งแรง และการรองรับน้ำหนักของโต๊ะ สามารถรองรับได้มากน้อยเพียงใด สีสนักรใช้สีอะไรจึงจะสวยงาม เป็นต้น

รวีภา หวังพัฒนารัตน์ (2556: 18) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง การรวบรวมหรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติ เข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ การนำองค์ประกอบของการออกแบบมาจัดรวมกันนั้น ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอย และความสวยงาม อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ เป็นศิลปะของมนุษย์เนื่องจากการสร้างค่านิยมทางความงาม และสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพให้แก่มนุษย์ด้วย

การออกแบบ หมายถึง การปรับปรุงแบบ ผลงานหรือสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสม และดูมีความแปลกใหม่ขึ้น เช่น โต๊ะที่ทำขึ้นมาใช้ เมื่อใช้ไปนาน ๆ ก็เกิดความเบื่อหน่ายในรูปทรง หรือสี ก็จัดการปรับปรุงให้เป็นรูปแบบใหม่ให้สวยกว่าเดิม ทั้งความเหมาะสม ความสะดวกสบายในการใช้งาน ยังคงเหมือนเดิม หรือดีกว่าเดิม เป็นต้น (สมพงษ์ สงฆ์สกุล, 2558: 85)

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิด ตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา (กรวิทย์ วีรพงศ์, 2557: 23)

ชนชาติ ภู่กลาง (2559: 43) ได้ให้ความหมายว่า การออกแบบ หมายถึง การรวบรวมหรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติ เข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ การนำองค์ประกอบของการออกแบบมาจัดรวมกันนั้น ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ เป็นศิลปะของมนุษย์เนื่องจากการสร้างค่านิยมทางความงาม และสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพให้แก่มนุษย์

สมควร พิพัฒน์ (2556: 19) กล่าวว่า การออกแบบ คือ กระบวนการทำงานอย่างสร้างสรรค์ของมนุษย์ โดยมีทัศนธาตุ และหลักทางทัศนศิลป์เป็นองค์ประกอบ โดยใช้หลักการจัดองค์ประกอบเป็นแนวทางในการจัดวางรูปแบบอย่างมีจุดมุ่งหมาย ทำให้เกิดเป็นรูปแบบใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์ตามขั้นตอนในการทำงาน ที่จะต้องคำนึงถึงการจัดส่วนประกอบต่าง ๆ ในการออกแบบ ให้มีความงามสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยทางด้านวัสดุ และการผลิตผลงาน ทั้งนี้เพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง และคนในสังคม นอกจากนี้งานออกแบบยังเป็นการแสดงออกซึ่ง ความคิด ความงาม ที่สัมพันธ์ระหว่างความต้องการของตนเอง ความต้องการของผู้อื่น สภาพแวดล้อมที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมและพฤติกรรมของคนในสังคม ซึ่งจะประกอบด้วยหลักสำคัญ 2 ประการ คือ

1. ความงามในรูปแบบ ที่ปรากฏเป็นความต่างของทัศนธาตุ นำมาจัดองค์ประกอบโดยใช้กรรมวิธีหรือเทคนิคและการถ่ายทอดอย่างเหมาะสม ปรากฏเป็นความงามอันสมบูรณ์ทางกายภาพของงานออกแบบ

2. ความงามในเนื้อหา เป็นการกำหนดเรื่องราวในการแสดงออก ความรู้สึกประทับใจ หรือสิ่งที่สื่อให้ผู้อื่นรับรู้ ที่กำหนดขึ้นโดยผู้ออกแบบเนื้อหาอาจเป็นเรื่องราวทางสังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้สึกประทับใจต่อสิ่งต่าง ๆ ตลอดจนความเชื่อทางสังคมและศาสนา สามารถสื่อความหมาย หรือบอกเล่าเรื่องราวถึงความงามในเนื้อหาอย่างง่ายหรือซับซ้อน เช่น งานศิลปกรรมไทยทุกแขนงที่ผู้สร้างสรรค์ผลงานได้แฝงความคิด คติธรรม ถ้าได้ศึกษาและเข้าใจก็จะทำให้สามารถเข้าใจวิถีชีวิตของคนไทยได้เป็นอย่างดี เป็นต้น

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบ และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิด ตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา หรืออาจหมายถึง การปรับปรุงแบบ ผลงานหรือสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสมมีความแปลกใหม่ขึ้นมา (ขวัญชัย อินทพัฒน์, 2557: 67)

รภัทร กรองจิตต์ (2558: 54) การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ให้เกิดความสวยงาม และ ถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงาน ที่ผู้อื่นสามารถมองเห็นรับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน

ดังนั้นจากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความหมายของการออกแบบ สามารถสรุปถึงความหมายของ การออกแบบ ได้ว่า เป็นกระบวนการที่สนองความต้องการใหม่ ๆ ของมนุษย์ ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อการดำรงชีวิตให้อยู่รอด และเพื่อสร้างความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของเดิมให้ดียิ่งขึ้น ด้วยการใช้วัสดุและวิธีการที่เหมาะสม ตามแบบแผน และตอบสนองความต้องการของมนุษย์

### 2.2.2 ความหมายของการออกแบบกราฟิก

พงศกร หทัยรัตน์ (2558: 58) กล่าวว่า การออกแบบกราฟิก เป็นลักษณะของการออกแบบพื้นผิว 2 มิติ เพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับถ่ายทอดข้อความ ความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เพื่อให้เข้าใจและรู้เรื่องโดยใช้ประสาทตาในการรับรู้เป็นส่วนใหญ่

สุนทร เลิศศิลป์วัฒน์ (2557: 77) ได้สรุปถึง การออกแบบกราฟิกไว้ว่า คำว่า กราฟิก มาจากภาษากรีก 2 คำ คือ Graphikos กับ Graphein และ Graphikos หมายถึง การเขียนภาพทั้งที่เป็นภาพสี และภาพขาวดำ Graphein หมายถึง การเขียนตัวหนังสือและการใช้เส้นในการสื่อสาร ดังนั้น Graphic

จึงหมายถึง การเขียนทั้งภาพสีและภาพขาวดำ ตลอดจนการเขียนตัวหนังสือ และการใช้เส้นเพื่อสื่อความหมาย

สมยศ การุณย์รัตนา (2557: 33) ได้สรุปความหมายของ กราฟิก ว่าหมายถึง ศิลปะหรือศาสตร์แขนงหนึ่ง ที่สื่อความหมายโดยใช้เส้น ภาพเขียน สัญลักษณ์ ภาพถ่าย ซึ่งมีลักษณะเห็นได้ชัดเจน เข้าใจความหมายได้ทันที และถูกต้องตรงตามที่ใช้ต้องการ

ปัทมา มาคำจันทร์ (2556: 19) กล่าวว่า กราฟิก หมายถึง ศิลปะแขนงหนึ่ง ซึ่งใช้การสื่อความหมาย ด้วยองค์ประกอบในการออกแบบที่เป็นพื้นฐานทางศิลปะ ได้แก่ เส้น สัญลักษณ์ รูปวาด ภาพถ่าย กราฟ แผนภูมิ การ์ตูน เป็นต้น เพื่อให้สามารถสื่อความหมายของข้อมูลได้ถูกต้องตรงตามที่ได้รับสารต้องการ

กรองกานต์ เกื้อสกุล (2559: 23) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ การออกแบบกราฟิกไว้ว่า หมายถึง งานการวางแผนทางศิลปะ และการทำหัวเรื่อง โดยรู้ขนาดและสัดส่วน หลักในการออกแบบ รวมถึงการใช้สี เป็นองค์ประกอบเพื่อเน้นและดึงดูดความสนใจให้มากขึ้น และเป็นการช่วยให้ได้รายละเอียดชัดเจนของวัสดุที่ใช้ประกอบการสอน รวมถึงยังมีความหมายรวมถึงการฉีกภาพ ภาพถ่าย รูปถ่าย เป็นต้น

ขวัญชัย ไพรสนธธรรม (2555: 21) กล่าวว่า การออกแบบกราฟิก คือ การนำองค์ประกอบทางศิลปะ ที่เกี่ยวข้องกับจุด เส้น สี รูปร่าง รูปทรง มาใช้ในการจัดวางเพื่อสื่อสารความหมาย ซึ่งต้องอาศัยหลักการในการจัดวางที่เรียกว่าหลักในการออกแบบ เป็นการสื่อสารโดยใช้ภาพแทนตัวอักษรที่เป็นคำพูดหรือคำอ่าน

จากการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของ การออกแบบกราฟิก สามารถสรุปได้ว่า การออกแบบกราฟิก คือ การนำเอาองค์ประกอบในการออกแบบทางศิลปะ มาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน อันได้แก่ จุด เส้น สี รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว และพื้นที่ว่าง มาใช้ในการสร้างสรรค์ โดยอาศัยหลักการในการออกแบบ เพื่อให้เกิดการสื่อสารด้วยภาพ มากกว่าการสื่อสารด้วยภาษาพูดและภาษาเขียน

### 2.2.3 ความหมายของการออกแบบลวดลาย

วัฒนา รัตนสกุลชัย (2557: 16) ได้กล่าวถึงความหมายของ การออกแบบลวดลาย ไว้ว่า การออกแบบลายเส้นและสีเส้น ที่มีการประดิษฐ์สร้างสรรค์ให้เกิดคุณค่าทางด้านความงาม และนำไปใช้ในการประดับตกแต่งในงานศิลปะประเภทต่างๆ ทั้งในงานทัศนศิลป์ ได้แก่ จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม และงานศิลปะประยุกต์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบตกแต่ง ออกแบบนิเทศศิลป์ ออกแบบพาณิชย์ศิลป์ เป็นต้น

การออกแบบลวดลาย (Decorative Design) หมายถึง การออกแบบเพื่อใช้ในการตกแต่งระดับพื้นที่ หรือวัสดุต่าง ๆ ให้มีความสวยงามเหมาะสม กลมกลืนมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยลวดลายเหล่านี้จะมีความหมายชัดเจนหรือเป็นสัญลักษณ์ (สมหวัง ทินวงศ์, 2556: 14)

นพดล นพรัตน์รุ่ง (2559: 17) กล่าวถึง การออกแบบลวดลาย คือ การวางองค์ประกอบทางศิลปะ โดยอาศัยองค์ประกอบพื้นฐาน อันได้แก่ เส้น สี รูปร่าง รูปทรง เป็นต้น มาใช้ในการจัดวางให้สวยงาม โดยอาจอิงจากแรงบันดาลใจจากสิ่งรอบตัวที่มี เช่น ธรรมชาติ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การออกแบบลวดลาย สามารถสรุปได้ว่าการออกแบบลวดลาย คือ การจัดองค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะ อันได้แก่ จุด เส้น สี รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว พื้นที่ว่าง เป็นต้น มาใช้สร้างสรรค์ผลงานให้เกิดความสวยงาม เกิดการสื่อสารความหมาย หรือไม่ได้ อาศัยหลักการในการออกแบบอย่างเหมาะสม

#### 2.2.4 ประเภทของการออกแบบ

พิพัฒน์ วัฒนสกุล (2559: 23 - 27) กล่าวว่า ประเภทของการออกแบบ สามารถแบ่งออกได้เป็น 10 ประเภท ดังนี้

1. การออกแบบสร้างสรรค์ เป็นการออกแบบเพื่อนำเสนอความงาม ความพึงพอใจ เน้นความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ ทำให้เกิดความสะเทือนใจ เร้าใจ ซึ่งการสร้างสรรค์นี้อาจเป็นการพัฒนาจากสิ่งที่มีอยู่เดิม หรือสร้างขึ้นใหม่ก็ได้ เช่น งานออกแบบจิตรกรรม งานออกแบบภาพพิมพ์ งานออกแบบภาพถ่าย เป็นต้น

2. การออกแบบสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbol & Sign) เป็นการออกแบบเพื่อสื่อความหมาย เป็นสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่ ทำความเข้าใจกับผู้พบเห็น โดยไม่จำเป็นต้องมีภาษากำกับ เช่น ไฟแดง เหลือง เขียว ตามสี่แยก หรือเครื่องหมายจราจรอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

2.1 เครื่องหมาย (Symbol) คือ สื่อความหมายที่แสดงความนัย เพื่อเป็นการชี้เตือน หรือกำหนดให้สมาชิกในสังคมรู้ถึงข้อกำหนด อันตราย เช่น เครื่องหมายจราจร เครื่องหมายสถานที่ เครื่องหมายที่ใช้กับเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

2.2 สัญลักษณ์ (Sign) คือ สื่อความหมายที่แสดงความนัย เพื่อบอกให้ทราบถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งไม่มีผลในทางปฏิบัติเหมือนเครื่องหมาย แต่มีผลทางด้านการรับรู้ ความคิด หรือทัศนคติที่พึงมีต่อสัญลักษณ์นั้น ๆ เช่น สัญลักษณ์ของชาติ สัญลักษณ์ขององค์กรต่าง ๆ สัญลักษณ์ของบริษัท ห้างร้านทางธุรกิจสัญลักษณ์ของสินค้า และผลิตภัณฑ์สัญลักษณ์ที่เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคม

2.3 การออกแบบโครงสร้าง เป็นการออกแบบเพื่อใช้เป็นโครงยึดเหนี่ยวให้อาคาร สิ่งก่อสร้างสามารถทรงตัว และรับน้ำหนักอยู่ได้ เรียกว่า การออกแบบสถาปัตยกรรม คือ การออกแบบ สิ่งก่อสร้างประเภทต่าง ๆ การออกแบบอาคาร เช่น การออกแบบที่พักอาศัย การออกแบบเขื่อน การออกแบบสะพาน การออกแบบวัดวาอาราม และโบสถ์ ที่คงทนและถาวร ซึ่งจะเรียกนักออกแบบ ว่า สถาปนิก ผู้ให้ความสำคัญกับงานด้านนี้เป็นอย่างมาก นอกจากนั้นการออกแบบโครงสร้างยังเป็น ส่วนหนึ่งของงานประติมากรรม ที่เน้นคุณภาพของการออกแบบสามมิติ และยังหมายถึงการออกแบบ เครื่องเรือน ฉากและเวทีได้อีกด้วย

2.4 การออกแบบหุ่นจำลอง เป็นการออกแบบเพื่อเป็นแบบสำหรับย่อ ขยายผลงาน ตัวจริง หรือเพื่อศึกษารายละเอียดของสิ่งนั้นๆ เช่น หุ่นจำลองบ้าน หุ่นจำลองผังเมือง หุ่นจำลอง เครื่องจักรกล และหุ่นจำลองวิทยาศาสตร์ เป็นต้น

2.5 การออกแบบสิ่งพิมพ์ เป็นการออกแบบเพื่อการผลิตงานสิ่งพิมพ์ โดยผ่านกระบวนการ ทางการพิมพ์ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นชนิดต่างๆ ดังนี้

1) หนังสือ คือ ทรัพยากรสารนิเทศประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ทำการบันทึกความรู้ ความคิด ประสบการณ์ของมนุษย์ ถ่ายทอดเป็นลายลักษณ์อักษร จัดพิมพ์เป็นเล่ม มีคุณค่าถาวร ในเรื่อง หนึ่งๆ อาจมีเล่มเดียวหรือหลายเล่มจบ

2) แผ่นพับ หมายถึง สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจประเภทหนึ่ง ที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้งานเฉพาะ ด้านใดด้านหนึ่ง และในเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น การประชาสัมพันธ์ งานโฆษณา งานสื่อสารภายในและ ภายนอกองค์กร และงานรณรงค์ เป็นต้น โดยมีลักษณะคล้ายแผ่นปลิว แต่มีขนาดใหญ่กว่า เนื่องจากถูก ออกแบบให้บรรจุรายละเอียด ได้มากกว่าใบปลิว มีได้ตั้งแต่ 2 ถึง 5 ทบ หรือมากกว่านั้น มีลักษณะเป็นใบ แล้วพับทบไปมาพับได้มากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไป มีขั้นตอนที่ซับซ้อนกว่าใบปลิว วิธีการพับมีหลายแบบ เช่น พับทบกันไปมาเท่ากันทุกด้าน พับไม่เท่ากันทุกด้าน

3) หนังสือพิมพ์ หมายถึง สิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่ง ที่มีกำหนดตีพิมพ์เผยแพร่ รายวัน รายสัปดาห์ หรือรายประจำ ตามระยะเวลาที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ ไม่เย็บเล่ม และไม่ปกเนื้อหา ส่วนใหญ่มุ่งเสนอข่าวสารต่าง ๆ เช่น ข่าวสังคม เศรษฐกิจ การเมือง อาชญากรรม อุบัติเหตุ การศึกษา กีฬา บันเทิง ทั้งในและต่างประเทศ และเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน สารคดี โฆษณา เป็นต้น

4) นิตยสาร หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่เจาะกลุ่มเป้าหมาย เพื่อตอบสนองความ ต้องการ เฉพาะกลุ่มประชากร หรือกลุ่มผู้บริโภคได้ดีกว่าหนังสือพิมพ์ และมีความสำคัญในด้านการให้

ข้อมูลข่าวสารเชิงลึกและสาระบันเทิงที่หลากหลาย เป็นสื่อสิ่งพิมพ์รายคาบออกเป็นประจำสัปดาห์ รายเดือนหรือรายอื่นๆ ส่วนมากเย็บเล่ม

5) โปสเตอร์ คือภาพขนาดใหญ่พิมพ์บนกระดาษ ออกแบบเพื่อใช้ติดหรือแขวนบนผนังหรือกำแพง โปสเตอร์อาจจะเป็นภาพพิมพ์และหรือภาพเขียน หรืออาจจะเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ จุดประสงค์ก็เพื่อให้เตะตาผู้ดูและสื่อสารข้อมูล โปสเตอร์อาจใช้สอยได้หลายประการ แต่ส่วนใหญ่มักจะใช้ในการเผยแพร่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการโฆษณางานแสดงศิลปะ งานดนตรี ภาพยนตร์ การโฆษณาชวนเชื่อ หรือในการสื่อสารที่ต้องการสื่อสารความเชื่อต่อคนกลุ่มใหญ่

2.6 การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบเพื่อนำมาใช้สอยในชีวิตประจำวัน โดยเน้นการผลิตจำนวนมากในรูปสินค้า เพื่อให้ผ่านไปยังผู้ซื้อ ผู้บริโภคในวงกว้าง คือ การผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ซึ่งมีขอบเขตกว้าง และแบ่งออกได้หลายลักษณะ นักออกแบบรับผิดชอบเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอย และความสวยงามของผลิตภัณฑ์ งานออกแบบประเภทนี้ ได้แก่ งานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ งานออกแบบเครื่องสุขภัณฑ์ งานออกแบบเครื่องใช้สอยต่าง ๆ และงานออกแบบเครื่องประดับ งานออกแบบเครื่องแต่งกาย

2.7 การออกแบบโฆษณา เป็นการออกแบบเพื่อชี้แนะและชักชวนทางด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และความคิด จากความคิดของคน คนหนึ่ง ไปยังกลุ่มชนโดยส่วนรวม ซึ่งการโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตของประชาชน และธุรกิจ เพราะจะช่วยกระตุ้น หรือผลักดันอย่างหนึ่งในสังคม เพื่อให้ประชาชนเกิดความต้องการ และเปรียบเทียบ สิ่งที่โฆษณาแต่ละอย่าง เพื่อเลือกซื้อเลือกใช้บริการ หรือเลือกแนวคิด นำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน การโฆษณาผลิตภัณฑ์ เช่น โฆษณาขายอาหาร ขายสิ่งก่อสร้าง ขายเครื่องไฟฟ้า และขายผลิตผลทางเกษตรกรรม เป็นต้น

2.8 การออกแบบพาณิชย์ศิลป์ เป็นการออกแบบเพื่อใช้ฝีมือ แสดงความงามที่ใช้ในการตกแต่ง อาจจะเป็นสิ่งของเครื่องใช้เล็กๆ น้อย ๆ ก็ได้ ส่วนใหญ่จะเน้นความสวยงาม ความน่ารัก ซึ่งเป็นความสวยงามที่มีลักษณะเร้าใจต่อผู้พบเห็นในทันทีทันใด และแสดงความสวยงามหรือศิลปะเด่นกว่าประโยชน์ใช้สอย เช่น การออกแบบที่ใส่ของจดหมาย แทนที่จะมีเพียงที่ใส่และที่แขวน ซึ่งเป็นหน้าที่หลัก ก็อาจจะออกแบบเป็นรูปนกฮูก หรือ รูปสัตว์ต่าง ๆ แสดงสีสันและการออกแบบที่แปลกใหม่ เร้าใจ เป็นต้น ลักษณะของการออกแบบพาณิชย์ศิลป์ ยังมุ่งออกแบบในลักษณะของแฟชั่น ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ ตามสมัยนิยม และกาลเวลา

2.9 การออกแบบศิลปะประดิษฐ์ เป็นการออกแบบที่แสดงความวิจิตรบรรจง มีความสวยงาม เพื่อให้เกิดความสนุกสนานรื่นรมย์ มากกว่าการแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดอื่นใด



ความวิจิตรบรรจงในที่นี้ หมายถึง การตกแต่งสร้างสรรค์ลวดลาย หรือรูปแบบด้วยความพยายาม เป็นงานฝีมือที่ละเอียด ประณีต เช่น การจัดผักซึ่งเป็นเครื่องจิ้มอาหารคาวของไทย แทนที่จะจัดพริก มะเขือ แต่งกว่า ต้นหอม ลงในงานเท่านั้น แม่ครัวระดับฝีมือบางคน จะประดิษฐ์ตกแต่งพืชมักเหล่านั้นอย่างสวยงามมาก เช่น ประดิษฐ์เป็นดอกไม้ รูปสัตว์ หรือลวดลายต่าง ๆ งานศิลปะประดิษฐ์มีหลายประเภท เช่นงานแกะสลักของอ่อน งานจัดดอกไม้ใบตอง งานเย็บปักถักร้อยตกแต่งเครื่องตกแต่งร่างกาย งานกระดาษ งานประดิษฐ์เศษวัสดุ และงานแกะสลักของแข็ง

2.10 การออกแบบตกแต่ง เป็นการออกแบบเพื่อการเป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การออกแบบเพื่อเสริมแต่งความงามให้กับอาคารบ้านเรือน และบริเวณที่อยู่อาศัย เพื่อให้เกิดความสวยงามน่าอยู่อาศัย การออกแบบตกแต่งนี้ หมายถึง การออกแบบตกแต่งภายนอก และการออกแบบตกแต่งภายใน การออกแบบตกแต่งภายใน เป็นการออกแบบตกแต่งที่เสริมและจัดสภาพภายในอาคารให้เกิดความสวยงาม น่าอยู่อาศัย ซึ่งหมายรวมถึงภายในอาคารบ้านเรือน ที่ทำงานร้านค้า โรงเรียน การออกแบบตกแต่งภายนอก เป็นการออกแบบตกแต่งนอกอาคารบ้านเรือน ภายในรั้วที่สัมพันธ์กับตัวอาคาร เช่น สนาม ทางเดิน เรือนต้นไม้ บริเวณพักผ่อน และส่วนอื่นๆ ในบริเวณบ้าน เป็นต้น

ภรดา มีมันคง (2556: 13 - 15) กล่าวว่า ประเภทของการออกแบบสามารถแบ่งได้ 6 ประเภท ดังนี้ คือ

1. การออกแบบทางสถาปัตยกรรม (Architecture Design) เป็นการออกแบบ เพื่อการก่อสร้างสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ นักออกแบบสาขานี้ เรียกว่า สถาปนิก (Architect) ซึ่งโดยทั่วไปจะต้องทำงานร่วมกับวิศวกรและมัณฑนากร โดยสถาปนิก จะรับผิดชอบเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยและความงามของสิ่งก่อสร้าง งานทางสถาปัตยกรรม ได้แก่ สถาปัตยกรรมทั่วไป สถาปัตยกรรมโครงสร้าง สถาปัตยกรรมภายใน เป็นการออกแบบที่ต่อเนื่องจากงานโครงสร้าง ที่เป็นส่วนประกอบของอาคาร งานออกแบบภูมิทัศน์ และงานออกแบบผังเมือง

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) เป็นการออกแบบเพื่อการผลิต ผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ งานออกแบบสาขานี้ มีขอบเขตกว้างขวางมากที่สุด และแบ่งออกได้มากมายหลายลักษณะ นักออกแบบรับผิดชอบเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ งานออกแบบประเภทนี้ได้แก่ งานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ งานออกแบบเครื่องสุขภัณฑ์ งานออกแบบเครื่องใช้สอยต่าง ๆ งานออกแบบเครื่องประดับและอัญมณี งานออกแบบเครื่องแต่งกาย งานออกแบบภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ งานออกแบบผลิตเครื่องมือต่าง ๆ เป็นต้น

3. การออกแบบทางวิศวกรรม (Engineering Design) เป็นการออกแบบเพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ เช่นเดียวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกัน ต้องใช้ความรู้ความสามารถและเทคโนโลยีในการผลิตสูง ผู้ออกแบบคือ วิศวกร ซึ่งจะรับผิดชอบในเรื่องของประโยชน์ใช้สอย ความปลอดภัยและ กรรมวิธีในการผลิต บางอย่างต้องทำงานร่วมกันกับนักออกแบบสาขาต่าง ๆ ด้วย งานออกแบบประเภทนี้ ได้แก่ งานออกแบบเครื่องใช้ไฟฟ้า งานออกแบบเครื่องยนต์ งานออกแบบเครื่องจักรกล งานออกแบบเครื่องมือสื่อสาร งานออกแบบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เป็นต้น

4. การออกแบบตกแต่ง (Decorative Design) เป็นการออกแบบเพื่อการตกแต่งสิ่งต่าง ๆ ให้สวยงามและเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น นักออกแบบเรียนว่า มัณฑนากร (Decorator) ซึ่งมักทำงานร่วมกับสถาปนิก งานออกแบบประเภทนี้ ได้แก่ งานตกแต่งภายใน (Interior Design) งานตกแต่งภายนอก (Exterior Design) งานจัดสวนและบริเวณ (Landscape Design) งานตกแต่งมุมแสดงสินค้า (Display) การจัดนิทรรศการ (Exhibition) การจัดบอร์ด และการตกแต่งบนผิวหน้าของสิ่งต่าง ๆ เป็นต้น

5. การออกแบบสิ่งพิมพ์ (Graphic Design) กราฟิกดีไซน์ เป็นการออกแบบเพื่อทางการผลิตงานสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ นามบัตร และบัตรต่าง ๆ งานพิมพ์ลวดลายผ้า งานพิมพ์ภาพลงบนสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ และงานออกแบบรูปสัญลักษณ์ เครื่องหมายการค้า เป็นต้น

6. การออกแบบเว็บไซต์ (Website Design) เป็นการออกแบบที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในขณะนี้ เพราะในปัจจุบันเว็บไซต์ต่างมีบทบาทในชีวิตของคนเรามากขึ้น ในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านธุรกิจ ทำให้คนเราต้องการทำเว็บไซต์ และต้องการคนออกแบบเว็บไซต์ให้เป็นไปตามความต้องการของเจ้าของเว็บไซต์ โดยจะต้องมีเอกลักษณ์ และสื่อถึงสินค้าและบริการ หรือความเป็นตัวตนของเจ้าของเว็บไซต์ให้มากที่สุด นักออกแบบเว็บไซต์ถูกเรียกว่า Web Designer

วรสินทร์ ว่องวัฒนากุล (2558: 25 - 26) สรุปเกี่ยวกับ ประเภทของการออกแบบกราฟิก ไว้ว่า การออกแบบกราฟิกในงานใดๆ ก็ตามย่อมมีวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่แตกต่างกัน ลักษณะเฉพาะหรือเงื่อนไขต่างๆ ของงานและวิธีการดำเนินการจะต้องสอดคล้องกับปัจจุบันในทุกด้าน การสร้างงานออกแบบจึงควรศึกษาถึงองค์ประกอบสำคัญหลายๆ ด้าน แนวทางในการคิดงานกราฟิก จะแปรเปลี่ยนไปตามลักษณะของสื่อ หรืองานแต่ละประเภทที่มีข้อกำหนดเฉพาะ ซึ่งพอที่จะจัดหมวดหมู่ออกได้ ดังนี้

1. งานกราฟิกบนสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นป้ายโฆษณา (Poster) การออกแบบโปสเตอร์ แผ่นพับ (Folders) แผ่นปลิว (Leaflets) และบัตรเชิญ (Cards)

2. งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่หลักคือเป็นตัวภาชนะสำหรับบรรจุสินค้า มีหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้า เช่น เป็นหีบห่อ เป็นกล่อง เป็นขวด เป็นลัง เป็นกระป๋อง เป็นต้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 3 กลุ่มตามลักษณะหน้าที่ ดังนี้ บรรจุภัณฑ์สำหรับการค้าปลีก บรรจุภัณฑ์เพื่อการค้าส่ง บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง การออกแบบฉลากสินค้า ฉลากสินค้าจะติดมากับตัวสินค้าที่บรรจุมาในรูปขวด กล่อง ห่อ กระป๋อง หรือรูปแบบอื่นตามลักษณะ และประเภทของสินค้า ฉลากสินค้าจะช่วยให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงรายละเอียดต่างเกี่ยวกับสินค้านั้นอย่างมาก ในบางครั้งฉลากสินค้า จะช่วยให้สามารถสมารถตัดสินใจเลือกซื้อเลือกใช้นั้นได้ รายละเอียดที่ปรากฏบนฉลาก ได้แก่ ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อบริษัท ที่อยู่ของผู้ผลิต ประเภท ชนิด สี ของวัสดุที่ใช้ ขนาดน้ำหนักหรือปริมาตร ส่วนผสม วิธีใช้ หรือสรรพคุณ

3. งานกราฟิกบนสิ่งพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ 1. การออกแบบปกหนังสือ (Cover Design) การออกแบบจัดหน้า ซึ่งพอจะแบ่งได้ตามลักษณะและขนาดออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือสำหรับเด็ก หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือสำหรับเด็ก การออกแบบรูปเล่ม เครื่องพับกระดาษแบบใบมีด การออกแบบภาพประกอบ

4. การออกแบบกราฟิกสำหรับเครื่องฉาย งานกราฟิกสำหรับเครื่องฉาย หรือสื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์มีรูปแบบ และวิธีการสร้างต่างไปจากงานออกแบบสิ่งพิมพ์ทั่วไป ทั้งกระบวนการผลิตงาน และแนวคิดในการทำงาน งานออกแบบกราฟิกในลักษณะนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ออกแบบจะต้องมีความประณีตสูง เพราะต้นฉบับจะถูกถ่ายทำหรือถ่ายทอดลงบนฉากที่มีขนาดใหญ่ ทำให้ต้นแบบงานต้องมีอัตราส่วนการขยายภาพมากตามลักษณะการนำไปใช้ และเป็นการนำไปใช้โดยตรงด้วยกระบวนการที่ไม่ซับซ้อนเหมือนงานพิมพ์

### 2.2.5 องค์ของการออกแบบ (DESIGN ELEMENTS)

องค์ประกอบในการออกแบบ คือ สิ่งสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงาน ถือเป็นส่วนประกอบย่อย ๆ ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานออกแบบต่าง ๆ ได้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบในการออกแบบ ซึ่งสามารถสรุปความรู้ได้ ดังนี้

นิกร ศรีสุข (2557: 18 - 20) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบในการออกแบบจะประกอบด้วย จุด เส้น สี รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว และพื้นที่ว่าง ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ มีความสำคัญในการออกแบบ โดยต้องอาศัยหลักในการออกแบบด้วย เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานที่สมบูรณ์

นฤตล จิตสกุล (2560: 13 - 20) กล่าวว่า องค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบ คือ องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ศาสตร์ทางด้านศิลปะทุกแขนง นำไปประยุกต์ใช้ในแขนงของตน องค์ประกอบเหล่านี้เปรียบเหมือนภาพต่อตัวเล็ก ๆ ซึ่งแต่ละตัวอาจจะมีหรือไม่มีคามหมายอะไรในตัวเอง แต่เมื่อนำมาต่อกันตามหลักการออกแบบแล้ว จะออกมาเป็นภาพใหญ่ที่มีความหมายและสื่อสารความคิดใหม่ได้ องค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบ ที่สำคัญ มีดังนี้

1. จุด (Dot) เป็นองค์ประกอบที่มีความเรียบง่ายและซับซ้อนน้อยที่สุด ซึ่งโดยตัวเองแล้ว จุดจะควมมีตำแหน่ง แต่ไม่มีทิศทาง การใช้จุดจำนวนมากมาเรียงต่อกันจะทำให้เกิดการรับรู้เป็นเส้น หรือในบางกรณีจะเห็นเป็นรูปร่าง

2. เส้น (Line) เป็นองค์ประกอบที่มีเริ่มมีความซับซ้อนมากขึ้น โดยหากจะพิจารณาให้ดีแล้วจะพบว่าเส้นเกิดจากจุดหลาย ๆ จุดมาเรียงต่อกัน หากเรียงด้วยระยะที่ห่างกันก็จะเกิดเป็นเส้นประ หากเรียงด้วยระยะห่างที่น้อยมาก ๆ ก็จะมองเห็นเป็นเส้นทึบ เส้นมีมากมายหลายชนิด นอกจาก เส้นตรงที่เรารู้จักกันดีแล้ว ยังมีเส้นเฉียงคือเส้นที่เอียงจากแนวปกติเป็นมุมต่าง ๆ เส้นโค้งซึ่งเกิดจากส่วนต่าง ๆ ของเส้น รอบวงของวงกลม เส้นหยักซึ่งเป็นเส้นที่เกิดจากเส้นเฉียงหลาย ๆ เส้นมาเรียงติดต่อกัน และเส้นคลื่นซึ่งเป็นเส้นที่เส้นโค้งหลาย ๆ เส้นมาเรียงติดต่อกัน เส้นเหล่านี้มีความสำคัญ นอกเหนือจากการที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบ ยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ก่อให้เกิดทิศทาง ซึ่งทิศทางนี้จะเป็นสิ่งที่ใช้บังคับสายตาของผู้ดูให้มองดูองค์ประกอบต่าง ๆ ตามลำดับที่ต้องการได้

การที่เส้นทำให้เกิดทิศทางขึ้นในงานออกแบบนั้น ทำให้เส้นมีประโยชน์ในการใช้เร้าความรู้สึกต่าง ๆ ได้ เส้นในแนวนอนซึ่งเป็นไปตามกฎแรงโน้มถ่วง จะก่อให้เกิดความรู้สึกนิ่ง สงบ เจริญ ในขณะที่เส้นในแนวตั้งสามารถเร้าความรู้สึกล่องลอย มีพลัง หากใช้ทั้งเส้นในแนวนอน และเส้นในแนวตั้งรวมกัน จะทำให้รู้สึกมั่นคง ถาวร ปลอดภัย เส้นในแนวเฉียงสร้างความเคลื่อนไหว ทำให้งานออกแบบสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ลักษณะของเส้นสามารถกระตุ้นความรู้สึกที่แตกต่างกันได้ เช่น เส้นหนักและไม่สม่ำเสมอให้ความรู้สึกถึงความสับสน ความรุนแรง และความไม่แน่นอน ในขณะที่เส้นเบา ๆ ตื้น ๆ ให้ความรู้สึกสบาย ความคุ้นและการพักผ่อน

3. รูปร่าง (Shape) เป็นองค์ประกอบที่มีมิติมากกว่าจุดและเส้น การแบ่งรูปร่างเป็นประเภทนั้น สามารถทำได้หลายลักษณะ หากจะพิจารณาในด้านรูปแบบแล้ว รูปร่างแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) รูปร่างเหมือนจริง (Organic shape) หมายถึง รูปร่างตามที่เป็นจริงของสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ พืช หรือสิ่งของ เป็นต้น 2) รูปร่างเรขาคณิต (Geometric shape) หมายถึง รูปร่างที่

ได้รับการดัดแปลงให้เกิดเป็น รูปร่างง่าย ๆ เช่น สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม หรือวงกลม เป็นต้น แต่หากจะพิจารณาในด้านเนื้อหา รูปร่างจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) รูปร่างเหมือนจริงหรือรูปร่างธรรมชาติ (Realistic, naturalistic shape) หมายถึง รูปร่างที่สามารถดูออกได้ว่าเป็นตัวแทนของสิ่งที่รู้จักและคุ้นเคย และระบุได้ว่าเป็นรูปร่างอะไร 2) รูปร่างนามธรรม (Abstract shape) หมายถึง รูปร่างที่ไม่สามารถดูออกได้ว่าเป็นตัวแทนของสิ่งที่รู้จักและคุ้นเคย รูปร่างนามธรรมนี้อาจจะเป็นรูปร่างที่ดัดแปลงมาจากสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่รอบตัว (Objective image) หรือรูปร่างที่พัฒนาขึ้นมาจากความรู้สึกนึกคิด (Nonobjective Image) และ 3) รูปร่างล้อเลียนหรือบิดเพี้ยน (Caricature shape) หมายถึง รูปร่างที่ผู้สร้างเจตนาที่จะ ดัดแปลงให้ภาพที่เป็นตัวแทนของสิ่งที่รู้จักและคุ้นเคย ดูผิดเพี้ยนออกไป เช่น ภาพล้อเลียนที่อาจจะเป็นภาพคนที่มีใบหูใหญ่ผิดปกติ เป็นต้น

4. พื้นผิว (Texture) เป็นองค์ประกอบที่มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยหมายถึงลักษณะผิวของวัตถุซึ่งรู้สึกได้จากการสัมผัสหรือคาดเดาได้จากการมองเห็น พื้นผิวเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้เดี่ยว ๆ แต่ต้องใช้ร่วมกับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น รูปร่าง ภาพ และตัวอักษร เป็นต้น พื้นผิวช่วยในการสร้างมิติและความลึกให้การจัดวางองค์ประกอบ และทำให้เห็นความแตกต่างระหว่างส่วนที่เป็นองค์ประกอบ และส่วนที่เป็นพื้นชัดเจนขึ้น การสร้างพื้นผิวในการออกแบบนั้นทำได้ 2 ลักษณะคือ การใช้พื้นผิวจริง ๆ ของวัสดุ เช่น การใช้ผิวสัมผัสของกระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ ส่วนการสร้างพื้นผิวในลักษณะที่ 2 นั้น เป็นพื้นผิวที่เกิดจากการลวงตา ให้รู้สึกว่าผิวของกระดาษมีลักษณะต่าง ๆ เช่น หยาบ ขรุขระ และอ่อนนุ่ม เป็นต้น การสร้างสรรค์ส่วนประกอบทางการพิมพ์ให้เป็นพื้นผิวที่ง่ายที่สุดก็คือ การใช้รูปภาพนั่นเอง เช่น หากขยายภาพของเปลือกทุเรียน ให้ใหญ่เต็มหน้ากระดาษ ผู้ดูก็จะรู้สึกได้ถึงพื้นผิวที่แหลมคม เป็นต้น

5. ที่เว้นว่าง (Space) เป็นองค์ประกอบที่ผู้ไม่มีประสบการณ์ในการออกแบบมักจะไม่นำคำนึงถึง ตัวอย่างง่าย ๆ เช่น เมื่อเราเขียนตัวอักษร “น” ขึ้นมา เราได้สร้างที่ว่างรูปวงกลมขึ้น 2 รูปขึ้นพร้อม ๆ กันด้วย ซึ่งหากตัวอักษรนี้มีขนาดใหญ่มากๆ รูปวงกลมก็จะยังสามารถมองเห็นและ เป็นที่รับรู้ได้ง่ายขึ้นด้วย การจัดวางองค์ประกอบจึงควรคำนึงถึงพื้นที่ส่วนที่เหลือด้วย เพราะพื้นที่เหล่านี้ได้กลายเป็นรูปร่างขึ้นมาพร้อม ๆ กัน ดังนั้นการออกแบบที่ดีจึงเป็นการพยายามสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์ประกอบที่วางลงไปและที่ว่างที่จะเกิดขึ้น ที่ว่างที่ได้รับการวางแผนให้ออกมาเป็นรูปร่างที่สวยงาม หรือส่งเสริมภาพรวมของการออกแบบเรียกว่า ที่เว้นว่าง หมายถึง พื้นที่ที่มีเจตนาจะเว้นไว้เป็นที่ว่าง ไม่ใช่พื้นที่ที่เหลือตามยถากรรม ผลงานการออกแบบที่ให้ความสำคัญกับที่เว้นว่าง จะให้แสดงออกให้เห็นถึงการมีคุณภาพและ มาตรฐานความรอบรู้เชิงวิชาการ และความลุ่มลึกในสุนทรียศาสตร์

6. สี (color) เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้เดี่ยว ๆ เช่นเดียวกับพื้นผิว แต่ต้องใช้ร่วมกับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น รูปร่าง ภาพ เป็นต้น นับเป็นเรื่องน่าแปลกที่สีเป็นองค์ประกอบที่มักได้รับความสำคัญเป็นอันดับรองลงไป จากองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะความเคยชินซึ่งมักจะสร้างรูปร่างขึ้นมาก่อน แล้วจึงระบายสีรูปร่างนั้นให้เป็นสีที่ต้องการ แต่ในความเป็นจริงแล้ว สีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการสื่อสารข้อมูลอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการใช้สีเป็นสิ่งระบุถึงสิ่งต่าง ๆ เช่น บ้านสีฟ้า แพ้มน้ำเงิน เป็นต้น ดังนั้นนักออกแบบที่ดี จึงควรพิจารณาเลือกสีไปพร้อม ๆ กับการเลือกองค์ประกอบอื่น ๆ ไม่ใช่ไปเน้นที่รูปร่างก่อน แล้วจึงมาเลือกสีภายหลัง ในการนำสีมาใช้ในการออกแบบนั้น จะต้องคำนึงถึงตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อการนำสีเหล่านั้นมาใช้งานด้วย เพราะสีเดียวกันหรือชุดสีหลาย ๆ สี ที่เลือกมาใช้ร่วมกัน อาจสื่อสารข้อมูลให้ผู้รับรู้ได้แตกต่างกัน หากอยู่ในสถานการณ์ที่มีตัวแปรไม่เหมือนกัน ตัวแปรที่สำคัญ ที่อาจส่งผลให้สีมีการเปลี่ยนแปลง มีดังนี้

6.1 ความหมายที่สัมพันธ์กับสี (Color association) เกิดขึ้นเนื่องจากความช่างสังเกตและความสามารถในการจดจำสิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์ ทำให้มีการนำสีเข้ามาเกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ที่มองเห็นอยู่รอบตัว ซึ่งเมื่อมีการสังสมความคิดในระยะที่นาน ก็อาจจะถึงจุดที่สีกลายเป็นตัวแทนหนึ่งของสิ่งนั้น ๆ ไปเลย เช่น ไฟเห็นเป็นสีแดง และน้ำเห็นเป็นสีฟ้า สีแดงจึงให้ความรู้สึกอบอุ่น (เหมือนไฟ) และ สีฟ้าให้ความรู้สึกเย็น (เหมือนน้ำ) เป็นต้น อย่างไรก็ตามการนำสีไปเกี่ยวข้องกับ ความหมายหรือ คุณสมบัติของสีต่าง ๆ ก็ขึ้นอยู่กับ การถ่ายทอดความคิดในกลุ่มสังคมนั้น ๆ ซึ่งหากต้องการจะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสังคมเมือง ก็อาจจะไม่มีความแตกต่างระหว่างแต่ละเมืองกันมากนัก แต่หากเป็นสังคมในหน่วยที่เล็ก อาจแตกต่างกันได้ ในการออกแบบจึงควรมีการศึกษาตัวแปรในกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสารด้วยเสียก่อน เพื่อจะได้ช่วยให้สามารถคาดหวังปฏิกิริยาตอบสนองได้แม่นยำขึ้น

6.2 การนำสีมากกว่า 1 สีมาใช้ร่วมกัน (Combination of hue) เป็นเรื่องปกติในงานออกแบบ ส่วนใหญ่ในการใช้สีมากกว่าหนึ่งสีในการออกแบบสิ่งพิมพ์นั้น นักออกแบบนอกจากจะต้องเลือกชุดสีที่เหมาะสมกับแนวความคิดและบุคลิกภาพของสิ่งพิมพ์แล้ว ยังจำเป็นต้องมีความเข้าใจถึงธรรมชาติต่าง ๆ ของสีเมื่อนำมาอยู่ร่วมกันด้วย ว่าเมื่อนำสีมากกว่าหนึ่งสีมาอยู่ร่วมกัน สีเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อกันและกันได้ในหลาย ๆ ลักษณะ เรียกว่า การทำปฏิริยากันของสี (Interaction of colors) เช่น อาจจะไปเสริมหรือลดความเข้มให้กันและกัน หรืออาจจะบิดเบือนให้เพี้ยนไป เป็นต้น

การวางตัวอักษรสีบนพื้นสี จะมีผลที่จะทำให้ตัวอักษรดูใหญ่ หรือเล็กกว่าที่เป็นจริง เนื่องจากการส่งเสริม หรือทอนการเจิดจ้าของสีที่เกิดขึ้น ซึ่งหากเป็นสิ่งพิมพ์ที่ใช้ตัวอักษรขนาดเล็ก ก็อาจจะส่งผลไปถึงความอ่านง่ายได้ การใช้ตัวอักษรสีดำบนพื้นสีขาวเป็นสิ่งที่คุ้นเคย และง่ายแก่การอ่าน แต่ก็ไม่ใช่ว่าจะง่ายแก่การอ่านมากที่สุด คู่สีที่ง่ายแก่การอ่านเรียงตามลำดับเป็น ดังนี้ (Frosty, 2013)

- |  |   |
|--|---|
| ลำดับที่ 1 ตัวอักษรสีดำบนพื้นสีเหลือง      | ลำดับที่ 2 ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นสีดำ       |
| ลำดับที่ 3 ตัวอักษรสีเขียวบนพื้นสีขาว      | ลำดับที่ 4 ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีขาว         |
| ลำดับที่ 5 ตัวอักษรสีดำบนพื้นสีขาว         | ลำดับที่ 6 ตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีน้ำเงิน     |
| ลำดับที่ 7 ตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นสีเหลือง | ลำดับที่ 8 ตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นสีขาว     |
| ลำดับที่ 9 ตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีดำ         | ลำดับที่ 10 ตัวอักษรสีเขียวบนพื้นสีเหลือง   |
| ลำดับที่ 11 ตัวอักษรสีดำบนพื้นสีส้ม        | ลำดับที่ 12 ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีเหลือง     |
| ลำดับที่ 13 ตัวอักษรสีส้มบนพื้นสีดำ        | ลำดับที่ 14 ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นสีน้ำเงิน |
| ลำดับที่ 15 ตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีเขียว     | ลำดับที่ 16 ตัวอักษรสีดำบนพื้นสีแดง         |
| ลำดับที่ 17 ตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นสีส้ม   | ลำดับที่ 18 ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นสีเขียว   |
| ลำดับที่ 19 ตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นสีแดง   | ลำดับที่ 20 ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นสีแดง     |
| ลำดับที่ 21 ตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีแดง       | ลำดับที่ 22 ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีดำ         |
| ลำดับที่ 23 ตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีส้ม       | ลำดับที่ 24 ตัวอักษรสีดำบนพื้นสีเขียว       |
| ลำดับที่ 25 ตัวอักษรสีส้มบนพื้นสีขาว       | ลำดับที่ 26 ตัวอักษรสีส้มบนพื้นสีน้ำเงิน    |
| ลำดับที่ 27 ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นสีส้ม    | ลำดับที่ 28 ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีส้ม        |
| ลำดับที่ 29 ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีเขียว     | ลำดับที่ 30 ตัวอักษรสีเขียวบนพื้นสีส้ม      |

6.3 คุณค่าและความอิ่มสี (Value and saturation) เป็นมิติที่ไม่ควรมองข้ามในการเลือกใช้สี โดยหากเลือกสีเพียงกำหนดชื่อก็อาจจะทำให้ได้สีที่ต่างกันได้ ตัวอย่างเช่นเมื่อพูดว่า “สีเหลือง” ในความคิดของแต่ละคน แม้จะเห็นสีเหลือง แต่เป็นสีเหลืองที่แตกต่างกันไป เป็นต้น สีซึ่งมีดลงหรือสว่างขึ้น เมื่อเจือสีขาวหรือสีดำลงไปนั้น เป็นการเพิ่มหรือลดคุณค่าของสี (Value) ของสี ในขณะที่สีที่ถูกเจือด้วยน้ำให้อ่อนลงหรือถูกทาทับลหลาย ๆ เทียวนให้เข้มขึ้นนั้น เป็นการลดหรือเพิ่มความอิ่มสี (Saturation) การเลือกสีในการออกแบบสิ่งพิมพ์ จึงต้องมีการเลือกอย่างเฉพาะเจาะจง

6.4 รูปร่างและขอบรูป (Shape form and edge) เป็นตัวแปรที่นักออกแบบควรจะคำนึงถึงใน การใช้สีว่าลักษณะของพื้นที่ที่จะนำสีนั้นไปใช้ มีรูปร่างหรือขอบรูปแบบไหน เพราะแม้จะเป็นสีเดียวกันแต่อยู่ในคนละรูปร่าง หรือมีขอบรูปต่างกัน ก็จะทำให้ผลในการสื่อสารที่แตกต่างกัน

เช่น สีเหลืองสีฟ้าก็จะดูแตกต่างจากวงกลมสีฟ้า หรือ วงรีสีฟ้าที่มีขอบคมชัดก็จะดูไม่นุ่มนวลเท่าวงรีสีฟ้าที่มีขอบไม่ชัด (Blur) เป็นต้น อย่างไรก็ตามเรื่องนี้มักไม่ค่อยจะเป็นปัญหามากนัก เพราะโดยมากแล้วนักออกแบบมักจะเคยชินที่จะกำหนดรูปร่างและขอบรูปเสียก่อน แล้วจึงจะมี การตัดสินใจในเรื่องของสี

6.5 ขนาดและสัดส่วน (Size and Proportion) เป็นตัวแปรอีกตัวแปรหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ที่จะนำสีมาใช้ก็คือ ขนาดและสัดส่วนของพื้นที่นั้น เช่น จุดเล็กๆสีแดงบนพื้นสีเขียว (ซึ่งเป็นสีตัดกัน) ก็อาจจะมีความเด่นไม่แพ้จุดใหญ่ ๆ สีน้ำเงินบนพื้นสีเขียว (ซึ่งเป็นสีใกล้เคียงกัน) ก็ได้

6.6 ลวดลายซ้ำและพื้นผิว (Pattern and Texture) เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อการนำสีมาใช้ในด้านของลวดลายซ้ำนั้น องค์ประกอบนี้มักจะมีผลทางด้านการรับรู้ในด้านยุคสมัยได้อย่างรวดเร็ว เช่น สีฟ้าที่อยู่บนลวดลายซ้ำรูปวงกลมขนาดใหญ่ ให้ความรู้สึกถึงยุคบุปผาชน เป็นต้น ส่วนลักษณะพื้นผิวที่แตกต่างกันนั้น ก็จะสื่อความรู้สึกที่ต่างกันอย่างชัดเจน เช่น สีเหลืองบนพื้นผิว เรียบมัน จะให้ความรู้สึกทันสมัย ในขณะที่สีเหลืองเดียวกันเมื่ออยู่บนพื้นผิวที่ดูหยาบขรุขระกลับให้ ความรู้สึกอบอุ่น เป็นมิตร เป็นต้น

องค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในการออกแบบนั้น มีตั้งแต่ องค์ประกอบง่าย ๆ เช่น จุดหรือเส้น ไปจนถึงองค์ประกอบที่มีความซับซ้อน เช่น สี ซึ่งการเลือกนำ องค์ประกอบใดไปใช้ก็จะต้องพิจารณาจากตัวแปรต่างๆ ในโจทย์ของการออกแบบที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า

พัชรภรณ์ โชติช่วงกาล (2559: 15) ได้สรุปถึงองค์ประกอบศิลป์ หรือองค์ประกอบในการ ออกแบบ คือ ส่วนประกอบย่อย ๆ ของศิลปะ ที่นำมาใช้ในการจัดวางโดยอาศัยหลักการทางการออกแบบ ให้ความสวยงาม สื่อสารเป็นผลงานที่ชัดเจน ตรงตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบ องค์ประกอบในการ ออกแบบ จะประกอบด้วยสิ่งดังต่อไปนี้

1. เส้น โดยพื้นฐานของการออกแบบ ก็คือการเริ่มจาก จุด หากนำจุดมาเรียงต่อกันไปอย่างต่อเนื่อง ก็จะเกิดเป็นเส้นและเกิดเป็นรูปร่างขึ้น องค์ประกอบของการออกแบบของ รูปร่าง รูปทรง ก็คือ การนำเส้นมาเรียงร้อยประกอบกัน จนเป็นรูปทรงต่าง ๆ โดยลักษณะของเส้นจะมี 2 ลักษณะ คือ เส้นตรง (Straight Line) และ เส้นโค้ง (Curve Line) อารมณ์และความรู้สึกของเส้น ในงานออกแบบ สามารถแบ่งได้ ดังต่อไปนี้

1.1 เส้นแนวนอน ให้ความรู้สึกแสดงออกถึงความเยียบสงบ ผ่อนคลาย นิ่งเฉย และเฉื่อยชา เป็นต้น

1.2 เส้นตั้ง ให้ความรู้สึกแสดงออกถึงความรู้สึกมั่นคง และมีความจริงจัง

1.3 เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกแสดงออกถึงความมีชีวิตชีวา ความอ่อนไหว อ่อนโยน



- 1.4 เส้นเฉียงหรือเส้นทแยง ให้ความรู้สึกแสดงออกถึงความกระตือรือร้น ว่องไว
- 1.5 เส้นหยักหรือเส้นซิกแซก ให้ความรู้สึกแสดงออกถึงความตื่นเต้น ไม่หยุดนิ่ง
- 1.6 เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกแสดงออกถึงความเศร้า อ่อนไหว และอ่อนแอ
- 1.7 เส้นโค้งแบบคลื่น ให้ความรู้สึกแสดงออกถึงความลื่นไหล การเคลื่อนไหว

2. รูปร่างและรูปทรง ว่าด้วยเรื่องรูปร่าง จะมีความหมายถึงการประกอบกันของเส้นโค้งหรือเส้นตรง เป็นลักษณะ 2 มิติ รูปทรง จะมีความหมายถึง การประกอบกันของเส้นโค้งหรือเส้นตรง เป็นลักษณะ 3 มิติ คือ มากกว่าความกว้างและความยาวแล้ว จะมีเรื่องของความลึก ความตื้น ความหนา และความบาง เข้ามาเกี่ยวข้องประกอบรวมด้วย จึงทำให้เกิดเป็นมิติที่ 3 ที่มากกว่ารูปทรงที่มีเพียง 2 มิติ

3. พื้นผิว หมายถึง บริเวณผิวนอกของวัสดุต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกในเรื่องของความงาม ระยะเวลา น้ำหนัก และประโยชน์ใช้สอย ลักษณะของพื้นผิวจะรับรู้ได้ด้วยการสัมผัสทางตา และสัมผัสทางกาย การนำเอาพื้นผิวในลักษณะต่าง ๆ มาใช้เพื่อสร้างสรรค์ความงาม และประโยชน์ใช้สอย โดยในการออกแบบ พื้นผิวจะถูกนำมาใช้ในลักษณะต่าง ๆ กัน เช่น พื้นผิวของกระจก ที่ให้ความรู้สึกนุ่มนวล หรุหร่า พื้นผิวของโซฟาหนังสัตว์ ให้ความรู้สึกอบอุ่นนุ่มนวล และน่าพักผ่อน เป็นต้น

4. ลวดลาย มี 2 ประเภท คือ ลวดลายที่เกิดจากธรรมชาติ และ ลวดลายประดิษฐ์ ที่สร้างขึ้นมา นักออกแบบจะนำลักษณะของลวดลายต่าง ๆ มาใช้เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดความสวยงาม

5. สี คือการรับรู้ความถี่ หรือความยาวคลื่นของแสง ในทำนองเดียวกันกับที่ระดับเสียง หรือโน้ตดนตรี คือ การรับรู้ความถี่หรือความยาวคลื่นของเสียงมนุษย์สามารถรับรู้ได้ เนื่องจากโครงสร้างอันละเอียดอ่อนของดวงตา ซึ่งมีความสามารถในการรับรู้แสงในช่วงความถี่ที่ต่างกัน สีมียุติพลอย่างมากในเรื่องของการออกแบบ นักออกแบบโดยทั่วไปควรที่จะรู้จักทฤษฎีเรื่องของสี เช่น สีร้อน สีเย็น สีคู่ตรงข้าม และมีความรู้ในเรื่องอิทธิพลของสีที่มีต่อความรู้สึกของคน ตัวอย่างอิทธิพลของสีที่มีต่อความรู้สึก ได้แก่ 1) สีแดง ให้ความรู้สึกตื่นเต้น รุนแรง ร้อนแรง ทะเยอทะยาน แสดงถึงการมีพลังอำนาจ 2) สีเขียว ให้ความรู้สึก จิตใจสงบ ผ่อนคลาย สงบร่มรื่น และเบิกบาน 3) สีขาว ให้ความรู้สึกกว้างเปล่า ความสงบ เรียบง่าย สว่าง สะอาด กว้างขวาง ปลอดภัย และยังเป็นตัวแทนความรู้สึก เกี่ยวกับเรื่องของความดีและความบริสุทธิ์ 4) สีดำ ให้ความรู้สึกลึกลับซับซ้อน น่าสะพรึงกลัว ลึกลับ เข้มแข็ง ทำทาย 5) สีเหลือง ให้ความรู้สึกอบอุ่น มิตรภาพ ความสนุกสนานรื่นเริง สดใส 6) สีม่วง ให้ความรู้สึกมีเสน่ห์ หรุหร่า สง่างาม และลึกลับ 7) สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกมั่นคงเด็ดเดี่ยว สุขุม เรียบง่าย 8) สีเทา ให้ความรู้สึกเก่าแก่ ความสมดุล ความเป็นกลาง ความสงบนิ่ง 9) สีฟ้า ให้ความรู้สึก อิสระ สงบสุข และสว่างสดใส เป็นต้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับ องค์ประกอบในการออกแบบ สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบในการออกแบบ จะเป็นส่วนประกอบเล็ก ๆ ที่ทำให้เกิดภาพใหญ่ในการสื่อสารออกมาเป็นผลงานสร้างสรรค์ ซึ่งจะประกอบด้วย จุด คือสิ่งที่มีขนาดเล็กที่สุดขององค์ประกอบในการออกแบบ เมื่อจุดเรียงตัวต่อกันจะทำให้เกิดเป็นเส้น ซึ่งเส้นจะมีอยู่ด้วยกันหลากหลายประเภท สื่อสารถึงอารมณ์ที่แตกต่างหลากหลาย ขึ้นอยู่กับลักษณะทิศทางในการเกิดเส้น เมื่อเส้นมาต่อกันในลักษณะหลากหลายทิศทาง เส้นจะก่อให้เกิดเป็นรูปร่าง ซึ่งรูปร่างสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ รูปร่างธรรมชาติ และรูปร่างเรขาคณิต มีลักษณะ 2 มิติ คือ มีเพียงความกว้างและความยาว ส่วนรูปทรงจะมีคุณสมบัติและประเภทเหมือนกับรูปร่างเพิ่มเพียงมิติที่ 3 ที่เกิดจากความลึก ตื้น หนา และบาง ทำให้เกิดเป็นปริมาตรของรูปร่าง จนกลายมาเป็นรูปทรง พื้นผิว เป็นองค์ประกอบที่สามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ อาจเกิดจากองค์ประกอบที่เป็นจุด เส้น หรือสี สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ พื้นผิวที่เป็นพื้นผิวจริง คือ สามารถสัมผัสได้ทั้งด้วยสายตาและกายสัมผัส กับ พื้นผิวที่เป็นพื้นผิวลวงตา คือ พื้นผิวที่ให้เพียงความรู้สึกทางสายตา ไม่ได้เกิดเป็นพื้นผิวจริงเมื่อสัมผัสด้วยกาย องค์ประกอบที่เป็นเรื่องสี ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้เป็นอย่างมาก สามารถแบ่งออกเป็น 2 วรรณะ คือ วรรณะร้อน และวรรณะเย็น

### 2.2.6 หลักในการออกแบบ

กรง นิลประเสริฐศิลป์ (2559: 18) กล่าวสรุปเกี่ยวกับ หลักในการออกแบบ ไว้ว่า หลักในการออกแบบ คือ สิ่งที่ใช้กำหนดการจัดวางองค์ประกอบ โดยอาศัยหลักการต่างๆ อันได้แก่ 1. เอกภาพ (Unity) 2) ความสมดุลย์ (Balance) 3) การเน้นให้เกิดจุดเด่น (Emphasis) 4) เส้นแย้ง (Opposition) 5) ความกลมกลืน (Harmony) 6) จังหวะ (Rhythm) 7) ความลึกหรือระยะ (Perspective) 8) ความขัดแย้ง (Contrast) 9) และการซ้ำ (Repetition)

นิยม นิลแก้ว (2560: 67) กล่าวว่า หลักในการออกแบบ เป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ รอบตัว เพราะจะต้องอาศัยหลักในด้านของการจัดวางและความเป็นศิลปะ มาใช้ในการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะประกอบด้วยหลักการ ดังต่อไปนี้ คือ เอกภาพ ดุลยภาพ การซ้ำ ความขัดแย้ง การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญ ระยะ จังหวะ และความกลมกลืน

สุนทรี สุรัตนาสกุล (2559: 88) ได้ให้ความหมายและให้ข้อสรุปเกี่ยวกับ หลักในการออกแบบ ไว้ว่า หลักการออกแบบหรือการจัดองค์ประกอบศิลปะ คือ การนำเอา เส้น รูปทรง ค่าของน้ำหนัก สี และพื้นผิว มาจัดวางลงในที่ว่าง ส่วนประกอบของการออกแบบได้มาปรากฏตัวอยู่ในที่ว่าง ซึ่งได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นในเรื่องของการสร้างภาพ 2 มิติ และ 3 มิติ ขึ้นในที่ว่างของภาพ ซึ่งเรียกว่าองค์ประกอบทางรูปธรรม และยังมีองค์ประกอบทางนามธรรม ซึ่งหมายถึงเนื้อหาสาระอีกส่วนหนึ่งด้วย และในที่นี้จะ

กล่าวถึงหลักการออกแบบ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการสร้างงานศิลปะ

วัฒนา วิวัฒนา (2559: 34) กล่าวว่า หลักการออกแบบเบื้องต้น คือ หลักในการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะ เพื่อให้เกิดความสวยงาม ซึ่งจะประกอบด้วยหลักการ อันได้แก่ จังหวะ การแปรเปลี่ยน ความกลมกลืน ความตัดกัน สัดส่วน ความสมดุล การเน้น เอกภาพ และความกลมกลืน

กุลปรียา ศาสตร์พิพัฒน์ (2560: 23) ได้กล่าวสรุปว่า หลักพื้นฐานการออกแบบ 4 ประการจะต้องอาศัยหลักการดังต่อไปนี้ ความง่าย (Simplicity) ความมีเอกภาพ (Unity) การเน้น (Emphasis) และความสมดุลย์ (Balance) ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียด ได้ดังนี้

1. ความง่าย (Simplicity) ความง่ายเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลให้การออกแบบนำไปสู่ความสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของงานออกแบบนั้น ๆ ทั้งนี้โดยพิจารณาว่าต้องของง่ายต่อการทำความเข้าใจ ไม่ซับซ้อน หรือยุ่งยากต่อผู้ชม ซึ่งมักจะประกอบด้วยง่ายต่อการอ่านโดยเฉพาะเมื่อมีการประกอบอักษร ข้อความ คำพูดต่าง ๆ และสำหรับในการผลิตควรต้องการผลิตง่ายไม่ยุ่งยากมาก และง่ายต่อการนำไปใช้

2. ความมีเอกภาพ (Unity) เอกภาพ เป็นลักษณะของความเป็นหนึ่งเดียวของสิ่งที้ออกแบบ ต้องไม่เกิดความขัดแย้งในส่วนขององค์ประกอบ ควรมีความกลมกลืนสร้างรู้สึกเป็นส่วนเดียวกันของงาน ทั้งนี้โดยคำนึงถึงการจัดปริมาณ การจัดพื้นที่ การกำหนดสัดส่วน และการกำหนดสี

3. การเน้น (Emphasis) การส่งเสริมคุณค่าของงานออกแบบอย่างหนึ่ง ก็คือ การเน้น โดยสามารถแสดงออกได้ด้วยการแสดงออกให้เห็นว่างานออกแบบนั้น ๆ มีแนวความคิดเป็นแนวความคิดเดียว โดยการสร้างจุดสนใจเพียงสิ่งเดียว ใช้สี แสง ขนาด ทิศนมิติ ช่วยให้เกิดการเน้นที่ชัดเจน

4. ความสมดุลย์ (Balance) การจัดภาพโดยให้นำหนักของภาพทั้งสองด้าน มีความสมดุลย์ เป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ขัดแย้งต่อธรรมชาติการมองของผู้พบเห็น ซึ่งสามารถสร้างสมดุลย์ได้ทั้งในลักษณะสมมาตร (Symmetry) และอสมมาตร (Asymmetry)

นอกเหนือจากหลักการทั้ง 4 ประการในข้างต้นแล้ว ทฤษฎีสีและการใช้สี ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลทำให้งานออกแบบประสบความสำเร็จ โดยสีมีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบเป็นอย่างมาก เป็นส่วนที่ช่วยสร้างความสวยงาม ความน่าสนใจ สร้างความแตกต่าง ตลอดจนสร้างความรู้สึก แต่การใช้สีที่ดีจำเป็นต้องอาศัยหลักและความเข้าใจพื้นฐานต่อสีที่ถูกต้อง สีที่นำไปใช้ในการออกแบบ จึงจะสามารถช่วยส่งเสริมและทำให้งานออกแบบนั้นประสบความสำเร็จ

นฤตล จิตสกุล (2560: 29) กล่าวว่า หลักการออกแบบต่าง ๆ นั้นไม่สามารถนำไปใช้ได้เดี่ยว ๆ แต่ต้องมีการเลือกนำเอาหลาย ๆ หลักการมาใช้ร่วมกันในการสร้างสรรค์ หลักการทุกหลักการมีความสำคัญทั้งสิ้น แต่ในการแจกแจงเชิงทฤษฎีนั้น จะแยกประเภทหลักการออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ หลักการเบื้องต้น (Primary principle) และหลักการสนับสนุน (Support principle)

หลักการเบื้องต้นเป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับภาพรวมของผลงานออกแบบ ซึ่งได้แก่

1. เอกภาพ (Unity) และความสัมพันธ์ระหว่างภาพและพื้น (Figure/ground relationship)
2. การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญ (Emphasis & hierarchy)
3. สัดส่วน (Proportion) หลักการสนับสนุน เป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กันขององค์ประกอบต่าง ๆ ภายในงานออกแบบ ประกอบด้วย 1) ขนาด (Scale) 2) ความสมดุล (Balance) 3) ทิศทางและการเคลื่อนไหว (Direction & Movement)
4. ความแตกต่าง (Contrast)
5. จังหวะ ลีลา และการซ้ำ (Rhythm & Repetition)

### หลักการเบื้องต้น

1. เอกภาพ และความสัมพันธ์ระหว่างภาพและพื้น เอกภาพเป็นหลักการที่จำเป็นสำหรับการออกแบบทุกชิ้น เอกภาพที่เกิดขึ้นมีสองลักษณะ คือ เอกภาพทางความคิด (Intellectual unity) และเอกภาพทางการมองเห็น (Visual unity)

เอกภาพทางความคิด หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของความหมายของ องค์ประกอบต่างๆในงานออกแบบ เอกภาพทางความคิดนั้นเป็นการจัดกลุ่มที่เกิดขึ้นจากการ ตีความเนื้อหาของ (Context) ของภาพ ข้อความ และองค์ประกอบอื่นๆ โดยทั้งหมด ทำหน้าที่สอดคล้องและส่งเสริมกันและกันในการสื่อสารความคิดที่ต้องการสื่อสารและบุคลิกภาพของงานออกแบบนั้นๆ ส่วนเอกภาพทางการมองเห็นนั้น คือ ปรากฏการณ์ที่มองเห็นได้ว่า องค์ประกอบทั้งหมดทำงานร่วมกันอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ไม่มีองค์ประกอบใดที่ดูขัดตาหรือ ไม่เข้าที่เข้าทาง

งานออกแบบที่มีเอกภาพนั้น จะต้องประกอบไปด้วยเอกภาพทั้งสองประเภทข้างต้น ผลลัพธ์จะต้องดูแล้วรู้สึกได้ว่า องค์ประกอบที่มีอยู่ทั้งหมด สมควรที่จะมีอยู่ในงานออกแบบ คือ ไม่มีองค์ประกอบใดที่ดูเกินความจำเป็น หรือไม่ดูแล้วรู้สึกได้ว่าองค์ประกอบใด สามารถตัดออกไปได้ โดยไม่มีผลต่อภาพรวมหรือความหมายรวมของงานออกแบบ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องดูแล้วไม่รู้สึกว่า มีองค์ประกอบบางอย่างขาดหายไป เหมือนกับเป็นงานออกแบบที่เหมือนทำไม่เสร็จ นอกจากนั้น องค์ประกอบที่มีอยู่ จะต้องดูแล้ว

มีขนาด รูปร่างหน้าตาที่เหมาะสม และได้รับการจัดวางไว้ในตำแหน่งที่เหมาะสมด้วย เอกภาพจะเกิดขึ้นได้ ก็ต้องอาศัยหลักการเบื้องต้นและหลักการสนับสนุนอื่น ๆ นอกจากนั้น จะต้องอาศัยความเข้าใจในหลักการทางจิตวิทยาทางการรับรู้ ที่พัฒนาโดยกลุ่มเกสตาท์ (Gestalt) ซึ่งเป็นกลุ่มนักจิตวิทยาชาวเยอรมันในช่วงประมาณปี ค.ศ. 1912 ตามหลักการที่ว่า “ภาพรวมนั้นมีความ แตกต่าง (ความหมาย) มากกว่าเพียงการรวมกันของส่วนย่อย” (The whole is different from the sum of its parts.) (Zakia, 1979) ตัวอย่างเช่น การจัดวางวงกลมสองวงต่อกันในแนวตั้ง ภาพรวมที่เกิดขึ้นจะไม่ได้เป็นส่วนผสมที่มีความหมายเพียงแค่วงกลมสองวงอีกต่อไป แต่จะจับกลุ่มกันทำให้มีความหมายใหม่กลายเป็น เลข 8 เป็นต้น

หลักการของเกสตาท์ ได้รับการนำมาพัฒนาประยุกต์ใช้กับการออกแบบอย่างกว้างขวาง และเรื่องที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการจัดวางองค์ประกอบ และมีประโยชน์อย่างยิ่งในการสร้างเอกภาพให้ งานออกแบบ คือ เรื่องการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างภาพและพื้น

การสร้างความสัมพันธ์ที่ติระหว่างภาพและพื้น (Figure-ground relationship) เป็นหัวใจที่สำคัญในการได้ผลลัพธ์เป็นงานออกแบบที่มีเอกภาพ โดยภาพในที่นี้หมายถึงองค์ประกอบใดก็ตามที่วางลง ในที่ว่าง ไม่ว่าจะเป็นเส้น รูปร่าง ตัวอักษร ภาพวาด ภาพถ่าย ฯลฯ ส่วนพื้น หมายถึง ที่ว่างที่เหลืออยู่ จากการจัดวางองค์ประกอบ ส่วนใหญ่แล้วนักออกแบบที่ไม่มีประสบการณ์มักจะให้ความสำคัญกับการ เลือกและสร้างองค์ประกอบต่าง ๆ จนลืมคำนึงถึง หน้าตาของพื้นหลังที่เกิดขึ้นหลังจากการวาง องค์ประกอบ ในการออกแบบที่ดีนั้น นักออกแบบจำเป็นต้องออกแบบทั้งส่วนที่เป็นองค์ประกอบและ ส่วนที่เป็นพื้นหลังไปพร้อม ๆ กัน ให้พื้นหลังกลายเป็นที่เว้นว่าง คือที่ที่เจตนาจะเว้นให้ว่าง ไม่ใช่พื้นที่ ที่เกิดขึ้นเองโดยไม่ตั้งใจ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพและพื้นแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ คือ

1. ระดับที่ 1 ภาพ/พื้นแบบแน่นอน (Stable figure-ground) หมายถึง ภาพและ พื้นคง ลักษณะการเป็นภาพหรือเป็นพื้นเอาไว้ได้อย่างชัดเจน แต่ดูมีแรงดึงระหว่างภาพและพื้นเอาไว้ด้วยกัน
2. ระดับที่ 2 ภาพ/พื้นแบบกลับไปมา (Reversible figure-ground) หมายถึง ภาพและ พื้นสามารถถูกรับรู้สลับกันไปมา ถ้ามองจุดจ่อที่จุดที่หนึ่ง อีกจุดที่สองจะกลายเป็นพื้น แต่ถ้ามองจุดจ่อที่ จุดที่สอง จุดที่สองจะกลายเป็นภาพ และจุดที่หนึ่งจะกลายเป็นพื้นแทน การขยับหรือเปลี่ยนแปลงภาพ หรือพื้นจะมีผลทำให้ภาพรวมไม่เหมือนเดิมทันที
3. ระดับที่ 3 ภาพ/พื้นแบบสองนัย (Ambiguous figure-ground) หมายถึง ภาพและ พื้นชุดย่อย ๆ จะมีความหมายแบบหนึ่ง แต่หากเอาภาพและพื้นชุดย่อย ๆ ทั้งหมดมามองรวมกัน จะให้

ความหมายเป็นอีกนัยหนึ่ง การขยับหรือเปลี่ยนแปลงภาพหรือพื้นที่ชุดใดชุดหนึ่ง จะมีผลทำให้ภาพรวมไม่เหมือนเดิมทันที

2. การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญ เป็นหลักการออกแบบที่มีประโยชน์ เนื่องจากจุดประสงค์สำคัญของการออกแบบสิ่งพิมพ์คือการสื่อสารข้อมูล การที่ผู้รับสารจะได้ข้อมูลอย่าง ถูกต้อง ครบถ้วนนั้น ผู้รับสารจะต้องรับรู้ด้วยการเลือกมองดูข้อความหรือภาพก่อนหลังเป็นลำดับ อย่างถูกต้องจึงจะเข้าใจในสารที่ต้องการสื่อ การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญยังช่วยให้ผู้รับสารสามารถติดตามสารตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องกวาดตามองไปมาหรือพยายามปะติดปะต่อเรื่องราวซึ่งจะทำให้เกิดความสับสนและอาจทำให้ได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วน หรือเป้าหมายที่จะติดตามข้อมูลไปจนจบ

นอกจากนี้การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญ ยังเป็นพื้นฐานที่ทำให้ผลงานออกแบบดู น่าสนใจขึ้นเนื่องจากเกิดองค์ประกอบที่เป็นจุดเด่นขึ้นมาเรียกร้องความสนใจในการใช้หลักการนี้ นักออกแบบจะต้องเริ่มด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ และวางแผนว่า องค์ประกอบใดเป็น องค์ประกอบหลักในการสื่อสารสาระสำคัญของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร องค์ประกอบใดเป็นองค์ประกอบรองในลำดับต่อ ๆ มา องค์ประกอบใดมีแนวโน้มที่จะสะดุดตาและดึงดูดความสนใจ และองค์ประกอบใด เป็นข้อมูลสำคัญที่จะขาดไม่ได้ ข้อความหรือภาพที่ได้รับการเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญจะเกิด เป็นองค์ประกอบเด่นที่เรียกว่า จุดสนใจ (Focal point) ขึ้น ซึ่งจุดสนใจนี้จะจุดแรกที่ผู้รับสารเลือกที่จะรับรู้ ดังนั้นจึงควรเลือกข้อความหรือภาพที่จับประเด็น หรือตัวแทนที่ดีของแนวความคิดของสารที่ต้องการสื่อ

3. สัดส่วน (Proportion) การกำหนดสัดส่วนในการออกแบบมีลักษณะเป็นการกำหนด 2 ชั้นด้วยกัน โดยชั้นแรก เป็นการกำหนดสัดส่วนภายนอก (Outer proportion) หรือมิติภายนอก (Outer dimension) ซึ่งหมายถึง การให้ภาพรวมของสิ่งพิมพ์ว่าจะเป็นในลักษณะใดใน 3 ลักษณะหลัก คือ ลักษณะทางด้านตั้งหมายถึง สัดส่วนของสิ่งพิมพ์ที่เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีด้านสูงมากกว่าด้านยาว ส่วนใหญ่แล้วคนทั่วไปจะคุ้นเคยกับสัดส่วนแบบนี้ เช่น หนังสือ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ลักษณะที่ 2 คือ ลักษณะทางด้านนอน หมายถึง สัดส่วนที่เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีด้านยาวมากกว่าด้านสูง ส่วนลักษณะหลักแบบที่ 3 คือ ลักษณะจัตุรัส หมายถึง สัดส่วนที่เป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส คือ มีด้านยาวเท่ากับ ด้านสูง ในการออกแบบจะต้องมีการตัดสินใจเลือกสัดส่วนภายนอกก่อน แล้วจึงดำเนินการจัดวาง องค์ประกอบโดยใช้การแบ่งสัดส่วนภายใน (Internal division) ซึ่งหมายถึง การกำหนดความสัมพันธ์กัน ขององค์ประกอบต่าง ๆ ในเรื่องของขนาดในการจัดวางองค์ประกอบว่า องค์ประกอบใดจะกินพื้นที่มาก น้อยเพียงใด เมื่อนำมาอยู่รวมกันภายในสัดส่วนภายนอกที่ได้ กำหนดไว้ก่อนหน้าแล้ว การแบ่งสัดส่วน

ภายในเป็นตัวแปรความสำคัญในการสร้างความน่าสนใจ เพราะองค์ประกอบที่มีสัดส่วนแตกต่างกัน จะดึงดูดสายตาได้ดีกว่าการใช้องค์ประกอบทั้งหมดในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

การกำหนดสัดส่วน จึงต้องพิจารณาองค์ประกอบทั้งหมดไปพร้อม ๆ กัน ว่าควรเพิ่มหรือลดทอนองค์ประกอบใดลง ไม่ใช่ค่อย ๆ ทำไปที่ละองค์ประกอบ อีกทั้งในขณะเดียวกัน ยังต้องพิจารณาพื้นที่ว่างที่เกิดขึ้น เมื่อวางองค์ประกอบทั้งหมดลงไปบนหน้ากระดาษแล้วด้วยว่า เกิดเป็นพื้นที่ที่มีสัดส่วนที่สวยงามหรือไม่ โดยตัดสินจากภาพรวมของหน้ากระดาษที่เกิดขึ้น

### หลักการสนับสนุน

#### 1. ขนาด (Scale)

หลักการเรื่องขนาด เป็นหลักการที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับหลักการเรื่องสัดส่วน กล่าวคือ สัดส่วนเป็นหลักการที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ของขนาดใหญ่เล็กขององค์ประกอบ ที่มีผลต่อภาพรวมของผลงานออกแบบ ส่วนขนาดนั้น หมายถึงความสัมพันธ์ในลักษณะเปรียบเทียบความใหญ่เล็กระหว่างแต่ละองค์ประกอบ ในการออกแบบที่มีองค์ประกอบหลากหลาย การใช้ขนาดจะมีผลอย่างยิ่งต่อลำดับการสื่อสารที่ถูกต้อง องค์ประกอบต่าง ๆ จึงไม่ควรมีขนาดใกล้เคียง หรือแข่งขันกันไปทั้งหมด แต่ควรมีขนาดที่ลดหลั่นกันไปตามลำดับความสำคัญ

#### 2. ความสมดุล (Balance)

หลักการเรื่องความสมดุลนี้ เป็นการตอบสนองธรรมชาติของผู้รับสาร ในเรื่องของแรงโน้มถ่วง โดยการจัดวางองค์ประกอบทั้งหมดในพื้นที่หน้ากระดาษนั้น จะต้องไม่ขัดกับความรู้สึกนี้ คือ จะต้องไม่ดูเอนเอียงหรือหนักไปด้านใดด้านหนึ่ง โดยไม่มีองค์ประกอบมาถ่วงในอีกด้าน การจัดองค์ประกอบให้เกิดความสมดุลแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

2.1 สมดุลแบบสมมาตร (Symmetrical Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบ โดยให้องค์ประกอบในด้านซ้ายและด้านขวา มีลักษณะเหมือนกันทั้งสองข้าง ซึ่งองค์ประกอบที่เหมือนกันในแต่ละด้านนี้ จะถ่วงน้ำหนักกันและกันให้เกิดความรู้สึกสมดุล การใช้สมดุลแบบสมมาตรมักจะนิยมใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นทางการ หรือต้องการให้น่าเชื่อถือ หรือดูมั่นคง

2.2 สมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetrical Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบ โดยให้องค์ประกอบในด้านซ้ายและด้านขวาของพื้นที่หน้ากระดาษมีลักษณะไม่เหมือนกันในสองข้าง ซึ่งแม้องค์ประกอบจะไม่เหมือนกันในแต่ละด้าน แต่ก็ถ่วงน้ำหนักกันและกัน ให้เกิดความรู้สึกสมดุล เช่น ด้านซ้ายเป็นรูปวงกลมขนาดใหญ่ 1 วง ขณะที่ด้านขวาเป็นรูปวงกลมขนาดเล็ก 3 วงเรียงกันในแนวตั้ง เป็นต้น การใช้สมดุลแบบอสมมาตรมักจะนิยมใช้ในการออกแบบที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ หรือ

ต้องการให้ดูมีความเคลื่อนไหว

2.3 สมดุลแบบรัศมี (Radial Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยให้องค์ประกอบแผ่ออกไปทุกทิศทางจากจุดศูนย์กลาง อาจจะกล่าวได้ว่าสมดุลแบบรัศมีให้ความรู้สึกถึงกลางระหว่างสมดุลแบบสมมาตรและอสมมาตร

### 3. ทิศทางและการเคลื่อนไหว (Direction & Movement)

ทิศทางและการเคลื่อนไหว เป็นหลักการที่ช่วยให้การสื่อสารเป็นไปตามลำดับ สอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์ เมื่อผู้รับสารมองดูสิ่งพิมพ์ การรับรู้เกิดขึ้นเป็นลำดับตามการมองเห็น กล่าวคือเกิดขึ้นตามการกวาดสายตากรอบองค์ประกอบหนึ่งไปยังอีกองค์ประกอบหนึ่ง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการดำเนินการวางแผน กำหนด และชักจูงสายตาของผู้รับสารให้ เคลื่อนไหวไปในทิศทางที่ต้องการ ตามลำดับขององค์ประกอบที่ต้องการให้รับรู้ก่อนหลัง

โดยทั่วไปหากไม่มีการสร้างจุดเด่นขึ้นมา สายตาของผู้รับสารจะมองดูตามกฎของแรงโน้มถ่วง คือมองจากด้านบนลงด้านล่าง นอกจากนั้นคนส่วนใหญ่ยังคุ้นเคยกับการอ่านจากด้านซ้ายไปด้านขวา ลักษณะธรรมชาติของการมองดูสิ่งพิมพ์ของคนทั่วไปจะเป็นทิศทางของตัวอักษร Z ในภาษาอังกฤษ คือจะเริ่มมองที่มุมบนด้านซ้าย ไปยังมุมบนด้านขวา แล้วไล่ลงมา ยัง มุมล่างด้านซ้าย ไปจบที่มุมล่างด้านขวา ตามลำดับ การจัดองค์ประกอบที่สอดคล้องกับธรรมชาติของการมองนี้ นับเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ในการควบคุมการรับรู้สารให้เป็นไปตามลำดับที่ต้องการ

### 4. ความขัดแย้ง (Contrast)

องค์ประกอบที่ได้รับการเลือกหรือออกแบบให้แตกต่างไปจากองค์ประกอบอื่นโดยรอบ จะกลายเป็นจุดเด่นขึ้นมา การใช้ความขัดแย้งจึงเป็นวิธีหนึ่งในการเรียกร้องความสนใจมายังองค์ประกอบนั้นก่อนองค์ประกอบอื่น ๆ ซึ่งในการสร้างความขัดแย้งนี้สามารถทำได้ในหลายวิธี ดังนี้

4.1 ความขัดแย้งโดยขนาด (Contrast of scale) เป็นวิธีการที่ใช้ประโยชน์จาก หลักการเรื่องขนาด และเป็นวิธีการที่ง่ายที่สุด โดยการเน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมา ด้วยการเพิ่มขนาดให้ใหญ่กว่าองค์ประกอบอื่น ๆ โดยรอบ ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วผู้ดูจะเลือกมองดูองค์ประกอบที่ใหญ่กว่าก่อนเสมอ เพราะมองได้ชัดเจน

4.2 ความขัดแย้งโดยรูปร่าง (Contrast of shape and form) เป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมา ด้วยการใช้รูปร่างที่แตกต่างไปจากองค์ประกอบอื่น

4.3 ความขัดแย้งโดยน้ำหนักหรือความเข้ม (Contrast of weight) เป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมา ด้วยการใส่เพิ่มหรือลดความเข้มหรือน้ำหนักขององค์ประกอบ



นั้นให้เข้มหรืออ่อนกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมกันในหน้ากระดาษ เช่น การใช้ตัว อักษรที่เป็นตัวหนา ในย่อหน้าที่ต้องการเน้นเพียงย่อหน้าเดียวในหน้ากระดาษ เป็นต้น

4.4 ความขัดแย้งโดยทิศทาง (Contrast of direction) เป็นวิธีการที่ใช้ประโยชน์ จากหลักการเรื่องทิศทางและความเคลื่อนไหว เป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบ หนึ่งเด่นขึ้นมา ด้วยการวางองค์ประกอบที่ต้องการจะเน้นนั้น ให้อยู่ในทิศทางที่แตกต่างจากองค์ประกอบอื่น ๆ

4.5 ความขัดแย้งโดยพื้นผิว (Contrast of texture) เป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบใด องค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมา ด้วยการเลือกหรือสร้างให้องค์ประกอบมีลักษณะพื้นผิวที่มองดูแตกต่างจาก องค์ประกอบอื่น

4.6 ความขัดแย้งโดยที่เว้นว่าง (Contrast of space) เป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบ ใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมา ด้วยการเว้นที่ว่างให้ห่างหรือแคบกว่าที่เว้นว่างระหว่างองค์ประกอบอื่น ๆ อย่างชัดเจน

## 5. จังหวะ ลีลา และการซ้ำ (Rhythm & Repetition)

หลักการเรื่องการซ้ำเป็นหลักการจัดวางองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้นที่มีลักษณะเหมือนหรือ ใกล้เคียงกัน โดยกำหนดตำแหน่งให้เกิดมีช่องว่างเป็นช่วงเป็นตอนอย่างมีการวางแผนล่วงหน้า จะทำให้เกิดจังหวะและลีลาขึ้น และหากว่าองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้นนั้น เป็นองค์ประกอบที่มีลักษณะซ้ำกัน หรือ ใกล้เคียงกัน ก็จะยิ่งเป็นการเน้นให้เกิดจังหวะและลีลาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งจังหวะและลีลาที่ซ้ำกันอยู่ในการ ออกแบบทั่ว ๆ ไป มี 3 ลักษณะ คือ แบบสม่ำเสมอ (Regular) แบบไม่สม่ำเสมอ (Irregular) แบบ พัฒนาการ (Progressive) ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ ดังนี้

5.1 แบบสม่ำเสมอ (Regular) เป็นการจัดวางองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้นโดยเว้นให้เกิด ช่องว่างระหว่างแต่ละชิ้นอย่างสม่ำเสมอ และคาดเดาได้ เช่น แต่ละชิ้นห่างกัน 1 เซนติเมตร หรือ ชิ้นที่ หนึ่งห่างจากชิ้นที่สอง 1 เซนติเมตร ชิ้นที่สองห่างจากชิ้นที่สาม 2 เซนติเมตร ชิ้นที่ สามห่างจากชิ้นที่สี่ 1 เซนติเมตร สลับกันเรื่อยไป จนสามารถคาดเดาได้ว่าตำแหน่งของชิ้นต่อไปจะอยู่ที่ใด เป็นต้น จังหวะและ ลีลาลักษณะนี้จะก่อให้เกิดความรู้สึกที่เป็นทางการ น่าเชื่อถือ และสงบ

5.2 แบบไม่สม่ำเสมอ (Irregular) เป็นการจัดวางองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้นโดยเว้นให้เกิด ช่องว่างระหว่างแต่ละชิ้นอย่างไม่สม่ำเสมอและไม่สามารถคาดเดาได้ ซึ่งเป็นการวางองค์ประกอบใน ลักษณะตรงกันข้ามกับแบบแรก ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ตื่นเต้น ดูเคลื่อนไหวและมีพลัง

5.3 แบบพัฒนาการ (Progressive) เป็นการจัดวางองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้นโดยเว้นให้ เกิด ช่องว่างระหว่างแต่ละชิ้นให้เพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างสม่ำเสมอและคาดเดาได้ ชิ้นที่หนึ่งห่างจาก ชิ้นที่

สอง 1 เซนติเมตร ชั้นที่สองห่างจากชั้นที่สาม 2 เซนติเมตร ชั้นที่สามห่างจากชั้นที่สี่ 3 เซนติเมตร เป็นต้น การใช้หลักการเรื่องความขัดแย้งร่วมกับหลักการเรื่องการซ้ำ เป็นวิธีการหนึ่งที่นิยมใช้ในการออกแบบและเป็นวิธีการที่ง่ายในการสร้างจุดสนใจให้โดดเด่นออกมา โดยการใช้องค์ประกอบที่แตกต่างแทรกร่วมกับไปกับองค์ประกอบอื่นๆ ที่เหมือนหรือใกล้เคียงกัน (Anomaly) วิธีการนี้ ยังมีประโยชน์ในการช่วยงานออกแบบที่อาจจะดูธรรมดาให้มีลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้น

### 2.2.7 กระบวนการขั้นตอนในการออกแบบกราฟิก

พรสวรรค์ ว่องไวพัฒนา (2558: 45) กล่าวถึง การออกแบบงานกราฟิกเป็นขั้นตอนหนึ่งของการสร้างสรรค์งานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตงานทางด้านสิ่งพิมพ์ โดยมีหลักการคิดและวิธีการดำเนินการที่ต้องอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อความหมาย หลักการทางศิลปะประยุกต์และทฤษฎีการรับรู้ทางจิตวิทยา องค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นส่วนเสริมให้งานออกแบบกราฟิกมีคุณค่าสูง องค์ประกอบและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. การออกแบบจัดทำต้นฉบับเพื่อการพิมพ์ ต้องมีหลักเกณฑ์การออกแบบนำเสนอเนื้อหาสาระอย่างเป็นระเบียบ มีความชัดเจน น่าสนใจ ส่วนการทำต้นฉบับต้องมีความสอดคล้องกันเพื่อที่จะทำให้งานชิ้นสำเร็จมีคุณภาพสูงสุดตามต้องการจึงจะทำให้งานต้นฉบับมีความถูกต้องและสมบูรณ์
2. วัสดุที่ใช้ในการผลิต ผู้ออกแบบจัดทำงานกราฟิกต้องมีความเข้าใจดี สามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับวิธีการสร้างสรรค์งานศิลปะได้อย่างดีก็ จะทำให้งานออกแบบดำเนินไปได้ตามเป้าหมาย
3. ระบบการพิมพ์ การพิมพ์แต่ละแบบแต่ละวิธีก็มีกระบวนการข้อดี ข้อจำกัด หรือข้อบกพร่อง ตลอดจนความเหมาะสมกับประเภทของสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไป การพิมพ์ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน มีดังนี้ การพิมพ์จากแม่พิมพ์หิน การพิมพ์จากแม่พิมพ์พี้นราบ การพิมพ์จากแม่พิมพ์ที่เป็นร่องลึก การพิมพ์จากแม่พิมพ์ลายฉลุหรือแม่พิมพ์สกรีน

สมบูรณ์ มากสมบูรณ์ (2559: 45 – 46) กล่าวถึงขั้นตอนในการออกแบบกราฟิก ไว้ว่า นักออกแบบจะต้องทำงานร่วมกับลูกค้า เพื่อทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ เนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสาร นักออกแบบอาจต้องค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้ดู หรือกลุ่มเป้าหมาย เช่น ลักษณะการดำเนินชีวิต มุมมอง ทศนคติและความชอบ เมื่อสามารถกำหนดแนวคิดของการออกแบบแล้วกระบวนการร่างแบบจึงเริ่มต้นขึ้น โดยสามารถจัดลำดับขั้นตอนการออกแบบได้ ดังนี้

1. การศึกษากลุ่มเป้าหมาย การที่จะทำให้งานออกแบบได้รับความสนใจ ผู้ออกแบบควรจะสื่อในสิ่งที่ผู้ดูเข้าใจ สนใจหรือชอบใจ จึงควรมีการศึกษาผู้ดูก่อน เพื่อให้งานออกแบบออกมาได้โดนใจ

2. กำหนดวัตถุประสงค์ของงาน เมื่อทราบว่าจะงานออกแบบน่าจะมีเนื้อหา หรือเรื่องราว ในแนวใด มีมีโนทัศน์ (Concept) เป็นอย่างไร การกำหนดวัตถุประสงค์ของงาน ให้ดูภาพรวมของโครงการ ทั้งหมด เพื่อการวางแผนจะได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกัน เช่น การทำแผ่นพับโฆษณา สินค้าตัวหนึ่ง ให้ดูว่าสินค้าตัวนั้นมีมีโนทัศน์อย่างไร รูปแบบ สี สันเป็นอย่างไร ตลอดจนการทำสื่ออื่น ๆ สำหรับสินค้านี้เป็นอย่างไร

3. กำหนดลักษณะของงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ตั้งแต่รูปแบบของ สิ่งพิมพ์ เช่น เป็นแผ่นพับ หรือ โบรชัวร์ หรือโปสเตอร์ เป็นต้น วัสดุที่ใช้สำหรับพิมพ์ การดำเนินเนื้อเรื่อง แนวภาพที่จะนำมาประกอบ ลักษณะตัวอักษรที่ปรากฏ สี สัน ตลอดจนงบประมาณที่จะใช้

4. เรียบเรียงเนื้อหา หัวเรื่องหลัก หัวเรื่องรอง รวบรวมภาพประกอบ หรือหาแนว ลักษณะภาพที่ต้องการมาประกอบในชิ้นงาน ภาพดังกล่าวอาจเป็นภาพถ่าย ภาพกราฟิก รวมถึงภาพ แอนิเมชัน

5. เลือกรูปแบบและการวางผัง (Layout) ที่เหมาะสมกับงาน

6. ทำการวางแผนเลย์เอ๊าท์ นำส่วนประกอบต่าง ๆ มาลองวางลงในหน้ากระดาษ เพื่อดูว่า มีมากพอหรือไม่ ต้องการเพิ่มเติมส่วนใด หรือต้องตัดอะไรออก ดูความเข้ากันของส่วนประกอบทั้งหมด โดยใช้อ็องค์ประกอบศิลปะช่วยในการจัด

7. ตรวจสอบแบบที่จัดทำขึ้นว่าตรงกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ น่าสนใจเพียงใด ยังผลให้โครงการประสบความสำเร็จเพียงใด ในงานประเภทบรรจุภัณฑ์อาจมีการนำบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง มาเปรียบเทียบจุดเด่นจุดด้อย ในบางโครงการที่สำคัญและใช้งบประมาณสูงโดยเฉพาะงานที่มีผลทางการตลาด อาจต้องทำการวิจัยทดสอบปฏิกิริยาที่มีต่อสิ่งพิมพ์นั้น ๆ

8. กำหนดลักษณะของส่วนประกอบต่างๆของงานที่เหมาะสม เช่น แบบขนาด 2.6.9 ของตัวอักษรที่ใช้ในส่วนต่าง ๆ ของเนื้อหาทำการถ่ายภาพต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบในชิ้นงาน หากยังไม่มีมาก่อน ซึ่งอาจต้องอาศัยมืออาชีพพร้อมอุปกรณ์การถ่ายภาพในการจัดทำเพื่อให้ภาพที่ออกมาดูดีมี คุณภาพ ซึ่งจะยังผลให้ชิ้นงานประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ หากต้องใช้ภาพที่เป็นภาพกราฟิก ก็ให้ ทำการสร้างและตกแต่งภาพขึ้นซึ่งปัจจุบันใช้โปรแกรมกราฟิก เช่น Adobe Photoshop, Illustrator ในการจัดทำ กรณีภาพถ่ายที่ได้มาหากยังไม่สมบูรณ์ตามที่ต้องการ ก็ใช้โปรแกรมกราฟิกตกแต่งเพิ่มเติมได้ เช่นกัน

9. การทำต้นฉบับเหมือนพิมพ์ อาร์ตเวิร์ค (Artwork) นำแบบร่างที่ลงตัวถูกต้องแล้ว มา ทำให้เป็นขนาดเท่าของจริง ทั้งภาพและตัวอักษร ช่องไฟ และงานกราฟิกทุกอย่าง ซึ่งปัจจุบันจะใช้

โปรแกรมจัดทำอาร์ตเวิร์คเช่น Adobe InDesign, Illustrator เป็นต้น

10. ทำการตรวจทาน ดูความถูกต้องของภาษา ความเหมาะสมของภาพและการจัดวาง

11. แก้ไขรายละเอียด และปรับแต่ง ตรวจสอบขั้นสุดท้าย ก่อนนำผลงานไปใช้งานจริง

คุณธรรม สัจจามันท์ (2557: 18 - 19) กล่าวถึง ขั้นตอนในการทำงานออกแบบ ว่าสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนได้ 8 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดขอบเขตของปัญหา (Identification of the Problem) คือ การนำเอา โจทย์ หรือปัญหาที่ได้รับในงานออกแบบ มาศึกษาพิจารณาให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และทำการกำหนด ขอบเขตการทำงาน เพื่อการแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม ไม่กว้างหรือแคบจนเกินไป

2. การค้นคว้าหาข้อมูล (Information) คือ การศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ นำมาจัดจำแนกอย่างเป็นระบบ ตามหัวข้อที่มีความสัมพันธ์กับปัญหา ข้อมูลมีคุณค่าช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และช่วยเสนอแนะวิธีการต่างๆ สำหรับการนำไปใช้แก้ปัญหา

3. การวิเคราะห์ (Analysis) คือ การนำข้อมูลที่จำแนกไว้แล้วมาแยกแยะ เปรียบเทียบ และจัดให้ เกิดความสัมพันธ์กัน ผลจากการวิเคราะห์จะช่วยเสนอแนะ ตั้งแต่ทางเลือกจนถึงเกณฑ์ สำหรับพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ในการแก้ปัญหา

4. การสร้างแนวความคิดหลัก (Conceptual Design) คือ การใช้เทคนิคต่าง ๆ เพื่อสร้างสรรค์ แนวความคิดหลักในการออกแบบ แนวความคิดหลักควรมีลักษณะที่สามารถแก้ปัญหาสำคัญได้อย่างตรงประเด็น และมีความกว้างครอบคลุมการแก้ปัญหาย่อย มีความแปลกใหม่ไม่ซ้ำกับแนวทางที่เคยมีมาก่อน และยังมีลักษณะเป็นความคิด หรือสมมุติฐานที่อาจจะยังเป็นนามธรรม นอกจากนี้ แนวความคิดในการออกแบบไม่ได้มีอยู่เพียงครั้งเดียว โดยเฉพาะสำหรับปัญหาที่ซับซ้อน ในระยะแรกเป็นการสร้างแนวความคิดโดยรวม และเมื่อทำการออกแบบก็จะมีการสร้างแนวความคิดเสริมตามไปแต่ละขั้นตอน หรือทุก ๆ ระดับของการแก้ปัญหา ทั้งนี้เพื่อให้การออกแบบลึกลงไปทุกขั้นตอนสามารถ ทำได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

5. การออกแบบร่าง (Preliminary Design) คือ การนำแนวความคิดหลัก มาตีความ แปรรูปหรือประยุกต์ สร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรมให้กลายเป็นรูปธรรม มีตัวตนมองเห็นและจับต้องได้ ด้วยการร่างเป็นภาพ 2 มิติ หรือสร้างเป็นหุ่นจำลอง 3 มิติ แบบร่างควรมีจำนวนมากและมีความแตกต่าง หลากหลายทางด้านรูปร่างหน้าตา ขนาด ส่วนประกอบต่าง ๆ ตั้งแต่โครงสร้างจนถึงส่วนประกอบย่อย ทั่วไป พร้อมทั้งให้คำอธิบายหรือกราฟิกแสดงหลักการ วิธีการและความคิดเห็นของผู้ออกแบบต่อแบบเหล่านั้นด้วย

6. การคัดเลือก (Selection) คือ การนำร่างที่สร้างขึ้นเป็นจำนวนมาก มาเปรียบเทียบ โดยใช้หลักเกณฑ์ ที่ได้จากการวิเคราะห์ เพื่อคัดเลือกแบบที่มีความเหมาะสมสูงสุดสามารถแก้ปัญหาได้สำเร็จด้วยวิธีการที่ง่าย ประหยัดและมีความเป็นไปได้จริง ทั้งในการผลิตและการตลาด

7. การออกแบบรายละเอียด (Detail Design) คือ การนำแบบที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกแล้วมาพัฒนาต่อไป จนถึงขั้นรายละเอียดของส่วนประกอบย่อยต่างๆ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น การออกแบบรายละเอียดจะเกิดขึ้นขณะเขียนแบบ นับเป็นขั้นตอนสำคัญที่มีส่วนช่วยเปลี่ยนแปลง แบบ ที่มาจากแนวความคิดธรรมดาให้กลายเป็นแบบที่น่าสนใจและใช้งานได้ดี หรือทางตรงกันข้าม คือ มีส่วนทำลายแนวความคิดที่ดีให้ด้อยคุณค่าลง จากความหยาบ หรือการขาดความเอาใจใส่ในรายละเอียดของงานออกแบบ

8. การประเมินผล (Evaluation) คือ การนำแบบที่สำเร็จทั้งในลักษณะงาน 2 มิติ และ 3 มิติมาทำการประเมินผลงานนั้น ๆ ว่ามีความถูกต้องและครบถ้วนตามขอบเขตและจุดมุ่งหมายในการออกแบบที่ตั้งไว้มากน้อยเพียงใด การประเมินผลช่วยให้รู้ระดับคุณภาพของงานออกแบบ และเป็นการตรวจสอบขั้นสุดท้ายก่อนการลงทุนผลิตและจำหน่าย

จากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง กระบวนการในการออกแบบกราฟิก สามารถสรุปได้ว่า ขั้นตอนในการออกแบบกราฟิก สามารถแบ่งออกได้ 8 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นการรวบรวมข้อมูล และศึกษาข้อมูลพื้นฐาน (Data Collection) ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) ขั้นการออกแบบ (Design) ขั้นการพัฒนา (Development) ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) และขั้นตอนการประเมินผล (Evaluate)

## 2.3 การพัฒนา (DEVELOPMENT)

การพัฒนา คือ (Development) กระบวนการในการทำให้สิ่งเดิมที่มีให้ดีขึ้น ด้วยกระบวนการต่างๆ ที่เหมาะสมกับลักษณะและบริบทของแต่ละสิ่ง โดยในหลักการและทฤษฎีในเรื่อง การพัฒนา ผู้วิจัยได้มีการศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ดังต่อไปนี้

### 2.3.1 ความหมายของการพัฒนา

แนวคิดพื้นฐานการพัฒนา เกิดจากธรรมชาติของมนุษย์ที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ในแต่ละกลุ่มจึงต้องมีผู้นำ รวมทั้งมีการควบคุมดูแลหรือจัดระเบียบกันภายในกลุ่ม ซึ่งอาจเรียกว่าการบริหารหรือการพัฒนา เพื่อให้เกิดความสงบเรียบร้อยและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ด้วยเหตุผลนี้มนุษย์จึงไม่อาจหลีกเลี่ยงการพัฒนาได้ และอาจกล่าวได้ว่า ที่ใดมีกลุ่ม ที่นั่นย่อมมีการพัฒนา (ชาติชาย พลประสิทธิ์, 2556 : 43)

นิกร หลวงแดงรัตน์ (2559: 13) ได้ให้ความหมายของ การพัฒนา ไว้ว่า การทำให้เจริญ ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Development” แปลว่า การเปลี่ยนแปลงที่ละเล็กละน้อย โดยผ่านลำดับขั้นต่าง ๆ ไปสู่ลำดับที่สามารถขยายตัวขึ้น เติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้นและเหมาะสมไปกว่าเดิม เกิดการยอมรับว่าดีขึ้นจากส่วนรวม

ธิดาพร กันต์ราชกร (2558: 77) ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า การพัฒนา การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพหนึ่งไปสู่อีกสภาพหนึ่งที่ดีกว่าเดิมอย่างเป็นระบบ หรือการทำให้ดีขึ้นกว่าสภาพเดิมที่เป็นอยู่อย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบทางด้านคุณภาพ ระหว่างสภาพการณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าในปัจจุบันสภาพการณ์ของสิ่งนั้นดีกว่า สมบูรณ์กว่าก็แสดงว่าเป็นการพัฒนา

นราทิพย์ นานอน (2556: 61) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงในตัวระบบการกระทำทำให้ดีขึ้นอันเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านคุณภาพเพียงด้านเดียว ส่วนความหมายอย่างกว้างนั้น การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงในตัวระบบการกระทำทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณและสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นไปพร้อม ๆ กัน ไม่ใช่ด้านใดด้านหนึ่งเพียงด้านเดียว

ทิพวรรณ ดีประเสริฐ (2559: 23) ได้สรุปเกี่ยวกับความหมายของคำว่า Development ไว้ว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสังคม ซึ่งได้แก่ คน กลุ่มคน การจัดระเบียบความสัมพันธ์ทางสังคม ด้วยการจัดสรรทรัพยากรของสังคมอย่างยุติธรรมและมีประสิทธิภาพ การพัฒนาเป็นทั้งเป้าหมายและกระบวนการที่ครอบคลุมถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของคนต่อชีวิตและการทำงาน การเปลี่ยนแปลงสถาบันต่าง ๆ ทางสังคม วัฒนธรรมและการเมืองอีกด้วย

จากการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของ การพัฒนา (Development) สามารถสรุปได้ว่าการพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่ละเล็กละน้อย โดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้นเติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมกว่าเดิมหรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ เป็นที่ยอมรับร่วมกันว่าเป็นสิ่งที่ดีขึ้น

### 2.3.2 ลักษณะของการพัฒนา

พัฒน์ แก้วประสิทธิ์ (2557 : 23) กล่าวว่า การพัฒนา อาจแบ่งออกเป็น 3 ด้านใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้ คือ 1) การพัฒนาทางเศรษฐกิจ หมายถึง การพัฒนาทางการผลิต การจำหน่าย การแลกเปลี่ยน การลงทุน 2) การพัฒนาทางสังคม หมายถึง การพัฒนาทางด้านจิตใจ แบบแผน พฤติกรรม รวมทั้งความสัมพันธ์ของคนในสังคม เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคม และ 3) การพัฒนาทางการเมือง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง สร้างกระบวนการปกครองให้เป็นประชาธิปไตย และประชาชน

ภายในประเทศมีสิทธิเสรีภาพตามกฎหมาย เป็นต้น

วีรภาพ วีระสกุล (2559 : 45) ได้สรุปถึงเรื่อง ลักษณะของการพัฒนา ไว้ดังนี้ การพัฒนาความสามารถของตนเองให้ดีขึ้นทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม เพื่อให้ตนเป็นสมาชิกที่มีประสิทธิภาพของสังคม เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นตลอดจนเพื่อการดำรงชีวิตอย่างมีความสุขของตนเอง ซึ่งลักษณะในการพัฒนา สามารถทำได้ตามวิธีดังนี้

1. การฝึกตนเอง หมายถึง การฝึกตนเองให้กระทำความดีทั้งทางกาย วาจา และใจ ซึ่งถือว่าเป็นผู้พัฒนาตนเอง ไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนต่อตนเอง

2. ฝึกสำรวจตนเอง หมายถึง การรับรู้สภาพการดำรงชีวิต ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ว่าอยู่ในสถานะที่กำลังเผชิญปัญหาอยู่หรือไม่ เช่น มีความลำบากกาย ลำบากใจ มีความสับสนวุ่นวายใจ หรือภาวะเครียด หรือความจำเป็นด้านใดบ้าง การพิจารณาสภาพปัญหา หรือความต้องการของตน มีประโยชน์ต่อการกำหนดลักษณะปัญหา หรือพฤติกรรมเป้าหมายในการพัฒนาต่อไป การรับรู้สถานะแห่งตนในด้านต่าง ๆ จำเป็นต้องมีความถูกต้องชัดเจน ซึ่งได้จากการประเมินตนเองด้านต่าง ๆ

3. การแสวงหาความรู้ หมายถึง ความปรารถนาที่จะพัฒนาชีวิตและความเป็นอยู่ของตนให้ดียิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้มนุษย์จึงพยายามแสวงหาความรู้ความจริงต่าง ๆ อยู่เสมอ เมื่อพบเห็นสิ่งใดหรือเกิดความสงสัยขึ้นมาก็พยายามศึกษาหาความรู้ความจริงในสิ่งนั้น วิธีหาความรู้ความจริงมีอยู่หลายวิธีด้วยกัน อาจแบ่งตามยุคสมัย

สุดารัตน์ บุรณสกุล (2559: 33) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ลักษณะและรูปแบบของการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยสรุปไว้ว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สนองความต้องการของปัจจุบันโดยไม่ทำให้ประชาชนรุ่นต่อไปในอนาคต ต้องประนีประนอมยอมลดความสามารถของเขาในการที่จะสนองความต้องการของเขาเอง เมื่อปี พ .ศ. 2530 The World Commission on Environment and Development ได้แนะนำแนวทางการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรโลกไว้ 7 แนวทาง ดังนี้

1. ฟื้นฟูความเจริญก้าวหน้าทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
2. พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้มีความสมดุลและเหมาะสมอยู่เสมอ
3. คำนึงถึงความจำเป็น และความต้องการด้านหน้าที่การงาน อาหาร พลังงาน น้ำ และสุขอนามัย
4. ควบคุมจำนวนประชากรเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน
5. อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากร
6. ปรับปรุงเทคโนโลยีและจัดการความเสี่ยงต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

7. รวมข้อควรพิจารณาด้านสิ่งแวดล้อมและด้านเศรษฐกิจไว้ในกระบวนการตัดสินใจ ลักษณะสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงมีลักษณะ ดังนี้

1. สามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาได้ตามกาลเวลาที่เหมาะสม
2. คำนึงถึงความเท่าเทียมกันและความยุติธรรม
3. เป็นแผนงานที่ใช้ระยะยาวได้และมีแผนป้องกันไว้ล่วงหน้า
4. มีการคิดเชื่อมโยงระบบและเกี่ยวเนื่องทั้งสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม
5. แนวทางการจัดการต้องไม่ใช่รูปแบบสำเร็จตายตัว มีความแตกต่างกันตามลักษณะของแต่ละท้องถิ่น ระยะเวลา และการผสมผสานกันของค่านิยมและทรัพยากร

กานดา หนูฤทธิเดช (2559: 21) ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับลักษณะของการพัฒนาประเทศ ไว้ว่า การพัฒนาประเทศ (National Development) คือ การพัฒนาเศรษฐกิจ ให้มีขีดความสามารถในการผลิต และการแข่งขันสูงขึ้น การพัฒนาสิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุลในระบบนิเวศ การพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม การพัฒนาทางด้านจิตใจ รวมทั้งการพัฒนาชนบทให้เป็นระบบและเกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพ ที่กล่าวนี้ คือ ความสำคัญและแนวทางในการพัฒนาประเทศในอนาคต โดยมุ่งเน้นให้มีเกิดการพัฒนาในทุก ๆ ด้านเพื่อเพิ่มศักยภาพ ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาเกษตรกรรม เป็นเกษตรกรรมที่แปรรูปเป็นผลผลิต ที่ทุกคนชาตินำไปใช้ได้ เช่น มันสำปะหลังอัดเม็ด ทำแปงผงไปปรุงอาหารที่เป็นต้องการของทั่วโลก ทำให้เป็นสำเร็จรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้า นั้น ๆ

2. อุตสาหกรรม ส่งเสริมการศึกษาในระบบการคำนวณ ภาษาต่างประเทศ เพื่อการติดต่อกับประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก เพื่อการค้าการลงทุนการคำนวณนั้นเหมาะกับด้านวิศวกรรม ด้านการเงิน ระบบวิทยาศาสตร์ ฟิสิกส์ชีววิทยา เกิดจากการคำนวณ ดังนั้นควรปรับปรุงการศึกษา เร่งแก้ไขให้มีประสิทธิภาพ อย่างถูกต้อง เพื่อการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

3. ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนไทย ส่งเสริมให้มีกฎหมายที่ครอบคลุมเหมาะสมกับความยุติธรรมในสังคม ป้องกันและปราบปรามปัญหาในสังคม ส่งเสริมการศึกษาให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของประเทศ ถ้าไทยเป็นประเทศอุตสาหกรรมนั้น การเปลี่ยนแปลงการศึกษาและจริยธรรม คุณธรรม คือศาสนาให้มีความสอดคล้องกับเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

4. พัฒนาบุคคลระดับประเทศ ให้มีความสามารถในด้านการเมือง การติดต่อการบริหารประเทศ รวมทั้งจริยธรรมแห่งชั้นชั้นปกครองให้เหมาะสม



5. พัฒนาระบบกองทัพ บก เรือ อากาศ ให้เข้มแข็งนำเกรงขาม เพื่อป้องปรามประเทศที่เป็นอันตราย และเพื่อการติดต่อเจรจาต่าง ๆ ให้ดูประเทศไทยนำเกรงขาม และเพื่อเป็นศักยภาพในการป้องกันประเทศ ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นในระบบทหาร อย่างที่อเมริกันติดต่อกับประเทศอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัญญา วงศ์นาค (2558: 67) กล่าวว่า ลักษณะของการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ไว้ว่า สามารถพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วย 2 รูปแบบ ดังนี้ คือ

1. การสนับสนุนให้ประชาชนรู้จักสร้างเสริมสุขภาพด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การรับประทานพืชผักสมุนไพร ผักปลอดสารพิษ ปลูกผักกินเอง และไม่ใช้ยาฆ่าแมลง หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน ควรจะเผยแพร่ความรู้ให้ประชาชนได้เข้าใจถึงประโยชน์ของสมุนไพรไทยในการป้องกันโรค และส่งเสริมสุขภาพ นอกจากผ่านสื่อต่างๆ และสื่อบุคคลแล้ว ศิลปะพื้นบ้าน ซึ่งถือว่าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างหนึ่ง เช่น หมอลำ เป็นต้น ควรจะได้สอดแทรกความรู้เรื่องสมุนไพรไทยที่ใช้เป็นยา การอบนวดพื้นบ้านที่จะช่วยในการรักษาอาการผิดปกติเบื้องต้นได้

2. การสร้างเครือข่าย ตัวอย่างของการรักษาและเพิ่มพูนศักยภาพของภูมิปัญญาท้องถิ่น ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย คือ การจัดตั้งเครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านภาคอีสาน ซึ่งมีการประชุมพบปะกันเดือนละครั้ง หมุนเวียนไปประชุมแลกเปลี่ยนแนวคิดประสบการณ์ของชาวบ้าน ที่ประสบผลสำเร็จในการฟื้นฟูชีวิตและสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การสร้างองค์ความรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในเครือข่าย จนนำไปสู่การพึ่งตนเองได้ เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างภูมิปัญญาชาวบ้าน และผู้นำชาวบ้านที่ทำงานด้วยกันในชุมชน เมื่อเครือข่ายภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสาน สามารถทวนกระแสทุนนิยมและบริโภคนิยมได้สำเร็จ การดูแลสุขภาพจึงไม่ใช่แนวคิด “เจ็บป่วยแล้วค่อยไปหาหมอ” อีกต่อไป หลาย ๆ ชุมชนในภาคอีสานมาการรวมกลุ่มทำกิจกรรม เพื่อพัฒนาคุณภาพในชีวิต เช่น ประชาคมสุขภาพอำเภออุบลรัตน์ และพื้นที่อีกหลาย ๆ แห่ง ด้วยรูปแบบของกิจกรรมที่ตอบสนองปัญหาและความต้องการของชุมชน เช่น สหกรณ์รวมใจ เครือข่ายพระธรรมพิทักษ์สิ่งแวดล้อม การจัดตลาดนัดสุขภาพ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผสมผสานภูมิปัญญาแพทย์พื้นบ้านและแพทย์แผนปัจจุบัน เพื่อช่วยจัดการระบบบริการสาธารณสุขระดับหมู่บ้าน และเป็นทางเลือกแก่ประชาชน

ดังนั้นจึงสามารถสรุปถึงลักษณะของการพัฒนา ได้ว่า ในการพัฒนาสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสังคม ลักษณะที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน จะต้องมึลักษณะของการสนับสนุนจากส่วนกลางและการสร้างเครือข่ายในการพัฒนาสิ่งใดสิ่งหนึ่งร่วมกัน โดยจะต้องเกิดการการฝึกตนเอง การฝึกสำรวจตนเอง และการแสวงหาความรู้ เพื่อการนำไปสู่ลักษณะของการพัฒนาที่ยั่งยืน

### 2.3.3 แนวคิดในการพัฒนาชุมชน

การพัฒนาชุมชนที่ดีมีประสิทธิภาพ จะต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและรูปแบบในการพัฒนาชุมชน โดยได้ข้อสรุปดังนี้

ภัทรธิดา วงษ์ประเสริฐ (2556: 44) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับแนวคิดและรูปแบบในการพัฒนาชุมชนไว้ว่า สามารถทำหลายหลายรูปแบบ ดังนี้

1. การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมของประชาชน (People's participation) การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นคำที่เริ่มใช้กันเมื่อประมาณ 40 ปีที่ผ่านมา ผ่านการวางแผนร่วมกัน โดยการพัฒนาศักยภาพของประชาชนให้สามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ มีหลักการดังนี้ คือ

1.1 หลักจิตสำนึกและความรับผิดชอบ คือ หลักการที่สำคัญที่องค์การทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบ ซึ่งจะสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสาธารณะ และต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อปฏิบัติโดยยึดหลักนิติธรรมและความโปร่งใส

1.2 หลักความคุ้มค่า คือ การคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม ในการบริหารจัดการ และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดและยั่งยืน รวมทั้งมีการป้องกันรักษาสิ่งแวดล้อมและมีความสามารถในการแข่งขันกับภายนอก

1.3 เป้าหมายและวิธีการของการวางแผนแบบมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมอาจเป็นทั้งเป้าหมายและวิธีการ ซึ่งกระบวนการมีส่วนร่วมแบบวิธีการ ต้องอาศัยการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งทำให้คนส่วนใหญ่จะมีความรู้สึกความเป็นเจ้าของ เกิดความรับผิดชอบร่วมกันและการเกิดผลประโยชน์ของกลุ่ม เนื่องจากความเข้มแข็งของกลุ่มเป็นเป้าหมายที่ได้รับ

ทรงพล ปัญญาภูมิ (2559: 37) กล่าวถึง การมีส่วนร่วมในการพัฒนา แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นริเริ่มการพัฒนา ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาภายในชุมชน ตลอดจนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดความต้องการของชุมชน และมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการด้วย

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการวางแผนในการพัฒนา ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการ กำหนดวิธีการและแนวทางการดำเนินงานตลอดจนกำหนดทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรที่ใช้

ขั้นตอนที่ 3 ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์โดยการสนับสนุนทรัพยากร วัสดุ อุปกรณ์และแรงงาน หรือเข้าร่วมบริหาร ประสานงาน และดำเนินการขอความช่วยเหลือจากภายนอก

ขั้นตอนที่ 4 ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้จากการพัฒนาหรือยอมรับผลประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจ

ขั้นตอนที่ 5 ประชาชนเข้าร่วมประเมินการพัฒนาที่ได้กระทำไปนั้นสำเร็จตามวัตถุประสงค์เพียงใด ซึ่งในการประเมินอาจปรากฏในรูปของการประเมินผลย่อย (Formative Evaluation) เป็นการประเมินผลก้าวหน้าเป็นระยะ ๆ หรือกระทำในรูปของการประเมินผลรวม (Summative Evaluation) ซึ่งเป็นการประเมินผลสรุปสุดท้าย

กานดา ศรีสกุล (2557: 22) กล่าวว่า ระดับของการมีส่วนร่วม การวัดระดับของการมีส่วนร่วมในมิติเชิงคุณภาพ แนวคิดของอาร์น สไตน์ ให้ความสำคัญต่ออำนาจในการตัดสินใจ และเห็นว่าการมีส่วนร่วมมีลักษณะเป็นรูปของบันไดการมีส่วนร่วม 8 ขั้นตอน แบ่งขั้นการมีส่วนร่วมจาก

ขั้นต่ำ ระดับ 1 - 2 คือ การมีส่วนร่วมเทียม ประชาชนส่วนใหญ่ไม่มีอำนาจในการตัดสินใจ แต่มีเพียงคนกลุ่มน้อยเข้ามามีบทบาทหลักในการตัดสินใจ

ขั้นกลาง ระดับ 3 - 5 คือ การมีส่วนร่วมบางส่วน ความคิดเห็นของประชาชนยังไม่มีหลักประกันว่าจะได้รับการตอบสนองจากผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ

ขั้นสูง ระดับ 6 - 8 คือ การเพิ่มระดับการตัดสินใจในการเจรจา การใช้อำนาจผ่านตัวแทน ควบคุมโดยประชาชนผ่านตัวแทน หรือเป็นผู้ใช้อำนาจตัดสินใจโดยตรง

2. การพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง (Self - Reliance Community Development) พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนของการกระจายอำนาจ พ.ศ. 2542 มีผลทำให้หน่วยงานของรัฐพยายามปรับตัว เพื่อให้สอดคล้องพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว ประชาชนในชุมชนก็มีความตื่นตัวในการที่จะมีส่วนร่วม ในการพัฒนาชุมชนของตนมากขึ้น การกระจายอำนาจลงสู่ชุมชนทำให้การพัฒนาชุมชนขึ้นอยู่กับประชาชนในท้องถิ่นทั้งสิ้น และผู้ที่ทำหน้าที่สนับสนุน ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและโครงการ วิชาการ ก็คือ เจ้าหน้าที่ภาครัฐในชุมชนชนบท

สุภาพ ดวงกาทอง (2553: 54) ได้กล่าวถึง บทบาทของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ว่าต้องกระตุ้นให้ประชาชนได้รู้ ได้เข้าใจถึงแนวคิด หลักการวิเคราะห์ ปัญหาของชุมชน และให้ประชาชนตระหนักว่าเป็นปัญหาร่วมกันของคนในชุมชน มิใช่ของคนใดคนหนึ่ง การกระทำเช่นนี้จะทำให้ประชาชนมีความรู้สึกที่ตนเองได้เข้ามามีส่วนร่วมในการอภิปราย ถกเถียง พิจารณาปัญหาต่าง ๆ ในชุมชนของตนเองด้วย จะรู้สึกร่วมรับผิดชอบในการดำเนินโครงการ เหมือนเป็นปัญหาของตนโดยแท้จริงการพัฒนาชุมชน

ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้วยการจัดกิจกรรมในด้านใดย่อมตั้งอยู่บนพื้นฐานการสนับสนุนให้ประชาชนพึ่งตนเองได้เป็นประการสำคัญ หากสิ่งใดเกินกว่าความสามารถของประชาชนเช่นทางด้าน

วิชาการและวัสดุที่จำเป็น รัฐบาลยอมเข้าให้การช่วยเหลือเพื่อโครงการ กิจกรรมของราษฎร บรรลุผล ด้วยดี ทั้งนี้โดยวิธีการ “ทำงานกับประชาชน (work with people) หมายถึงร่วมคิด ร่วมปรึกษา และ ร่วมกันทำงาน ไม่ใช่ทำให้ประชาชน (Work for people) แต่ฝ่ายเดียว” (กิริติ กิจนุกุลวัฒนา, 2556: 37)

พงศ์ศักดิ์ จิตเกื้อสถาพร (2555: 76) ได้กล่าวว่า แนวคิดการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง เป็นแนวคิดที่เหมาะสม ที่จะใช้อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมของกลุ่มประเทศทางตะวันตกได้ดี เพราะ อาศัยพื้นฐานวัฒนธรรมทางตะวันตกเป็นแนวคิดหลัก ทฤษฎีการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นจากการได้ประจักษ์ถึงความบกพร่องของการพัฒนาตามกระแสหลัก เช่น ทฤษฎีทาง พุทธศาสตร์ ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง

ชาติชาย อินทรพันธ์ (2557: 13) กล่าวว่า ทฤษฎีการพัฒนาแบบพึ่งตนเอง เป็นทางเลือกเพื่อการ พัฒนาประเทศอีกแนวทางหนึ่ง ซึ่งถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของกลุ่มประเทศโลกที่ สาม จากนักเศรษฐศาสตร์และนักสังคมศาสตร์หลาย ๆ ประเทศ โดยอาศัยรากฐานการสร้างองค์ความรู้ ทางประวัติศาสตร์เศรษฐกิจที่ผ่านมาว่า ภายใต้กระบวนการพัฒนาของประเทศต่าง ๆ ทั้งในเอเชีย บางประเทศ และประเทศแถบละตินอเมริกา การกระจายความเจริญกระจุกอยู่ในเมืองใหญ่ ที่เป็น ศูนย์กลางการปกครอง ความมั่งคั่งก็ตกอยู่กับผู้นำประเทศเพียงบางกลุ่มเท่านั้น ความยากจนของ ประชาชนในชนบทก็ยังปรากฏอยู่ทั่วไป ถึงแม้ผู้นำประเทศจะพยายามแสดงให้เห็นถึงความเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจ ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยการพิจารณาจากรายได้ประชาชาติ ซึ่งเป็นการมองเพียงภาพรวม ระดับประเทศ ที่มีได้คำนึงถึงความเป็นจริงระดับบุคคลว่า รายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นนั้นได้กระจายไป ทุกระดับหรือไม่ แนวคิดการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง เป็นสิ่งที่นักพัฒนาและเจ้าหน้าที่ภาครัฐในพื้นที่ ชุมชนชนบทควรศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

3. การพัฒนายั่งยืน (Sustainable development) หมายถึง การพัฒนาที่ตอบสนองความ ต้องการของปัจจุบัน โดยไม่ทำให้ผู้คนในอนาคตเกิดปัญหาในการตอบสนองความต้องการของตนเอง การพัฒนายั่งยืนรวมความถึง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่งเชื่อมโยงและสัมพันธ์กัน โครงการพัฒนาใด ๆ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบทั้งสามด้านนี้ การพัฒนายั่งยืนเป็นมากกว่าเพียงการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นการเปลี่ยนโครงสร้างระบบเศรษฐกิจและสังคม เพื่อลดการบริโภคทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อมลงไปในระดับที่ยังรักษาความสมดุลที่ดี ทำให้คนอยู่ร่วมกับธรรมชาติ โดยไม่ทำลายล้างอย่าง ที่ ผ่านมาและทำกันอยู่หลายแห่ง ให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชนอยู่ดีกินดีและอยู่เย็นเป็นสุข

พรปรีดา รัชนี้พัฒน์ (2559: 52) กล่าวว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” เป็นคำที่ถูกใช้คู่ไปกับคำว่า “ธรรมาภิบาล” (Good governance) ถือว่าเป็นสองคำที่สัมพันธ์เกี่ยวพันกันอย่างแยกจากกันไม่ได้ โดยโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) เห็นว่าการพัฒนาจะยั่งยืนได้ถ้าหากมีธรรมาภิบาล ก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน การพัฒนามนุษย์ (Human development) หมายถึง การเปิดทางเลือกมากมายผู้คนในสังคม หมายถึงว่า การให้ถือเอาผู้ชายผู้หญิง โดยเฉพาะคนจน และคนที่อยู่ในภาวะยากลำบาก เสี่ยงอันตราย เป็นศูนย์กลางของกระบวนการพัฒนารายงานของ (UNDP) 1996 ได้แสดงให้เห็นว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจ

นฤพนธ์ พลรักษ์ (2554: 46) กล่าวว่า การพัฒนามนุษย์มีอยู่ 5 ลักษณะ คือ

1. การสร้างความเข้มแข็ง (Empowerment) คือการเพิ่มขีดความสามารถในการเลือกทางและทางเลือกให้ผู้คนได้เป็นอิสระจากความหวาดกลัว จากสิ่งที่พวกเขาขาดแคลน และให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องที่มีผลกระทบต่อชีวิต
2. ความร่วมมือ (Co-operation) ผู้คนสัมพันธ์กันช่วยเหลือเกื้อกูลกัน
3. ความเท่าเทียม (Equity) คนมีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรการศึกษาการดูแลสุขภาพ การจัดการชีวิต ทรัพยากร ชุมชนของตนเอง
4. ความยั่งยืน (Sustainability) การพัฒนาวันนี้ไม่ทำลายทรัพยากร และโอกาสของคนรุ่นต่อไป แต่สร้างหลักประกันให้คนในอนาคต เป็นอิสระจากความยากจน และได้ใช้ความสามารถขั้นพื้นฐานของตัวเอง
5. ความมั่นคงปลอดภัยอันตราย (Security) ในชีวิตทรัพย์สินการคุกคามจากโรคและภัยอันตราย

วัฒนา หวังสิโรจน์ (2558: 13) กล่าวถึง การพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สนองตอบความต้องการของชนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่กระทบกระเทือนชนรุ่นต่อไปในการที่จะสนองตอบความต้องการของตนเอง ซึ่งหมายถึงขีดจำกัดของสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงความยุติธรรมในสังคมระหว่างชนรุ่นเดียวกันกับชนรุ่นต่อ ๆ ไป เมื่อนำแนวความคิดนี้มาพิจารณาเรื่องชุมชนเมือง จึงมีการกำหนดแนวทางของการตั้งถิ่นฐานมนุษย์อย่างยั่งยืน (Sustainable Human Settlements) เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาความเสื่อมโทรมของเมืองและสิ่งแวดล้อม (Agenda 21 for Sustainable Development) การพัฒนาที่อยู่อาศัยแบบยั่งยืน (Sustainable Housing) มีหลักการโดยสังเขป ดังนี้

1. มิติทางการก่อสร้าง (Construction Perspective) ประกอบด้วย ทนทาน (Lifespan) ปรับเปลี่ยนได้ (Adaptability)

2. มิติทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Perspective) ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายพอเหมาะ (Affordability) ทั้งสำหรับที่พักอาศัยโดยตรง (Direct Costs) และสำหรับค่าใช้จ่ายทางอ้อม (Indirect Costs) อาทิ ค่าเดินทาง โดยไม่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายที่จำเป็นสำหรับปัจจัยพื้นฐานอื่น ๆ มีสภาพแวดล้อมที่ดีทั้งสุขภาพกายและจิตใจ มีสภาพแวดล้อมที่ดีในเชิงจิตศาสตร์ และสังคมศาสตร์ เปลี่ยนจากที่อยู่อาศัย (A place to live) ให้เป็นบ้าน (Home) และสร้างโครงข่ายทางสังคมที่เข้มแข็ง

3. มิติทางสิ่งแวดล้อม (Eco-efficiency Perspective) ได้แก่ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (Rational and Efficient use) ประกอบด้วย พลังงาน (Energy) วัสดุ (Construction) และพื้นที่ (Space) ลดความสูญสลายและการบริโภค การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การรักษาและส่งเสริมต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น การออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดี สภาพที่เอื้อต่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้อยู่อาศัย โอกาสและความเสมอภาคทางสังคม การมีส่วนร่วมในการดูแล บริหาร จัดการชุมชนอย่างกว้างขวาง พึ่งพาตนเองได้ในเชิงเศรษฐศาสตร์ บูรณาการรักษาสภาพแวดล้อมเข้ากับการพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างเหมาะสม

4. การพัฒนาบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เศรษฐกิจพอเพียง คือ การวางรากฐานอันมั่นคงและยั่งยืนของชีวิตเมื่อวันเฉลิมพระชนมพรรษา ปี 2541 ได้ทรงมีพระมหากรุณาธิคุณอธิบายเพิ่มเติมถึงคำว่า “พอเพียง” หมายถึง “พอมีพอกิน” พอมีพอกิน ก็แปลว่า เศรษฐกิจพอเพียงนั่นเอง ถ้าแต่ละคนมีพอกินก็ใช้ได้ ยิ่งถ้าทั้งประเทศพอมีพอกินก็ยิ่งดี ฉะนั้นความพอเพียงนี้ ก็แปลว่า ความพอประมาณและความมีเหตุผล

พรพรรษา กลางภู (2560: 16) กล่าวว่า เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง เศรษฐกิจที่สามารถอุ้มชูตัวเอง (Relative Lill - Sufficiency) อยู่ได้โดยมีต้องเดือดร้อน โดยต้องสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจของตนเองให้ดีเสียก่อน คือ ตั้งตัวให้มีความพอกินพอใช้ ไม่มุ่งหวังแต่จะทุ่มสร้างความสำเร็จยกเศรษฐกิจให้รวดเร็วแต่เพียงอย่างเดียว เพราะผู้ที่มีอาชีพและฐานะเพียงพอที่จะพึ่งตนเอง การพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง สำหรับเกษตรกรนั้นมีการปฏิบัติตามขั้นตอน “ทฤษฎีใหม่” ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ซึ่งประกอบด้วย 3 ชั้น คือ

ชั้นที่ 1 ผลิตเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือน ในระดับชีวิตที่ประหยัด ทั้งนี้ต้องมีความสามัคคีในท้องถิ่น

ชั้นที่ 2 รวมกลุ่ม เพื่อการผลิต การตลาด ความเป็นอยู่ สวัสดิการ การศึกษา สังคม และศาสนา

ชั้นที่ 3 ร่วมมือกับองค์กรภายนอกในการทำธุรกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิต

ทั้งนี้ทุกฝ่ายต้องได้รับประโยชน์การพัฒนาชนบทในลักษณะเศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นการใช้ “คน” เป็นเป้าหมายและเน้นการพัฒนาแบบองค์รวม หรือ การพัฒนาแบบบูรณาการ ทั้งด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม การเมือง เป็นต้น โดยใช้พลังทางสังคมขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนา ในรูปของกลุ่ม เครือข่ายหรือประชาสังคม กล่าวคือเป็นการผนึกกำลังทุกฝ่ายในลักษณะพหุภาคี ประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

5. การพัฒนาชุมชนบนพื้นฐานภูมิปัญญา ในช่วง 20 กว่าปีมานี้ การวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาประเทศ อันเป็นผลจากการปะทะกันระหว่างแนวคิดสองกระแส ได้แก่ กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ด้านของความเติบโตทางวัตถุที่ก่อให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจำนวนมาก และที่สำคัญคือ ผู้คนได้สูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง ไร้ศักดิ์ศรี และรู้สึกโดดเดี่ยว เพราะถูกตัดขาดจากกันทางสังคม ทำให้เกิดแนวคิดอีกกระแสหนึ่งขึ้นเรียกว่า กระแสชุมชนท้องถิ่น (Localization) ที่ให้ความสำคัญแก่คนและชุมชน ในการกำหนดแนวทางการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับสังคมวัฒนธรรมของตน เพื่อให้สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความหมาย มีค่าและมีศักดิ์ศรี

เป็นแนวคิดที่มองทุกสิ่งทุกอย่างเชื่อมโยงถึงกันแบบองค์รวมได้เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางในสังคมไทย การนำเสนอประสบการณ์ของชาวบ้านและชุมชนในทุกส่วนที่ประสบความสำเร็จจากการพัฒนาบนพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมได้เรียกร้องให้ผู้คนหันกลับมาทบทวนแนวคิดและแนวทางการพัฒนาชุมชน จนกระทั่งแนวคิดใหม่ที่ให้ความสำคัญต่อชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเคยเป็นกระแสรองมาก่อนหน้านี้ ได้กลายเป็นกระแสหลักของการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน

การนำแนวคิดใหม่มาใช้ในการพัฒนาชุมชน จะเกิดขึ้นไม่ได้ภายใต้การกฏเกณฑ์ และกติกากการพัฒนาประเทศแบบเก่า ด้วยเหตุนี้ การแก้ไขระเบียบกฎหมายของประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางใหม่นี้ จึงเป็นสิ่งจำเป็น เห็นได้จากการประกาศใช้รัฐธรรมนูญเมื่อปี พ.ศ. 2540 หากวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นข้างต้น จะพบว่าสิ่งที่เกิดขึ้นนี้ได้สะท้อนลักษณะที่เป็นสากลและลักษณะเฉพาะของการพัฒนาชนบทไทยไปพร้อมกัน ลักษณะที่เป็นสากล คือ การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองได้ส่งผลกระทบต่อแนวคิด และทิศทางการพัฒนาของไทยตลอดช่วง 2 ทศวรรษแรกของการพัฒนา หลังจากนั้นการทำงานได้หันเข้าสู่ลักษณะเฉพาะที่ให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมชุมชน การค้นหาประสบการณ์ระดับชุมชน ทำให้เกิดทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ที่เกิดจากสภาพที่เป็นจริงของอดีตและปัจจุบันของสังคมไทย และการแสวงหาความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งหมดนี้เป็นการพัฒนาอย่างรอบด้าน มีรากฐานอยู่ที่ระบบคุณค่าดั้งเดิม และแสวงหารูปแบบใหม่เพื่อสืบทอดจิตวิญญาณแห่งอดีตและการพึ่งตนเอง

การประยุกต์ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาชุมชนและสังคมไทย ซึ่งลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

1. นามธรรมและรูปธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน มีทั้งลักษณะที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม โดยเฉพาะสิ่งที่เป็นรูปธรรมสามารถแยกออกได้อีกหลายประเภท ทั้งทางด้านเกษตรกร ทัศนกรรม สุขภาพ ภูมิปัญญาชาวบ้านมีรูปแบบที่หลากหลาย แต่ในความหลากหลายนั้นมีจุดร่วมกันอยู่อย่างหนึ่ง คือคุณค่าที่อยู่เบื้องหลังภูมิปัญญานั้น ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นนามธรรม โดยเฉพาะโลกทัศน์และชีวะทัศน์ของผู้คนและชุมชน เช่น คุณภาพของธรรมชาติและที่อยู่ร่วมกันในชุมชน การพึ่งตนเอง และการพึ่งพาอาศัยกัน เป็นต้นโดยทั่วไป รูปแบบซึ่งเป็นเทคนิคหรือวิธีการจัดการ จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ส่วนที่เปลี่ยนแปลงช้าหรือแทบจะไม่เปลี่ยนแปลงคือ คุณค่าของภูมิปัญญานั้น ด้วยเหตุนี้ การประยุกต์ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาชุมชนจึงมุ่งไปสู่รูปแบบ หรือวิธีการจัดการที่สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ขณะเดียวกัน ก็พยายามที่จะรักษาหรือคงคุณค่าเดิมไว้ให้มากที่สุด

2. คุณค่าและมูลค่า การประยุกต์ภูมิปัญญาชาวบ้านสามารถนำเอาแนวคิด เรื่องคุณค่าและมูลค่าเข้ามาเป็นแนวทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมในระยะที่เพิ่งผ่านมานี้ จะมีความขัดแย้งกันค่อนข้างรุนแรง ระหว่างแนวคิดสองแนวนี้ ภายหลังจากได้นำแนวคิดการพัฒนาตามแบบอย่างชาติทางตะวันตกมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศ ส่งผลให้ประเทศไทยมีความก้าวหน้าทางวัตถุมากขึ้น พร้อมกับนิยมมูลค่าหรือให้ความสำคัญต่อสิ่งต่างในเชิงปริมาณก็เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้คนในสังคมอีกจำนวนหนึ่งที่ยึดถือหรือนิยมคุณค่า ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญต่อจิตวิญญาณ และรากเหง้าของตนเอง การนำคุณค่าและมูลค่ามาเป็นแนวทางประยุกต์ภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อการพัฒนาชุมชนและสังคม จะเป็นการแก้จุดอ่อนอย่างหนึ่งในสังคมไทย ให้หันกลับมาสร้างความสมดุลให้กับแนวคิดทั้งสอง เพื่อสร้างคุณภาพแก่ชีวิต ชุมชน และธรรมชาติให้ยั่งยืน สืบไป การประยุกต์ภูมิปัญญาชาวบ้านตามแนวคิดเรื่องคุณค่าและมูลค่านี้ น่าจะมีความเหมาะสมอย่างยิ่งกับสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น ทัศนกรรม สมุนไพร การนวด และศิลปะต่าง ๆ รวมไปถึงสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนมีคุณค่าและพร้อมที่แปรเป็นมูลค่าถ้ามีการจัดการที่เหมาะสม การนำแนวคิดเรื่องคุณค่าและมูลค่ามาเป็นแนวทางประยุกต์ภูมิปัญญาชาวบ้าน ในการพัฒนาชุมชนและสังคม น่าจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน ซึ่งเป็นสังคมยุคหลังสมัยใหม่ ผู้คนร้องหาจิตวิญญาณและวัฒนธรรมชุมชน



## 2.4 การออกแบบลายผ้า (TEXTILE DESIGN)

หลักสำคัญในการออกแบบ คือ การศึกษาข้อมูลอย่างเพียงพอในการนำไปใช้ในการออกแบบให้เกิดเป็นผลงานที่มีคุณค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบลายผ้า ซึ่งมีผู้รู้หรือนักวิชาการได้กล่าวสรุปไว้ ดังนี้

### 2.4.1 ความหมายในการออกแบบลายผ้า

พงศ์พัฒน์ วัฒนาวิวัฒน์ (2560: 35) กล่าวว่า การออกแบบลวดลายผ้า คือ การออกแบบที่เริ่มต้นจากการพิจารณาวัตถุดิบ อันได้แก่ เส้นใย เส้นด้าย ผ้า และการตกแต่ง การปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอน ต้องมีผู้ชำนาญงานแต่ละอย่างช่วยกัน แม้กระทั่ง การจัดจำหน่าย ก็ต้องมี ผู้ชำนาญ อยู่ด้วย เพื่อให้สิ่งทอนั้น ๆ เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

พิมพ์พร ดงตาล (2559: 45) ได้ให้ข้อความคิดเห็นเกี่ยวกับ การออกแบบลายผ้า ว่าหมายถึง การออกแบบลวดลายของเครื่องแต่งกายทั้งผู้ชายและผู้หญิง ผู้ออกแบบจะมีหน้าที่คล้ายกับนักออกแบบเครื่องประดับ หรือนักออกแบบเครื่องเรือน โดยมีหน้าที่ คือ การวิเคราะห์ ศึกษาวัสดุ ที่นำมาออกแบบ สิ่งทอ ลายผ้า และเนื้อวัสดุ เพื่อการตัดเย็บ และวิธีการตัดเย็บ ตลอดจนการควบคุมการตัดเย็บให้เป็นไปตามแบบที่ออกไว้

พรพรรณ กรองกัญญา (2560: 34) ได้ให้คำจำกัดความของการออกแบบลวดลายผ้า ไว้ว่า การศึกษาวัสดุที่เกิดจากเส้นใยตามธรรมชาติหรือเส้นใยธรรมชาติ ในเรื่องของการถักทอ ตลอดจนการทำ ให้เกิดลวดลายด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสวยงามบนพื้นผิวผ้า ซึ่งการออกแบบลวดลายสามารถทำได้ 2 วิธี คือ การทำสีลงบนผืนผ้า กับการทอด้วยเส้นใยให้เกิดเป็นลวดลาย

วรุณ สัจจานุกูล (2558: 25) กล่าวไว้ว่า Textile design หมายถึง การออกแบบสิ่งทอ หรือการออกแบบเครื่องแต่งกาย และเครื่องใช้ประเภทผ้า ผ่านแนวคิดและจินตนาการของผู้ออกแบบ ด้วยการนำองค์ประกอบทางศิลปะมาช่วยในการออกแบบให้สวยงาม เช่น สีสัน รูปร่าง รูปทรง และลวดลาย เป็นต้น และต้องให้เหมาะสมกับผู้สวมใส่หรือผู้ใช้งาน เช่น วัย เพศ บุคลิกภาพ และอาชีพ เป็นต้น

พัชรินทร์ ภูมิพิทักษ์ (2559: 67) ได้ให้ความหมายของคำว่า การออกแบบเครื่องแต่งกายและลวดลายผ้า ไว้ว่า ต้องออกแบบให้มีความสวยงาม เหมาะแก่การสวมใส่ ทั้งในเรื่องวัย เพศ บุคลิกภาพ ตำแหน่งหน้าที่การงาน รูปร่าง และโอกาสใช้สอยเครื่องแต่งกายนั้น ๆ

1. เพศและวัย เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญในลำดับต้นๆ ของการออกแบบเครื่องแต่งกายและลวดลายผ้า เพราะในวัยเด็กกับวัยผู้ใหญ่ นั้น จะใส่เครื่องแต่งกายที่มีความแตกต่างกัน เครื่องแต่งกายสำหรับเด็ก มักจะออกแบบให้สะดวกกับการเคลื่อนไหว และไม่ขัดต่อพัฒนาการทางร่างกายและ

สติปัญญาของเด็ก เหมาะสมต่อสภาพการณ์ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และที่สำคัญต้องใส่แล้วปลอดภัย ไม่แน่นและไม่หลวมจนเกินไป นอกจากนี้แล้วเรื่องของเพศของผู้สวมใส่ ผู้ชายและผู้หญิงยังใส่เครื่องกายที่แตกต่างกันอีกด้วย เช่น รูปแบบของสี รูปร่างรูปทรงในการออกแบบลวดลาย และรูปแบบของผ้าที่ใช้ เป็นต้น

2. บุคลิกภาพ ในการออกแบบเครื่องแต่งกาย หน้าที่สำคัญของเสื้อผ้านั้น จะต้องส่งเสริมบุคลิกภาพให้กับผู้สวมใส่ เช่น ถ้าต้องการบุคลิกภาพสุภาพเรียบร้อย ควรออกแบบเครื่องแต่งกายให้มีการจับจีบ หากต้องการบุคลิกภาพที่กระฉับกระเฉง มีความคล่องตัว สะดวกในการเคลื่อนไหว ก็ควรออกแบบชุดให้เรียบเสมอกัน สีผ้าควรเป็นสีเข้ม บุคลิกภาพสุขุมแบบผู้ใหญ่ ควรออกแบบเครื่องแต่งกายที่เน้นความสง่างาม ได้แก่ การตีเกล็ด การปัก เป็นต้น บุคลิกภาพเท่ที่มีความเป็นแฟชั่น ก็ควรออกแบบให้เครื่องแต่งกายดูโดดเด่น สีสันสดใส หากต้องการบุคลิกภาพว่องไว ปราดเปรียว ก็ควรออกแบบเครื่องแต่งกายให้ทะมัดทะแมง เคลื่อนไหวได้อย่างสะดวกสบาย ใช้เนื้อผ้าสีเข้ม เป็นต้น

3. รูปร่าง การออกแบบเครื่องแต่งกายที่ดี จะต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องของรูปร่างของผู้สวมใส่ด้วย เพราะการออกแบบที่ดีและประสบความสำเร็จ เสื้อผ้าต้องมีส่วนมาช่วยในการอำพรางส่วนบกพร่อง และช่วยเสริมจุดเด่นให้กับร่างกายของผู้สวมใส่ ยกตัวอย่างเช่น ถ้าผู้สวมใส่มีรูปร่างผอมสูง ก็ควรออกแบบโดยใช้เส้นตามขวาง ลายผ้าตามขวาง เพื่อลดความสูงและเพิ่มค่าน้ำหนักให้ความหนาแน่นของร่างกาย เป็นต้น

4. ตำแหน่งหน้าที่การงาน การออกแบบเครื่องแต่งกายที่ดีนั้น ต้องให้ความสำคัญกับลักษณะของตำแหน่งหน้าที่การงานของผู้สวมใส่ ตลอดจนโอกาสในการใช้งานเครื่องแต่งกายนั้น ๆ ด้วย ชุดลำลอง ควรออกแบบให้ใส่สบาย และสามารถใส่ได้ทุกโอกาส หากเป็นชุดข้าราชการ ควรออกแบบให้ดูเรียบร้อยเหมาะสม ถูกต้องกับหลักและสีสันไม่ฉูดฉาด หรือหากเป็นชุดทำงาน ก็ควรออกแบบให้ดูเป็นทางการ น่าเชื่อถือ และมีสีสันสดใส เป็นต้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับองค์ความรู้ในเรื่องความหมายของการออกแบบลวดลายผ้า สามารถสรุปได้ว่า การออกแบบลวดลายผ้า หมายถึง การศึกษาค้นคว้าในส่วนของทฤษฎีเชิงวัสดุในการผลิตผ้า ตลอดจนการสร้างสรรค์ลวดลาย ซึ่งสามารถออกแบบลวดลายผ้าได้ 2 รูปแบบ คือ การสร้างลวดลายบนพื้นผิวของตัวผ้า และการสร้างลวดลายในโครงสร้างเส้นใยของผ้าในกระบวนการถักทอ

#### 2.4.2 องค์ประกอบในการออกแบบลายผ้า

วรินทร์ ดอนการ (2559: 96) กล่าวว่า การออกแบบลวดลาย นักออกแบบมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีความรู้ ความเข้าใจในองค์ประกอบต่าง ๆ ทางศิลปะอย่างลึกซึ้ง เนื่องจากลวดลายที่ผ่านกระบวนการต่างๆ แล้วล้วนแต่เกิดขึ้นจากการนำองค์ประกอบต่าง ๆ มาจัดวางให้เหมาะสม ซึ่งในการออกแบบลวดลายมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ คือ

1. เส้น เส้นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการออกแบบลวดลาย เพราะลวดลายทุกชนิดมีพื้นฐานมาจากการใช้เส้นแทบทั้งสิ้น ไม่ว่าจะใช้กรรมวิธีต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานขึ้นมา เส้นจะเป็นส่วนประกอบอยู่กับลวดลายทุกชนิดเสมอ และลวดลายบางชนิด อาจจะใช้องค์ประกอบที่เป็นเส้นเพียงอย่างเดียวในการวางลวดลายต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นอย่างสวยงาม

2. รูปร่าง เกิดจากนำเส้นหลายๆ เส้น มาประกอบรวมกันจนเกิดเป็นรูปร่างขึ้นมา เพื่อนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ เช่น รูปร่างเรขาคณิต รูปร่างธรรมชาติ รูปร่างนามธรรมหรือรูปร่างอิสระ เป็นต้น

3. สี เป็นองค์ประกอบสำคัญ ที่ทำให้ลวดลายมีความสวยงาม สดใส สะดุดตา ช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับลวดลายนั้น ๆ ได้มากขึ้น แต่ทั้งนี้การจะเลือกใช้สีให้เหมาะสมกับลวดลายว่าจะใช้สีแบบใดลักษณะไหน ก็เป็นเรื่องยาก หากผู้ออกแบบไม่มีความชำนาญในการเลือกใช้สี หรือมีความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีสีไม่เพียงพอ การเลือกใช้สีสามารถทำได้หลากหลายลักษณะ เช่น สีกลมกลืน สีตรงข้าม หรือ เน้นจุดใดจุดหนึ่งของลวดลาย ก็ขึ้นอยู่กับรูปแบบของลวดลาย และประสบการณ์ของผู้ออกแบบลวดลายนั้น ๆ ด้วย

พัชรินทร์ ภูมิพิทักษ์ (2559: 76) กล่าวว่า องค์ประกอบในการออกแบบลวดลาย จะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบงานศิลปะทั่วไปดังนี้ คือ เส้น สี รูปร่าง พื้นผิว และพื้นที่ว่าง องค์ประกอบทางศิลปะทั้ง 5 ชนิดนี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งขององค์ประกอบทั้งหมด ที่นำมาใช้ออกแบบลวดลาย ซึ่งอาจจะใช้องค์ประกอบอื่น ๆ มาใช้ร่วมในการออกแบบร่วมด้วย ก็ขึ้นอยู่กับวัสดุที่ใช้ออกแบบและกรรมวิธีในการสร้างสรรค์ลวดลายที่ต้องการ เพราะ เส้น สี รูปร่าง พื้นผิว และพื้นที่ว่าง ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกในการมองเห็น และมีอิทธิพลต่อความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ ที่ทำให้เกิดการจินตนาการผลงานออกมาได้อย่างมากมายในงานศิลปกรรมทุก ๆ สาขา

นพพร สารสินทร์ (2559: 56) กล่าวถึง องค์ประกอบในการออกแบบลวดลาย จะใช้องค์ประกอบทางศิลปะ ดังนี้ สัดส่วน คือ ขนาดของรูปร่างของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ ซึ่งต้องมีสัดส่วนที่เหมาะสมในการใช้งาน เช่น ขนาดของแขนเสื้อต้องสั้นหรือเท่ากับขนาดความสูงของเสื้อ เป็นต้น รูปร่าง คือ รูปร่างของผลิตภัณฑ์ในลักษณะ 2 มิติ เช่น ความกว้างและสูงของกระเป๋า เป็นต้น รูปทรง คือ รูปทรงของผลิตภัณฑ์

ในลักษณะ 3 มิติ ที่มองเห็นได้จากภายนอก เช่น ความคับและหลวมของเสื้อผ้าเมื่อสวมใส่ รูปทรงของ กระเป๋าคอ เสื้อผ้า เมื่อใส่ของจนเต็ม เป็นต้น จังหวะ คือ จังหวะของลวดลายบนผลิตภัณฑ์ โดยมีผลต่อความรู้สึกต่าง ๆ ของผู้ใช้หรือบุคคลรอบข้าง เช่น อ่อนหวาน หยาดกระด้าง เป็นต้น ช่องว่าง คือ ช่องว่างของลวดลายบนผลิตภัณฑ์ เพราะหากตกแต่งมากเกินไปจะทำให้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ลดลง การที่มีช่องว่างไว้บ้างจะทำให้รู้สึกสบายตาเมื่อมองผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ความกลมกลืน คือ ความกลมกลืนของสีและลวดลาย โดยสีควรใช้สีที่ไปโทนเดียวกัน และลวดลายควรเป็นลวดลายที่กลมกลืนกัน จุดเด่น คือ จุดสนใจที่เปรียบเสมือนจุดดึงดูดสายตา เช่น โลโก้บนผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับที่ติดลงบนผลิตภัณฑ์ เป็นต้น การตัดกัน คือ ลักษณะที่ตรงกันข้ามบนผลิตภัณฑ์ เช่น ตัดกันด้วยเส้น ตัดกันด้วยสี เป็นต้น ซึ่งอาจช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสวยงามให้ผลิตภัณฑ์ได้

พิพัฒน์ ประเสริฐรัตน์ (2559: 56) กล่าวว่า การนำสิ่งต่าง ๆ มาประยุกต์ ดัดแปลง สร้างสรรค์ จัดรวมเข้าด้วยกัน ตามสัดส่วนรูปร่าง รูปทรงตรงตามคุณสมบัติของสิ่งนั้น ๆ เพื่อให้เกิดผลงานที่มีความเหมาะสม ส่วนจะเกิดความงดงามน่าสนใจหรือไม่นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับการนำเสนอภาพรวมของงาน ว่า มีการสื่อถึงเรื่องราว วัตถุประสงค์ ในงานการออกแบบ ซึ่งองค์ประกอบในการออกแบบลวดลาย จะประกอบไปด้วยองค์ประกอบในการออกแบบศิลปะ ดังต่อไปนี้

1. จุด (Point, Dot) คือ ส่วนประกอบที่เล็กที่สุด เป็นส่วนเริ่มต้นไปสู่ส่วนอื่น ๆ เช่น การนำจุดมาเรียงต่อกันตามตำแหน่งที่เหมาะสมและซ้ำ ๆ กัน จะทำให้มองเห็นเป็นเส้น รูปร่าง รูปทรง ลักษณะผิว และการออกแบบที่น่าตื่นตาตื่นใจได้จากจุดหนึ่งถึงจุดหนึ่ง มีเส้นที่มองไม่เห็นด้วยตา แต่เห็นได้ด้วยจินตนาการ จะเรียกว่า เส้นโครงสร้าง นอกจากจุดที่นำมาจัดวาง เพื่อการออกแบบแล้ว สามารถพบเห็นลักษณะการจัดวางจุดจากสิ่งเป็นธรรมชาติ ที่อยู่รอบตัว เช่น ข้าวโพด รวงข้าว เมล็ดถั่ว ก้อนหิน เปลือกหอย ใบไม้ ลายของสัตว์ชนิดต่าง ๆ ได้แก่ เสือ ไก่ นก สุนัข งู ม้าลาย และแมว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ธรรมชาติได้ออกแบบไว้อย่างสวยงาม มีระเบียบ มีการซ้ำกันอย่างมีจังหวะ และมีอิทธิพลต่อความคิดของมนุษย์เป็นอย่างมาก เช่น การออกแบบลูกคิด ลูกบิดประตู การร้อยลูกปัด สร้อยคอ และเครื่องประดับต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เกิดมาจากจุดทั้งสิ้น

2. เส้น ( Line) เกิดจากจุดที่เรียงต่อกัน หรือเกิดจากการลากเส้นไปยังทิศทางต่าง ๆ มีหลายลักษณะ เช่น ตั้ง นอน เอียง และโค้ง เป็นต้น เส้น เกิดจากเคลื่อนที่ของจุด หรือถ้านำจุดมาวางเรียงต่อกันหลาย ๆ จุด ก็จะเกิดเป็นเส้นขึ้น เส้นมีมิติเดียว คือ มีเพียงความยาว ไม่มีความกว้าง ทำหน้าที่เป็นขอบเขตของที่ว่าง รูปร่าง รูปทรง สี และน้ำหนัก รวมทั้งเป็นแกนหลักโครงสร้างของรูปร่างรูปทรงต่าง ๆ เส้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญของงานศิลปะทุกชนิด เส้นสามารถให้ความหมาย แสดงความรู้สึกและ

อารมณ์ด้วย การสร้างเป็นรูปทรงต่าง ๆ ขึ้น เส้นมี 2 ลักษณะคือ เส้นตรง (Straight Line) และ เส้นโค้ง (Curve Line) เส้นทั้งสองชนิดนี้ เมื่อนำมาจัดวางในลักษณะต่าง ๆ กันและให้ความหมายและความรู้สึกที่แตกต่างกัน เส้นมีจุดเด่นที่นำมาใช้ได้หลากหลายรูปแบบ ทำให้เกิดรูปร่างรูปทรงต่าง ๆ มากมาย เพื่อต้องการสื่อให้เกิดความรู้สึกทางด้านอารมณ์ จากการสร้างสรรค์ของผลงานการออกแบบ โดยเส้นลักษณะที่ต่างกัน ก็ย่อมให้ความรู้สึกต่าง ๆ กันด้วย ตัวอย่าง เช่น

2.1 เส้นตั้ง หรือเส้นตั้ง ให้ความรู้สึกทางความสูง สง่า มั่นคง แข็งแรง และความหนักแน่น เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรง

2.2 เส้นนอน ให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ ราบเรียบ นิ่ง และผ่อนคลาย

2.3 เส้นเฉียง หรือเส้นทแยงมุม ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว รวดเร็ว และไม่มั่นคง

2.4 เส้นหยัก หรือ เส้นซิกแซก แบบฟันปลา ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว เป็นจังหวะ มีระเบียบ ไม่ราบเรียบ น่ากลัว อันตราย ขัดแย้ง และความรุนแรง

2.5 เส้นโค้ง แบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ลื่นไหล ต่อเนื่อง สุภาพ อ่อนโยน และนุ่มนวล

2.6 เส้นโค้งแบบก้นหอย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว คลื่นคลาย หรือเติบโตในทิศทางที่หมุนวน ถ้ามองเข้าไปจะเห็นพลังความเคลื่อนไหวที่ไม่สิ้นสุด

2.7 เส้นโค้งวงแคบ ให้ความรู้สึกถึงพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทางที่รวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง

2.8 เส้นประ ให้ความรู้สึกที่ไม่ต่อเนื่อง ขาด หาย ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความเครียด

ความสำคัญของเส้น จะใช้ในการแบ่งที่ว่างออกเป็นส่วน ๆ เส้นกำหนดขอบเขตของที่ว่าง หมายถึง ทำให้เกิดเป็นรูปร่าง (Shape) ขึ้นมา เส้นเป็นกำหนดเส้นรอบนอกของรูปทรง ทำให้มองเห็นรูปทรง (Form) ชัดขึ้น เส้นทำหน้าที่เป็นน้ำหนักอ่อนแก่ ของแสดงและเงา หมายถึง การแรเงาด้วยเส้น และเส้นยังให้ความรู้สึกด้วยการเป็นแกนหรือโครงสร้างของรูป และโครงสร้างของภาพ

3. รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form) รูปร่าง คือ พื้นที่ที่ล้อมรอบด้วยเส้น ที่แสดงความกว้างและความยาว รูปร่างจึงมีลักษณะเป็น 2 มิติ รูปทรง คือ ภาพ 3 มิติที่ต่อเนื่องมาจากรูปร่าง โดยมีความหนาหรือความลึกเพิ่มขึ้นมา ทำให้ภาพที่เห็นมีความชัดเจนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รูปร่างและรูปทรงแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

3.1 รูปเรขาคณิต (Geometric Form) มีรูปร่างรูปทรงที่แน่นอน มาตรฐาน สามารถวัดหรือคำนวณได้ มีกฎเกณฑ์ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปวงกลม รูปวงรี ห้าเหลี่ยม หกเหลี่ยม พีระมิด เป็นต้น

รูปเรขาคณิตเป็นโครงสร้างพื้นฐานของรูปทรงต่างๆ

3.2 รูปธรรมชาติ (Nature Form) เป็นการเลียนแบบธรรมชาติ นำรูปทรงที่มีอยู่ตามธรรมชาติรอบตัวเรา เช่น ดอกไม้ ใบไม้ สัตว์ต่าง ๆ สัตว์น้ำ แมลง มนุษย์ เป็นต้น มาใช้เป็นแม่แบบในการออกแบบและสร้างสรรค์ โดยยังคงให้ความรู้สึกและรูปทรงที่เป็นธรรมชาติอยู่ส่วนผลงานบางชิ้นที่ล้อเลียนธรรมชาติ โดยใช้รูปทรง เช่น ตึกดาหมี การ์ตูน อวัยวะของร่างกายเรา เป็นต้น ยังคงเป็นรูปทรงตามธรรมชาติ ให้เห็นอยู่ บางครั้งได้มีการนำวัสดุที่มีอยู่ ตามธรรมชาติ เช่น เปลือกหอย กิ่งไม้ ขนนก เป็นต้น นำมาออกแบบ ดัดแปลง สร้างสรรค์ผลงาน รูปทรงก็ไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนัก

3.3 รูปทรงอิสระ (Free Form) เป็นรูปแบบโครงสร้างที่ไม่แน่นอน ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว เลื่อนไหล ให้ความอิสระ และได้อารมณ์ความเคลื่อนไหวเป็นอย่างดี รูปอิสระอาจเกิดจากรูปเรขาคณิตหรือรูปธรรมชาติ ที่ถูกกระทำจนมีรูปลักษณะเปลี่ยนไปจากเดิมจนไม่เหลือสภาพเดิม

โสธยา ต่านกลาง (2557: 35) กล่าวถึง องค์ประกอบในการออกแบบลวดลายผ้าไว้ว่า การออกแบบลวดลายผ้า จะต้องอาศัยองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบ อันได้แก่ เส้น สี รูปร่าง พื้นผิว และพื้นที่ว่าง ผสมผสานกันกับความคิดสร้างสรรค์ในการวางรูปแบบขององค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ ให้ลงตัว เหมาะสมกับโอกาสของการนำไปใช้จริง ทำให้เกิดความโดดเด่นสวยงาม เหมาะสมกับยุคสมัย

จากการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ องค์ประกอบของการออกแบบลวดลาย สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบในการออกแบบลวดลายที่ดี คือ การนำองค์ประกอบทางศิลปะมาใช้ในการออกแบบอย่างเหมาะสม ผนวกกับการใช้หลักในการออกแบบที่ถูกต้อง เพื่อให้ได้ลวดลายที่มีความสวยงามลงตัว ซึ่งองค์ประกอบศิลปะที่จะนำมาใช้หลัก ๆ ในการออกแบบลวดลาย ได้แก่ จุด เส้น สี รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว พื้นที่ว่าง ผนวกรวมกับหลักการออกแบบที่เกี่ยวกับความสมดุล ความแตกต่าง การซ้ำ ความกลมกลืน ตลอดจนทฤษฎีในการเลือกใช้สี เพื่อให้เกิดเป็นลวดลายที่มีความสวยงามเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการออกแบบลวดลาย ตลอดจนการนำผลงานไปใช้งานจริง

### 2.4.3 ประเภทของการออกแบบลวดลายผ้า

พิมพ์พร ดงตาล (2559: 51) กล่าวถึง ประเภทของการออกแบบลายผ้าในยุคปัจจุบัน สามารถทำได้ 2 ประเภท ดังนี้ คือ 1) ลวดลายที่เกิดจากสี และ 2) ลวดลายที่เกิดจากการขัดกันของเส้นด้าย

1. ลวดลายที่เกิดจากสี คือ การใช้สีทำลวดลายบนผืนผ้า แม้จะเป็นสีขาวบนสีขาว ก็ยังเห็นลวดลายได้ชัด หากลวดลายนั้นหลุดไป ผ้าก็ยังคงเป็นผืนผ้าอยู่ และใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งจะเรียกลวดลายประเภทนี้ว่า ลวดลายตกแต่ง (Decorative design) เกิดจากการย้อม และพิมพ์พลิกแพลงแบบต่าง ๆ จึงปรากฏมีผ้านับพันชนิดจำหน่ายโดยทั่วไป เพราะสามารถทำได้ง่าย สะดวก ลดภาระเรื่องค่าใช้จ่ายและ

ระยะเวลาในการผลิต

2. ลวดลายที่เกิดจากการขัดกันของเส้นด้าย รูปแบบนี้ทำให้ได้รูปแบบของลวดลายที่แตกต่างกันบนผิวผ้า หากดึงเอาเส้นด้ายที่เป็นลวดลายออก ลายผ้าบริเวณนั้นก็จะเกิดความเสียหายเสื่อมสภาพไป ใช้ประโยชน์ต่อด้านความสวยงามไม่ได้ เรียกว่า ลวดลายโครงสร้าง (Structural) ซึ่งเกิดจากการทอ การถัก หรือการทำผ้าลูกไม้ บางวิธีการออกแบบลวดลายที่เกิดขึ้น เนื้อแท้ของลวดลายอาจไม่ใช่วัสดุประเภทเดียวกับตัวเส้นด้ายของผ้าที่ใช้ในการออกแบบ

พริกัศ พรพิสัย (2560: 45 - 46) กล่าวว่า ประเภทของการออกแบบลายผ้า เป็นขั้นตอนที่สำคัญในการสร้างสรรค์ผ้าทุกชนิด ผ้าจะมีคุณค่ามีความสวยงาม มีราคาสูง ดูแล้วน่าใช้มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับการออกแบบลายที่มีลักษณะแตกต่างกัน ซึ่งมีเทคนิคในการผลิตลายผ้า 2 ลักษณะ คือ การออกแบบลายพิมพ์ และการออกแบบลายเขียน

1. การออกแบบลายพิมพ์ คือ ลายที่มีลักษณะเฉพาะที่สามารถนำมาพิมพ์ต่อกันให้มีความต่อเนื่องกันระหว่างลายแต่ละชิ้น ลักษณะการจัดองค์ประกอบของลายพิมพ์นี้ ควรให้ตัวลายอยู่ภายในโครงสร้างของรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า หรือสี่เหลี่ยมจัตุรัส ที่ซึ่งนิยมใช้กันทั่วไป มี 4 ชนิด คือ

1.1 แม่พิมพ์โลหะ เป็นแม่พิมพ์ลายเส้นที่แสดงรายละเอียดชัดเจน การออกแบบสำหรับการพิมพ์โดยทั่วไป มักจะออกเป็นชุดมีแม่พิมพ์ 2 - 3 อัน คือ แม่พิมพ์ลายเส้น แม่พิมพ์ปิด และแม่พิมพ์เก็บสีพื้นเพื่อย้อมสีที่ 2 ต่อไป

1.2 แม่พิมพ์ไม้ เป็นแม่พิมพ์ที่มีลักษณะเป็นแผ่นๆ ไม่สามารถแสดงเรื่องราว และรายละเอียดลักษณะเป็นลายเส้นที่ใหญ่ ไม่มีความละเอียด

1.3 แม่พิมพ์เชือก เป็นลวดลายที่ไม่มีรายละเอียดเป็นลักษณะลายเส้น ลักษณะลายจะแสดงให้เห็นลายพื้นของผิวแม่พิมพ์ (Texture) จากรอยแม่พิมพ์เชือก

1.4 แม่พิมพ์พลาสติก ทำจากพลาสติกแผ่นบางใสสีเขียวนลูลายพลาสติกให้สวยงามทำลวดลายบนผ้าเหมือน ๆ กัน ได้เป็นชุดหลายผืนอาจเรียกได้ว่า สเตลซิล (Stencil)

2. การออกแบบลายเขียน โดยส่วนใหญ่จะออกแบบลงบนกระดาษก่อนการลอกลายลงบนผ้าด้วยดินสอสี เพื่อนำไปเขียนลวดลาย ลายเขียนแต่ละแบบนี้ จะออกแบบลายเพียงครั้งเดียว และไม่นิยมทำซ้ำ ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละลาย ถ้ามีการทำซ้ำกัน จะทำให้คุณค่าของลวดลายนั้นลดลง การออกแบบลายพิมพ์และลายเขียน มี 4 ลักษณะดังนี้ คือ 2.1) ลายเรขาคณิต การออกแบบลายรูปทรงเรขาคณิตนี้ ควรควบคู่ไปกับเทคนิคการย้อมสี 2.2) ลายดัดแปลงจากลายธรรมชาติ เป็นลวดลายที่มีความนุ่มนวลลักษณะลายที่มีการสั่นไหว 2.3) ลายไทย และลายเครือเถา นิยมเขียนบนผ้าไหม

2.4) ลายภาพสัตว์ มี 2 ลักษณะ คือ รูปทรงไม่เหมือนธรรมชาติ เช่น ภาพนกกันห้อง ลักษณะกึ่งนามธรรม และภาพสัตว์ที่เป็นเรื่องราว เช่น วรรณกรรมและวรรณคดี เป็นต้น นิยมใช้กับงานจิตรกรรมทั่วไป

3. ลายปัก การปัก เป็นงานศิลปะแขนงหนึ่งของกุลสตรี เพราะเป็นการเสริมแต่งเครื่องแต่งกาย เช่น การปักเสื้อ กระโปรง ปลอกหมอนอิง หมอนหนุน ผ้าคลุมเตียง ผ้า màn หน้าต่าง และเครื่องใช้อื่น ๆ ตามความต้องการ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เห็นคุณค่าของงานและความสวยงามยิ่งขึ้น การปักในสมัยก่อนนั้น นิยมปักด้วยมือแต่เพียงอย่างเดียว เพราะถือว่าเป็นงานฝีมือที่ต้องการความละเอียดเป็นพิเศษ ต่อมาเมื่อมีผู้นิยมลายปักมากขึ้น การใช้มือผลิตผลออกมาได้ไม่ทันตามความต้องการ และค่าแรงสูงมาก จึงมีการปักด้วยเครื่องมือพิเศษ และปักด้วยจักรเพิ่มขึ้นอีก การปักสมัยก่อนนิยมปักแต่สีขาว ผ้าที่นำมาปักก็เป็นสีขาว เพราะนิยมว่าสุภาพ ต่อมาความนิยมเหล่านั้นก็เปลี่ยนแปลงไปเป็น ใซ้ด้ายและไหมสีต่าง ๆ ปักบนผ้าสีขาว ชมพู ครีมน หรือสีที่มีพื้นสีอ่อน ส่วนผ้าที่มีสีพื้นหนักหรือสีเข้ม การใช้สีของด้ายปักจะต้องคิดให้ดี จะใช้สีอะไรจึงจะเกิดความสวยงาม ส่วนผ้าที่มีพื้นสีอ่อนนั้นหาสีของด้ายปักได้ง่ายกว่าผ้าพื้นสีเข้ม

ปัจจุบันจะพบเห็นเสื้อผ้าของใช้ต่าง ๆ จากต่างประเทศที่นำเข้ามาขายในประเทศ จะมีราคาสูงมาก ซึ่งแตกต่างกับราคาของเสื้อผ้าที่เป็นฝีมือของคนไทย ทั้งที่ฝีมือการปักลายก็ไม่แตกต่างกันมาก อาจเป็นเพราะค่านิยมที่เข้าใจว่า สิ่งที่เกิดขึ้นและนำมาขายจากต่างประเทศจะต้องมีคุณภาพดี ควรค่าแก่การจ่ายเงินอุปโภคบริโภค ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว ไม่ได้เป็นเหตุผลที่สมเหตุสมผลกัน สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการปักลายผ้า คือ ควรเลือกใช้วัสดุที่มีเนื้อทน ถิ่น ผ้าและไหมที่ใช้ในการปักลวดลาย ควรคำนึงคุณภาพของวัสดุ เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณค่าและประสิทธิภาพสูงสุด

4. ลายทอ คือ ลวดลายที่เกิดจากการทอผ้า หรือการทอ (Weaving) ถือเป็นศิลปะและหัตถกรรมหรืองานฝีมืออย่างหนึ่งที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ เป็นกรรมวิธีการผลิตผืนผ้าโดยใช้เส้นด้ายพุ่งและเส้นด้ายยืนมาขัดประสานกันจนได้เป็นผืนผ้า ทั้งนี้ต้องมีเครื่องมือในการทอ จะเรียกว่า ทูก หรือ กี่

5. ลายสกรีน เกิดขึ้นจากการปาดหมึกพิมพ์ผ่านผ้าสกรีน ที่ยึดบนกรอบไม้หรือพลาสติก สี่เหลี่ยมให้ลงไปติดกับวัสดุที่จะพิมพ์ หากต้องการให้หมึกผ่านผ้าสกรีนออกมาเป็นลวดลายใด ๆ ก็ทำให้รูผ้าเปิดหรือปิดในส่วนที่ต้องการให้หมึกผ่านออกตามลวดลายนั้น ๆ การพิมพ์ระบบนี้สามารถใช้พิมพ์ลงบนวัตถุ ได้แทบทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นวัสดุแบน กลม เหลี่ยม หรือรูปทรงแปลก ๆ ทั้งหลาย การพิมพ์ระบบนี้ใช้การ ปาดหมึกพิมพ์ผ่านผ้าสกรีนลงไปติด บนวัสดุ ปริมาณของหมึกพิมพ์จึงผ่านลงไปเกาะยึดบนวัสดุที่พิมพ์ได้มากและดีกว่าการพิมพ์ระบบอื่น ๆ จึงทำให้ภาพพิมพ์แลดูสวยงามและคงทน



6. ลายมัดย้อม เกิดจากกรรมวิธีในกระบวนการมัดย้อม เป็นการมัด ผูก เย็บ หนีบ หรือเป็นการกั้นสีในส่วนใดส่วนหนึ่งของผ้า ที่ผู้ย้อมไม่ต้องการให้เกิดสีที่จะย้อมในครั้งนั้น ๆ โดยใช้วัสดุต่าง ๆ เช่น เหย็บ เชือกปอ เชือกฟาง ไม้หนีบ ด้ายหรือถุงพลาสติก มาเป็นวัสดุช่วยในการกั้นสี ร่วมกับการม้วนพับ จับจีบ ขยำ หรือเย็บผ้า ซึ่งจะให้ผลลัพธ์ของลายที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลวิธีในการออกแบบสี และการผสมผสานเทคนิคต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกันของผู้ย้อม โดยเรียกว่าการสร้างลวดลายด้วยกรรมวิธีนี้ว่า ลวดลายมัดย้อม หรือผ้ามัดย้อม

มัดย้อม (Tie-dye) มีความหมายตรงตามตัวอักษร คือ นำผ้ามามัดด้วยวัสดุต่าง ๆ แล้วนำไปย้อมสี โดยใช้วิธีการกั้นสีด้วยวัสดุบางอย่าง เช่น ยางรัด เชือก หมุดปักผ้า ตัวหนีบกระดาษ หรือการเย็บ ซึ่งจะช่วยกันไม่ให้สีแทรกซึมลงไป การออกแบบและการกั้นสีขึ้นอยู่กับวัสดุที่ใช้ นอกนั้นผลการออกแบบยังขึ้นอยู่กับปริมาณสีย้อมและการแทรกซึมของสีในผืนผ้าที่มัดด้วย การทำให้ผ้าเกิดรอยต่าง โดยใช้เทคนิคการทำลวดลายโดยการมัด การพับ การเย็บ และอุปกรณ์อื่น ๆ ให้เป็นลวดลายตามที่ต้องการ การทำผ้ามัดย้อมอาจเริ่มเกิดขึ้นโดยไม่ได้ตั้งใจ

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับประเภทของการออกแบบลวดลายผ้า สามารถสรุปได้ ดังนี้ การออกแบบลายผ้าสามารถทำได้หลากหลายวิธี ขึ้นอยู่กับธรรมชาติของผ้าแต่ละชนิดว่าสามารถสร้างสรรค์ลวดลายด้วยกระบวนการรูปแบบใดบ้าง ซึ่งอาจจะใช้การผสมผสานกันในการสร้างสรรค์ลวดลายผ้าจากหลากหลายวิธีได้ ประเภทในการสร้างสรรค์ลวดลาย สามารถทำได้ด้วยกระบวนการดังนี้ คือ 1) ลวดลายที่เกิดจากสี และ 2) ลวดลายที่เกิดจากการขัดกันของเส้นด้าย 3) การพิมพ์ลาย 4) การเขียนลาย 5) การปักลาย 6) การทอลาย 7) การสกรีนลาย และ 8) การมัดย้อมทำให้เกิดลวดลาย เป็นต้น

#### 2.4.4 ขั้นตอนในการออกแบบลายผ้า

พิมพ์พร ดงตาล (2559 : 65) กล่าวถึง ขั้นตอนการออกแบบลวดลาย ไว้ว่า การออกแบบลวดลายเป็นการออกแบบที่หล่อหลอมเอาประสบการณ์ ความคิด จินตนาการ องค์ประกอบทางศิลปะเข้าด้วยกัน โดยใช้กรรมวิธีที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของงานและเนื่องจากการออกแบบลวดลาย ถูกนำไปใช้ตกแต่งให้ผลงานมีคุณค่า หรือมีมูลค่าเพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ ตำแหน่ง ขนาด และความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่จะนำลวดลายไปใช้ อาจจะเป็นกลุ่มเล็ก ๆ เฉพาะกลุ่มหรือไม่จำกัดกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์ให้รู้ถึงสิ่งที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จะทำให้ลวดลายที่ออกแบบขึ้นมาประสบผลสำเร็จเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ซึ่งขั้นตอนที่สำคัญในการออกแบบลวดลายจะประกอบไปด้วย

1. ขั้นการศึกษาและรวบรวมข้อมูล เป็นขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาเรื่องราวสภาพเศรษฐกิจและสังคม ขนบธรรมเนียมประเพณี ลักษณะของพื้นที่และในด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องนำมาศึกษา เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบ โดยข้อมูลที่ได้รับทั้งหมด ต้องมีความถูกต้อง ไม่ผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง แต่ในบางกรณีอาจมีความจำเป็นต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบลวดลาย ถ้าลวดลายเหล่านั้นมีจุดประสงค์เพื่อเป็นสาธารณสมบัติ การใช้แบบสอบถามหรือใช้ประชาพิจารณ์ จะช่วยป้องกันมิให้เกิดข้อขัดแย้งขึ้นในชุมชนได้

2. ขั้นจินตนาการ เป็นขั้นที่ต้องแปลข้อมูลออกมาเป็นรูปธรรม ในลักษณะของลวดลาย ตามผลจากการศึกษาข้อมูลเพื่อให้ได้ลวดลายใหม่ และสามารถนำไปใช้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เป็นการร่างแบบขึ้นมาอย่างง่ายหลายแบบ เพื่อใช้เป็นตัวเลือกในการค้นหาลวดลายที่ดีที่สุด

3. ขั้นออกแบบ เป็นขั้นตอนที่นำภาพร่างจากการจินตนาการมาออกแบบ โดยแสดงรายละเอียดที่ชัดเจนขึ้นของลวดลายและสีสันทัน ดังนั้นขั้นตอนนี้จึงเป็นขั้นตอนที่สมบูรณ์สามารถมองเห็นลวดลายที่ชัดเจนได้ อาจจะทำไว้หลาย ๆ แบบ เพื่อการคัดสรรให้ได้ลวดลายที่ดีที่สุดในการนำไปใช้งานจริง

4. ขั้นประเมินผลงาน เป็นขั้นตอนสำคัญที่จะทำให้รู้ถึงผลตอบรับที่เกิดขึ้น จากการนำเสนอ ลวดลายออกไปสู่สังคม ว่าประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลว ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การทำแบบสอบถาม การวิจัย และการประกวดผลงานตามหัวข้อที่กำหนด เป็นต้น

กนกพล พลประสิทธิ์ (2555: 56) กล่าวถึง ขั้นตอนในการสร้างสรรค์ผลงาน มีกระบวนการขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประเภทของรูปแบบ คือ การกำหนดเป้าหมายเบื้องต้น ในเรื่องรูปแบบว่าจะให้มีแนวโน้มไปในลักษณะใด เช่น อาจกำหนดให้มีรูปแบบในลักษณะตามประเพณีนิยม ก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้ดีกว่า รูปแบบประเพณีนิยมนั้นจะเป็นประเพณีนิยมแบบสากลทั่วไปหรือเป็นรูปแบบประเพณีนิยมเฉพาะของท้องถิ่น ของภูมิภาค ของหมู่บ้าน เป็นต้น หรืออาจกำหนดสร้างให้มีรูปแบบในลักษณะตามสมัยนิยม ก็อาจออกแบบจำกัดให้ชัดเจนไปได้ว่า จะเป็นรูปแบบที่กำลังนิยมอยู่โดยทั่วไปในปัจจุบันหรือรูปแบบที่กำลังจะเป็นที่นิยม และรูปแบบที่พยายามจะสร้างให้กลายเป็นความนิยมขึ้นใหม่ในอนาคตต่อไป และถ้าจะกำหนดเป้าหมายในเรื่องรูปแบบให้เป็นลักษณะเฉพาะนั้น เป็นรูปแบบเฉพาะของอะไรของบุคคล เหตุการณ์ งาน โอกาส และสถานที่ เป็นต้น

2. เก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบสร้างสื่อสัญลักษณ์สิ่งแทนบุคคล เหตุการณ์ สถานที่หรือแทนสิ่งใด ๆ ก็ตาม ผู้ออกแบบควรเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการในการออกแบบให้มีลักษณะสอดคล้องกับความเป็นสิ่งนั้นอย่างแท้จริง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอาจจะเป็นประวัติ

เรื่องราว รายละเอียด รูปภาพ หลักฐานเอกสาร และสิ่งตีพิมพ์ เป็นต้น

3. สืบค้นค่านิยม ในปัจจุบันสิ่งของเครื่องใช้หรืองานออกแบบมีส่วนผูกพันกับค่านิยม รสนิยมของบุคคลอยู่มาก ซึ่งคำว่าค่านิยม อาจหมายถึงความสนใจ ความพึงพอใจ ความชอบ ความนิยม หน้าที่ ความปรารถนา ความอยาก ความต้องการ ความดึงดูด หรือความรู้สึกอื่น ๆ ที่มนุษย์เกิดต่อผลงานออกแบบ สิ่งเหล่านี้มนุษย์ยึดถือไว้สำหรับเป็นแนวทางในการใช้เลือกหรือแนวทางในการจัด การรวบรวมองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกันด้วยวิธีการที่เหมาะสม

4. การจับประเด็นสำคัญของข้อมูลเพื่อกำหนดรูปแบบการออกแบบ จากข้อมูลที่เก็บรวบรวมผู้ออกแบบจะต้องนำมาคัดเลือกกลั่นกรองเอาแต่เฉพาะช่วงตอนที่เป็นประเด็นสำคัญ เพื่อถ่ายทอดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของผลงานออกแบบ การจับประเด็นสำคัญในข้อมูลนั้นขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบต้องการเน้นย้ำในด้านใด ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลทั้งหมดอาจเป็นเรื่องราวของความรัก ความพลัดพราก ความปลื้มปิติ ยินดี ความตาย ความกล้าหาญ ความเชื่อความศรัทธา ความกล้าหาญ และวีรกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

ซึ่งเรื่องราวอันก่อให้เกิดอารมณ์สะเทือนใจจากข้อมูลเหล่านี้ ย่อมสามารถกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำได้ต่างกัน หากเรื่องราวเป็นที่ประทับใจ ความทรงจำก็จะฝังแน่นยาวนานกว่าเรื่องราวที่เป็นปกติธรรมดา ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรมีความเข้าใจในการแยกแยะข้อมูล และจับประเด็นความรู้สึกอันถูกกระตุ้นไว้จากข้อมูลที่ได้ผนวกกับค่านิยม แปรค่าออกมาเป็นสื่อสัญลักษณ์สิ่งแทน

5. กำหนดคุณค่าและการนำไปใช้ การจับประเด็นของข้อมูลที่เป็นเนื้อหาเรื่องราวเพื่อกำหนดถ่ายทอดเป็นรูปแบบให้สอดคล้องกับค่านิยมนั้น สามารถกระตุ้นเร้าทางความรู้สึกให้เกิดความประทับใจ อันเป็นคุณค่าทางความรู้สึกหรือคุณค่าภายใน ส่วนอีกคุณค่าอีกประการหนึ่งที่ผู้ออกแบบควรคำนึงควบคู่กันไปด้วย คือ คุณค่าภายนอกหรือคุณค่าทางกายภาพของวัตถุ คุณค่านี้อาจเกิดจากการนำวัสดุที่มีคุณค่าในตัวเองอยู่บ้างแล้วมาสร้างสรรค์เป็นผลงานออกแบบ เช่น อัญมณี งาม แก้ว เงิน และทอง เป็นต้น หรือค่าของงานอยู่ที่ความเก๋ กะทัดรัด แปลกตา และสวยงาม มีคุณค่าต่อการมอง สามารถบันดาลให้เกิดความภาคภูมิใจ และมีสง่าราศี เป็นต้น

6. ข้อควรคำนึงในด้านการผลิตและการตลาด เช่น กระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ ในการผลิต ความนิยมในการเลือกซื้อ ช่องทางการตลาดในการออกแบบผลงาน เป็นต้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ขั้นตอนในการออกแบบลายผ้า สามารถสรุปได้ว่า ก่อนการออกแบบลายผ้า ผู้ออกแบบจะต้องทราบถึงวัตถุประสงค์ของการไปใช้ประโยชน์ ตลอดจนต้องศึกษารูปแบบของผ้าแต่ละชนิด เพื่อหากระบวนการสร้างสรรค์ลวดลายผ้าอย่างเหมาะสม ซึ่งการศึกษาข้อมูลและรวบรวมข้อมูลก่อนการออกแบบ ถือเป็นกระบวนการขั้นตอนที่สำคัญ เพราะหากผู้ออกแบบมีความรู้เพียงพอ

รู้รอบ จะทำให้สามารถออกแบบลวดลายได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม มีประสิทธิภาพ ตรงตามความต้องการของการออกแบบลวดลายดังกล่าวด้วย ขั้นตอนในการร่างแบบและการนำไปสู่การออกแบบลวดลายบนผลงานจริง จะต้องทำด้วยความละเอียดประณีต เพื่อให้เกิดผลงานที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการทำงานออกแบบ

## 2.5 ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นสิ่งที่เกิดจากการดำเนินชีวิตของคนในแต่ละชุมชน เกิดจากการเรียนรู้จากสิ่งที่บรรพบุรุษของตนได้สร้างสรรค์ขึ้น เป็นสิ่งที่ดีงาม เกิดการสืบทอดมาสู่ชนรุ่นหลัง จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีผู้กล่าวถึงเรื่อง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ไว้ดังนี้

### 2.5.1 ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น

กรวิทย์ ชาติช่วย (2559: 17) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ภูมิปัญญา (Wisdom) ไว้ว่า สิ่งที่เกิดเป็นองค์ความรู้ในการใช้ชีวิตของมนุษย์ เป็นความสามารถทางพฤติกรรมของคนในชุมชนที่อาศัยร่วมกันในสังคม เป็นการใช้สติปัญญาในการคิดค้น การเสาะหากระบวนการวิธีเพื่อการดำเนินชีวิต เพื่อการดำรงอยู่ การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น รวมไปถึงการรวบรวมวิชาความรู้ สิ่งสมจนกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ร่วมกัน ที่นำไปสู่การสั่งสอน สืบทอดไปสู่ชนรุ่นหลัง

Brow, Tony (2016: 13) กล่าวว่า ภูมิปัญญา หรือ Wisdom หมายถึง ลักษณะของความรู้รอบรู้ครบของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ที่เกิดจากความสามารถและเป็นที่ยอมรับร่วมกันของคนหมู่มากในชุมชนหนึ่ง ๆ อาจเป็นความสามารถเฉพาะด้าน ที่ส่งผลในการดำเนินชีวิตร่วมกันในสังคม

ขวัญใจ รุ่งลดาวัลย์ (2555: 23) กล่าวถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หมายถึง ผลงานอันเกิดจากกระบวนการคิด ตกผลึกเป็นองค์องค์ความรู้ เป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่ร่วมกันดำเนินงาน ซึ่งอาจเป็นการทำร่วมกันเป็นกลุ่มคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เกิดการยอมรับร่วมกันของคนในชุมชนและคนทั่วไป

สามารถ วัฒนบุลย์การ (2558: 17) กล่าวไว้ว่า ภูมิปัญญา (Wisdom) หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน (Popular Wisdom) หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หมายถึง พื้นเพ ต้นกำเนิด รากฐานของความรู้ของชาวบ้าน หรือความรู้รอบตัวของชาวบ้าน ที่เกิดจากการเรียนรู้จนเกิดเป็นประสบการณ์สั่งสม เกิดการสืบทอดต่อกันมาในหลากหลายลักษณะ ทั้งที่เป็นทางตรง ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับตนเอง และประสบการณ์การทางอ้อม ที่เกิดจากการเรียนรู้ผ่านการบอกต่อ เล่าขาน สืบทอดมาจากบรรพบุรุษต่อกันมาอย่างยาวนาน

เอกลักษณ์ ฌ ลำปาง (2557: 59) กล่าวถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) คือ ชุมทรัพย์ทางปัญญาของคนในชุมชนใดชุมชนหนึ่ง ที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ในการเรียนรู้ร่วมกัน ยึดถือในการดำเนินชีวิต เกิดเป็นลักษณะของความรู้หรือวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เป็นรากฐานของคนในสังคมใดสังคมหนึ่ง มีการสืบสานจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง เป็นที่ยอมรับร่วมกัน และเกิดเป็นความภูมิใจในภูมิปัญญานั้น ๆ

วินัย ชูโชติ (2559: 18 - 19) ได้พูดถึงความหมายของคำว่า ภูมิปัญญา ว่าเป็นสิ่งที่ เป็นต้นกำเนิดชาติพันธุ์ เป็นสิ่งที่เกิดควบคู่กับการดำรงอยู่ในการใช้ชีวิตร่วมกันของมนุษย์ในสังคม สะสมเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน เป็นสิ่งที่มีค่า ดึงมาควรค่าแก่การสืบสานต่อไปยังคนรุ่นใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นสิ่งที่อาจเกิดเป็นองค์ความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม อาจเป็นเทคนิครูปแบบต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ในชุมชน

นฤมล วงศ์สกุลรักษ์ (2558: 23) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของคน ผ่านกระบวนการทางการศึกษา ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การสังเกต การลงมือปฏิบัติ หรือการเลียนแบบ เป็นต้น โดยผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์จนเกิดเป็นลักษณะของปัญญาตกผลึกออกมาเป็นความรู้ที่ประกอบหลอมรวมกัน ซึ่งอาจมาจากหลากหลายสาขาวิชาความรู้ หรือเป็นความรู้เฉพาะเรื่องก็ได้ อาจสามารถกล่าวได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น ถือเป็นพื้นฐานของความรู้สมัยใหม่ที่มีส่วนช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหา การบริการจัดการ ตลอดจนการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของคนในสังคม

เครือวัลย์ เกียรติขจร (2558: 47) ให้ความหมายของคำว่า ภูมิปัญญา ไว้ว่า ความรู้ของชาวบ้านในท้องถิ่น ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ และความเฉลียวฉลาดของชาวบ้าน รวมทั้งความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษ สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ระหว่างการสืบทอดมีการปรับ ประยุกต์และเปลี่ยนแปลง จนอาจเกิดเป็นความรู้ใหม่ตามสภาพการณ์ทางสังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

พรชัย หวังโรจน์วิวัฒนา (2559: 86 - 89) ได้แสดงความคิดเห็นว่า ภูมิปัญญา (Wisdom) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ความสามารถทางพฤติกรรม และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมนุษย์ อีกทั้งภูมิปัญญายังเป็นเรื่องที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ และเกิดการเรียนรู้มาเป็นเวลานาน ความรู้ที่เกิดขึ้นจะเชื่อมโยงกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม

กรองกานต์ สิริมัน (2558: 77 - 78) ภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นกระบวนการทางความคิดที่ชาวบ้านหรือกลุ่มชน คิดขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหา เป็นความรู้และประสบการณ์ของชาวบ้านที่

ได้รับการถ่ายทอด สัมพันธ์มานาน นอกจากนี้ ยังอาจสามารถหมายถึง แบบแผนการดำเนินชีวิตที่มีคุณค่า ผ่านการพัฒนาให้เหมาะสมกับกาลเวลา ดังนั้น ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ที่เกิดจากทักษะ ความเชื่อ และพฤติกรรม ประสบการณ์จริงในการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละท้องถิ่น ผ่านกระบวนการสังเกต ติดตาม ลงมือปฏิบัติ ลองผิดลองถูก วิเคราะห์ แก้ไข จนเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ เพื่อการปรับใช้กับชีวิตและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของสังคมและยุคสมัย

จากการศึกษาเรื่องความหมายของคำว่า “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” จากเอกสารที่เกี่ยวข้องในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) คือ สิ่งที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ที่เป็นองค์ความรู้ ที่มากด้วยคุณค่าของกลุ่มคนในสังคมกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง อยู่ในลักษณะของทักษะ ความเชื่อ พฤติกรรม ศิลปะ วัฒนธรรม ที่เกิดขึ้นจากการศึกษา เรียนรู้ สัมผัส สืบต่อกันมาจากคนรุ่นบรรพบุรุษมาสู่คนรุ่นใหม่ ถือเป็นแบบแผนในการดำเนินชีวิตร่วมกัน มีการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ให้เข้ากับยุคสมัยและกาลเวลา เป็นสิ่งที่นำมายึดถือปฏิบัติหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ ในการใช้ชีวิตของคนในสังคม

## 2.5.2 ประเภทของภูมิปัญญา

กรองกานต์ สิริมัน (2558: 96 - 97) ได้กล่าวถึงประเภทของภูมิปัญญาไว้ว่า มีอยู่ด้วยกัน 6 ประเภท ดังนี้ 1) ด้านการประกอบอาชีพ 2) ด้านปรัชญา ความเชื่อ ศิลปะ 3) ด้านภาษาและวรรณกรรม 4) ด้านโภชนาการและสิ่งแวดล้อม 5) ด้านการป้องกันและรักษาโรค และ 6) ด้านการเมืองและการจัดการ

นฤมล วงศ์สกุลรักษ์ (2558: 41 - 42) กล่าวว่า ประเภทของภูมิปัญญาไทย ที่เกิดจากพื้นฐานแนวความคิดของชาวบ้านแท้ ๆ สามารถแบ่งได้ 9 ประเภท ดังนี้

1. ภูมิปัญญาทางด้านเกษตรกรรม เช่น การใช้วัสดุธรรมชาติแทนการใช้สารเคมีสังเคราะห์ ในการกำจัดวัชพืช เป็นต้น
2. ภูมิปัญญาด้านอุตสาหกรรม หัตถกรรม เช่น การก่อสร้างอาคารบ้านเรือนทรงไทยตามรูปแบบลักษณะของภูมิภาคในแต่ละรูปแบบภูมิประเทศ สถาปัตยกรรมโบราณต่าง ๆ ที่มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย การผลิตเครื่องปั้นดินเผา การทำถั่วขามเบญจรงค์ การจักรสาน การทอผ้าไหมและผ้าพื้นเมืองต่าง ๆ การทำเครื่องเงิน เครื่องทองเหลือง การปรุงอาหารแต่ละภูมิภาค เป็นต้น
3. ภูมิปัญญาทางการแพทย์แผนไทย เช่น การรักษาโรคด้วยวิธีการนำพืชสมุนไพรมาใช้ในกระบวนการรักษาได้อย่างเหมาะสม การนวดแผนโบราณ ซึ่งมีชื่อเสียงเลื่องลือไกลไปยังต่างประเทศทั่วโลก เป็นต้น

4. ภูมิปัญญาด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เช่น พิธีการบวชป่า การสืบชะตาแม่น้ำ ลำธาร และการบิณฑบาตป่าเพื่อการฟื้นฟูอนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นต้น

5. ภูมิปัญญาด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน ได้แก่ การจัดตั้งกลุ่มกิจกรรม หรือ กองทุน เพื่อหารายได้ให้แก่ชุมชน เช่น กลุ่มสหกรณ์ กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มฅมาปกิจ สังเคราะห์ เป็นต้น

6. ภูมิปัญญาด้านศิลปกรรม เช่น การวาดภาพจิตรกรรมไทยตามกำแพงโบสถ์ วิหาร โบราณสถานสำคัญ ๆ ต่าง ๆ ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยและสื่อสารถึงความสัมพันธ์ของคน ไทยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ มาอย่างช้านาน การประดิษฐ์แกะสลักผลไม้ พืชผัก ด้วยความวิจิตรบรรจงใน การตกแต่งสำหรับอาหารคาวหวาน ศิลปะปูนปั้น รูปหล่อ รูปเหมือนต่าง ๆ เป็นต้น

7. ภูมิปัญญาด้านภาษาและวรรณกรรม เช่น ภาษาพูดที่ใช้กันมาอย่างช้านาน อักษร อักษรในภาษาไทย อันเป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย การแต่งกาพย์ โคลง กลอน ฉันท คำพังเพย สุภาษิต คำสอนต่าง ๆ เป็นต้น

8. ภูมิปัญญาด้านปรัชญา ศาสนา และขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น ประเพณีต่าง ๆ ในเขตภูมิภาค ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง ประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นต้น คำสอน ของบรรพบุรุษที่ได้สอดแทรกคติสอนใจ ข้อคิดในการดำเนินชีวิตและการปฏิบัติตน วัฒนธรรมและขนบ ธรรมเนียมต่าง ๆ ในการชีวิตร่วมกันของคนในสังคม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ตั้งงามของคนไทยที่ควรค่า แก่การอนุรักษ์สืบทอด เช่น วัฒนธรรมการไหว้ วัฒนธรรมการแต่งกายชุดประจำชาติและชุดประจำ ภูมิภาค การละเล่นพื้นเมืองต่าง ๆ เป็นต้น

9. ภูมิปัญญาด้านโภชนาการ ได้แก่ การปรุงอาหารให้มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ ความเป็นไทย การใช้วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรให้กลิ่นหอมชวนรับประทาน เช่น ต้มยำกุ้ง ส้มตำ ขนมไทย ประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

นพดล กรองไพบูลย์ (2559: 25) ได้จัดกลุ่มประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ 4 กลุ่ม ดังนี้ คือ

1. กลุ่มคติ ความคิด ความเชื่อ และหลักการที่มีลักษณะของความรู้ที่เป็นพื้นฐานที่เกิดจากการสั่ง สมสืบทอดต่อเนื่องกันมาจนถึงยุคปัจจุบัน เป็นสิ่งที่คนในสังคมร่วมคิด กลั่นกรอง และยอมรับร่วมกัน

2. กลุ่มศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณี ที่คนในสังคมหรือชุมชนนั้นๆ ยึดถือ ปฏิบัติเป็นลักษณะของวิถีชีวิต มีผลต่อการดำเนินชีวิต ทำให้เกิดคุณค่า และสานต่อจากรุ่นเก่าไปสู่รุ่นใหม่

3. กลุ่มอาชีพ ที่เป็นแนวปฏิบัติของคนในสังคมเพื่อการทำมาหากิน เลี้ยงชีพตนเองและครอบครัว มีการพัฒนาวิธีการและกระบวนการให้เหมาะสมกับยุคสมัย ตลอดจนสถานการณ์ของสังคมในปัจจุบัน

4. กลุ่มแนวคิด หลักปฏิบัติ รวมถึงเทคโนโลยี นวัตกรรมต่าง ๆ ที่ชาวบ้านนำมาใช้ในชุมชน ซึ่งเป็นอิทธิพลของความก้าวหน้าทางกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

สุมลทิพย์ ดีเลิศ (2558: 21) ได้แบ่งภูมิปัญญาท้องถิ่น ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. คติ ความคิด ความเชื่อ และหลักการ เป็นพื้นฐานขององค์ความรู้ ที่ถ่ายทอดกันมา
2. ศิลปะ วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียม ประเพณีที่เป็นแบบแผนของการดำเนินชีวิตที่ปฏิบัติ สืบทอดกันมา
3. การประกอบอาชีพในแต่ละท้องถิ่น ที่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับกาลสมัย
4. แนวคิดหลักปฏิบัติและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่ชาวบ้านนำมาใช้ในชุมชนเป็นอิทธิพลของความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

พงศ์ดี วีระภาพกุล (2559: 11) กล่าวถึง ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น ว่าสามารถแบ่งออกได้เป็น 10 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ด้านเกษตรกรรม เช่น การเพาะปลูก การขยายพันธุ์ การเลี้ยงสัตว์ การเกษตรผสมผสาน การทำไร่นาสวนผสม การปรับใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการเกษตร เป็นต้น
2. ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม เช่น การจักสาน ทอ การช่าง การทอผ้า การแกะสลัก เป็นต้น
3. ด้านการแพทย์แผนไทย เช่น หมอสมุนไพร หมอยากลางบ้าน หมอนวดแผนโบราณ หมอยาหม้อ เป็นต้น
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การบวชป่า การสืบชะตาแม่น้ำ การอนุรักษ์ป่าชายเลน เป็นต้น
5. ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน เช่น ผู้นำในการจัดการกองทุนของชุมชน ผู้นำในการจัดตั้งกองทุนสวัสดิการรักษายาบาล ผู้นำในการจัดระบบสวัสดิการ บริการชุมชน เป็นต้น
6. ด้านศิลปกรรม เช่น วาดภาพ(กิจกรรม) การปั้น (ประติมากรรม) นาฏศิลป์ ดนตรี ศิลปะการแสดง การละเล่นพื้นบ้าน นันทนาการ เป็นต้น
7. ด้านภาษาและวรรณกรรม เช่น ความสามารถในการอนุรักษ์ และสร้างผลงานด้านภาษา วรรณกรรมท้องถิ่น การจัดทำสารานุกรมภาษา หนังสือโบราณ การฟื้นฟู การเรียนการสอนภาษาถิ่นของท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นต้น



8. ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณี เช่น ความสามารถประยุกต์และปรับใช้หลักธรรม คำสอนทางศาสนา ปรัชญาความเชื่อ และประเพณีที่มีคุณค่าให้เหมาะสมต่อบริบททางเศรษฐกิจ สังคม การถ่ายทอดวรรณกรรม คำสอน การประยุกต์ประเพณีบุญ เป็นต้น

9. ด้านโภชนาการ เช่น ความสามารถในการเลือกสรร ประดิษฐ์ปรุงแต่งอาหาร และ ยา ได้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายในสภาวะการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนผลิตเป็นสินค้าบริการส่งออก ที่ได้รับความนิยมแพร่หลายมาก เป็นต้น

10. ด้านองค์กรชุมชน เช่น ร้านค้าชุมชน ศูนย์สาธิตการตลาด กลุ่มออมทรัพย์องค์กร ด้านการตัดเย็บเสื้อผ้า กลุ่มจักรสาน กลุ่มทอผ้า กลุ่มทอเสื่อ กลุ่มตีมีด ตีชวาน เครื่องมือที่ทำจากเหล็ก กองทุนสวัสดิการชุมชน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น

ดังนั้นจากการศึกษาเกี่ยวกับประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นักวิชาการแต่ละท่านได้รวบรวมไว้ สามารถสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถแบ่งตามลักษณะของการดำเนินชีวิตของคนในแต่ละท้องถิ่น หรือชุมชนที่ได้คิดค้นหรือได้รับการถ่ายทอดและถือปฏิบัติสืบต่อกันมา จากรุ่นของบรรพบุรุษ ซึ่งเกิดจากความเชื่อ ความรู้สึก ความนึกคิด ในการสร้างสรรค์แบบแผนของการดำเนินชีวิต รวมถึงการนำเทคโนโลยี พื้นบ้าน มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น และเกิดความสุข เป็นสิ่งที่มีคุณค่า อาจแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) คติ ความคิด ความเชื่อ และหลักการ 2) ศิลปะ วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี 3) การประกอบอาชีพในแต่ละท้องถิ่น และ 4) แนวคิด หลักปฏิบัติแลเทคโนโลยีสมัยใหม่

### 2.5.3 ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น

หทัยรัตน์ ชูช่วย (2557: 27) กล่าวว่า ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น มีลักษณะ 11 ประการ ดังนี้

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นเรื่องราวที่เกิดจากการใช้องค์ความรู้ ทักษะ ความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมใดสังคมหนึ่ง ยึดถือปฏิบัติร่วมกัน
2. ภูมิปัญญาท้องถิ่น จะแสดงออกถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับธรรมชาติสิ่งแวดล้อมรอบตัว มนุษย์กับสิ่งที่เป็นเรื่องของความเหนือธรรมชาติ
3. ภูมิปัญญาท้องถิ่น จะมีลักษณะเป็นองค์รวมหรือกิจกรรม ตลอดจนการกระทำอันเกิดขึ้นทุกอย่างในวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมนั้น ๆ
4. ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นเรื่องของการแก้ไขปัญหา การจัดการ การปรับตัว การเรียนรู้ เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชน และสังคม

5. ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นแกนหลักหรือกระบวนทัศน์ ในการมองชีวิตเป็นพื้นความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่มีผลกระทบในการดำเนินชีวิตร่วมกันของคนในสังคม เป็นที่ยอมรับร่วมกัน อาจเกิดขึ้นจากองค์ความรู้ที่ผ่านการกลั่นกรองร่วมกันจนตกผลึกในการยึดถือปฏิบัติ

6. ภูมิปัญญาท้องถิ่น จะมีลักษณะเฉพาะหรือมีเอกลักษณ์ในตัวเอง ที่สามารถแสดงออกได้อย่างชัดเจน เป็นลักษณะเฉพาะส่วนตัว แปรก แตกต่าง ไม่ซ้ำใคร

7. ภูมิปัญญาท้องถิ่น จะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงร่วมกันของคนในสังคม เพื่อการปรับสมดุลในการพัฒนาการทางสังคมตลอดเวลา เหมาะสมกับยุคสมัยและกาลเวลาที่เปลี่ยนแปลง

8. ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีวัฒนธรรมเป็นฐาน ไม่ใช่วิทยาศาสตร์

9. ภูมิปัญญาท้องถิ่น จะต้องมีการบูรณาการสูง เนื่องจากในแต่ละวัฒนธรรมหรือสังคม ย่อมมีความแตกต่างกันของตัวบุคคล แตกต่างกันของสภาพแวดล้อม แนวคิด และการปฏิบัติ ดังนั้นภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงต้องอาศัยการบูรณาการร่วมกันอย่างลงตัว

10. ภูมิปัญญาท้องถิ่น จะต้องมีความเชื่อมโยงไปสู่นามธรรมที่ลึกซึ้งสูงส่ง

11. ภูมิปัญญาท้องถิ่น จะให้ความสำคัญของจริยธรรมมากกว่าวัตถุธรรม

จิตรา จริตสกุลโรจน์ (2559: 29) กล่าวถึง ลักษณะของภูมิปัญญา ว่ามีลักษณะ 5 อย่าง ดังนี้ คือ

1. เป็นความรู้แบบองค์รวมที่เกิดจากการเชื่อมโยงความรู้หรือกิจกรรม ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต

2. เป็นวิถีความสัมพันธ์ที่สมดุลระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ

3. มีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamics) คือ เปลี่ยนแปลงได้ตามยุคสมัย และมีพัฒนาการอยู่ตลอดเวลา

4. มีวัฒนธรรมเป็นพื้นฐาน

5. มีลักษณะเฉพาะหรือเอกลักษณ์ในตัวเอง

วิศิษฐ์ วรรณชาติโชติ (2554: 88) ได้แบ่งลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น ออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1. เป็นประสบการณ์ของชาวบ้านที่นำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต หมายถึง ความรู้และประสบการณ์ที่ชาวบ้านศึกษาค้นพบ และนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ แนวความคิด ความเชื่อ ค่านิยมต่าง ๆ เช่น คำสอนทางศาสนา ความรู้เกี่ยวกับยาสมุนไพร การไหว้ครู และพิธีกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

2. ความรู้ ความคิด ในการสร้างสรรค์แบบแผนในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมที่มีการอาศัยกัน อย่างถ้อยทีถ้อยอาศัย มีการปฏิบัติสืบทอดส่งต่อกันมา หมายถึง สิ่งต่าง ๆ อันมีคุณค่าที่ชาวบ้านถ่ายทอด ความคิด ความรู้ ความเชื่อ ลงไปในวรรณกรรมรูปแบบต่างๆ เช่น เพลงพื้นบ้าน บทละครพื้นบ้าน เพลง กล่อมลูก สุภาษิตสอนใจ การละเล่นต่าง ๆ ในชุมชนอันดีงาม

3. การประกอบอาชีพที่ยึดหลักการพึ่งพาตนเอง หมายถึง ความรู้และประสบการณ์ที่ชาวบ้านใช้ ในการประกอบอาชีพ โดยอาศัยหลักธรรมชาติ ที่ไม่ได้มีการพึ่งพาปัจจัยภายนอก แต่มีการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ให้เหมาะสมกับกาลสมัย เช่น การปลูกพืชผลทางการเกษตร การทอผ้าพื้นเมือง การผลิตเครื่องจักรสาน และการผลิตเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

4. การประกอบอาชีพอันเกิดจากการผสมผสานความรู้แบบดั้งเดิมกับความรู้ใหม่หรือเทคโนโลยี สมัยใหม่ มาใช้ในการดำเนินชีวิต นำมาใช้แก้ปัญหาในชุมชน เช่น เทคโนโลยีการก่อสร้าง เทคโนโลยีการ เก็บเกี่ยวพืชผลทางการเกษตร และเทคโนโลยีการหล่อโลหะ เป็นต้น

พรชัย ขวัญช่วย (2555: 18) กล่าวว่า ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น จะมีลักษณะที่เกิดขึ้นใน สังคมโดยคนในท้องถิ่น อันเกิดจากการสร้างสมประสบการณ์ มีกระบวนการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ให้ดีขึ้น เหมาะสมกับบริบทสังคมในยุคสมัยนั้น ๆ ได้แก่ เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องนุ่งห่ม ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต หรือประสบการณ์ชีวิตด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมที่อาศัย ร่วมกัน เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่มีคุณค่า มีความดีงาม ควรค่าแก่การสืบทอดสู่คนรุ่นใหม่ใน สังคม

วัชรพงศ์ ส่องแสง (2559: 57) ได้ให้ความหมายถึงลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่นว่า สามารถแบ่ง ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ภูมิปัญญาที่เป็นนามธรรม ได้แก่ มโนทัศน์ การตระหนักรู้ วิธีคิด ความเชื่อ ประชญาใน การดำเนินชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ร่วมกันในสังคมเดียวกัน เป็นแนวในการยึดถือปฏิบัติร่วมกัน

2. ภูมิปัญญาที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการทำมาหากิน การ บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ รอบตัว แพทย์พื้นบ้านและการรักษาด้วยวิธีการ แบบแผนไทย รวมถึงการดูแลสุขภาพ การเกษตร ศิลปะ วัฒนธรรม หัตถกรรม สถาปัตยกรรม เครื่องมือ เครื่องใช้ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

ดังนั้นจึงสามารถกล่าวสรุปได้ว่า ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นสิ่งที่มีการสั่งสมสืบทอดส่งต่อ กันมาจากคนรุ่นบรรพบุรุษมาสู่คนรุ่นใหม่ เกิดการตกผลึกจากประสบการณ์ของคนในสังคม หรือกระบวนการต่าง ๆ ที่ได้กระทำร่วมกัน ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ สิ่งที่เป็นภูมิปัญญานามธรรม ได้แก่

แนวความคิด ความเชื่อ วิธีคิด เป็นต้น และสิ่งที่เป็นภูมิปัญญาแบบรูปธรรม คือ สิ่งที่สามารถจับต้องมองเห็นด้วยตา หรือบริหารจัดการให้มีระบบระเบียบได้ ได้แก่ ศิลปะ วัฒนธรรม ทัศนกรรม สถาปัตยกรรม กระบวนการผลิตเครื่องมือเครื่องใช้รูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

#### 2.5.4 คุณค่าและความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ณัฐพล หนูอุไรวรรณ (2558: 13 – 14) ได้แบ่ง ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น ไว้ 4 ประการ ดังนี้ คือ

1. องค์ความรู้และระบบความรู้ ภูมิปัญญาไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดได้แบบกะทันหันได้ หรือเป็นเพียงความคิดชั่วคราว ที่สามารถคิดได้อย่างรวดเร็ว แต่ภูมิปัญญาท้องถิ่นจะเป็นระบบขององค์ความรู้ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นแต่ละพื้นที่ มองเห็นถึงความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต เป็นระบบขององค์ความรู้ที่ไม่ได้เป็นลักษณะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ดังนั้นในการเข้าไปศึกษาเพื่อสังเกตเรียนรู้ว่าชาวบ้านในท้องถิ่นรู้เกี่ยวกับอะไรอย่างเดียวนั้นไม่พอ แต่จะต้องมีการศึกษาควบคู่ไปด้วยว่า ชาวบ้านเหล่านั้นเห็นถึงความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่เขาสนใจเหล่านั้นอย่างไรบ้าง

2. การสั่งสมประสบการณ์ องค์ความรู้ และการกระจายองค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่ามักเกิดจากกระบวนการสั่งสม และกระจายแพร่หลายความรู้ โดยความรู้นั้น ไม่ได้วางนิ่งไว้เฉย ๆ อยู่ติดตัวกับบุคคลเพียงผู้เดียว แต่จะต้องมีการนำมาเผยแพร่และบริการให้คนอื่น ๆ ที่สนใจในภูมิปัญญานั้นได้เข้ามาใช้หรือมีส่วนร่วมในภูมิปัญญานั้น ๆ ด้วย เช่น ภูมิปัญญาเกี่ยวกับหม้อพื้นบ้าน และชุมชน ที่มีการสั่งสมองค์ความรู้ทางการแพทย์ไว้ในตัวบุคคล ๆ หนึ่ง ผ่านกระบวนการที่ทำให้บุคคลนั้น ๆ สั่งสมองค์ความรู้จนสามารถนำไปใช้รักษาผู้อื่น เกิดการเผยแพร่สานต่อในวิถีกระบวนการ การศึกษาจึงควรมีการศึกษาด้วยว่ากระบวนการต่าง ๆ เหล่านั้นเป็นอย่างไร หม้อคนหนึ่งสามารถที่จะสร้างหม้ออีกคน หรือคนอื่น ๆ ต่อมาได้ได้อย่างไรด้วย

3. การถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่ได้เกิดจากสถานศึกษาที่เป็นโรงเรียน หรือมีสถาบันถ่ายทอดความรู้เฉพาะทางในเรื่องต่าง ๆ แต่จะมีซึ่งกระบวนการและวิธีการในการถ่ายทอดองค์ความรู้และวิธีการที่มีความสลับซับซ้อน หลากหลายขั้นตอน หลากหลายวิธี หรืออาจจะมีการบูรณาการจากตัวบุคคลหลาย ๆ บุคคลมารวมกันก็เป็นได้ ถ้ามีความต้องการเข้าใจในลักษณะขององค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างแท้จริง จะต้องมีความเข้าใจในขั้นตอนกระบวนการในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งด้วย

4. การสร้างสรรค์และการพัฒนาปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้เหมาะกับบริบทและยุคสมัย ระบบขององค์ความรู้ของชาวบ้านในแต่ละชุมชนท้องถิ่นนั้น ไม่ได้หยุดนิ่งอยู่กับที่ แต่จะถูกพัฒนา ปรับปรุง

เปลี่ยนแปลงตลอดมา เพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสภาพของสังคมหรือชุมชนในแต่ละยุคสมัย ตามกาลเวลาที่ผ่าน โดยอาศัยซึ่งประสบการณ์ของชาวบ้านในชุมชนหรือท้องถิ่นเอง ถ้าต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับภูมิปัญญาอย่างแท้จริง จะต้องมีการการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างไร มีระบบองค์ความรู้เพื่อเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง

วงศกร บุรณสกุลวงศ์ (2560: 15) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณค่าและความสำคัญของภูมิปัญญาไทย และสรุปไว้ว่า ภูมิปัญญาไทย มีความสำคัญต่อสังคมและประเทศชาติ 5 ประการ ดังนี้ คือ 1) ภูมิปัญญาไทยช่วยสร้างชาติให้เป็นปึกแผ่น 2) สร้างความภาคภูมิใจ และศักดิ์ศรี เกียรติภูมิแก่คนไทย 3) สามารถปรับประยุกต์หลักธรรมคำสอนทางศาสนาใช้กับวิถีชีวิตได้อย่างเหมาะสม 4) สร้างความสมดุลระหว่างคนในสังคม และธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน และ 5) สามารถเปลี่ยนแปลงปรับปรุงได้ตามยุคสมัย แม้ว่ากาลเวลาจะผ่านไป ความรู้สมัยใหม่ จะหลั่งไหลเข้ามามีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่คนในชุมชน แต่ภูมิปัญญาไทยก็สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับกาลเวลายุคสมัยได้

จิตรา จริตสกุลโรจน์ (2559: 41) กล่าวถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ว่า จะช่วยสร้างความเป็นปึกแผ่นให้กับคนในชุมชนนั้น ๆ ในการร่วมมือกันที่จะดูแลภูมิปัญญา ดูแลรักษาชุมชนและท้องถิ่นของตนเอง ทั้งในเรื่องของวิถีชีวิตในชุมชน ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม วิทยาการต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต ก่อเกิดเป็นองค์ความรู้ สั่งสมและตกลึกเพื่อการสืบทอดไปยังคนรุ่นใหมอย่างภาคภูมิใจ สร้างความภูมิใจ และศักดิ์ศรีของความเป็นคนในท้องถิ่น อีกทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นยังสามารถนำไปประยุกต์กับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เพื่อใช้เป็นแบบแผนอันดีงามในการดำเนินชีวิต และการอาศัยอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างปกติสุข

ชาติ สองแควสมบุรณ์ (2557 : 35) กล่าวไว้ว่า ความสำคัญและคุณค่าของภูมิปัญญา เป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนค้ำจุนสังคมและท้องถิ่น ให้มีความรักสามัคคีเป็นหนึ่งเดียวกัน เกิดเป็นความรักและห่วงแหนสิ่งที่เป็นสมบัติของชุมชนหรือท้องถิ่น มีความตระหนักที่จะช่วยกันดูแลรักษาให้คงอยู่คู่กับสังคม และเผยแพร่สืบสานต่อไปยังคนรุ่นใหม่ในอนาคต เป็นเครื่องบ่งบอกซึ่งอารยธรรมอันดีงาม ศิลปวัฒนธรรม นวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นจากชุมชน กลายเป็นผลผลิตทางทรัพย์สินทางปัญญาของคนในชุมชนท้องถิ่น

อารยา มาสมบุรณ์ (2559: 56) กล่าวถึง คุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยสรุปไว้ว่า เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม ในการสร้างความรักสามัคคี การอาศัยอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข สร้างความเป็นน้ำหนึ่งเดียวกันของคนในท้องถิ่น สร้างความภาคภูมิใจ และเกิดเป็นแรงบันดาลใจให้คนที่อาศัยร่วมกันในท้องถิ่นร่วมกันดูแลรักษา อนุรักษ์สืบสานร่วมกัน จากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งต่อไป

ดังนั้นจึงสามารถสรุปเกี่ยวกับ คุณค่าและความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้ว่า เป็นสิ่งที่มีค่าอันเกิดจากการสั่งสมองค์ความรู้จากคนในท้องถิ่น เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความรักสามัคคีของคนในชุมชน

เดียวกัน ทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจร่วมกัน เกิดความรัก ห่วงแหน และมีส่วนร่วมในการเข้ามาช่วยกัน อนุรักษ์ สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านั้น ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาอันทรงคุณค่าของแต่ละท้องถิ่น ส่งต่อจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งได้อย่างภาคภูมิใจ อาจมีการบูรณาการองค์ความรู้ร่วมกัน ในหลากหลายภูมิปัญญาในท้องถิ่น หรือเกิดจากการประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนิน ชีวิตประจำวันของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ

### 2.5.5 การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นวิถีในการดำเนินชีวิตที่สั่งสมของคนในชุมชน ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้น อย่างเป็นระบบ เป็นที่ยอมรับ จนเกิดเป็นกระบวนการและเกิดการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งอย่างมคุณค่า โดยนักวิชาการได้มีการกล่าวถึง การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ดังนี้

วิภาดา คำเจริญลาภ (2559: 17 – 18) กล่าวถึงการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ว่า สามารถทำได้หลายลักษณะ ดังนี้

1. การสืบทอดองค์ความรู้หรือภูมิปัญญากันในชุมชน ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับด้านการประกอบอาชีพของคนในหมู่บ้านที่แทบทุกครัวเรือนทำกัน ซึ่งอาจจะเป็นอาชีพเสริมหรือรองจากการทำไร่ทำนาที่เป็นอาชีพหลักของชุมชน เช่น การผลิตเครื่องปั้นดินเผา การจักสาน เครื่องมือเครื่องใช้ การทอผ้าพื้นเมือง ซึ่งสมาชิกในชุมชนหรือท้องถิ่นเคยชินและคลุกคลี กันเคยมาตั้งแต่สมัยเด็ก ภายใต้สภาพการดำรงชีวิตประจำวันปกติ

2. การสืบทอดภูมิปัญญากันในครัวเรือน เป็นการสืบทอดองค์ความรู้ ความชำนาญเฉพาะเรื่อง คือ ภูมิปัญญานั้นเป็นความสามารถเฉพาะตัวของบุคคล หรือเป็นภูมิความรู้เฉพาะของครอบครัวใดครอบครัวหนึ่ง เช่น ความสามารถทางด้านปรงยาสมุนไพรในการใช้รักษาโรคแบบแผนโบราณ งานช่างศิลป์ ช่างฝีมือ ที่ต้องการความละเอียดประณีต ต้องอาศัยความชำนาญ อดทน ฝึกฝน องค์ความรู้ในด้านพิธีกรรมต่าง ๆ โดยองค์ความรู้นี้จะถ่ายทอดกันในวงแคบและเฉพาะเจาะจงกันในครอบครัว และเครือญาติ หรือตระกูลนั้น ๆ ซึ่งบางสิ่งบางอย่างมีการหวงแหน และถือเป็นความลับในสายตระกูลเท่านั้น

3. การฝึกจากผู้รู้ ผู้ชำนาญ ผู้ทรงภูมิเฉพาะด้าน เป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญา หรือลักษณะขององค์ความรู้ที่ผู้สนใจอยากเรียนรู้ ไปขอรับการถ่ายทอดองค์ความรู้หรือข้อมูลทางวิชาการ โดยที่ผู้รู้ ผู้ชำนาญ ผู้ทรงภูมิ อาจเป็นจะเป็นคนในเครือญาติหรือไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรงก็ได้ หรืออาจอยู่นอกชุมชนก็ได้ เป็นลักษณะไปขอเรียนรู้ เช่น ช่างศิลป์ จิตรกร ช่างลงรักปิดทอง ช่างโบสถ์ ช่างลายไทย ช่างฟ้อน ช่างทอง และหมอด้าย เป็นต้น

4. การฝึกฝนและค้นคว้าด้วยตนเอง เป็นลักษณะความชอบส่วนบุคคล ที่เกิดจากความสนใจส่วนตัว และเกิดการเรียนรู้ด้วยตัวเองจนกลายเป็นลักษณะขององค์ความรู้หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น อาจเป็นลักษณะของอาชีพ ความชำนาญหลายอย่างเกิดขึ้นด้วยคิดค้น ดัดแปลง และพัฒนาขึ้นมาด้วยตนเอง แล้วถ่ายทอดองค์ความรู้นั้นไปสู่ลูกหลาน เช่น การฟ้อนรำ การสร้างบ้านทรงไทย การแกะสลักหิน เป็นต้น

5. ความรู้ความชำนาญที่เกิดขึ้นจากความบังเอิญของการค้นพบ หรือเป็นสิ่งลึกลับ ความเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่สามารถพิสูจน์ด้วยหลักและกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ได้ เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นโดยตนเองไม่ได้สนใจหรือไม่ได้คาดคิดมาก่อน มีเรื่องของวิญญานหรืออำนาจลึกลับเข้าสิงมาบอกในลักษณะร่างทรง ทำให้มีความสามารถในการรักษาโรคและช่วยเหลือคนในท้องถิ่นได้

ชาติ สองแควสมบูรณ์ (2557: 45) ได้แสดงความคิดเห็นและสรุปเกี่ยวกับ การถ่ายทอดภูมิปัญญา ไว้ว่า การถ่ายทอดภูมิปัญญา คือ การส่งทอดองค์ความรู้ ความเข้าใจจากบุคคลหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับว่าเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ผู้ทรงภูมิในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างแท้จริง ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมีลายลักษณ์อักษร และไม่มีลายลักษณ์อักษรก็ได้ โดยมีองค์ประกอบในการถ่ายทอด ดังต่อไปนี้ คือ 1) องค์คติ (Concepts) ได้แก่ ความเชื่อ ความคิดความเข้าใจ คติ คำสอน สุภาษิต อุดมการณ์ต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต เป็นต้น 2) องค์พิธีการ (Usages) ได้แก่ ขนบธรรมเนียม ประเพณี พิธีกรรม วัฒนธรรม ซึ่งจะแสดงออกมาในรูปแบบของพิธีกรรมต่าง ๆ ในแต่ละท้องถิ่น เช่น พิธีแต่งงาน พิธีการตั้งศพ และการแต่งกาย เป็นต้น 3) องค์วัตถุ (Instrumentary and Symbolic objects) ได้แก่ สิ่งประดิษฐ์ที่มีรูปร่างเป็นรูปธรรม สามารถจับ สัมผัสได้ต้องได้ เช่น ผลผลิตทางศิลปกรรมต่าง ๆ งานฝีมือศิลปหัตถกรรม และองค์วัตถุที่ไม่มีรูปร่าง แต่เป็นเครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์สื่อสารความหมายต่าง ๆ เช่น ภาษาเขียน ภาษาพูด และการไหว้ เป็นต้น

วินัย ชูโชติ (2559: 23) ได้กล่าวไว้ว่า การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถทำได้ใน 2 ลักษณะ ดังนี้ คือ 1) วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาให้แก่เด็กและเยาวชน เนื่องจากเด็กเป็นวัยที่เรียนรู้โลกรอบ ๆ ตัวเอง วิธีและกระบวนการขั้นตอนในการถ่ายทอดภูมิปัญญาหรือองค์ความรู้ จึงเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ อย่างง่าย ไม่สลับซับซ้อน สนุกสนาน และมีความดึงดูดต่อความสนใจ เช่น การละเล่น การเล่านิทาน การทดลองปฏิบัติ หรือการเข้าร่วมปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่แปลกใหม่และน่าสนใจ ตลอดจนการเล่นปริศนา คำทายต่าง ๆ เป็นต้น 2) วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาให้แก่ผู้ใหญ่ ผู้ใหญ่เป็นวัยที่ถือว่าผ่านประสบการณ์ต่าง ๆ มาเป็นเวลานานพอสมควร อีกทั้งยังเป็นวัยทำงาน มีความรับผิดชอบระดับหนึ่ง มีความสามารถในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ได้ระดับหนึ่ง ที่ดีกว่าเด็กและเยาวชน วิธีการถ่ายทอดองค์ความรู้หรือ

ภูมิปัญญา จึงสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เช่น วิธีการบอกเล่าโดยตรง หรือบอกเล่าโดยผ่านพิธีสู่ขวัญ พิธีกรรมทางศาสนา พิธีกรรมทางธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นต่าง ๆ วิธีการฝึกปฏิบัติจนเกิดเป็นความชำนาญ กลายเป็นทักษะในการนำไปประกอบอาชีพ ทำมาหากินเลี้ยงชีพ

วงศกร บุรณสกุลวงศ์ (2560: 78) กล่าวว่า การถ่ายทอดภูมิปัญญา สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับบริบทของสังคมและตัวบุคคล ที่เป็นผู้คิดค้นภูมิปัญญาหรือองค์ความรู้ในเรื่องนั้น ๆ หลักในการถ่ายทอดภูมิปัญญา สามารถสรุปได้ว่าสามารถทำได้ 7 วิธี ดังนี้

1. การบอกเล่า การบรรยาย ด้วยภาษา ในลักษณะที่เป็นการสื่อสารพื้นฐานของมนุษย์ เป็นวิธีที่สะดวกและเป็นพื้นฐานที่สุดของวิธีการทั้งหมด เป็นการสื่อสารที่มีความชัดเจนที่สุด แต่อาจทำให้เกิดการผิดพลาดได้ ถ้าหากผู้ทรงภูมิปัญญานั้น ๆ ไม่มีความชำนาญเท่าที่ควรในการสื่อสาร

2. การสาธิต เป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้หรือภูมิปัญญา ในลักษณะลงมือทำให้ดู ประกอบการสื่อสารผ่านด้วยภาษาพูด ซึ่งทำให้เกิดการชัดเจนมากยิ่งขึ้นในการสื่อสาร แต่จะต้องมีการวางแผนการในการสาธิตอย่างชัดเจนเป็นขั้นตอนอย่างเหมาะสมในการถ่ายทอดองค์ความรู้

3. การฝึกปฏิบัติจริง เป็นวิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาที่ทำกันมาอย่างช้านาน ซึ่งทำให้ผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ สามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ความรู้ในภูมิปัญญาเหล่านั้นได้อย่างละเอียดลึกซึ้งที่สุด เพราะการปฏิบัติจริงจะทำให้ผู้ที่ต้องการเรียนรู้เกิดองค์ความรู้ที่ชัดเจนมากจากการได้ลงมือปฏิบัติจริง ความรู้ที่เกิดขึ้นจะคงทนและยาวนานกว่าวิธีอื่น ๆ และสามารถถ่ายทอดต่อไปยังคนอื่น ๆ ได้

4. การถ่ายทอดโดยการเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นการนำสื่อมาใช้เป็นตัวช่วยในการเรียนรู้ เพื่อการถ่ายทอดภูมิปัญญา โดยผู้เรียนสามารถเลือกใช้สื่อที่ตนเองสนใจได้ตามความสะดวกของแต่ละบุคคล ซึ่งในยุคของสื่อดิจิทัลได้รับการนิยม ทำให้สามารถเป็นทางเลือกได้อย่างหลากหลาย

5. วิธีถ่ายทอดโดยจัดรูปแบบของแหล่งเรียนรู้ อาจมีการจำลองวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ หรือการจำลองสถานการณ์ให้ผู้เรียนได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา หรือการศึกษาเรียนรู้ เช่น การจำลองวัฒนธรรม จำลองการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

6. การถ่ายทอดด้วยวิธีการใช้การแสดงพื้นบ้านเป็นสื่อกลาง ซึ่งวิธีนี้ก็ใช่อีกวิธีหนึ่งที่สามารถทำให้ผู้เรียนหรือรับการสืบทอด ได้เห็นภาพเกี่ยวกับองค์ความรู้หรือภูมิปัญญาได้อย่างชัดเจน แต่ผู้เรียนรู้หรือรับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจะต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับภูมิปัญญาในเรื่องดังกล่าวมาก่อน



7. การถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านการจดบันทึก เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งถือเป็นหลักฐานที่มีค่าทางประวัติศาสตร์ เพราะเป็นตัวอักษรที่สื่อสารได้อย่างชัดเจน เกิดข้อบิดเบือนในการสื่อสารได้ยาก

ดุลยภาพ วงศ์ชาติ (2556: 34) กล่าวว่า การถ่ายทอดภูมิปัญญา คือ การส่งต่อองค์ความรู้ หรือสิ่งที่เป็นภูมิปัญญาที่มีค่าของชุมชน อาจถ่ายทอดผ่านกระบวนการต่าง ๆ ตามบริบทที่เหมาะสมกับตัวบุคคลที่เป็นเจ้าของภูมิปัญญา เช่น การถ่ายทอดผ่านการบอกเล่า การถ่ายทอดผ่านตัวอักษรด้วยวิธีการจดบันทึก หรือการถ่ายทอดผ่านการปฏิบัติ เป็นต้น

จากการศึกษารวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องในข้างต้น สามารถสรุปเกี่ยวกับการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้ว่า สามารถทำได้ด้วยวิธีการที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับบริบทของผู้ทรงภูมิความรู้ ผู้เชี่ยวชาญ ประชาชนท้องถิ่น ซึ่งจะใช่วิธีการขั้นตอนตามความถนัดของตนเองและตามรูปแบบขององค์ความรู้ภูมิปัญญาที่เกิดขึ้น เช่น การบอกเล่า การบรรยาย การสาธิต การฝึกปฏิบัติ การแสดง และการจดบันทึกผ่านตัวอักษร เป็นต้น เพื่อให้เกิดการเผยแพร่ สืบต่อดองค์ความรู้ไปยังคนรุ่นใหม่อย่างยั่งยืนสืบไป

## 2.6 ผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่

หม้อห้อม หรือ ม่อฮ่อม เป็นผ้าพื้นเมือง ที่ทำจากผ้าฝ้าย มีสีน้ำเงินเข้ม ได้จากการย้อมด้วยต้นห้อมที่ให้สีธรรมชาติสวยงาม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าและสรุปความรู้เกี่ยวกับ ผ้าหม้อห้อม ไว้ดังนี้

### 2.6.1 ความหมายของหม้อห้อม (MOA-HOAM)

พงศ์พัฒน์ ดวงแก้ว (2556: 15) กล่าวว่า คำว่า “หม้อห้อม” เป็นภาษาพื้นเมืองภาคเหนือ เกิดจากรวมคำว่า “หม้อ กับ ห้อม” ซึ่งคำว่าหม้อ หมายถึง ภาชนะอย่างหนึ่งที่ใช้บรรจุน้ำหรือของเหลวต่างๆ ส่วนคำว่า ห้อม หมายถึงพืชล้มลุกชนิดหนึ่งในตระกูลคราม เรียกว่า ต้นห้อม คำว่า หม้อห้อมสามารถเขียนได้หลายแบบ เช่น ม่อฮ่อม ม่อห้อม หม้อฮ่อม หม้อห้อม ทุกคำล้วนมีความหมายที่เหมือนกัน

ศศิภรณ์ อัมราพรณ (2559: 19) กล่าวถึงความหมายของคำว่า หม้อห้อม เป็นชื่อเรียกเสื้อคอกลม แขนสั้น ผ่าอกตลอด มักย้อมสีน้ำเงินเข้มหรือดำ เขียนเป็น “ม่อห้อม” หรือ “ม่อฮ่อม” ก็มี หม้อห้อมเป็นเครื่องแต่งกายพื้นบ้านของไทย ตั้งแต่ไทลื้อในสิบสองปันนา ลาวในประเทศลาว และไทลื้อนาทางภาคเหนือของประเทศไทย

พัฒน์ กรองการณย์ (2553: 25) กล่าวถึง หม้อห้อม ไว้ว่า การย้อมผ้าโดยใช้น้ำสีย้อมที่ได้มาจากการนำต้นห้อมมาหมักในน้ำ จนใบห้อมเน่า ได้น้ำสีเขียวไข่กา มีกลิ่นเหม็น จากนั้นนำใบห้อมที่เน่าแล้วคัดออกทิ้งไป และนำใบห้อมใหม่มาหมักในน้ำเดิมจนเน่าเหม็นเข้มข้นขึ้น ได้น้ำห้อมสีฟ้า จากนั้นกรองกาก

หม้อเนาทั้งไป เหลือไว้แต่เพียงน้ำห้อม เมื่อนำน้ำที่ได้ไปหมักกับปูนขาว กวนให้ขึ้นฟอง เมื่อนำมาทำปฏิกิริยากับอากาศ จะได้น้ำสีน้ำเงินเข้มหรือสีคราม เมื่อกรองเอาแต่น้ำสี ใส่ในหม้อดินใบใหญ่จึงเรียกว่า หม้อห้อม

การย้อมผ้าหรือเส้นด้ายให้เป็นสีหม้อห้อม จะต้องย้อมหลาย ๆ ครั้ง โดยผสมขมิ้น ผักส้มป่อยเผา หรือน้ำมะขามเปียก และน้ำด่างที่ได้จากการเกรอะขี้เถ้าและเหล้าป่า หรือน้ำอ้อย ผ้าหม้อห้อมเมื่อใช้งานไปนาน ๆ สีจะซีดลง และต้องนำกลับมาย้อมใหม่อยู่เสมอ ซึ่งต่างจากผ้าสีคราม ที่ได้จากการย้อมด้วยสีสังเคราะห์ทางเคมี ซึ่งสีจะไม่ซีด เมื่อผ่านการซักล้าง (แดง หวังวิวัฒนา, 2557: 56)

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2533) กล่าวว่า เสื้อ “ม่อฮ่อม” หรือ “หม้อห้อม” เป็นเสื้อผ้าฝ้าย ย้อมสีคราม ดำ คอกลม ผ่าอก แขนยาวหรือแขนสั้น มีทั้งแบบที่ใช้กระดุมกลัดและที่ใช้ผ้าเย็บเป็นเชือกผูก เป็นเสื้อที่ชายชาวภาคเหนือ สวมใส่กันเป็นปกติในชีวิตประจำวัน ปัจจุบันเสื้อหม้อห้อมได้เปลี่ยนแปลง พัฒนารูปแบบของเสื้อให้มีความสวยงามยิ่งขึ้น และได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วประเทศ เพราะสวมสบาย ทนทาน และราคาถูก บางครั้งบางครั้งเสื้อหม้อห้อมยังได้รับเกียรติให้เป็นเสื้อสำหรับใส่ในงานเลี้ยงอาหารในโอกาสรับรองแขกต่างบ้านต่างเมืองด้วย

โสภณ ฉลอมพันธ์ (2558: 15) กล่าวว่า หม้อห้อม เป็นชื่อผ้าย้อมพื้นเมืองสีกรมท่าที่สร้างชื่อเสียงให้กับเมืองแพร่มานานแล้ว ผ้าหม้อห้อมกลายเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความงามทางวัฒนธรรมการแต่งกายของคนเมืองแพร่อย่างแท้จริง บ่งบอกถึงความเป็นชาติพันธุ์ที่มีประวัติศาสตร์ ที่เกิดการสืบทอดรุ่นสู่รุ่นอย่างมีคุณค่าจากชนชั้นบรรพบุรุษมาอย่างยาวนาน แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชาวเมืองแพร่

สุกานดา คำเจริญ (2556: 17 – 18) กล่าวว่า ต้นฮ่อม เป็นไม้ล้มลุกชนิด *Baphicacanthus Cusia* Brem ในวงศ์ *Acanthaceae* พืชร่วมตระกูล ได้แก่ ฟ้ายทะเลลายโจร คราม พญาขอ ทองพันชั่ง เป็นต้น ลักษณะลำต้นตั้งตรง มีกิ่งก้านสาขา ใบเป็นใบเดี่ยวเรียงตรงกันข้ามรูปวงรี ขอบใบหยักเป็นฟันเลื่อยละเอียด ใบเมื่อโตเต็มที่จะมีขนาดเท่ากับฝ่ามือของผู้ใหญ่ ดอกออกเป็นช่อ ที่ช่อกใบมีดอกย่อยหลายดอก กลีบดอกสีม่วงเชื่อมติดกันเป็นหลอดโค้งงอเล็กน้อย ลำต้นสูงประมาณ 50 - 100 เซนติเมตร ขยายพันธุ์ด้วยลำต้นนำมาปักชำไว้รากจะงอกบริเวณข้อ

ต้นฮ่อมจะเติบโตได้ดีในที่ที่มีแดดรำไร มีความชุ่มชื้นสูง และน้ำซึมตลอดเวลา ใบฮ่อมสามารถเก็บมาหมักใช้ทำสีครามได้เมื่อเข้าปีที่ 2 ระยะของการเก็บไม่จำกัด ขึ้นอยู่กับว่าจะออกแขนงช้าหรือเร็ว ถ้าฮ่อมต้นใหญ่จะตัดทั้งกิ่งและใบมาใช้ แต่ถ้ายังเป็นต้นเล็กก็จะใช้ใบเป็นหลัก โดยนำเอาต้นและใบฮ่อมมาหมักในหม้อที่บรรจุน้ำตามกรรมวิธีที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ ทำให้ได้น้ำสีครามที่จะนำมาย้อมผ้าขาวให้เป็นผ้าคราม ที่เรียกกันว่า ผ้าม่อฮ่อม หรือ ผ้าหม้อฮ่อม ซึ่งเป็นผ้าที่ชาวแพร่และคนไทยทั่วประเทศนิยมใช้

กันทุกเพศทุกวัย รวมถึงชาวต่างชาติ ก็นิยมใช้ผ้าหม้อห้อมกันมาก เพราะผ้าหม้อห้อมเป็นผ้าย้อมที่สวมใส่สบายเหมาะกับอากาศร้อนอย่างเมืองไทย เนื้อผ้าดี สีสันทสวยงาม ดูแลรักษาง่าย และราคาถูก

ดังนั้นจึงสามารถสรุปความหมายของคำว่า ผ้าหม้อห้อม ว่า เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถูกคิดค้นขึ้นในหลายจังหวัดทางภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศไทย เป็นผ้าพื้นเมืองที่ทำมาจากผ้าฝ้าย ที่นำไปผ่านกระบวนการย้อมแบบโบราณ ซึ่งจะมีสีเป็นสีน้ำเงินเข้ม สีกรม หรือสีครามน้ำเงิน สีที่เกิดขึ้นได้จากการสกัดสีจากต้นห้อมซึ่งให้สีตามธรรมชาติสวยงาม

## 2.6.2 ประวัติความเป็นมาของผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่

จากบทสัมภาษณ์เรื่องผ้าหม้อห้อมของเหลือ ทงสุข (2555) กล่าวถึง ประวัติความเป็นมาของผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่ ได้กล่าวไว้ว่า จังหวัดแพร่เป็นแหล่งกำเนิดของผ้าหม้อห้อม ความเป็นมาของผ้าหม้อห้อม เกี่ยวข้องกับประวัติของบ้านทุ่งโฮ้ง ซึ่งเป็นแหล่งผลิตผ้าหม้อห้อมแหล่งใหญ่ที่สุด และมีชื่อเสียงที่สุดของจังหวัดแพร่ ชาวบ้านทุ่งโฮ้งเป็นกลุ่มชนที่มีเชื้อสายลาวพวน ซึ่งได้อพยพเข้ามาอยู่ที่บ้านทุ่งโฮ้งนานแล้ว และได้นำเอาวัฒนธรรมการทอผ้าและการย้อมผ้า โดยใช้ต้นและใบห้อมมาย้อมทำให้ผ้าฝ้ายเกิดเป็นสีครามหรือสีกรมท่า ซึ่งเป็นการย้อมแบบดั้งเดิม แต่ไม่มีหลักฐานการบันทึกว่า เริ่มทำกันมาตั้งแต่เมื่อไหร่ แต่คาดว่าน่าจะมีการทำมาหลายชั่วอายุคน โดยการทำสืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นพ่อแม่

ผ้าหม้อห้อมในอดีตทำจากผ้าฝ้ายทอมือมีสีชาที่ผ่านการทอด้วยกี่ หลังจากนั้นจึงนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้า แล้วนำมาย้อมด้วยสีที่ได้มาจากการหมักห้อม ในปัจจุบันมีการทอผ้าฝ้ายด้วยกี่แบบพื้นเมืองน้อยลงจึงทำให้ผ้าทอมีราคาแพง การตัดเย็บเสื้อผ้าหม้อห้อมจึงมีการใช้ผ้าดิบตัดเย็บแล้วย้อมด้วยน้ำหอมธรรมชาติหรือสีหม้อห้อมวิทยาศาสตร์

เอกลักษณ์ของผ้าหม้อเมืองแพร่ ชาวเหนือโดยทั่วไปรู้จักผ้าหม้อห้อมเมืองแพร่กันเป็นอย่างดีและนิยมใช้อย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นผ้าฝ้ายที่มีความทนทาน เนื้อผ้ามีน้ำหนักเบา ทำให้สวมใส่สบายไม่ร้อนเกินไป และสีย้อมเข้มทำให้ไม่เปื้อนง่าย เมื่อสวมใส่ทำงานในไร่นาแล้วนำมาซักยังคงดูสะอาด ประกอบกับรูปแบบของการตัดเย็บเป็นแบบเรียบง่าย คนทุกวัยจึงสามารถใช้ได้ นอกจากนี้เสื้อผ้าหม้อห้อมยังเป็นผ้าที่ดูแลรักษาง่าย อีกครั้งราคาไม่แพงเกินไป สามารถใส่ได้ในหลายโอกาส

ขั้นตอนในการทำผ้าหม้อห้อม มีวัตถุดิบและอุปกรณ์ในการทำ คือ ต้นห้อมสำหรับทำสีย้อมผ้า ฝ้ายทอมือสีชา น้ำด่าง ปูนขาว แป้งมัน โองหรือหม้อดิน ถุงมือยาง ไม้พาย ปีบ กะละมัง ตะกร้า กระทะ ขั้นตอนการทำผ้าหม้อห้อมเริ่มจาก การทำสีครามจากต้นห้อมตัดต้นหอม นำกิ่งและใบมาทำเป็นมัด ๆ นำใบและกิ่งที่มัดไว้ไปแช่น้ำเปล่าไว้ 2 คืน เมื่อแช่ครบ 2 คืนแล้ว นำกากต้นหอมออก นำปูนขาว

ผสมกับน้ำที่แช่ได้ แล้วตีให้เกิดฟอง เติมนุ่นขาวจนกว่าฟองที่ได้จะเป็นสีน้ำเงิน ทิ้งให้น้ำที่ได้ตกตะกอน หรืออาจจะใช้ผ้าขาวบางกรอง นำหัวครามที่ได้นั้นมาผสมกับน้ำต่าง น้ำต่างได้มาจากการกรองน้ำซี้เถ้าที่ได้จากการหุงต้ม และปูนขาว ใส่ลงไปในหม้อ นำเส้นผ้าที่ต้องการย้อม คือ ผ้าฝ้าย มาทำความสะอาดเอาแป้งออกโดยการต้มน้ำหรือแช่น้ำไว้ 2 คืน นำผ้าที่ทำความสะอาดแล้วมาย้อมในหม้อโดยใส่ผ้าครั้งละ 4 - 5 ตัวต่อหนึ่งหม้อ นำผ้าที่ย้อมเสร็จแล้วไปตากให้แห้งแล้วขยี้ให้ทั่วเนื้อผ้าประมาณ 10 - 15 นาที นำมาย้อมแล้วนำไปตาก 3 - 4 ครั้งขึ้นอยู่กับสีที่ต้องการ ถ้าต้องการสีที่เข้มมาก ก็ย้อมให้วนครั้ง เมื่อได้ผ้าตามสีที่ต้องการแล้วนำไปซักทำความสะอาดก่อน

ผ้าหม้อห้อมถือว่าเป็นผ้าพื้นเมือง ที่เกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้าน ที่รังสรรค์โดยการเอาวัตถุดิบจากธรรมชาติ มาย้อมผ้าฝ้ายสีขาวธรรมดาให้กลายเป็นผ้าสีน้ำเงินเข้ม สวยงามแบบธรรมชาติ มีเอกลักษณ์ น่าสวมใส่ และเป็นผ้าที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ให้รุ่นลูกรุ่นหลานได้สืบทอดต่อไป

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2533) กล่าวว่า หม้อฮ่อม หรือ หม้อห้อม เป็นคำภาษาถิ่นล้านนา โดยแท้จริงไม่ได้หมายถึงเสื้อ แต่หมายถึง สีของเสื้อที่เป็นสีครามอมดำ ปัจจุบัน ถ้าพูดถึง หม้อห้อม จะหมายถึง เสื้อดังกล่าวข้างต้น เสื้อชนิดนี้มีใช้เสื้อสำหรับผู้ชายชาวล้านนาสวมใส่มาแต่เดิม แต่เสื้อที่ชายชาวล้านนานิยม คือ เสื้อผ้าฝ้ายสีขาวแบบที่เรียกว่า เสื้อห้าตุ๊ก หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ตัวก้อมแฉอลอย

เสื้อหม้อห้อม เกิดขึ้นภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยเริ่มที่จังหวัดแพร่ เนื่องจากพวกลาวพวนที่อพยพเข้าไปอยู่ที่อำเภอเมืองแพร่ ได้เย็บเสื้อผ้าฝ้ายย้อมสีครามด้าออกจำหน่ายแก่คนงาน และลูกจ้างทำป่าไม้ขึ้นก่อน จึงได้รับความนิยมซื้อสวมใส่กันแพร่หลาย ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2496 นายไกรศรี นิมมานเหมินท์ ได้จัดงานเลี้ยงอาหารแบบชนโตกเพื่อเป็นเกียรติแก่ ฯพณฯ นายสัญญา ธรรมศักดิ์และกงสุลอเมริกัน ขึ้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และได้กำหนดให้ผู้มาร่วมงานสวมเสื้อผ้าฝ้ายคอกลม ย้อมสีคราม คาดผ้าขาวม้า หลังจากงานนี้จึงมีผู้นิยมใช้เสื้อหม้อฮ่อมกันแพร่หลายยิ่งขึ้น คนทั่วไปจึงคิดว่าเป็นเสื้อประเพณีนิยมสำหรับชายชาวล้านนา (อ้างอิงจาก : <http://www.royin.go.th> สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม พ.ศ. 2561)

### 2.6.3 วิวัฒนาการของผ้าหม้อห้อม

ประสงค์ จันทร์ดี (2558: 11) กล่าวถึง วิวัฒนาการของหม้อห้อม ไว้ว่า ด้วยคุณสมบัติของผ้าหม้อห้อมด้านความทนทาน ราคาถูก สามารถหาซื้อได้ง่าย รวมถึงความเชื่อที่ว่าฝ้ายย้อมครามไม่มีกลิ่นเหม็นอับ คนทั่วไปจึงรู้จักผ้าหม้อห้อมเมืองแพร่กันเป็นอย่างดี และนิยมใช้อย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นผ้าที่เนื้อผ้ามีน้ำหนักเบา สวมใส่สบาย ไม่ร้อนเกินไป และสีที่ย้อมก็เป็นสีเข้มทำให้ไม่เปื้อนง่าย

รูปแบบของการตัดเย็บเป็นแบบเรียบง่าย สามารถใส่ได้ทุกเพศทุกวัยและใส่ได้หลายโอกาส เช่น สวมใส่ในงานวันสงกรานต์ วันขึ้นปีใหม่ งานลอยกระทง งานไหว้พระธาตุ งานบุญประจำปี เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหม้อห้อมเป็นผ้าไทยที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่น และเหมาะสมกับทุกฤดูกาล

ด้วยกระแสนิยมความเป็นไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการรณรงค์ฟื้นฟูให้แต่งกายด้วยผ้าพื้นเมืองและส่งเสริมการใช้สินค้าไทยซึ่งเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้าน ก็ยิ่งทำให้เกิดความนิยมในการใช้เสื้อผ้าหม้อห้อมมากขึ้น หม้อห้อมเมืองแพร่จึงโด่งดังไปทั่วประเทศ จนมีคำกล่าวที่ว่า “.. ใครมาเมืองแพร่แล้วต้องซื้อผ้าหม้อห้อม ไม่เช่นนั้นจะถือว่ามาไม่ถึงเมืองแพร่..” หม้อห้อมจึงกลายเป็นสัญลักษณ์และสินค้าประจำจังหวัดแพร่ในปัจจุบัน จึงเป็นโอกาสดีแก่ผู้ประกอบการอาชีพในการทำผ้าหม้อห้อมที่สามารถผลิตออกมาแล้วขายได้มากขึ้น (กัญญา ฉลอมวงศ์สุข, 2558: 17)

ประสงค์ จันท์ดี (2558: 28) กล่าวเพิ่มเติมว่า เมื่อความต้องการหม้อห้อมมีมากขึ้น ตลาดจึงกว้างขึ้น การแข่งขันทางด้านราคาก็สูงตามขึ้นไปด้วย ส่งผลถึงการผลิตหม้อห้อมที่ต้องหันไปใช้ผ้าจากโรงงาน ซึ่งมีความสะดวกสบายและเพิ่มปริมาณการผลิตได้มากขึ้น กรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมนั้นก็เริ่มหายไป แต่เดิมนั้นจะใช้ครามเปียกที่ได้จากต้นฮ่อม หรือต้นครามที่ปลูกขึ้นกันเอง แล้วนำมาใช้ทำเป็นสีย้อมผ้าก็กลายเป็นครามที่พ่อค้าใส่กระป๋องแล้วนำมาขาย ถึงช่วงหนึ่งก็เปลี่ยนเป็นครามเกล็ดที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเป็นถังใหญ่ แบ่งขายเป็นกิโลกรัม ส่วนพัฒนาการด้านน้ำด่างนั้นที่เคยได้จากขี้เถ้าในครัวก็กลายเป็นขูดหัวกล้วยหรือต้นผักโขมหนามนำมาตากแห้งแล้วเผาเอาขี้เถ้า จนมาช่วงหลังก็เป็นด่างที่เป็นผงขาว ๆ จากโรงงานอุตสาหกรรม

วันดี วิสารัตนา (2557: 13) ได้กล่าวถึงสภาพปัจจุบันของผ้าหม้อห้อม ถูกแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ ถ้าพูดถึงคำว่าหม้อห้อมแท้ ก็จะหมายถึงหม้อห้อมที่ย้อมสีผ้าดิบในหมู่บ้านหรือในชุมชนเอง ส่วนอย่างอื่น จะหมายถึงหม้อห้อมที่ย้อมด้วยสีเคมีจากโรงงานเสร็จแล้วนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้า

ซึ่งในช่วงปี พ.ศ. 2545 กระแสความต้องการผ้าย้อมสีธรรมชาติมีมากขึ้น ความสนใจในเรื่องการผลิตผ้าหม้อห้อมของผู้ประกอบการ ก็มีมากขึ้นตามไปด้วย จึงมีการสั่งซื้อครามเปียกมาจากทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตลอดจนหาซื้อต้นฮ่อมจากหมู่บ้านในพื้นที่ป่าซีกตะวันออกของเมืองแพร่ นอกจากนี้ ยังมีภาคเอกชนบางรายที่พยายามส่งเสริมให้มีการปลูกต้นฮ่อมอีกด้วย

ในปี พ.ศ. 2547 หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมหลาย ๆ ด้านเพื่อพัฒนาคุณภาพ พัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนเรื่องหม้อห้อม พัฒนาระบบการจัดการ ส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตที่มีคุณภาพ รวมทั้งมีการส่งเสริมการปลูกหม้อห้อมให้มากขึ้น การส่งเสริมสารพัดด้านเหล่านี้ทำให้ผลิตภัณฑ์หม้อห้อมมีความหลากหลายมากขึ้น มีสีสันหลากหลายเข้ามาแต่งแต้ม

กับสีโทนคราม น้ำเงิน ส่วนรูปแบบผลิตภัณฑ์ก็ประยุกต์เป็นของใช้อื่น ๆ เช่น ปลอกหมอน ผ้าปูโต๊ะ เบาะรองนั่งม่าน และอีกมากมายหลายชนิด

ศรายุธ สมประสงค์ (2557: 34) กล่าวว่า หม้อห้อมแท้แบบดั้งเดิมจะมีเพียง 2 แบบ คือ เสื้อกุยเฮงคอกกลมกระดุมขาว และกางเกงขาก๊วย ภาษาเหนือเรียก “เตี้ยวกี้” หม้อแท้เมื่อนำไปซักในครั้งแรกจะตกสี โดยธรรมชาติแล้วคุณสมบัติของสีครามที่ใช้ย้อมผ้าหม้อห้อมนั้นสีจะตก จึงมีคำพูดที่ว่า “หม้อห้อมแท้ สีจะต้องตก” แต่กรรมวิธีที่ช่วยให้สีครามตกน้อยลง โดยการแช่ผ้าในน้ำเกลือหรือหัวน้ำส้มไว้ 1 คืนก่อนการซักครั้งแรก หลังจากนั้นก็ซักตามปกติโดยแยกซักออกจากผ้าที่มีสีอ่อน ผ้าหม้อห้อมนั้น ยิ่งซักก็จะยิ่งสวย ซึ่งสีครามนี้จะตกอยู่ประมาณ 4 - 5 ครั้ง จากนั้นสีก็จะอยู่ตัว ไม่ตก ผ้าหม้อห้อมที่ผ่านกรรมวิธีการย้อมโดยใช้สีจากต้นฮ่อมหรือต้นคราม ซึ่งเป็นสีธรรมชาตินี้ ถือเป็นหม้อห้อมแท้ของเมืองแพร่ ที่มีคุณสมบัติพิเศษ คือ สวมใส่สบายและเมื่อสวมใส่ไปนานๆ สีของเสื้อผ้าจะดูสวยงามขึ้น

นฤมล ทองดี (2557: 76) กล่าวถึงวิวัฒนาการของหม้อห้อมไว้ว่า การทำผ้าหม้อห้อม เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้าน ที่สั่งสมและสืบทอดจากบรรพบุรุษมานานกว่า 100 ปี โดยเฉพาะผ้าหม้อห้อมที่บ้านทุ่งโฮ้ง จังหวัดแพร่ ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นแหล่งผลิตผ้าหม้อห้อมที่มีชื่อเสียงที่สุด ที่สืบทอดกระบวนการผลิตได้ครบวงจร ตั้งแต่การเก็บวัตถุดิบ ขั้นตอนกระบวนการผลิต การทำเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ตลอดจนการจำหน่ายในท้องถิ่น แต่ละบ้านต่างมีวิธีการและเทคนิคการย้อมที่แตกต่างกัน จนถือเป็นมรดกที่คนในอาชีพเดียวกันจะไม่ถามไถ่ถึงสูตรการย้อม

แต่ปัจจุบันการอนุรักษ์ ส่งเสริม และสืบสานภูมิปัญญาการทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิม ของคนในชุมชนเริ่มสูญหาย เพราะคนรุ่นหลังไม่ให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาพื้นบ้าน อีกทั้งระยะหลังเมื่อครามที่จะนำมาใช้เป็นสีย้อมผ้านั้นมีราคาสูงขึ้น ทำให้ได้รับผลตอบแทนน้อย และไม่สามารถแบกรับต้นทุนที่สูงนี้ได้ ประกอบกับต้องเจอกับกลิ่นครามที่มีกลิ่นเหม็น และสีครามติดมือเวลาเย็บผ้า จึงเปลี่ยนไปทำงานที่ได้อาชีพดีกว่า

รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น เทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าและทันสมัยขึ้น รสนิยมการแต่งกายเปลี่ยนไป แต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่เป็นแฟชั่น ตลอดจนความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตประจำวัน เหล่านี้ล้วนเป็นเหตุให้คนรุ่นหลังหันไปประกอบอาชีพอื่นมากขึ้น โดยไม่ให้ความสนใจต่อการทำผ้าหม้อห้อมอันเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านของชุมชนตนเอง ทำให้ภูมิปัญญาพื้นบ้านนี้ถูกละเลยและกำลังจะเสื่อมหายไป

ศิริลักษณ์ สังข์ทอง (2557: 24) กล่าวถึงทิศทางผ้าหม้อห้อมในอนาคต ไว้ว่า การผลิตผ้าหม้อห้อมของจังหวัดแพร่ นอกจากจะเป็นการทำให้มีเสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายแล้ว ยังเป็นการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน กา รที่ชุมชนเห็นคุณค่าของธรรมชาติและรู้จักนำมาใช้ประโยชน์ใน

ชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการคงไว้ซึ่งภูมิปัญญา และการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ การถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในชุมชน ตลอดจนการที่ชุมชนเกิดการจัดการโดยชุมชนเอง เช่น การรวมกลุ่มกัน เพื่อจัดตั้งเป็นสหกรณ์ เป็นต้น ดังนั้นผ้าหม้อห้อมหรือผ้าย้อมคราม จึงมิใช่เป็นเพียงผ้าสีน้ำเงินเข้มธรรมดาทั่วไปผืนหนึ่งเท่านั้น แต่หม้อห้อมยังเป็นผ้าที่นอกจากจะมีคุณสมบัติเฉพาะตัว ในเรื่องกลิ่นและสี ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะผืน ซึ่งต่างกับผ้าที่ผลิตจากโรงงานแล้ว ยังแฝงด้วยความทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจของผู้ทอและผู้ย้อม จึงทำให้เสื้อผ้าหม้อห้อมรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายชนิดจากผ้าหม้อห้อมของจังหวัดแพร่ ซึ่งย้อมด้วยสีครามจากธรรมชาติ กลายเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ได้รับคามนิยม ทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในทวีปยุโรปและประเทศญี่ปุ่น จนผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งนี้เป็นเพราะผ้าหม้อห้อมหรือผ้าย้อมครามเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ถือเป็นงานหัตถกรรมที่มีสีเป็นเอกลักษณ์เฉพาะผืน ไม่ซ้ำแบบใคร จึงนับได้ว่าเป็นงานศิลปะอีกแขนงหนึ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ส่งเสริม และถ่ายทอดให้ตกทอดแก่รุ่นลูกหลาน

พัชรินทร์ เกื่อรอง (2558: 12) กล่าวว่า ปัจจุบันผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการทำ หรือย้อมผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่ มักจะเป็นคนที่มีอายุช่วง 40 - 50 ปีขึ้นไป จึงเป็นที่น่ากังวลว่า หากเยาวชนคนรุ่นหลังไม่สนใจเรียนรู้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทอผ้าหรือย้อมหม้อห้อม ไม่เห็นความสำคัญในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม อีกทั้งหากไม่มีการจัดเป็นหลักสูตรท้องถิ่น ไว้ในระบบการเรียนการสอนสำหรับเด็กและเยาวชนในชุมชนแล้ว อีกไม่นานผ้าหม้อห้อมย้อมสีธรรมชาติ ก็คงจะเหลือแต่เพียงเรื่องเล่าไว้เป็นความทรงจำอันน่าเศร้าของภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ถูกลืมเลือนไปจากสังคมไทยในที่สุด

#### 2.6.4 คุณค่าและประโยชน์ของผ้าหม้อห้อม

สมพร สมประภาส (2557: 51) กล่าวถึง คุณค่าทางภูมิปัญญาของผ้าหม้อห้อม ไว้ว่า จากการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการย้อมผ้า จะพบว่าบรรพบุรุษของคนไทยในอดีต มีภูมิความรู้ที่ลึกซึ้ง จนสั่งสมและสืบทอดมาเป็นภูมิปัญญาที่น่าสนใจ นั่นคือ การเลือกสรรสีย้อม และเนื้อผ้า โดยการเลือกใช้ดินฮ่อม หรือดินครามมาย้อมสี และเป็นสีย้อมที่ใช้กันแพร่หลายในอดีตจนถึงปัจจุบัน และเป็นผ้าที่มีการผลิตและใช้สอยมากกว่าผ้าชนิดอื่น เพราะใช้ทำเป็นเครื่องนุ่งห่มในชีวิตประจำวัน

ผ้าหม้อห้อมหรือผ้าย้อมครามนั้น จะมีกลิ่นครามติดอยู่ ผ้าเหล่านี้ไม่ค่อยมีแมลงมากัดกินเนื้อผ้าให้เสียหาย เพราะแมลงไม่ชอบกลิ่นของครามนั่นเอง เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่า บรรพชนได้คัดเลือกสรรวัสดุในการย้อมสีจากธรรมชาติ ที่มีคุณสมบัติในการป้องกันแมลง กลิ่นของฮ่อมหรือครามนั้นหอมลึกกลับและปลอดภัยสำหรับคน แต่แมลงจะไม่ชอบกลิ่นนี้ จึงไม่มาเข้าใกล้หรือกัดกินผ้าที่ย้อมด้วยฮ่อมหรือคราม อีกประการหนึ่ง คือ สีครามเกิดขึ้นจากปฏิกิริยาออกซิไดซ์ของเนื้อสีของน้ำคราม กับออกซิเจนในอากาศ

ผู้ทำหรือผู้ย้อมผ้าจึงเลือกที่จะย้อมสีผ้าในเวลากลางวัน เพราะพีชรอบตัวเราคายออกซิเจนออกมาในเวลาช่วงกลางวัน บ่อหมักย้อมหรือครามจึงมักจะอยู่ในที่อากาศถ่ายเทสะดวก มีต้นไม้พุ่มที่มีใบเขียวปลูกอยู่รอบ ๆ

วัฒนา ดวงเดือน (2559: 34) ได้กล่าวว่า คุณค่าความสำคัญของหม้อห้อม มีมากมายหลายประการ ดังนี้ คือ

1. ผ้าหม้อห้อม ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดแพร่ ที่ได้รับการสืบทอดต่อกันมา จากบรรพบุรุษสู่ลูกหลาน ซึ่งแต่เดิมจะผลิตเพื่อใช้ในครอบครัวมาจนถึงปัจจุบัน ที่ผลิตมากขึ้นจนสามารถผลิตออกจำหน่ายเป็นอาชีพ ที่ช่วยสร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชน ตลอดจนสร้างความเป็นปึกแผ่น มั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับท้องถิ่น

2. สร้างความภาคภูมิใจแก่คนในชุมชน ปัจจุบันผ้าหม้อห้อม กลายเป็นสัญลักษณ์และสินค้าประจำจังหวัดแพร่ ที่คนทั่วไปรู้จักเป็นอย่างดี อันนำมาซึ่งชื่อเสียงและความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของคนในชุมชน

3. สร้างความสมดุลระหว่างคนกับสังคมและธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากกรรมวิธีการผลิตที่ใช้กระบวนการทางธรรมชาติ ด้วยวัตถุดิบจากธรรมชาติจึงไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ ก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างคนกับสังคมและธรรมชาติได้อย่างเหมาะสม และยั่งยืน

4. ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มสมาชิกก่อตั้งเป็นกลุ่มอาชีพ และสมาชิกในกลุ่มหรือในชุมชน ได้ร่วมคิดร่วมทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ก่อให้เกิดความสามัคคีในชุมชนตนเอง ร่วมมือกันพัฒนาศักยภาพจนเป็นกลไกหลักในการทำงานกับชุมชน

กล่าวได้ว่าการผ้าหม้อห้อม เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านที่มีคุณค่าควรแก่การศึกษา อนุรักษ์ ถ่ายทอด และสืบทอดไว้ให้เป็นสมบัติของชาวจังหวัดแพร่และคนไทยทั้งชาติ ซึ่งสอดคล้องกับที่ พรทิพย์ ธนบูรณ์ (2558: 32) ที่ได้กล่าวว่า การอนุรักษ์การผลิตผ้าหม้อห้อมเพื่อไว้ใช้สอยกันเองในครอบครัว สังคม ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ

จนเมื่อเกิดการแลกเปลี่ยนมาสู่การผลิตเพื่อจำหน่าย โดยมีกระแสการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อมสีธรรมชาติ เป็นแรงจูงใจ ทำให้สามารถผลิตเป็นอาชีพที่สร้างรายได้และเศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น เกิดการบริหารจัดการในหลาย ๆ ด้าน เพื่อให้มีระบบในการดูแลภูมิปัญญามากขึ้น เช่น การจัดตั้งเพื่อรวมกลุ่มกันเป็นสมาคมหรือชมรม ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม การจัดหาวัตถุดิบ ตลอดจนการลงทุนและการจำหน่าย เป็นต้น



ดังนั้นจึงควรอนุรักษ์ไว้ให้อนุชนรุ่นหลังได้สืบทอด ทั้งเรื่องของขั้นตอนกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม รวมถึงการประยุกต์และพัฒนารูปแบบต่าง ๆ ให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด โดยไม่สูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของผ้าหม้อห้อม ซึ่งจะเป็นการอนุรักษ์ ส่งเสริม ถ่ายทอด และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่านี้ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมสืบไป อันจะก่อให้เกิดความรัก ความหวงแหน และภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของชุมชนตนเอง อีกทั้งยังสามารถนำมาประกอบเป็นอาชีพเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติได้อย่างยั่งยืน (สุนทรี ภากรรัตน์, 2559: 51)

ฉัตรมงคล ประชารัตน์ (2558: 18) ได้กล่าวว่า เมืองแพร่ เป็นเมืองหนึ่งในแคว้นล้านนา มีเสื้อหม้อห้อมเป็นสัญลักษณ์ที่รู้จักกันแพร่หลาย มีกระบวนการย้อมหม้อห้อมจากธรรมชาติสืบทอดกันมายาวนานในภูมิภาค ซึ่งเป็นหลักฐานบ่งบอกถึงความหลากหลายทางฐานธรรมชาติดั้งเดิมที่มีอยู่ แต่ก่อนนี้พื้นที่แห่งนี้มีป่าไม้ดงหนา ชุ่มชื้น เหมาะสำหรับพืชที่ให้สีครามอย่างต้นหม้อแพรพันธุ์อยู่ได้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสั่งสม ให้ผู้คนสังเกตว่าต้นไม้นี้ให้สีได้ และเรียนรู้ถึงวิธีการย้อมจากใบสด ๆ จากการหมักกรองกากออก ตีกับปูนขาวหรือปูนแดง ไม่มีปูนก็เผาเปลือกหอย ตะกอนที่ได้ถึงจะนำมาหมักแช่กับน้ำต่างจากซี้เถ้าเดิมอาหารด้วยกล้วย อ้อย สับปะรด เดิมสีด้วยเปลือกไม้ ความรู้นี้มักจะถ่ายทอดจากแม่สู่ลูก เป็นของมีค่าเคลือบไว้ด้วยความเชื่อว่า หม้อห้อม มีวิญญาณที่ต้องปฏิบัติต่อบอย่างคนต่อคน

กันตภาส วิวัฒน์พันธุ์ (2557: 23) กล่าวถึง ประโยชน์ของผ้าหม้อห้อม ไว้ว่า ผ้าหม้อห้อมสามารถอุปโภคบริโภคให้กับคนในท้องถิ่น ชุมชน และประเทศชาติ ดังนี้

1. เป็นเสื้อผ้านุ่มห่มได้
2. ใส่ในงานพิธีกรรมต่างๆ เช่น งานบวช งานศพ เป็นต้น
3. นำมาใช้เป็นของฝาก ของที่ระลึกได้
4. อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. เป็นเสื้อหม้อห้อมที่ย้อมจากสีธรรมชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 6) สร้างรายได้

ให้แก่ชาวบ้านในชุมชน

จากการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง คุณค่าและประโยชน์ของผ้าหม้อห้อม สามารถสรุปได้ว่า หม้อห้อมมีคุณค่าอันนับประการ ทั้งในด้านของการสร้างรายได้ในชุมชน การร่วมกันดูแลรักษาอนุรักษ์ทรัพยากรทางปัญญาของบรรพบุรุษ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีค่าควรแก่การสืบทอดไปยังคนรุ่นหลัง ด้วยความภาคภูมิใจ

## 2.6.5 กระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อม

โชคชัย วิทวัสศิลป์ (2556: 15) กล่าวถึงกรรมวิธีในการทำเสื้อหม้อห้อม ไว้ว่า การทำเสื้อหม้อห้อม จัดเป็นงานที่ต้องอาศัยความชำนาญจากผู้ทำโดยตรง เริ่มจากการนำเอาผ้าฝ้ายสีขาว แต่เดิมจะเก็บดอกฝ้ายเฉพาะดอกที่แก่จัดเท่านั้นซึ่งดอกจะแตกให้เห็นปุยฝ้ายสีขาว ก็จะเก็บมาผึ่งแดดให้แห้งสนิทและเก็บสิ่งสกปรกที่เจือปนออก แล้วนำมาอัดและปั่น จากนั้นจึงนำไปทอด้วยกี่ หลังจากนั้นจึงนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าตามแบบ หรือตัดเป็นผืนเป็นชิ้น แล้วจึงนำมาย้อมด้วยสีที่ได้จากการหมักต้นฮ่อม สมัยก่อนจะทอและย้อมไม่มากนักเพราะทำไว้ใช้แค่ในครัวเรือน

ต่อมามีการผลิตเพื่อจำหน่ายมากขึ้น แต่การทอผ้าด้วยกี่แบบพื้นเมืองน้อยลง ประกอบกับความต้องการของผู้บริโภคมีมากขึ้น ส่งผลให้การทอผ้าแบบดั้งเดิมผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ผ้าฝ้ายทอมือจึงมีราคาแพงขึ้น เพราะต้องใช้เวลาในการทอนาน และคนไม่ค่อยนิยมทอผ้า การทำเสื้อหม้อห้อมจึงต้องหันไปใช้ผ้าดิบจากโรงงานทอผ้าเพราะประหยัดเวลา และลดขั้นตอนการผลิต แล้วจึงนำมาย้อมด้วยสีจากน้ำฮ่อมธรรมชาติ หรือสีฮ่อมจากการสังเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์

การทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมใช้วัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ และมีขั้นตอนการผลิต ดังนี้ วัตถุดิบประกอบด้วย 1) ต้นฮ่อมสำหรับทำสีย้อมผ้า 2) ผ้าฝ้ายทอมือสีขาว 3) น้ำด่าง และ 4) แป้งมัน สำหรับอุปกรณ์ในการผลิตผ้าหม้อห้อม จะประกอบด้วย 1) โองหรือหม้อ 2) ถุงมือยาง 3) ไม้พาย 4) ปิ๊บ 5) กะละมัง 6) กระทะขนาดใหญ่ และ 7) ตะกร้าตาห่าง (รัชนิพร เพชรกลับ, 2557: 12)

รัชนิพร เพชรกลับ (2557: 13) กล่าวถึง ขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบสำหรับการทำผ้าหม้อห้อม ว่ามีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การทำสีย้อมผ้าจากต้นฮ่อม นำลำต้นและใบของฮ่อมมามัดเป็นกำแช่น้ำไว้ในถังหรือโองน้ำขนาดใหญ่ ประมาณ 2 - 3 วัน จนต้นและใบฮ่อมเน่าได้ที่ น้ำที่ได้จะเป็นสีครามเข้ม นำปูนขาวมาผสม ตีจนเป็นฟองให้เข้ากัน แล้วกรองน้ำออกจะได้สีย้อมเป็นสีครามเข้ม ส่วนตะกอนก็เก็บไว้เป็นหัวครามนำไปใช้ได้ตลอดทั้งปี

2. การทำน้ำคราม นำปิ๊บหรือถังใส่ซี้เถ้า เจาะรูเล็ก ๆ ด้านล่างให้น้ำไหลออกได้ แล้วเทน้ำใส่จนเต็ม นำถังเปล่ารองน้ำด่างที่ได้จากการกรองน้ำซี้เถ้า น้ำด่างที่นำมาใช้เป็นน้ำใสที่อยู่ตอนบน น้ำที่ได้จะมีฤทธิ์เป็นด่าง เวลาจับจะรู้สึกสั่นเหมือนน้ำสบู่ นำน้ำด่างที่ได้มาใช้เป็นตัวละลายสีคราม ที่ได้จากการหมักต้นฮ่อม เทน้ำด่างใส่โองหรือหม้อใบใหญ่ แล้วเทน้ำครามตามลงไป จากนั้นใส่ปูนขาวพอ ประมาณคนให้เข้ากัน จะได้น้ำครามที่พร้อมสำหรับการจก ซึ่งการจก คือ การเติมออกซิเจนลงไปโองหมัก ด้วยการใช้ขันตักน้ำหมักยกเทจากที่สูงลงในโองหมัก เพื่อให้เกิดฟองอากาศ หลังจากได้น้ำหมักคราม แล้วก็นำผ้า

มาจุ่มลงในโอ่ง กระบวนการย้อมนี้เรียกว่า การย้อมเย็น

3. การทำน้ำครามร้อน เป็นขั้นตอนการทำหลังจากการย้อมเย็น ด้วยการนำกระทะตั้งไฟใส่น้ำเมื่อน้ำเดือด เทน้ำครามที่ได้จากการหมักต้นฮ่อมหรือต้นคราม ประมาณ 1/2 ลิตรใส่กระทะ คนให้เข้ากัน จะได้น้ำครามที่พร้อมสำหรับการย้อมเอาผิวผ้า กระบวนการนี้เรียกว่า การย้อมร้อน

4. การต้มแป้งมัน ก่อนทำการรีดน้ำแป้งมันสำหรับผสมกับน้ำคนให้เข้ากัน แล้วนำไปตั้งไฟ เมื่อน้ำต้มแป้งเดือดเทใส่กะละมัง ขั้นตอนนี้เรียกว่า การลงแป้ง

รัชนิพร เพชรกลับ (2557: 14) ได้กล่าวต่อเกี่ยวกับขั้นตอนการทำเสื้อผ้าหม้อห้อมว่า ความยุ่งยากของการทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมอยู่ที่การเตรียมสีย้อม แต่หลังจากที่ได้จัดเตรียมสีย้อมจากต้นฮ่อมไว้ในโอ่งเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนการย้อมก็ทำได้ง่ายขึ้น ๆ ดังนี้

1. นำผ้าฝ้ายสีขาวอาจจะเป็นผ้าฝ้าย หรือผ้าดิบก็ได้ ตัดเย็บเป็นเสื้อหรือกางเกงตามแบบและขนาดที่ต้องการให้เรียบร้อย หรืออาจตัดผ้าเป็นผืนก็ได้ นำไปแช่ในโอ่งหรือถังน้ำสะอาดธรรมดา เพื่อให้แป้งที่ติดมากับเนื้อผ้าหลุดออกหมด จากนั้นนำผ้ามาตากแดดให้แห้ง

2. นำเสื้อหรือผ้าที่ตากจนแห้งหมาด ๆ มาใส่ตะกร้า นำตะกร้าจุ่มลงในโอ่งบรรจุสีย้อมที่เตรียมไว้ แล้วขยำผ้าโดยต้องสวมถุงมือยางด้วยทุกครั้ง ถ้าไม่ขยำจะทำให้สีของเนื้อผ้าไม่สม่ำเสมอ จากนั้นนำผ้าที่ขยำแล้วมาผึ่งแดดไว้จนหมาด นำผ้าที่ตากไว้ซึ่งแห้งหมาด ๆ มาทำซ้ำอย่างเดิมอีกประมาณ 5 ครั้ง จนผ้าเป็นสีครามเข้ม การย้อมซ้ำหลายครั้งมีข้อดี คือ สีครามที่ย้อมจะติดผ้าทั่วทั้งผืนเสมอกัน และสีที่ย้อมจะติดทนนาน

3. เมื่อเสื้อหรือผ้าที่ผ่านกระบวนการย้อมเย็นไปแล้ว 6 ครั้ง แห้งหมาด ๆ ก็นำผ้ามาผ่านกระบวนการย้อมร้อน นั่นหมายความว่าให้นำผ้าไปต้ม โดยใส่ผ้าลงในกระทะจำนวนพอประมาณ แล้วใช้ไม้พายคนให้ผ้าเข้ากับน้ำประมาณ 15 - 20 นาที จากนั้นจึงนำผ้าไปผึ่งแดดให้แห้งหมาด ๆ

4. นำเสื้อหรือผ้าที่แห้งหมาด ๆ มาจุ่มในกะละมังที่เตรียมไว้สำหรับลงแป้ง ปิดพอหมาด ๆ แล้วนำมาตากแดด

5. นำเสื้อหรือผ้าที่แห้งหมาด ๆ มาทำกระบวนการรีด โดยการนำมาจุ่มลงในน้ำแป้งที่เตรียมไว้แล้ว ขยำให้ทั่ว ปิดให้แห้งหมาด ๆ นำไปตากแดดให้แห้ง

6. นำเสื้อหรือผ้าที่แห้งแล้วมาพรมน้ำให้ทั่ว นำเตารีดที่เป็นแบบเตาถ่าน โดยเตาถ่านจะให้ความร้อนสูงกว่าเตาไฟฟ้า ซึ่งมีถ่านอยู่เต็มทำการรีดผ้า โดยต้องเตรียมเตาอีกตัวหนึ่งไว้รอเพื่อให้การรีดต่อเนื่องและให้ได้ความร้อนคงที่

กรีน ตำนล่าง (2557: 54) กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคในการผลิตผ้าหม้อห้อม ว่า ผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิม เป็นผ้าที่มีเนื้อดี มีความคงทน จึงเป็นที่นิยมของคนทั่วไปใช้สวมใส่กันเป็นอย่างมาก ผู้ผลิตจึงได้คิดค้นพัฒนารูปแบบขึ้นหลากหลายเพื่อให้เข้ากับยุคสมัย ซึ่งแต่เดิมเคยใช้ผ้าฝ้ายนำมาทอที่แล้วย้อมด้วยต้นห้อมหรือต้นคราม ปัจจุบันนิยมใช้ผ้าดิบย้อมสีวิทยาศาสตร์ซึ่งซื้อหาได้ง่ายกว่า และสะดวกกว่าวิธีเดิม ถึงแม้ว่าผ้าหม้อห้อมจะเป็นที่นิยมของคนทั่วไป ซึ่งก็หมายถึงมีการผลิตและการจำหน่ายเป็นจำนวนมาก และทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นนั้น แต่ปัญหาในการผลิตและการจำหน่ายเสื้อผ้าหม้อห้อมก็มากเช่นกัน ดังนี้

1. ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ 1.1) วัตถุดิบที่ใช้มีราคาสูงขึ้น เช่น ผ้าดิบ สีย้อม และค่าแรงในการตัดเย็บ เป็นต้น แต่ราคาขายยังเท่าเดิม 1.2) ปัญหาในด้านการผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ การตัดเย็บด้วยฝีมือที่ไม่ได้มาตรฐาน และรูปแบบไม่ทันสมัย และ 1.3) กระบวนการและขั้นตอนการผลิตที่มีความยุ่งยาก ซับซ้อน คนทำต้องมีความตั้งใจ และมีความชำนาญพอสมควร คนรุ่นหลังจึงไม่สนใจทำหรือสนใจเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตผ้าหม้อห้อม

2. ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ 2.1) ปัจจุบันมีผู้ผลิตเสื้อผ้าหม้อห้อม หรือร้านค้าที่จำหน่ายเสื้อผ้า และผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมจำนวนมาก จึงทำให้ผู้ขายแต่ละรายตัดราคาและแย่งตลาดกันเอง 2.2) ผู้ผลิตบางรายต้องการจำหน่ายเสื้อผ้าหม้อห้อมจำนวนมากจึงตั้งราคาให้ต่ำลง จึงมีการแข่งขันด้านราคาสูง 2.3) ขาดการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐด้านการตลาด การจัดจำหน่าย และการส่งออก รวมถึงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ในภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดแพร่ รวมถึงตลาดที่รองรับในปัจจุบันยังมีอยู่จำนวนน้อย

3. ปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียน ปัญหาการขาดเงินทุนหมุนเวียนของผู้ผลิต เนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายย่อย จึงไม่มีเงินทุนหมุนเวียนในระยะยาว หากจำหน่ายเสื้อผ้าหม้อห้อมที่ผลิตออกมาแล้วไม่ได้ก็จะมีปัญหา เงินลงทุนจม และมีของค้างสต็อก เนื่องจากเสื้อผ้าหม้อห้อมจะขายได้ดีเฉพาะช่วงเทศกาลสงกรานต์เท่านั้น

กรวิทย์ สิ้นสิริวงศ์ (2558: 11) ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดเกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมไว้ ดังนี้

1. ด้านการผลิต หน่วยงานราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนให้มีการฝึกสอนคนรุ่นใหม่และพัฒนาผู้ผลิตเดิม ทั้งด้านการย้อมสีหม้อห้อม การตัดเย็บและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยการจัดหาวิทยากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน ให้การอบรม และชี้แนะเทคนิคในการผลิตเสื้อผ้าหม้อห้อมให้เกิดแรงจูงใจและความคิดที่จะพัฒนาเทคนิคการผลิต พัฒนารูปแบบ และพัฒนาคุณภาพ

ตลอดจนปรับปรุง ขั้นตอนการผลิตให้มีความซับซ้อนน้อยลง มีการตัดเย็บที่ได้มาตรฐานและมีรูปแบบหลากหลายมากขึ้น โดยกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพซึ่งจะเป็นผลดีต่อผู้ผลิต และส่งผลให้การทำหม้อห้อมของชาวแพร่ ยังคงอยู่ต่อไป

2. ด้านการตลาด ได้มีข้อเสนอแนะว่า 2.1) ผู้ผลิตต้องพัฒนารูปแบบให้หลากหลาย โดยนำรูปแบบของเสื้อผ้าแฟชั่นสมัยใหม่ มาดัดแปลงเพื่อเป็นการดึงดูดใจให้ผู้ซื้อที่มีความสนใจ และต้องการมากขึ้น 2.2) หน่วยงานภาครัฐควรเน้นการประชาสัมพันธ์ถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ เพื่อเป็นการเผยแพร่และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปมากยิ่งขึ้น 2.3) รณรงค์ให้มีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าหม้อห้อมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ อันจะเป็นการอนุรักษ์และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย 2.4) หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุน การหาตลาด เพื่อการจัดจำหน่ายให้แพร่หลายมากขึ้น และควรกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

3. ด้านเงินทุนหมุนเวียน เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตผ้าหม้อห้อมและประหยัดค่าขนส่ง ควรส่งเสริมให้มีการลงทุนด้านโรงงานทอผ้าดีขึ้น อันจะเป็นการลดปัญหาการว่างงานของคนในชุมชน การกระจายรายได้ในท้องถิ่น รวมทั้งควรส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นสหกรณ์ เพื่อระดมเงินทุนสำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตและจำหน่าย ตลอดจนรวมตัวกันเพื่อดำเนินกิจกรรมที่เป็น การสร้างรายได้ให้กับกลุ่ม เช่น การนำสินค้าไปแสดงและจำหน่ายตามงานเทศกาลต่าง ๆ ทั้งในเขตจังหวัดแพร่ และตามจังหวัดอื่น ๆ ให้ทั่วทุกภาค รวมถึงในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นการสร้างรายได้และให้ผ้าหม้อห้อมเป็นที่รู้จักแพร่หลายของคนทั่วไป

วารุณี พลีสัตย์สุจริต (2558: 11) ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการผลิตผ้าหม้อห้อม ว่ามีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการทำสีคราม จะประกอบด้วยวัสดุ ได้แก่ 1) ดันครามที่มัดแล้ว 2) น้ำด่าง 3) ปูนขาว และ 4) น้ำซี้ถา ซึ่งขั้นตอนในการทำสีคราม มีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.1 ให้ตัดดันครามตอนอากาศเย็นๆ นำมาเป็นมัดเป็นท่อน ๆ จากนั้นแช่น้ำเปล่า 2 คืน ผลที่ได้เกิดขึ้นคือ น้ำที่แช่จะมีลักษณะออกเป็นสีเขียว

1.2 นำน้ำปูนขาวผสมกับน้ำครามแล้วใส่ปูนขาว จากนั้นตีแรง ๆ คนสมัยก่อนเรียกว่าชวคราม นั่นคือ การตีจนฟองเป็นสีน้ำเงินแสดงว่าพอดีกับปูน แล้วจึงปล่อยให้ตกตะกอน ซึ่งจะเรียกว่าหัวคราม

1.3 นำหัวครามเทลงไปในน้ำกรองซี้ถา คนให้เข้ากัน จากนั้นทิ้งไว้ประมาณ 3 - 5 วัน แล้วสังเกตให้น้ำเป็นสีเขียว จะแสดงให้ว่า สามารถนำมาใช้ทำหม้อห้อมได้ หากยังไม่ได้สีเขียว ให้ใช้น้ำขาว

ข้าวกับน้ำมะขามส้มผสมลงไป แล้วคนให้เข้ากันและทิ้งไว้อีก 1 วัน จะทำให้เกิดเป็นสีเขียวจะขึ้น

2. ขั้นตอนการพิมพ์ลวดลาย การทำลวดลายบนผ้าหม้อห้อม สามารถทำได้ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 นำแม่พิมพ์จุ่มน้ำเทียนต้ม โดยที่น้ำเทียนที่ใช้จะต้องร้อน เพื่อการหลอมตัวที่ดี ก่อนการนำมาใช้สร้างลวดลายของผ้าหม้อห้อม

2.2 เมื่อนำแม่พิมพ์จุ่มน้ำเทียนต้มแล้ว ให้นำมาปั๊มบนผ้าฝ้ายที่ได้เตรียมไว้

2.3 นำผ้าหม้อห้อมที่สร้างลวดลายแล้ว ไปตากในที่ร่ม ห้ามนำไปจากแดด เพราะถ้าหากนำไปตากแดด เทียนที่นำมาสร้างลวดลายจะละลาย

3. ขั้นตอนการย้อมสี จะมีกระบวนการดังนี้

3.1 ให้พลิกผ้าในน้ำครามในระยะเวลาประมาณ 7 - 8 นาที จนทั่วเนื้อผ้า กรณีที่เป็นผ้าที่มีลวดลาย เพื่อให้เกิดการซึมของน้ำครามได้ทั่วผืนผ้า

3.2 นำผ้าที่ย้อมสีแล้วไปตากในที่ร่มเท่านั้น เพราะถ้าตากแดดเทียนจะละลาย และส่งผลทำให้ลวดลายหายไป

3.3 นำผ้าที่ผ่านการย้อมสีและตากแล้ว มาลอกเทียนออก ด้วยวิธีการต้มลงไปใต้น้ำร้อน เพื่อให้เทียนละลาย คงเหลือแค่ผ้าหม้อห้อมที่เป็นลวดลายตามที่ต้องการ

#### 2.6.6 ลวดลายผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่

หทัยรัตน์ เพ็ญแก้ว (2556: 17) กล่าวว่า การออกแบบลวดลายบนผ้าหม้อห้อมที่ทำในปัจจุบันนิยมใช้เป็น ลวดลายในธรรมชาติ คือ รูปแบบที่มีความสม่ำเสมออย่างชัดเจนซึ่งพบได้ในโลกธรรมชาติ ลวดลายเหล่านี้เกิดขึ้นซ้ำ ๆ ในบริบทที่ต่างกัน และบางครั้งสามารถถูกกำหนดรูปแบบโดยแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ ลวดลายทางธรรมชาติ ได้แก่ ความสมมาตร ต้นไม้ ใบหญ้า เกลียวเถาวัลย์ ลำน้ำโค้ง ตัวต คลิ้น รอยแตก และรอยริ้ว เป็นต้น

กานดา คำทรัพย์เจริญ (2557: 58) กล่าวว่า ลวดลายที่นิยมนำมาออกแบบลงบนผืนผ้าหม้อห้อมมักจะออกแบบเป็นลวดลายธรรมชาติต่าง ๆ เช่น สัตว์สวยงาม ต้นไม้ ใบหญ้า เป็นต้น ลวดลายที่เป็นลักษณะของเรขาคณิต เช่น วงกลม วงรี สีเหลี่ยมรูปแบบต่าง ๆ สามเหลี่ยม และรูปแบบอื่น ๆ ที่มีความเป็นเรขาคณิต เป็นต้น และลักษณะลวดลายที่มีความเป็นนามธรรม เช่น ลวดลายที่เกิดจากการมัดย้อมตลอดจนลวดลายที่เกิดจากความบังเอิญ ซึ่งในบางครั้ง ผู้ออกแบบลวดลายของผ้าหม้อห้อมอาจใช้ความชำนาญในการสร้างสรรค์ลวดลาย เพราะทำมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน เป็นต้น

นพพร คุณอนันต์ (2559: 51) ได้กล่าวถึงข้อสังเกตเกี่ยวกับลวดลายของผ้าหม้อห้อมในปัจจุบัน นิยมทำออกมาในลักษณะที่หลากหลายตามสมัยนิยม ซึ่งลวดลายที่พบเหล่านี้แบ่งออกได้ 2 ลักษณะ คือ

1. ลวดลายเหมือนจริง เป็นลวดลายที่พบเห็นมากที่สุด เช่น คน สัตว์ ดอกไม้ ลายเถาวัลย์ และพืชพันธุ์ประเภทต่าง ๆ

2. ลวดลายสัญลักษณ์ เป็นลวดลายที่ผู้สร้างงานต้องการสื่อความหมายหรือบอกให้รู้ถึง บางสิ่งบางอย่าง ซึ่งไม่สามารถแปลความหมายได้ ต้องทำการศึกษาค้นคว้ากันต่อไป เช่น ภาพสามเหลี่ยม วงกลม หรือ ภาพสี่เหลี่ยมมีเส้นทแยงมุม เป็นต้น

วิกานดา วันทาวรรณ (2559: 11) กล่าวว่า การออกแบบลวดลายบนผ้าหม้อห้อม ส่วนใหญ่จะ เน้นลวดลายที่เป็นไทย แสดงออกถึงความ เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น หรือเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติ ไทย อาจจะมีการออกแบบโดยการนำแรงบันดาลใจมาจากสัตว์ในวรรณคดีไทยต่าง ๆ มาใช้ในการออกแบบ บนผ้าหม้อห้อม ทำให้เกิดเป็นผ้าหม้อห้อมที่มากด้วยคุณค่าแห่งศิลปวัฒนธรรมไทยโดยแท้จริง

พงษ์ศักดิ์ พวงพุ่ม (2555: 45) กล่าวถึงการออกแบบผ้าหม้อห้อมไว้ว่า ผ้าหม้อห้อม เป็นผ้า พื้นเมืองที่สำคัญของจังหวัดแพร่ โดยการสร้างลวดลายจะนิยมใช้เส้นด้ายพุ่งและยืน ที่ได้จากฝ้ายทอให้ เกิดลวดลายขัดธรรมดา ย้อมด้วยสีครามที่ได้จากต้นฮ่อมหรือต้นคราม จะได้ผ้ามีสีเดียวกันตลอดทั้งผืน ปัจจุบันนำมาตัดเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น กางเกง กระโปรง เสื้อ และผ้าเช็ดหน้า เป็นต้น

วัชร มณีแสง (2557: 17) กล่าวว่า การทอผ้าในภาคเหนือแถบล้านนาไทย ได้แก่ จังหวัดเชียงราย พะเยา ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน โดยเฉพาะในกลุ่มชาวไทยโยนก หรือไทยยวน และชาวไทยลื้อ ซึ่งเป็นกลุ่มชนดั้งเดิมของล้านนาไทย มีความเชื่อเรื่องการตั้งถิ่นฐาน ในสภาพแวดล้อมที่เป็นภูเขาและมีทางน้ำไหล ผู้หญิงไทยยวน และไทยลื้อในปัจจุบันนี้ ยังรักษาวัฒนธรรมการทอผ้า ในรูปแบบและลวดลายที่สืบทอดกันมา โดยเฉพาะการทอ ซิ่นตีนจก ผ้าขิด และผ้าที่ใช้เทคนิค “เกาะ” เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีชนกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มที่พูดภาษาตระกูลไท อาศัยอยู่ในแถบ ภาคเหนือบริเวณล้านนาไทย เช่น ลื้อ ลัวะ กะเหรี่ยง ไทยใหญ่ มอญ และไทยภูเขาเผ่าต่าง ๆ เช่น แม้ว มูเซอ อีกอ๋อ เย้า และลีซอ เป็นต้น ชนกลุ่มน้อย เหล่านี้ ต่างก็มีวัฒนธรรมการทอผ้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผ้าฝ้าย และตกแต่งเป็นลวดลายสัญลักษณ์ ที่แสดงเอกลักษณ์เผ่าพันธุ์ของกลุ่มชนของตนเองทั้งสิ้น

การทอผ้าไหมยกดอก และการทอซิ่นไหม ต่อตีนจก ยกดินเงินดินทองนั้น รู้จักกันในหมู่บ้านสูงชันในภาคเหนือ ซึ่งได้ฝึกอบรมให้หญิงชาวบ้านตามหมู่บ้านหลายแห่ง เช่น ในจังหวัดเชียงใหม่ และ ลำพูน รู้จักทอ จนทำกันเป็นอุตสาหกรรมในหมู่บ้านหลายแห่ง จนถึงทุกวันนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าผ้าที่ทอ

โดยกลุ่มชนต่าง ๆ ในภาคเหนือนี้ ต่างกลุ่มต่างก็มีเอกลักษณ์ของตนเอง จนผู้ที่คุ้นเคย ก็สามารถจะแยกออก และชี้ให้เห็นความแตกต่างจากกันได้

วัฒนา รัตนสกุลชัย. (2557: 23) กล่าวถึงลวดลายและสัญลักษณ์ในผ้าไทย ไว้ว่า ผ้าพื้นบ้านพื้นเมืองของไทยที่ทอกันตามท้องถิ่นต่าง ๆ ในปัจจุบันนี้เต็มไปด้วยลวดลาย และสัญลักษณ์ต่าง ๆ มากมาย ซึ่งผู้ใช้ผ้าในยุคปัจจุบันอาจไม่เข้าใจความหมาย และมองไม่เห็นคุณค่า

ลดาวัลย์ วรรณสกุล (2559: 34) กล่าวว่า ลวดลายและสัญลักษณ์บนผืนผ้าไทยและภูมิปัญญาไทย บางลายมีชื่อเรียกสืบต่อกันมาหลายชั่วคน บางชื่อก็เป็นภาษาท้องถิ่น ไม่เป็นที่เข้าใจของคนไทยในภาคอื่น ๆ เช่น ลายเอี้ย ลายบักจัน เป็นต้น บางชื่อก็เรียกกันมาโดยไม่รู้ประวัติ เช่น ลายแมงมุม ลายปลาหมึก ซึ่งแม้แต่ผู้ทอก็อธิบายไม่ได้ว่าทำไมจึงเรียกชื่อนั้น บางลวดลายก็มีผู้ตั้งชื่อให้ใหม่ เช่น ลายขอพระเทพ เป็นต้น สัญลักษณ์และลวดลายบางอย่าง ก็เชื่อมโยงกับคติและความเชื่อของคนไทยพื้นบ้าน ที่นับถือสืบต่อกันมาหลาย ๆ ชั่วอายุคน และยังสามารถเชื่อมโยงกับลวดลายที่ปรากฏอยู่ในศิลปะอื่น ๆ เช่น บนจิตรกรรมฝาผนัง และสถาปัตยกรรม หรือบางทีก็มีกล่าวถึงในตำนานพื้นบ้าน และในวรรณคดี เป็นต้น บางลวดลายก็เป็นคติร่วมกับความเชื่อสากล และปรากฏอยู่ในศิลปะของหลายชาติ เช่น ลายขอ หรือลายกันหอย เป็นต้น ซึ่งนับว่าเป็นลายเก่าแก่แต่โบราณของหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก หากเรารู้จักสังเกต และศึกษาเปรียบเทียบแล้ว ก็จะเข้าใจลวดลาย และสัญลักษณ์ในผ้าพื้นเมืองของไทยได้มากขึ้น และมองเห็นคุณค่าได้ลึกซึ้งขึ้น

จิตลดา จันทร์ดวง (2558: 15 – 18) กล่าวถึงลักษณะของลวดลายผ้าพื้นเมืองของไทยไว้ว่า ลวดลายบนผ้าไทยส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค และจะมีชื่อเรียกไปตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ บางลายใช้ศัพท์เฉพาะที่อาจจะเป็นภาษาถิ่น เพื่อให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ของตนเองในแต่ละท้องถิ่น โดยสามารถแบ่งลวดลายต่าง ๆ บนผ้าพื้นเมืองได้ดังนี้

1. ลวดลายต้นแบบ ผ้าพื้นเมืองของไทยเกือบทุกผืน จะปรากฏลวดลายพื้นฐานบางลายอย่างซ้ำแล้วซ้ำเล่า ลวดลายเหล่านี้จะเป็นลวดลายง่าย ๆ ซึ่งปรากฏอยู่บนศิลปะพื้นบ้านประเภทอื่น ๆ เช่น เครื่องปั้นดินเผา เครื่อง และจักสาน เป็นต้น ทั้งในประเทศไทยและในประเทศอื่น ๆ ลายที่ปรากฏอยู่บนผืนผ้าพื้นเมืองของไทย อาจจะแยกได้ดังนี้

- 1.1 ลายเส้นตรง หรือเส้นขาด ในทางตรงยาวหรือทางขวาง เส้นเดียว หรือหลาย ๆ เส้นที่วางในลักษณะที่ขนานกัน ลายเส้นตรงทางขวางเป็นลายผ้าที่ใช้กันทั่วไปในแถบล้านนาไทยมาแล้วแต่สมัยโบราณ จะเห็นได้จากจิตรกรรมวัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน และวิหารลายคำ วัดพระสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ ลายเส้นตรงทางยาวมักพบในผ้าถุงของคนไทยกลุ่มลาวโซ่ง ลาวพวน เป็นต้น ในภาค



อีสาน ลายเส้นตรงยาวสลับกับลายอื่น ๆ จะปรากฏอยู่ในผ้ามัดหมี่ ทั้งไหมและฝ้าย และบ่อยครั้งจะพบผ้ามัดหมี่อีสาน เป็นลายเส้นต่อ ที่มีลักษณะเหมือนฝนตกเป็นทางยาวลงมา หรือที่ประดับอยู่ในผ้าตีนจก เป็นเส้นขาดเหมือนฝนตก หรือลายเส้นขาดขวางเหมือนเป็นทางเดินของน้ำ เป็นต้น ลายเส้นตรงทั้งเส้นขวางและเส้นตั้งนั้น ยังเป็นลวดลายที่พบในผ้าพื้นเมืองของชาวลัวะ และชาวกะเหรี่ยง

1.2 ลายพื้นปลา ลายผ้ารูปแบบนี้จะปรากฏให้เห็นอยู่ตามเชิงผ้าของตีนจก และผ้าซิต ตลอดจนเป็นลายเชิงของชิ้นมัดหมี่ของผ้า ที่ทอในทุก ๆ ภาคของประเทศไทย ชาวบ้านทางภาคอีสานเรียกว่า ลายเอี้ย ซึ่งลายพื้นปลาอาจจะปรากฏในลักษณะทางขวาง หรือทางยาวก็ได้ บางครั้งจะพบผ้ามัดหมี่ที่ตกแต่งด้วยลายพื้นปลาทั้งผืนก็มี นอกจากนี้แล้วผ้าของชาวเขาเผ่าม้งทางภาคเหนือของประเทศไทย จะนิยมใช้ลายพื้นปลาประดับบนผืนผ้าพื้นเมืองจนกลายเป็นเอกลักษณ์

1.3 ลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หรือลายกากบาท เกิดจากการขีดเส้นตรงทางเฉียงหลาย ๆ เส้นมาตัดกัน ทำให้เกิดเป็นรูปกากบาทหรือลักษณะตารางสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนหลาย ๆ รูปติดต่อกัน ลวดลายลักษณะนี้พบมากอยู่บนผ้าจก ผ้าซิต และผ้ามัดหมี่ โดยทั่วไปทุกภาคของประเทศไทย ประเทศลาว ประเทศอินโดนีเซีย รวมถึงบนพรหมตะวันออกกลางก็ยังคงพบบนลวดลายผ้าของชาวเขาเผ่าม้ง กะเหรี่ยง ในประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาชนจีนด้วย

1.4 ลายขดเป็นวงเหมือนกันหอย หรือลายตะขอ ลวดลายลักษณะนี้จะพบอยู่ทั่วไปบนผ้าจก ผ้าซิต และผ้ามัดหมี่ของทุกภาค ชาวบ้านทางภาคเหนือ และภาคอีสานของประเทศไทย เรียกว่า ลายผักกูด ซึ่งเป็นชื่อของพืชตระกูลเฟิร์นชนิดหนึ่ง ในซาราวักของประเทศมาเลเซีย ก็เรียกว่า ลายผักกูด เช่นกัน

ลวดลายต้นแบบทั้ง 4 ลายที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นลวดลายที่มีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ และยังคงพบว่าเป็นลวดลายที่ตกแต่งอยู่บนภาชนะเครื่องปั้นดินเผาโบราณที่ขุดพบที่โคกพนม และที่บ้านเชียง ลายกันหอย (Spiral) และลายตัวขอ (Hook) เป็นลวดลาย และสัญลักษณ์ที่เก่าแก่มากในเอเชีย พบในบอเนียวและหมู่เกาะต่าง ๆ ในประเทศอินโดนีเซีย และพบในศิลปะของพวกเมารีในประเทศนิวซีแลนด์อีกด้วย สำหรับที่บ้านเชียงก็พบหลักฐานสำคัญเป็นแม่พิมพ์ดินเผา เข้าใจว่าใช้กลึงพิมพ์ลายผ้า ซึ่งมีลายเป็นเส้นขวาง เส้นยาวและเส้นพื้นปลา

2. ลวดลายผ้าพื้นเมืองที่พัฒนาจากต้นแบบจนเป็นภาพที่สื่อความหมายได้ จากลวดลายต้นแบบข้างต้น ซึ่งเป็นลายง่าย ๆ ที่มนุษย์อาจจะคิดขึ้นโดยธรรมชาติ ได้มีการพัฒนาประดิษฐ์เสริมต่อจนเป็นรูปร่างที่ชัดเจนขึ้น จนผู้ดูสามารถเข้าใจความหมายได้ ลวดลายที่พัฒนาจนสื่อความหมายได้ มีปรากฏอยู่ในผ้าพื้นเมืองของไทยอย่างมากมาย

2.1 จากเส้นตรง/ เส้นขาด ได้มีการพัฒนาขึ้นมาเป็นลายที่เกี่ยวกับน้ำและความอุดมสมบูรณ์ต่างๆ ในชุมชนเกษตรกรรม

2.2 ลายพื้นปลา ได้มีการพัฒนาเป็นรูปต่าง ๆ

2.3 ลายกากบาทและลายขนมเปียกปูน ได้มีการพัฒนาเป็นรูปลายต่าง ๆ ซึ่งลายขนมเปียกปูนภายในบรรจุรูปดาว 8 เหลี่ยม และภายในของดาว 8 เหลี่ยม มักจะมีกากบาทเส้นตรงอยู่ หรือบางทีก็ย่อลงเหลือขนมเปียกปูน กากบาทนั้นเป็นลายที่พัฒนาที่พบเห็นบ่อย ๆ ในดินจกและচিতของล้านนา และในมัดหมี่ของภาคอีสาน นอกจากนี้ยังพบในผ้าของหลายประเทศ เชื่อกันว่า ลวดลายดังกล่าวเป็นสัญลักษณ์ของดวงอาทิตย์ หรือโคมไฟในภาคอีสาน เรียกขานนี้ในผ้ามัดหมี่ว่า ลายโคม ซึ่งทั้ง 2 ลายนี้ จะมีลักษณะเป็นรูปขนมเปียกปูนผสมกับลายขอ หรือขนมเปียกปูนมีขายื่นออกมา 8 ขา พบในผ้าดินจกหรือচিত และมัดหมี่ เรียกชื่อกันต่าง ๆ เช่น ลายแมงมุมหรือลายปลาหมึก โดยบางครั้งลายนี้อาจจะมีขาเพียง 4 ขา ซึ่งจะเรียกว่า ลายปู นอกจากนี้ยังปรากฏบนผ้ายกดอกหรือผ้ามัดหมี่ ซึ่งบางแห่งนิยมเรียกว่า ลายดอกแก้ว หรือลายดอกพิกุล

2.4 จากลายตัวขอหรือก้นหอย ได้มีการนำมาเป็นลายต่าง ๆ อีกมากมาย ลวดลายลักษณะนี้จะปรากฏอยู่ทั่วไปบนผ้าจกและচিতของไทยลื้อในภาคเหนือของประเทศไทย และบนลายมัดหมี่ของภาคอีสานในประเทศไทย ซึ่งมักจะเรียกว่า ลายขอหรือขอนาค เพราะต่อมาได้เกิดการพัฒนาเป็นลายนาคเกี้ยว หรือลายนาคชูสน ลายนี้ปรากฏบนผ้าดินจกของล้านนาเกือบทุกผืน มักจะเข้าใจว่าเป็นนกกหรือหงส์ หรือห่าน และมักจะปรากฏอยู่เป็นคู่ ๆ โดยมีลายเหมือนฝนตกอยู่ข้างบน และมีลายภูเขา หรือลายน้ำไหลอยู่ข้างล่างด้วย ลายนกลี้นี้ยังปรากฏบนผ้าของไทยลื้อ เช่น ผ้าเช็ดหน้า เป็นต้น ลวดลายแบบนี้มักจะพบเห็นได้บ่อยตามเชิงผ้าดินจกของภาคเหนือ และผ้าของชาวเขา อีกทั้งยังพบได้บนผ้าและพรมของประเทศอื่น ๆ ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีใครอธิบายลายนี้ไว้ชัดเจน นอกจากว่าเป็นลายที่พัฒนามาจากลายขอ หรือลายก้นหอย บางคนเห็นว่าเป็นสัญลักษณ์ของกบและลูกอ๊อด แต่ก็เป็นการจินตนาการจากภาพที่เห็น

3. ลวดลายที่เชื่อมโยงกับคติความเชื่อของคนไทย ลวดลายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในศิลปะผ้าทอไทยนั้น เชื่อกันว่ามีความเชื่อมโยงกับคติความเชื่อของคนไทย ที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ ซึ่งอาจศึกษาเปรียบเทียบลวดลายสัญลักษณ์เหล่านี้กับสัญลักษณ์อย่างเดียวกันที่ปรากฏอยู่ในศิลปะประเภทอื่น ๆ เช่น ในจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม หรือแม้แต่ในตำนานพื้นบ้านที่เล่าขานสืบทอดกันมา หรือในวรรณกรรมต่าง ๆ ลวดลายที่เชื่อมโยงกับความเชื่อพื้นบ้านไทยอย่างเห็นได้ชัดมีดังนี้

3.1 สัญลักษณ์งูหรือนาค งูหรือนาคปรากฏอยู่ในลายผ้าพื้นเมืองของคนไทย กลุ่มต่างๆ เกือบทุกภูมิภาคของประเทศ โดยเฉพาะในล้านนาและในอีสาน นอกจากนี้ยังพบในศิลปะของกลุ่มคนที่พูดภาษาตระกูลไท ที่อาศัยอยู่นอกดินแดนของไทยในปัจจุบัน เช่น ในสิบสองปันนาในลาว เป็นต้น โดยนักวิชาการหลายคนเชื่อว่า งูหรือนาคเป็นสัญลักษณ์สำคัญของสังคมที่มีวัฒนธรรมน้ำ ดังนั้นงูหรือนาค จึงปรากฏอยู่ในศิลปะ และคติความเชื่อของหลาย ๆ ประเทศมาแต่โบราณกาล ในศิลปะการทอผ้าของชาวไทยในล้านนาและในอีสาน แม้ในสิบสองปันนาของสาธารณรัฐประชาชนจีน ในรัฐฉานของประเทศพม่า รวมถึงในประเทศลาว ก็มักจะเต็มไปด้วยสัญลักษณ์งูหรือนาคประดับประดาในที่ต่าง ๆ มากมาย เช่น ในผ้าขิดของชาวไทยลื้อ ในจังหวัดน่าน และจังหวัดเชียงราย มักจะมีลายที่เรียกกันมากมายหลายชื่อ เช่น ลายงูลอย ลายนาคปราสาท ลายขนาค ลายนาคกระโจม ในผ้ามัดหมี่ของอีสาน ก็มักจะมีลวดลายงูและลวดลายนาคในชื่อต่าง ๆ กัน เช่น ลายนาคปิก ลายนาคเกี่ยว และลายนาคชูสน เป็นต้น ในแถบลุ่มแม่น้ำโขง คนไทยและคนลาว ต่างมีความเชื่อสืบทอดกันมาเรื่องพญานาค ซึ่งอาศัยอยู่ที่เมืองบาดาลใต้แม่น้ำโขง จนกระทั่งทุกวันนี้ผู้คนในแถบนั้นก็ยังเชื่อว่า เวลามีกงานบุญประเพณี เช่น งานไหลเรือไฟ พญานาคก็จะขึ้นมาเล่นลูกไฟด้วย ดังที่มีผู้เห็นลูกไฟขึ้นจากแม่น้ำโขงในช่วงเทศกาลงานไหลเรือไฟเป็นประจำเกือบทุกปี

3.2 สัญลักษณ์นกกหรือห่านหรือหงส์ นกหรือหงส์เป็นสัญลักษณ์สำคัญที่ปรากฏอยู่ในศิลปะผ้าทอพื้นบ้าน ในภาคเหนือของไทยเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ก็มีปรากฏมากในผ้าทอมือของลาวสิบสองปันนา และในหมู่พวกคนไทยในประเทศเวียดนาม ลวดลายในสถาปัตยกรรมล้านนาและล้านช้าง จะพบรูปนกกหรือหงส์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประดับอยู่บนหลังคาโบสถ์ คู่กับสัญลักษณ์นาค หรือบางแห่งก็มีแต่ลวดลายหงส์ประดับอยู่ตามจุดต่าง ๆ ในวัดและศาสนสถานสำคัญต่าง ๆ

โดยในสิบสองปันนา สัญลักษณ์ที่เป็นรูปนกก หงส์หรือนกยูง จะปรากฏอยู่ทั่วไปทั้งในจิตรกรรม สถาปัตยกรรม และบนผืนผ้าขนกยูงเป็น สัญลักษณ์ที่รัฐบาลจีนปัจจุบันได้นำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ของยูนาน และได้มีการประดิษฐ์นาฏลีลาสมัยใหม่ ซึ่งใช้แสดงเป็นสัญลักษณ์ของชาวไทยลื้อในสิบสองปันนา เรียกว่า ระเบ่านกยูง เป็นต้น ในประเทศพม่า สัญลักษณ์รูปหงส์ จะเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญ และสามารถพบได้มากในศาสนสถาน และในโบราณวัตถุที่เกี่ยวข้องกับราชวงศ์พม่า

ในผ้าตีนจกที่ทำด้วยฝ้ายจากหาดเสี้ยว ในอำเภอศรีสุนทร จังหวัดสุโขทัย จากอำเภอน้ำอ่าง จังหวัดอุดรธานี จากอำเภอคูบัว จังหวัดราชบุรี และขึ้นตีนจกทั้งไหมและฝ้ายของจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งชิ้นที่มีตีนจกดินเงินดินทอง ล้วนแต่เต็มไปด้วยสัญลักษณ์รูปนกก หรือรูปหงส์คู่กันน้ำร่วมกัน ซึ่งเป็นองค์ประกอบเล็กๆ ของตีนจกแทบจะทุกชิ้นที่พบ นอกจากนี้ในตุ่งหรือธงที่ชาวไทย

พื้นเมืองทางแถบจังหวัดน่าน และเชียงราย ที่ใช้ถวายเป็นประเพณีงานบุญต่าง ๆ มักจะมีลายปราสาทลายต้นไม้รูปแบบต่าง ๆ ประดับตกแต่งอยู่ โดยที่มีลักษณะเป็นลวดลายใหญ่ ๆ แต่ก็ต้องมืองค์ประกอบเป็นลวดลายนกหรือหงส์ปรากฏอยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน

ขวัญ เจริญรุ่ง (2559: 16) กล่าวว่า ลวดลายหงส์ตามคติความเชื่อแบบไทย และคติฮินดู-พุทธ จะถือว่าเป็นสัตว์ที่เกี่ยวข้องกับตำนานในศาสนา เช่น หงส์เป็นพาหนะของพระพรหม เป็นต้น และในศิลปะไทยก็ถือว่าหงส์เป็นของสูง จึงได้เชิญมาเป็นสัญลักษณ์ของเรือพระราชพิธี คือ เรือสุพรรณหงส์ ซึ่งใช้ในพระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ เป็นต้น

พรศิริ คำภูมิ (2560: 67) กล่าวถึง ศิลปะการทอผ้าของไทยในภาคต่าง ๆ ที่ยังมีผู้สืบทอดเทคนิคการทอ อนุรักษ์ และพัฒนากันอยู่ ซึ่งได้แก่การทอลายในรูปแบบดังนี้

1. การทอลายขีด คือ การคัดเก็บยกเส้นด้าย ยืนพิเศษ ให้เกิดเป็นลวดลาย แล้วสอดเส้นด้ายพุ่งไปตลอดแนวของความกว้างของหน้าผ้า ทำให้เกิดลายขีดในแต่ละแถวเป็นลายขีดสีเดียวกัน

2. การยก เป็นเทคนิคการทอยกลายให้เห็นเด่นชัด มีลักษณะคล้ายกับการทอลายขีด แต่ใช้เส้นพุ่งพิเศษ เช่น ไหม ดิ้นเงิน ดิ้นทอง มีชาย มีเชิง ซึ่งขั้นตอนยุ่งยากกว่าผ้าทอลายขีดมาก

3. การจก เป็นเทคนิคการทอลวดลายบนผืนผ้า ด้วยวิธีการเพิ่มด้ายพุ่งพิเศษเข้าไป ขณะที่ทอเป็นช่วง ๆ ไปติดต่อกันตลอดหน้ากว้างของผ้า กระทำโดยใช้ไม้หรือขนเม่นหรือนิ้วมือ ยกหรือจกด้วยเส้นยืนขึ้น แล้วสอดเส้นพุ่งพิเศษต่อไป ตามจังหวะของลวดลาย สามารถสลับสีได้หลากหลายสี

4. การทอลายน้ำไหล เป็นเทคนิคการทอแบบลายซัดธรรมดา แต่ใช้ด้ายหลากสีพุ่งเกาะ เกี่ยวกันเป็นช่วงๆ ให้เกิดจังหวะของลายน้ำไหล เป็นลักษณะเฉพาะของชาวเมืองน่าน เรียกกรรมวิธีการทอนี้ว่า ล้วง แต่ชาวไทลื้อ อำเภอยางสัก และเชียงคำ ในจังหวัดเชียงราย จะเรียกว่า เกาะ โดยเทคนิคนี้อาจดัดแปลงพัฒนาเป็นลายอื่น ๆ ซึ่งเรียกว่า ลายผักแว่น ลายจรวด เป็นต้น

5. การยกมุก เป็นเทคนิคการทอ โดยใช้เส้นยืนพิเศษเพิ่มบนที่ทอผ้า ลายยกบนผ้าเกิดจากการใช้ตะกอลอยยกด้ายยืนพิเศษ ลวดลายที่เกิดจากเทคนิคนี้คล้ายกันมากกับลวดลายที่เกิดจากเทคนิค ขิด จก แทบจะแยกไม่ได้เลยสำหรับผู้ที่ไม่เข้าใจเรื่องเทคนิคการทอผ้าที่ลึกซึ้ง ชาวไทยพวนที่ตำบลหาดเสี้ยว จังหวัดสุโขทัย และที่ อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ใช้เทคนิคนี้ในการทอ ส่วนที่เป็นตัวขึ้นบางครั้งอาจจะนำเชิงขึ้นมาต่อ เป็นต้นจกเรียกว่า ชินมุก

6. การมัดหมี่ เป็นเทคนิคการมัดเส้นพุ่ง หรือเส้นยืนให้เป็นลวดลายด้วยเชือกกล้วย หรือเชือกฟาง ก่อนนำไปย้อมสี แล้วกรอด้วยให้เรียงตามลวดลาย ร้อยใส่เชือกแล้วนำมาทอ จะได้ลายมัดหมี่ที่เป็นทางกว้างของผ้า เรียกว่า มัดหมี่ เส้นพุ่ง ซึ่งเป็นที่นิยมในประเทศไทย โดยมีการทำผ้ามัดหมี่เส้นยืน

บ้างในบางจังหวัด เช่น จังหวัดเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ราชบุรี และเพชรบุรี ส่วนใหญ่จะเป็นผ้าขาวเขา บางผืนใช้การทอสลักกับลายขิด ซึ่งช่วยเพิ่มความวิจิตรงดงามให้แก่ผืนผ้าได้เป็นอย่างมาก

จากการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายบนผ้าหม้อห้อมในยุคปัจจุบัน สามารถสรุปได้ว่าการออกแบบจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและสมัยนิยม ซึ่งลวดลายที่เกิดขึ้น จะมีลักษณะตามรูปแบบของแต่ละแหล่งชุมชนหรือร้านในการออกแบบ ภาพรวมของลวดลาย จะมีลักษณะเป็นลายไทยลายที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ ลวดลายที่เกิดจากเรขาคณิต และลวดลายแบบนามธรรม หรือลวดลายที่เกิดจากความชำนาญของผู้ออกแบบที่ทำมาเป็นระยะเวลาานาน

## 2.6.7 รูปแบบผ้าหม้อห้อม แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่

หม้อห้อมเมืองแพร่ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ออกสู่ตลาดสากล หรือที่เรียกติดปากกันว่า โกอินเตอร์ (Go Inter) นั้น ปัจจุบันจึงมีลูกหลานคนเมืองแพร่รุ่นใหม่ ๆ หันหน้ากลับสู่บ้านเกิด ร่วมกันฟื้นฟูและอนุรักษ์ภูมิปัญญาดั้งเดิมของบรรพบุรุษ รวมถึงพัฒนาต่อยอด ให้มีความร่วมสมัยและเป็นสากลมากยิ่งขึ้น โดยที่ไม่ทิ้งเอกลักษณ์ของเก่าแก่ดั้งเดิม แต่นำมาผสมผสานในตัวผลิตภัณฑ์อย่างกลมกลืนสวยงาม ยิ่งกระบวนการผลิต ทั้งย้อมผ้า ปั่นฝ้าย ทอ ก็ ไปจนถึงการตัดเย็บ ล้วนมาจากธรรมชาติและทำมือด้วยแล้วยิ่งเปี่ยมคุณค่า น่าสวมใส่และน่าสะสมขึ้นเป็นเท่าทวีคูณ (อ้างอิงจาก : <http://info.matichon.co.th> สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2561)

วัฒนา ดวงเดือน (2559: 36) กล่าวถึงรูปแบบของเสื้อหม้อห้อม โดยปกติเสื้อหม้อห้อมที่เห็นกันอยู่ทั่วไป หากไม่สังเกตก็จะคิดว่าเป็นเสื้อหม้อห้อมธรรมดา แต่อันที่จริงการทำเสื้อหม้อห้อมนี้มี 3 รูปแบบ คือ เป็นเสื้อคอกลมมีกระเป๋ากลาง รวม 3 ใบ ติดกระดุม เสื้ออีกประเภทหนึ่งเป็นเสื้อลักษณะเดียวกันแต่ผูกด้วยเชือกหรือผ้าชนิดเดียวกับตัวเสื้อ ส่วนเสื้ออีกประเภทหนึ่งตัวเสื้อและสีล้วนทำมาจากผ้าชนิดเดียวกัน แต่รูปแบบของเสื้อเป็นลักษณะเจ็ดคอปก สำหรับใช้สวมใส่ในโอกาสที่ค่อนข้างเป็นทางการ

วงศกร สุนทรโรจน์ (2560: 36) กล่าวถึง การพัฒนาการผลิตและรูปแบบของผ้าหม้อห้อมในปัจจุบันไว้ว่า

1. การพัฒนาการผลิตผ้าหม้อห้อม ปัจจุบันเมื่อตลาดมีความต้องการเสื้อผ้าหม้อ และผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมสูง ผู้ผลิตจึงปรับปรุงกระบวนการผลิตและคุณภาพ ดังนี้ 1) สีย้อมผ้า จากที่เคยใช้สีธรรมชาติจากการหมักต้นห้อม หรือต้นคราม ซึ่งมีปัญหาเรื่องสีตกก็เปลี่ยนมาใช้สีย้อมวิทยาศาสตร์ 2) ผ้าที่ใช้ ก็เปลี่ยนจากผ้าฝ้ายทอขึ้นเองเป็นซื้อผ้าดิบมาตัดเย็บ 3) น้ำด่าง ที่เคยได้จากขี้เถ้า ก็เปลี่ยนเป็นใช้ปูนขาวแทน

2. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากความต้องการของตลาดเปลี่ยนไปจากรูปแบบเดิม ๆ จึงต้องดัดแปลงให้เป็นสมัยนิยมมากขึ้น เช่น ตัดเย็บเป็นเสื้อเชิ้ต เสื้อคอพระราชทานซาฟารี เสื้อผ้าสำหรับเด็ก กระโปรง หรือจากกางเกงขาก๊วย ก็ดัดแปลงให้เป็นรูปแบบตามสมัยนิยม หรือ เสื้อสตรี จากเสื้อมีกระดุมผ่าหน้า ก็เพิ่มรูปแบบเป็นทรงเข้ารูป คอจีน หรือทรงอื่นๆ ตามที่ตลาดต้องการ เป็นต้น ทั้งนี้การตัดเย็บก็ไม่ได้ติดยึดกับรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งขึ้นอยู่กับตลาดหรือยุคสมัย และมีการพัฒนาให้ทันสมัยขึ้น โดยนํางานศิลปะประดิษฐ์มาผสมผสานเข้าด้วย เช่น การปัก การสกรีน หรือเขียน ลวดลายต่าง ๆ เป็นต้น

กิตติภพ เกื้อวิระพันธ์ (2559: 12) กล่าวว่า ผ้าหม้อห้อมที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน สามารถจำแนกผ้าหม้อห้อมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ผ้าหม้อห้อมพิมพ์ลายฟอกสีมาจากโรงงาน สีตกต้องแยกซักกับผ้าอื่น
2. ผ้าหม้อห้อมดั้งเดิม เป็นการนำเอาผ้าดิบมาย้อมเย็นก่อน (ใช้สีครามสังเคราะห์) ต่อด้วยการย้อมร้อนด้วยสีเคมีทับ ชาวบ้านเรียกกันว่า หม้อห้อมจก สีจะตก ควรแยกซักกับผ้าอื่น
3. ผ้าหม้อห้อมย้อมสีธรรมชาติ เป็นการย้อมเย็นด้วยสีครามที่ได้จากต้นห้อมหรือต้นคราม สีตกแต่สามารถซักรวมกับผ้าขาวได้ เนื่องจากสีครามที่ได้จากธรรมชาติเป็นสีที่ไม่ละลายในน้ำ

อนงค์ เพ็ญศรี (2557: 13) กล่าวว่า ปัจจุบันผ้าหม้อห้อมได้ถูกนำไปใช้ในการออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากมาย ได้แก่ เสื้อหม้อห้อม กระเป๋าผ้า รองเท้าผ้า ผ้าพันคอ หมอนจากผ้าหม้อห้อม เป็นต้น แต่ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นหม้อห้อมยังขาดนักออกแบบที่เหมาะสม รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากผ้าหม้อห้อมจึงอาจยังไม่แปลกใหม่และเป็นที่ยอมรับในหมู่วัยรุ่นมากนัก แต่จะนิยมในหมู่ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวและซื้อเป็นของฝากชื่อดังของเมืองแพร่มากกว่า

กรวิทย์ สีนสิริวงศ์ (2558: 13) กล่าวถึง แนวทางในการอนุรักษ์และส่งเสริมผ้าหม้อห้อม ไว้ดังนี้

1. จัดให้มีกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาการทอและย้อมผ้าหม้อห้อมแก่เด็กและเยาวชนคนรุ่นใหม่ หรือผู้ที่สนใจทั่วไป โดยการบรรยาย อธิบาย บอกเล่าเรื่องราวและสาธิตขั้นตอนกระบวนการทำงาน ตลอดจนพาไปชมขั้นตอนการทำและย้อมผ้า พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้ร่วมทดลองปฏิบัติจริง
2. โรงเรียนและสถานศึกษาในชุมชนควรมีบทบาทสำคัญในการจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นเกี่ยวกับการทำและย้อมผ้าหม้อห้อม มีการบูรณาการเนื้อหาสาระเข้ากับการเรียนการสอน การเชิญผู้ทรงภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาเป็นวิทยากร ตลอดจนจัดกิจกรรมต่างๆ ที่จะทำให้เด็กและเยาวชนเกิดการมีส่วนร่วมและอยากเรียนรู้ในภูมิปัญญาทำผ้าหม้อห้อม

3. จัดให้มีเวทีหรือแหล่งเรียนรู้ในชุมชน เพื่อเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แก่คนในชุมชนได้ศึกษา และแสดงผลงานที่ผลิตจากผ้าหม้อห้อมที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ตลอดจนจัดให้มีการสาธิตขั้นตอนกระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อม ให้แก่ผู้ที่สนใจทั่วไป

4. ให้ความรู้หรือจัดให้มีการอบรมชาวบ้านในชุมชนเพื่อให้เกิดความภูมิใจในภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่บรรพบุรุษได้สั่งสม และสืบทอดให้เป็นมรดกต่อกันมา โดยเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน อันจะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจและช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้ใช้เสื้อผ้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าหม้อห้อม

5. ควรกำหนดเป็นนโยบายให้โรงเรียน บุคลากรในโรงเรียน และนักเรียน ตลอดจนข้าราชการในจังหวัด รวมทั้งประชาชนผู้สนใจทั่วไปในจังหวัด แต่งกายด้วยผ้าหม้อห้อม สัปดาห์ละ 1 วัน เป็นอย่างน้อย อันจะเป็นการสร้างความรู้สึกรักและภาคภูมิใจในภูมิปัญญาของท้องถิ่น

6. จัดให้มีที่พักในรูปแบบของโฮมสเตย์ขึ้นในชุมชน แล้วมีการนำชมหรือสาธิตขั้นตอนกระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อมแก่ผู้ที่มาพัก อันจะเป็นการเผยแพร่และสร้างความสนใจ ตลอดจนมีการซื้อหาผ้าหม้อห้อม เพื่อไว้ใช้สอยหรือนำไปเป็นของฝาก

7. จัดให้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อที่หลากหลาย ตลอดจนเผยแพร่ทางเว็บไซต์ ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากและเร็วที่สุด เพื่อให้คนทั่วไปได้รู้จักผลงานหรือผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมในรูปของชมรม สมาคม กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มอาชีพสตรี หรือหน่วยงานระดับท้องถิ่น เช่น อบต. อบจ. และระดับอื่น ๆ เป็นต้น

8. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น เช่น อบต. อบจ. และ ททท. ควรให้การสนับสนุนทางด้านวิชาการในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของผ้าหม้อห้อม รวมถึงการสนับสนุนงบประมาณในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้ผ้าหม้อห้อมของจังหวัดแพร่เป็นที่รู้จักในวงกว้างต่อไป

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรหมพิริยะ หุ่นพยนต์ และศากุณ เหลี่ยมโรสง (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบชุดภาพกราฟิกลวดลายผ้าไหมของจังหวัดมหาสารคาม ในอัตลักษณ์วัฒนธรรมสมัยนิยม การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) เพื่อศึกษาการออกแบบชุดภาพกราฟิกลวดลายผ้าไหมของจังหวัดมหาสารคาม ในอัตลักษณ์วัฒนธรรมสมัยนิยม 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อชุดภาพกราฟิกลวดลายผ้าไหมของจังหวัดมหาสารคามในอัตลักษณ์วัฒนธรรมสมัยนิยม กลุ่มตัวอย่าง คือ วิทยาลัยที่มีช่วงอายุ 15 - 24 ปี ที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดมหาสารคาม ในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2559 จำนวน 100 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางของยามานะ และกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสมาชิกสมาคมส่งเสริมผ้าไทย มหาสารคาม จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสอบถาม 2) แบบประเมินคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญ 3) แบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์สมัยนิยมของจังหวัดมหาสารคาม ด้านที่โดดเด่นที่สุด คือ ด้านสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ด้านสถาปัตยกรรม และด้านภูมิศาสตร์และทรัพยากร ส่วนสิ่งที่กำลังได้รับความนิยมของจังหวัดมหาสารคาม คือ พระธาตุนาดูน ห้างเสริมไทย และตะวันแดง ซึ่งผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้ไปประมวลความคิดเพื่อผสมผสานความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมสมัยนิยมของจังหวัดมหาสารคาม และนำเสนอในรูปแบบของการออกแบบชุดภาพกราฟิก เพื่อผลิตลวดลายผ้าไหม ที่ทำให้เกิดความแปลกใหม่ และได้รับความนิยมมากขึ้น โดยอาศัยเงื่อนไขและวิธีการต่าง ๆ ในการ ดำเนินการออกแบบภาพกราฟิกลวดลายผ้าไหม ทำให้ได้ชุดภาพกราฟิกลวดลายผ้าไหมของจังหวัดมหาสารคาม ในอัตลักษณ์วัฒนธรรมสมัยที่มีความสวยงาม น่าสนใจ แปลกใหม่ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ และผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พบว่าภาพกราฟิกลวดลายผ้าไหมที่ได้รับคะแนนการประเมินสูงสุด 3 ลำดับ ซึ่งมิลวดลายที่มีความสวยงาม โดดเด่น น่าสนใจ แปลกใหม่ เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคาม นำไปสู่การออกแบบให้เป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์ก่อนจะนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 4.47

อชชา หัตยานานนท์ และคณะ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ ด้วยงานลงทองลายไทยสำหรับเคหะสิ่งทอเชิงพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อออกแบบลวดลายไทยด้วยการลงทองลายไทยบนผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ 2) เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่สำหรับงานเคหะสิ่งทอเชิงพาณิชย์ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่สำหรับเคหะสิ่งทอเชิงพาณิชย์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบร่างลายไทย ลวดลายเครือเถา ซึ่งเป็นลวดลายเฉพาะและเป็นเอกลักษณ์ของภาคเหนือ 2) แบบร่างผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 แบบ



3) ผลิตภัณฑ์ต้นแบบเคหะสิ่งทอเชิงพาณิชย์จากฝ้ายหม้อห้อมจังหวัดแพร่ จำนวน 10 ต้นแบบ ได้แก่ ผ้าคาดโต๊ะ ผ้าคาดเตียง ผ้าคลุมโซฟา ภาพฝาผนัง ปลอกหมอนอิง ผ้ามาน กล่องกระดาษทิชชู โคมไฟ ผ้าอเนกประสงค์ และถังขยะโซฟา 4) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ใช้บริการ และผู้ผลิตหม้อห้อม จำนวน 50 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ สรุปผลในรูปแบบตาราง และการเขียนเชิงพรรณนา ผลวิจัยพบว่า การออกแบบลวดลายไทยที่มีเอกลักษณ์ตามสถานที่สำคัญต่าง ๆ ของจังหวัดแพร่ คือ ลวดลายเครือเถา ซึ่งเป็นลวดลายเอกลักษณ์และเป็นรูปแบบลวดลายแบบดั้งเดิม นำมาตัดทอนและออกแบบบนผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ คณะผู้วิจัยได้ทำการตกแต่งภายในห้องพัก โดยใช้ฝ้ายหม้อห้อมมาเขียนลงทองลายไทย บริเวณชุดรับแขก โดยใช้ฝ้ายหม้อห้อมมาเขียนลงทองลายไทย และตัดเย็บผลิตภัณฑ์ประเภทเคหะสิ่งทอ จากนั้นได้ทำการสอบถามความพึงพอใจของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ใช้บริการและผู้ผลิตฝ้ายหม้อห้อม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 46 ปีขึ้นไป โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจ มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการพัฒนาฝ้ายหม้อห้อมจังหวัดแพร่ด้วยลวดลายไทยสำหรับเคหะสิ่งทอเชิงพาณิชย์ในทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.74 ส่วนด้านความสามารถในการดึงดูดความสนใจได้ดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.88 รองลงมาคือ มีความเป็นไปได้ทางการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.84 ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด การออกแบบช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ต่อฝ้ายหม้อห้อมจังหวัดแพร่ค่าเฉลี่ย 4.76 ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ลวดลายมีความเหมาะสม ประณีต สวยงาม เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย เพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ฝ้ายหม้อห้อม มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย ภาพรวมของการใช้ประโยชน์ฝ้ายหม้อห้อมจังหวัดแพร่ด้วยงานลงทองลายไทยสำหรับเคหะสิ่งทอเชิงพาณิชย์ ค่าเฉลี่ย 4.72 ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ประยุกต์เอกลักษณ์ของศิลปะจังหวัดแพร่ให้เข้ากับการใช้งานในงานเคหะสิ่งทอ ค่าเฉลี่ย 4.68 ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และสามารถช่วยส่งเสริมทางการท่องเที่ยวให้จังหวัดแพร่ได้อีกทางหนึ่ง ค่าเฉลี่ย 4.62 ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ขวัญเรือน หุ่นเรืองใจ และคณะ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ออกแบบลายผ้ากับรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์: ศึกษาเฉพาะแบบลายผ้าที่เหมาะสมกับรูปลักษณะเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงาน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาและออกแบบลายผ้าเพื่อนำมาใช้ในการผลิตเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงาน 2. ศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคแบบลายผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงาน 3. เสนอแนะการออกแบบลายผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงาน ผู้วิจัยศึกษาและออกแบบแบบลายผ้าแนวโน้มของแบบลายผ้าปี 2556 คอลเลกชันฤดูร้อน กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มคนวัยทำงาน เพศชาย เครื่องมือในการ

วิจัย คือ ลายผ้าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ด้วยแบบบันทึก พบว่า ลายผ้าที่มีอยู่ในท้องตลาดมี 2 ประเภท คือ ลายผ้า พื้นฐาน และลายแนวโน้มของแบบลายผ้าปี 2556 ผู้วิจัยประเมินความต้องการลายผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงาน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ อายุ 26 – 30 ปี ระดับการศึกษาที่ปริญญาตรี และมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความต้องการ สวมใส่เสื้อขนาด 38 นิ้ว (M) ปัจจัยที่ต้องการเลือกซื้อคือคุณภาพของเสื้อสำเร็จรูป เสื้อสำเร็จรูปสำหรับใส่ทำงานที่มีลายริ้ว สีฟ้า เนื้อผ้าฝ้าย 100% รูปแบบเรียบง่าย ธรรมดา รูปทรงเข้ารูปเป็นเสื้อแขนยาว ที่มีขอบแขนธรรมดา ปกธรรมดาและส่วนบน ด้านหน้าตกแต่งด้วยกระเป๋ และเสื้อสำเร็จรูปสำหรับใส่ลำลองที่มีลาย Virtual Trip สีฟ้า เนื้อผ้าฝ้าย 100% และมีรายละเอียด ของแบบตามกระแสนิยม เสื้อสำเร็จรูปทรงเข้ารูป เป็นเสื้อแขนยาว ที่มีขอบแขนธรรมดา ปกธรรมดา และตกแต่งด้านหน้า ข้างบนด้วยกระเป๋ ติดต่อ และอื่นๆ เช่น การปักหรือการพิมพ์ ผู้วิจัยศึกษาลายผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงาน สำหรับใส่ทำงานและลายผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงานสำหรับใส่ลำลอง ด้วยการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 ท่าน พบว่า ลายผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงาน สำหรับใส่ทำงาน คือ ลายผ้าพื้นฐาน รูปแบบลายริ้วแบบที่ 1 ที่จังหวัดลพบุรีเหมือนกัน มีความกลมกลืนของแบบลายผ้ากับเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงาน และลายผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงาน สำหรับใส่ลำลอง คือ ลายแนวโน้มของแบบลายผ้าปี 2556 รูปแบบลาย Virtual Trip ที่มีจังหวัดลพบุรีที่ไม่เหมือนกัน ลักษณะของลายมีจุดเด่น น่าสนใจ ผู้วิจัยสอบถามการรับรู้ของผู้บริโภคชายวัยทำงานบริษัทเอกชน จำนวน 105 คน ต่อลายผ้าที่เหมาะสมทั้ง 2 รูปแบบ 6 ด้าน คือ ความงามในการจัดองค์ประกอบ ความงามอย่างเหมาะสมกับประเภทของงาน ความมีคุณค่า ราคา ความมีเอกลักษณ์น่าสนใจ สี และความทันสมัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ลายผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงานสำหรับใส่ทำงานโดยภาพรวมในระดับมาก ด้านความเหมาะสมของลายผ้าของเสื้อเชิ้ตชายวัยทำงานมากที่สุด และรับรู้ลายผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงาน สำหรับใส่ลำลองโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านรูปแบบลายผ้ามีจุดเด่น เป็นที่น่าสนใจมากที่สุด

ทวิศักดิ์ สาสงเคราะห์ และคณะ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบลวดลายผ้าทอแบบร่วมสมัยเพื่อการประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ ชุมชนทอผ้าวัดไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบลวดลายผ้าทอแบบร่วมสมัยสำหรับการประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ ชุมชนทอผ้าวัดไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ที่สอดคล้องกับภูมิปัญญา และศักยภาพทางการผลิตของชุมชน ซึ่งประชากรกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเรื่องนี้ คือ ชุมชนทอผ้าวัดไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยเรื่องนี้พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ

เกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก และทอผ้าพื้นเมืองเป็นอาชีพรอง กลุ่มชุมชนทอผ้ามัดไหมฟูซัง มีความต้องการพัฒนารูปแบบตามแนวคิดลวดลายผ้าทอ แบบร่วมสมัย ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างกลุ่มทอผ้ากับผู้วิจัยเพื่อส่งผลให้เกิดการวิเคราะห์ปัญหาและแสวงหาแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งพบว่าลวดลายผ้าทอแบบร่วมสมัย ต้องมีรูปแบบที่ผลิตง่ายไม่ซับซ้อน มีลักษณะการทอผ้า เป็นลายขัดที่เหมาะสมกับการทอผ้าพื้นบ้านของชุมชน และบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชุมชน ลักษณะลวดลายของผ้าทอใช้แนวคิดการออกแบบลวดลายเน้นแนวคิดด้านการใช้ชีวิต หรือถิ่น กำเนิดของรากเหง้าชุมชน ประกอบไปด้วยลวดลายเฉียง ลวดลายเกล็ดปลา ลวดลายดาว ลวดลายน้ำ ลวดลายภูเขา โดยเน้นเอกลักษณ์ที่เด่นของผ้าลายแดงไหม ของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองตำบลไหมฟูซัง ในลักษณะการมัดหมี่ โดยการมัดด้ายพุ่งเพื่อสร้างช่วงของสีต่างๆ ให้เกิดขึ้นในเส้นด้ายพุ่ง โดยใช้สีดำหรือสีกรมท่า เป็นสีหลักในการออกแบบลวดลาย

ภาวิณี อินทวิวัฒน์ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อม : กรณีศึกษาตำบลทุ่งไหล้ง อำเภอมะนัง จังหวัดแพร่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน สภาพปัญหา และอุปสรรค เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อม ตำบลทุ่งไหล้ง จังหวัดแพร่ และ 2) เพื่อนำเสนอแนวทางเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อม ในการวิจัยครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างเป็น ประชาชนในเขตหมู่ที่ 6 ตำบลทุ่งไหล้ง อำเภอมะนัง จังหวัดแพร่ จำนวน 307 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสอบถามมาตรฐาน ประเมินค่า 5 ระดับ มีระดับความเชื่อมั่น 0.81 และ แนวทางการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (T-Test) แบบ Independent และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลวิจัยพบว่า

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อม ตำบลทุ่งไหล้ง อำเภอมะนัง จังหวัดแพร่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนตามลำดับ
2. การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อม ตำบลทุ่งไหล้ง อำเภอมะนัง จังหวัดแพร่ ทั้งภาพรวมและรายด้านแต่ละด้านไม่ต่างกันตามเพศ อายุ อาชีพ และระยะเวลาในการอาศัยอยู่ในพื้นที่ โดยมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย
3. ปัญหาและอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อม ตำบลทุ่งไหล้ง อำเภอมะนัง จังหวัดแพร่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน รองลงมา คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ และด้านการมีส่วนร่วมในการธำรงไว้ ตามลำดับ
4. แนวทางที่เหมาะสมในการส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อม ได้แก่ 1) ควรสร้างความตระหนักและปลูกฝังค่านิยมในเรื่องของการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อม เพื่อก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน 2) การจัด

อบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้เกิดความรู้และทักษะเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อมให้กับชุมชนโดยผู้เชี่ยวชาญ 3) ควรจัดสรรงบประมาณสำหรับการดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ้าหม้อห้อมให้เป็นที่รู้จักระดับชาติและระดับสากล

เบญญา ช่วงทิพย์ (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าหม้อห้อมสตรีทอลายสองของจังหวัดแพร่ โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาคุณสมบัติทางกายภาพ และความคงทนของสีผ้าหม้อห้อมทอลายสอง 2) พัฒนารูปแบบเสื้อผ้าหม้อห้อมสตรีทอลายสอง 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักออกแบบเสื้อผ้า ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค ประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบเสื้อผ้าหม้อห้อมสตรีทอลายสองทั้ง 5 รูปแบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ANOVA (One-Way Analysis) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมี 3 กลุ่ม คือ นักออกแบบเสื้อผ้าจำนวน 3 คน ผู้จำหน่ายจำนวน 3 คน และผู้บริโภคจำนวน 200 คน รวม 206 คน ผลการวิจัยพบว่า การทดสอบสมบัติทางกายภาพของผ้าหม้อห้อมสตรีทอลายสองทั้ง 2 สูตรการย้อมพบว่า ผ้าสูตรที่ 1 ย้อมด้วยสีห้อมธรรมชาติและสีอินดิโกสังเคราะห์ ในอัตราส่วน 50 : 50 มีน้ำหนัก ความหนา ความแข็งแรงของผ้าต่อแรงดึงขาด การเปลี่ยนแปลงขนาดและลักษณะหลังการซักอยู่ในระดับดีกว่าผ้าหม้อห้อมสูตรที่ 2 ที่ย้อมด้วยสีห้อมธรรมชาติ การทดสอบความคงทนของสีผ้าหม้อห้อมทั้ง 2 สูตรการย้อมต่อการซักล้างต่อน้ำ ต่อเหงื่อ ต่อการขัดถู และต่อแสงแดดเทียม อยู่ในระดับดีถึงดีมาก ส่วนผลการศึกษาความพอใจของกลุ่มตัวอย่างถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อผ้าหม้อห้อมสตรีทอลายสองทั้ง 5 รูปแบบพบว่า ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความสวยงาม และด้านขั้นตอนการผลิตมีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวม อยู่ในระดับดี

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดลายกราฟิกหม้อห้อมร่วมสมัย มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดลายกราฟิกบนผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และเพื่อเป็นการส่งเสริม การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ให้คนรุ่นใหม่มีความตระหนัก ห่วงแหน และร่วมสืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 2 ส่วน คือ แบบสอบถามและ แบบสัมภาษณ์ ดำเนินการเก็บข้อมูลจากประชากร คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภค วัยรุ่น เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) อายุตั้งแต่ 15 – 30 ปี และผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และตลาดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการ วิจัย ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไปจำนวน 50 คน ใช้วิธีการเลือกแบบสุ่ม และกลุ่ม ผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) จำนวน 150 คน ใช้วิธีการเลือกแบบสุ่ม และผู้ที่มี ประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และตลาดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ จำนวน 7 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ 207 คน โดยผู้วิจัย มีลำดับขั้นตอนในการวิจัย ดังนี้

- 3.1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น
- 3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 การสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
- 3.8 ระยะเวลาการวิจัย

### 3.1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่อง แนวทางการพัฒนา ลวดลายกราฟิกหม้อห้อมร่วมสมัย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ ตำรา วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ การพัฒนา การออกแบบลายผ้า ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป ที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ใช้วิธีการเลือกแบบสุ่ม
2. กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เชนเนอร์ชั้นวัย (Generation Y) ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ใช้วิธีแบบสุ่ม
3. ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์อย่างน้อย 3 ปี เกี่ยวกับการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม รวมถึงการออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้า ตลอดจนผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากผ้าหม้อห้อม ในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป ที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ใช้วิธีการเลือกแบบสุ่ม จำนวน 50 คน
2. กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เชนเนอร์ชั้นวัย (Generation Y) อายุ 15 – 30 ปี ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ใช้วิธีแบบสุ่ม จำนวน 150 คน
3. ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์อย่างน้อย 3 ปี เกี่ยวกับการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม รวมถึงการออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้า ตลอดจนผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากผ้าหม้อห้อม ในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 7 คน

รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 207 คน

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ซึ่งมีรายละเอียด

1. แบบสอบถามสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ในพื้นที่เขตจังหวัดแพร่ แบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้คำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และเติมคำ (Questionnaire)

ตอนที่ 2 คำถามข้อมูลความต้องการเกี่ยวกับลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย โดยใช้คำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) จะมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนแบบประเมินค่า ซึ่งได้กำหนดค่าคะแนน 5 ระดับ ดังนี้

มีความพึงพอใจมากที่สุด ให้ค่าเป็น	5	คะแนน
มีความพึงพอใจมาก ให้ค่าเป็น	4	คะแนน
มีความพึงพอใจปานกลาง ให้ค่าเป็น	3	คะแนน
มีความพึงพอใจน้อย ให้ค่าเป็น	2	คะแนน
มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ให้ค่าเป็น	1	คะแนน

ตอนที่ 3 รูปแบบจำลองลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และข้อเสนอแนะ ลักษณะให้วาดภาพประกอบแนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบจำลองลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และแบบข้อความปลายเปิด (Open-ended)

2. แบบสัมภาษณ์ลักษณะแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ เรื่องแนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกหม้อห้อมร่วมสมัย เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด (Open-ended) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ และตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกหม้อห้อมร่วมสมัยและแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์ สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม

### 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนและกระบวนการในการสร้างเครื่องมือวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกหม้อห้อมร่วมสมัย มีกระบวนการขั้นตอนในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำรา หนังสือ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมองค์ความรู้มาใช้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดให้มีความครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

3. นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง ตรวจสอบพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความครอบคลุมตรงตามเนื้อหา รวมถึงการใช้สำนวนภาษาที่ถูกต้องตามหลักภาษา โดยมีคุณสมบัติดังนี้

3.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก หรือออกแบบลวดลาย โดยมีประสบการณ์ในการทำงานด้านการออกแบบหรือออกแบบลวดลาย ไม่น้อยกว่า 3 ปี คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิ่นปิ่นท์ จำตา อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาโฆษณา ประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาลัยชลบุรี

3.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะไทย โดยมีประสบการณ์ในการทำงานด้านศิลปะไทย ไม่น้อยกว่า 3 ปี คือ อาจารย์พรสวรรค์ จันทร์สุข อาจารย์ประจำหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

3.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านทัศนศิลป์ โดยมีประสบการณ์ในการทำงานด้านทัศนศิลป์ ไม่น้อยกว่า 3 ปี คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกรียงไกร กงกะนันท์ ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

3.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบลายผ้า โดยมีประสบการณ์ในการทำงานด้านออกแบบลายผ้า ไม่น้อยกว่า 3 ปี คือ คุณโสรัจ เขียวแก่น ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านผ้าพื้นเมือง จ.แพร่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ กระทรวงวัฒนธรรม

3.5 ผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าหม้อห้อม โดยมีประสบการณ์ในการทำงานด้านผ้าหม้อห้อม ไม่น้อยกว่า 3 ปี คือ คุณวิษณุ จันทร์ทรา ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านผ้าพื้นเมือง จ.แพร่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ กระทรวงวัฒนธรรม



4. นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ มาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้เครื่องมือวิจัยมีความสมบูรณ์เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

5. นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ได้ปรับปรุงและแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักออกแบบ ลวดลายผ้าหม้อห้อม กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) เพื่อทดสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC+

6. ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ได้จากการทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรในการวิจัย เพื่อจัดทำเป็นเครื่องมือวิจัยที่มีความสมบูรณ์

7. นำเครื่องมือวิจัยสมบูรณ์ไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่อไป

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยเป็นผู้นำส่งแบบสอบถามด้วยตนเอง และเก็บกลับคืนด้วยตนเอง ส่วนการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ จากผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และ ลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ด้วยตัวของผู้วิจัยเอง และทีมผู้ช่วยวิจัย

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ โดยแบ่งตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ นำมาจำแนกลำดับความถี่และหาค่าร้อยละ

$$\text{สูตรการหาค่าร้อยละ} \quad P = \frac{F \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ  
F แทน ความถี่ที่ต้องการแปลค่าให้เป็นร้อยละ  
n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ในส่วนสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ มานำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. นำข้อมูลในการตอบแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) นำมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

พึงพอใจมากที่สุด	ให้ค่าเป็น	5	คะแนน
พึงพอใจมาก	ให้ค่าเป็น	4	คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	ให้ค่าเป็น	3	คะแนน
พึงพอใจน้อย	ให้ค่าเป็น	2	คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด	ให้ค่าเป็น	1	คะแนน

เมื่อได้ค่าเฉลี่ยแล้ว นำค่าเฉลี่ยนั้นมาแปลความหมาย โดยถือเกณฑ์ ดังนี้

4.00 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
0.50 – 1.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

สูตรที่ใช้ในการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมทั้งหมดของความถี่ คูณ คะแนน

$n$  แทน ผลรวมทั้งหมดของความถี่ซึ่งมีค่าเท่ากับ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คำนวณได้จากสูตร

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ  $S$  แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$n$  แทน จำนวนคู่ทั้งหมด

$X$  แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มข้อมูล

$\sum x$  แทน ผลรวมของความแตกต่างคะแนนในแต่ละคู่

จากนั้นนำค่าเฉลี่ยเลขคณิตที่ได้มาแปลความหมายและวิเคราะห์ โดยถือเกณฑ์ข้อมูลทางสถิติที่ได้ มานำเสนอประกอบความเรียง

3. นำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ รวบรวมวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

### 3.7 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถามตามค่าสถิติที่กำหนดเป็นตาราง พร้อมคำอธิบายในรูปแบบความเรียง และวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจากแบบสัมภาษณ์ นำเสนอผลของการวิจัยในรูปแบบของความเรียง พร้อมทั้งสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### 3.8 ระยะเวลาการวิจัย

วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2561



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดลากร้าฟักผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย โดยการใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

1.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และประสบการณ์เบื้องต้นที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม

1.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นในความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบตลาดลากร้าฟักผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย จำนวน 13 ประเด็นข้อคำถาม

1.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตลาดลากร้าฟักผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดลากร้าฟักผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

2. การศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดลากร้าฟักผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย โดยการสัมภาษณ์ ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และการออกแบบตลาดลากร้าฟักผ้าหม้อห้อมในเขตจังหวัดแพร่ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

2.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

2.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตลาดลากร้าฟักผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์ สืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม

**1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y)**

**ตอนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และประสบการณ์เบื้องต้นที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จากผ้าห่มห้อม

**ตารางที่ 1** ค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล (N=200)	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	109	54.50
1.2 หญิง	91	45.50
2. อายุ		
2.1 ช่วงอายุ 15 – 20 ปี	73	36.50
2.2 ช่วงอายุ 21 – 25 ปี	77	38.50
2.3 ช่วงอายุ 26 – 30 ปี	20	10.00
2.4 ช่วงอายุ 31 – 35 ปี	18	9.00
2.5 ช่วงอายุ 35 ปี ขึ้นไป	12	6.00
3. สถานภาพปัจจุบัน		
3.1 โสด	173	86.50
3.2 สมรส	27	13.50
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	75	37.50
4.2 ปริญญาตรี	115	57.50
4.3 ปริญญาโท	6	3.50
4.4 ปริญญาเอก	1	1.50

จากตารางที่ 1 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (109 คน) คิดเป็นร้อยละ 54.5 และเป็นเพศหญิง (91 คน) คิดเป็นร้อยละ 45.5 ตามลำดับ ในด้านอายุ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย

(Generation Y) ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21 – 25 ปี (77 คน) คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา มีช่วงอายุระหว่าง 15 – 21 ปี (73 คน) คิดเป็นร้อยละ 36.5 และมีช่วงอายุ 26 – 30 ปี (10 คน) คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ สำหรับในด้านสถานภาพของกลุ่มผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (173 คน) คิดเป็นร้อยละ 86.5 และมีสถานภาพสมรส (27 คน) คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ และในด้านระดับการศึกษา กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (115 คน) คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมา มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (75 คน) คิดเป็นร้อยละ 37.5 และมีการศึกษาระดับปริญญาโท (6 คน) คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 2** ค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลประสบการณ์เบื้องต้นที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จากผ้าห่อหุ้ม

ข้อมูล (N=200)	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
1. ท่านเคยซื้อผ้าห่อหุ้มหรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผ้าห่อหุ้มหรือไม่		
1.1 เคย	87	43.5
1.2 ไม่เคย	113	56.5
2. ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าห่อหุ้มลักษณะใด		
2.1 เสื้อผ้า-ชุดทำงาน	42	21
2.2 เสื้อผ้า-ชุดลำลอง	126	63
2.3 ปลอกหมอน	29	14.5
2.4 ผ้าม่าน	35	17.5
2.5 ของตกแต่งบ้าน	55	27.5
2.6 กระเป๋า	63	31.5
2.7 ผ้าพันคอ	44	22
2.8 อื่นๆ	3	1.5
3. ท่านคิดว่าถ้าท่านต้องใช้ผ้าห่อหุ้ม ท่านจะเลือกใช้ใ้ในโอกาสใด		
3.1 ใส้ไปเรียน	30	15
3.2 ใส้ไปทำงาน	27	13.5
3.3 ใส้ไปเที่ยว	95	47.5
3.4 ร่วมงานประเพณี	148	74
3.5 ของขวัญ/ของฝาก	113	56.5
3.6 อื่นๆ	4	2

จากตารางที่ 2 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลประสบการณ์เบื้องต้นที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จากผ้าห่อหุ้ม ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อผ้าห่อหุ้มหรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผ้าห่อหุ้ม (113 คน) คิดเป็นร้อยละ 56.50 และเคยซื้อผ้าห่อหุ้มหรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผ้าห่อหุ้ม (87 คน) คิดเป็นร้อยละ 43.50 ตามลำดับ ในด้านความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้า



หม้อห้อม กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ ให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าหม้อห้อมลักษณะที่เป็นเสื้อผ้า-ชุดลำลอง (126 คน) คิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมาสนใจผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าหม้อห้อมลักษณะที่เป็นกระเป๋า (63 คน) คิดเป็นร้อยละ 31.50 และสนใจผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าหม้อห้อมลักษณะที่เป็นของตกแต่งบ้าน (55 คน) คิดเป็นร้อยละ 27.50 ตามลำดับ และด้านโอกาสในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าหม้อห้อม ผู้บริโภคส่วนใหญ่สนใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าหม้อห้อมในโอกาสร่วมงานประเพณี (148 คน) คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมา คือ สนใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าหม้อห้อมในโอกาสเป็นของขวัญ/ของฝาก (113 คน) คิดเป็นร้อยละ 56.50 และสนใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าหม้อห้อมในโอกาสใส่ไปเที่ยว (95 คน) คิดเป็นร้อยละ 47.50 ตามลำดับ

## 2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย

**ตอนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นในความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย

**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายแบบธรรมชาติ

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายแบบธรรมชาติ			
1.1 ลวดลายที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณประเภทต่างๆ	3.93	0.77	พึงพอใจมาก
1.2 ลวดลายที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น	3.75	0.89	พึงพอใจมาก
1.3 ลวดลายที่เกิดจากแมลง เช่น ลวดลายในปีก ส่วนหัว ดวงตา และลำตัวของแมลง เป็นต้น	3.45	1.00	พึงพอใจปานกลาง
1.4 ลวดลายที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร้อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตกกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น	3.72	0.97	พึงพอใจมาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.71</b>	<b>0.90</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัยที่เป็นลวดลายแบบธรรมชาติ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ที่เป็นลวดลายแบบธรรมชาติ ซึ่งเป็นลวดลายที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณ ประเภทต่างๆ ( $\bar{X} = 3.93$ ) รองลงมา คือ ลวดลายที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.75$ ) และลวดลายที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร้อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตกกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.72$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิต

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
2. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิต			
2.1 วงกลม	3.62	0.92	พึงพอใจมาก
2.2 วงรี	3.29	0.96	พึงพอใจปานกลาง
2.3 สามเหลี่ยม	3.64	0.99	พึงพอใจมาก
2.4 สี่เหลี่ยม	3.34	0.91	พึงพอใจปานกลาง
2.5 ห้าเหลี่ยม	3.32	0.98	พึงพอใจปานกลาง
2.6 หกเหลี่ยม	3.36	1.08	พึงพอใจปานกลาง
2.7 แปดเหลี่ยม	3.24	1.06	พึงพอใจปานกลาง
2.8 รูปหลายเหลี่ยม	3.32	1.18	พึงพอใจปานกลาง
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.39</b>	<b>1.01</b>	<b>พึงพอใจปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัยที่เป็นลวดลายแบบเรขาคณิต โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.39$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ที่เป็นลวดลายแบบเรขาคณิต รูปแบบสามเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.64$ ) รองลงมา คือ ลวดลายแบบเรขาคณิต รูปแบบวงกลม ( $\bar{X} = 3.62$ ) และลวดลายแบบเรขาคณิต รูปแบบหกเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.36$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 5** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ เป็นต้น

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
3. ลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ เป็นต้น			
3.1 วงกลม	3.86	0.86	พึงพอใจมาก
3.2 วงรี	3.59	0.87	พึงพอใจมาก
3.3 สามเหลี่ยม	3.60	0.93	พึงพอใจมาก
3.4 สี่เหลี่ยม	3.43	0.94	พึงพอใจปานกลาง
3.5 ห้าเหลี่ยม	3.47	0.97	พึงพอใจปานกลาง
3.6 หกเหลี่ยม	3.38	1.02	พึงพอใจปานกลาง
3.7 แปดเหลี่ยม	3.28	1.04	พึงพอใจปานกลาง
3.8 รูปหลายเหลี่ยม	3.41	1.10	พึงพอใจปานกลาง
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.50</b>	<b>0.96</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัยที่เป็นลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ เป็นต้น โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.50$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากพืช รูปแบบวงกลม ( $\bar{X} = 3.86$ ) รองลงมา คือ ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากพืช รูปแบบสามเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.60$ ) และลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากพืช รูปแบบวงรี ( $\bar{X} = 3.59$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 6** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
4. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น			
4.1 วงกลม	3.94	0.87	พึงพอใจมาก
4.2 วงรี	3.75	0.91	พึงพอใจมาก
4.3 สามเหลี่ยม	3.68	0.93	พึงพอใจมาก
4.4 สี่เหลี่ยม	3.46	1.00	พึงพอใจปานกลาง
4.5 ห้าเหลี่ยม	3.37	0.97	พึงพอใจปานกลาง
4.6 หกเหลี่ยม	3.28	0.92	พึงพอใจปานกลาง
4.7 แปดเหลี่ยม	3.31	1.01	พึงพอใจปานกลาง
4.8 รูปหลายเหลี่ยม	3.27	1.04	พึงพอใจปานกลาง
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.50</b>	<b>0.95</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ที่เป็นลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.50$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์ รูปแบบวงกลม ( $\bar{X} = 3.94$ ) รองลงมา คือ ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์ รูปแบบวงรี ( $\bar{X} = 3.75$ ) และลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์ รูปแบบสามเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.68$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 7** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิคม้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง เช่น ปีก ลำตัว ดวงตา เป็นต้น

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
5. ลวดลายกราฟิคม้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง เช่น ปีก ลำตัว ดวงตา เป็นต้น			
5.1 วงกลม	3.91	0.97	พึงพอใจมาก
5.2 วงรี	3.75	0.95	พึงพอใจมาก
5.3 สามเหลี่ยม	3.52	1.01	พึงพอใจมาก
5.4 สี่เหลี่ยม	3.40	1.29	พึงพอใจปานกลาง
5.5 ห้าเหลี่ยม	3.33	0.97	พึงพอใจปานกลาง
5.6 หกเหลี่ยม	3.35	0.94	พึงพอใจปานกลาง
5.7 แปดเหลี่ยม	3.28	1.02	พึงพอใจปานกลาง
5.8 รูปหลายเหลี่ยม	3.36	1.11	พึงพอใจปานกลาง
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.48</b>	<b>1.03</b>	<b>พึงพอใจปานกลาง</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิคม้าหม้อห้อมร่วมสมัย ที่เป็นลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง เช่น ปีก ลำตัว ดวงตา เป็นต้น โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.48$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง รูปแบบวงกลม ( $\bar{X} = 3.91$ ) รองลงมา คือ ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง รูปแบบวงรี ( $\bar{X} = 3.75$ ) และลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง รูปแบบสามเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.52$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 8** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้ายแลบ ฟ้ายร้อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตกกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
6. ลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้ายแลบ ฟ้ายร้อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตกกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น			
6.1 วงกลม	3.53	1.05	พึงพอใจมาก
6.2 วงรี	3.48	1.00	พึงพอใจปานกลาง
6.3 สามเหลี่ยม	3.68	0.91	พึงพอใจมาก
6.4 สี่เหลี่ยม	3.51	0.92	พึงพอใจมาก
6.5 ห้าเหลี่ยม	3.55	1.01	พึงพอใจมาก
6.6 หกเหลี่ยม	3.57	0.91	พึงพอใจมาก
6.7 แปดเหลี่ยม	3.50	0.96	พึงพอใจปานกลาง
6.8 รูปหลายเหลี่ยม	3.61	1.03	พึงพอใจมาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.55</b>	<b>0.97</b>	<b>พึงพอใจปานกลาง</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัยที่เป็นลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้ายแลบ ฟ้ายร้อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตกกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจปานกลาง ( $\bar{X} = 3.55$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ รูปแบบสามเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.68$ ) รองลงมา คือ ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ รูปแบบหลายเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.61$ ) และลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ รูปแบบหกเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.57$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 9** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม)

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
7. ลวดลายกราฟิกห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม)			
7.1 ลวดลายที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณประเภทต่างๆ	4.11	0.91	พึงพอใจมาก
7.2 ลวดลายที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น	3.95	0.93	พึงพอใจมาก
7.3 ลวดลายที่เกิดจากแมลง เช่น ลวดลายในปีก ส่วนหัว ดวงตา และลำตัวของแมลง	3.71	0.99	พึงพอใจมาก
7.4 ลวดลายที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร้อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น	3.81	0.98	พึงพอใจมาก
7.5 ลายกระจัง	3.63	0.94	พึงพอใจมาก
7.6 ลายประจายาม	3.60	0.89	พึงพอใจมาก
7.7 ลายดาว	3.76	0.98	พึงพอใจมาก
7.8 ลายพุ่ม หรือลายหน้าขาบ	3.60	0.92	พึงพอใจมาก
7.9 ลายกระหนก	3.95	0.93	พึงพอใจมาก
7.10 ลายกระหนกสองชั้น	3.71	0.99	พึงพอใจมาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.78</b>	<b>0.94</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัยที่เป็นลวดลายแบบลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม) โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 3.78$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม) ที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณประเภทต่างๆ ( $\bar{X} = 4.11$ ) รองลงมา มี 2 ลวดลายที่ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน คือ ลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม) ที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น และลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม) ที่เกิดจากลายกระหนก ( $\bar{X} = 3.95$ ) และลวดลายไทย



พื้นฐาน (แบบดั้งเดิม) ที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร่อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดิน แตรกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.81$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 10** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบไทยประยุกต์

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
8. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบไทยประยุกต์	4.04	0.87	พึงพอใจมาก
8.1 ลวดลายที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณประเภทต่างๆ	3.93	0.92	พึงพอใจมาก
8.2 ลวดลายที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น	3.65	0.99	พึงพอใจมาก
8.3 ลวดลายที่เกิดจากแมลง เช่น ลวดลายในปีก ส่วนหัว ดวงตา และลำตัวของแมลง	3.78	0.97	พึงพอใจมาก
8.4 ลวดลายที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร่อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตรกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น			
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.85</b>	<b>0.93</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ที่เป็นลวดลายแบบไทยประยุกต์ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากระียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ลวดลายแบบไทยประยุกต์ที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณประเภทต่างๆ ( $\bar{X} = 4.04$ ) รองลงมา คือ ลวดลายแบบไทยประยุกต์ที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.93$ ) และลวดลายแบบไทยประยุกต์ที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร่อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตรกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.78$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 11** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่มห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบที่เกิดจากศิลปวัฒนธรรมประเพณีไทย (ในเขตภาคเหนือ)

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
9. ลวดลายกราฟิกผ้าห่มห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบที่เกิดจากศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทย (ในเขตภาคเหนือ)			
9.1 ลวดลายที่เกิดจากประเพณีเปิ้ง (ประเพณีลอยกระทง)	4.04	0.89	พึงพอใจมาก
9.2 ลวดลายที่เกิดจากประเพณีแห่สังข์ (ประเพณี-บวชลูกแก้ว)	3.59	0.94	พึงพอใจมาก
9.3 ลวดลายที่เกิดจากประเพณีอุ้มพระดำน้ำ	3.58	1.03	พึงพอใจมาก
9.4 ลวดลายที่เกิดจากประเพณีปอยสังข์	3.55	1.03	พึงพอใจมาก
9.5 ลวดลายที่เกิดจากประเพณีพ้อนผีปวย่า	3.55	0.94	พึงพอใจมาก
9.6 ลวดลายที่เกิดจากประเพณีสลาภกัณฑ์	3.47	0.94	พึงพอใจปานกลาง
9.7 ลวดลายที่เกิดจากประเพณีสงกรานต์	4.07	0.90	พึงพอใจมาก
9.8 ลวดลายที่เกิดจากประเพณีสงน้ำพระธาตุ	3.83	0.94	พึงพอใจปานกลาง
9.9 ลวดลายที่เกิดจากประเพณีกำฟ้าไทยพวน	3.48	0.95	พึงพอใจปานกลาง
9.10 ลวดลายที่เกิดจากประเพณีตานก๋วยสลาก	3.37	0.93	พึงพอใจปานกลาง
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.65</b>	<b>0.94</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่มห้อมร่วมสมัยที่เป็นลวดลายเกิดจากศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทย (ในเขตภาคเหนือ) โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ลวดลายที่เกิดจากประเพณีสงกรานต์ ( $\bar{X} = 4.07$ ) รองลงมา คือ ลวดลายที่เกิดจากประเพณีเปิ้ง (ประเพณีลอยกระทง) ( $\bar{X} = 4.04$ ) และลวดลายที่เกิดจากประเพณีสงน้ำพระธาตุ ( $\bar{X} = 3.83$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 12** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบตลาดลากรากาแฟห่อหุ้มพร้อมสมัย ตลาดลากรากาแฟนามธรรม (Abstract) ที่ให้ความรู้สึกต่างๆ

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
10. ตลาดลากรากาแฟห่อหุ้มพร้อมสมัย ตลาดลากรากาแฟนามธรรม (Abstract) ที่ให้ความรู้สึกต่างๆ			
10.1 ความรัก ความเอาใจใส่ ห่วงใย	4.07	0.94	พึงพอใจมาก
10.2 ความสามัคคี เป็นหนึ่งเดียวกัน	4.00	0.99	พึงพอใจมาก
10.3 ความเป็นเอกลักษณ์ไทย	4.30	0.91	พึงพอใจมาก
10.4 ความภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.28	0.84	พึงพอใจมาก
10.5 ความสง่างาม สูงส่ง มีค่า	4.26	1.11	พึงพอใจมาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>4.18</b>	<b>0.95</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบตลาดลากรากาแฟห่อหุ้มพร้อมสมัย ตลาดลากรากาแฟนามธรรม (Abstract) ที่ให้ความรู้สึกต่างๆ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.18$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ตลาดลากรากาแฟนามธรรมที่ให้ความรู้สึกเป็นเอกลักษณ์ไทย ( $\bar{X} = 4.30$ ) รองลงมา คือ ตลาดลากรากาแฟนามธรรมที่ให้ความรู้สึกภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น ( $\bar{X} = 4.28$ ) และตลาดลากรากาแฟนามธรรมที่ให้ความรู้สึกสง่างาม สูงส่ง มีค่า ( $\bar{X} = 4.26$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 13** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบขวดลาถลากราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลาถลาที่เกิดจากลักษณะเส้นที่ให้ความรู้สึกต่างๆ

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
11. ลาถลากราฟิกห่อหุ้มพร้อมสมัย ลาถลาที่เกิดจากลักษณะเส้นที่ให้ความรู้สึกต่างๆ			
11.1 เส้นตั้งฉาก ที่ให้ความรู้สึกมั่นคง แข็งแรง เด็ดเดี่ยว	3.87	0.90	พึงพอใจมาก
11.2 เส้นนอน ที่ให้ความรู้สึกสงบเรียบ	3.90	0.88	พึงพอใจมาก
11.3 เส้นคดโค้ง ที่ให้ความรู้สึกในด้านความอ่อนช้อยนุ่มนวล	3.99	0.92	พึงพอใจมาก
11.4 เส้นเฉียง ที่ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว	3.69	0.95	พึงพอใจมาก
11.5 เส้นหยัก ที่ให้ความรู้สึกเป็นระบบ อันตราย	3.55	1.11	พึงพอใจมาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.80</b>	<b>0.95</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภครั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลาถลากราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลาถลาที่เกิดจากลักษณะเส้นที่ให้ความรู้สึกต่าง ๆ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภครั่วมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ลาถลาที่มาจากเส้นคดโค้ง ให้ความรู้สึกในด้านความอ่อนช้อยนุ่มนวล ( $\bar{X} = 3.99$ ) รองลงมา คือ ลาถลาที่มาจากเส้นนอน ที่ให้ความรู้สึกสงบเรียบ ( $\bar{X} = 3.90$ ) และลาถลาที่มาจากเส้นตั้งฉาก ที่ให้ความรู้สึกมั่นคง แข็งแรง เด็ดเดี่ยว ( $\bar{X} = 3.87$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 14** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย เรื่อง สีของลวดลายบนผ้าหม้อห้อม

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
12. สีของลวดลายบนผ้าหม้อห้อม			
12.1 สีสันสดใส	3.72	1.12	พึงพอใจมาก
12.2 สีโมโนโทน (MONO TONE)	3.97	0.91	พึงพอใจมาก
12.3 สีทูโทน (TWO TONE)	3.78	0.98	พึงพอใจมาก
12.4 สีตามรูปแบบดั้งเดิมของผ้าหม้อห้อม (ORIGINAL)	4.07	0.99	พึงพอใจมาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.88</b>	<b>1.00</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย เรื่อง สีของลวดลายบนผ้าหม้อห้อม โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ สีของลวดลายบนผ้าหม้อห้อม ควรเป็นสีตามรูปแบบดั้งเดิมของผ้าหม้อห้อม (ORIGINAL) ( $\bar{X} = 4.07$ ) รองลงมา คือ สีโมโนโทน (MONO TONE) ( $\bar{X} = 3.97$ ) และสีทูโทน (TWO TONE) ( $\bar{X} = 3.78$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 15** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบขวดลาเต้กาแฟพร้อมดื่ม เรื่อง กระบวนการสร้างสรรค์ขวดลาเต้

รายการ (N=200)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
13. กระบวนการสร้างสรรค์ขวดลาเต้			
13.1 การปิดฝา	4.20	0.90	พึงพอใจมาก
13.2 การทอลาย	4.07	0.93	พึงพอใจมาก
13.3 การพิมพ์ลาย	3.53	0.99	พึงพอใจมาก
13.4 การมัดย้อมให้เกิดลาย	3.83	1.06	พึงพอใจมาก
13.5 การสกรีนลาย	3.22	1.21	พึงพอใจปานกลาง
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.77</b>	<b>1.01</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบขวดลาเต้กาแฟพร้อมดื่ม เรื่อง กระบวนการสร้างสรรค์ขวดลาเต้ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ กระบวนการสร้างสรรค์ขวดลาเต้ด้วยวิธีการปิดฝา ( $\bar{X} = 4.20$ ) รองลงมา คือ การทอลาย ( $\bar{X} = 4.07$ ) และการมัดย้อมให้เกิดลาย ( $\bar{X} = 3.83$ ) ตามลำดับ

**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์ลวดลายจำลองกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

**ตารางที่ 16** ค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของลวดลายจำลองกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

ข้อมูล (N=200)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ประเภทของลวดลายจำลองกราฟิก		
1.1 ลวดลายแบบธรรมชาติ	73	36.50
1.2 ลวดลายไทยและไทยประยุกต์	46	23.00
1.3 ลวดลายเรขาคณิต	19	9.50
1.4 ลวดลายสมัยใหม่ / โมเดิร์น (MODERN)	44	22.00
1.5 ลวดลายแบบผสมผสาน	18	9.00

จากตารางที่ 16 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของลวดลายจำลองกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่วาดลวดลายจำลองกราฟิกเป็นลวดลายแบบธรรมชาติ (73 คน) คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมา คือ วาดลวดลายจำลองกราฟิกเป็นลวดลายแบบลวดลายไทยและไทยประยุกต์ (46 คน) คิดเป็นร้อยละ 23.00 และวาดลวดลายจำลองกราฟิกเป็นลวดลายแบบสมัยใหม่ / โมเดิร์น (MODERN) (44 คน) คิดเป็นร้อยละ 22.00 ตามลำดับ

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่

**บทสัมภาษณ์** ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้า หม้อห้อมและลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่

### 1. บทสัมภาษณ์: คุณภาณุมาศ สายสำเภา

คุณภาณุมาศ สายสำเภา อายุ 30 ปี กลุ่มทอผ้าไทยพวน จังหวัดแพร่ ประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม 3 ปี สัมภาษณ์ ณ วันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2561 ระยะเวลาการสัมภาษณ์รวม 27 นาที 25 วินาที สถานที่สัมภาษณ์ กลุ่มทอผ้าไทยพวน ตันครามหม้อห้อมธรรมชาติ 268/5 หมู่ 5 ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ อาชีพปัจจุบัน ลูกจ้างหน่วยงานราชการ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแพร่ หมายเลขโทรศัพท์ 084-249-6492 อีเมลล์ tonkhram.p@gmail.com จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

“ภาคเหนือถือเป็นต้นกำเนิดของผ้าหม้อห้อม โดยเฉพาะที่จังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่ติดตัวคนในชุมชนมาตั้งแต่กำเนิด เดิมคนพื้นเมืองจะเรียกว่าเป็นคนพวน เชื้อสายโดยกำเนิดจะอยู่ในพื้นที่ของประเทศไทย แขวงเชียงขวาง ซึ่งได้มีการอพยพมาอยู่ที่ประเทศไทย เมื่อประมาณ 200 กว่าปีที่แล้ว ภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อมนี้ก็ติดตัวคนพวนมาอยู่ในประเทศไทย โดยกระจายตัวไปอยู่ในแต่ละจังหวัด และมีเอกลักษณ์แตกต่างกันออกไป ยกตัวอย่างที่จังหวัดแพร่ ที่บ้านทุ่งโฮ้งก็จะเด่นในเรื่องของการทำผ้าหม้อห้อม ลักษณะเด่นของผ้าหม้อห้อมของจังหวัดแพร่ คือ เป็นต้นกำเนิดจากวิถีชีวิตของคนในชุมชนมาตั้งแต่โบราณ ในยุคอดีต ผู้ชายจะมีหน้าที่เข้าสวนทำไร่ไถนา กลับมาที่บ้านก็จะทำเครื่องจักสานเป็นวิถีชีวิตมาอย่างช้านาน ส่วนผู้หญิงหลังจากเสร็จงานทำนาก็จะกลับบ้านมานั่งทอผ้าอยู่ที่ใต้ถุนบ้าน โดยทุก ๆ บ้านจะมีกี่สำหรับทอผ้า และมีการเพาะปลูกต้นคราม ต้นห้อม ทำน้ำย้อม เพื่อนำมาใช้ย้อมเส้นใยสำหรับมาทอเสื่อผ้าสำหรับการสวมใส่ จนกลายเป็นกิจวัตรประจำวันของคนในชุมชน

ในอดีตการทอผ้าหรือการทำผ้าหม้อห้อมไม่ได้ทำขึ้นมาเพื่อการค้าขาย แต่ทำกันขึ้นมาเพื่อสวมใส่กันเองภายในบ้าน ทำให้ลูกหลานใส่และมีการสืบทอดชุดต่อมาเรื่อย ๆ จนเริ่มมีชาวเงินย้ายเข้ามาอยู่ที่บ้านทุ่งโฮ้ง จากเสื่อผ้าหม้อห้อมสีธรรมชาติที่เป็นสีน้ำเงินคราม ก็เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงด้วยการนำสีเคมีสังเคราะห์เข้ามาผสม หลังจากนั้นมาสีหม้อห้อมแบบธรรมชาติก็เริ่มหายไป จน ณ ปัจจุบันนี้ คนในชุมชนก็เริ่มคิดริเริ่มสนับสนุนให้คนในท้องถิ่น รวมถึงคนภายนอกชุมชน ได้กลับมารู้จักและร่วมอนุรักษ์เรียนรู้ว่าหม้อห้อมธรรมชาติจริง ๆ มีลักษณะเป็นอย่างไร



ในปัจจุบันคนทั่วไปจะรู้จักเสื้อหม้อห้อมในรูปแบบเสื้อขาวนาเพียงเท่านั้น แต่ในชุมชนก็เริ่มการปรับปรุงแบบผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมให้มีความทันสมัยมากขึ้น สามารถใส่ไปทำงาน ใส่ไปเที่ยว ใช้ในชีวิตประจำวันได้มากขึ้น นอกจากจะเป็นเพียงเสื้อสีน้ำเงินล้วน ก็เริ่มมีการพัฒนาเป็นแบบมัดย้อมให้มีความทันสมัย มีความเก๋ สวยงามมากยิ่งขึ้น เสริมรายละเอียดการตกแต่งด้วยวิธีการปักลาย การสร้างลวดลายจากกระบวนการทอที่มีความแปลกใหม่ ใส่แล้วดูไม่แก่เกินวัย วัยรุ่นใส่ได้ ใส่แล้วเกิดความรู้สึกภูมิใจในการใส่เสื้อผ้าหรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ผ้าพื้นเมืองของไทยและชุมชนของตนเอง

สำหรับกระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อม จะเล่าถึงจากกระบวนการย้อม โดยจะพูดถึงต้นห้อมและต้นคราม ซึ่งเป็นพืชคนละชนิดกัน แต่ให้สีเหมือนกัน นั่นก็คือ อินดิโก (Indigo) หรือภาษาไทยเรียกว่า สีน้ำเงิน ซึ่งที่จังหวัดแพร่มีพืชทั้ง 2 ชนิด ในกระบวนการทำน้ำสีจะมีกระบวนการที่เหมือนกัน นั่นคือหลังจากที่ไปเก็บใบห้อมมาแล้ว โดยจะต้องไปเก็บในช่วงเช้ามืด ก่อนพระอาทิตย์ขึ้น เพราะว่า คนในสมัยโบราณเชื่อกันว่า ถ้าพระอาทิตย์ขึ้นแล้ว น้ำที่อยู่ในใบห้อมจะเริ่มหายไป สีที่ได้จะมีปริมาณที่ลดลง จึงต้องไปเก็บใบห้อมในช่วงเช้ามืดเท่านั้น เก็บตอนค่ำก็ไม่ได้ เพราะปริมาณน้ำก็จะเยอะเกินไปจนทำให้เกิดการเจือจางของสีที่ได้จากใบห้อม หลังจากเก็บมาแล้ว ก็จะนำใบห้อมที่ได้มาแช่น้ำ ทิ้งไว้ประมาณ 1 คืน แช่ในน้ำสะอาด เพื่อให้ใบห้อมเริ่มเกิดการย่อยสลายหรือเน่าเปื่อย ถ้าหากอากาศร้อนมาก ระยะเวลาในการทำน้ำสีก็จะได้เร็วขึ้น เช่น เก็บตอนเช้า เย็นอาจจะทำได้เลย ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศด้วย ถ้าสภาพอากาศและอุณหภูมิปกติ การแช่เพื่อให้เกิดการย่อยสลายเน่าเปื่อยก็จะใช้เวลาประมาณ 24 ชั่วโมง หลังจากนั้นให้กรองให้เหลือเพียงน้ำ กรอกเอากากใยออกให้หมด แล้วเติมปูนแดงลงไปให้น้ำ เพื่อให้เกิดการเกาะตัวเป็นเนื้อห้อม

หลังจากนั้นจะนำไปผ่านกระบวนการชวคราม ให้อากาศไปทำปฏิกิริยากับปูนแดง น้ำห้อมที่เกิดจากการหมักใบห้อม จนได้เป็นเนื้อห้อม เมื่อได้เนื้อห้อมมาแล้วก็นำมาใส่ส่วนผสม เพื่อทำการก่อหม้อ คือ การเตรียมหม้อสำหรับการย้อมสีผ้า ในการก่อหม้อก็จะมีส่วนผสม ดังนี้ คือ เนื้อครามหรือเนื้อห้อม น้ำต่างจากขี้เถ้าจากก้อนถ่าน จากฟืนไม่ได้ เพราะความเค็มของน้ำต่างจะมีน้อยมาก ซึ่งการย้อมต้องการปริมาณของความเค็มที่มาก มาผสมกับน้ำมะขามเปียกที่มีความเปรี้ยว ผสมรวมกันในอัตราส่วนที่กำหนด ทิ้งระยะเวลาไว้ประมาณ 3 – 5 วัน เพื่อให้เกิดการสร้างจุลินทรีย์ในหม้อห้อม ถึงจะนำผ้าที่เตรียมไว้มาผ่านกระบวนการย้อมสีห้อมได้

ในกระบวนการย้อม ไม่ว่าจะเป็ผ้าที่มาเป็นผืน หรือรูปแบบที่เป็นเสื้อ หรือรูปแบบเส้นฝ้าย จะต้องนำมาผ่านกระบวนการต้มทำความสะอาดก่อน เพื่อล้างไขแป้งหรือไขน้ำมันออกจากตัวผ้าให้หมดก่อน เพราะสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อหม้อย้อมหม้อม การทดลองว่า หม้อห้อมมีความพร้อมสำหรับใช้ในการย้อม

หรือไม่นั้น จะทดสอบด้วยวิธีการชิมด้วยลิ้น ตามรูปแบบโบราณ ซึ่งมีความจำเป็นต้องชิมตั้งแต่ น้ำต่างว่ามีความเค็มตามกำหนดหรือไม่ น้ำมะขามเปียกก็ต้องมีรสเปรี้ยวมากจนรู้สึกเซ็ดฟัน เมื่อเติมลงไปหม้อย้อมแล้ว น้ำหม้อมที่พร้อมย้อมจะต้องมีรสชาติที่กลมกล่อม ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่แท้จริง หลายคนมีคำว่าทำไม่ไม่ใช่เครื่องวัดตามมาตรฐานทั่วไปเพื่อความรวดเร็ว แต่บางสิ่งบางอย่างก็อยากจะอนุรักษ์ไว้ให้เป็นแบบวิถีชีวิตดั้งเดิม ถือว่ายังคงเป็นแบบเฉพาะของชาวบ้านทุ่งโฮ้ง

แนวทางในการออกแบบลวดลายบนผ้าหม้อห้อม ส่วนใหญ่จะอ้างอิงจากวิถีชีวิตที่อยู่รอบตัว รวมถึงการดำเนินชีวิตจากการสังเกต นำมาใช้ในการออกแบบได้ทั้งหมด ยกตัวอย่างเช่น ลายจากธรรมชาติ ได้แก่ ลายน้ำไหล ท้องฟ้า ต้นไม้ เป็นต้น สามารถนำมาสร้างจินตนาการในการออกแบบลวดลายผ้าได้ทั้งหมด ซึ่งสามารถหาได้ง่ายจากสิ่งรอบตัวเราเอง หลาย ๆ ครั้งที่มีการมานั่งคิดออกแบบว่าจะออกแบบลวดลายผ้าอะไรดี จะส่งผลทำให้เกิดความเครียดและไม่อยากทำ ตัดทุกอย่างทิ้งหมด หันมามองสิ่งที่อยู่รอบตัวเรามันจะเปลี่ยนจากความเครียดมาเป็นความสนุก ที่สำคัญโอเดียดและแนวความคิดจะไหลเลื่อนมากในการออกแบบลวดลายใหม่ ๆ

การทำลวดลายบนผ้าหม้อห้อมมีความสำคัญ คือ ผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมจะมีลักษณะเป็นสีพื้นแบบธรรมชาติเหมือนชุดขาวนา ว่ายร้อนเมื่อนำมาใส่ก็จะเกิดความรู้สึกว่ามีความแสบ หรือถูกแสบว่าใส่ไปทำนา แต่ส่วนตัวมองว่า ผ้าหม้อห้อมนั้นมีความพิเศษ มีเสน่ห์ในรูปแบบของตนเองอยู่แล้ว แต่จะทำอย่างไรให้กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เป็นวัยรุ่นเกิดความยอมรับ และหันมาสวมใส่ผ้าหม้อห้อมแล้วเกิดความรู้สึกดูเท่ เก๋ ดูทันสมัยได้ ดังนั้นจึงควรมีการนำมาใช้กระบวนการออกแบบ ปรับแต่งนิดหน่อย เช่น สิ่งที่ยากให้เกิดขึ้น คือ การนำชุดขาวนาที่เป็นผ้าหม้อห้อมนี้แหละ ให้ดูทันสมัย เช่น จากเสื้อปกติธรรมดา นำมาออกแบบให้เป็นชุดคลุม เป็นชุดเดรสของผู้หญิง ใช้กระบวนการการตัดทอนหรือเพิ่มเติมเข้าไป ให้เกิดความทันสมัยมากขึ้นรูปแบบเฉพาะของผ้าหม้อห้อมที่นี้จะจะเป็นลักษณะของผ้าทอลายขัด ซึ่งเป็นการทอผ้าทั่วไป แต่เพิ่มลักษณะพิเศษขึ้น จากการผสมผสานการใช้สีเส้นฝ้าย ในการนำมาใช้ทอผ้าเพื่อมาแต่งเติม เสริมความสวยงาม ใช้สีที่สะดุดตา เป็นสีที่ดูเข้ากัน และมีความแปลกตาจากทั่วไป

ผ้าหม้อห้อมจากธรรมชาติจะยิ่งซักยิ่งสวย ต่างจากหม้อห้อมสีเคมีที่อาจมีการตกของสี ยิ่งซักยิ่งซีดจาง หรือสีจะเพี้ยนออกไปทางสีเขียว ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน หากใช้สารเคมีมาใช้เป็นสีย้อม จะมีตัวเคมีที่เป็นสีอ่อน เมื่อซักครั้งหรือสองครั้งแรก เคมีเหล่านั้นก็ยังคงตกค้าง สีเหล่านั้นอาจจะมาลอกหรือตกใส่ตัวเราได้ แต่หากสีธรรมชาติจะใช้อากาศ เวลาที่ย้อมเสร็จจะนำมาตากแดดและลม อากาศจะเป็นตัวช่วยในการทำให้สีเข้าไปแทรกซึมในเส้นใยตามกระบวนการทางธรรมชาติ เวลานำไปซักก็จะไม่ทำให้เกิดการสีตกได้ สีธรรมชาติเป็นสีที่ไม่ได้ปรุงแต่งทางเคมี ไม่มีการเร่งรัดด้วยกระบวนการทางเคมี แต่เป็นการใช้

ธรรมชาติช่วยธรรมชาติ เช่น ตัวเนื้อของสีห้อมก็ได้มาจากการหมักใบห้อม ซึ่ได้จากถ่านไม้ ทุกอย่างเป็นธรรมชาติหมด ซึ่งธรรมชาติก็ไม่เคยทำร้ายมนุษย์ ผ้าหม้อห้อมในยุคปัจจุบันมีหลากหลายเกรด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทุกอย่างมีข้อดีและไม่ดีผสมกันไป ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ เช่น เรื่องของราคา หากสีธรรมชาติที่ต้นทุนจะสูงและใช้เวลาในการผลิตนาน ก็จะสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าได้เพียงบางกลุ่มเท่านั้น แต่หากเป็นสีเคมี ค่อนข้างจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าเชิงอุตสาหกรรม

โดยส่วนใหญ่แล้ว คนที่เป็นลูกค้าที่เลือกซื้อชุดผ้าหม้อห้อมจากสีธรรมชาติ จะเป็นคนที่ชื่นชอบผ้าหม้อห้อมมาก ๆ และนิยมเก็บสะสม เขาก็จะยอมจ่ายเงินซื้อเพราะเขามีความชอบมากจริง ๆ แต่ว่าผ้าหม้อห้อมจากสีเคมี จะสามารถซื้อมาใช้ได้ง่าย ราคาไม่แพง โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้หญิงทำงาน จะเลือกซื้อเสื้อผ้าใส่ ก็สามารถใส่ได้ไม่ก็ครั้ง ก็จะมีรู้สึกเบื่อ อยากเปลี่ยนบ้าง ซึ่งผ้าหม้อห้อมจากสีเคมี อาจจะตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจของลูกค้าผู้หญิง ซึ่งต่างจากลูกค้าผู้ชายที่สามารถใส่ซ้ำได้หลาย ๆ ครั้ง จึงไม่สามารถบอกได้ว่า แบบไหนดีหรือไม่ดี แต่อยากให้ตัดสินใจจากพฤติกรรมและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าเป็นสำคัญ ปัจจุบันผ้าหม้อห้อม เป็นมากกว่าการนำมาตัดเป็นเสื้อผ้าเพื่อสวมใส่เพียงอย่างเดียว สามารถนำมาพัฒนาเป็นของตกแต่งบ้าน ของที่ระลึก หรือการนำไปประยุกต์ผสมผสานร่วมกับเฟอร์นิเจอร์ก็สามารถทำได้ เช่น ผ้าปูที่นอน ผ้า màn และปลอกหมอน เป็นต้น

พฤติกรรมของผู้บริโภค ณ ปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2561) ต้องการซื้อของเพื่อเสพในความงามมากกว่าการเป็นประโยชน์ใช้สอย เน้นการเล่าเรื่องราวจากการออกแบบ ต้องมีที่มาที่ไปในการนำมาออกแบบ จะต้องมีการบอกถึงเรื่องราวและกระบวนการในการคิด การออกแบบ ตลอดจนการผลิตเป็นผลงาน เพื่อให้เกิดความภูมิใจในการซื้อไปใช้ มากกว่าความสวยงามที่ได้จากการสวมใส่เพียงอย่างเดียว ในการออกแบบลวดลายที่ใช้ จะใช้การทอเพื่อให้เกิดเป็นผ้าลายทอ ใช้ที่ทอผ้าในการผลิตผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิม ในการตกแต่งเพิ่มเติม จะใช้ไม้สัก ซึ่งเป็นต้นไม้ท้องถิ่นที่มีมาก มาทำเป็นสร้อยคอ หรือแปรรูปไม้สักเป็นรูปร่างต่าง ๆ มาประดับตกแต่งเพิ่มเติม ผสมผสานกับผ้าทอมือ ซึ่งไม้สักของจังหวัดแพร่ ก็มีความเด่น และมีชื่อเสียงโด่งดัง จึงอยากนำของทั้งสองสิ่งนี้ คือ ผ้าหม้อห้อม และ ไม้สัก มาเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ส่วนในเรื่องของการสร้างลวดลายอื่น ๆ ที่ใช้ นอกจากการทอลายแล้ว จะมีกระบวนการมัดย้อม และการนำเศษผ้าที่เหลือ มาใช้ต่อกันจนเป็นผ้าอีกหนึ่งผืนให้เกิดเป็นลวดลาย และนำมาใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าหรือของใช้ต่าง ๆ ในอนาคตจะมีการสร้างลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับความเป็นจังหวัดแพร่ ความโดดเด่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ การอนุรักษ์กรรมวิธีการผลิตผ้าหม้อห้อมแบบเดิม ทั้งการย้อมจากหม้อห้อมธรรมชาติ และการทอผ้าทอมือ รวมถึงเป็นศูนย์เรียนรู้ ตั้งแต่กระบวนการปลูกต้นห้อม ต้นคราม การย้อมสี การทอผ้า จนถึงกระบวนการของการแปรรูป ซึ่งมีความแตกต่างจากที่อื่น อยากให้คนได้มาสัมผัสถึง

บรรยากาศ ได้มาลองทำ เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการที่แท้จริงของการทำผ้าหม้อห้อม ว่ากว่าจะสำเร็จเป็นผลงานแต่ละชิ้น จะต้องใช้เวลา ใช้ความละเอียดในกระบวนการผลิตค่อนข้างมาก

จุดเริ่มต้นของการทำหม้อห้อมที่บ้าน คือ คุณแม่จะเป็นคนปลูกต้นคราม ซึ่งชอบแดด แต่จะต่างจากต้นหม้อที่ชอบพื้นที่บนดอยหรือที่สูง มีการสร้างเป็นโรงเรือนหม้อมซึ่งประสบความสำเร็จมาแล้ว แต่ก็โดนพายุพัดถล่มจนเกิดความเสียหาย ในอนาคตก็จะมีการสร้างใหม่ แต่การปลูกครามไม่ได้ปลูกไว้ขายหรือใช้ แต่ปลูกเพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจเรียนรู้ได้เข้ามาดู มีการณรงค์ให้ชาวบ้านช่วยกันปลูก เพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เป็นรายได้ที่ยั่งยืน

การออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อมให้กับวัยรุ่นมีความสำคัญ โดยส่วนตัวคิดว่าลายแบบดั้งเดิม ทำให้เราไม่อยากใส่ เช่น ลายตีนจก เพราะใส่แล้วเกิดความรู้สึกมีอายุ ดูเป็นคุณป้า แต่หากจะทำให้วัยรุ่นใส่ควรจะมีการนำลายมาผสมผสานกับความเป็นกราฟิก ดึงบางส่วนมาใช้ในการออกแบบ ตัดทอนเอาจุดสำคัญ ๆ เด่น ๆ ของลายแบบดั้งเดิมมาใช้ออกแบบ ก็จะทำให้ผลงานการออกแบบลวดลายมีความน่าสนใจมากขึ้น ทันสมัย วัยรุ่นจะชอบมากขึ้น สีของผ้าหม้อห้อมจะเป็นสีดั้งเดิม สามารถทำสีให้ต่างในโทนของสีฟ้าบ้างก็ได้ ผสมกับสีอื่น ๆ ของวัสดุอื่น ๆ ด้วยก็ได้ การไล่โทนสีของสีน้ำเงินแบบดั้งเดิม ให้เป็นสีน้ำเงินอ่อน สีฟ้า สีฟ้าอ่อน ก็สามารถทำได้ ไม่ต้องมีการจำกัด ก็จะทำให้การสร้างสรรค์ผลงานเป็นไปในทิศทางที่หลากหลาย มีความน่าสนใจและแปลกใหม่”

## 2. บทสัมภาษณ์: คุณนันทกิจ บอยด์

คุณนันทกิจ บอยด์ อายุ 37 ปี เจ้าของกิจการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ ภายใต้อีโก้แบรนด์ Natcharal ประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม 3 ปี สัมภาษณ์ ณ วันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2561 ระยะเวลาการสัมภาษณ์รวม 25 นาที 44 วินาที สถานที่สัมภาษณ์ แก้ววรรณ หม้อห้อมธรรมชาติ จังหวัดแพร่ ที่อยู่ปัจจุบัน 286 หมู่ 6 ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ อาชีพปัจจุบัน เจ้าของกิจการ เจ้าของกิจการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ ภายใต้อีโก้แบรนด์นี้ชชชาวัล Natcharal หมายเลขโทรศัพท์ 062-289-1693 อีเมลล์ nocchak@gmail.com จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

“จุดกำเนิดของผ้าหม้อห้อมในชุมชนตำบลทุ่งโฮ้ง บรรพบุรุษมาจากเชียงขวาง เป็นชาวไทยพวน ซึ่งหนึ่งในวัฒนธรรมที่ได้นำติดตัวมานั้นคือ การใช้หม้อห้อมในการทำเสื้อผ้าในการสวมใส่ แต่หม้อเคยมีการสูญหายไปจากจังหวัดแพร่นานพอสมควร ที่เป็นหม้อจากธรรมชาติแท้ ๆ และได้เริ่มฟื้นฟูและสนับสนุนส่งเสริมให้อนุรักษ์การทำผ้าหม้อห้อมธรรมชาติในช่วงปี พ.ศ. 2542 – 2543 ส่งเสริมให้มีการปลูกต้นหม้อ และนำหม้อธรรมชาติมาเป็นสีในการย้อมผ้าตามรูปแบบธรรมชาติ ลักษณะเด่นของผ้าหม้อห้อม คือ จะต้องเป็นผ้าที่ผ่านกระบวนการย้อมจากหม้อธรรมชาติ ซึ่งมีคุณสมบัติเรื่องการป้องกันแบคทีเรีย ซึ่งเป็นคุณสมบัติพิเศษทางยาของพืชชนิดนี้ รวมไปถึงการป้องกันรังสียูวีจากแสงอาทิตย์ และหม้อมจะเป็นพืชที่มีคุณสมบัติออกฤทธิ์เย็น คนในยุคโบราณจะใช้หม้อในการลดไข้ โดยการตำใบหม้อมกับเกลือ ประคบที่ผ้าเท้า ตามภูมิปัญญาท้องถิ่นโบราณ ซึ่งจะสามารถช่วยดูดพิษไข้ได้ สีที่ได้จากหม้อ ถือเป็นลักษณะเด่น ซึ่งมีสีน้ำเงิน หรือบางพื้นที่ก็จะเรียกว่าสีคราม โดยครากับหม้อมจะให้สีในลักษณะที่เหมือนกัน ที่นี้จะเป็นลักษณะที่ได้ชื่อว่า Eastern blue yeon ต้นหม้อมกับต้นคราม จะให้สารอินดิแกน แบบเดียวกัน คือ มีคุณสมบัติเวลาที่ย้อมสีจะให้สีน้ำเงิน หรือโทนสีฟ้าเหมือนกัน มีความแตกต่างตรงการปลูก ต้นครามจะสามารถปลูกได้ง่ายกว่าต้นหม้อม ซึ่งต้นครามสามารถเติบโตในพื้นที่ที่ทั่วไปได้ ขอเป็นพื้นที่ที่มีน้ำและแสงแดด แต่ต้นหม้อมจะปลูกในพื้นที่ที่เป็นป่า เป็นไม้บังใบ เหมาะกับพื้นที่ที่เป็นดอย ป่าต้นน้ำ ดังนั้นการที่จะอนุรักษ์หม้อม ก็ต้องอนุรักษ์และรักษาป่าด้วย มิฉะนั้นจะไม่สามารถหาหม้อมมาใช้ในการผลิตผ้าหม้อห้อมได้ ลักษณะใบของพืชทั้งสองชนิดนี้ก็จะไม่เหมือนกัน ถ้าเป็นใบหม้อมจะมีขนาดใหญ่กว่า ซึ่งใบหม้อมก็จะมีทั้งใบใหญ่และใบเล็กขอบหยัก แต่ครามจะมีลักษณะเป็นใบเล็กแตกย่อย ๆ ออกไป ชื่อเรียกก็จะเรียกต่างกันไป ถ้าเป็นต้นหม้อมจะมีชื่อทางวิทยาศาสตร์ เรียกว่า *Baphicacanthus cusia* Brem วงศ์ ACANTHACEAE แต่ถ้าเป็นต้นคราม จะเรียกว่า *Indigo tinctoria* วงศ์ LEGUMINOSAE ปริมาณในการทำเนื้อหม้อมสำหรับการย้อมสีผ้า ใบหม้อมสด 10 กิโลกรัม นำมาหมักเป็นหม้อมโคลน จะได้ โคลนหม้อมประมาณ 1 กิโลกรัม เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนผสมในการก่หม้อมทำน้ำสีย้อมหม้อม

ขั้นตอนในการผลิตผ้าหม้อห้อม จะมีด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ ทั้งในรูปแบบของการซื้อผ้าสำเร็จรูปนำมาตัดเย็บแล้วไปผ่านกระบวนการย้อม หรือในลักษณะของการย้อมสีเส้นฝ้ายก่อน แล้วนำไปทอเป็นผืนผ้า เพื่อการสร้างสรรค์ลวดลายจากการทอได้ทันที แต่สำหรับบางคนก็สามารถทอออกมาเป็นสีน้ำเงินล้วนก็ได้ โดยไม่ต้องทอเป็นลวดลายก็มีตามลักษณะที่ต้องการ มีทั้งที่การเข็นมือบ้าง หรือที่เป็นรูปแบบของการซื้อเส้นฝ้ายเล็ก ๆ มาใช้ในการผลิต ซึ่งก็แล้วแต่ความชอบของแต่ละคนในการสร้างสรรค์ผลงาน ลักษณะเด่นของแบรนด์นี้ จะเป็นคนที่ชื่นชอบและชื่นชมในภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือมรดกที่ได้มาจากรบรรพบุรุษ แต่ไม่ชอบความเชย มีลักษณะการออกแบบที่โดดเด่น เพราะจุดเริ่มต้นของการมาทำธุรกิจก็คือ การที่ตนเองไม่ชอบความเชย เลยต้องทำเสื้อผ้าใส่เอง แต่จุดประกายแรกของการหันมาทำผ้าหม้อห้อม คือ การได้มีโอกาสไปรู้จักและคลุกคลีกับพี่คนหนึ่งที่ทำผ้าหม้อห้อมธรรมชาติเหมือนกัน คือ มีกระบวนการทำแบบดั้งเดิม ทั้งการทอ การออกแบบ ทำให้เกิดมุมมองใหม่ที่ไม่ได้เป็นแบบเดิม ๆ หรือแบบที่เขยอย่างที่เคยเห็นมาก่อนตามท้องตลาดทั่วไป เกิดการประยุกต์ในการออกแบบผ้าหม้อห้อม การใส่การออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในเมืองมากยิ่งขึ้น เหมาะสมกับการใช้ชีวิตของวัยรุ่น ลักษณะของความเป็นหม้อห้อมแท้ สามารถแบ่งแยกด้วยการใช้สีที่มาจากหม้อห้อมธรรมชาติ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์นัชชาวัล (Natcharal) จังหวัดแพร่

แรงบันดาลใจในการออกแบบ คือ สิ่งที่อยู่รอบล้อมตัว แต่การออกแบบลวดลายก็ยังมีการใช้ลวดลายเดิม แต่มีการตัดทอนบางส่วนของลวดลายเหล่านั้นมาใช้ในงานออกแบบ เพราะถ้าลวดลายเยอะเกินไปก็จะทำให้ดูไม่สวย อาจจะทำให้ดูมีอายุได้ ต้องคิดว่าเอาผ้าหม้อห้อมที่คนมองว่าใส่แล้วเก่าทำอย่างไรในการออกแบบลวดลายแล้วดูไม่แก่ ใส่แล้วเท่ นั่นก็คือการลดทอนลวดลายที่มีให้น้อยลง นำมาขึ้นส่วนมาใช้ในการออกแบบเพื่อยังคงรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทยไว้ แต่ดูไม่เชย การออกแบบลวดลายควรเน้นความเรียบง่าย เน้นไปทางแฟชั่นที่สามารถใช้ได้ทุกโอกาส ทุกอย่างต้องส่งผลถึงสภาพแวดล้อม จึงอยากทำผลงานให้คุ้มค่ากับทรัพยากรที่เสียไป อยากให้คนใส่รู้สึกภาคภูมิใจในสิ่งที่สวมใส่ ใส่รากเหง้าแห่งวัฒนธรรม แต่มีความเท่และทันสมัยเข้ากับยุคปัจจุบัน

กลุ่มเป้าหมายที่อยากให้สวมใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์หม้อห้อม ก็อยากจะให้ทุกกลุ่มใส่หรือใช้ แต่สำหรับวัยรุ่น จะเป็นรุ่นที่สามารถเข้ามาจับบทบาทในการสืบทอดไปยังรุ่นอื่น ๆ ได้ หากคนรุ่นผู้ใหญ่พูดถึงเรื่อง วัฒนธรรม ก็ดูธรรมดา แต่หากวัยรุ่นกล่าวถึงจะกลายเป็นเท่ และดูคล้อยตามได้ง่ายขึ้น เป็นคนนำพาแนวความคิดใหม่ ๆ เผยแพร่ออกไปได้เป็นอย่างดี

กรรมวิธีในการสร้างลวดลาย หากไม่ได้เกิดจากการทอลายขึ้นมา ก็จะใช้เศษผ้าที่เหลือจากการใช้ประโยชน์ในส่วนอื่น ๆ แต่มีคุณภาพมาตัดเย็บเข้าด้วยกันจนกลายเป็นชิ้นงาน ซึ่งทำให้เกิดลวดลาย

อาจจะเป็นการต่อลายกัน หรือการนำมาเย็บบนผ้าพื้นต่าง ๆ แล้วใช้การดันมือ เป็นงานแฮนด์เมท ผสมรวมเข้าไป เป็นงานฝีมือ อาจมีการใช้กระดุมจากกะลามะพร้าว อาจมีการตอกหมุดเพื่อให้ดูแนวตะวันตกมากขึ้น ใสแล้วทำให้เกิดความรู้สึกมีสไตล์ เป็นลูกเล่นเล็ก ๆ บนผลงาน ไม่ให้มีความเยอะจนเกินไป อาจมีเทคนิคการปักเพิ่ม โดยใช้เส้นด้ายสีต่าง ๆ คือ นอกจากสีฟ้าครามที่ได้จากหม้อมแล้ว ยังมีโทนสีที่เป็นสีม่วง ชมพู ที่ได้จากธรรมชาติ นั่นก็คือ ครั่ง สีเหลืองจากใบหูกวาง สีเขียวจากการผสมของหูกวางและหม้อ เพื่อเล่นโทนสีให้กับผลงาน นำมาย้อมสีด้วยเพื่อนำไปปักเป็นลวดลาย ซึ่งก็เป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติทั้งหมด ซึ่งก็จะมีกลุ่มลูกค้าบางกลุ่มชอบแนวงานแบบนี้ แต่ลูกค้าก็จะต้องสามารถรอได้ และเข้าใจว่าต้องใช้ระยะเวลาในการผลิตค่อนข้างมาก เทคนิคอื่น ๆ ที่ใช้ก็จะมีการกันสี ก่อนการนำไปย้อมหม้อม โดยการแปะลวดลายที่ต้องการไว้ก่อน แล้วนำไปย้อมสี ส่วนที่แปะไว้ก็จะไม่โดนน้ำย้อม ก็จะเกิดเป็นลวดลายตามต้องการ ก็น่าจะเหมาะกับวัยรุ่น ที่สามารถใส่ในลักษณะเสื้อยืดที่เป็นหม้อห้อมได้เช่นกัน

มินิมอล (Minimalist) น้อยแต่เยอะ ถือเป็นจุดเด่นในการออกแบบ ซึ่งก็ต่างจากแบรนด์อื่น ๆ ที่กลุ่มลูกค้าอาจจะชอบแนวประวัติประดอย งานฝีมือ ซึ่งก็มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป ลวดลายจึงเป็นแนวที่ไม่ได้มีความเยอะจนเกินไป การคิดลวดลายมักออกแบบกราฟิก และลวดลายแบบโบราณดั้งเดิม มาลดทอน เช่น ลายตีนจก ทั้งที่เป็นนก ใบไม้ ต้นไม้ ที่สามารถดูได้จากผ้าชิ้นตีนจกที่เป็นผ้าไทยพื้นเมือง เป็นต้น แต่จะไม่ได้เอาลวดลายมาทั้งหมด จะเอามาเพียงบางส่วนเท่านั้น เพื่อให้เห็นความชัดเจนสวยงามของลวดลายมากขึ้น อาจจะมีการทอลายหรือทำลวดลายเป็นลักษณะเรขาคณิตที่เป็นรูปสี่เหลี่ยม หกเหลี่ยม สี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ซึ่งแสดงออกถึงความเรียบง่าย

ลวดลายที่ว่าจะมีหลาย ๆ ลักษณะ อาจจะเป็นเรื่องของความชอบของนักออกแบบเอง กับวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดแพร่ มาผสมผสานเข้ากับผลงานตามรูปแบบของมินิมอล ใส่ได้ทุกโอกาส ใส่ได้นาน คุ้มค่างับราคา เพราะงานฝีมือค่อนข้างมีราคาสูง หรือบางโอกาสก็มีการนำหนังมาใช้ร่วมกับผลงาน เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ หนึ่งเองก็สามารถย้อมสีหม้อมได้ เพราะหม้อมีคุณสมบัติป้องกันแบคทีเรียได้ การออกแบบชอบในรูปแบบทำน้อย ๆ ให้ดูมีจำนวนจำกัด ส่วนในการใช้สีหม้อม ก็สามารถทำได้หลากหลายโทนสี ตั้งแต่โทนฟ้าจนถึงน้ำเงินเข้ม

ในความคิดส่วนตัวของคุณนิว คือ มีความภูมิใจที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นอันมีค่าของเมืองแพร่ ได้มีโอกาสได้เผยแพร่ไปยังชาวต่างชาติ ซึ่งบางคนทราบถึงวิธีการทำแล้วยังอยากจะมาตุกรกรรมวิธีการผลิต ซึ่งทำให้เกิดความภูมิใจมาก”

### 3. บทสัมภาษณ์: คุณวุฒิไกร ผาทอง

คุณวุฒิไกร ผาทอง เจ้าของกิจการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ ภายใต้ชื่อแบรนด์ แก้ววรรณ หม้อห้อมธรรมชาติ ประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม 18 ปี สัมภาษณ์ ณ วันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2561 ระยะเวลาการสัมภาษณ์รวม 25 นาที 44 วินาที สถานที่สัมภาษณ์ แก้ววรรณ หม้อห้อมธรรมชาติ จังหวัดแพร่ ที่อยู่ปัจจุบัน 160 หมู่ 8 ตำบลนาจักร อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ อาชีพปัจจุบัน เจ้าของกิจการ ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ ภายใต้ชื่อแบรนด์ แก้ววรรณ หม้อห้อมธรรมชาติ หมายเลขโทรศัพท์ 081-960-450 จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

“การสร้างสรรคผลงานผ้าหม้อห้อม เริ่มจากกระบวนการผลิต เริ่มจากรับห้อมมาจากนาตองและนาแขง จากการนำน้ำห้อมมาก่อหม้อห้อม ในแบบฉบับแบบแก้ววรรณ ใช้การย้อมห้อมเส้นด้าย เพื่อนำด้ายไปให้ชาวบ้านทอเป็นผืนผ้า แล้วนำมาแปรรูปที่หมู่บ้าน โดยกระบวนการย้อมจะใช้ส่วนผสมมาจากต่างซี้เถ้า เป็นส่วนผสมตามธรรมชาติ และใช้ส่วนผสมจากผลไม้แทนกรดกับน้ำตาล ในส่วนที่เป็นภาคเคมีสีทุกอย่างจะเกิดมาจากการสังเคราะห์ นำโซดาไฟและไฮโดรเจน ซึ่งเป็นสูตรของที่นี่แบบนี้ ส่วนสูตรแต่ละท้องถิ่นแต่ละคนก็มีส่วนผสมที่แตกต่างกัน การก่อกหม้อห้อมที่แก้ววรรณจะใช้เวลาก่อหม้อทิ้งไว้ประมาณ 7 – 15 วัน เพื่อให้เกิดปฏิกิริยาก่อนการนำไปใช้ย้อม โดยในแต่ละวันก็จะมีภารกิจน้ำเพื่อเพิ่มออกซิเจนเข้าไปในน้ำย้อมห้อมตามรูปแบบธรรมชาติ แล้วก็มีการกระบวนการผลิตผ้าก็มีความหลากหลาย อาจจะมาจากการทอผ้าของโรงงานแล้วนำมาย้อมสีห้อม ใช้ผ้าสำเร็จรูปจากโรงงานมาผ่านกระบวนการย้อม บางครั้งก็มีการตัดเย็บที่ร้าน แล้วส่งฟอกเป็นรายตัว หรือฟอกมาจากโรงงานเลยก็ขึ้นอยู่กับความสะดวกและความเหมาะสมของแต่ละที่ ซึ่งพื้นผิวของผ้าหม้อห้อมก็สามารถสังเกตได้ง่าย หากผ้าพื้นผิวเรียกว่า อาจะเกิดจากการทำในรูปแบบโรงงานก็เป็นได้ โดยปัจจุบันก็มีแหล่งศูนย์รวมหนังสือของวิทยาลัยชุมชน ได้มีการผลิตหนังสือเกี่ยวกับหม้อห้อมอย่างละเอียด

การผลิตผ้าหม้อห้อม มีหลากหลายกระบวนการการผลิต แต่ในส่วนนี้จะเล่าถึงที่แก้ววรรณทำการย้อมสีผ้าจากห้อม ก็สามารถย้อมจากผ้าดิบ หรือย้อมเส้นด้ายแล้วค่อยนำไปทอเป็นผ้า ปัจจุบันเด็กไม่สามารถแยกออกได้ว่าชนิดไหนคือผ้าหม้อห้อมแท้ หรือแบบใดที่เป็นผ้ามัดย้อม เพราะวัยรุ่นปัจจุบันไม่ได้รู้พื้นฐานของการผลิตที่แท้จริง ดังนั้นในการทำตลาดของแก้ววรรณ คือ ตลาดที่ได้จะเกิดมาจากกระบวนการทอ โดยต้องมีการวางรูปแบบให้เกิดตลาดอย่างที่ต้องการ ซึ่งจะต้องมีเทคนิคกระบวนการที่เฉพาะ เพราะการทอมีข้อจำกัดในลักษณะของการวางทิศทางเส้นด้ายในการทอ ซึ่งเป็นเส้นยืนและเส้นนอนมาขัดกันจนเกิดเป็นตลาด ต้องอาศัยความชำนาญพิเศษของช่างทอ ซึ่งหากช่างไม่เก่งมาก การคิดตลาดก็อาจจะเป็นไปได้ยากด้วย เพราะฉะนั้นจึงสามารถทำได้เพียงลายขัดและ



ลายสอง จัดเป็นลวดลายพื้นฐานของการทอผ้าทั่วไป ซึ่งหากใช้กระบวนการทอแบบนี้ ก็ต้องผ่านกระบวนการย้อมสีเส้นด้ายมาก่อนนำมาใช้ทอเป็นผ้า แล้วจึงนำผ้าหม้อห้อมที่ได้มาแปรรูปในกระบวนการทางการออกแบบต่อไป

สำหรับในการออกแบบลวดลายจึงสามารถทำได้ในขอบเขตข้อจำกัดของการทอผ้า ไม่สามารถทำได้มาก และสำหรับวัยรุ่น ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลมากก็คือ เรื่องราคา ทำให้วัยรุ่นจึงไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายของแก้ววรรณมากเท่าไร แต่ก็มียุវรุ่นบางส่วนที่ชอบจริง ๆ ถึงจะซื้อผ้าหม้อห้อมตามกระบวนการผลิตแบบธรรมชาติไปใช้ ทุกกระบวนการของแก้ววรรณเป็นลักษณะงานแฮนด์เมทในหลากหลายขั้นตอน ห้อมเป็นสิ่งที่ต้องใช้ระยะเวลาในการผลิตค่อนข้างยากและนาน มุมของกลุ่มเป้าหมายอาจจะยังไม่เข้าใจถึงกระบวนการที่แท้จริง จึงจะมองแค่เรื่องราคา ในมุมมองวัยรุ่นที่เหมาะสม ควรจะเป็นลักษณะที่ดูเป็นงานฝีมือและใส่ดีไซน์เข้าไปในผ้าหม้อห้อม ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับหม้อห้อมเคมีกับหม้อห้อมธรรมชาติ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และควรเป็นการร่วมมือกันของทุกภาคส่วนในชุมชน ตลอดจนระดับจังหวัด”

#### 4. บทสัมภาษณ์: คุณสุวิมล หงษ์สาม

คุณสุวิมล หงษ์สาม อายุ 33 ปี เจ้าของกิจการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ ภายใต้ชื่อแบรนด์ ฮักห้อม ประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม 3 ปี ทั้งในส่วนของการผลิตผ้าทอและการออกแบบ ลวดลาย สัมภาษณ์ ณ วันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2561 ระยะเวลาการสัมภาษณ์รวม 25 นาที 11 วินาที สถานที่สัมภาษณ์ แก้ววรรณ หม้อห้อมธรรมชาติ จังหวัดแพร่ ที่อยู่ปัจจุบัน ร้านฮักฮ้อม ตรงข้ามกับตลาดทุ่งโฮ้ง ถนนยันตรกิจโกศล ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ อาชีพปัจจุบัน เจ้าของกิจการ เจ้าของกิจการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ ภายใต้ชื่อแบรนด์ฮักห้อม หมายเลขโทรศัพท์ 093-289-6291 อีเมลล์ hughomdesign@gmail.com จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

“ลวดลายของการผลิตผ้าหม้อห้อมจะสามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ ผ้าผืนทั่วไปที่มีลวดลายอยู่ แล้วจากการผลิตด้วยเทคนิคต่าง ๆ เช่น การปั้มน้ำเทียน หรือเทคนิคต่าง ๆ กับลักษณะของการผลิต ลวดลายผ้าหม้อห้อมด้วยกระบวนการของการทอ เป็นต้น สำหรับที่ร้านก็จะมีลวดลายพื้นฐานที่เป็นลาย ชัด ลายสก๊อต และลวดลายเฉพาะที่คิดค้นกันขึ้นมาเอง คือ ลายดอกกลมแล้ง ในภาษาเหนือ แต่ภาษากลาง จะเรียก ดอกราชพฤกษ์ ที่ได้มาจากการทำวิจัย ซึ่งมีแรงบันดาลใจมาจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ผ่านการคิดสร้างสรรค์ แล้วให้คุณยายทอลายจากต้นแบบ ที่นำมาประยุกต์แต่งลายดอกให้ดูทันสมัยขึ้น ให้มีความสวยงาม ที่ร้านจะเน้นในเรื่องของการทอเป็นหลัก แต่ได้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เป็น โปรแกรมการออกแบบเข้ามาช่วยในการพัฒนาออกแบบผลงาน ซึ่งโปรแกรมออกแบบลายทอพื้นฐาน ทั่วไป แต่สามารถนำมาจับคู่สีมาเทียบคู่สี ต้องมีการปรับสีออกมาดูก่อน รวมถึงแกะลายเพื่อให้คลิกลาย ก่อนให้คุณยายทอ ซึ่งคุณยายอาจจะเคยชินกับลายทอทั่วไป เช่น ลายจก ลายขัด เป็นต้น จึงจะต้อง สื่อสารให้เข้าใจตรงกัน ว่าลวดลายแบบใหม่ที่อยากให้เกิดขึ้นจะให้สำเร็จออกมาในลักษณะใด ซึ่งคุณยายมี อายุ 85 ปี จึงจะมีความเชี่ยวชาญในการทอผ้าแบบดั้งเดิม

กระดุมที่ใช้ก็จะเป็นกระดุมจากกะลามะพร้าว ซึ่งในปัจจุบันก็จะมีมีการนำลูกเดือยมาใช้ประกอบ ในผลงานผ้าหม้อห้อมที่ทำเป็นเจ็คเก็ด ลวดลายที่ใช้ในการออกแบบก็จะอ้างอิงมาจากลวดลายของ ชาวกะเหรี่ยงที่ใช้ลูกเดือยในการออกแบบเสื้อผ้าอยู่แล้ว แต่จะดึงเอาบางส่วนของลวดลายที่เป็น เอกลักษณ์มาใช้ผสมผสานกับชุดผ้าหม้อห้อม นอกเหนือจากนั้นก็จะมีมีการสร้างสรรค์ลวดลายมาจากเศษ ผ้าหม้อห้อมหลากโทนสี ผ่านเทคนิคตัดเย็บด้วยมือ เช่น การด้น ทำมาเป็นลักษณะงานแฮนด์เมท ที่ร้านก็ จะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกระเป๋าจากผ้าหม้อห้อม ผสมผสานกับหนัง เทคนิคที่ใช้ทั่วไปก็จะมี การปั้มน้ำเทียน การสกรีนลาย แต่ลักษณะของการใช้สีหม้อห้อมธรรมชาติจะมีข้อจำกัดในการติดทนนาน ซึ่งจะ ต่างกับสีเคมีที่ติดได้ทนนานกว่าการสกรีนลายบนผ้าหม้อห้อม นอกเหนือจากนั้นก็จะมีมีการปักลาย

แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ลวดลาย คือ การนำวิถีชีวิตตามคำสโลแกนช่วงเทศกาลสงกรานต์ เมืองแพร่ ก็คือ ดอกกลมแล้งบาน สงกรานต์เมืองแพร่ นุ่งหม้อห้อมแต่งงามตา จึงนำสโลแกนนี้มาเล่าเรื่อง ตามลักษณะเฉพาะของคนเมืองแพร่ที่ไปด้วยกันได้ บางคนบอกลวดลายนี้มีลักษณะคล้ายกับดอกพิกุล แต่ ก็จะมีวิธีการเล่าเรื่องในแบบของเราเองที่แตกต่างกัน ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกร่วม ความแตกต่างอาจจะ ไม่ได้ต่างมาก แต่ดูจากการนำมาใช้ในการประดับตกแต่งบนวัสดุหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ มากกว่า การใช้บน ผ้าชิ้นแบบเดิมที่อาจจะดูโบราณ แต่ถ้ามาใช้บนเสื้อยืดหรือเจ็คเก็ตก็จะดูทันสมัย และเหมาะสมกับวัยรุ่น มากขึ้น หรือบางโอกาสได้ไปเห็นลวดลายแบบโบราณสวย ๆ ก็อาจนำมาคิดต่อว่าจะนำมาใช้พัฒนา ผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมอย่างไรได้บ้าง

จากตัวอย่างที่เคยทำ คือ การนำผ้าทอหม้อห้อมจำนวน 4 ผืน มาเย็บประกอบกัน การย้อมสีเส้น ผ้ายหม้อห้อมแต่ละครั้งจะมีความเข้มไม่เท่ากัน ยิ่งย้อมซ้ำหลายรอบสีก็จะยิ่งมีความเข้มจนกลายเป็นสีน้ำ เงินมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการสร้างเอกลักษณ์ของผลงานที่อาจเป็นชิ้นเดียวในโลก ไม่สามารถผลิตซ้ำให้ เหมือนเดิมได้จากการผลิตในรูปแบบของงานแฮนด์เมท ลวดลายแต่ละส่วนที่มาประกอบกันก็มีความ สวยงามเฉพาะตัว ผ่านการเล่าเรื่องของแต่ละส่วน ซึ่งจะทำให้เกิดความภูมิใจในผลงาน ซึ่งจะมีเพียงไม่กี่ ชิ้นบนโลกนี้ การทอผ้าเพื่อสร้างลวดลายในแต่รูปแบบลวดลาย 1 ผืน ก็จะสามารถนำไปแบ่งใช้ผลิตเป็น ชิ้นงานได้ไม่เกิน 5 ผลงาน แต่หากผ้าที่ผลิตจากการทอลวดลายที่ยากและมีจำนวนจำกัด ก็อาจจะมี การผลิตออกมาเพียง 2 ผลงานเท่านั้น ซึ่งก็เป็นการสร้างคุณค่าให้กับผลงานได้เป็นอย่างดี ความแตกต่าง อาจจะต่างกันในเรื่องของโทนสีของลวดลายและผืนผ้าหม้อห้อม ที่ทำให้ผลงานแต่ละชิ้นมีความแตกต่าง กัน

ส่วนตัวมองว่าเมืองแพร่ควรจะมีหม้อห้อมที่มีความพิเศษกว่าที่เห็นได้ตามท้องตลาด ควรมี ลักษณะที่คนต่างถิ่น เช่น คนกรุงเทพฯ หรือนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ใส่ได้ ส่วนแนวคิดในการพัฒนาผ้าหม้อ ห้อมให้กับวัยรุ่น หากเป็นกลุ่มของเด็กมัธยมอาจจะยาก แต่คนที่ชอบผ้าหม้อห้อมจริง ๆ ก็มี แต่อาจจะไม่ มีกำลังซื้อด้วยราคาผ้าหม้อห้อมจากสิริธรรมชาติ ลวดลายจะมีผลต่อกลุ่มวัยรุ่นน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ การออกแบบด้วย คือ ต้องไม่ดูเฉย หรือใส่แล้วดูมีอายุเป็นคนแก่ จะต้องใส่แล้วดูดี เท่ มีสไตล์ รูปแบบ ไม่ซ้ำใคร ก็จะกลายเป็นแรงดึงดูดในการหันมาใช้ผ้าหม้อห้อมกันมากขึ้น หากจะต้องมุ่งเน้นทำผ้าหม้อห้อม ให้วัยรุ่นหันมาสนใจมากขึ้น อาจจะต้องเปลี่ยนกระบวนการทอมาเป็นการใช้ผ้าทั่วไปมาย้อมสิริธรรมชาติ จากหม้อห้อม นำเศษผ้ามาตกแต่งตัดปะเข้ากับเสื้อผ้า เพื่อลดต้นทุนให้น้อยลงกว่าการทอหม้อ ห้อมวัยรุ่นก็จะ ได้มีกำลังซื้อได้มากขึ้น

เทคนิคมัดย้อมจากสีหม้อห้อมก็เป็นอีกเทคนิคหนึ่งที่กำลังดังและเป็นที่ยอมรับ แต่ควรเพิ่มการดีไซน์เข้าไป ซึ่งส่วนมากที่ร้านจะทำหม้อห้อมจะเป็นสีหม้อห้อมโทนสีฟ้าที่ไม่ใช่สีน้ำเงินเข้ม ลูกค้าส่วนใหญ่จะชอบโทนสีฟ้ามากกว่ารูปแบบเดิมที่เป็นสีหม้อห้อมน้ำเงินเข้มในอดีต แรงบันดาลใจในการทำผ้าหม้อห้อมเกิดจากการเห็นคุณยายทำ แล้วนำเสนอใจ จึงหันมาศึกษาอย่างจริงจัง รวมถึงเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้คนในท้องถิ่น และนอกเหนือจากนั้นคือความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อมของจังหวัดแพร่ สู้รื้อนลูกหลานต่อไป”

## 5. บทสัมภาษณ์: คุณโสรัศ เขียนแก่น

คุณโสรัศ เขียนแก่น อายุ 46 ปี เจ้าของกิจการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ ภายใต้ชื่อแบรนด์ หม้อห้อมกฤษณะ ประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม 3 ปี ออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นจากผ้าหม้อห้อม และการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม และประสบการณ์เกี่ยวกับงานออกแบบศิลปะเครื่องแต่งกาย 20 ปี สัมภาษณ์ ณ วันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2561 สถานที่สัมภาษณ์ ร้านหม้อห้อมกฤษณะ อาชีพปัจจุบัน เจ้าของธุรกิจ ที่อยู่ปัจจุบัน 302/3 หมู่ที่ 5 ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ หมายเลขโทรศัพท์ 054-060081 และ 096-869-3221 จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

“ผ้าหม้อห้อมในเขตภาคเหนือ เป็นเครื่องแต่งกายที่โดดเด่นของชาวล้านนาที่มีการสืบทอดมาเป็นระยะเวลานาน มักจะใช้สวมใส่ในการทำไร่ทำนาซึ่งเป็นอาชีพหลักของคนพื้นเมืองในยุคสมัยนั้น แต่ในปัจจุบันได้มีการนำมาใช้สวมใส่กันอย่างแพร่หลายมากขึ้น เพราะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยเฉพาะสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ ได้ส่งเสริมการอนุรักษ์ให้ชาวเมืองแพร่ใส่ผ้าพื้นเมืองหม้อห้อมทุกวันศุกร์ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากประชาชนชาวเมืองแพร่ได้เป็นอย่างดี ทำให้ผ้าหม้อห้อมเริ่มกลับมามีบทบาทสำคัญในการเข้ามามีส่วนร่วมของชาวเมืองแพร่ในการร่วมสืบสานศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ดังที่สามารถสังเกตได้จากการสวมใส่ผ้าหม้อห้อมมากขึ้นในการใช้ชีวิตประจำวัน เริ่มมีการออกแบบและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลายขึ้น ทั้งตัวของผลิตภัณฑ์เองและลวดลายที่มีความร่วมสมัย แต่ยังสามารถทำได้น้อย เพราะผู้ผลิตส่วนใหญ่ยังคงขาดความชำนาญในการคิดค้นเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์ลวดลายที่หลากหลาย ส่วนมากยังคงผลิตด้วยรูปแบบเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนวัตถุดิบจากเดิมที่เป็นห้อมแท้ กลายเป็นสีห้อมจากเคมีสังเคราะห์ ซึ่งสามารถผลิตผลผลิตหม้อห้อมได้จำนวนมากได้โดยใช้ระยะเวลาไม่นานมากนัก สามารถนำไปขายสร้างกำไรได้อย่างรวดเร็ว เพราะมีต้นทุนที่ต่ำกว่าผ้าหม้อห้อมธรรมชาติ ที่มีต้นทุนสูงและมีระยะเวลาในการผลิตที่นาน

ปัจจุบันแหล่งผลิตหม้อห้อมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดแพร่ และเป็นแหล่งผลิตที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ซึ่งมีรูปแบบการผลิตแบบหม้อห้อมแท้แบบดั้งเดิม ตั้งอยู่ที่ บ้านทุ่งโฮ้ง ซึ่งยังคงอนุรักษ์รูปแบบการผลิตผ้าหม้อห้อมแบบธรรมชาติไว้สืบทอดต่อไปยังคนรุ่นใหม่ โดยมีการจัดตั้งเป็น ศูนย์การเรียนรู้หม้อห้อมบ้านทุ่งโฮ้ง ซึ่งได้มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตผ้าหม้อห้อมตั้งแต่ขั้นตอนของการทำน้ำห้อม กระบวนการทอผ้าด้วยกี่ทอมือ การหมักห้อม ก่อหม้อห้อม ตลอดจนการผลิตเป็นผลผลิตหม้อห้อม

การผลิตผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิม จะนำเส้นฝ้ายมาทอเป็นผืนผ้าแล้วนำไปย้อมน้ำห้อม หรืออาจจะย้อมเส้นฝ้ายด้วยน้ำห้อมก่อน แล้วนำเส้นฝ้ายที่ย้อมสีห้อมแล้วไปทอผ้าเป็นผืนก็ได้ ขึ้นอยู่กับการผลิตและความชำนาญของช่างทอแต่ละคน โดยบางคนอาจมีการคิดค้นลวดลายจากการทอลาย หรือบางคนอาจใช้เทคนิคอื่น ๆ มาใช้ร่วมด้วยในการย้อมสีห้อม เช่น การมัดย้อม การกันสีย้อมด้วยน้ำเทียนในรูปแบบเดียวกันกับการทำผ้าบาติก แต่ยังคงใช้สีห้อมที่เป็นโทนสีน้ำเงินเข้มไล่โทนไปจนเป็นสีฟ้าอ่อน ซึ่งการย้อมหากมีการทำซ้ำหลาย ๆ ครั้ง สีของผ้าหม้อห้อมก็จะมีการไล่ระดับสีตามจำนวนครั้งที่มีการย้อมห้อม แต่ในปัจจุบันอาจมีการทอผ้าด้วยเครื่องจักรของระบบโรงงานเข้ามาใช้ร่วมด้วย แล้วนำมาย้อมสีห้อมแบบธรรมชาติ

การคิดค้นลวดลายส่วนตัวที่ทำ ส่วนใหญ่จะเป็นการนำวัสดุต่าง ๆ ที่มีในเขตพื้นที่มาผสมผสานร่วมด้วย เช่น ไหมพรมย้อมสีห้อม กระจุกจากกะลามะพร้าว เต๋อย เหยี่ยวโลหะ ลูกปัด เป็นต้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลงานออกแบบ มีความร่วมสมัยมากขึ้น ใช้เทคนิคกระบวนการปักลายเข้าไปผสมผสาน เพื่อให้มีความโดดเด่นจากผ้าหม้อห้อมแบบเดิมที่เน้นเป็นสีน้ำเงินเข้มเรียบ ๆ ไม่มีลวดลายและไม่มีวัสดุอื่น ๆ มาใช้ประกอบร่วมกับผ้าหม้อห้อม ซึ่งการใช้วิธีนี้จะเป็นการเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม เนื่องจากเป็นลักษณะงานที่เป็นงานฝีมือ ใช้ความละเอียดในการทำค่อนข้างสูง และที่สำคัญมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่ซ้ำแบบใคร ซึ่งกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันก็นิยมความแปลกใหม่ในการเลือกซื้อค่อนข้างมาก อาจจะมีการนำผ้าหลากหลายเฉดสีมาเย็บต่อกันเพื่อให้เกิดลวดลายของผ้าหม้อห้อมที่หลากหลาย แต่จะทำเพียงไม่กี่ชิ้นงาน เพื่อให้ผลงานที่เกิดขึ้นมีความโดดเด่นไม่ซ้ำแบบใคร

การผสมผสานวัสดุจากโลหะและวัสดุธรรมชาติก็เป็นอีกหนึ่งกระบวนการในการออกแบบลวดลายประดับตกแต่งผ้าหม้อห้อมให้เกิดความทันสมัยและมีความร่วมสมัยมากขึ้น โดยการนำวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาเป็นวัสดุเสริมให้ผ้าหม้อห้อมมีลวดลายที่ละเอียดประณีตทรงคุณค่าขึ้น ซึ่งสามารถทำได้ด้วยวัสดุที่หลากหลายอันได้แก่ การใช้กระจุกจากกะลามะพร้าว ซึ่งเป็นอีกภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างสรรค์กระจุกจากวัสดุทรัพยากรที่มีอยู่เดิมในท้องถิ่น มาเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หม้อห้อมได้อย่างสวยงามลงตัว ด้วยสีของกะลามะพร้าวมีลักษณะเป็นสีน้ำตาล จึงทำให้เกิดความสวยงามกลมกลืนกับสีน้ำเงินของผ้าหม้อห้อม เป็นคู่สีที่มีความสวยงามด้วยความเป็นวัสดุที่เกิดจากธรรมชาติเหมือนกัน จึงทำให้ผ้าหม้อห้อมที่ถูกประดับตกแต่งลวดลายจากกระจุกกะลามะพร้าวกลายเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ที่ควรค่าแก่การสืบทอดสืบไป การนำวัสดุโลหะที่เป็นการสลักฉลุลายไทยประยุกต์ ตามรูปแบบของพื้นถิ่นของเมืองเหนือ

ซึ่งเป็นเครื่องเงินที่มีชื่อเสียงของภูมิภาคมาใช้ประดับตกแต่งร่วมกับผ้าหม้อห้อม ก็เป็นอีกหนึ่งลักษณะของการพัฒนาลวดลายผ้าหม้อห้อมร่วมสมัยที่สามารถทำได้จริงในลักษณะของรูปธรรมที่วัยรุ่นให้ความสนใจ เพราะลักษณะของการออกแบบจัดวาง จะเน้นการจัดวางที่เรียบง่ายลงบนผืนผ้าหม้อห้อมในตำแหน่งที่เหมาะสม สวยงาม เกิดเป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความทันสมัยตอบโจทย์กับทุกโอกาสการใช้งานของคนในยุคปัจจุบัน ที่ใช้สวมใส่ ใช้สอยในโอกาสที่มากกว่าการเข้าร่วมงานประเพณีท้องถิ่นในวันสำคัญต่าง ๆ ได้อีกด้วย

แนวคิดในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อมส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของสภาพแวดล้อมรอบตัว เช่น ธรรมชาติทั่วไป ดอกไม้ แมลง สัตว์ เครื่องจักรสาน เอกลักษณ์ของศิลปะและวัฒนธรรมของท้องถิ่น เพื่อต้องการที่จะสื่อสารในเรื่องของความสวยงามในวิถีชีวิตแบบชาวเมืองเหนือ ลวดลายที่คิดค้นจึงค่อนข้างจะต้องมีที่มาที่ไปจากสภาพแวดล้อมและความเป็นจริงที่มีอยู่ในชุมชน แต่ในบางโอกาสก็มีการคิดค้นลวดลายจากการจินตนาการ เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ และให้แตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่โดยทั่วไป มีการนำเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นมาผสมผสานเพื่อให้เข้ากับเทศกาลที่เกิดขึ้น เช่น ประเพณีสงกรานต์ งานบุญ งานปีใหม่เมือง เป็นต้น

การสร้างลวดลายจะคำนึงถึงเรื่องของความเหมาะสมกับผู้สวมใส่ เช่น อายุ เพศ หรือโอกาสพิเศษสำคัญต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับผู้สวมใส่ ใส่แล้วมีความภาคภูมิใจในผ้าหม้อห้อมที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชาวเมืองแพร่ ลักษณะของลวดลายจะต้องมีความเก๋ ทันสมัย อาจเป็นรูปร่างง่าย ๆ จากเรขาคณิต ลายเส้น อารมณ์และความรู้สึกเชิงบวก คำนึงถึงคู่สีที่จะนำมาใช้ร่วมกัน ทั้งเฉดสีของสีหม้อแบบเดิมคือสีน้ำเงินเข้มและการไล่เฉดสีไปเป็นสีฟ้าอ่อนเกือบขาว ซึ่งแท้จริงแล้วการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อมนั้น ไม่มีรูปแบบที่ตายตัว เพราะแต่ละคนมักจะมีรูปแบบที่เป็นลักษณะเฉพาะ อาจเกิดจากการต่อยอดจากความรู้เดิมที่มีมาเพิ่มการสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ที่ลงตัว ไม่ดูเยอะจนเกินไป ทำให้ผลงานไม่น่าสนใจ ซึ่งการเข้ามามีส่วนร่วมของชาวเมืองแพร่ก็มีส่วนสำคัญ ที่จะทำให้งานออกแบบตอบโจทย์และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ซึ่งทุกภาคส่วนต้องเข้ามาสนับสนุนการอนุรักษ์ร่วมกัน ชาวเมืองแพร่ก็ต้องให้ความร่วมมือในการปฏิบัติจริงมากขึ้น เพื่อการอนุรักษ์ที่มีความยั่งยืน”

## 6. บทสัมภาษณ์: คุณกฤษณะ วัลลภาชัย

คุณกฤษณะ วัลลภาชัย เจ้าของกิจการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ ภายใต้ชื่อแบรนด์ หม้อห้อมกฤษณะ ประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม 3 ปี ออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นจากผ้าหม้อห้อม และการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม สัมภาษณ์ ณ วันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2561 สถานที่สัมภาษณ์ ร้านหม้อห้อมกฤษณะ อาชีพปัจจุบัน เจ้าของธุรกิจ ที่อยู่ปัจจุบัน 302/3 หมู่ที่ 5 ตำบลทุ่งไธสง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ หมายเลขโทรศัพท์ 054-060081 และ 098-796-3992 จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

“เดิมในทัศนคติของคนทั่วไปจะมองผ้าหม้อห้อมว่าเป็นเพียงชุดชานาที่ใส่ใส่เวลาไปทำนา ด้วยรูปแบบที่ไม่ทันสมัย ดูเรียบง่ายและมีเพียงสีเดียวคือ สีน้ำเงินเข้ม ทำให้การนำไปประยุกต์ใช้ใส่ในบริบทอื่น ๆ สามารถทำได้น้อยหรือทำได้ยาก ซึ่งหากนำรูปแบบการผลิตผ้าหม้อห้อมแบบธรรมชาติดั้งเดิมมาผสมผสานกับเทคนิคกระบวนการสมัยใหม่ ๆ ก็จะช่วยทำให้ผ้าหม้อห้อมมีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันนี้ก็ได้มีผู้ผลิตหลากหลายราย พยายามที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมให้มีความทันสมัย และใช้สอยได้มากกว่าการเป็นเพียงเครื่องแต่งกายในโอกาสสำคัญ ๆ ทั้งที่เป็น ของที่ระลึก เครื่องประดับ ตกแต่งอาคารสถานที่ เครื่องนอน ผ้าปูโต๊ะ ชองใส่ปากกา กระเป๋าเงิน เป็นต้น

การพัฒนาลวดลายบนผ้าหม้อห้อมจึงควรมีการศึกษาหาข้อมูลในเชิงกว้างขึ้นให้มากกว่ามุมมองเดิมของผู้ผลิตในท้องถิ่น เช่น การศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายจากระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถเปิดโลกทัศน์ให้กับนักออกแบบให้กว้างขึ้น สามารถนำเอาเทรนด์นิยมต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลวดลาย ตลอดจนการนำไปประยุกต์ใช้กับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในมุมมองของตัวเองมองว่าลวดลายบนผ้าหม้อห้อมควรจะเป็นลวดลายที่ไม่เยอะจนเกินไป เพราะผ้าไทย ผ้าพื้นเมือง มักจะถูกมองว่าดูแก่ ทำให้เกิดความรู้สึกโบราณ ไม่ทันสมัย ดูไม่เข้ายุคสมัย ดังนั้นเราจึงน่าจะนำลวดลายบางส่วนในความเป็นดั้งเดิม มาย่อขยายส่วนให้มีลักษณะที่มีความละเอียดน้อยลงและดูเป็นสากลตามรูปแบบมินิมอล (Minimal) เพื่อเพิ่มช่องทางในการเลือกซื้อและโอกาสที่จะนำไปใช้งานจริงในชีวิตประจำวันปกติทั่วไป นักออกแบบควรออกแบบให้ดูมีความสากล โดยอาจจะนำวัสดุต่าง ๆ มาผสมผสานบ้าง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและลดต้นทุนของการผลิตผ้าหม้อห้อมรูปแบบเดิม ๆ ที่มีราคาต้นทุนสูง อีกทั้งยังใช้ระยะเวลาในการผลิตค่อนข้างนาน เช่น การใช้กระดุมวัสดุธรรมชาติ ลูกปัด โลหะ เป็นต้น

เทคนิคและกระบวนการในการออกแบบลวดลาย ปัจจุบันสามารถทำได้หลากหลายวิธี เช่น การใช้เทคนิคมัดย้อมโดยใช้สีหม้อมธรรมชาติ การปักลายจากฝ้ายย้อมหม้อม การพิมพ์ลายจากแม่พิมพ์น้ำเทียนเพื่อกันพื้นที่ไม่ให้เกิดสีก่อนการนำไปย้อมหม้อม การตัดปะเศษผ้าจากลวดลายผ้าหม้อห้อมที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจุบันก็เริ่มมีให้เห็นบ้าง เป็นต้น สำหรับในเรื่องแนวคิดในการออกแบบลวดลาย สามารถใช้



ศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่มีในท้องถิ่น ตลอดจนสิ่งแวดล้อมรอบตัวมาใช้เป็นแรงบันดาลใจควบคู่กับจินตนาการที่มี เพื่อสร้างสรรค์ลวดลายใหม่ ๆ ด้วยรูปร่าง หรือลายเส้นง่าย ๆ เช่น เส้นตรง เส้นโค้ง เส้นหยัก รูปร่างเรขาคณิตทั่วไป สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงกลม เป็นต้น เพราะองค์ประกอบพื้นฐานเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลวดลายบนผ้าหม้อห้อมได้ง่าย กลุ่มเป้าหมายเองก็เลือกนำไปใช้งานได้กว้างขึ้น ไม่เจาะจงจนเกินไป ส่วนใหญ่แล้วถ้าพูดถึงลายไทยบนผ้าพื้นเมือง คนก็จะนึกถึงแต่ผ้าชิ้นแบบดั้งเดิม ผ้าไหม ที่ใส่แล้วดูมีอายุ ทำให้วัยรุ่นจึงไม่ค่อยสนใจมากนัก

จากประสบการณ์ของการสร้างสรรค์ลวดลายตกแต่งเครื่องแต่งกายจากผ้าหม้อห้อม เพื่อให้เกิดความร่วมมือ สามารถทำได้ด้วยกระบวนการทางการออกแบบแฟชั่นที่หลากหลาย อันได้แก่ การจับจีบลวดลายจากผ้าหม้อห้อมลวดลายเล็ก ๆ ลงไปประดับตกแต่งลงบนชุดหม้อห้อมที่เป็นโครงเสื้อ โดยเลือกใช้โทนสีของผ้าที่ไล่โทนสีของผ้าหม้อห้อมจากสีหม้อที่มีความเข้มข้นระดับฟ้าอ่อน ฟ้า น้ำเงิน น้ำเงินเข้ม ไล่ระดับกันไป เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการออกแบบลวดลาย ไม่ให้เกิดความซ้ำซากจำเจ เพิ่มการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะโดยเน้นหลักการออกแบบเรื่องเอกภาพ ความสมดุล ไล่เรียงขนาดและสัดส่วนของชิ้นผ้าหม้อห้อมในตำแหน่งที่สวยงามเหมาะสม ก็จะเกิดเป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมที่มีความทันสมัยขึ้น มีความร่วมสมัยมากขึ้น ตอบโจทย์กับกลุ่มวัยรุ่นคนรุ่นใหม่ให้หันมาสนใจใส่เสื้อผ้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเต็มภาคภูมิ สามารถลบภาพหรือทัศนคติเดิม ๆ ที่ว่า หากใส่ผ้าไทยหรือผ้าพื้นเมืองที่เกิดจากภูมิปัญญาบรรพบุรุษแล้ว เชย ดูแก่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดใหม่ และเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการ สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าหม้อห้อมให้คงอยู่กับท้องถิ่น รวมถึงเป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจของชุมชน การสร้างรายได้ให้เกิดขึ้น จากการอยู่อย่างพอเพียง ตามพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศรรามาธิบดีจักรีนฤเบดินทร สยามมินทราธิราช บรมนาถบพิตร ในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่ทรงสอนเสมอว่าให้อยู่อย่างพอเพียงในภูมิปัญญาของตนเอง อย่างมีความสุข และเต็มภาคภูมิที่ได้เกิดมาเป็นคนไทย”

## 7. บทสัมภาษณ์: คุณวิษณุ จันทร์ทรา

คุณวิษณุ จันทร์ทรา เจ้าของกิจการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ ภายใต้ชื่อแบรนด์ หม้อห้อมวิษณุ ประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม 3 ปี ออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นจากผ้าหม้อห้อม และการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม และประสบการณ์ทางด้านศิลปะ 10 ปี ในการออกแบบเครื่องแต่งกายสัมภาษณ์ ณ วันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2561 สถานที่สัมภาษณ์ ร้านหม้อห้อมวิษณุ อาชีพปัจจุบัน เจ้าของธุรกิจ ที่อยู่ปัจจุบัน 81/10 หมู่ที่ 7 ตำบลนาจักร อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ หมายเลขโทรศัพท์ 089-191-2811 จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

“การเรียนรู้การผลิตผ้าหม้อห้อม ได้รับการถ่ายทอดมาจาก ศูนย์การเรียนรู้ผ้าหม้อห้อมทุ่งไ้ง้อ และเรียนรู้เพิ่มเติมจากการศึกษาหาข้อมูลจากผู้รู้และสื่ออินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการเป็นผู้ผลิตและออกแบบแล้ว ยังเคยได้มีไปวิทยากรบรรยายเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ลวดลายพื้นฐานบนผ้าหม้อห้อม ซึ่งโดยแต่ดั้งเดิมการผลิตผ้าหม้อห้อมในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย เป็นเครื่องนุ่งห่มที่สืบทอดมาจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ อันเกิดจากการสังสม พัฒนาสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาเป็นเวลานาน ซึ่งเดิมคนในพื้นที่ใช้ในการสวมใส่ไปทำนาทำไร่ ชุดหม้อห้อมจึงกลายเป็นที่รู้จักแค่เป็นชุดชาวนา

ในพื้นที่จังหวัดแพร่ ผ้าหม้อห้อมจะรู้จักกันดีของคนทั่วไป และแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงของจังหวัดแพร่ คือ ทุ่งไ้ง้อ ซึ่งปัจจุบันเป็นตำบลหนึ่งของจังหวัดแพร่ เดิมเป็นหมู่บ้านของชาวไทยพวน ที่เป็นต้นกำเนิดของผ้าหม้อห้อมแบบพื้นเมืองโดยแท้จริง ซึ่งในยุคปัจจุบันได้มีการคิดค้นพัฒนาลวดลายและรูปแบบของผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมให้มีความสวยงามและหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เหมาะสมกับยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา โดยชุดหม้อห้อมถือเป็นเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นวัฒนธรรมของชาวภาคเหนือ ซึ่งสามารถใส่ได้ทุกโอกาส ปัจจุบันผ้าหม้อห้อมเมืองแพร่ ได้รับการขนานนามว่าเป็น ยีนส์ตะวันออก เพราะปัจจุบันมีการผลิตผ้าหม้อห้อมได้หลากหลายรูปแบบ สีสันที่แตกต่างกันมากมาย แต่ยังคงคุณค่าของสีน้ำเงินเข้มและสีฟ้าอ่อนจากการย้อมสีด้วยหม้อธรรมชาติ

องค์ประกอบการออกแบบผ้าหม้อห้อมแต่ดั้งเดิม จะเป็นการออกแบบที่เรียบง่าย ไม่มีลวดลาย เน้นใส่สบายและทำงานได้อย่างกระฉับกระเฉง ไม่มีความซับซ้อนในการออกแบบตัดเย็บ เช่น ออกแบบเป็นเสื้อคอกลม กระดุมจีน กางเกงเล และเสื้อสายผูก เป็นต้น แต่สำหรับรูปแบบในการออกแบบที่ทำอยู่ในรูปแบบของตนเอง จะเป็นการออกแบบพัฒนาลวดลายที่มีความทันสมัยมากขึ้น เน้นการออกแบบที่สามารถสวมใส่ได้ทุกโอกาส และอาจจะมีการทำลวดลายขึ้นมาโดยเฉพาะ และเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีเพียงชิ้นเดียวในโลก ไม่ซ้ำแบบกัน เพื่อลดความจำเจกับผ้าหม้อห้อมที่มีอยู่ทั่วไปในท้องตลาด ซึ่งอาจจะ

เป็นผลิตภัณฑ์เชิงโรงงานอุตสาหกรรม ใช้เทคนิคและกระบวนการทางเคมี ซึ่งอาจจะทำให้คุณค่าของผ้าหม้อห้อมตามภูมิปัญญาแบบดั้งเดิมลดลง

การออกแบบตามรูปแบบส่วนตัวของร้านหม้อห้อมวิเศษ จะนิยมนำเอาวัสดุอื่น ๆ มาผสมผสานนำเทคนิคใหม่ ๆ แปรกลตามาใช้ในการสร้างสรรค์ลวดลายของผ้าหม้อห้อม รวมถึงการนำรูปแบบของผ้าหม้อห้อมที่หลากหลายมาผสมผสานตัดเย็บจนกลายเป็นชิ้นงานที่สวยงามแปลกตา โดยปัจจุบันมีการนำกระดุมจากกะลามะพร้าวมาใช้ร่วมกับการผลิตผลงาน การใช้เตี๋ยมาผสมผสาน การปักลาย การใช้เส้นไหมพรมหรือเส้นฝ้ายมาย้อมสีคราม การพันทึ่สีลายคราม การปั้มแม่พิมพ์ไม้ด้วยเทียนไข รวมไปถึงการใช้เทคนิคตามรูปแบบของผ้าบาติกและมัดย้อมมาใช้ในการสร้างสรรค์ด้วย ในบางโอกาสมักมีการไปศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากลวดลายที่มีบนสื่อโซเชียลมีเดีย มาประยุกต์ใช้ในการคิดค้นลวดลายใหม่ ๆ ที่ทันสมัย เช่น เทคนิคการมัดย้อมในสโตร์ชิโบริของญี่ปุ่น เป็นต้น นอกเหนือจากนั้น ยังมีการสร้างลวดลายจากการนำผ้าหม้อห้อมที่มีความต่างของลวดลายทั้งในลายเส้นและสีที่ไล่ระดับ มาใช้ประกอบในการตัดเย็บเป็นผลงาน ซึ่งได้รับความนิยมจากลูกค้าได้ดี

การผลิตผ้าหม้อห้อมให้มีความร่วมสมัยนั้น นักออกแบบจะต้องมีความรู้พื้นฐานการออกแบบที่ดี มีความรู้เรื่องวัสดุและกรรมวิธีขั้นตอนในการผลิตผ้าหม้อห้อมเป็นอย่างดี อีกทั้งนักออกแบบที่ดี จะต้องรู้จักการสังเกตถึงกระแสนิยมในปัจจุบัน วิวัฒนาการทางการตลาดและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในสังคม เพื่อให้สามารถออกแบบได้เหมาะสมกับโอกาสและวาระของการสวมใส่ผ้าหม้อห้อม เช่น ประเพณีสงกรานต์ วันขึ้นปีใหม่เมืองของชาวแพร่ หรือโอกาสพิเศษสำคัญ ๆ ดังนั้นการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อมก็เช่นเดียวกัน จะต้องออกแบบให้ใช้ได้มีโอกาสที่หลากหลาย เหมาะกับวัยของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วงวัย กลุ่มลูกค้าหลายคนที่เข้ามาติดต่อให้ออกแบบชุดจากผ้าหม้อห้อมให้ ส่วนใหญ่แล้วจะต้องการความเรียบง่าย รายละเอียดไม่วิจิตรหรือเป็นลายไทยรูปแบบโบราณจนเกินไป เน้นสีผ้าหม้อห้อมที่มีลักษณะความเป็นงานฝีมือ นำเอาวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาประดับด้วยการประยุกต์ใช้ร่วมกับผ้าหม้อห้อมท้องถิ่นอย่างเรียบง่าย สามารถใช้ได้หลากหลายโอกาส ทั้งงานที่เป็นทางการและกึ่งทางการได้ การออกแบบลวดลายบนผ้าหม้อห้อม ก็ต้องคำนึงถึงรูปร่างรูปทรงของผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมแต่ละประเภทด้วย เพราะลวดลายที่มีความทันสมัยและร่วมสมัยจริง ๆ แล้วนั้น จะต้องเรียบง่าย ดูดี และมีสไตล์ของความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมผสมกับความร่วมสมัยของยุคสมัยนั้น ๆ ด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในยุคปัจจุบัน กำลังถูกคุกคามจากเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ที่มีการพัฒนาที่ไม่เคยหยุดนิ่ง จึงทำให้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของหม้อห้อมตามรูปแบบเดิม ๆ ที่เป็น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่เดิม คนรุ่นใหม่หรือผู้ผลิตรุ่นใหม่ ๆ จึงควรทำความเข้าใจและตระหนักถึงการเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีให้เหมาะสม และยังคงเป็นการอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญาให้คงอยู่ให้ได้มากที่สุด”

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปและประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่

**ตารางที่ 17** ค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไป และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่

ข้อมูล (N=7)	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	4	57.14
1.2 หญิง	3	42.85
2. อายุ		
2.1 ช่วงอายุ 26 – 30 ปี	1	14.28
2.2 ช่วงอายุ 31 – 35 ปี	3	42.85
2.3 ช่วงอายุ 35 ปี ขึ้นไป	3	42.85
3. สถานภาพปัจจุบัน		
3.1 โสด	5	71.42
3.2 สมรส	2	28.57
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	14.28
4.2 ปริญญาตรี	5	71.42
4.3 ปริญญาโท	1	14.28
5. ประสบการณ์ทางด้านการทำงานศิลปะ		
5.1 มี	7	100.00
5.2 ไม่มี	-	-
6. ประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม		
6.1 กระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อม	7	100.00
6.2 กระบวนการการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม	7	100.00
6.3 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม	7	100.00

จากตารางที่ 17 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อมและลวดลายผ้าหม้อห้อมในเขตจังหวัดแพร่ จำนวน 7 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (4 คน) คิดเป็นร้อยละ 57.14 และเป็นเพศชาย (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 42.85 ตามลำดับ

ในด้านอายุของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่มีช่วงอายุเท่ากัน 2 ช่วง คือ มีช่วงอายุระหว่าง 31 – 35 ปี (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 42.85 และมีช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 42.85 รองลงมา มีช่วงอายุระหว่าง 26 – 30 ปี (1 คน) คิดเป็นร้อยละ 14.28 ตามลำดับ

ในด้านสถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (5 คน) คิดเป็นร้อยละ 71.42 และมีสถานภาพสมรส (2 คน) คิดเป็นร้อยละ 28.57 ตามลำดับ

ในด้านระดับการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (5 คน) คิดเป็นร้อยละ 71.42 รองลงมา มี 2 ระดับที่เท่ากัน คือ มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (1 คน) คิดเป็นร้อยละ 14.28 และมีการศึกษาระดับปริญญาโท (1 คน) คิดเป็นร้อยละ 14.28 ตามลำดับ

ในด้านประสบการณ์ทางด้านการงานศิลปะของผู้ให้สัมภาษณ์ ทุกคนมีประสบการณ์ทางด้านการงานศิลปะ (7 คน) คิดเป็นร้อยละ 100.00

ในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมของผู้ให้สัมภาษณ์ ทุกคนมีประสบการณ์ด้านกระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อม (7 คน) คิดเป็นร้อยละ 100.00 ด้านกระบวนการการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม (7 คน) คิดเป็นร้อยละ 100.00 และด้านกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม (7 คน) คิดเป็นร้อยละ 100.00

**ตอนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และแนวทางในการอนุรักษ์ สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม

**ตารางที่ 18** ค่าความถี่และค่าร้อยละในความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

ข้อมูล (N=7)	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
1. ลักษณะลวดลายผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย		
1.1 ลวดลายแบบประยุกต์	5	71.42
1.2 ลวดลายแบบมินิมอล	3	42.85
1.3 ลวดลายแบบเรขาคณิต	7	100.00
1.4 ลวดลายจากสิ่งแวดล้อม	4	57.14
1.5 ลวดลายจากศิลปวัฒนธรรม ประเพณี	7	100.00
2. แนวคิดในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย		
2.1 จินตนาการ	5	71.42
2.2 ธรรมชาติ	4	57.14
2.3 ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม	7	100.00
2.4 ความเชื่อ	3	42.85
2.5 วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	3	42.85
3. วัสดุพิเศษในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม		
3.1 กระดุมจากกะลามะพร้าว	5	71.42
3.2 ลูกเดือย	4	57.14
3.3 โลหะ	3	42.85
3.4 เส้นฝ้ายย้อมหม้อไล่แดดสี	7	100.00
3.5 ไหมพรมย้อมหม้อไล่แดดสี	4	42.85
3.6 ไม้สักแกะลายเล็ก ๆ	1	14.28
3.7 ลูกปัดเล็ก ๆ	3	42.85

**ตารางที่ 18** ค่าความถี่และค่าร้อยละในความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตลาดกาแฟห่อหุ้มพร้อมสมัย (ต่อ)

ข้อมูล (N=7)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. วิธีและเทคนิคในการสร้างสรรค์ตลาดกาแฟห่อหุ้ม		
5.1 การทอลาย	5	71.42
5.2 การปักลาย	4	57.14
5.3 การปั๊มลายเทียนจากแม่พิมพ์ไม้	3	42.85
5.4 การมัดย้อม	5	71.42
5.5 การตัดปะต่อลายจากผ้าห่อหุ้มพร้อมตลาดต่าง ๆ	3	42.85

จากตารางที่ 18 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตลาดกาแฟห่อหุ้มพร้อมสมัย จำนวน 7 คน ในด้านลักษณะตลาดกาแฟห่อหุ้มพร้อมสมัย ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ควรเป็นตลาดแบบเรขาคณิต และตลาดจากศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เท่ากัน 2 รูปแบบตลาด (7 คน) คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา มีความคิดเห็นว่า ควรเป็นตลาดแบบประยุกต์ (5 คน) คิดเป็นร้อยละ 71.42 ควรเป็นตลาดจากสิ่งแวดล้อม (4 คน) คิดเป็นร้อยละ 57.14 และตลาดแบบมินิมอล (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 42.85 ตามลำดับ

ในด้านแนวคิดในการออกแบบตลาดกาแฟห่อหุ้มพร้อมสมัย ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า มีแนวคิดมาจากศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม (7 คน) คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา มีแนวคิดจากจินตนาการ (5 คน) คิดเป็นร้อยละ 71.42 มีแนวคิดจากธรรมชาติ (4 คน) คิดเป็นร้อยละ 57.14 และมีแนวคิดจากความเชื่อ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เท่ากัน 2 แนวคิด (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 42.85 ตามลำดับ

ในด้านวัสดุพิเศษในการออกแบบตลาดกาแฟห่อหุ้มพร้อมสมัย ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ควรใช้เส้นฝ้ายย้อมห่อหุ้มไล่เฉดสี มากที่สุด (7 คน) คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา ควรใช้กระดาษจากกะลามะพร้าว (5 คน) คิดเป็นร้อยละ 71.42 ควรใช้ลูกเต๋อย กับไหมพรมย้อมห่อหุ้มไล่เฉดสี เท่ากัน 2 วัสดุ (4 คน) คิดเป็นร้อยละ 57.14 ควรใช้โลหะ กับลูกปัดเล็ก ๆ เท่ากัน 2 วัสดุ (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 42.85 และควรใช้ไม้สักแกะลายเล็ก ๆ (1 คน) คิดเป็นร้อยละ 14.28 ตามลำดับ

ในด้านวิธีและเทคนิคในการสร้างสรรค์ตลาดกาแฟห่อหุ้มพร้อมสมัย ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ควรใช้วิธีการการทอลาย และใช้วิธีการการมัดย้อม เท่ากัน 2 วิธี (5 คน) คิดเป็นร้อยละ 71.42



รองลงมา ควรใช้วิธีการปักลาย (4 คน) คิดเป็นร้อยละ 57.14 และควรใช้วิธีการปักลายเทียบจากแม่พิมพ์ไม้ กับการตัดปะต่อลายจากผ้าหม้อห้อมลวดลายต่าง ๆ เท่ากัน 2 วิธี (3 คน) คิดเป็นร้อยละ 42.85 ตามลำดับ

**ตารางที่ 19** ค่าความถี่และค่าร้อยละในความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ สืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม

ข้อมูล (N=7)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. แนวทางในการอนุรักษ์ สืบทอดสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม		
1.1 การจัดบรรยายให้ความรู้ โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ	5	71.42
1.2 การจัดเป็นหลักสูตรท้องถิ่น ในระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน	4	57.14
1.3 การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ เรื่อง ภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อม	7	100.00
1.4 การส่งเสริมให้ใช้และสวมใส่ผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม	7	100.00
1.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ ได้รู้จัก และเข้ามามีบทบาทในการเรียนรู้ร่วมกัน	4	57.14

จากตารางที่ 19 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ สืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ควรจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ เรื่อง ภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อม กับการส่งเสริมให้ใช้และสวมใส่ผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม เท่ากัน 2 รูปแบบการจัดกิจกรรม (7 คน) คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ การจัดบรรยายให้ความรู้ โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ (5 คน) คิดเป็นร้อยละ 71.42 และการจัดเป็นหลักสูตรท้องถิ่น ในระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน กับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ ได้รู้จักและเข้ามามีบทบาทในการเรียนรู้ร่วมกัน เท่ากัน 2 รูปแบบการจัดกิจกรรม (4 คน) คิดเป็นร้อยละ 57.14 ตามลำดับ



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดลายกราฟิกบนผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และเพื่อเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ให้คนรุ่นใหม่เกิดความตระหนัก ห่วงแหน และร่วมสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป โดยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยประยุกต์ (Applied research) ประกอบด้วยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 2 ส่วน คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 15 – 30 ปี และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิต นักออกแบบผลิตภัณฑ์ และนักออกแบบตลาดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ประกอบด้วยกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป จำนวน 50 คน ใช้วิธีการเลือกแบบสุ่ม และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชันวาย จำนวน 150 คน ใช้วิธีการเลือกแบบสุ่ม และผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และตลาดลายผ้าหม้อห้อม เช่น ผู้ผลิต นักออกแบบผลิตภัณฑ์ และนักออกแบบตลาดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ จำนวน 7 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ 207 คน ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนในการวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดลายกราฟิกหม้อห้อมร่วมสมัย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ ตำรา วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ การพัฒนา การออกแบบลายผ้า ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

- 2.1 ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อมและตลาดลายผ้าหม้อห้อม เช่น ผู้ผลิต นักออกแบบผลิตภัณฑ์ และนักออกแบบตลาดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์อย่างน้อย 3 ปี เกี่ยวกับการออกแบบตลาดลายผ้าหม้อห้อม รวมถึงการออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้า ตลอดจนผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากผ้าหม้อห้อม ในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

2.2 กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป ที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ใช้วิธีการเลือกแบบสุ่ม

2.3 กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวายในเขตพื้นที่อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ใช้วิธีแบบสุ่ม

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1) ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อมและลวดลายผ้าหม้อห้อม เช่น ผู้ผลิต นักออกแบบผลิตภัณฑ์ และนักออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์อย่างน้อย 3 ปี เกี่ยวกับการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม รวมถึงการออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้า ตลอดจนผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากผ้าหม้อห้อมในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 7 คน

2) กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป ที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ใช้วิธีการเลือกแบบสุ่ม จำนวน 50 คน

3) กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชั่นวาย อายุ 15 – 30 ปี ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ใช้วิธีการเลือกแบบสุ่ม จำนวน 150 คน รวมกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 207 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 แบบสอบถามสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มลูกค้าผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ในพื้นที่เขตจังหวัดแพร่ แบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้คำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และเติมคำ (Questionnaire)

ตอนที่ 2 คำถามข้อมูลความต้องการเกี่ยวกับลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย โดยใช้คำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) จะมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนแบบประเมินค่า โดยกำหนดค่าคะแนน 5 ระดับ

ตอนที่ 3 รูปแบบจำลองลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และข้อเสนอแนะ ลักษณะให้วาดภาพประกอบแนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบจำลองลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และแบบข้อความปลายเปิด (Open-ended)

3.2 แบบสัมภาษณ์ลักษณะแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) สำหรับผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อมและลวดลายผ้าหม้อห้อม เช่น ผู้ผลิต นักออกแบบผลิตภัณฑ์ และนักออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ เรื่อง แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด (Open-ended) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัยและแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ สืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ขั้นตอนและกระบวนการในการสร้างเครื่องมือวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย มีกระบวนการขั้นตอนในการดำเนินการดังต่อไปนี้

4.1 ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำรา หนังสือ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมองค์ความรู้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดให้มีความครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

4.2 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

4.3 นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง ตรวจสอบพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความครอบคลุมตรงตามเนื้อหา รวมถึงการใช้สำนวนภาษาที่ถูกต้องตามหลักภาษา

4.4 นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้เครื่องมือวิจัยมีความสมบูรณ์เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

4.5 นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ได้ปรับปรุงและแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) เพื่อทดสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC+

4.6 ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ได้จากการทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อจัดทำเป็นเครื่องมือวิจัยที่มีความสมบูรณ์

4.7 นำเครื่องมือวิจัยสมบูรณ์ไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้วิเคราะห์ค่าทางสถิติต่อไป

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยเป็นผู้นำส่งและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ส่วนการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ จากผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อมและลวดลายผ้าหม้อห้อม เช่น ผู้ผลิต นักออกแบบผลิตภัณฑ์ และนักออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ด้วยตัวของผู้วิจัยเอง ตั้งกล้องบันทึกวิดีโอ และถอดบทสัมภาษณ์เป็นความเรียง

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ โดยแบ่งตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

6.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ นำมาจำแนกลำดับความถี่และหาค่าร้อยละ นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ในส่วนสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์มานำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

6.2 นำข้อมูลในการตอบแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) นำมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ จากนั้นนำค่าเฉลี่ยเลขคณิตที่ได้มาแปลความหมายและวิเคราะห์ โดยถือเกณฑ์ข้อมูลทางสถิติที่ได้ มานำเสนอประกอบความเรียง

6.3 นำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ รวบรวมวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

7. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถามตามค่าสถิติที่กำหนดเป็นตาราง พร้อมคำอธิบายในรูปแบบความเรียง และวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจากแบบสัมภาษณ์ นำเสนอผลของการวิจัยในรูปแบบของความเรียง พร้อมทั้งสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์วิจัย

## สรุปผลการวิจัย

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย” ในเขตพื้นที่ของจังหวัดแพร่ ด้วยกระบวนการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทั้งที่เป็นลูกค้าทั่วไปและกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นเจนเนอเรชันวาย และการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อมและลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ จึงสามารถสรุปผลวิจัย จากวัตถุประสงค์ในการวิจัย 2 ข้อ ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกบนผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย
2. เพื่อเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ให้คนรุ่นใหม่มีความตระหนัก ห่วงแหน และร่วมสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป

### 1. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

1.1 แนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย จากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชันวาย อายุ 15 – 30 ปี ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ได้ผลการวิจัยดังนี้ คือ ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย สามารถจัดลำดับลวดลายออกเป็น 10 แบบ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากไปน้อย 10 ลำดับ ดังนี้

1. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบนามธรรมที่ให้ความรู้สึก
2. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบไทยประยุกต์
3. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายที่เกิดจากเส้นที่ให้ความรู้สึก
4. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบลายไทยพื้นฐานดั้งเดิม
5. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบธรรมชาติ
6. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบที่เกิดจากศิลปวัฒนธรรมประเพณีไทย (ในเขตภาคเหนือ)
7. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ
8. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากพืช และลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์
9. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง
10. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตทั่วไป

### ลำดับที่ 1 ลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายแบบนามธรรมที่ให้ความรู้สึก

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายแบบนามธรรมที่ให้ความรู้สึก โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ คือ

1. ลวดลายแบบนามธรรมที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย ( $\bar{X} = 4.30$ )
2. ลวดลายแบบนามธรรมที่ให้ความรู้สึกถึงความภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น ( $\bar{X} = 4.28$ )
3. ลวดลายแบบนามธรรมที่ให้ความรู้สึกถึงความสง่างาม สูงส่ง มีค่า ( $\bar{X} = 4.26$ )

### ลำดับที่ 2 ลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายแบบไทยประยุกต์

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ที่เป็นลวดลายแบบไทยประยุกต์ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ คือ

1. ลวดลายแบบไทยประยุกต์จากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณต่าง ๆ ( $\bar{X} = 4.04$ )
2. ลวดลายแบบไทยประยุกต์ที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.93$ )
3. ลวดลายแบบไทยประยุกต์ที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร่อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.78$ )

### ลำดับที่ 3 ลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายที่เกิดจากเส้นที่ให้ความรู้สึก

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายที่เกิดจากเส้นที่ให้ความรู้สึก โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ คือ

1. ลวดลายที่มาจากเส้นคดโค้ง ให้ความรู้สึกในด้านความอ่อนช้อยนุ่มนวล ( $\bar{X} = 3.99$ )
2. ลวดลายที่มาจากเส้นนอน ที่ให้ความรู้สึกสงบเรียบ ( $\bar{X} = 3.90$ )
3. ลวดลายที่มาจากเส้นตั้งฉาก ที่ให้ความรู้สึกมั่นคง แข็งแรง เด็ดเดี่ยว ( $\bar{X} = 3.87$ )



#### ลำดับที่ 4 ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม)

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัยที่เป็นลวดลายแบบลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม) โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ คือ

1. ลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม) ที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณประเภทต่าง ๆ ( $\bar{X} = 4.11$ )
2. มี 2 ลวดลาย ที่ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน คือ ลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม) ที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น และลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม) ที่เกิดจากลายกระหนก ( $\bar{X} = 3.95$ )
3. ลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม) ที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร้อง ผนตก ลวดลายของพื้นดินแตกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.81$ )

#### ลำดับที่ 5 ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ที่เป็นลวดลายแบบธรรมชาติ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ คือ

1. ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ที่เป็นลวดลายแบบธรรมชาติ ซึ่งเป็นลวดลายที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณ ประเภทต่างๆ ( $\bar{X} = 3.93$ )
2. ลวดลายที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.75$ )
3. ลวดลายที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร้อง ผนตก ลวดลายของพื้นดินแตกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.72$ )

**ลำดับที่ 6 ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบที่เกิดจากศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทย (ในเขตภาคเหนือ)**

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ที่เป็นลวดลายเกิดจากศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทย (ในเขตภาคเหนือ) โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ คือ

1. ลวดลายที่เกิดจากประเพณีสงกรานต์ ( $\bar{X} = 4.07$ )
2. ลวดลายที่เกิดจากประเพณีี่เป็ง (ประเพณีลอยกระทง) ( $\bar{X} = 4.04$ )
3. ลวดลายที่เกิดจากประเพณีสงฆ์พระธาตุ ( $\bar{X} = 3.83$ )

**ลำดับที่ 7 ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ**

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ที่เป็นลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร้อง ผนตก ลวดลายของพื้นดิน แตกกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ คือ

1. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ รูปแบบสามเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.68$ )
2. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ รูปแบบหลายเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.61$ )
3. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ รูปแบบหกเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.57$ )

**ลำดับที่ 8 ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2 ลวดลาย คือ ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากพืช และลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์**

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัยที่เป็นลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ เป็นต้น โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ คือ

1. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากพีช รูปแบบวงกลม ( $\bar{X} = 3.86$ )
2. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากพีช รูปแบบสามเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.60$ )
3. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากพีช รูปแบบวงรี ( $\bar{X} = 3.59$ )

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัยที่เป็นลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น โดยเฉพาะมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ คือ

1. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์ รูปแบบวงกลม ( $\bar{X} = 3.94$ )
2. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์ รูปแบบวงรี ( $\bar{X} = 3.75$ )
3. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากสัตว์ รูปแบบสามเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.68$ )

#### **ลำดับที่ 9 ลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง**

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ที่เป็นลวดลายแบบเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง เช่น ปีก ลำตัว ดวงตา เป็นต้น โดยเฉพาะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ คือ

1. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง รูปแบบวงกลม ( $\bar{X} = 3.91$ )
2. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง รูปแบบวงรี ( $\bar{X} = 3.75$ )
3. ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง รูปแบบสามเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.52$ )

#### **ลำดับที่ 10 ลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ลวดลายแบบเรขาคณิตทั่วไป**

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าห่อหุ้มพร้อมสมัย ที่เป็นลวดลายแบบเรขาคณิตทั่วไป โดยเฉพาะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ คือ

1. ลวดลายเรขาคณิต รูปแบบสามเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.64$ )
2. ลวดลายแบบเรขาคณิต รูปแบบวงกลม ( $\bar{X} = 3.62$ )
3. ลวดลายแบบเรขาคณิต รูปแบบหกเหลี่ยม ( $\bar{X} = 3.36$ )

สำหรับการออกแบบลวดลายจำลองกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ตามประเภทการวาดลวดลายจำลองกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัยของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า ส่วนใหญ่วาดลวดลายจำลองกราฟิกเป็นลวดลายแบบธรรมชาติ จำนวน 73 คน (คิดเป็นร้อยละ 36.50) รองลงมา คือ วาดลวดลายจำลองกราฟิกเป็นลวดลายแบบลวดลายไทยและไทยประยุกต์ จำนวน 46 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.00) และวาดลวดลายจำลองกราฟิกเป็นลวดลายแบบสมัยใหม่ / โมเดิร์น (MODERN) จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ตามลำดับ

1.2 แนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย จากการให้สัมภาษณ์ของผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อมและลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ซึ่งได้ผลการวิจัยดังนี้

1.2.1 ลักษณะลวดลายผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ควรเป็นลวดลายดังต่อไปนี้

- 1) ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย แบบเรขาคณิต และลวดลายจากศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เท่ากัน 2 รูปแบบลวดลาย (ร้อยละ 100)
- 2) ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย แบบประยุกต์ (ร้อยละ 71.42)
- 3) ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ที่เป็นลวดลายจากสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 57.14)
- 4) ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย แบบมินิมอล (ร้อยละ 42.85)

1.2.2 ด้านแนวคิดในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย มีแนวคิดดังต่อไปนี้

- 1) แนวคิดจากศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม (ร้อยละ 100)
- 2) แนวคิดจากจินตนาการ (ร้อยละ 71.42)
- 3) แนวคิดจากธรรมชาติ (ร้อยละ 57.14)
- 4) แนวคิดจากความเชื่อ กับแนวคิดจากวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น (ร้อยละ 42.85)

1.2.3 ด้านวัสดุพิเศษในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม มีความคิดเห็นดังนี้

- 1) ควรใช้เส้นฝ้ายย้อมหม้อไล่เฉดสี (ร้อยละ 100)
- 2) ควรใช้กระดาษจากกะลามะพร้าว (ร้อยละ 71.42)

3) ควรใช้ลูกเต๋อเดียวกับไหมพรมย้อมหม้อไล่เฉดสี (ร้อยละ 57.14)

4) ควรใช้โลหะ กับลูกปัดเล็ก ๆ (ร้อยละ 42.85)

5) ควรใช้ไม้สักแกะลายเล็ก ๆ (ร้อยละ 14.28)

1.2.4 ด้านวิธีและเทคนิคในการสร้างสรรค์ลวดลายผ้าหม้อห้อม มีความคิดเห็นดังนี้

1) ควรใช้วิธีการการทอลาย และใช้วิธีการการมัดย้อม (ร้อยละ 71.42)

2) ควรใช้วิธีการปักลาย (ร้อยละ 57.14)

3) ควรใช้วิธีการปั่นลายเทียนจากแม่พิมพ์ไม้ กับการตัดปะต่อลายจากผ้าหม้อห้อมลวดลายต่าง ๆ (ร้อยละ 42.85)

## 2. สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อมให้คนรุ่นใหม่มีความตระหนัก ห่วงเห่น และร่วมสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.1 แนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ สืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่อง ผ้าหม้อห้อม จากการให้สัมภาษณ์ของผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อม และลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ซึ่งได้ผลการวิจัยดังนี้

1) ควรจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ เรื่อง ภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อม กับการส่งเสริมให้ใช้และสวมใส่ผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม เท่ากัน 2 รูปแบบการจัดกิจกรรม (ร้อยละ 100)

2) การจัดบรรยายให้ความรู้ โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ (ร้อยละ 71.42)

3) การจัดเป็นหลักสูตรท้องถิ่น ในระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน กับการจัดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ได้รู้จัก และเข้ามามีบทบาทในการเรียนรู้ร่วมกัน เท่ากัน 2 รูปแบบ ของการจัดกิจกรรม (ร้อยละ 57.14)

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย” ในเขตพื้นที่ของจังหวัดแพร่ ด้วยกระบวนการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทั้งที่เป็นลูกค้าทั่วไปและกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นรุ่นใหม่ และการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อมและลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ จึงสามารถอภิปรายผลการวิจัย จากวัตถุประสงค์ในการวิจัย 2 ข้อ ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกบนผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

2. เพื่อเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ให้คนรุ่นใหม่เกิดความตระหนัก ห่วงเห่น และร่วมสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป

### 1. อภิปรายผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

การอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยเกิดเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ซึ่งผู้วิจัยยกมานำเสนอในลักษณะของลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย 3 ลำดับแรก ดังนี้ คือ

กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มวัยรุ่นรุ่นเจนเนอเรชันวาย มีความพึงพอใจเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อลวดลายแบบนามธรรม (Abstract) ที่ให้ความรู้สึกต่าง ๆ ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ชอบการเลือกใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัยมากขึ้น โดยที่ไม่ไปยึดติดกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือนำไปใช้ประโยชน์กับสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับวารินทร์ รักษ์วงศ์ (2559: 17) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบันไว้ว่า เป็นผู้ที่มีความคิดอิสระในการใช้ชีวิต และมักจะคำนึงถึงความถูกต้องและตรงกับความต้องการของตนเองเป็นหลัก โดยสอดคล้องกับพงศกร ชูชาติ (2560: 23) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคยุคปัจจุบัน หรือในยุค 4.0 มักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีความเหมาะสมกับตัวเองที่สุด หากไม่ถูกใจ หรือชอบมากที่สุดก็จะไม่ซื้อหรือเลือกใช้สินค้าหรือบริการนั้น ชอบการใช้เทคโนโลยีหาข้อมูล เพื่อการเปรียบเทียบทั้งในเรื่องของคุณภาพ ราคา และความคุ้มค่าต่อการใช้จ่าย ชอบความสะดวกสบายและรวดเร็ว ซื้อสินค้าที่ไหนก็ได้ ไม่ยึดติดกับแบรนด์ มีความรู้เรื่องสินค้าดี รู้จักค้นหาข้อมูล เชื่อโซเซียลมากกว่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การตลาดต้องเป็นแบบ Sophisticated Customer Marketing ที่สินค้า บริการ หรือธุรกิจจะกลายเป็นผู้ถูกเลือกมากกว่าเป็นผู้เสนอขายอย่างเดียวนั้น จะต้องสื่อสารและใช้ช่องทางจำหน่ายที่มีความหลากหลาย และจะต้องรู้จักการใช้เทคโนโลยีที่เข้าถึงผู้บริโภคอย่างได้เปรียบ

ลำดับรองลงมา กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อลวดลายแบบไทยประยุกต์ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ภายใต้อิทธิพลของความเป็นคนไทย ย่อมมีความภาคภูมิใจในแผ่นดินเกิดและเชื้อชาติไทย ดังนั้นความพึงพอใจที่มีต่อลายไทยที่เป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ก็สามารถนำมาประยุกต์เป็นลายไทยประยุกต์เพื่อให้เข้ากับยุคสมัย หรือมีความร่วมสมัยต่อการนำไปใช้ประโยชน์ได้กว้างและเหมาะสมกับกิจกรรมประจำวันได้มากกว่าการเป็นลายไทยแบบดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้องกับธนภูมิ วงศ์สกุลรักษ์ (2559: 23) กล่าวว่า ภูมิปัญญาไทย หรือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของคน ผ่านกระบวนการทางการศึกษา ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การสังเกต การลงมือปฏิบัติ หรือ การเลียนแบบ เป็นต้น โดยผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ จนเกิดเป็นลักษณะของปัญญา ตกลงออกมาเป็นความรู้ที่ประกอบหลอมรวมกัน ซึ่งอาจมาจากหลากหลายสาขาวิชาความรู้ หรือเป็นความรู้

เฉพาะเรื่องก็เป็นได้ อาจสามารถกล่าวได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น ถือเป็นพื้นฐานของความรู้สมัยใหม่ที่มีส่วนช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหา การบริการจัดการ ตลอดจนการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของคนในสังคม ทั้งนี้ก็จะยึดเอาสิ่งที่เป็นต้นแบบที่มีคุณค่าในชุมชน มาเป็นรากฐานเพื่อการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ รอบตัวให้ดีขึ้น ภายใต้ความภาคภูมิใจของรากเหง้าของตนเอง

ลำดับที่สาม กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไปและกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นรุ่นใหม่เนอเธอร์แลนด์ มีความพึงพอใจมีความพึงพอใจต่อลวดลายที่เกิดจากเส้นที่ให้ความรู้สึกต่าง ๆ ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ชอบอะไรที่มีความซับซ้อน ชอบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความเรียบง่าย ถ่ายทอดความรู้สึกผ่านลายเส้นง่าย ๆ ที่บ่งบอกถึงอารมณ์และความรู้สึก ณ ขณะนั้น ซึ่งสอดคล้องกับที่ กิตติชัย หวังวัฒนาพันธ์ุ (2560: 12) กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี ในยุคปัจจุบันจะต้องออกแบบให้มีความเรียบง่าย เน้นถ่ายทอดความรู้สึกผ่านลายเส้นที่แสดงถึงความรู้สึกของผู้สร้างสรรค์ และตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เพราะเส้นแต่ละรูปแบบมีลักษณะในการแสดงความรู้สึกที่แตกต่างกัน ย่อมจะสื่อสารความรู้สึกให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบแตกต่างกันออกไป ด้วย ดังนั้นนักออกแบบจะต้องมีการศึกษากลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าของสินค้าและบริการของตนเองให้ดี เพื่อจะได้สร้างสรรค์ผลงานให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

การออกแบบลวดลายบนผ้าหม้อห้อมเพื่อให้เกิดความร่วมมือในยุคปัจจุบัน และเป็นที่น่าสนใจของคนรุ่นใหม่ที่เป็นวัยรุ่น ตามรูปแบบกรรมวิธีของการทอ นั้นอาจทำได้ยาก โดยวิชญ์ จันทร์ทรา (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2561) ได้กล่าวว่า หากจะออกแบบเป็นลวดลายที่มีความร่วมสมัย เป็นลายกราฟิกที่ทันสมัย ดึงดูดความสนใจจากวัยรุ่น อาจจะต้องมีกรรมวิธีสร้างสรรค์ลวดลายที่แตกต่างจากรูปแบบเดิม เช่น การปักลวดลายจากเส้นไหมที่ผ่านการย้อมสีหม้อมตามธรรมชาติ ซึ่งก็ถือว่ายังคงเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ดั้งเดิม แต่นำมาปรับกระบวนการในการสร้างลวดลายจากการปักทดแทนการทอหม้อที่อาจจะมีผลลบซับซ้อนในการวางเส้นไหมแบบเดิม ซึ่งสามารถลดต้นทุนในการผลิตและประหยัดระยะเวลาในการสร้างสรรค์ผลงานได้มาก อีกทั้งยังสร้างอัตลักษณ์พิเศษจากการปักลายที่สามารถดึงดูดความสนใจจากวัยรุ่น ว่าด้วยลวดลายกราฟิกที่เกิดขึ้น นอกจากจะมีความร่วมสมัยและสวยงามแล้ว ยังเป็นลวดลายที่มีเพียงหนึ่งเดียวในประเทศหรือในโลกก็ว่าได้ การปักลาย เป็นกรรมวิธีในการพัฒนาผ้าหม้อห้อมที่มีอยู่เดิมด้วยความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นผ้าหม้อห้อมเป็นผ้าพื้นสีน้ำเงินเข้ม สามารถใช้ภูมิปัญญาของช่างปักที่มีฝีมือชำนาญการในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดเป็นลวดลายที่เหมาะสมกับผ้าหม้อห้อม ทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าทั้งทางราคาและมูลค่าทางจิตใจได้อีกด้วย

นอกเหนือจากกระบวนการปักลายแล้ว การออกแบบลวดลายกราฟิกบนผ้าหม้อห้อมให้เกิดความร่วมมือของภูมิปัญญาท้องถิ่น ยังสามารถทำได้ด้วยกระบวนการปะขึ้นผ้าหม้อห้อมที่ตัดเป็นลวดลายเข้ากับโครงเสื่อผ้าฝ้าย ถือเป็น การออกแบบตกแต่งผ้าหม้อห้อมให้เกิดความร่วมมือได้เป็นอย่างดี เพราะช่างฝีมือหรือนักออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมได้คิดสร้างสรรค์ด้วยการริเริ่มสร้างสรรค์จากแนวความคิดจากสมองแต่ละบุคคล ซึ่งความคิดสร้างสรรค์นี้ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของช่างฝีมือหรือนักออกแบบแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป ตามยุคสมัย กาลเวลา และสังคมวัฒนธรรมที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาไม่มีที่สิ้นสุด การคิดค้นลวดลายผ้าหม้อห้อมจากวิธีการตัดผ้าปะขึ้นผ้าหม้อห้อมเติมแต่งนี้ ทำให้เกิดเป็นงานจิตรศิลป์ที่มีความทันสมัยในรูปแบบต่าง ๆ ตามแนวคิดของช่างฝีมือแต่ละคนที่มีความถนัดและแนวคิดแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น กฤษณะ วัลลภาชัย (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2561) ได้กล่าวไว้ในบทสัมภาษณ์หนึ่ง จากประสบการณ์ของการสร้างสรรค์ลวดลายตกแต่งเครื่องแต่งกายจากผ้าหม้อห้อม เพื่อให้เกิดความร่วมมือ สามารถทำได้ด้วยกระบวนการทางการออกแบบแฟชั่นที่หลากหลายอันได้แก่ การจับจีบลวดลายจากผ้าหม้อห้อมลวดลายเล็ก ๆ ลงไปประดับตกแต่งลงบนชุดหม้อห้อมที่เป็นโครงเสื่อ โดยเลือกใช้โทนสีของผ้าที่ไล่โทนสีของผ้าหม้อห้อมจากสีหม้อที่มีความเข้มระดับฟ้าอ่อน ฟ้า น้ำเงิน น้ำเงินเข้ม ไล่ระดับกันไป เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการออกแบบลวดลาย ไม่ให้เกิดความซ้ำซากจำเจ เพิ่มการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะโดยเน้นหลักการออกแบบเรื่องเอกภาพ ความสมดุล ไล่เรียงขนาดและสัดส่วนของชิ้นผ้าหม้อห้อมในตำแหน่งที่สวยงามเหมาะสม ก็จะเกิดเป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมที่มีความทันสมัยขึ้น มีความร่วมสมัยมากขึ้นตอบโจทย์กับกลุ่มวัยรุ่นคนรุ่นใหม่ให้หันมาสนใจใส่เสื้อผ้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเต็มภาคภูมิ สามารถลบภาพหรือทัศนคติเดิม ๆ ที่ว่า หากใส่ผ้าไทยหรือผ้าพื้นเมืองที่เกิดจากภูมิปัญญาบรรพบุรุษแล้วเซย ดูแก่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดใหม่ และเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าหม้อห้อมให้คงอยู่กับท้องถิ่น รวมถึงเป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจของชุมชน การสร้างรายได้ให้เกิดขึ้น จากการอยู่อย่างพอเพียง ตามพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศรรามาธิบดีจักรีนฤเบดินทร สยามมินทราธิราช บรมนาถบพิตร ในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่ทรงสอนเสมอว่าให้อยู่อย่างพอเพียงในภูมิปัญญาของตนเองอย่างมีความสุข และเต็มภาคภูมิที่ได้เกิดมาเป็นคนไทย

การผสมผสานวัสดุจากโลหะและวัสดุธรรมชาติก็เป็นอีกหนึ่งกระบวนการในการออกแบบลวดลายประดับตกแต่งผ้าหม้อห้อมให้เกิดความทันสมัยและมีความร่วมสมัยมากขึ้น โดยการนำวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาเป็นวัสดุเสริมให้ผ้าหม้อห้อมมีลวดลายที่ละเอียดประณีตทรงคุณค่าขึ้น ซึ่งสามารถทำได้ด้วยวัสดุที่หลากหลายอันได้แก่ การใช้กระดุมจากกะลามะพร้าว ซึ่งเป็นอีกภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างสรรค์



กระดุมจากวัสดุทรัพยากรที่มีอยู่เดิมในท้องถิ่น มาเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หม้อห้อมได้อย่างสวยงามลงตัว ด้วยสีของกะลามะพร้าวมีลักษณะเป็นสีน้ำตาล จึงทำให้เกิดความสวยงามกลมกลืนกับสีน้ำเงินของผ้าหม้อห้อม เป็นคู่สีที่มีความสวยงามด้วยความเป็นวัสดุที่เกิดจากธรรมชาติเหมือนกัน จึงทำให้ผ้าหม้อห้อมที่ถูกประดับตกแต่งลวดลายจากกระดุมกะลามะพร้าวกลายเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ที่ควรค่าแก่การสืบทอดสืบไป โดยโสรัจ เขียวแก่น (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2561) ได้กล่าวเพิ่มอีกว่า การนำวัสดุโลหะที่เป็นการสลักฉลุลายไทยประยุกต์ ตามรูปแบบของพื้นถิ่นของเมืองเหนือ ซึ่งเป็นเครื่องเงินที่มีชื่อเสียงของภูมิภาคมาใช้ประดับตกแต่งร่วมกับผ้าหม้อห้อม ก็เป็นอีกหนึ่งลักษณะของการพัฒนาลวดลายผ้าหม้อห้อมร่วมสมัยที่สามารถทำได้จริงในลักษณะของรูปธรรมที่วิจัยรุ่นให้ความสนใจ เพราะลักษณะของการออกแบบจัดวาง จะเน้นการจัดวางที่เรียบง่ายลงบนผืนผ้าหม้อห้อม ในตำแหน่งที่เหมาะสม สวยงาม เกิดเป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความทันสมัย ตอบโจทย์กับทุกโอกาสการใช้งานของคนในยุคปัจจุบัน ที่ใช้สวมใส่ ใช้สอยในโอกาสที่มากกว่าการเข้าร่วมงานประเพณีท้องถิ่นในวันสำคัญต่าง ๆ ได้อีกด้วย

ความร่วมมือโดยความหมายแท้จริงแล้ว คือ การนำสิ่งที่มีอยู่แล้ว มาปรับใช้โดยผ่านกระบวนการที่เป็นกระบวนการตามยุคตามสมัย เช่น การใช้วัสดุที่มีอยู่ในยุคสมัย ท้องถิ่นนั้น ๆ มาออกแบบให้เข้ากัน กลมกลืนกันอย่างเหมาะสม วิชญ จันทรทรา (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2561) กล่าวว่า การผลิตผ้าหม้อห้อมให้มีความร่วมสมัยนั้น นักออกแบบจะต้องมีความรู้พื้นฐานการออกแบบที่ดี มีความรู้เรื่องวัสดุและกรรมวิธีขั้นตอนในการผลิตผ้าหม้อห้อมเป็นอย่างดี อีกทั้งนักออกแบบที่ดี จะต้องรู้จักการสังเกตถึงกระแสนิยมในปัจจุบัน วิวัฒนาการทางการตลาดและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในสังคม เพื่อให้สามารถออกแบบได้เหมาะสมกับโอกาสและวาระของการสวมใส่ผ้าหม้อห้อม เช่น ประเพณีสงกรานต์ วันขึ้นปีใหม่เมืองของชาวแพร่ หรือโอกาสพิเศษสำคัญ ๆ

ดังนั้นการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อมก็เช่นเดียวกัน จะต้องออกแบบให้ใช้ได้ ในโอกาสที่หลากหลาย เหมาะกับวัยของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วงวัย กลุ่มลูกค้าหลายคนที่เข้ามาติดต่อให้ออกแบบชุดจากผ้าหม้อห้อมให้ ส่วนใหญ่แล้วจะต้องการความเรียบง่าย รายละเอียดไม่วิจิตรหรือเป็นลายไทยรูปแบบโบราณจนเกินไป เน้นสีผ้าหม้อห้อมที่มีลักษณะความเป็นงานฝีมือ นำเอาวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาประดับด้วยการประยุกต์ใช้ร่วมกับผ้าหม้อห้อมท้องถิ่นอย่างเรียบง่าย สามารถใช้ได้หลากหลายโอกาส ทั้งงานที่เป็นทางการและกึ่งทางการได้ การออกแบบลวดลายบนผ้าหม้อห้อม ก็ต้องคำนึงถึงรูปร่างรูปทรงของผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมแต่ละประเภทด้วย เพราะลวดลายที่มีความทันสมัยและร่วมสมัยจริง ๆ แล้วนั้น จะต้องเรียบง่าย ดูดี และมีสไตล์ของความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมผสมกับ

ความร่วมมือของยุคสมัยนั้น ๆ ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในยุคปัจจุบัน กำลังถูกคุกคามจากเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ที่มีการพัฒนาที่ไม่เคยหยุดนิ่ง จึงทำให้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของหม้อห้อมตามรูปแบบเดิม ๆ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่เดิม คนรุ่นใหม่หรือผู้ผลิตรายใหม่ ๆ จึงควรทำความเข้าใจและตระหนักถึงการเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีที่เหมาะสมและยังคงเป็นการอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญาให้คงอยู่ให้ได้มากที่สุด

## 2. อภิปรายผลการวิจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อมให้คนรุ่นใหม่มีความตระหนัก ห่วงแทน และร่วมสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.1 แนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ สืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม จากการให้สัมภาษณ์ของผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการผลิต การออกแบบผ้าหม้อห้อมและลวดลายผ้าหม้อห้อม ในเขตจังหวัดแพร่ ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1) การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ สืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ควรมีการจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ เรื่อง ภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อม กับการส่งเสริมให้ใช้และสวมใส่ผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม เท่ากัน 2 รูปแบบการจัดกิจกรรม ทั้งนี้การจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในชุมชนที่เป็นรูปธรรม จะช่วยดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายเดิมที่มีความรู้พื้นฐานหรือไม่มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตผ้าหม้อห้อม ได้เข้ามาเรียนรู้ได้สะดวกมากขึ้น หากจะไปศึกษาตามแหล่งผลิตต่าง ๆ ที่มีอยู่ในเขตพื้นที่ชุมชน อาจเป็นไปได้ยาก เนื่องจากในแต่ละแหล่งผลิตก็จะมีข้อจำกัดที่ไม่เหมือนกัน เช่น สูตรของการหมักน้ำห้อม กรรมวิธี รูปแบบการผลิตแบบดั้งเดิมหรือแบบใหม่ ซึ่งอาจจะไม่ใช่เป้าหมายที่แท้จริงในการไปเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญา ซึ่งการส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้ามาส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของจังหวัดแพร่ วิชาญ จันทร์ทรา (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2561) ได้กล่าวว่า การทำให้คนในชุมชนเห็นคุณค่าในภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเอง จะต้องสนับสนุนในเรื่องของการเข้ามามีส่วนร่วมในภูมิปัญญาดังกล่าว เช่น การมีวิทยากรจัดบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมให้กับคนในชุมชน ควรมีการจัดศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น และโสรัจ เขียวแก่น (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2561) กล่าวว่า การสนับสนุนส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ควรได้รับการสนับสนุนและช่วยกันจากทุกภาคส่วน เพราะปัจจุบันผ้าหม้อห้อมของเมืองแพร่ ในรูปแบบธรรมชาติกำลังถูกคุกคามจากการแข่งขันทางการค้า และระบบการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรม จึงควรมีการจัดรูปแบบของการให้ความรู้กับคนในชุมชนหรือวัยรุ่นคนรุ่นใหม่ในลักษณะที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น เช่น การจัดอบรม การจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ หรือจัดเป็นศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนที่เกี่ยวข้องเฉพาะเจาะจงกับเรื่องของผ้าหม้อห้อมมากขึ้น นอกเหนือจากนี้ การส่งเสริมให้คนในชุมชนให้คนใน

ชุมชนและท้องถิ่นสวมใส่ผ้าหม้อห้อมในโอกาสสำคัญ ๆ และสวมใส่ในชีวิตประจำวัน จะทำให้เกิดการปลูกฝังให้กับคนรุ่นใหม่ตั้งแต่อายุน้อย มีความคุ้นชิน มีความรู้ความเข้าใจถึงกระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อม เกิดเป็นลักษณะนิสัยติดตัว ก็จะช่วยทำให้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมคงอยู่กับชุมชนโดยเป็นวิถีชีวิตอย่างแท้จริง

2) การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ สืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อมการจัดบรรยายให้ความรู้ โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมโดยตรง เพราะการบรรยายของวิทยากรจะนำไปสู่การไขข้อสงสัยที่อาจจะยังคลุมเครือเกี่ยวกับบางประเด็นของการผลิตผ้าหม้อห้อมอย่างแท้จริง เช่น การได้บรรยายให้เกิดความเข้าใจและสามารถแยกแยะระหว่างผ้าหม้อห้อมจากธรรมชาติที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยแท้ กับผ้าหม้อห้อมรูปแบบเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหม้อห้อมสีสังเคราะห์จากสารเคมี เป็นต้น โดยวิชฌุ จันทรา (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2561) กล่าวว่า การจัดการบรรยายให้ความรู้โดยวิทยากรที่เป็นภูมิปัญญา หรือปราชญ์ท้องถิ่น จะช่วยส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เพราะด้วยประสบการณ์ที่ยาวนานจากการสั่งสมภูมิปัญญาของวิทยากรแต่ละท่าน จะสามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ที่มีความสนใจเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถตอบคำถามข้อสงสัย รวมถึงการแชร์ประสบการณ์ แนวความคิด และสิ่งต่าง ๆ ร่วมกัน เพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาหรือเกิดเป็นองค์ความรู้ที่สรุปเกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมอย่างถูกต้อง ตรงไปตรงมา ทั้งนี้ลักษณะ วัลลภาชัย (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2561) ได้กล่าวว่า การจัดอบรมแต่ละครั้งของวิทยากรที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือผู้ทรงภูมิ จะเป็นลักษณะของการจัดบรรยายเชิงปฏิบัติการ ซึ่งจะส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยการลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งจะให้เกิดการเรียนรู้ในระดับเชิงลึก ได้ลองทำจริง ยิ่งจะทำให้เกิดเป็นองค์ความรู้เชิงลึก สามารถนำเอาประสบการณ์ที่ได้จากการอบรมหรือการบรรยายไปใช้สืบทอดเป็นความรู้ต่อไปได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

3) การจัดเป็นหลักสูตรท้องถิ่น ในระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน กับการจัดการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ได้รู้จัก และเข้ามามีบทบาทในการเรียนรู้ร่วมกัน เท่ากัน 2 รูปแบบ ของการจัดกิจกรรม โดยการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในระบบของการศึกษาก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยให้เด็กและเยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของเมืองแพร่ อย่างเช่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ในจังหวัดแพร่ก็ได้มีการส่งเสริมให้ชาวเมืองแพร่สวมใส่ผ้าหม้อห้อมทุกวันศุกร์ ซึ่งสามารถทำได้เกือบ 100 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือว่าได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับที่ไสรัจ เขียวแก่น (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2561) กล่าวว่า ระบบการศึกษามีความสำคัญต่อการเข้ามามีส่วนร่วม เพราะเป็นแหล่งเรียนรู้เบื้องต้นของคนในชุมชนทุกคนที่จะต้องเข้า

ศึกษาตามข้อกำหนดของกระทรวงศึกษาธิการ และพระราชบัญญัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา การจัดตั้งเป็นหลักสูตรท้องถิ่น ทำให้เด็กเยาวชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเอง ก็จะได้เกิดเป็น ความรู้ความเข้าใจตั้งแต่อายุน้อย ซึ่งสามารถปลูกฝังความรัก ค่านิยม ความหวงแหนต่อภูมิปัญญาได้ง่าย เกิดการอนุรักษ์จากความรู้ความเข้าใจโดยแท้จริง ไม่ใช่เป็นเพียงกระแสนิยมเป็นบางโอกาสเพียงเท่านั้น รวมไปถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ ก็เป็นบริบทที่สำคัญที่ทำให้เกิดการสื่อสารที่ส่งถึงประชาชนต่าง ๆ ให้ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ที่สามารถทำให้เกิดเป็นกิจกรรมที่มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น สามารถทำได้จริงมากกว่าในอดีต ดังที่นักโฆษณาประชาสัมพันธ์ กรองกานต์ การุณย์ทิพย์ (2560: 12) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในชุมชน ทั้งในด้านของการประกอบอาชีพ การศึกษา ตลอดจนด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตร่วมกันในสังคม เพราะสื่อที่ดี จะทำให้เกิดการสนใจจากผู้รับสาร และสารที่ดีก็จะนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคล

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

- 1) การพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมที่ดี ควรมีการศึกษาถึงวัสดุที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับผ้าหม้อห้อม เพื่อให้เกิดความสวยงามสมบูรณ์ ป้องกันการเกิดปัญหาของการสร้างสรรค์ลวดลายบนเนื้อผ้า ที่อาจเกิดข้อบกพร่องได้ เช่น ประเภทของสีที่นำมาใช้ทำลวดลาย กรรมวิธีที่เหมาะสม และการยิดเกาะของสี เป็นต้น
- 2) ควรส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ผลิต นักออกแบบผลิตภัณฑ์ และนักออกแบบลวดลาย เพื่อการเรียนรู้ถึงข้อจำกัด และแนวทางในการนำลวดลายที่ได้ ไปพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นผลงานจริงในอนาคต
- 3) ควรจัดกิจกรรมสนับสนุนการเรียนรู้ร่วมกัน ในการบรรยายเพื่อทำความเข้าใจให้กับนักออกแบบลวดลายในยุคปัจจุบัน ให้มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง หม้อห้อม และนำไปต่อยอดทำงานออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ในแนวทางของการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด และหลีกเลี่ยงการนำเทคนิคหรือกระบวนการอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลในด้านลบกับภูมิปัญญาแบบดั้งเดิม

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น ทั้งในเรื่องของรูปร่าง รูปทรง วัสดุต่าง ๆ ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลวดลายบนผ้าหม้อห้อมได้มากขึ้น เพื่อการส่งเสริมในการอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อมให้คงอยู่กับชุมชนแพร่หลายในระดับประเทศและสากลต่อไป



## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กนกพล พลประสิทธิ์. (2555). *การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพมหานคร: ธนบุรีการพิมพ์.
- กรีน ต่านล่าง. (2557). *หม้อห้อมไทย: กระบวนการย้อมสีธรรมชาติ*. กรุงเทพมหานคร: พี เอส กรุ๊ป.
- กันตภัทร ว่องวีรกุล. (2559). *การออกแบบกราฟิกเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เสรีไทยพัฒนา.
- กันตภาส วิวัฒน์พันธุ์. (2557). *สมบัติท้องถิ่นล้านนาไทย*. กรุงเทพมหานคร: โชคดีการพิมพ์.
- กัญญา ฉลอมวงศ์สุข. (2558). *หม้อห้อม: วัฒนธรรมไทยท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: พีดี ปริ้นท์.
- การ์นต์ วงศารัตน์. (2560). *การพัฒนาผ้าทอท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: พิธิยานุวัฒน์การพิมพ์.
- กานดา ศรีสกุล. (2557). *หลักการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม*. กรุงเทพมหานคร: แกรนด์มีเดียการพิมพ์.
- กานดา หนูฤทธิเดช. (2559). *แนวคิดการพัฒนาประเทศ*. กรุงเทพมหานคร: เอ แอนด์ บี มีเดีย.
- กิตติชัย หวังวัฒนาพันธุ์. (2560). *การออกแบบผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพมหานคร: บூค พอยส์.
- กิตติภาพ เกื้อวิระพันธ์. (2559). *พหุศิลปกรรมท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: ชาตรุ่งปริ้นท์.
- กิริติ หนูนวนล. (2559). *กระบวนการและเทคนิคการเรียนรู้*. กรุงเทพมหานคร: นวัตกรรมการพิมพ์.
- กิริติ กิจนุกุลวัฒนา. (2556). *แนวคิดแบบความร่วมมือสู่ชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: อนุรักษ์ ปริ้นท์.
- กุลปรียา ศาสตรพิพัฒน์. (2560). *การออกแบบสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย*. นนทบุรี: เอสพีกรุ๊ป.
- กรุง นิลประเสริฐศิลป์. (2559). *หลักการออกแบบสื่อดิจิทัล*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์โชคดี.
- กรวิทย์ ชาตช่วย. (2559). *ภูมิปัญญาชาวบ้านและการพัฒนาท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พิทักษ์.
- กรวิทย์ วีรพงศ์. (2557). *เทคนิคและกระบวนการออกแบบ*. ปทุมธานี: กรองแก้วพัฒนา.
- กรวิทย์ สีนสิริวงศ์. (2558). *การตลาดภูมิปัญญาท้องถิ่น: ผ้าทอท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: แก้วทิพย์.
- กรวิทย์ โสมส่อง. (2557). *การอนุรักษ์ผ้าไทยภูมิปัญญาท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: พีเค ควอลิตี้พลัสซิง.
- กรองกานต์ การุณย์ทิพย์. (2560). *หม้อห้อมแพร่ นวัตกรรมทางสิ่งทอ*.แพร่: อาร์แอนด์ดีที พลัสบลีเคชั่น.
- กรองกานต์ เกื้อสกุล. (2559). *การออกแบบกราฟิก*. กรุงเทพมหานคร: ซี แอนด์ เค มาสเตอร์ปริ้นท์.
- กรองกานต์ สิริมัน. (2558). *ภูมิปัญญาชาวบ้านและพหุสังคม*. กรุงเทพมหานคร: เจริญทอง.
- กฤษณะ วัลลภาชัย. (2561). *สัมภาษณ์ 8 เมษายน*.
- เกล้า รุ่งพันธุ์. (2560). *วิวัฒนาการหม้อห้อมไทย*.แพร่: ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาชุมชนเมืองแพร่.
- ขวัญ เจริญรุ่ง. (2559). *ศิลปะการทอผ้าของไทย*. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพวิทยา.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ขวัญใจ รุ่งลดาวัลย์. (2555). *ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom)*. กรุงเทพมหานคร: หทัยทิพย์การพิมพ์.
- ขวัญชัย ฉายพันธุ์. (2560). *ภูมิปัญญาท้องถิ่นภาคเหนือ*. กรุงเทพมหานคร: เค. เอ็ม. พรินท์.
- ขวัญชัย ไพรสนธรรม. (2555). *องค์ประกอบศิลป์*. นนทบุรี: พีพี ดอท ครอปเปอร์เซ็น.
- ขวัญชัย อินทพัฒน์. (2557). *รูปแบบการคิดสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ*. กรุงเทพมหานคร: รุ่ง การพิมพ์.
- ขวัญเรือน หุ่นเรใจ และคณะ. (2556). *ออกแบบลายผ้ากับรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์: ศึกษาเฉพาะ  
แบบลายผ้าที่เหมาะสมกับรูปลักษณะเสื้อสำเร็จรูปชายวัยทำงาน. ไม่ปรากฏหน่วยงาน.*
- คุณธรรม สัจจามันท์. (2557). *หลักทฤษฎีทางศิลปะการออกแบบ*. กรุงเทพมหานคร: อาร์ ดี เอส มีเดีย.
- เครือวัลย์ เกียรติจร. (2558). *ภูมิปัญญาชาวบ้านและปราชญ์ท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพวิทยา.
- จันทร์เพ็ญ ชูประภาวรณ. (2557). *ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ*. กรุงเทพมหานคร: อาร์เอ็มพี.
- จิตรา จริตสกุลโรจน์. (2559). *ท้องถิ่นแห่งภูมิปัญญาชาวบ้าน*. กรุงเทพมหานคร: เจ แอนด์ อาร์ พรินท์.
- จิตลดา จันทร์ดวง. (2558). *ผ้าพื้นเมืองของไทย*. กรุงเทพมหานคร: ดีไลท์ พลัปปลิเคชั่น.
- จิราภรณ์ พรประเสริฐ. (2559). *หลักในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ*. กรุงเทพมหานคร: วงศ์รัตนการพิมพ์.
- จำนงค์ แรกพินิจ. (2552). *ธรรมชาติและวัฒนธรรมภูมิปัญญา*. กรุงเทพมหานคร: พลัปปลิเคชั่น แอนด์ เจ.
- ฉัตรมงคล ประชารัตน์. (2558). *แพร่: ประตูล้านนา*. พิมพ์ครั้งที่ 3.แพร่: สิริอักษรการพิมพ์.
- ชนกันันท์ ปัญญาอภิรักษ์กุล. (2559). *สังคมและการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพมหานคร:  
เทพนิรมิตรการพิมพ์.
- ชาติ สองแควสมบุญ. (2557). *ภูมิปัญญาชาวบ้าน*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พรทิพย์.
- ชาติชาย อินทรพันธ์. (2557). *หลักการพัฒนาชุมชนแบบร่วมมือ*. กรุงเทพมหานคร: ดีไลท์ พลัปปลิเคชั่น.
- ณัฐพล หนูอุไรวรรณ. (2558). *ปราชญ์ชาวบ้านและวิวัฒนาการภูมิปัญญา*. กรุงเทพมหานคร: วิทยา.
- ดลธรรม ว่องสกุลทรัพย์. (2557). *ความคิดสร้างสรรค์สำหรับเด็ก*. กรุงเทพมหานคร: เอสเค แอนด์ ที.
- ดุยภาพ วงศ์ชาติ. (2556). *การสืบทอดภูมิปัญญาไทย*. กรุงเทพมหานคร: สหภาพการพิมพ์.
- แดง หวังวิวัฒนา. (2557). *กรรมวิธีหม้อห้อม วิธีชีวิตท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาพิทยาการ.
- ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์ และคณะ. (2556). *การออกแบบลวดลายผ้าทอแบบร่วมสมัยเพื่อการประยุกต์ใช้  
กับผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ ชุมชนทอผ้าวัดไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.*  
ไม่ปรากฏหน่วยงาน.
- ทิพวรรณ ดีประเสริฐ. (2559). *การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กิจก้อง.



## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ทรงพล ปัญญาภูมิ. (2559). *การพัฒนาแบบเชิงบูรณาการศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: สมบูรณ์ปริทัศน์.
- ชนชาติ ภู่อกลาง. (2559). *หลักการออกแบบและสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: สดุสติการพิมพ์.
- ธิดาพร กันต์ราชกร. (2558). *นวัตกรรมและการพัฒนาสังคม*. กรุงเทพมหานคร: เอ ดอท ปริทัศน์.
- นฤมล ทองดี. (2557). *ภูมิปัญญาหม้อห้อมแพรว*. กรุงเทพมหานคร: ประสานมิตรปริทัศน์ แอนดมีเดีย.
- นราทิพย์ นานอน. (2556). *กระบวนการเพื่อการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอฟการพิมพ์.
- นันทกิจ บอยด์. (2561). สัมภาษณ์. 7 เมษายน.
- นันทรัตน์ กิจรุ่ง. (2560). *หลักการคิดสร้างสรรค์เชิงบูรณาการ*. กรุงเทพมหานคร: สมการการพิมพ์.
- นาคยา สีนทรพันธุ์. (2559). *การพัฒนาสังคมเชิงวัฒนธรรมบูรณาการ*. กรุงเทพมหานคร: เอ็มเอ็นปริทัศน์.
- นิกร หลวงแดงรัตน์. (2559). *ทฤษฎีการพัฒนา*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรອງวิทยาการ.
- นิกร ศรีสุข. (2557). *องค์ประกอบศิลป์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์วิทยาศาสตร์.
- นิตา ชื่นจิตต์. (2557). *กระบวนการคิดแบบสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: นพพรการพิมพ์.
- นิพาดา เทวกุลรัตน์. (2557). *หลักและกระบวนการคิดสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: ไทยเอส พีเค.
- นิยม นิลแก้ว. (2560). *หลักการออกแบบทัศนศิลป์*. สมุทรสงคราม: กันตนันท์ ปริทัศน์ แอนด มีเดีย.
- นงลักษณ์ นัยนา. (2557). *ความคิดสร้างสรรค์ยุคดิจิทัล*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ปริทัศน์มีเดีย.
- นพพร คุณอนันต์. (2559). *การออกแบบลายผ้าทอ*. กรุงเทพมหานคร: เทพศิลป์ ปริทัศน์.
- นพพร สารสินทร์. (2559). *หลักการออกแบบแฟชั่น*. กรุงเทพมหานคร: สหภาพการพิมพ์.
- นพดล กรองไพบูลย์. (2559). *ลักษณะไทย*. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานคร.
- นพดล โชติสกุลทรัพย์. (2559). *การคิดสร้างสรรค์และการแก้ปัญหา*. กรุงเทพมหานคร:  
อมรรัตนาการพิมพ์.
- นพดล นพรัตน์รุ่ง. (2559). *แฟชั่นดีไซน์*. กรุงเทพมหานคร: แบล็คดอท ควอลิตี้ แอนด ปริทัศน์.
- นฤพนธ์ พลรักษ์. (2554). *การพัฒนาชุมชนและสังคมภูมิปัญญา*. กรุงเทพมหานคร: นพรัตน์การพิมพ์.
- นฤดล จิตสกุล. (2560). *รายวิชา CMM142 ศิลปะการออกแบบแลคอมพิวเตอร์กราฟิกเบื้องต้น*.  
เอกสารประกอบการสอน. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม. ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 1.  
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นฤมล ทองดี. (2557). *กระบวนการผลิตหม้อห้อมแบบธรรมชาติ*. กรุงเทพมหานคร: นันทกิจการพิมพ์.
- นฤมล วงศ์สกุลรักษ์. (2559). *ภูมิปัญญาไทยท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: อักษรพาณิชย์.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- เบญญา ช่วงทิพย์. (2554). การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าหม้อห้อมสตรีทอลายสองของจังหวัดแพร่.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ประสงค์ จันทร์ดี. (2558). *วิวัฒนาการผ้าหม้อห้อม*. กรุงเทพมหานคร: สหสมบุรณ์.
- ปัญญา วงศ์นาค. (2558). *การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์วิทยาศาสตร์.
- ปัทมา มาคำจันทร์. (2556). *หลักทฤษฎีการออกแบบกราฟิก*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์หวังวิริยะ.
- ปาพจน์ หนูนุกิติ. (2555). *หลักการคิดเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร: พงศ์วรินทร์การพิมพ์.
- พัฒน์ แก้วประสิทธิ์ (2557). *สังคมและการพัฒนาท้องถิ่น*. ปทุมธานี: โรงพิมพ์ภัทรพล.
- พัฒน์ กรองการุณย์. (2553). *หม้อห้อม: วิวัฒนาการเสื้อผ้าท้องถิ่น*. แพร่: พิริยะวิทยา.
- พัชระ แยมเยี่ยม. (2557). *หลักความคิดสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: กรวิทยาการพิมพ์.
- พัชรินทร์ เกื้อกรอง. (2558). *เทคนิคการย้อมสีผ้าธรรมชาติ*. กรุงเทพมหานคร. ว่องวัฒนาการพิมพ์.
- พัชรินทร์ ภูมิพิทักษ์ (2559). *การออกแบบแฟชั่นและเครื่องแต่งกายไทย*. นนทบุรี: พีเค คลอริตี้ ปริ้นท์.
- พัชรินทร์ เกื้อกรอง (2558). *นวัตกรรมผ้าไทยท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: เสรีการพิมพ์.
- พัชรภรณ์ โชติช่วงกาล. (2559). *ศิลปะการออกแบบพื้นฐานงานกราฟิก*. กรุงเทพมหานคร: กิจพัฒน์.
- พิชัย โชติช่วง. (2559). *ภูมิปัญญาท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: เจริญผลการพิมพ์.
- พิพัฒน์ ประเสริฐรัตน์. (2559). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพมหานคร: เอ แอนด์ ปริ้นท์ พับบลิชซิ่ง.
- พิพัฒน์ วัฒนสกุล. (2559). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์*. กรุงเทพมหานคร: วัชรปริ้นท์.
- พิสมัย แก้วกาล. (2558). *ความคิดและวิธีการพัฒนาแนวความคิด*. กรุงเทพมหานคร: ประสานมิตรปริ้นท์.
- พิมพ์พร ดงตาล. (2559). *การออกแบบแฟชั่นพื้นฐาน*. กรุงเทพมหานคร: วัฒนศิลป์ ปริ้นท์ มีเดีย.
- พงศ์พัฒน์ ดวงแก้ว. (2556). *การพัฒนาหม้อห้อม*. กรุงเทพมหานคร: เค ซี มีเดีย คอเปอเรชั่น.
- พงศ์พัฒน์ วัฒนาวิวัฒน์. (2560). *แฟชั่นสิ่งทอและการออกแบบเชิงพาณิชย์*. กรุงเทพมหานคร:  
ปรัชญาการพิมพ์.
- พงศกร ชูชาติ. (2560). *ไทยแลนด์ 4.0 กับพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: สารศึกษาการพิมพ์.
- พรชัย ขวัญช่วย. (2555). *ภูมิปัญญาท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: รัชชีวิทยา.
- พรชัย หวังโรจน์วิวัฒนา. (2559). *วิวัฒนาการวัฒนธรรมท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: สิริไทย.
- พรทิพย์ ธนบุรณ์. (2558). *ภูมิปัญญาท้องถิ่นภาคเหนือ: หม้อห้อม*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พิพัฒน์.
- พรปรีดา รัชณีพัฒน์ (2559). *สังคมที่ยั่งยืนกับการพัฒนา*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สหวิทยาการ.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- พรพรรณ สุจริตวงศาโรจน์. (2559). *หม้อห้อมกับวิถีชีวิตไทย*. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานคร.
- พรพรรณ กลางภู. (2560). *การพัฒนาเศรษฐกิจสังคมพหุวัฒนธรรม*. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานคร.
- พรพรรณ กรองกัญญา. (2560). *การออกแบบลายผ้าเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: กิจเจริญอักษร.
- พรศักดิ์ พรพิสัย. (2560). *การออกแบบสิ่งทอ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: วิทยาอักษร.
- พรสวรรค์ ว่องวัฒนา. (2558). *กราฟิกดีไซน์และสื่อสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เจริญกิจการ.
- พรหมพิริยะ หุ่นพยนต์ และศชาภกษ เหลี่ยมไธสง (2559). *การออกแบบชุดภาพกราฟิกลดลายผ้าไหมของจังหวัดมหาสารคาม ในอัตลักษณ์วัฒนธรรมสมัยนิยม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่ออนิเมต คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พงศ์ศักดิ์ จิตเกื้อสถาพร. (2555). *การพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง*. กรุงเทพมหานคร: เอส พี ที ปรีนท์.
- พงศ์ศักดิ์ วีระภาพกุล. (2559). *ภูมิปัญญาชาวบ้านและท้องถิ่นชนบท*. กรุงเทพมหานคร: กิจวิทยาการ.
- พงษ์ศักดิ์ พวงพุ่ม. (2555). *การออกแบบลดลายผ้า*. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์พรการพิมพ์.
- พงศกร ชูชาติ. (2560). *พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล*. กรุงเทพมหานคร: กิตติวิรินทร์ กราฟิตี้ กรุ๊ป.
- พงศกร หทัยรัตน์. (2558). *การออกแบบกราฟิกสองมิติ*. ปทุมธานี: พี. เค. พรินท์พับลิชชิง.
- ภัทร ภัทรเทวกุล. (2559). *การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: พดุงเกษมรัตน์พัฒนาการ.
- ภัทรธิดา วงษ์ประเสริฐ. (2556). *แนวความคิดการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: บรรณารักษ์.
- ภาณุมาศ สายสำเภา. (2561). สัมภาษณ์. 7 เมษายน.
- ภาวินี อินทวิวัฒน์. (2555). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อม: กรณีศึกษาตำบลทุ่งไต้้งอำเภอเมือง จังหวัดแพร่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภรณ์ ปิ่นเกษร. (2559). *ความคิดสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์โชคอนันต์.
- ภรดา มีมันคง. (2556). *หลักการพัฒนางานออกแบบ*. กรุงเทพมหานคร: พร็อพ ดอท เคที.
- ระพี หวังการุณย์. (2559). *หม้อห้อมร่วมสมัย*.แพร่: รุ่งการพิมพ์.
- รภัทร กรองจิตต์. (2558). *การสร้างสรรค์งานสามมิติ*. นนทบุรี: บางรักพรินท์ติ้ง.
- รวิภา หวังพัฒนารัตน์. (2556). *หลักการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพมหานคร: สมรัตน์.
- รังสรรค์ จันท์ศรี. (2559). *หม้อห้อมเมืองแพร่*. พิมพ์ครั้งที่ 2.แพร่: กรองการพัฒนสาส์น.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- รัชนีพร เพชรกลีบ. (2557). *การบูรณาการภูมิปัญญา*. กรุงเทพมหานคร: สหวิทย์ ปริ้นท์ แอนด์ มีเดีย.
- รุ่ง รัตนพงศ์. (2559). *หม้อห้อมเวียงโกศัย*. แพร่: วัฒนาพัฒนา.
- ลดาวลัย วรรณสกุล. (2559). *คุณค่าวัฒนธรรมและภูมิปัญญา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ทีแอนด์ที.
- วรินทร์ ดอนการ. (2559). *การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าไทย*. กรุงเทพมหานคร: กรวิทยา ปริ้นท์.
- วัชรพงศ์ ส่องแสง. (2559). *ประสบการณ์และภูมิปัญญาชาวบ้าน*. ปทุมธานี: กรุงเทพมหานครพิมพ์.
- วัชรีย์ มณีแสง. (2557). *หม้อห้อม: การผลิตเชิงภูมิปัญญาไทยท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์วิทยา.
- วันดี ชัยโรจน์. (2557). *การผลิตหม้อห้อมและกระบวนการย้อมสี*. น่าน: น่านธุรกิจ.
- วันดี พัฒนาโชคชัย. (2557). *การพัฒนาหม้อห้อม*. แพร่: จิตรดาพัฒนาการพิมพ์.
- วันดี วิสารัตนา. (2557). *หม้อห้อมธรรมชาติ*. กรุงเทพมหานคร: กรวิทยาสาสน์.
- วัฒนา ดวงเดือน. (2559). *การผลิตผ้าหม้อห้อมธรรมชาติ*. น่าน: วิจักษ์.
- วัฒนา รัตนสกุลชัย. (2557). *กระบวนการออกแบบลายผ้า*. นนทบุรี: แกรนด์เฮาส์ พลัปปลิซซิ่ง.
- วัฒนา หวังสีโรจน์ (2558). *การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาวิวัฒน์การพิมพ์.
- วัฒนา วิวัฒนา. (2559). *หลักการออกแบบนฤมิตศิลป์*. กรุงเทพมหานคร: อาร์พี ดอท พี ปริ้นท์มีเดีย.
- วารุณี พลีสัตย์สุจริต. (2558). *การออกแบบเครื่องแต่งกายด้วยผ้าไทย*. กรุงเทพมหานคร: สมบูรณ์กิจ.
- วรินทร์ รักษ์วงศ์. (2559). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: กนกปริ้นท์ควอลิตี้.
- วุฒิไกร ผาทอง. (2561). สัมภาษณ์ 7 เมษายน.
- วินัย ชูโชติ. (2559). *ภูมิปัญญาชาวบ้าน*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สหวิทยานุกูล.
- วินัย ไชยวัฒนา. (2557). *ภูมิปัญญาและการพัฒนาที่ยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: สหมิตรการพิมพ์.
- วิภาดา คำเจริญลาภ. (2559). *ชุมชนแห่งภูมิปัญญาไทย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สหวิทยาการพิมพ์.
- วิกานดา วันทาวรรณ. (2559). *ศิลปะไทยและวัฒนธรรม*. กรุงเทพมหานคร: กรองกานต์การพิมพ์.
- วิศิษฐ์ วรรณชาติโชติ. (2554). *ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับวัฒนธรรมไทย*. กรุงเทพมหานคร: พิบูลย์.
- วิชญ์ จันทรทรา. (2561). สัมภาษณ์ 8 เมษายน.
- วีรภาพ วีระสกุล (2559). *ทฤษฎีการพัฒนา*. กรุงเทพมหานคร: ควอลิตี้ ปริ้นท์ แอนด์ มีเดีย 2015.
- วงศกร บุรณสกุลวงศ์. (2560). *วิถีชีวิต: วิถีไทยแบบยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: ชาติชายการพิมพ์.
- วงศกร สุนทรโรจน์. (2560). *นวัตกรรมสิ่งทอและออกแบบเครื่องแต่งกาย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ปัญญาวัฒน์.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- วรพรรณ กุลวิริยะ. (2560). *การเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมผสมผสาน*. กรุงเทพมหานคร: พิริยะพริ้นท์ติ้ง.
- วรวิทย์ วังทอง. (2556). *แนวคิดและทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: นิรมิตพลับลิชชิง.
- วรสินทร์ ว่องวัฒนากุล. (2558). *กราฟิกดีไซน์เพื่อการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร: บรรณารักษ์.
- ศรายุทธ สมประสงค์. (2557). *หม้อห้อมไทยพื้นเมือง*. น่าน. วิทยาลัยการพิมพ์.
- ศศิภรณ์ อัมราพรรณ. (2559). *เครื่องแต่งกายพื้นบ้านของไทย*. กรุงเทพมหานคร: อัมรินทร์พับลิชชิงกรุ๊ป.
- ศิริพร รอดตั้ง. (2559). *วัยรุ่นไทยกับกระแสโลกยุค 4.0*. กรุงเทพมหานคร: สมบูรณ์พับลิชชิง.
- ศิริลักษณ์ สังข์ทอง. (2557). *การบูรณาการภูมิปัญญา*. กรุงเทพมหานคร: สหวิทย์ ปริ้นท์ แอนด์ มีเดีย.
- สันติ ชาติช่วง. (2558). *สังคมและวัฒนธรรมสมัยใหม่*. กรุงเทพมหานคร: จามจุรีโปรดักส์.
- สามารถ วัฒนบุลย์การ. (2558). *ภูมิปัญญาไทย*. กรุงเทพมหานคร: โฟโต้ปริ้นท์ แอนด์มีเดีย.
- สารภี สุวรรณรัตน์. (2556). *องค์ประกอบความคิดสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: พรเทพสื่อใหม่.
- สุกานดา คำเจริญ. (2556). *หม้อห้อมเมืองแพร่: ชีวิตแห่งภูมิปัญญา*.แพร่: สมบูรณ์การพิมพ์.
- สุดารัตน์ บุรณสกุล. (2559). *สังคมที่ยั่งยืนและการพัฒนาท้องถิ่น*. อโยธยา: โรงพิมพ์เปรมจิตต์.
- สุธาสินี หวังวิโรจน์. (2557). *พหุวัฒนธรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สุวริยสาสน์.
- สุภาพ ดวงกาหลง. (2553). *บทบาทรัฐกับบริบทการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: เสรีการพิมพ์.
- สุวิมล หงษ์สาม. (2561). *สัมภาษณ์*. 7 เมษายน.
- สุนทรี ภากรรัตน์. (2559). *ภูมิปัญญาไทย: ผ้าทอมือ*. กรุงเทพมหานคร: กรุงเกษมรัฐ.
- สุนทรี สุรัตน์สกุล. (2559). *ทัศนศิลป์เบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บางรัก.
- สุมลทิพย์ ดีเลิศ. (2558). *ภูมิปัญญาท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: อัมพร.
- สุมลทิพย์ ดวงดา. (2558). *การจัดระเบียบทางความคิด*. กรุงเทพมหานคร: ดีดีแอนด์ไอ ปริ้นท์.
- สุนทร การุณย์. (2559). *ภูมิปัญญาไทยและท้องถิ่นแห่งการพัฒนา*. กรุงเทพมหานคร: วิทยาการพิมพ์.
- สุนทร เลิศศิลป์วัฒน์. (2557). *กราฟิกดีไซน์และวิวัฒนาการการออกแบบ*. กรุงเทพมหานคร: กิจรุ่ง.
- สุรสิทธิ์ พิพัฒน์รัตนจันทร์. (2558). *ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom)*. กรุงเทพมหานคร: ทวีปริ้นท์.
- สุรินทร์ สุนทรสกุล. (2558). *Creative Thinking การคิดสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: วัฒนาวิวัฒน์.
- สมควร พิพัฒน์. (2556). *ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สหชาติ.
- สมดวง ดวงรัตน์. (2556). *เทคนิคการคิดแบบสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: วิวัฒน์แอนด์ควอลิตี้ปริ้นท์.
- สมบูรณ์ มากสมบูรณ์. (2559). *ทฤษฎีการสร้างสรรคงานกราฟิก*. นนทบุรี: โรงพิมพ์ พัฒนาวิทยาการ.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สมบูรณ์ สมประสงค์. (2559). *การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์สื่อใหม่ยุคดิจิทัล*. กรุงเทพมหานคร: เอ็มการพิมพ์และพัฒนา.
- สมพงศ์ ชูรุ่งโรจน์. (2560). *วิวัฒนาการเครื่องแต่งกายไทย*. กรุงเทพมหานคร: ดี แอนด์ เค พรินท์ติ้ง.
- สมพงศ์ ดาวิสัย. (2560). *ความคิดสร้างสรรค์กับนวัตกรรมการออกแบบ*. กรุงเทพมหานคร: แมทพลับบลิช.
- สมพงศ์ สงฆ์สกุล. (2558). *การพัฒนางานออกแบบและงานสร้างสรรค์*. นนทบุรี: โรงพิมพ์รุ่งเรืองกิจ.
- สมพร สมประภาส. (2557). *การย้อมสีผ้าหม้อห้อม*. กรุงเทพมหานคร: ฌรงค์ พลับบลิชซิ่ง ลิมิเต็ด.
- สมมาตร สมประสงค์. (2558). *เทคนิคการฝึกความคิดสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: วงษ์สมบูรณ์พรินท์.
- สมยศ การุณย์รัตน. (2557). *ประวัติศาสตร์การออกแบบ*. กรุงเทพมหานคร: กันตวิรินทร์การพิมพ์.
- สมศักดิ์ วาดภาพ. (2560). *เทรนด์เสื้อผ้าและการออกแบบ ปี 2017*. กรุงเทพมหานคร: อมรรัตน์.
- สมหวัง ทินวงศ์. (2556). *การออกแบบตราสัญลักษณ์*. นนทบุรี: โรงพิมพ์ พีแอนด์ดี.
- โสธยา ต่านกลาง. (2557). *เทคนิคในการออกแบบลายผ้า*. กรุงเทพมหานคร: ฌรงค์ฤทธิ์การพิมพ์.
- โสรัจ เขียวแก่น. (2561). *สัมภาษณ์. 8 เมษายน*.
- โสภณ ฉลอมพันธ์. (2558). *โลกกับวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย*. กรุงเทพมหานคร: เจ พริน แอนด์ คออลิตี.
- โสภณฉาย จันทรทราพิทย์. (2560). *ค่านิยมไทย บริบททางวัฒนธรรม*. กรุงเทพมหานคร: การรุ่งการพิมพ์.
- หทัยรัตน์ ชูช่วย. (2557). *ปราชญ์ท้องถิ่น: ผู้นำวัฒนธรรมชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: อัมรินทร์ปริ้นท์ 72.
- หทัยรัตน์ เพ็ญแก้ว. (2556). *หม้อห้อมธรรมชาติ*. น่าน: โรงพิมพ์สิริอักษรวิทยา.
- หัสติน สมพิพัฒน์ (2559). *การออกแบบลวดลายผ้า*. กรุงเทพมหานคร: รัตนสุวรรณ.
- เหลื่อง ทองสุข. (2555). *สัมภาษณ์. 20 มีนาคม*.
- อนงค์ เพ็ญศรี. (2557). *ชาวบ้าน: บริบทท้องถิ่นดำรงชีวิตเชิงการเรียนรู้*. กรุงเทพมหานคร: พีทีการพิมพ์.
- อรุณเนตร จันทศรี. (2555). *ภูมิปัญญาไทยกับนวัตกรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: เจริญกิจ.
- อชชา หัตยานานนท์ และคณะ. (2559). *การพัฒนาผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ ด้วยงานลงทองลายไทยสำหรับ*  
*เคหะสิ่งทอเชิงพาณิชย์*. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
พระนคร.
- อารี พันธุ์มณี. (2555). *ความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพมหานคร: โมดิสปริ้นท์.
- อารยา มาสมบูรณ์. (2559). *สังคมและภูมิปัญญาท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: อัมพร พัฒนาการพิมพ์.
- อุมาพร การรุ่ง. (2559). *ผ้าพื้นเมืองไทย*. กรุงเทพมหานคร: สหวิทยาการ คออลิตี แอนด์ เซอร์วิส.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

เอกลักษณ์ ฌ ลำปาง. (2557). *ชุมชนและการพัฒนาท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาวิทยาการพิมพ์.  
อำพล เนติปัญญา. (2555). *กระบวนการและวิธีการพัฒนาแนวคิด*. กรุงเทพมหานคร: เจริญรุ่งเรือง.

### ภาษาอังกฤษ

Brow, Tony. (2016). *Wisdom and Culture*. UK: Digital Printing Limited.

Crist, Deovil. (2014). *Introduction and creative movement*. Thousand Oak, CA: Sage.

Edward, de Bono. (2011). *Creative Thinking for Learning*. UK: A & C Black Publishers.

Guilford. (2014). *The practice of creative*. 2 nd ed. Belmont, London: Creative TCDC.

Hilton, Churches. (2013). *Creative Thinking and Development design*. London:  
Creative printing.

James, Blue. (2015). *Design and Production*. 4 th ed. UK: S publishers.

Torrance. (2013). *Creativity of the world*. 3 nd ed. California: Edits publishers.

Wallach and Kegan. (1965). *The history of creative and design*. Boston: Houghton Muffin.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.

เครื่องมือวิจัย: แบบสอบถาม





ชุดที่.....

## แบบสอบถาม

วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT GILD LINES

FOR CONTEMPOLARY MOA-HOAM SILK FABRICS

**คำอธิบาย** แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย (GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT GILD LINES FOR CONTEMPOLARY MOA-HOAM SILK FABRICS) ที่ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจาก สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ กระทรวงวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกบนผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย
2. เพื่อเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ให้คนรุ่นใหม่มีความตระหนัก หวงแหน และร่วมสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป

**คำชี้แจง** แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัยในพื้นที่เขตจังหวัดแพร่ แบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามข้อมูลความต้องการเกี่ยวกับลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

ตอนที่ 3 รูปแบบจำลองลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามฉบับนี้ทุกข้อให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านตามจริง ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่าน ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในเชิงวิชาการ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาโดยไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่านทั้งสิ้น ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้

อาจารย์นฤตล จิตสกุล

หัวหน้าสาขาวิชาโฆษณาประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม



## แบบสอบถาม

วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT GILDINES

FOR CONTEMPOLARY MOA-HOAM SILK FABRICS

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ  1.1 ชาย  1.2 หญิง
2. อายุ  2.1 ช่วงอายุน้อยกว่า 15 ปี  2.2 ช่วงอายุ 15 – 20 ปี  
 2.3 ช่วงอายุ 21 – 25 ปี  2.4 ช่วงอายุ 26 – 30 ปี  
 2.5 ช่วงอายุ 31 – 35 ปี  2.5 ช่วงอายุ 35 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพปัจจุบัน  
 3.1 โสด  3.2 สมรส  3.3 อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. ระดับการศึกษา  
 4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี  4.2 ปริญญาตรี  
 4.2 ปริญญาโท  4.3 ปริญญาเอก
5. ท่านเคยซื้อผ้าหม้อห้อมหรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมหรือไม่  
 5.1 ไม่เคย  5.2 เคย
6. ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าหม้อห้อมลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 6.1 เสื้อผ้า-ชุดทำงาน  6.2 เสื้อผ้า-ชุดลำลอง  
 6.3 ปลอกหมอน  6.4 ผ้าม่าน  
 6.5 ของตกแต่งบ้าน  6.6 กระเป๋า  
 6.7 ผ้าพันคอ  6.8 อื่นๆ โปรดระบุ.....
7. ท่านคิดว่าถ้าท่านต้องใช้ผ้าหม้อห้อม ท่านจะเลือกใช้โอกาสใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 7.1 ใสไปเรียน  7.2 ใสไปทำงาน  7.3 ใสไปเที่ยว  
 7.4 ร่วมงานประเพณี  7.5 ของขวัญ/ของฝาก  7.6 อื่นๆ โปรดระบุ.....



## แบบสอบถาม

## วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

## GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT GILDINES

## FOR CONTEMPOLARY MOA-HOAM SILK FABRICS

ตอนที่ 2 คำถามข้อมูลความมีความพึงพอใจเกี่ยวกับลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องข้อความที่ตรงกับความมีความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

โดยระดับของความมีความพึงพอใจเกี่ยวกับลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย มี 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ข้อ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1.	ลวดลายธรรมชาติ					
	1.1 ลวดลายที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณ ประเภทต่างๆ					
	1.2 ลวดลายที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก้นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น					
	1.3 ลวดลายที่เกิดจากแมลง เช่น ลวดลายในปีก ส่วนหัว ดวงตา และลำตัวของแมลง					
	1.4 ลวดลายที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร้อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตกกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น					
2.	ลวดลายเรขาคณิต					
	2.1 วงกลม					
	2.2 วงรี					
	2.3 สามเหลี่ยม					
	2.4 สี่เหลี่ยม					
	2.5 ห้าเหลี่ยม					
	2.6 หกเหลี่ยม					
	2.7 แปดเหลี่ยม					
	2.8 รูปหลายเหลี่ยม					

ข้อ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
3	ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้					
	3.1 วงกลม					
	3.2 วงรี					
	3.3 สามเหลี่ยม					
	3.4 สี่เหลี่ยม					
	3.5 ห้าเหลี่ยม					
	3.6 หกเหลี่ยม					
	3.7 แปดเหลี่ยม					
	3.8 รูปหลายเหลี่ยม					
4	ลวดลายที่เกิดจากสัตว์ เช่น กบ หอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น					
	4.1 วงกลม					
	4.2 วงรี					
	4.3 สามเหลี่ยม					
	4.4 สี่เหลี่ยม					
	4.5 ห้าเหลี่ยม					
	4.6 หกเหลี่ยม					
	4.7 แปดเหลี่ยม					
	4.8 รูปหลายเหลี่ยม					
5	ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากแมลง เช่น ปีก ลำตัว ดวงตา เป็นต้น					
	5.1 วงกลม					
	5.2 วงรี					
	5.3 สามเหลี่ยม					
	5.4 สี่เหลี่ยม					
	5.5 ห้าเหลี่ยม					
	5.6 หกเหลี่ยม					
	5.7 แปดเหลี่ยม					
	5.8 รูปหลายเหลี่ยม					
6	ลวดลายเรขาคณิตที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ไฟแลบ ฟ้าร้อง ฝนตก ลวดลายของพื้นดินแตกกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น					
	6.1 วงกลม					
	6.2 วงรี					
	6.3 สามเหลี่ยม					
	6.4 สี่เหลี่ยม					
	6.5 ห้าเหลี่ยม					
	6.6 หกเหลี่ยม					
	6.7 แปดเหลี่ยม					
	6.8 รูปหลายเหลี่ยม					



ข้อ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
7.	ลวดลายไทยพื้นฐาน (แบบดั้งเดิม)					
	7.1 ลวดลายที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณประเภทต่างๆ					
	7.2 ลวดลายที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก็นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น					
	7.3 ลวดลายที่เกิดจากแมลง เช่น ลวดลายในปีก ส่วนหัว ดวงตา และลำตัวของแมลง					
	7.4 ลวดลายที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร้อง ผนตก ลวดลายของพื้นดินแตกกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น					
	7.5 ลายกระจัง					
	7.6 ลายประจายาม					
	7.7 ลายดาว					
	7.8 ลายพุ่ม หรือลายหน้าขบ					
	7.9 ลายกระหนก					
	7.10 ลายกระหนกสองชั้น					
8.	ลวดลายไทยประยุกต์					
	8.1 ลวดลายที่เกิดจากพืช ต้นไม้ เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ พืชพรรณประเภทต่างๆ					
	8.2 ลวดลายที่เกิดจากสัตว์ เช่น ก็นหอย นก หงส์ ปลา เป็นต้น					
	8.3 ลวดลายที่เกิดจากแมลง เช่น ลวดลายในปีก ส่วนหัว ดวงตา และลำตัวของแมลง					
	8.4 ลวดลายที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ฟ้าแลบ ฟ้าร้อง ผนตก ลวดลายของพื้นดินแตกกระแหง แม่น้ำ เป็นต้น					
9.	ลวดลายที่เกิดจากศิลปวัฒนธรรมประเพณีไทย (ในเขตภาคเหนือ)					
	9.1 ประเพณียี่เป็ง (ประเพณีลอยกระทง)					
	9.2 ประเพณีแห่ล่่างลอง (ประเพณีบวชลูกแก้ว)					
	9.3 ประเพณีอู่่มพระดำน้ำ					
	9.4 ประเพณีปอยส่างลอง					
	9.5 ประเพณีพ้อนผีปู้ย่า					
	9.6 ประเพณีสลาภักัด					
	9.7 ประเพณีสงกรานัด					
	9.8 ประเพณีสร้งน้ำพระธาตุด					
	9.9 ประเพณีกำฟ้าไทยพวน					
	9.10 ประเพณีตานก้วยสลาภ					

ข้อ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
10.	ลวดลายนามธรรม ที่เกี่ยวกับความรู้สึกต่างๆ					
	10.1 ความรัก ความเอาใจใส่ ห่วงใย					
	10.2 ความสามัคคี เป็นหนึ่งเดียวกัน					
	10.3 ความเป็นเอกลักษณ์ไทย					
	10.4 ความภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น					
	10.5 ความสง่างาม สูงส่ง มีค่า					
11.	ลวดลายที่มาจากลักษณะเส้นประเภทต่างๆ					
	11.1 เส้นตั้งฉาก ที่ให้ความรู้สึกมั่นคง แข็งแรง เด็ดเดี่ยว					
	11.2 เส้นนอน โดยปกติให้ความรู้สึกสงบเรียบ					
	11.3 เส้นคดโค้ง ให้ความรู้สึกในด้านความอ่อนช้อยนุ่มนวล					
	11.4 เส้นเฉียง ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว					
	11.5 เส้นหยัก ให้ความรู้สึกเป็นระบบ อันตราย					
12.	สีของลวดลายบนผ้าห่อหุ้ม					
	12.1 สีสันสดใส					
	12.2 สีโมโนโทน (MONO TONE)					
	12.3 สีทูโทน (TWO TONE)					
	12.4 สีตามรูปแบบดั้งเดิมของผ้าห่อหุ้ม (ORIGINAL)					
13.	กระบวนการสร้างสรรค์ลวดลาย					
	13.1 การปักลาย					
	13.2 การทอลาย					
	13.3 การพิมพ์ลาย					
	13.4 การมัดย้อมให้เกิดลาย					
	13.4 การสกรีนลาย					



## แบบสอบถาม

วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

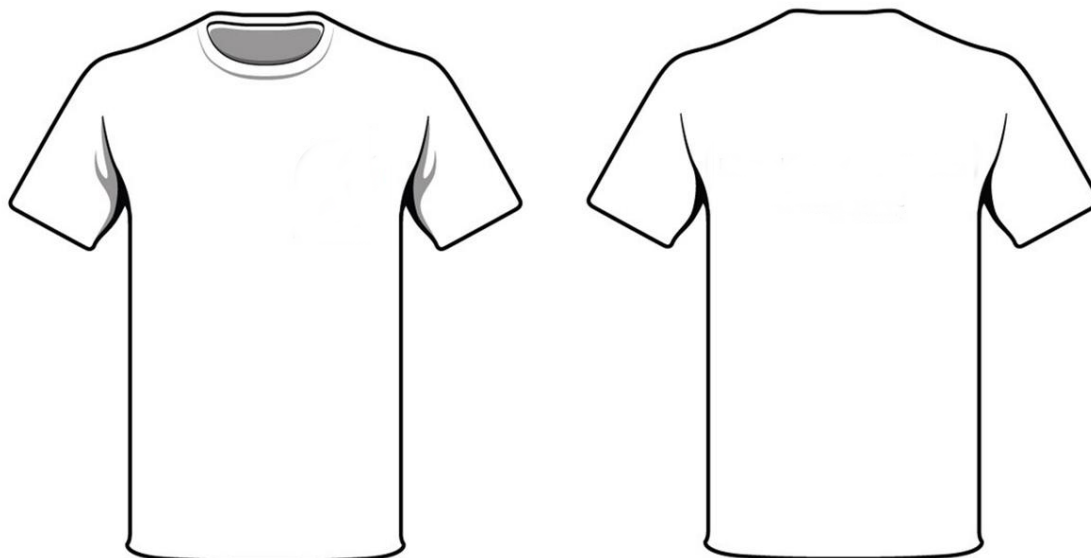
GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT GILD LINES

FOR CONTEMPOLARY MOA-HOAM SILK FABRICS

---

ตอนที่ 3 รูปแบบจำลองลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

คำชี้แจง กรุณาวาดลวดลายจำลองรูปแบบลวดลายกราฟิกบนเสื้อหม้อห้อม ที่ท่านต้องการ



แนวความคิด (CONCEPT)

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

- ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม -



ภาคผนวก ข.

เครื่องมือวิจัย: แบบสัมภาษณ์



ชุดที่.....

## แบบสัมภาษณ์

วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT GILD LINES

FOR CONTEMPOLARY MOA-HOAM SILK FABRICS

**คำอธิบาย** แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย (GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT GILD LINES FOR CONTEMPOLARY MOA-HOAM SILK FABRICS) ที่ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจาก สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ กระทรวงวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกบนผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย
2. เพื่อเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม ให้คนรุ่นใหม่มีความตระหนัก ห่วงแหน และร่วมสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป

**คำชี้แจง** แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับองค์ความรู้เรื่อง ผ้าหม้อห้อม และการออกแบบลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย ในพื้นที่เขตจังหวัดแพร่ แบ่งคำถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่าน โปรดให้การสัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ทุกข้อ ให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านตามจริง ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ของท่าน ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในเชิงวิชาการ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาโดยไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่านทั้งสิ้น ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้

อาจารย์นฤตล จิตสกุล

หัวหน้าสาขาวิชาโฆษณาประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม



แบบสัมภาษณ์

วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

GRAPHIC DESIGN DEVELOPMENT GILD LINES

FOR CONTEMPOLARY MOA-HOAM SILK FABRICS

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

วันที่..... เดือน..... พ.ศ..... สถานที่ให้สัมภาษณ์.....

1. ชื่อ..... นามสกุล..... 2. อายุ.....ปี 3. เพศ .....

4. ภูมิลำเนา.....

5. ที่อยู่ปัจจุบัน.....

6. อาชีพ.....

7. สถานที่ทำงาน.....

8. หมายเลขโทรศัพท์..... 9. มือถือ..... 10. Email .....

11. วุฒิการศึกษา

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 11.1 ต่ำกว่าระดับประถมศึกษา   | <input type="checkbox"/> 11.2 ระดับประถมศึกษา         |
| <input type="checkbox"/> 11.3 ระดับ ปวช. สาขา.....     | <input type="checkbox"/> 11.4 ระดับ ปวส. สาขา.....    |
| <input type="checkbox"/> 11.5 ระดับปริญญาตรี สาขา..... | <input type="checkbox"/> 11.6 ระดับปริญญาโท สาขา..... |
| <input type="checkbox"/> 11.7 ระดับปริญญาเอก สาขา..... | <input type="checkbox"/> 11.8 อื่นๆ โปรดระบุ.....     |

12. ประสบการณ์ทางด้านการงานศิลปะ

12.1 ไม่มี       12.2 มี ได้แก่..... ระยะเวลา.....ปี

13. ประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม

- 13.1 กระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อม ระยะเวลา.....ปี
- 13.2 กระบวนการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม ระยะเวลา.....ปี
- 13.3 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ได้แก่.....  
ระยะเวลา.....ปี

- 13.4 เป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมในการบรรยายให้ความรู้และส่งเสริมการอนุรักษ์  
 สืบทอดภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อม ได้แก่.....  
 เมื่อวันที่..... หัวข้อในการบรรยาย.....
14. ท่านมีองค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมด้วยวิธีการใด
- 14.1 ได้รับการถ่ายทอด จาก.....  
 14.2 เรียนรู้ด้วยตนเอง ด้วยวิธี.....
15. ประสบการณ์ด้านการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม
- 15.1 ไม่มี  15.2 มี ได้แก่.....
16. ประสบการณ์เกี่ยวกับการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม
- 16.1 เป็นผู้สร้างสรรค์ลวดลายต้นแบบ ได้แก่ ลวดลาย.....  
 16.2 เป็นผู้พัฒนารูปแบบลวดลาย ได้แก่ ลวดลาย.....
17. ลักษณะลวดลายผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย
- 17.1 ลวดลายแบบประยุกต์  17.2 ลวดลายแบบมินิมอล  
 17.3 ลวดลายแบบเรขาคณิต  17.4 ลวดลายจากสิ่งแวดล้อม  
 17.5 ลวดลายจากศิลปวัฒนธรรม ประเพณี  17.6 ข้อเสนอแนะ อื่นๆ โปรดระบุ.....
18. แนวคิดในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย
- 18.1 จินตนาการ  18.2 ธรรมชาติ  
 18.3 ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม  18.4 ความเชื่อ  
 18.5 วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น  18.6 ข้อเสนอแนะ อื่นๆ โปรดระบุ.....
19. วัสดุพิเศษในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม
- 19.1 กระดุมจากกะลามะพร้าว  19.2 ลูกเดือย  
 19.3 โลหะ  19.4 เส้นฝ้ายย้อมหม้อไล่เฉดสี  
 19.5 ไหมพรมย้อมหม้อไล่เฉดสี  19.6 ข้อเสนอแนะ อื่นๆ โปรดระบุ.....
20. วิธีและเทคนิคในการสร้างสรรค์ลวดลายผ้าหม้อห้อม
- 20.1 การทอลาย  20.2 การปักลาย  
 20.3 การปั่นลายเทียนจากแม่พิมพ์ไม้  20.4 การมัดย้อม  
 20.5 การตัดปะต่อลายผ้าหม้อห้อมต่างๆ  20.6 ข้อเสนอแนะ อื่นๆ โปรดระบุ.....



21. แนวทางในการอนุรักษ์ สืบทอดสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง ผ้าหม้อห้อม

- 21.1 การจัดบรรยายให้ความรู้ โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ
- 21.2 การจัดเป็นหลักสูตรท้องถิ่น ในระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน
- 21.3 การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ เรื่อง ภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อม
- 21.4 การส่งเสริมให้ใช้และสวมใส่ผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม
- 21.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนในเขตพื้นที่จังหวัดแพร่ ได้รู้จัก และเข้ามามีบทบาทในการเรียนรู้ร่วมกัน

**ตอนที่ 2** ข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ประวัติความเป็นมา และความสำคัญของผ้าหม้อห้อม

1.1 ในเขตภาคเหนือ.....

.....

1.2 จังหวัดแพร่.....

.....

2. เอกลักษณะเด่นของผ้าหม้อห้อม

2.1 ในเขตภาคเหนือ.....

.....

2.2 จังหวัดแพร่.....

.....

3. ขั้นตอนในการผลิตผ้าหม้อห้อม

3.1 ในเขตภาคเหนือ.....

.....

3.2 จังหวัดแพร่.....

.....

.....

3.3 แบบเฉพาะของท่าน.....

.....

.....

4. องค์ประกอบในการออกแบบผ้าหม้อห้อม

4.1 แบบดั้งเดิม.....

.....

.....

4.2 แบบปัจจุบัน.....

.....

.....

4.3 แบบเฉพาะของท่าน.....

.....

.....

5. องค์ประกอบในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม

5.1 แบบดั้งเดิม.....

.....

.....

5.2 แบบปัจจุบัน.....

.....

.....

5.3 แบบเฉพาะของท่าน.....

.....

.....

6. แนวคิดของท่านในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม

.....

.....

7. อุปกรณ์ที่ใช้ในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม

.....

.....

.....

8. วัสดุพิเศษในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม (เช่น เงิน โลหะ อลูมิเนียม ลูกลัด เป็นต้น)

.....

.....

.....

9. วิธีการสร้างลวดลายผ้าหม้อห้อมที่ใช้ในการออกแบบลวดลาย (เช่น การปักลาย การพิมพ์ลาย เป็นต้น)

.....

.....

.....

10. เทคนิคหรือรูปแบบเฉพาะในการสร้างสรรค์ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท่าน ในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อม

.....

.....

.....

11. ลักษณะลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในการออกแบบลวดลายผ้าหม้อห้อมของท่าน ที่แปลกแตกต่างจากแหล่งอื่นๆ

.....

.....

.....

12. ความหมายและที่มาของลวดลายผ้าหม้อห้อมของท่าน

.....

.....

.....

13. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดผ้าหม้อห้อมสำหรับวัยรุ่น

.....

.....

.....

.....

14. ลักษณะสี ในการออกแบบตลาดผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิม

.....

.....

.....

.....

15. ลักษณะสี ในการออกแบบตลาดผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย

.....

.....

.....

.....

16. การมีส่วนร่วมในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับ ผ้าหม้อห้อม

.....

.....

.....

.....

17. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

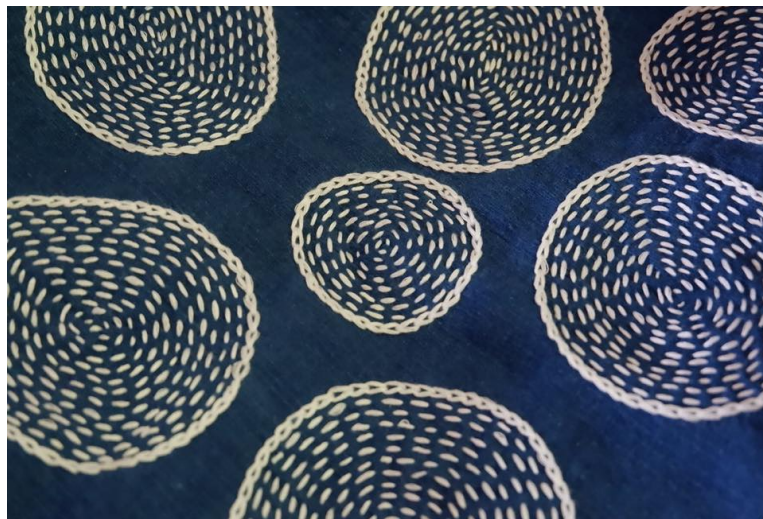
.....

ภาคผนวก ค.

ตัวอย่างลดตายกราฟิกหม้อห้อมร่วมสมัย



ตัวอย่างการออกแบบ: ลวดลายกราฟิกผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย



ภาพที่ 1 การปักลวดลายแบบนามธรรม (Abstract)



ภาพที่ 2 การปักลวดลายแบบนามธรรม (Abstract)



ภาพที่ 3 การปักลวดลาย ที่เกิดจากเส้นที่ให้ความรู้สึก





ภาพที่ 4 การปักลวดลาย ที่เกิดจากเส้นที่ให้ความรู้สึก



ภาพที่ 5 การปักสานเส้น: ลายสายฝน



ภาพที่ 6 การปักลายเรขาคณิต สีเหลืองมจตุรัส





ภาพที่ 7 การสกรีน: ลวดลายธรรมชาติ



ภาพที่ 8 การปั๊มเทียน: ลวดลายแบบไทยประยุกต์

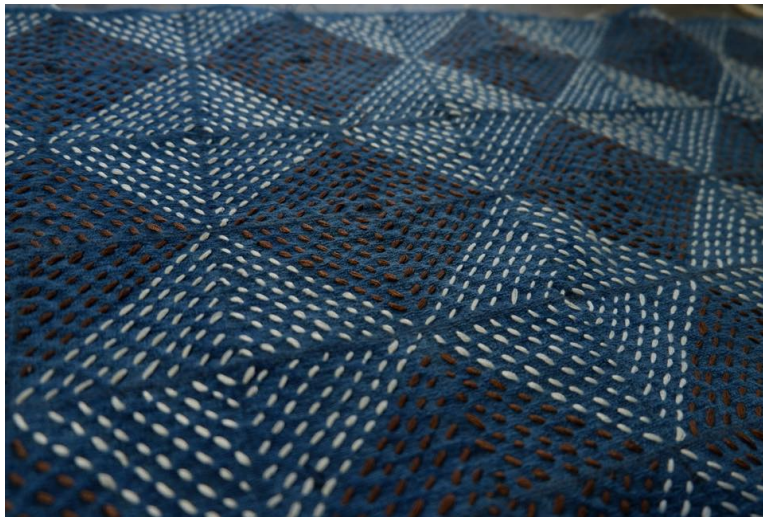


ภาพที่ 9 การปั๊มเทียน: ลวดลายแบบไทยประยุกต์

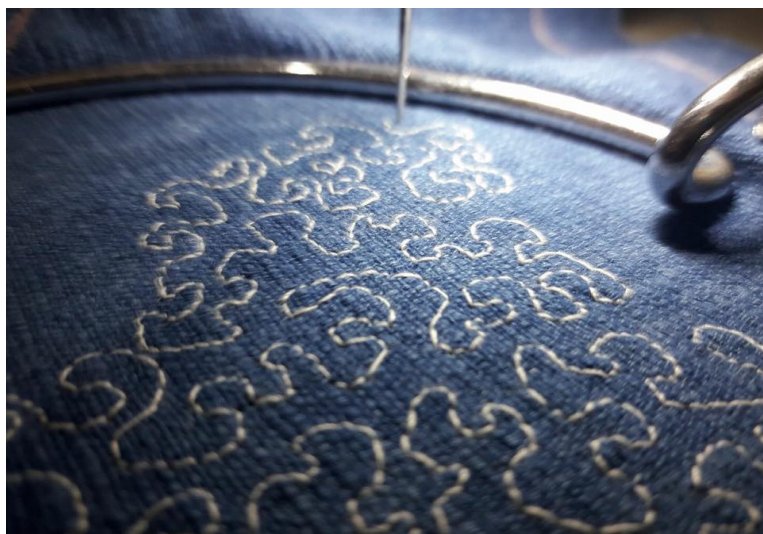




ภาพที่ 10 การปักเทียน: ลวดลายแบบไทยประยุกต์

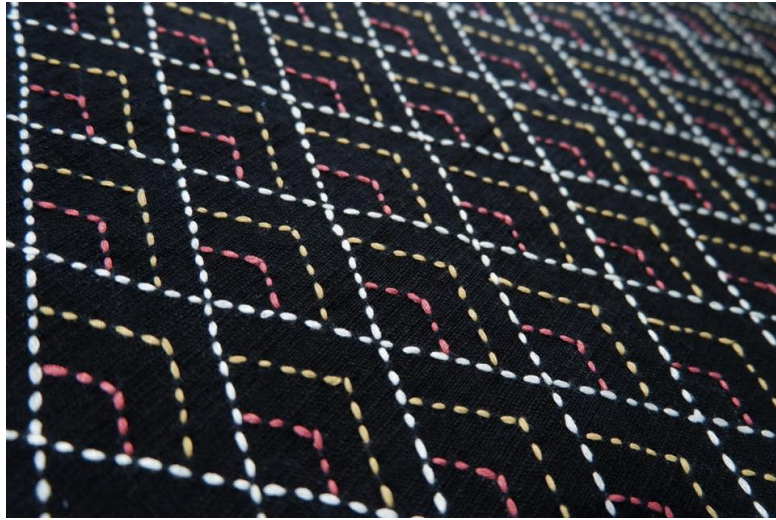


ภาพที่ 11 การปักลายเรขาคณิต: สีเหลืองมจตุรัส



ภาพที่ 12 การปักลาย: ลายนามธรรม (Abstract)





ภาพที่ 13 การปักลายเส้นเรขาคณิต: เส้นด้ายหลากสี

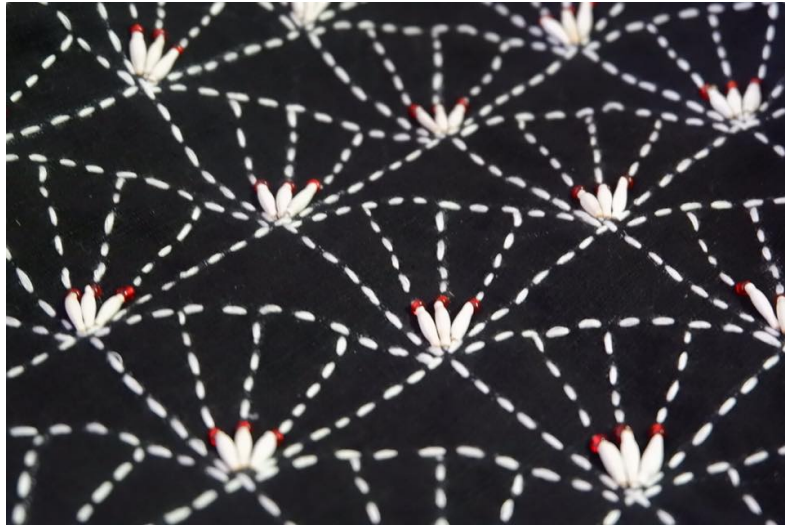


ภาพที่ 14 การปักลายเส้นเรขาคณิต: เส้นด้ายหลากสี



ภาพที่ 15 การปักลายเส้นไหมพรม ผสมผสานกับผ้าลูกไม้





ภาพที่ 16 การปักลายเส้นเรขาคณิต ผสมผสานกับลูกปัด



ภาพที่ 17 การปักลายเส้นเรขาคณิต ผสมผสานกับลูกปัด



ภาพที่ 18 การปักลายเส้นไหมพรม ผสมผสานกับชิ้นไม้



ภาพที่ 19 การผสมผสานวัสดุอื่นๆ ในการประดับตกแต่งเพิ่มเติม



ภาพที่ 20 การนำลวดลายหม้อห้อมมาปะติดบนโครงเสื่อผ้าฝ้าย



ภาพที่ 21 การนำลวดลายหม้อห้อมมาปะติดบนโครงเสื่อผ้าฝ้าย



ตัวอย่างผลงาน การออกแบบเครื่องแต่งกายและผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมร่วมสมัย



ภาพที่ 22 หม้อห้อมตัดปะ



ภาพที่ 23 หม้อห้อมปักกลาย



ภาพที่ 24 หม้อห้อมพิมพ์กลาย



ภาพที่ 25 หม้อห้อมตัดปะ



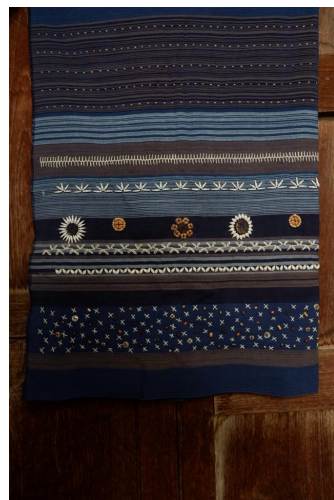
ภาพที่ 26 หม้อห้อมปักกลาย



ภาพที่ 27 หม้อห้อมตัดปะ



ภาพที่ 28 กระเป๋าหม้อห้อม



ภาพที่ 29 ผ้าชิ้นหม้อห้อม



ภาพที่ 30 เชือกย้อมหม้อห้อม

ภาคผนวก ง.  
การลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย





### การลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย



ภาพที่ 31 การสัมภาษณ์นักออกแบบ



ภาพที่ 32 การสัมภาษณ์นักออกแบบ



ภาพที่ 33 การทอผ้า ด้วยกี่ทอมือ



ภาพที่ 34 ศูนย์การเรียนรู้ หม้อห้อมเมืองแพร่



ภาพที่ 35 แก้ววรรณ หม้อห้อมธรรมชาติ



ภาพที่ 36 การสัมภาษณ์ช่างเขียนลายผ้า



ภาพที่ 37 การปักลายหม้อห้อม



ภาพที่ 38 ท่านวัฒนธรรมจังหวัดแพร่





ภาพที่ 39 ใบห้อมสด



ภาพที่ 40 การหมักใบห้อมสด



ภาพที่ 41 การทดสอบรสห้อม ก่อนนำไปใช้



ภาพที่ 42 เนื้อสีห้อมกับส่วนผสม



ภาพที่ 43 เสื้อหม้อห้อม เทคนิคมัดย้อม



ภาพที่ 44 เสื้อหม้อห้อม เทคนิคมัดย้อม



ภาพที่ 45 การเขียนลายก่อนการย้อมห้อม



ภาพที่ 46 ช่างออกแบบชุดหม้อห้อม





ภาพที่ 47 แม่พิมพ์ไม้ สำหรับพิมพ์ลายผ้าหม้อห้อม



ภาพที่ 48 เครื่องเงิน สำหรับประดับตกแต่ง



ภาพที่ 49 แถบผ้าลูกไม้ย้อมสีห้อม



ภาพที่ 50 กระดุมกะลามะพร้าว



ภาพที่ 51 วัสดุลูกปัด ไซส์ต่างๆ



ภาพที่ 52 แถบผ้าแถบผ้าประดับตกแต่ง



ภาพที่ 53 แถบผ้าประดับตกแต่งหลากสี



ภาพที่ 54 ไหมพรมย้อมสีห้อม ไล่ระดับ



ภาคผนวก จ.

การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์





## การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

การออกแบบชุดหม้อห้อมร่วมสมัย สำหรับทูตวัฒนธรรม จ.แพร่ เพื่อเข้าประกวดงานใต้ร่มพระบารมี 236 ปี กรุงรัตนโกสินทร์ ณ วันที่ 21 – 25 เมษายน พ.ศ. 2561 ณ ลานคนเมือง ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร จัดโดย กระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งนำผลวิจัยที่ได้ ไปใช้ในการเป็นแนวทางการตัดเย็บชุดจากผ้าหม้อห้อม โดยทีมคุณโสรัศ เชียงแก่น, คุณกฤษณะ วัลลภาชัย และคุณวิษณุ จันทร์ทรา



ภาพที่ 55 ชุดหม้อห้อมร่วมสมัย



ภาพที่ 56 ชุดหม้อห้อมร่วมสมัย



ภาพที่ 57 กระบวนการสร้างสรรค์



ภาพที่ 58 บรรยากาศวันประกวด



ภาพที่ 59 กระบวนการสร้างสรรค์



ภาพที่ 60 บรรยากาศวันประกวด





ภาคผนวก จ.

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย



### รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ลำดับ	คุณสมบัติ / ความเชี่ยวชาญ	ชื่อ-นามสกุล	สังกัด
1.	ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกหรือการออกแบบลวดลาย มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการออกแบบหรือออกแบบลวดลาย ไม่น้อยกว่า 3 ปี	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นปิ่นท์ จำตา	อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศ- ศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาโฆษณา ประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี
2.	ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะไทย มีประสบการณ์ในการทำงานด้านศิลปะไทย ไม่น้อยกว่า 3 ปี	อาจารย์พรสวรรค์ จันทร์สุข	อาจารย์ประจำหลักสูตร สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย
3.	ผู้เชี่ยวชาญด้านทัศนศิลป์ มีประสบการณ์ในการทำงานด้านทัศนศิลป์ ไม่น้อยกว่า 3 ปี	ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกรียงไกร กนกะนั้นท์	ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ อาจารย์ประจำหลักสูตรดิจิทัล อาร์ต คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
4.	ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบลายผ้า มีประสบการณ์ในการทำงานด้านออกแบบลายผ้า ไม่น้อยกว่า 3 ปี	คุณโสรัจ เขียวแก่น	ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านผ้าพื้นเมือง จ.แพร่ สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดแพร่ กระทรวงวัฒนธรรม
5.	ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบลายผ้า มีประสบการณ์ในการทำงานด้านออกแบบลายผ้า ไม่น้อยกว่า 3 ปี	คุณวิษณุ จันทร์ทรา	ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านผ้าพื้นเมือง จ.แพร่ สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดแพร่ กระทรวงวัฒนธรรม



ภาคผนวก ข.

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษาวิจัย



## รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษาวิจัย

1. นางรุจิกาญจน์ ทันใจ ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดแพร่  
สังกัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่  
กระทรวงวัฒนธรรม
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นปิ่นท์ จำดา ผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบกราฟิก  
สังกัดคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
วิทยาเขตชลบุรี
3. นายโสรัจ เขียวแก่น ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านผ้าพื้นเมือง จ.แพร่  
สังกัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่  
กระทรวงวัฒนธรรม
4. นายวิษณุ จันทร์ทรา ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านผ้าพื้นเมือง จ.แพร่  
สังกัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่  
กระทรวงวัฒนธรรม





## ประวัติผู้วิจัย



### อาจารย์นฤตล จิตสกุล

อาจารย์ประจำหลักสูตรการออกแบบสื่อสารออนไลน์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

### วุฒิการศึกษา

ปี พ.ศ. 2556 ครุศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปี พ.ศ. 2551 ศิลปะกรรมศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับสอง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ประวัติการทำงาน

- ปี พ.ศ. 2559 – ปัจจุบัน หัวหน้าสาขาวิชาโฆษณาประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- ปี พ.ศ. 2556 – 2559 อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบสื่อสารออนไลน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- ปี 2551 – 2555 อาจารย์พิเศษ หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาานฤมิตศิลป์ ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### งานด้านวิชาการ

- ปี พ.ศ. 2560 1. เอกสารประกอบการสอน รายวิชา *CMM142 ศิลปะการออกแบบและคอมพิวเตอร์กราฟิกเบื้องต้น* ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 1/2560 สาขาวิชาโฆษณาประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 188 หน้า
- ปี พ.ศ. 2559 1. เอกสารประกอบการสอน รายวิชา *ADS332 คอมพิวเตอร์กราฟิกสำหรับงานโฆษณา* สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 131 หน้า
- ปี พ.ศ. 2558 1. เอกสารประกอบการสอน รายวิชา *CMM252 มัลติมีเดียดิจิทัลกับการนำเสนอ* สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 116 หน้า  
2. เอกสารประกอบการสอน รายวิชา *PRM341 กราฟิกในงานประชาสัมพันธ์* สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 111 หน้า
- ปี พ.ศ. 2557 1. เอกสารประกอบการสอน *OCM 201 เทคโนโลยีสารสนเทศสื่อสารออนไลน์* สาขาวิชาการออกแบบสื่อสารออนไลน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 133 หน้า  
2. เอกสารประกอบการสอน *NJR 416 พื้นฐานการออกแบบภาพประกอบสำหรับสื่อออนไลน์* สาขาวิชาการออกแบบสื่อสารออนไลน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 156 หน้า  
3. เอกสารประกอบการสอน *JRI 414 ระเบียบวิธีวิจัยและการจัดการโครงการ* สาขาวิชาการออกแบบสื่อสารออนไลน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 129 หน้า  
4. เอกสารประกอบการสอน *OCM311 การสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์* สาขาวิชาการออกแบบสื่อสารออนไลน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 118 หน้า

