

การพัฒนาทฤษฎี C-K เพื่อสร้างอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นจาก
ทุนวัฒนธรรมมอญ: กรณีศึกษา สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี*

DEVELOPING THE C-K THEORY CONCEPT TO CREATE THE IDENTITY OF FASHION
GOODS FROM MON CULTURAL CAPITAL: A CASE STUDY OF SABAI MON IN
PATHUM THANI PROVINCE

พรนารี ชัยดิเรก

Pornnaree Chaidirek

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand

Corresponding author E-mail: pornnaree@g.swu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาทฤษฎี C-K และแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมที่นำมาใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย และ 2) เพื่อค้นหาและนำเสนอคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี การวิจัยนี้เป็นแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลงานเน้นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัย ชุมชน และผู้เชี่ยวชาญ โดยมีกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคราย 400 คน เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และแบบประเมินผลความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มเป้าหมายและผู้เข้าชมงานนิทรรศการ โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ผลการวิจัย คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ทฤษฎี C-K และแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมนำไปสู่ข้อกำหนดในการออกแบบสินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยจากผ้าสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ โครงร่างเงา สี สัน ลวดลาย รายละเอียดการตกแต่ง ลักษณะจำเพาะด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต และ 2) ผู้วิจัยพัฒนาคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่ประกอบด้วย 1) ผลงานการออกแบบลวดลายสไบมอญประยุกต์ และ 2) ผลงานการออกแบบคอลเลกชันสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลงานต้นแบบลวดลายสไบมอญอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.32 และผลการประเมินความพึงพอใจต่อคอลเลกชันผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.30 งานวิจัยนี้ช่วยต่อยอดภูมิปัญญาชาวบ้าน สร้างภาพลักษณ์ของสินค้า และสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตสไบมอญในท้องถิ่นได้มากขึ้น

คำสำคัญ: ทฤษฎี C-K, อัตลักษณ์, สินค้าแฟชั่น, ทุนวัฒนธรรมมอญ, สไบมอญปทุมธานี

Abstract

The main objectives of this research are 1) To study C-K theory and product design concepts from cultural capital that are used in the design and creation of contemporary cultural capital fashion products, and 2) To find and present a collection of prototype products that

demonstrate the identity of contemporary cultural capital fashion products in the category of Sabai Mon of Pathum Thani Province. This research is a combination of both quantitative and qualitative along with creative work, emphasis is placed on participatory research between researchers, communities and experts. There was a sample of 400 female consumers. The research instruments consisted of a questionnaire, interview forms and satisfaction evaluation forms from experts, target group and exhibition visitors. The statistics used to analyze the research results are frequency, percentage, arithmetic mean and standard deviation. The results of the research found that 1) C-K theory and product design concepts from cultural capital lead to specifications for designing contemporary cultural capital fashion products from Sabai Mon, Pathum Thani province, including silhouettes, colors, patterns, decorative details, material specifications and production methods, and 2) The researcher developed a collection of prototype products consisting of 1) Design of applied Sabai Mon patterns and 2) Design of fashion product collections made from Sabai Mon fabric. The results of the evaluation of satisfaction with the Sabai Mon pattern prototype work was at a good level, the average score was 4.80 with a standard deviation of 0.32 and the satisfaction assessment results for product prototype collection was at a good level, the average score was 4.67 with a standard deviation of 0.30. This research helps expand local wisdom, create a product image and generate more income for local Sabai Mon producers.

Keywords: C-K Theory, Identity, Fashion Goods, Mon Cultural Capital, Pathum Thani Sabai Mon

บทนำ

จังหวัดปทุมธานี เป็นพื้นที่อยู่อาศัยของชุมชนชาวไทยมอญแหล่งใหญ่ของประเทศไทย (สำนักงานจังหวัดปทุมธานี, 2557) บันทึกทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชแห่งกรุงศรีอยุธยา ชาวมอญจากเมืองเมาะตะมะได้หนีภัยจากศึกพม่ามาอยู่ที่บ้านสามโคก และมีการอพยพต่อมาอีกหลายครั้งทั้งสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชและสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยจนกลายเป็นชุมชนใหญ่ในจังหวัดปทุมธานี สอดคล้องกับคำขวัญของจังหวัดที่ว่า “ถิ่นบัวหลวง เมืองรวงข้าว เชื้อชาวมอญ นครธรรมะ พระตำหนักรวมใจ สดใสเจ้าพระยา ก้าวหน้าอุตสาหกรรม” (องค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี, 2567) ชาวไทยเชื้อสายมอญมีเอกลักษณ์การแต่งกายด้วยการใช้สไบมอญเป็นผ้าพาดบ่าสำหรับผู้หญิงและผู้ชายเมื่อออกงานสำคัญ เช่น งานแต่งงาน งานบุญ และงานประเพณีสำคัญต่าง ๆ (กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการพัฒนาสังคม สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1 จังหวัดปทุมธานี, 2559) ดังนั้น สไบมอญถือเป็นสิ่งจำเป็นและถือเป็นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยที่สำคัญ ซึ่งรูปแบบและเอกลักษณ์ของของสไบมอญ คือ ผ้าสีเหลี่ยมแถบยาว มีสีสันฉูดฉาด ขอบสไบจะเป็นลายหยัก เน้นลวดลายปักเป็นลายดอกไม้ ทั้งดงาม (The Reporters, 2563) ภูมิปัญญาการผลิตผ้าสไบมอญมีมาแต่โบราณ โดยผลิตเพื่อไว้ใช้เองหรือขายภายในชุมชนและยังจำหน่ายเป็นของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว ปัจจุบันผู้ผลิตส่วนมากเป็นผู้สูงอายุและมีจำนวนน้อย การผลิตต้องใช้ฝีมือความประณีตและเวลาค่อนข้างมาก ทำให้แต่ละผืนมีราคาจำหน่ายสูง ประกอบกับผ้าสไบมอญมีข้อจำกัดที่เมื่อซื้อไปแล้วไม่สามารถนำไปใช้งานอื่นได้ทำให้ขาดโอกาสในการขายสินค้า รวมถึงการขาดอัตลักษณ์ที่โดดเด่นสะท้อนเรื่องราวทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ซึ่งสอดคล้องกับ ข่าวสดออนไลน์ อ้างว่า ปัจจุบันสไบมอญมีลวดลายแบบใหม่น้อยมาก ลวดลายสไบมอญแบบใหม่จะช่วยเพิ่มมูลค่าและสามารถนำไปต่อยอดในงานผลิตภัณฑ์อื่นได้มากขึ้น (ข่าวสดออนไลน์, 2564)

ดังนั้น ปัญหาของงานวิจัยนี้ คือ การออกแบบพัฒนาสไบมอญที่มีลวดลายประยุกต์แบบใหม่และนำไปออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นต้นแบบ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสการขายสินค้าและรายได้ให้มากขึ้น โดยรูปแบบของผลงานวิจัยนี้แสดงถึงความร่วมสมัยและสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของสไบมอญจังหวัดปทุมธานีให้มีรูปแบบที่โดดเด่นแตกต่างจากรูปแบบเดิม เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์นี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและนำทฤษฎี C-K รวมถึงแนวทางการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรม ด้วยการนำทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี มาออกแบบและผลิตสินค้าแฟชั่นต้นแบบที่มีนัยทางวัฒนธรรม (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2546) ร่วมกับการใช้ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น ทำให้เกิดผลงานต้นแบบลวดลายสไบมอญและผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นที่แสดงถึงภาพลักษณ์ของสินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยของจังหวัดปทุมธานี

ทฤษฎี C-K คิดค้นโดยอาร์มานด์ ฮัทชูเอล Hatchuel, A. เพื่อใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และใช้ในการสร้างตราสินค้าใหม่ ด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์และวิธีคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ (Hatchuel, A., 1996) ทฤษฎีนี้ช่วยสร้างความคิดใหม่ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดขึ้นและเป็นไปได้จริง ด้วยการคิดนอกกรอบในสิ่งที่เป็นไปได้ให้เป็นไปได้และช่วยสร้างสิ่งแปลกใหม่ให้เป็นที่ยอมรับภายใต้ความเป็นไปได้จริง (มยุรี เสือคำราม และคณะ, 2562) ทฤษฎี C-K นี้มาจากการแบ่งความคิดออกเป็นสองพื้นที่ใหญ่ ได้แก่ 1) พื้นที่แนวคิด (Concept-C) คือ พื้นที่ของความคิดที่เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการออกแบบสิ่งใหม่ที่ไม่มีการจำกัด ไม่จำเป็นต้องอ้างเหตุผลใด ๆ หรืออาจไม่ใช่ว่าจริงก็ได้ โดยมีเงื่อนไขว่าความคิดสร้างสรรค์นี้เป็นความคิดใหม่ที่ส่งผลทางบวกไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนต่อตนเองและผู้อื่น 2) พื้นที่ความรู้ (Knowledge-K) คือ พื้นที่ขององค์ความรู้ที่มีมาแต่เดิม การใช้ความคิดในฝั่งนี้เน้นการหาข้อมูลความรู้ตามประเด็นสำคัญ (Keyword) ที่กำหนดเป็นโจทย์ การใช้ทฤษฎีนี้เริ่มจากการกำหนดประเด็นปัญหา ร่างแนวทางการแก้ปัญหา (Solution) และใช้วิธีการตรวจสอบ โดยเน้นการแตกความคิดทั้งในฝั่งพื้นที่ C และ K โดยส่วนมากเริ่มจากพื้นที่ K และขยายความคิดอย่างอิสระแตกออกไปยังบนพื้นที่ฝั่ง C อย่างไม่จำกัด ใช้การวิเคราะห์คัดเลือกคำตอบที่สมเหตุผลและส่งกลับไปยังพื้นที่ K และพัฒนาให้มีความเป็นไปได้จริงมากขึ้น ผลลัพธ์ของทฤษฎี C-K คือ การสร้างงานออกแบบใหม่ได้ด้วยการเปลี่ยนคุณสมบัติจากพื้นที่ฝั่ง C ที่ดูเป็นไปได้ไม่ได้ให้ไปสู่พื้นที่ฝั่ง K ด้วยการหาข้อมูลเพิ่มเติมและพัฒนาไอเดียให้มีความเป็นไปได้จริงมากขึ้น จุดมุ่งหมายของการนำทฤษฎี C-K ไปใช้ เพื่อทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่และการคิดได้อิสระไม่ยึดติดกับความรู้ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ทฤษฎี C-K สามารถเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นต้นแบบจากสไบมอญจังหวัดปทุมธานีได้ เน้นการหาคำตอบด้านองค์ประกอบในการออกแบบสไบมอญจังหวัดปทุมธานี และนำไปสู่ข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria) และสร้างผลงานต้นแบบผ้าสไบมอญประยุกต์และคอลเลกชันสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ

งานวิจัยนี้นำเสนอการสร้างอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญจากทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี ด้วยการใช้แนวคิดทฤษฎี C-K เพื่อแก้ไขปัญหาสไบมอญดั้งเดิมและพัฒนาให้เกิดสไบมอญประยุกต์ใหม่ และนำเสนอคอลเลกชันต้นแบบสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญที่ประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และเครื่องประกอบการแต่งกาย ผลงานวิจัยที่เกิดขึ้นนี้สามารถสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานีให้โดดเด่นเพิ่มศักยภาพโอกาสในการขายสินค้า สร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตภายในชุมชนได้มากขึ้น และเป็นส่วนหนึ่งในการสืบทอดอนุรักษ์ต่อยอดภูมิปัญญาการผลิตผ้าสไบมอญจังหวัดปทุมธานี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทฤษฎี C-K และแนวทางการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมที่นำมาใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย
2. เพื่อค้นหาและนำเสนอคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ โดยในช่วงต้นเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการศึกษา ทบทวนวรรณกรรม สํารวจ รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยข้อมูลด้านสินค้าผ้าสไบมอญและทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี และแนวคิดทฤษฎี C-K หลังจากนั้นจึงเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อประเมินผลหาค่าเฉลี่ย สถิติ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำไปสู่การหาข้อสรุป ด้านแนวทางและองค์ประกอบเพื่อการออกแบบและนำไปสู่ข้อกำหนดในการออกแบบในการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบผ้าสไบมอญประยุกต์และคอลเลกชันสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 10 คน ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านสไบมอญและทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี จำนวน 5 คน และ 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น จำนวน 5 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญตามความรู้และประสบการณ์ที่เหมาะสมกับแต่ละด้าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคสตรี อายุ 25 - 55 ปี จำนวน 400 คน อ้างอิงจากประชากรที่มาเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ในปี พ.ศ. 2565 จำนวน 483,759 คน (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี, 2565) โดยวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามแนวคิดการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่มีความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ และระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95 ซึ่งถือว่าเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอสำหรับการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายขนาดประชากรระดับประเทศ และมีการกระจายอายุและลักษณะต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับประชากรจริง นำไปสู่การประมาณค่าหรือการคาดคะเนลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความแม่นยำสูง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงอนาคต (Ethnographic Delphi Futures Research-EDFR) เป็นเทคนิคการวิจัยอนาคตเชิงปทัสฐาน (Normative Forecasting) (ณิชา เบญจพรวัฒนา, 2558) เป็นการสำรวจเพื่อศึกษาแนวโน้มคำตอบที่น่าจะเป็นไปได้ ในการสัมภาษณ์รอบแรกนั้นผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางของคำตอบในทุกเรื่อง ภายหลังจากการสัมภาษณ์รอบแรกผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์สังเคราะห์แล้วทำการสัมภาษณ์รอบที่ 2 และ 3 ด้วยการใช้เครื่องมือแบบสอบถามปลายปิด ด้วยการใช้แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 1 โดยมีคำตอบให้ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านเลือกคำตอบที่มีแนวโน้มความเป็นไปได้มากที่สุดและเป็นข้อมูลที่ซ้ำกันเพื่อนำข้อสรุปที่ได้เป็นคำตอบที่เชื่อมโยงกับองค์ประกอบด้านการออกแบบและใช้ในขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานต่อไป นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสำรวจกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมจากภาพถ่ายของสื่อออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศ โดยพื้นที่หลักในการสำรวจ ได้แก่ แฟนเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fan Page) และอินสตาแกรม (Instagram) ผู้วิจัยสำรวจข้อมูลภาพถ่ายจากแต่ละแหล่งข้อมูล ประกอบด้วย 5 แบรินด์สินค้า ได้แก่ สไบมอญบ้านแพ้ว ร้านผ้าสไบมอญ กศน. กันตียาสินค้าผ้าฝ้ายผ้าสาธิตงานปักมือ Happyhippyofficial nnazliseyler และ tdandelion. dolley. embroidery

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ ด้วยการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป ข้อมูลด้านรสนิยมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม ข้อมูลด้านรูปแบบภาพลักษณ์ ประเภทสินค้าแฟชั่น และแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมที่ต้องการ ผู้วิจัยหาคุณภาพของเครื่องมือของแบบสอบถามด้วยการนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านตรวจสอบความตรงกับเนื้อหาและครอบคลุมประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ความถูกต้องสมบูรณ์ในการใช้ภาษา และหาค่าดัชนี ความเที่ยงของแบบสอบถาม (IOC: Index of item Objective Congruence) ผลการตรวจสอบ พบว่า ได้ 2.5 คะแนน = ค่าความเที่ยงตรง 0.83 จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไข และไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคราย 20 คน เพื่อวัดคุณภาพความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งจากการวัดเครื่องมือแบบสอบถามงานวิจัยนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาค่าความเชื่อมั่นที่ ระดับ 0.95 ซึ่งเป็นค่าที่มากกว่าเกณฑ์ยอมรับแสดงว่า สามารถยอมรับได้ ผู้วิจัยจึงนำเอาแบบสอบถามนี้ทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์และไปแจกกับกลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 400 คน ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดข้อมูลสำหรับงานวิจัยไว้ 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญด้วยการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงอนาคต โดยกำหนดการสัมภาษณ์ไว้ 2 - 3 รอบ โดยรอบแรกใช้วิธีการสัมภาษณ์ ด้วยการให้แบบสอบถามปลายเปิด และไม่ชี้แนะเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางของข้อมูลต่าง ๆ หลังจากการสัมภาษณ์รอบแรกผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์สังเคราะห์แล้วสร้างเครื่องมือแบบสอบถามปลายปิดและการสัมภาษณ์รอบที่ 2 และ 3 ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกคำตอบที่มีแนวโน้มความเป็นไปได้มากที่สุด ซึ่งหัวข้อในการสัมภาษณ์ประกอบด้วย 2 ด้านใหญ่ ได้แก่ 1) ด้านสไบมอญและทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี 2) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้วยการบันทึกเสียง เพื่อหาข้อมูลที่เป็นองค์ประกอบของการออกแบบ โดยใช้เทคนิคการสรุปสะสม (Cumulative Summarization Technique) ข้อสรุปที่ได้สอดคล้องกับด้านองค์ประกอบการออกแบบในเรื่อง รูปร่าง รูปทรง โครงสร้าง สี สัน รายละเอียด วัสดุ และด้านนามธรรมในเรื่องของอารมณ์และความรู้สึกในงานออกแบบ ข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามออนไลน์เพื่อเก็บข้อมูลด้านการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรม ซึ่งผู้วิจัยต้องการผลคำตอบด้านรูปแบบของสินค้ารวมถึงแนวโน้มกระแสเทรนด์แฟชั่นจากกลุ่มเป้าหมายประชากรผู้บริโภคราย 25 - 55 ปี มีความนิยมซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม และเป็นกลุ่มวัยทำงานหรือศึกษาอยู่ที่อาศัยในเมืองหลวง จำนวน 400 คน และข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมจากภาพถ่ายของสื่อออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศทางแฟนเพจบู๊คและอินสตาแกรม ผู้วิจัยสำรวจข้อมูลภาพถ่ายจาก 5 ตราสินค้า เพื่อค้นหารูปแบบประเภทของสินค้าและองค์ประกอบในการออกแบบสินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมที่ตรงกับความต้องการของตลาด ได้แก่ สี เนื้อผ้าวัสดุ พื้นผิว รายละเอียดการตกแต่ง โครงร่างเงา ลวดลาย หรือลักษณะจำเพาะทางแฟชั่น

2. ข้อมูลทุติยภูมิด้วยการศึกษาทบทวนจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 1) ข้อมูลด้านสินค้าแฟชั่นสไบมอญและทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ บริบททางธรรมชาติ สังคม เศรษฐกิจ และศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี และสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี 2) ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่น หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ทฤษฎี C-K ด้านแนวคิดและขั้นตอนการนำทฤษฎี C-K มาใช้ ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้มาทั้งหมด และนำมาวิเคราะห์แบบผสมผสานทั้งด้านคุณภาพและปริมาณต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบผสมผสานทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ และหาข้อสรุปแนวทางด้านองค์ประกอบเพื่อการออกแบบ เพื่อนำผลการวิจัยไปสังเคราะห์และออกแบบผลงาน ผู้วิจัยใช้วิธีการทางสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ช่วยในการวิเคราะห์ด้วยการประมาณค่า การคำนวณหาค่าสถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยการนำเสนอเป็นแผนภูมิ แผนผัง และตาราง โดยมีหลักเกณฑ์การวิเคราะห์และการแปลผลที่ใช้ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์คะแนนคำตอบในแต่ละข้อ เป็นการคิดค่าคะแนนโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบแต่ละข้อ คือ มากที่สุดเท่ากับ 5 คะแนน มากเท่ากับ 4 คะแนน ปานกลางเท่ากับ 3 คะแนน

น้อยเท่ากับ 2 คะแนน น้อยที่สุดเท่ากับ 1 คะแนน และ 2) การวิเคราะห์คำร้อยละคำตอบในแต่ละข้อ เป็นการคิดคำร้อยละโดยมีเกณฑ์การให้คำร้อยละของคำตอบแต่ละข้อ คือ มากที่สุดร้อยละ 80 - 100 มากร้อยละ 70 - 79 ปานกลางร้อยละ 60 - 69 น้อยร้อยละ 50 - 59 และน้อยที่สุด คือ ร้อยละน้อยกว่า 50 หลังจากนั้นผู้วิจัยสังเคราะห์ข้อมูลและนำมาเป็นข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria) เพื่อกำหนดโจทย์การออกแบบ (Design Brief) และสร้างคอลเลกชันผลงานต้นแบบ งานวิจัยนี้เป็นการสังเคราะห์ทั้งเชิงคุณลักษณะและเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) การสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะ (Qualitative Synthesis) เป็นการสังเคราะห์เนื้อหาสาระเฉพาะส่วนที่เป็นข้อค้นพบโดยใช้วิธีการบรรยายบทสรุปรวมข้อค้นพบของรายงานการวิจัยตามสาระของงานวิจัยแต่ละเรื่อง และ 2) การสังเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Synthesis) ด้วยการให้ระเบียบวิธีทางสถิติ ตัวเลข และอธิบายด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ถ้อยคำ หลังจากนั้นผู้วิจัยนำมาพัฒนาปรับปรุง ออกแบบและนำเสนอเป็นผลงานต้นแบบ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยจำแนกตามวัตถุประสงค์ ได้แก่

1. ผลการวิเคราะห์ด้านทฤษฎี C-K ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบให้เกิดสินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยจากผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่น โดยผู้วิจัยเริ่มจากการตั้งโจทย์ว่า “การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี” และวิเคราะห์ทฤษฎี C-K ผ่านองค์ประกอบในการออกแบบสินค้าแฟชั่นและวิเคราะห์พื้นที่ K: สิ่งที่เราารู้อยู่แล้วเป็นข้อมูลชุดความรู้ดั้งเดิมเกี่ยวกับผ้าสไบมอญจังหวัดปทุมธานีที่ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมไว้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมได้ผ่านองค์ประกอบในการออกแบบสินค้าแฟชั่น ผู้วิจัย พบว่าจากพื้นที่ K สามารถต่อยอดไอเดียไปฝั่งด้านพื้นที่ C ได้ ด้วยการสร้างคำถามในรูปแบบของ 2 คำถามในแต่ละองค์ประกอบในการออกแบบสินค้าแฟชั่น ซึ่งผู้วิจัย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ตอบคำถาม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีตอบคำถามที่ 1 และ 2 ที่เชื่อมโยงกับ องค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่น

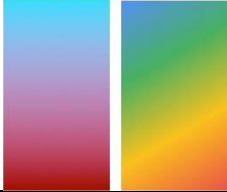
คำถามที่ 1 - “.....” ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี จำเป็นต้องเป็น.....เท่านั้น										
คำถามที่ 2 - “.....” ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมี.....รูปแบบเป็นลักษณะอื่น ๆ ได้อีก										
คำถามที่	โครงร่างเงา		สีส้น		ลวดลาย		รายละเอียดการตกแต่ง		ลักษณะจำเพาะ	
ผู้เชี่ยวชาญ	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
1. นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการ สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
2. ชมรมเรารักษ์วัฒนธรรมวัดโบสถ์	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
3. ผู้นำชุมชนบ้านกลาง จังหวัดปทุมธานี	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
4. กลุ่มสัมมาชีพตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
5. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบล บางหลวง อำเภอมือง จังหวัดปทุมธานี	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
รวมคะแนน	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

ผู้วิจัยสรุปผลการวิเคราะห์ด้านทฤษฎี C-K ได้ ดังนี้ จากคำถามที่ 1 - “.....” ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี จำเป็นต้องเป็น.....เท่านั้น แสดงถึงองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นที่เหมาะสมกับสไบ

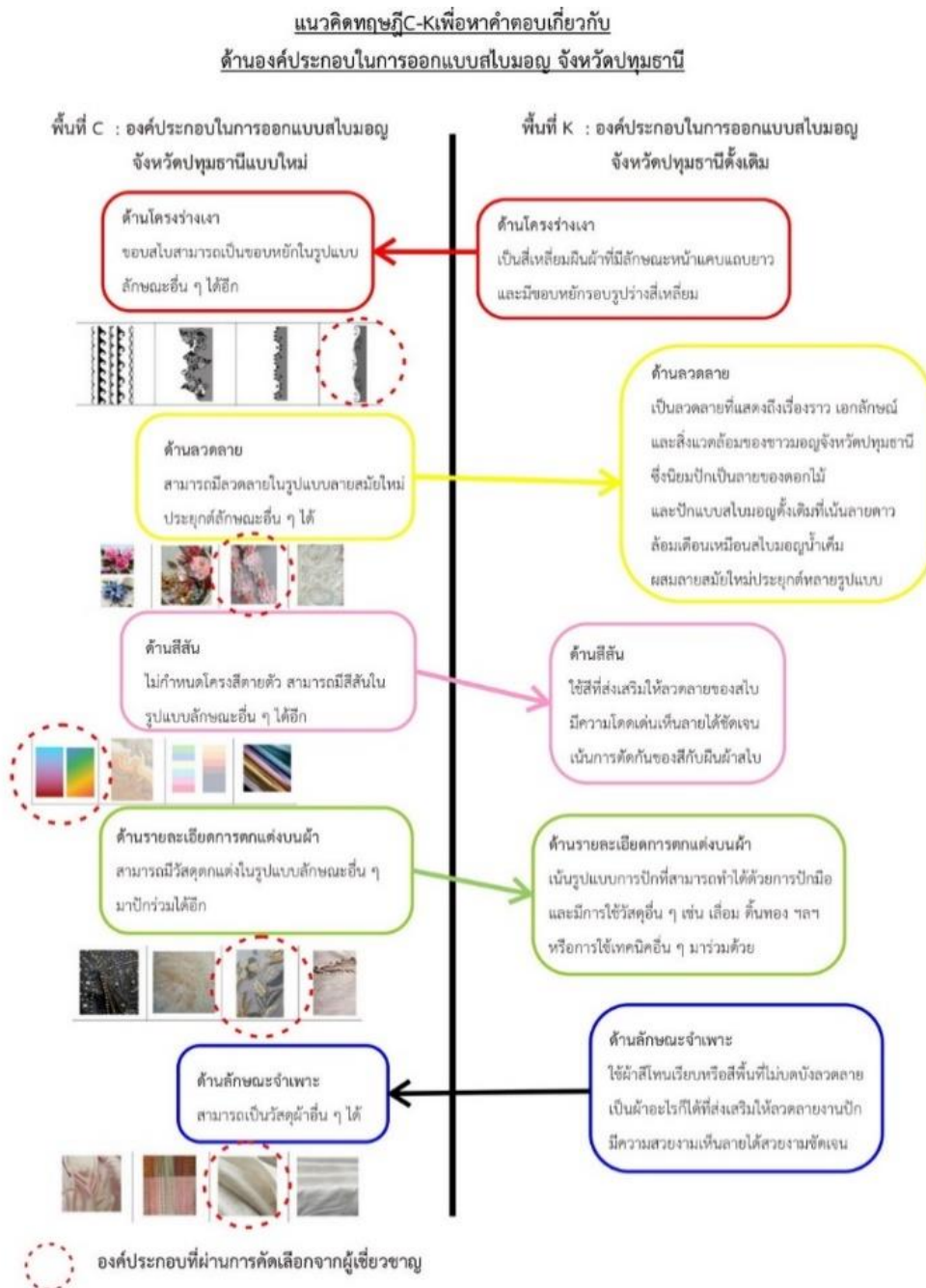
มอญจังหวัดปทุมธานีที่มีอยู่แล้วดั้งเดิมไม่ควรเปลี่ยนแปลงใหม่ (พื้นที่ K) ได้แก่ ด้านโครงสร้างเงาของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากเห็นสมควรว่าควรเป็นสีเหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถวยาว และมีขอบหยักล้อมกรอบสีเหลี่ยม จากคำถามที่ 2 - “.....” ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมี.....รูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้อีก ซึ่งแสดงว่า ในด้านนี้สามารถเปลี่ยนแปลงสร้างสรรค์ให้เกิดรูปแบบใหม่ได้ (พื้นที่ C) ได้แก่ เส้นปักที่เป็นขอบหยัก สีส้น ลวดลาย วัสดุตกแต่งร่วมกับการปักและวัสดุที่นำมาผลิตผ้าสไบ

ผลการวิเคราะห์ด้านทฤษฎี C-K สะท้อนถึงพื้นที่ทั้ง C และ K โดยพื้นที่ฝั่ง C สามารถทำให้เกิดผลงานประยุกต์อย่างอิสระไม่จำกัดนำไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์ผลงานใหม่ได้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำคำตอบของพื้นที่ฝั่ง C มาแตกออกได้อีกหลายรูปแบบ และนำรูปแบบเหล่านี้มาให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกแนวคิดที่สามารถผสมผสานกับคำตอบของพื้นที่ฝั่ง K ด้วยการคัดเลือกและให้คะแนนของพื้นที่ฝั่ง C เพื่อนำไปสู่การออกแบบสร้างผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญจังหวัดปทุมธานีได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 รูปแบบต่าง ๆ ตามองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นตามคำตอบของพื้นที่ฝั่ง C

พื้นที่ C - รูปแบบ				
พื้นที่ K - องค์ประกอบ	A	B	C	D
1. เส้นขอบหยัก K - ขอบตามแบบสไบมอญ น้ำเค็ม - ขอบแบบสะพานโค้ง 100 ปี				
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ	23	22	20	24
2. สีส้น K - สีสด ความเข้มจัด - ใช้สีตัดกันระหว่างลายกับพื้นผ้า				
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ	23	20	22	16
3. ลวดลาย K - แบบ 2 มิติ - ดอกไม้ 6 สายพันธุ์				
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ	23	23	24	22
4. วัสดุตกแต่งร่วมกับการปัก K - ไหมดินทอง เลื่อม ลูกปัด				
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ	16	22	24	18
5. วัสดุที่นำมาผลิตผ้าสไบ K - ผ้าไหมอิตาลีสีพื้น - ผ้าโทเรสีพื้น				
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ	20	16	22	22

จากผลการวิเคราะห์ด้านทฤษฎี C-K ผู้วิจัยได้คำตอบด้านองค์ประกอบเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญจังหวัดปทุมธานี และนำไปสู่ข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria)



ภาพที่ 1 ภาพแสดงการสรุปผลการวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎี C-K เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับด้านองค์ประกอบเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

สรุปผลการวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎี C-K เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับด้านองค์ประกอบเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ดังนี้ พื้นที่ฝั่ง C ที่สามารถออกแบบให้มีรูปแบบอื่น ๆ ได้ไม่จำกัด ได้แก่ 1) ขอบหยักรอบผ้าสไบมอญ 2) สีสันท 3) ลวดลาย 4) รายละเอียดการตกแต่ง และ 5) ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น พื้นที่ฝั่ง K เป็นฝั่งที่คงรูปแบบดั้งเดิม ได้แก่ 1) โครงสร้างเงาของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ต้องเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และด้านลักษณะจำเพาะของสไบมอญที่ไม่ใช่ผ้าอะไร

จะต้องเห็นลายปักบนสบู่ที่โดดเด่นชัดเจนสะดุดตา โดยที่พื้นที่ฝั่ง C ถึงแม้จะสามารถนำเสนอรูปแบบใหม่ได้แต่ยังคงอยู่ภายใต้ความเชื่อมโยงในแต่ละด้านกับพื้นที่ฝั่ง K

2. การนำเสนอคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย ผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี ในการวิเคราะห์ด้านนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนด้านองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี และด้านทุนวัฒนธรรม 8 ด้าน ของจังหวัดปทุมธานี ดังตารางต่อไปนี้

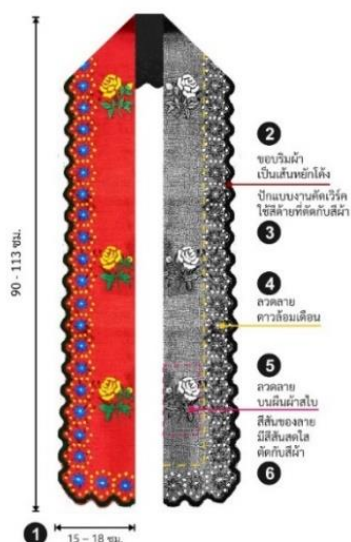
ตารางที่ 3 การให้คะแนนองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

ลำดับที่	องค์ประกอบในการออกแบบ	คะแนน (ร้อยละ)
1	โครงร่างเงา	24
2	ลวดลาย	23
3	สีสันท	17
4	รายละเอียดการตกแต่ง เช่น ฝีมือการปัก	17
5	วัสดุ	13
6	อื่น ๆ	6
รวม		100

ตารางที่ 4 การให้คะแนนด้านทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี

ลำดับที่	ทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี	คะแนน (ร้อยละ)
1	ด้านอาหาร - ข้าวหอมปทุมธานี	23 (11)
2	ด้านการแต่งกาย - สไบมอญ	25 (12)
3	ด้านที่อยู่อาศัย/สถานที่ - เจดีย์มอญ	24 (11.4)
4	ด้านประเพณี - ประเพณีแห่หางหงส์ธงตะขาบ	25 (12)
5	ด้านประเพณี - ประเพณีตักบาตรพระร้อย	25 (12)
6	ด้านภาษา - ภาษามอญ	13 (6.2)
7	ด้านอาชีพ - ทำสไบมอญ	24 (11.4)
8	ด้านความเชื่อ - ธงตะขาบ	25 (12)
9	ด้านศิลปะพื้นถิ่น - สไบมอญ	25 (12)
รวม		(100)

จากการสรุปผลการวิเคราะห์ทุกด้าน ผู้วิจัยสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่แนวทางการออกแบบคอลเลกชันสินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยสรุปองค์ประกอบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญจังหวัดปทุมธานีและได้ทำการออกแบบผลงานและจัดนิทรรศการแสดงผลงานต้นแบบ



ภาพที่ 2 ภาพแสดงลักษณะลวดลายและรูปแบบของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีในปัจจุบัน



ภาพที่ 3 ภาพผลงานออกแบบสไบมอญและคอลเล็กชั่นต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

ภาพผลงานออกแบบสไบมอญและคอลเล็กชั่นต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย 1) ชุดเดรสยาวมีระบาย 2) ชุดเดรสสั้น 3) เสื้อเอวลอย 4) เสื้อแขนกุด 5) กางเกงขาสั้น 6) กระเป๋าทรงถุงขนาดใหญ่ 7) กระเป๋าสะพายไหล่ที่ปรับเปลี่ยนเป็นกระเป๋าคล้องข้อมือได้ 8) ที่คาดผม และ 9) แว่นตา และสไบมอญประยุกต์ที่มีลวดลายแบบใหม่

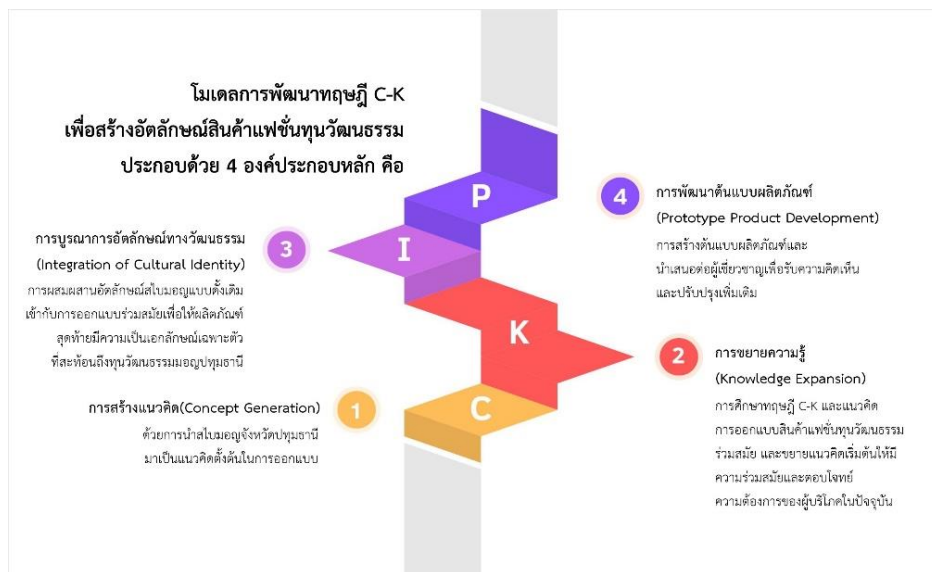
งานวิจัยนี้บรรลุนิติภาวะการวิจัย โดยมีผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลงานต้นแบบสไบมอญจากผู้ประเมินทุกกลุ่มอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.32 และผลการประเมินความพึงพอใจต่อคอลเล็กชั่นผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญจังหวัดปทุมธานีจากผู้ประเมินทุกกลุ่มอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.30

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์งานวิจัย พบว่า 1) ทฤษฎี C-K และแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมสามารถนำมาใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยได้ โดยทฤษฎี C-K

สามารถนำมาใช้เพื่อหาคำตอบและนำไปสู่ข้อกำหนดในการออกแบบในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ได้ ด้วยการวิเคราะห์หาเหตุผลจากพื้นที่ 2 ส่วน คือ พื้นที่ K ที่เป็นข้อจำกัดเปลี่ยนแปลงไม่ได้และพื้นที่ C ที่สามารถประยุกต์ต่อยอดและสร้างสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นได้ การนำแนวคิดนี้มาใช้ในการวิจัยทำให้เกิดสไบมอญจังหวัดปทุมธานีรูปแบบใหม่สอดคล้องกับที่ มยุรี เสือคำราม และอรพงค์ แพทย์क्षा ได้อ้างถึงแนวคิดทฤษฎี C-K ว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ที่เกิดจากการแยกพื้นที่ระหว่างแนวคิดดั้งเดิมกับความรู้ใหม่ ซึ่งการนำความรู้ใหม่มาขยายความคิดทำให้เกิดจินตนาการและความแปลกใหม่ได้มากขึ้น แสดงให้เห็นว่าทฤษฎีนี้เป็นเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาให้เกิดสินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยและทำให้งานมีรูปแบบแปลกใหม่ (มยุรี เสือคำราม และอรพงค์ แพทย์क्षा, 2561) และ 2) เพื่อค้นหาและนำเสนอคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี ผลงานต้นแบบจากงานวิจัยนี้เป็นผลจากการสังเคราะห์อัตลักษณ์ทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี สอดคล้องกับ กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค ได้กล่าวว่า การนำทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาใช้ในการออกแบบควรทำความเข้าใจวัฒนธรรม ความเชื่อ แนวความคิดและทัศนคติของชุมชนในช่วงเวลาที่เกิดวัตถุนั้นขึ้นก่อนที่จะนำไปต่อยอดและพัฒนาเป็นผลงานใหม่ (กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค, 2563)

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 4 การพัฒนาทฤษฎี C-K เพื่อสร้างอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรม สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

งานวิจัยนี้ทำให้เกิดโมเดลการพัฒนาทฤษฎี C-K เพื่อสร้างอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก คือ 1) การสร้างแนวคิด (Concept Generation) ด้วยการนำสไบมอญจังหวัดปทุมธานีมาเป็นแนวคิดตั้งต้นในการออกแบบ 2) การขยายความรู้ (Knowledge Expansion) การศึกษาทฤษฎี C-K และแนวคิดการออกแบบสินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย และขยายแนวคิดเริ่มต้นให้มีความร่วมสมัยและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน 3) การบูรณาการอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Integration of Cultural Identity) ขั้นตอนนี้นับว่าการผสมผสานอัตลักษณ์สไบมอญแบบดั้งเดิมเข้ากับการออกแบบร่วมสมัยเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สุดท้ายมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สะท้อนถึงทุนวัฒนธรรมมอญปทุมธานี และ 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์

(Prototype Product Development) การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อรับความคิดเห็นและปรับปรุงเพิ่มเติม

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการค้นหาคำตอบใน 2 ประเด็นหลัก คือ 1) เพื่อศึกษาทฤษฎี C-K ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยจากผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี และ 2) เพื่อค้นหาและนำเสนอคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญร่วมสมัย ทำให้ได้ผลลัพธ์ของงานวิจัย คือ ต้นแบบสไบมอญประยุกต์และคอลเลกชันสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ ข้อเสนอแนะในการนำงานวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ 1) ด้านวิชาการ ควรเพิ่มเติมนการวิจัยด้านการตลาด (Marketing Research) ที่เกี่ยวกับสินค้าสไบมอญ ซึ่งจะช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าทุนวัฒนธรรมให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ด้านสังคม ชุมชนและพื้นที่ ควรนำองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนี้ไปถ่ายทอดสู่ชุมชนและพื้นที่ เพื่อให้ผู้ผลิตสไบมอญท้องถิ่นเกิดการพัฒนาและสร้างรายได้สู่ท้องถิ่น และ 3) ด้านเศรษฐกิจ ปัจจุบันผู้ผลิตสไบมอญส่วนมากขาดพื้นที่จำหน่ายสินค้า หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรจัดหาพื้นที่จำหน่ายสินค้าหรือร้านค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสการขายสินค้าสไบมอญให้มากขึ้นและเพิ่มการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รวมถึงควรจัดอบรมวิธีการจำหน่ายทางช่องทางออนไลน์ให้แก่ผู้ผลิต อย่างไรก็ตามข้อจำกัดของการวิจัยนี้ในด้านการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยในบริบทอื่น จำเป็นต้องพิจารณาเพิ่มเติมในหลายด้าน เช่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรม จริยธรรมหรือสังคมอาจทำให้มีผลต่อรูปแบบภาพลักษณ์ของผลงานแตกต่างออกไป ซึ่งผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยนี้จะสามารถนำไปศึกษาเพื่อต่อยอดได้ในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากเงินงบประมาณรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ 2564

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการพัฒนาสังคม สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1 จังหวัดปทุมธานี. (2559). ชุดความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำผ้าสไบมอญ. ปทุมธานี: แชมป์บัณฑิต.
- กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค. (2563). แนวคิดการนำมิติทางวัฒนธรรมสู่การออกแบบสร้างสรรค์ที่สืบสน. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 21(2), 20-41.
- ข่าวสดออนไลน์. (2564). ผสานลวดลาย สืบสไบมอญ. เรียกใช้เมื่อ 18 กันยายน 2564 จาก https://www.khaosod.co.th/newspaper/newspaper-inside-pages/news_6541604
- ณิชา เบญจพรวัฒนา. (2558). แนวโน้มการวิจัยเชิงอนาคตในประเทศไทย. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์, 2(2), 59-72.
- มยุรี เสือคำราม และคณะ. (2562). ผลการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนโดยใช้ C-K Theory ในรายวิชาการจัดการตราสินค้า: กรณีศึกษา นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 39(4), 115-133.
- มยุรี เสือคำราม และอรพงค์ แพทย์คชา. (2561). การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ด้วย C-K Theory: มุมมองจากผู้เชี่ยวชาญและนักศึกษาปริญญาตรี. ใน การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 1. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

- รังสรรค์ ณะพรพันธุ์. (2546). ทุนวัฒนธรรม: วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก เล่ม 1. กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- สำนักงานจังหวัดปทุมธานี. (2557). แผนพัฒนาจังหวัดปทุมธานี พ.ศ. 2557 - 2560. เรียกใช้เมื่อ 18 กันยายน 2564 จาก <http://www2.pathumthani.go.th/551017.pdf>
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี. (2565). แลงข่าวกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี One Day Trip. เรียกใช้เมื่อ 18 กันยายน 2564 จาก <http://www2.pathumthani.go.th/index.php/2013-01-02-07-22-18/1563-200665>
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี. (2567). จังหวัดปทุมธานี. เรียกใช้เมื่อ 18 กันยายน 2564 จาก http://www.pathumthani.go.th/new_web/about1pathum/index.htm
- The Reporters. (2563). “ลัก ปัก ร้อย” กู้วิกฤตเศรษฐกิจ ลดความรุนแรงในครอบครัว. เรียกใช้เมื่อ 18 กันยายน 2564 จาก <https://www.thereporters.co/culture/sabaimorn-pathumthani/>
- Hatchuel, A. (1996). Théories et modèles de la conception, Cours d'ingénierie de la conception. Paris: École des Mines de Paris.