



การสร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพิษณุโลก

Pattern Creation from Local Identity for Community Products
in Phitsanulok Province



กীরติญา สอนเนย์¹

Keeratiya Sornnoey

E-mail: keeratiya.S@psru.ac.th

จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง²

Jiraphat Kaewsritong

Received: July 29, 2022

Revised: February 25, 2023

Accepted: February 28, 2023

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Lecturer, Department of Home Economics, Faculty of Science and Technology, Pibulsongkram Rajabhat University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ลัทธิสุตรปรัชญาคุณิ์บัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Assistant Professor Dr., Doctor of Philosophy program, Department of Home Economics, Faculty of Science and Technology, Pibulsongkram Rajabhat University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ศิลปะมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพิษณุโลก 2) ประยุกต์ใช้ลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นและประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ วิธีดำเนินการวิจัยเริ่มจากการศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นและใช้กระบวนการทางทัศนศิลป์ องค์ประกอบทางด้านศิลปะมาดำเนินการสร้างสรรค์ลวดลาย แล้วนำลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ทดลองผลิตจริง จากนั้นประเมินความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญด้วยแบบสอบถามความคิดเห็น ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบและสร้างสรรค์ลวดลายขึ้นใหม่เชื่อมโยงกับหลักองค์ประกอบศิลป์ องค์ความรู้ต้นกำเนิดของลวดลายและอัตลักษณ์ที่ค้นพบของจังหวัด ประกอบด้วย ลวดลายดอกปื๊ดจากต้นปื๊ดซึ่งเป็นต้นไม้ประจำจังหวัดเป็นลวดลายที่มาจากธรรมชาติ ไก่ชนเป็นลวดลายจากสัตว์ เรือนแพสองฝั่งแม่น้ำน่านเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีกระบวนการออกแบบ 5 ขั้นตอน ได้แก่ วิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดพิษณุโลก กำหนดเส้นกรอบของรูปทรงแล้วจัดวางองค์ประกอบศิลป์ นำไปประยุกต์ใช้ ทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และประเมินผล ส่งผลให้ได้ลวดลายสร้างสรรค์จำนวน 9 ลวดลาย และผลการประยุกต์ใช้ลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน มีแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ การนำไปทดลองใช้ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 9 ผลงาน โดยผลประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบพบว่า ผลิตภัณฑ์ต้นแบบมีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ ยกเว้นผลิตภัณฑ์เสื้อยืดที่ได้รับความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และการนำลวดลายไปประยุกต์ใช้ในแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ตามความสนใจและความต้องการของผู้ที่จะนำไปใช้ในรูปแบบของการตลาดออนไลน์

คำสำคัญ: การสร้างสรรค์ลวดลาย อัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน

Abstract

This research is creative research in art. The goals are: 1) to develop patterns of regional identity for local products in Phitsanulok Province; and 2) to apply innovative patterns and judge the viability of the product prototypes. The research methodology examines the regional identity and applies the creative process of visual arts. Visual elements are used to create patterns that are applied to the product prototypes. Experts then used an opinion questionnaire to assess the suitability. The results showed that the design and creation of new patterns are linked to the artistic elements. The knowledge of the origins of the pattern and the identity of the province consisted of the natural pattern of the beep flower from the beep tree, which is the provincial tree, the Fighting Cock which is an animal-inspired design, and the Houseboats on both sides of the Nan River which are man-made. As a result, there are five steps in the design process: analyze the identity of Phitsanulok province, determine the outlines and art compositions of the patterns; apply the patterns in the products, produce and evaluate prototypes and evaluate the results. Nine creative patterns emerged, and the outcomes of applying these patterns to community products were documented. There are two ways to benefit from this, including the trial production of nine product prototypes and the evaluation of expert opinions on the product prototypes. In overall, the product prototypes were found to be suitable for all the products at a high level, with the exception of the T-shirt products, which were found to be at the highest level. The patterns could also be applied in online platforms to be used in other products based on the interests and needs of those using online marketing.

Keywords: Pattern Creation, Local Identity, Community Product

บทนำ

อัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญาในมิติต่าง ๆ ของชุมชนทั้งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ เรื่องเล่า ประเพณี ความเชื่อ ศิลปะพื้นบ้าน รูปแบบการแต่งกาย อาหาร และที่อยู่อาศัย เป็นต้นการสะสมองค์ความรู้ความสามารถของชุมชนในการดำรงชีพมีการปรับเปลี่ยน ประยุกต์ให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ทั้งทางธรรมชาติ ทางสังคม มีการสืบสานและสืบทอดกันมาอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการจากรุ่นสู่รุ่นเกิดเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นท้องถิ่นนั้น ๆ และมีการรับรู้ร่วมกันในวงกว้าง จะเห็นว่าอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีความสำคัญอย่างยิ่งและจัดได้ว่าเป็นทุนชุมชนอย่างหนึ่งที่ปรากฏเชิงรูปธรรมและนามธรรมในชุมชน ที่จะสามารถนำมาสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มได้ด้วย แนวทางการอนุรักษ์ การฟื้นฟู การประยุกต์ หรือการสร้างใหม่ ซึ่งกระบวนการสร้างสรรค์เป็นวิธีการหนึ่งที่จะสร้างผลงานให้เกิดเป็นรูปธรรมได้ เนื่องจากการสร้างสรรค์เป็นการทำให้เกิดสิ่งใหม่ควบคู่กับการใช้หลักศิลปะทางทัศนศิลป์ โดยการสร้างสรรค์ลวดลายเพื่อนำมาสร้างผลงานที่เป็นต้นแบบให้มีลักษณะเฉพาะ และการสร้างแรงบันดาลใจจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้เกิดคุณค่าเชิงรูปธรรมขึ้นนั้นสามารถใช้เส้นสาย ลวดลาย รูปลักษณ์ รูปทรง สี สัน มาเป็นองค์ประกอบในผลงานได้ (Wnichakorn, 2018, p. 125) การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะและผลงานออกแบบทุกประเภท จำเป็นต้องอาศัยลวดลายเป็นส่วนประกอบ ทำให้ผลงานมีคุณค่าและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น กล่าวคือ ลวดลายเพิ่มคุณค่าด้านความงาม สื่อแสดงให้เห็นถึงแนวคิดและที่มาทางวัฒนธรรม และประยุกต์ใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ สัญลักษณ์ต่าง ๆ (Phonsri, 2002, p. 20) โดยเริ่มจากการศึกษาค้นหาอัตลักษณ์ แล้ววิเคราะห์เพื่อเป็นตัวแทนของท้องถิ่นใช้กระบวนการทางทัศนศิลป์หลักการออกแบบลวดลาย วาดภาพแบบร่าง จากนั้นนำมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ แล้วทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อให้เห็นผลงานในเชิงรูปธรรมสู่การนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง โดยเฉพาะกับผลิตภัณฑ์ชุมชนเนื่องจากผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากทุนของชุมชน หรือองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะสมมาโดยมีรูปแบบและลักษณะเฉพาะที่สะท้อนถึงวิถีวัฒนธรรมของท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม (Kaewsritong, 2021, p. 23)

จังหวัดพิษณุโลกถือเป็นเมืองที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ สมัยทวารวดี สมัยลพบุรี สมัยกรุงสุโขทัย สมัยกรุงศรีอยุธยา สมัยธนบุรี และสมัยรัตนโกสินทร์ ที่มีหลักฐานปรากฏทั้งในศิลาจารึก พงศาวดาร ตำนาน และนิทานพื้นบ้าน และเป็นเมืองที่มีศักยภาพการเป็นศูนย์กลางบริการหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านการคมนาคมขนส่ง การบริการสุขภาพ การศึกษา การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางเศรษฐกิจ (Phirasant, 2022, pp. 22-26) มีอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่สามารถนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานได้ และจากการศึกษาพบว่า ในจังหวัดพิษณุโลกมีภูมิปัญญาการหล่อพระ การจักสาน การทอผ้า การทำกล้วยตาก (Payakdech, 2016, pp. 15-29) มีดอกไม้มงคล คือ ดอกป๊อบ หรือดอกกาซะลองเป็นต้นไม้ประจำจังหวัด มีไก่ชนเป็นสัตว์ประจำจังหวัด และมีคำขวัญประจำจังหวัด คือ “พระพุทธรชินราชงามเลิศ ถิ่นกำเนิดพระนเรศวร สองฝั่งน่านล้วนเรือนแพ หวานฉ่ำแท้กล้วยตาก ถ้ำและน้ำตกหลากตระการตา” (Phirasant, 2022, pp. 4-5) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ คือ เรื่องราวไก่ชนของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ดอกป๊อบ และเรือนแพ เนื่องจากพิจารณาจากความเป็นไปได้ในการสร้างสรรค์ลวดลายและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้หลากหลาย เพราะผลิตภัณฑ์ชุมชนควรแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตามบริบทของสภาพแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น (Community Development Department, 2018) จะเห็นว่าเราสามารถนำทุนวัฒนธรรม เช่น เรื่องราวและเนื้อหาของวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือใช้ทุนทางวัฒนธรรมสร้างความแตกต่างหรือจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ได้ และสอดคล้องกับแนวทางของ Office of Contemporary Art and Culture (2021) ที่ส่งเสริมสนับสนุนการสร้างสรรคงานศิลปะร่วมสมัยจากความคิดและการประยุกต์อย่างบูรณาการโดยมีวัฒนธรรมเป็นฐานรากสำคัญในการสร้างสรรค์เพื่อยกระดับคุณค่าที่หลากหลายทางสังคม ด้านศิลปวัฒนธรรมให้เกิดประโยชน์ต่อชาติ

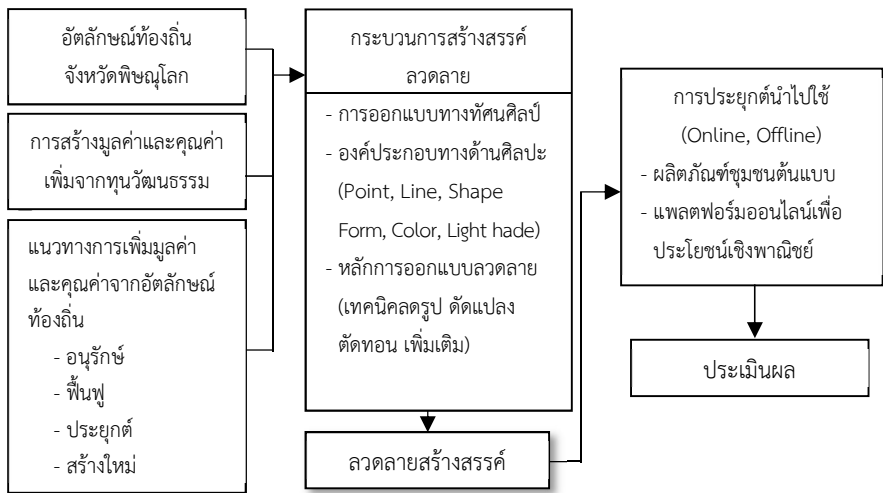
ในด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเมื่อผลงานวิจัยการสร้างสรรคัลวดลายจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้แล้วเสร็จ จะเกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ จะสามารถเป็นแนวทางการสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มจากทุนทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา ที่เพิ่มขึ้นแก่สินค้าและบริการในรูปแบบต่าง ๆ เป็นการสร้างรายได้สู่ชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจได้ รวมถึงเป็นการอนุรักษ์ ต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ให้คงอยู่ได้อย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัด พิษณุโลก
2. เพื่อประยุกต์ใช้ลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและประเมิน ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

กรอบแนวคิด

งานวิจัยเรื่องนี้ได้ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ข้อมูลเบื้องต้น แล้ววิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการดำเนินงานและได้วางกรอบแนวคิดการวิจัยโดยประยุกต์มาจากแนวคิด การวิจัยผลงานสร้างสรรค์ของ Pornrungrroj (2005, pp. 53-54) และการวิจัยสร้างสรรค์ ของ Comening (2021, p. 173) รวมถึงแนวคิดการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาเพิ่มคุณค่า และมูลค่าของ Kaewsritong (2022, pp. 64-65) และหลักการออกแบบลวดลายของ Saengnamphet (2017, pp. 45-54) รวมถึงวิเคราะห์มิติของการนำผลงานสร้างสรรค์ ลวดลายไปใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพราะลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์ต้องสามารถ สะท้อนอัตลักษณ์หรือภูมิปัญญาของท้องถิ่นได้ (Department of Community Development, 2018) ซึ่งสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด
Figure 1. Conceptual Framework

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงสร้างสรรค์ศิลปะ (Art Creative Research) เรื่อง การสร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพิษณุโลก เป็นการบูรณาการวิธีการวิจัยร่วมกับหลักการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะ โดยอาศัยกระบวนการทางทัศนศิลป์ องค์ประกอบทางด้านศิลปะ ทฤษฎีหลักการออกแบบลวดลายมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานวิจัยจากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นพบเกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ลวดลายตามหลักศิลปะ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยและวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดพิษณุโลก

การศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1.1 ศึกษาข้อมูลด้านเอกสาร ทฤษฎี งานวิจัย และบทความที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และข้อมูลจากภาคสนาม ทั้งในเชิงรูปธรรม เช่น รูปลักษณ์ สี สัน สิ่งแวดล้อม

ที่ปรากฏ และข้อมูลในเชิงนามธรรม เช่น เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ความเป็นมา คุณค่า ความหมายที่สำคัญภายในจังหวัดพิษณุโลกอย่างครบถ้วน

1.2 วิเคราะห์อัตลักษณ์ที่จะเป็นสิ่งที่แทนสัญลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก โดยพิจารณาจากการกล่าวซ้ำและเป็นที่รับรู้ร่วมกันในวงกว้างที่ได้จากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ และพิจารณาจากความเป็นไปได้ในการสร้างสรรค์ลวดลายและต้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เพื่อเป็นตัวแทนอัตลักษณ์

1.3 สรุปอัตลักษณ์ที่จะนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ลวดลาย เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึก ต่อไป

2. กระบวนการสร้างสรรค์ลวดลาย

การสร้างสรรค์ลวดลายเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยอาศัยกระบวนการออกแบบทางทัศนศิลป์ องค์ประกอบทางด้านศิลปะ หลักการออกแบบ ลวดลาย นำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดพิษณุโลก มาเป็นแรงบันดาลใจและแนวทางในการสร้างสรรค์ลวดลาย ดังนี้

2.1 กำหนดแนวคิดและแรงบันดาลใจ (Idea Screening & Inspiration) จากอัตลักษณ์ที่ได้ ประกอบด้วย เรื่องราวไถ่ชนของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ดอกปีบ ไม้มงคล และเรือนแพสองฝั่งน้ำ

2.2 ดำเนินการออกแบบภาพร่าง (Sketch Drawing) โดยนำหลักศิลปะมาเป็นองค์ประกอบของผลงาน เช่น จุด (Point) เส้น (Line) รูปร่าง (Shape) รูปทรง (Form) สี (Color) แสงเงา (Light Shade) และหลักการออกแบบลวดลาย (Sariya, 2006, pp. 62-68) เป็นองค์ประกอบพิจารณาสำหรับร่างภาพแนวคิดลวดลายสร้างสรรค์ และใช้กระบวนการออกแบบเทคนิคลดรูป ตัดแปลง ตัดทอน เพิ่มเติมเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดลวดลายใหม่ต้นแบบขึ้น

2.3 ดำเนินการผูกลวดลายตามหลักการจัดองค์ประกอบของลวดลาย ตัวลาย ขนาดสัดส่วน การวางตำแหน่งของลาย ช่วงจังหวะ บริเวณว่าง ทิศทาง ตัวเสริม

ประกอบลาย (Saengnamphet, 2017, pp. 45-54) ด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เพื่อนำไปทดลองประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.4 วิเคราะห์ผลงานสร้างสรรค์เพื่อคุณค่าทางศิลปะ เช่น วิเคราะห์ด้านเนื้อหา เรื่องราว รูปแบบลวดลาย หลักการจัดองค์ประกอบ

3. การประยุกต์ใช้ลวดลายสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

การนำลวดลายใหม่ต้นแบบที่สร้างสรรค์ขึ้นจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดพิษณุโลก มาต่อยอดประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนใน 2 ลักษณะ คือ การทดลองผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และการนำลวดลายไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ในแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การทดลองผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

3.1.1 ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาคัดเลือกชนิดของผลิตภัณฑ์จากการจัดอันดับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (Community Development Department, 2018) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์พวงกุญแจ ผ้าพันคอ กระเป๋า เสื้อยืด และหมอนอิง

3.1.2 ดำเนินการคัดเลือกลวดลายและจัดวางให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ชนิด โดยออกแบบเป็นแบบร่างแล้วดำเนินการคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญที่เห็นว่าเหมาะสมสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้

3.1.3 ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผ่านการคัดเลือก

3.1.4 ประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 5 ท่าน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด (4.51-5.00) มาก (3.51-4.50) ปานกลาง (2.51-3.50) น้อย (1.51-2.50) และน้อยที่สุด (1.00-1.50)

3.2 การนำลวดลายไปประยุกต์ใช้ในแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ เป็นการนำลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ Redbubble ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ที่ส่งเสริมให้ศิลปินได้นำเสนอผลงานทางศิลปะและขายผลงานได้กว้างขึ้นสู่การนำไปใช้ประโยชน์

สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพิษณุโลก

วิธีดำเนินการได้ดังภาพที่ 2

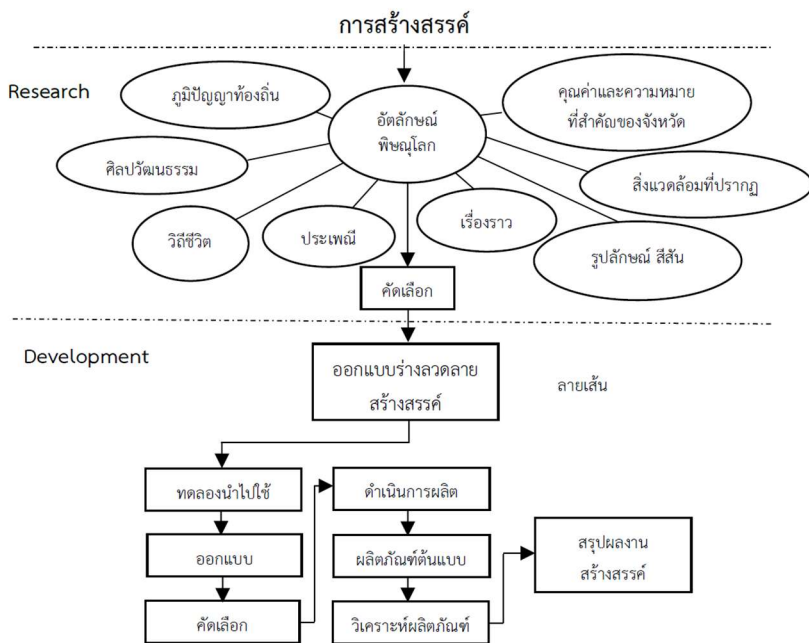


Figure 2. The Method of Pattern Creation from Local Identity

ผลการวิจัยเชิงสังเคราะห์

ผลการวิจัยเรื่อง การสร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพิษณุโลก สามารถสรุปผลการวิจัยได้เป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดพิษณุโลก

ข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ได้จากการศึกษาด้านเอกสารและการลงพื้นที่สังเกตการณ์ภาคสนาม พบว่าในจังหวัดพิษณุโลกมีภูมิปัญญาการหล่อพระ การจักสาน การทอผ้า การทำกล้วยตาก มีดอกไม้มงคล คือ ดอกป๊อบหรือดอกกาซะลอง ซึ่งต้นป๊อบเป็นต้นไม้ประจำจังหวัด (Payakdech, 2016, pp. 15-29) เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับไก่อชนของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่ปรากฏอยู่ในพงศาวดาร เมื่อครั้งที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงพำนักอยู่ในกรุงหงสาวดี ประเทศพม่า ทรงนำไก่เหลืองหางขาวไปจากเมืองพิษณุโลก เพื่อนำไปชนกับไก่ของพระมหาอุปราชาเป็นไก่ชนที่มีลักษณะพิเศษ มีความเฉลียวฉลาดในการต่อสู้จึงชนชนะและได้รับสมญานามว่า “เหลืองหางขาว ไก่เจ้าเลี้ยง และจากคำขวัญประจำจังหวัด “พระพุทธชินราชงามเลิศ ถิ่นกำเนิดพระนเรศวร สองฝั่งน่านล้วนเรือนแพ หวานฉ่ำแท้กล้วยตาก ถ้ำและน้ำตกหลากตระการตา” มีต้นป๊อบ เป็นต้นไม้ประจำจังหวัด และไก่อชนเป็นสัตว์ประจำจังหวัด (Phirasant, 2022, pp. 4-5) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะสามารถใช้เป็นตัวแทนอัตลักษณ์และมีการรับรู้ร่วมกันในวงกว้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์พิจารณาคัดเลือก อัตลักษณ์เพื่อนำมาเป็นแนวคิดและแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ลวดลาย รวมถึงใช้องค์ความรู้ของต้นกำเนิดหรือที่มาของลวดลายที่เกิดจากธรรมชาติ คือ แนวคิดจากพืชต่าง ๆ เช่น ต้นไม้ ใบไม้ ดอกไม้ รากไม้ แนวคิดจากสัตว์ เช่น นกยูง ช้าง ม้า ไก่ตัวผู้ มังกร ปลาทอง กิเลน เป็นต้น และที่มนุษย์สร้างขึ้น (Phonsri, 2002, pp. 25-27; Saengnamphet, 2017, p. 127; Silratana, 1995) ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือก ดอกป๊อบและไก่อชนเป็นที่มาของลวดลายจากธรรมชาติ เนื่องจากเป็นต้นไม้และสัตว์ประจำจังหวัดพิษณุโลก และมีความสำคัญเชิงประวัติศาสตร์อย่างเด่นชัด สามารถสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ นอกจากนี้ยังมีการนำดอกป๊อบไปเผยแพร่ใช้ประโยชน์ที่หลากหลาย เช่น ภูมิปัญญาการทอผ้าลายดอกป๊อบ และเลือกเรือนแพสองฝั่งน่าน คือ อัตลักษณ์น่านเมืองสองแคว เป็นแนวคิดจากสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เนื่องจากเป็นวิถีชีวิต

ของท้องถิ่นและถูกกล่าวถึงอยู่ในคำขวัญประจำจังหวัดพิษณุโลก นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ที่จะนำลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้หลากหลายทั้งผลิตภัณฑ์ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก

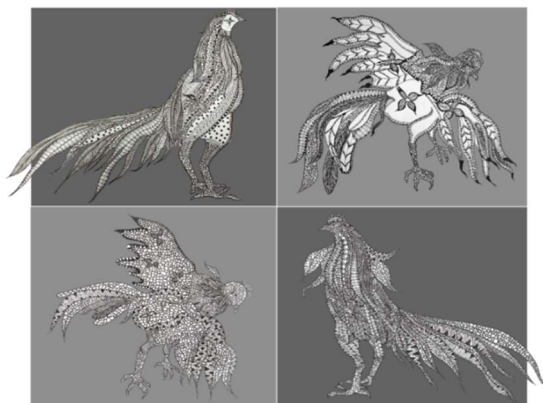
2. ผลงานการสร้างสรรค์ลวดลาย

การสร้างสรรค์ลวดลายโดยอาศัยกระบวนการออกแบบทางทัศนศิลป์ องค์ประกอบทางด้านศิลปะ หลักการออกแบบลวดลาย ข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ เรื่องราวไ่ก่ชนของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ดอกป๊ีบ ไม้้มงคล และ เรือ่นแพสองฝั่ง่น่าน มาเป็นแรงบันดาลใจและแนวทางในการสร้างสรรค์ลวดลาย ดังนี้

2.1 ลวดลายสร้างสรรค์ไ่ก่ชน นำลักษณะการเคลื่อนไหวของไ่ก่ชน ในลักษณะต่าง ๆ มากำหนดรูปทรงเบื้องต้นเพื่อเป็นเส้นกรอบของลวดลาย จากนั้น ออกแบบลวดลายโดยการวาดเส้น จุด เชื่อมโยงการเว้นจังหวะ ช่องว่าง ความสมดุล เพื่อให้เกิดลวดลายที่มีมิติระยะใกล้ไกล เสมือนมีการเคลื่อนไหวของลวดลาย จำนวน 4 ลวดลาย ดังภาพที่ 3

2.2 ลวดลายสร้างสรรค์ดอกป๊ีบ วิเคราะห์ลักษณะรูปทรงของดอก เกสร กลีบดอก กลีบเลี้ยง ของดอกป๊ีบ แล้ววาดเส้นกรอบของลวดลายตามลักษณะของ ทรงดอก โดยวางแผนทางการสร้างสรรค์เป็น 2 ลักษณะ คือ การสร้างเส้นกรอบตามรูปทรง ของดอกแต่ลดทอนจำนวนกลีบดอกจากลักษณะดอกจริงในธรรมชาติ คือ ลดทอนจาก จำนวน 5 กลีบ ให้เหลือเพียง 4 กลีบ เพื่อให้มีรูปทรงสมดุลซ้ายขวาและบนล่างสอดคล้อง กับการนำไปใช้ต่อลาย จากนั้นสร้างลวดลายภายในกลีบดอกด้วยการเขียนจุด วาดเส้น ในลักษณะต่าง ๆ จนเกิดเป็นรูปร่างสามเหลี่ยม วงรี เชื่อมโยงกัน มีการเว้นจังหวะ ช่องว่างให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และการสร้างสรรค์ลวดลายดอกป๊ีบเสมือนจริงแต่มีการ ดัดแปลงรายละเอียดของดอกให้มีลักษณะพลิ้วไหวเหมือนการร่วงหล่นจากต้นให้สามารถ หมุนรอบได้ 360 องศา จากนั้นสร้างเส้นกรอบใบวาดลวดลายให้สอดคล้องกับลักษณะ ของดอกแล้วจัดวางให้เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำไปต่อลวดลายได้สะดวกและมีความกลมกลืนกันตลอดทั้งลวดลาย จำนวน 2 ลวดลาย ดังภาพที่ 4

2.3 ลวดลายสร้างสรรค์เรือนแพสองฝั่งน้ำ เกิดจากการมองภาพมุมสูงของบรรยากาศเรือนแพบนสายน้ำของแม่น้ำน่าน แล้ววาดเส้นลวดลายโค้งคดเคี้ยวเหมือนสายน้ำ เปลี่ยนรูปองค์ประกอบ จากนั้นวาดจุด เส้น รูปร่างสามเหลี่ยม วงกลม รูปร่างอิสระ เป็นลวดลายสร้างสรรค์ตามจินตนาการ และใช้เทคนิคการเพิ่มรูป การลดรูป ภาพ และพื้น ในการวางลายเว้นช่องว่าง จึงหะระยะห่าง ให้มีความสมดุล จำนวน 3 ลวดลาย ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 3 ลวดลายสร้างสรรค์ไก่ชน
Figure 3. Fighting Cock Creative Pattern



ภาพที่ 4 ลวดลายสร้างสรรค์ดอกปีป
Figure 4. Dok Peep Creative Pattern



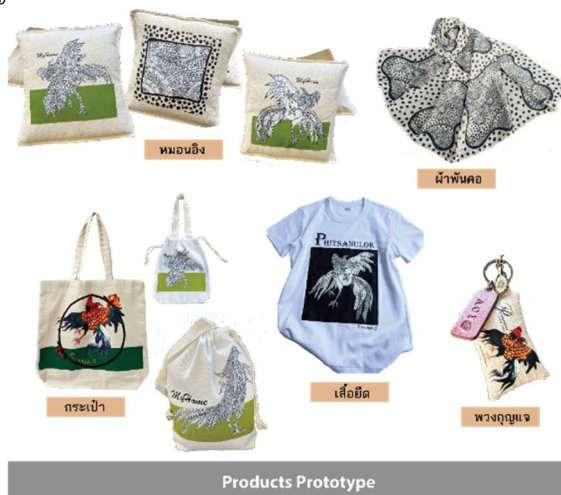
ภาพที่ 5 ลวดลายสร้างสรรค์เรือนแพสองฝั่งน้ำ

Figure 5. Houseboats on Both Sides of Nan River Creative Pattern

3. การประยุกต์ใช้ลวดลายสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

ประยุกต์ใช้ลวดลายกับผลิตภัณฑ์ชุมชนใน 2 ลักษณะ ได้แก่ การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และการนำลวดลายไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ในแพลตฟอร์มออนไลน์ มีรายละเอียดดังนี้

3.1 การนำลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ โดยผลิตเป็น ผ้าพันคอ กระเป๋า หมอนอิง เสื้อยืด พวงกุญแจ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการจัดอันดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึก ที่ได้รับความนิยมของกลุ่มผู้บริโภค (Community Development Department, 2018) และพิจารณาถึงความเหมาะสมของลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นกับประเภทของผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 6 และผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ดังตารางที่ 1



Products Prototype

ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

Figure 6. Prototypes

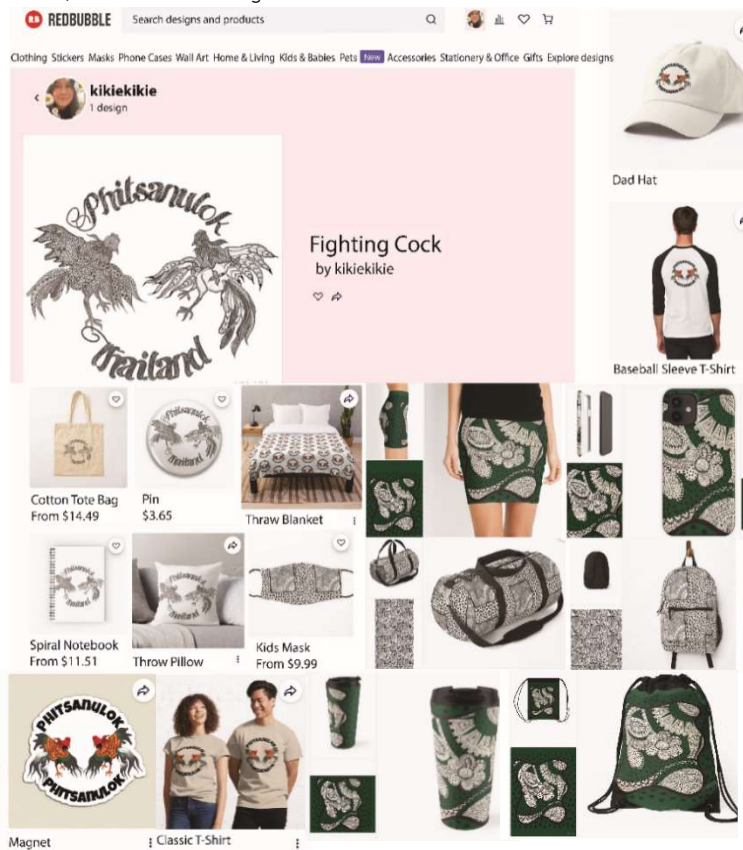
ตารางที่ 1 ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ

รายการประเมิน	ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ									
	ผ้าพันคอ		กระเป๋า		เสื้อยืด		หมอนอิง		พวงกุญแจ	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. การออกแบบลวดลาย สมบูรณ์ตามหลักการจัด องค์ประกอบศิลปะ	3.80	0.45	4.20	0.45	4.60	0.55	4.40	0.55	3.60	0.55
2. ลวดลายมีความแปลก ใหม่ร่วมสมัยด้านรูปแบบ	4.00	0.70	4.00	0.71	4.00	0.00	4.00	0.00	3.40	0.55
3. ด้านสีสันทันและความ สวยงามของผลิตภัณฑ์	4.00	0.00	3.80	0.45	4.60	0.55	4.20	0.45	4.80	0.45
4. บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ ของชุมชน/สถานที่	3.60	0.55	4.00	0.00	4.80	0.45	4.00	0.70	4.20	0.83
5. ความเหมาะสมกับการ ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ของใช้ ของที่ระลึก	4.00	0.70	4.20	0.45	4.80	0.45	4.00	0.70	4.00	0.00
6. ความเป็นไปได้ใน การผลิตและจำหน่าย	4.60	0.55	4.40	0.89	4.60	0.55	4.20	0.45	4.60	0.55
รวม	4.00	0.26	4.10	0.15	4.57	0.25	4.13	0.24	4.10	0.25

Note. The Results of the Evaluation of Expert Opinions on the Prototype Community Product.

จากตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ พบว่า ผลิตภัณฑ์ต้นแบบมีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ ยกเว้น ผลิตภัณฑ์เสื้อยืดมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การออกแบบลวดลายสมบูรณ์ตามหลักการจัดองค์ประกอบศิลปะของผลิตภัณฑ์เสื้อยืดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด 4.60 ลวดลายมีความแปลกใหม่ร่วมสมัยด้านรูปแบบ พบว่าทุกผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.00 ยกเว้นผลิตภัณฑ์พวงกุญแจมีค่าเฉลี่ย 3.40 ด้านสีสันทันและความสวยงามของผลิตภัณฑ์พบว่า ผลิตภัณฑ์พวงกุญแจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.80 ส่วนการบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชุมชน พบว่า ผลิตภัณฑ์เสื้อยืด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.80 ความเหมาะสมกับการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนของใช้ ของที่ระลึก พบว่า เสื้อยืด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด 4.80 ส่วนความเป็นไปได้ในการผลิตและจำหน่าย พบว่า ผ้าพันคอ เสื้อยืด พวงกุญแจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.60

3.2 การนำลวดลายไปประยุกต์ใช้ในแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ เป็นการนำลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ Redbubble ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ที่ส่งเสริมให้ศิลปินได้นำเสนอผลงานทางศิลปะของตนเอง และขยายผลงานได้กว้างขึ้นสู่การนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ตามความสนใจและความต้องการของผู้ที่จะนำไปใช้ เช่น ผลิตเป็นหมวก กระโปรง แก้วน้ำ ผ้าปูที่นอน เคสโทรศัพท์ เป็นต้น ดังภาพที่ 7 โดยไม่ต้องลงทุนล่วงหน้าเป็นการทำการตลาดผลิตภัณฑ์บนโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้แพลตฟอร์มมีปุ่มแชร์ผลงานไปยัง Pinterest, Facebook ,Twitter หรือ Google Plus ได้อีกช่องทางหนึ่ง



ภาพที่ 7 การเผยแพร่ลวดลายในแพลตฟอร์มออนไลน์
Figure 7. Publications of Patterns on Online Platforms

นอกจากการนำไปใช้ประโยชน์ข้างต้นแล้ว ผลงานลวดลายสร้างสรรค์จากอัตลักษณ์จังหวัดพิษณุโลกที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจาก “เรือนแพสองฝั่งน่าน” ของผู้วิจัยได้ยื่นขอจดอนุสิทธิบัตร และอยู่ระหว่างการพิจารณาจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เลขที่คำขอ 2002003464 และ 2002003465

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการสร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพิษณุโลก สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การสร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดพิษณุโลก เป็นการนำบริบทของท้องถิ่นที่ได้รับการยอมรับในวงกว้างและมีหลักฐานชัดเจนมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบและสร้างสรรค์ลวดลายขึ้นใหม่ โดยพิจารณาถึงความเป็นไปได้และเชื่อมโยงกับหลักองค์ประกอบศิลป์ และองค์ความรู้ของต้นกำเนิดหรือที่มาของลวดลายประกอบด้วย ลวดลายที่มาจากธรรมชาติ ได้แก่ ดอกป๊อบจากต้นป๊อบซึ่งเป็นต้นไม้ประจำจังหวัด ที่มาจากสัตว์ คือ ไก่ชนของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่ปรากฏอยู่ในพงศาวดารและที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ เรือนแพสองฝั่งแม่น้ำน่าน (Phonsri, 2002, pp. 25-27; Saengnamphet, 2017, p. 127; Silratana, 1995) โดยกระบวนการสร้างสรรค์ได้ศึกษาข้อมูลเนื้อหาของอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ได้ แล้วนำรูปทรง รูปร่าง ลักษณะของไก่ชน ดอกป๊อบ และเรือนแพ มากำหนดเป็นเส้นกรอบของผลงาน จากนั้นออกแบบร่างโดยนำหลักศิลปะมาเป็นองค์ประกอบของผลงาน เช่น จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง สี สัน แสงเงา และหลักการออกแบบลวดลาย (Sariya, 2006, pp. 62-68) เป็นองค์ประกอบพิจารณาสำหรับร่างภาพแนวคิดลวดลายสร้างสรรค์ และใช้เทคนิคลดรูป ดัดแปลง ตัดทอน เพิ่มเติมเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดลวดลายใหม่ต้นแบบขึ้น ส่งผลให้ได้ลวดลายสร้างสรรค์ทั้งหมด 9 ลวดลาย ประกอบด้วย ลวดลายสร้างสรรค์ไก่ชน จำนวน 4 ลวดลาย ซึ่งมีลักษณะเหมือนไก่ชนกำลังเคลื่อนไหว และรู้สึกได้ถึงคามมีชีวิตของลวดลายเหมือนขนของไก่ชนที่ซ้อนกันเนื่องจากอิทธิพลของเส้นในลักษณะต่าง ๆ โดยเฉพาะเส้นทแยง (Diagonale Line) เส้นทแยง (Diagonale Line) ที่ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง มีความเปลี่ยนแปลง

(Kaewsritong, 2021, p. 87) ไม่นั่นคงและอิทธิพลของขนาดจุดที่สร้างความรู้สึกใกล้เคียง รวมถึงลักษณะของรูปร่างที่นำมาจัดเรียงเพื่อสร้างความเด่นให้ลวดลายโดยการซ้ำ (Repetition) (White, 2011) จะเห็นว่าลวดลายที่สร้างสรรค์ภายในเส้นกรอบรูปทรงของ ไก่ชนจะเป็นการวาดเส้น วาดจุด วาดรูปร่าง ในลักษณะซ้ำกัน สอดคล้องกับหลักการสร้าง จุดเด่นจนเกิดความต่อเนื่อง ความสั่นไหวเป็นทิศทางเดียวกัน เหล่านี้จึงส่งผลให้ลักษณะ ของลวดลายสร้างสรรค์ไก่ชนที่ได้ให้ความรู้สึกเหมือนมีการเคลื่อนไหวเป็นอิทธิพลในแง่ ของความรู้สึก สำหรับลวดลายสร้างสรรค์ดอกปีบจำนวน 2 ลวดลาย ที่มีรูปแบบตัดทอน และดัดแปลงจากลักษณะของดอกจริงในธรรมชาติจำนวน 1 ลวดลาย และมีรูปแบบ เสมือนจริงแต่มีการดัดแปลงรายละเอียดของดอกให้มีลักษณะพลิ้วไหวเหมือนการร่วง หล่นจากต้นให้สามารถหมุนรอบได้ 360 องศา ทั้งนี้เพื่อให้ลวดลายที่ได้สามารถนำไปใช้ กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เนื่องจากต้นแบบลายที่ได้้นั้นนำมาจัดวางหรือต่อ ลวดลายได้ง่ายอย่างไม่มีที่สิ้นสุด จะสร้างความโดดเด่นเฉพาะดอกหรือจะนำแต่ละดอก มาเรียงต่อกันในขนาดเท่ากันหรือต่างขนาดกันก็สามารถสร้าง ความน่าสนใจให้กับ ลวดลายได้ซึ่งแต่ละรูปแบบที่กล่าวมาจะให้ความรู้สึกและรูปแบบได้แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Huppertz (2020, p. 85) กล่าวว่า การออกแบบเป็นกิจกรรม ที่จินตนาการร่างภาพร่างหรือการวางแผนสำหรับการสร้างผลิตภัณฑ์ และลวดลาย สร้างสรรค์เรือนแพสองฝั่งน้ำจำนวน 3 ลวดลาย จะมีรูปแบบของลายในเชิงนามธรรมแต่ ยังคงให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวเหมือนอยู่บนสายน้ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอิทธิพลของ เส้นซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการสร้างสรรค์ในลวดลาย คือ เส้นโค้ง เส้นคลื่น ที่ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว ไหลเลื่อนต่อเนื่อง ลักษณะของลายเป็นเส้นโค้งหลาย เส้นในทางเดียวกันให้ความรู้สึกพลิ้วไหว รวมถึงในการสร้างสรรค์ลวดลายมีการใช้เทคนิค ของงานทัศนศิลป์โดยการเน้นเส้นและมีการไล่น้ำหนักของแสงเงาสร้างเป็นเส้นกรอบ รูปทรงสามเหลี่ยมภายในเส้นกรอบดังกล่าว จึงให้ความรู้เหมือนเรือนแพลอยอยู่บนสายน้ำ

จากการดำเนินงานวิจัยทำให้ได้กระบวนการออกแบบใหม่ที่ค้นพบสำหรับการสร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์และคัดเลือกอัตลักษณ์ของจังหวัดเพื่อเป็นสิ่งสะท้อนบริบทหรือภาพลักษณ์ของชุมชน 2) กำหนดเส้นกรอบของรูปทรงแล้วจัดวางองค์ประกอบศิลป์มาเป็นทฤษฎีในการสร้างสรรค์ผลงาน เพราะการกำหนดรูปทรงจะช่วยให้เกิดความชัดเจนของขอบเขตลวดลายที่สื่อมาจากอัตลักษณ์ที่ผ่านการคัดเลือก เช่น ลักษณะของไผ่ขน ลักษณะของแม่น้ำ ลักษณะของดอกป๊อบ จากนั้นสร้างความโดดเด่นโดยใช้ เส้น จุด รูปร่าง จัดวางด้วยเทคนิคต่าง ๆ เพื่อให้ลวดลายมีความเฉพาะแต่ยังสามารถสื่อถึงความรู้สึกที่เชื่อมโยงกับ อัตลักษณ์เหล่านั้น 3) การนำไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เห็นผลงานอย่างเป็นรูปธรรมต้องมีการนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายได้ เพื่อเป็นสิ่งสนับสนุนให้เกิดมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ ยกตัวอย่างเช่น การทำแม่พิมพ์ลวดลายหนึ่งพิมพ์สามารถไปพิมพ์ลงบนวัสดุหรือผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย อาทิ เสื้อยืด แก้วน้ำ สมุด พวงกุญแจ ก็จะทำให้การสร้างแม่พิมพ์นั้นคุ้มค่า และในมิติของการตลาดจะเป็นการขายแบบชุดหรือแบบยกเซตได้อีกช่องทางหนึ่ง 4) การทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบเป็นขั้นตอนที่ทำให้ความคิดในโน้ตทัศน์ตามจินตนาการหรือภาพร่าง ที่ผู้สร้างสรรค์ได้ออกแบบไว้เกิดเป็นผลงานที่สามารถจับต้องได้ และ 5) การประเมินผลงานที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อให้ทราบถึงความคุ้มค่าหรือการยอมรับของคนทั่วไปต่อผลงาน ซึ่งกระบวนการออกแบบที่ค้นพบนั้นสอดคล้องกับ Yaowananon et al. (2019, pp. 172-180) ที่ได้ศึกษาอัตลักษณ์ กลุ่มวัฒนธรรมไทยพวนในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยเพื่อแนวทางในการออกแบบแล้วนำองค์ประกอบศิลป์ ได้แก่ เส้น รูปร่าง รูปทรง สี และนำสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม มาลดทอนส่วนประกอบต่าง ๆ ทำให้องค์ประกอบที่เกิดขึ้นในสัญลักษณ์รวมกันเป็นจุดเนื้อหาและยังสอดคล้องกับ Pumahapinyo (2020, p. 113) ที่ได้ออกแบบลวดลายเรขศิลป์ผ้าพิมพ์ลายจากอัตลักษณ์ผ้าทอกะเหรี่ยง อำเภอนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี โดยวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องราวของอัตลักษณ์แล้ววิเคราะห์หลักการจัดองค์ประกอบเพื่อออกแบบลวดลาย ใช้หลักการจัดความสมดุล สร้างความกลมกลืนของแนวความคิด เส้นตรงแนวนอน แนวตั้ง เส้นเฉียงแบบโค้ง เส้นหยัก

และรูปร่าง โดยเน้นการจัดวางในระยะเท่า ๆ กัน ซึ่งผลการสร้างสรรค์พบว่าลวดลายที่ได้ทั้ง 5 ผลงาน ได้รับความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับ Madlee, Khiaomang and Seo (2021, p. 109) ที่ได้สร้างสรรค์เครื่องประดับนวัตศิลป์ร่วมสมัยสืบวัฒนธรรมสานศิลปะ ประยุกต์อัตลักษณ์โนราห์โดยเริ่มจากการศึกษาองค์ความรู้ และวิเคราะห์อัตลักษณ์ศิลปะการแสดงโนราห์ แล้วทำการสังเคราะห์ก่อนพัฒนาเป็นผลงานต้นแบบ รวมถึงผลการวิจัยมีแนวทางการดำเนินงานสอดคล้องกับ Cherdchoo et al. (2020) ที่ได้ศึกษาอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไทยวนในแนวทางการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มจากการค้นหาอัตลักษณ์ที่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชนแล้วนำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และมีการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไทยวนในการสร้างนวัตกรรมเครื่องทอผ้าดิจิทัลโดยการทำงานบนแอปพลิเคชันที่ออกแบบให้มีการใช้งานง่ายและรวดเร็ว จากที่กล่าวมาจะเห็นว่ากระบวนการสร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในงานวิจัยชิ้นนี้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยหลายเรื่องที่มีวิธีการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เหล่านี้สามารถยืนยันได้ว่าแนวทางการดำเนินงานมีความเหมาะสมสามารถนำไปปฏิบัติสร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์อื่นนอกเหนือจากที่กล่าวมาได้

2. การประยุกต์ใช้ลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบนั้น มีแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การนำไปทดลองใช้ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 9 ผลงาน ประกอบด้วย ผ้าพันคอ 1 ผืน กระเป๋า 3 ใบ หมอนอิง 3 ชุด พวงกุญแจ 1 รูปแบบ เสื้อยืด 1 รูปแบบ และผลประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผลิตขึ้น พบว่าผลิตภัณฑ์ต้นแบบมีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ ยกเว้นผลิตภัณฑ์เสื้อยืดที่ได้รับความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และเมื่อพิจารณาถึงรายละเอียดในแต่ละด้าน ประกอบด้วย การออกแบบลวดลายสมบูรณ์ตามหลักการจัดองค์ประกอบศิลปะ ด้านสีสันทันและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชุมชน/สถานที่ ความเหมาะสมกับการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ใช้ของที่ระลึก ความเป็นไปได้ในการผลิตและจำหน่าย ได้รับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะของเสื้อยืดสามารถใช้ลวดลายได้อย่างเด่นชัดประกอบกับ

มีการใส่ข้อความของชื่อจังหวัดทำให้สะท้อนถึงความเหมาะสมในการที่จะผลิตเป็นของใช้ของที่ระลึกได้ ซึ่งในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้ใช้เทคนิคการพิมพ์ดิจิทัล สามารถที่จะผลิตปริมาณมากได้ในเชิงพาณิชย์ หรือการผลิตแบบใช้ซิลค์สกรีนก็จะสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ ในทางกลับกันก็สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับลวดลายหรือผลิตภัณฑ์ได้โดยการสร้างลวดลายด้วยเทคนิคการปัก สอดคล้องกับ Wnichakorn (2018, pp. 129-130) ที่ได้สร้างสรรค์ทัศนศิลป์และออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับแสดงภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวกรุงเก่าอยุธยา พบว่า เสื้อยืด อัตลักษณ์อยุธยาสามารถผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึก โดยนำลายเส้นอัตลักษณ์ช้าง ปลาตะเพียนสาน ผสมผสานกับวิถีชาวนามาสกรีนลงเสื้อยืดหรือเสื้อโปโล ซึ่งประโยชน์ใช้สอยสามารถนำไปเป็นชุดประจำหน่วยงานตามความต้องการหรือเพื่อเป็นของที่ระลึกประชาสัมพันธ์ของจังหวัดให้เป็นที่ยุ้จักและจดจำได้มากขึ้นได้อีกช่องทางหนึ่ง และ 2) การนำลวดลายไปประยุกต์ใช้ในแพลตฟอร์มออนไลน์ Redbubble เพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ตามความสนใจและความต้องการของผู้ที่จะนำไปใช้ เช่น ผลิตเป็นหมวก กระโปรง แก้วน้ำ ผ้าปูที่นอน เคสโทรศัพท์ เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ นั่นถือว่าเป็นการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่จะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นตามหลักการตลาดออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมในยุคปัจจุบัน และจะทำให้ผลงานเป็นที่รู้จักในวงกว้างยิ่งขึ้น เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ เช่น Pinterest Facebook Twitter หรือ Google Plus สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดของ Dedkaew (2018) ที่กล่าวว่า แนวโน้มการทำการตลาดยุคใหม่หรือการตลาดยุคดิจิทัลเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของระบบสังคม ทั่วโลกเข้าสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้กิจกรรมทางการตลาดควรมีลักษณะเชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพราะเป็นการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้โดยตรงและรวดเร็ว มีกลุ่มสังคมเครือข่ายอย่างกว้างขวาง รวมถึงสามารถลดต้นทุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้ การตลาดในรูปแบบออนไลน์ สามารถส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการสร้างสรรค์ลวดลายจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดพิษณุโลกทำให้ค้นพบกระบวนการในการสร้างสรรค์ขึ้นประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์และคัดเลือกอัตลักษณ์ 2) กำหนดเส้นกรอบของรูปทรงแล้วจัดวางองค์ประกอบศิลป์มาเป็นทฤษฎีในการสร้างสรรค์ผลงาน 3) การนำไปประยุกต์ใช้ 4) การทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และ 5) การประเมินผลงาน ดังนั้นควรมีการนำกระบวนการเหล่านี้ไปทดลองใช้สร้างสรรค์ลวดลายในลักษณะอื่น หรือควรมีการวิจัยเพื่อทดลองหรือพัฒนากระบวนการดังกล่าวให้มีความสมบูรณ์หรือมีประสิทธิภาพของกระบวนการมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการนำอัตลักษณ์หรือทุนวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ลวดลายให้มีความแปลกใหม่และสื่อถึงความเฉพาะของพื้นที่ และควรนำลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นไปตกแต่งกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น และใช้เทคนิคการสร้างลวดลายบนผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายนอกเหนือจากการพิมพ์ เช่น การปัก การทอ การเพ้นต์ รวมถึงศึกษาช่องทางการตลาดและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

เอกสารอ้างอิง

- Atthapak, C. (2009). *Art Elements*. (5 th ed.). Bangkok: Wittayaphat.
- Cherdchoo, W., Umasin, N., Tanaspansarrat, P. & Yoosuk, S. (2020). Tai-Yuan Ethnic Group: Conceptual Framework for Creation and Product Development. *Mekong-Salween Civilization Studies Journal*, 11(2), 201-222.
- Community Development Department. (2018). *Guide to drive the implementation of the OTOP Nawatwithi Tourism Community Project*. Bangkok: Ministry of Interior.
- Comening, K. (2021). Lamp Design Inspired by Light and Shadow. *Journal of Fine Arts*, 12(2), 166-193.

- Dedkaew, P. (2018). *Marketing activities in the digital age*. Bangkok: Danex Inter Corporation.
- Huppatz, D.J. (2020). *The key concepts : Desing*. New York: Trademarks of Bloomsbury Publishing.
- Kaewsritong, J. (2021). *Community Product Development*. Phitsanulok: Pibulsongkram Rajabhat University.
- Madlee, D., Khiaomang, K., & Seo, M. (2021). Nawattasilpnorasan: The Innovative Craft Jewelry a Cultural Consurvation to Aplied Art of Manorah Identity. *Institute of Culture and Arts Journal*, 23(1), 109-121.
- Office of Contemporary Art and Culture. (2021). *Strategic plan*. Bangkok: Ministry of Culture.
- Payakdech, A. (2016). *Local Product Identity Design from The Cultural Heritage of Phitsanulok Province* (Master's Thesis). Silpakorn University, Bangkok.
- Phirasant, J. (2022). *Miracle Phitsanulok*. Phitsanulok: Naresuan University.
- Phonsri, A. (2002). *Pattern Design*. Bangkok: Odeon Store.
- Pomrungrroj, C. (2005). *Art Research*. (2th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University.
- Pumahapinyo, S. (2020). Pattern Graphic Design of Printed Fabric to Present the Identity of Phetchaburi Karen's Woven Fabric. *Journal of Humanities and Social Sciences Review (JHSSR)*, 22(2), 100-120.
- Ratchatranon, W. (2011). *Social Science Research Techniques*. (4th ed.). Bangkok: Kasetsart University.
- Saengnamphet, T. (2017). *Line*. Bangkok: Odeon Store.
- Sariya, P. (2006). *Pattern Design*. Bangkok: Odeon Store.
- Silratana, P. (1995). *Pattern Design*. Bangkok: Odeon Store.
- Wanlop Ratchatranon (2011). *Social Science Research Techniques*. (4th ed.). Bangkok: Kasetsart University.

- White, A. (2011). *The elements of graphic design*. New York, NY: Allworth Press.
- Whichakorn, A. (2018). The Study Visual Arts and Creative Product Design for Display: The Image of Tourist Attraction in The Old Capital Ayothaya. *Institute of Culture and Arts Journal Srinakharinwirot University*, 19(2), 123-132.
- Yaowananon, K., et al. (2019). Thai-Phuan Symbols : Study of Identity of The Thai-Phuan Community in The Central Region of Thailand for The Purposes of Determining a Design Framework. *Institute of Culture and Arts Journal Srinakharinwirot University*, 21(1), 166-185.

