ความเข้าใจของชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ลวดลายไทย

Understanding of Foreigners on the Thai Graphic Design

สุภัทรา ลูกรักษ์[1]

Supatra Lookraks

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับความเข้าใจของชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ลวดลายไทย กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยจิมทอมสัน วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจของผู้บริโภคชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ลวดลายไทย พร้อมทั้งเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่นำไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบลวดลายไทยให้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ มีความเป็นสากล

งานวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงความเข้าใจในด้านต่างๆ ของผู้บริโภคชาวต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของผ้าไหมไทยหรือการเลือกซื้อผ้าไหมเพื่อนำไปเป็นของที่ระลึก ยังคงเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติในระดับที่ดี ลวดลายกราฟิกและสีสันของผ้าไหมไทยก็ถือได้ว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยมากด้วย และผู้บริโภคยังให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อจากเนื้อผ้าการสัมผัส ลวดลายกราฟิกแบบเสมือนจริงรวมทั้งแบบนามธรรมและลวดลายไทยนั้นยังคงอยู่ในระดับปานกลาง ไม่สามารถแสดงความสวยงามที่ดึงดูดใจผู้บริโภคได้ดีเท่าที่ควร การพัฒนารูปแบบลวดลายให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้นจะช่วยส่งเสริมและสื่อสารศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยได้เป็นอย่างดี ผลงานลวดลายไทยกราฟิกรูปสัตว์กลับทำให้ผู้บริโภคชาวต่างชาติรู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยได้เป็นอย่างดี ถ้านักออกแบบที่คิดจะสร้างสรรค์ผลงานด้านลวดลายกราฟิกไทย น่าจะเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีได้

ผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้แนวทางออกแบบลวดลายกราฟิกไทยที่จะนำมาใช้ในลักษณะที่ควรมีลายละเอียดไม่ซับซ้อนมากจนเกินไป สามารถที่จะสื่อสารได้เข้าใจง่ายๆ แต่ก็ไม่ควรออกแบบให้ผิดไปจากแบบแผนไทยมากจนทำให้เสียความเป็นเอกลักษณ์ของลวดลาย การนำลวดลายกราฟิกไทยมาใช้ในการออกแบบต่างๆ ช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทยให้แพร่หลายและเกิดการพัฒนาต่อยอดไปในระดับสากล

คำสำคัญ : 1. ลวดลายไทย. 2. ผลิตภัณฑ์ลวดลายไทย. 3. สากล. 4. ลวดลายกราฟิก.

---

[1] อาจารย์ประจำ สาขาวิชาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนยีอุตสากรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Abstract

This research concerns the perceptions of foreign consumers on the Thai Graphic design of Thai silk products. The objective was to study the understanding levels of the foreigner perception and their acknowledge of the Graphic design of Thai products, as well as to collect and analyze data which can be used as guidelines for promoting Thai graphic design to the world class.

It was found that both of the quality of Thai silk and tradition of buying a souvenir are still popular. Thai graphic design and colors of Thai silk are what the consumers consider when deciding to purchase Thai silk. The texture of fabrics is also found to be an important factor. The realistic, abstract and Thai-style patterns have not attracted much interest. The Thai-style pattern needs to be developed as it is also one of the ways to promote Thai culture and tradition. What the consumers prefer was found to be the animal graphic design which makes Thai silk popular among foreigners. Those who work on graphic design could then start with it.

This research suggests that Thai graphic design should not be too complicated. Instead, it should be the design which is easy to understand. However, Thai traditional style should still be used as a basis for designing. The use of Thai graphic design helps conserve Thai wisdom and should be promoted to the world class.

Keywords: 1. Thai international. 2. Consumers' perceptions. 3. International. 4. Graphic design.

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

ลวดลายไทย ถือได้ว่าเป็นงานกราฟิกประเภทหนึ่งที่สามารถถ่ายทอดความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยซึ่งในปัจจุบันถูกนำไปใช้ในทางการค้ากันมากขึ้น การนำลวดลายไทยมาใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นมีอยู่หลากหลายรูปแบบ ซึ่งนอกจากจะสามารถเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดเอกลักษณ์ของประเทศและความเป็นชนชาตินั้นๆ แล้ว ยังช่วยในการถ่ายทอดศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนการดำรงชีวิตของคนในแต่ละท้องถิ่นหรือชุมชนนั้นได้อย่างชัดเจน ความชัดเจนในความหลากหลายที่เกิดขึ้นในแต่ละชุมชนของภูมิภาคนั้นๆ มาจากอิทธิพลของลวดลายที่เกิดขึ้นในแต่ละแห่งที่ถ่ายทอดมาจากภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของคนในท้องถิ่นหรือชุมชนนั้นจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชนได้อย่างชัดเจนจากการใช้ลวดลาย เมื่อเวลาผ่านไปอาจจะมีการดัดแปลง ปรับเปลี่ยน แก้ไข ให้เกิดความทันสมัยได้

การถือกำเนิดเกิดขึ้นมาของงานศิลปะรวมทั้งลวดลายต่างๆ เกิดขึ้นทั้งในระบบสมบูรณาญาสิทธิราชควบคู่ไปกับวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรม ส่วนหนึ่งมักจะมาจากการว่างเว้นศึกสงครามในอดีตกาลเมื่อมีเวลาและความสงบสุขมากขึ้นก็สามารถทำให้เกิดความพิถีพิถันในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบเกี่ยวกับข้าวของเครื่องใช้ให้เกิดความประณีตสวยงาม ไม่ว่าจะเป็นอดีตหรือปัจจุบันช่างหรือศิลปินก็ยังคงให้ความสำคัญกับการออกแบบสิ่งของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันที่แฝงไว้ซึ่งนัยสำคัญมากกว่าความต้องการใช้งานเพียงอย่างเดียว อีกทั้งช่วยสร้างภาพลักษณ์และรสนิยมให้กับผู้ใช้ได้อีกด้วย ดังนั้นลวดลายจึงเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี การทำวิจัยนี้ได้แรงบันดาลใจมาจาก การเห็นผลิตภัณฑ์ไทยหลากหลายชนิดนำลวดลายไทยมาใช้ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดความสวยงามและดึงดูดใจผู้บิโภค โดยเฉพาะผู้ที่ชื่นชอบในศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณีไทย ทั้งที่เป็นผู้ผลิตชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายไทยต่างๆ ที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในตัวผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ซึ่งล้วนแสดงถึงการสร้างสรรค์ลวดลายไทยตามแบบแผนไทยหรือแบบประเพณีนิยมและการปรับปรุงใหม่จากแม่ลายจนเกิดเป็นลวดลายแบบใหม่ๆ อีกหลากหลาย รูปแบบที่หลากหลายของลวดลายไทยที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่มักมาจากช่างฝีมือเองมากกว่าความต้องการของผู้บริโภค แต่ในปัจจุบันเมื่อความต้องการสามารถตรวจสอบได้จากยอดจำหน่ายสินค้า การค้นหาความต้องการจึงทำได้โดยการสำรวจข้อมูลของผู้บริโภค เพื่อให้ได้มาซึ่งลวดลายไทยที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริงและเป็นไปตามแบบแผนการออกแบบลวดลายไทย จนเกิดประโยชน์ร่วมกันในการสร้างสรรค์ลวดลายไทยที่ตรงกับความต้องการควบคู่กับยอดจำหน่าย โดยไม่เสียเวลาในการลองผิดลองถูกในการคัดเลือกลวดลายไทยมาใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ และทำให้ได้มาซึ่งลวดลายไทยที่ยังคงรากฐานตามแบบแผนไทยแต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เมื่อปัจจัยสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์ลวดลายไทยในปัจจุบันคือกลุ่มผู้บริโภคแล้ว อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้กันเลยก็คือการสอดแทรกศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของไทยเข้าไปในลวดลายไทย ซึ่งเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าไทยโดยเฉพาะชาวต่างชาติที่อาจมีความเข้าใจที่แตกต่างกันไปในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ลวดลายไทย เนื่องจากลวดลายไทยเป็นงานกราฟิกประเภทหนึ่งที่ได้บรรจุสิ่งต่างๆ เกี่ยวกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของไทยอย่างหลากหลายไว้ ดังนั้นนอกจากจะต้องทำความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าชาวต่างชาติแล้วเรายังต้องสอดแทรกองค์ความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยที่แฝงอยู่ในแต่ละลวดลายให้กับชาวต่างชาติได้เข้าใจถึงแก่นแท้ของรากฐานความเป็นไทยควบคู่ไปกับธุรกิจการออกแบบผลิตภัณฑ์ลวดลายไทยที่ถูกต้องและเหมาะสม

ผลิตภัณฑ์ลวดลายไทยที่มีอยู่มากมายหลากหลายรูปแบบในงานออกแบบระดับพื้นถิ่นประเภทโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โครงการอยู่ดีมีสุข โครงการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนด้วยเงินทุนสหกรณ์ในการส่งเสริมธุรกิจชุมชนในรูปแบบสหกรณ์ ฯลฯ ถึง

จะอยู่ในรูปแบบของโครงการใดก็ตามการจัดหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ก็ยังสามารถแบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์อุปโภค บริโภค ขนส่งและบริการ ซึ่งในแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์นั้นเราสามารถนำลวดลายไทยไปใช้ประกอบการออกแบบได้อย่างหลากหลาย เช่น การแกะสลักผลไม้ไทย การเขียนลายบนเครื่องถ้วยชามไทย การแกะสลักเครื่องเรือน เป็นต้น ทั้งที่เป็นองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบรอง ลวดลายไทยก็ยังสามารถเข้าไปมีบทบาทเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้กับสินค้าไทยพร้อมทั้งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่บ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ สงบสุข มาตั้งแต่ครั้งอดีต เห็นได้จากการสร้างสรรค์ลวดลายไทยอันวิจิตรมากมายหลากหลายรูปแบบ ซึ่งต้องใช้ความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญความชำนาญเฉพาะทางที่เกิดจากการฝึกฝนมาเป็นเวลายาวนาน หากบ้านเมืองไม่มีความสุขสงบจริงก็คงไม่สามารถที่จะสร้างสรรค์ผลงานลวดลายไทยอันวิจิตรสวยงามต่างๆ ออกมามากมายได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุดจากการต่อลายจากแม่ลายที่ยึดถือเป็นแบบแผนสามารถต่อเติม เพิ่ม ลดให้เกิดเป็นลวดลายไทยใหม่ๆ เหมาะสมกับการใช้งาน ลวดลายไทยที่เกิดขึ้นจากอดีตจนถึงปัจจุบันจึงมีการพัฒนารูปแบบและการใช้งานมาเรื่อยๆ สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคในรูปแบบของธุรกิจ ซึ่งนับวันการแข่งขันทางการค้ายิ่งสูงขึ้น ผู้บริโภคก็สามารถที่จะเลือกซื้อสินค้าได้มากมาย หลากหลาย สะดวก รวดเร็ว ตรงกับความต้องการได้มากที่สุด ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและแนวทางที่จะช่วยให้การออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ลวดลายไทยสามารถตอบสนองความต้องการที่มากขึ้นของผู้บริโภค ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ตลอดจนเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ย่อมทำให้เกิดความต้องการที่แปลกใหม่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา รูปแบบของผลิตภัณฑ์ รูปแบบของลวดลายไทยนั้นก็ต้องพัฒนาให้ทันกับความต้องการและสามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องอุปโภค บริโภค ขนส่งและบริการต่างๆ เช่น ของใช้ในชีวิตประจำวัน เครื่องเรือน เครื่องประดับ เครื่องนุ่งห่ม ยานพาหนะ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งนอกเหนือจากความต้องการทางปัจจัยสี่ เป็นต้น การที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการออกแบบที่ดีและทันสมัยตรงกับความต้องการ มักจะเป็นตัวเลือกลำดับต้นๆ ของการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ

การออกแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด มักจะเป็นหนทางแรกที่จะนำความสำเร็จมาสู่ผลิตภัณฑ์นั้นๆ แต่การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวก็มิใช่คำตอบเดียวของนักออกแบบ นักออกแบบที่ดีต้องนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ควบคู่กับความต้องการที่ผู้บริโภคคาดหวังและไม่ได้คาดหวังด้วย ซึ่งในบางครั้งการนำลวดลายไทยของคนไทยมาใช้ก็ยังไม่เหมาะสม หรือนำมาใช้แล้วไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้จริง จึงเป็นสาเหตุให้ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลประกอบการออกแบบให้ตรงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด แต่ยังคงรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีไทยไว้ด้วย โดยเลือกกรณีศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคชาวต่างชาติที่เลือกซื้อและมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ลวดลายไทยประเภทผ้าไหมไทย “จิมทอมสัน” เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคชาวต่างชาติสามารถเป็นตัวกลางช่วยประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างถูกต้องและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นฐานในการขยายธุรกิจการค้าของไทยภายใต้ภูมิปัญญาและฝีมือของช่างไทยให้เพิ่มมากขึ้น ทั้งยังช่วยส่งเสริมให้คนไทยเห็นคุณค่าในงานช่างฝีมือไทยสามารถใช้ความรู้ความชำนาญและภูมิปัญญาไทยในการเลี้ยงชีพได้อย่างมั่นคง คนรุ่นใหม่ได้เห็นคุณค่าของการสืบทอดภูมิปัญญาไทยในระดับสากลของการออกแบบผลิตภัณฑ์ลวดลายไทยได้อีกหนทางหนึ่ง เมื่อกลุ่มผู้บริโภคชาวต่างชาติมีความเข้าใจที่ถูกต้องเพิ่มมากขึ้นก็จะหันมาสนใจงานกราฟิกในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ลวดลายไทยมากยิ่งขึ้น ข้อมูลที่ได้ก็จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ลวดลายไทยที่สามารถสอดแทรกศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ก็เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจของผู้บริโภคชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ลวดลายไทยจากผ้าไหมไทย และเก็บรวบรวม

วิเคราะห์ข้อมูลในการออกแบบลวดลายไทยให้สามารถนำไปใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์สู่ความเป็นสากลได้อย่างเหมาะสม โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยจากลวดลายผ้าไหมไทยจากร้านผ้าไหมไทยจิมทอมสัน ซึ่งเป็นร้านขายผ้าไหมไทยที่ชาวต่างชาตินิยมซื้อใช้ และนำไปเป็นของฝาก ของที่ระลึกจากประเทศไทย รูปแบบและลวดลายนั้นแปลกใหม่ไม่เหมือนลวดลายไทยที่เคยมีมาก่อน จึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประกอบการออกแบบใหม่ๆ ได้ การออกแบบใหม่นั้นจำเป็นต้องทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคชาวต่างชาติเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์หาแนวทางในการออกแบบ นอกจากนั้นยังศึกษาลวดลายไทยจากตำราลายไทยถึงความเป็นมา ประเภทของลายไทย ขั้นตอน วิธีการต่อลาย แม่ลายที่ใช้เป็นหลักในการต่อลาย และคติความเชื่อตามแบบแผนไทย ส่วนขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการ ระดับความเข้าใจจากชาวต่างชาติทั้งในและต่างประเทศด้วยแบบสอบถาม สรุปข้อมูลลวดลายผ้าไหมไทยที่นิยมซื้อและเลือกใช้จากตัวแปรต้นซึ่งเป็นชาวต่างชาติ แล้วรวบรวมข้อมูลตัวแปรตามซึ่งเป็นผ้าไหมไทยที่นิยมซื้อและเลือกใช้จากกลุ่มชาวต่างชาติ จากนั้นทำการคัดเลือกลวดลายผ้าไหมไทยที่ชาวต่างชาติชื่นชอบมาวิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางการออกแบบที่เป็นที่นิยม และสรุปข้อมูลเพื่อเลือกแนวทางการออกแบบที่สอดคล้องความต้องการตามแบบแผนไทยที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ลวดลายไทยได้อย่างทันสมัยและเป็นสากลตรงกับความต้องการของผู้บริโภคชาวต่างชาติที่สามารถสอดแทรกและถ่ายทอดศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ให้เป็นที่ยอมรับในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในระดับสากล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในงานวิจัยนี้แบ่งเป็นสองส่วนเพื่อให้ได้คำตอบที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสองลักษณะทั้งในรูปแบบที่เป็นข้อมูลในส่วนแรก และในส่วนที่สองเป็นภาพประกอบที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตามความพึงพอใจของแต่ละบุคคล จึงทำให้ได้ข้อมูลทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจและความสำเร็จที่เป็นตัวอย่างที่ดีตัวอย่างหนึ่งของผลิตภัณฑ์ไทยที่ก้าวสู่ตลาดสากล ดังนั้นหากสามารถที่จะช่วยให้แรงบันดาลใจนี้สามารถเป็นแรงบันดาลใจของชุมชนต่างๆ ต่อไปได้ ก็จะทำให้ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์ไทยที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับได้ในระดับสากลมากขึ้น ซึ่งก็ถือได้ว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยจิม ทอมสันสามารถช่วยสร้างแนวทางการออกแบบที่สามารถเป็นที่ยอมรับในระดับสากลให้กับชุมชนและนักออกแบบที่ถือเป็นแบบอย่างต่อไปได้ โดยนำรูปแบบที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุดในแต่ละชุดการออกแบบมาเป็นต้นแบบในการวิเคราะห์ให้ได้แนวทางในการออกแบบใหม่ที่น่าจะใช้เป็นตัวเลือกที่จะใช้ในการออกแบบต่อไป ซึ่งข้อมูลของชาวต่างชาติที่ทำการเลือกแบบนั้นมาจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร เช่น ราชประสงค์ ชิดลม สยาม เป็นต้น ในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว โดยแจกเอกสารและตัวอย่างผ้าไหมไทยให้นักท่องเที่ยวได้เลือกลวดลายที่คิดว่าชื่นชอบมากที่สุดในแต่ละประเภทที่แบ่งแยกไว้ตามรูปแบบของงานออกแบบในแต่ละชุดงานที่มีจำหน่ายจริง ส่วนของคำถามใน 3 ข้อแรก เป็นการสำรวจความเข้าใจในด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากน้อยเพียงไร ซึ่งถ้าหากผลคะแนนออกมาสูงก็จะทำให้สามารถทราบได้ว่า ผู้บริโภคมีความเข้าใจในคุณค่าของผลงานภูมิปัญญาไทย ที่กว่าจะได้เป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นมามีความมานะอดทนมากเพียงไร รวมทั้งวัสดุที่ใช้ในการผลิตมีคุณค่าควรแก่การตัดสินใจซื้อ และคำถามที่เหลือทั้งหมดเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบลวดลาย ที่จะนำมาใช้ในรูปแบบกราฟิกที่จะช่วยทำให้ผลงานใหม่ ที่ได้ออกมาเป็นไปในรูปแบบที่สามารถสื่อสารกันได้ตรงความต้องการทั้งที่ภาษา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีความแตกต่างกันได้

วิธีการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ได้ข้อมูลมาจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลจริงที่แสดงออกมาจากความคิดเห็นโดยตรงจากกลุ่มเป้าหมายและข้อมูลที่ได้มาก็นำมาทำวิเคราะห์ด้วยค่าทางสถิติ เพื่อที่จะได้แนวทางการ

ออกแบบลวดลายกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ โดยคำถามที่ใช้จะถามเกี่ยวกับเรื่องของคุณภาพผ้าไหมไทย (Quality of Thai Silk) ความรู้สึกของผู้บริโภคชาวต่างชาติต่อผ้าไหมไทย ความเหมาะสมของราคาผ้าไหมไทยเหมาะสมกับคุณภาพเพียงไร (Money value for Thai Silk.) ผ้าไหมไทยเหมาะสำหรับเป็นของฝากเพียงไร (Thai Silk for souvenir) ลวดลายเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ (Graphic Design on Thai Silk [Chintz] determines the cost) สีสันถือเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผ้าไหมไทยไหม (Color on Thai Silk determines the cost) เนื้อผ้าถือเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผ้าไหมไทย (Texture of Thai Silk determines the cost) ลวดลายเหมือนจริงช่วยให้เข้าใจได้ (Realistic styles on Thai Silk which are symbolic of Thailand) ลวดลายนามธรรมช่วยให้เข้าใจได้ (Abstract styles on Thai Silk which are symbolic of Thailand) ลวดลายสัตว์ไทยเข้าใจได้ (Animal's beauty pattern on Thai Silk which are symbolic of Thailand) จังหวะการวางลวดลายไทยเข้าใจได้ (Thai Graphic aesthetic which are symbolic of Thailand) คำถามต่างๆ เหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้เราเข้าใจความรู้สึก นึกคิดของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นชาวต่างชาติมากขึ้น เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบของไทยให้สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้มากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามครั้งนี้ คำนวณจากสูตรที่เลือกใช้ทำให้ได้ค่าตัวเลขที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบได้ชัดเจนขึ้น โดยเลือกใช้ สีสัน พื้นผิว และลวดลายสัตว์ สำหรับใช้ในการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจากข้อมูลที่ได้รับมีค่าคะแนนจากผลการสรุปสูงเท่ากัน ซึ่งไม่รวมปัจจัยพื้นฐานในการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ ของที่ระลึก ราคา และความเหมาะสม การเลือกใช้ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมสินค้าให้น่าสนใจและเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลที่ได้นี้ไปสร้างสรรค์รูปแบบของลวดลายไทยสมัยใหม่ๆ ต่อไป ทั้งยังช่วยสร้างแนวทางให้กับกลุ่มผลิตผลงานชุมชนและเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการออกแบบลวดลาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลงานกราฟิกที่ช่วยเผยแพร่ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล จากตารางที่ 1

ตารางที่ 1. *ค่าการคำนวณทางสถิติของการวิจัยจากข้อมูลแบบสอบถาม*

TITLE	FOREIGN					SUM.	MEAN	MODE
	Excellent	Good	Fair	Not Sure	No comment			
1. Quality of Thai Silk.	39	39	4	7	11	100	3.88	39
	195	156	12	14	11	388		
2. Money value for Thai Silk.	15	46	13	20	6	100	0.2907	46
	75	184	39	40	6	344		
3. Thai Silk for souvenir.	18	62	6	10	4	100	3.8	62
	90	248	18	20	4	380		
4. Graphic Design on Thai Silk [Chintz] determines the cost.	28	43	15	10	4	100	3.81	43
	140	172	45	20	4	381		
5. Color on Thai Silk determines the cost.	26	42	21	6	5	100	3.78	42
	130	168	63	12	5	378		
6. Texture of Thai Silk determines the cost.	16	42	16	22	4	100	3.44	42
	80	168	48	44	4	344		
7. Realistic styles on Thai Silk which are symbolic of Thailand.	15	25	16	36	8	100	3.03	36
	75	100	48	72	8	303		
8. Abstract styles on Thai Silk which are symbolic of Thailand.	14	22	20	31	13	100	2.93	31
	70	88	60	62	13	293		
9. Animal's beauty pattern on Thai Silk which are symbolic of Thailand.	42	36	12	4	6	100	4.04	42
	210	144	36	8	6	404		
10. Thai Graphic present on Thai Silk which are symbolic of Thailand.	19	20	15	22	24	100	2.88	24

จากตารางที่ 2 คุณภาพของผ้าไหมไทยนั้นเป็นที่รู้จักในระดับดีมากผลิตภัณฑ์คุณภาพ (3.9) แต่ในเรื่องของราคาที่ต้องจ่ายยังไม่เป็นที่ต้องการเท่าที่ควร (0.3) อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคนั้นต้องการสินค้าคุณภาพดี แต่ราคาไม่แพงก็เป็นได้ ถึงอย่างไรก็ตามผู้บริโภคก็ยังคิดว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยนั้นเหมาะสมในการซื้อไปเป็นของฝากได้เป็นอย่างดี (3.8) ส่วนในเรื่องของลวดลายกราฟิกและสีสันบนผืนผ้าไหมไทยก็เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคว่ามีส่วนสำคัญในการเลือกซื้อเช่นกัน (3.8) อีกทั้งเนื้อผ้าและลวดลายกราฟิกอื่นในผืนผ้าไหมไม่ว่าจะเป็นลวดลายที่ประดิษฐ์จากภาพจริงภาพนามธรรม รวมไปถึงลวดลายไทยต่างๆ นั้นสามารถสื่อสารความงามได้ตรงใจผู้บริโภคชาวต่างชาติได้ไม่มาก (3) แต่ลวดลายสัตว์กลับเป็นที่ชื่นชอบ (4) จึงทำให้เห็นว่าการสื่อสารลวดลายกราฟิกไทยให้ชาวต่างชาติเข้าใจได้ดีควรเลือกใช้ลวดลายกราฟิกสัตว์ไทยช่วยในการออกแบบ เนื่องจากผลคะแนนจากการตอบแบบสอบถามทำให้สามารถตีความได้ว่า ผู้บริโภคชาวต่างชาตินั้นสามารถรับรู้ถึงการสื่อสารด้วยภาพที่ชัดเจนได้ดีกว่าภาพจินตนาการ ซึ่งต้องใช้ความรู้และความเข้าใจในศิลปะ วัฒนธรรมไทยมากพอสมควร จึงจะสามารถรับรู้ถึงความหมายของภาพที่สื่อสารผ่านลวดลายต่างๆ ของผ้าไหมที่นำมาให้เลือกได้ อีกทั้งค่าคะแนนในข้อต่างๆ ยังสามารถนำไปเป็นตัวช่วยในการออกแบบได้ เมื่อต้องการออกแบบลวดลายสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ก็จะไม่คำนึงถึงเฉพาะรูปแบบของลวดลาย แต่จะคำนึงถึงพื้นผิวสัมผัส เนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร และอื่นๆ อีกมากมายเพื่อให้ได้แบบที่ลงตัวมากที่สุด

ตารางที่ 2. *ผลการคำนวณค่าตามสูตรสถิติเพื่อสรุปการวิจัยสู่แนวทางการออกแบบ*

NO.	TITLE	MEAN
1	Quality of Thai Silk.	3.9
2	Money value for Thai Silk .	0.3
3	Thai Silk for souvenir.	3.8
4	Graphic Design on Thai Silk [Chintz] determines the cost.	3.8
5	Color on Thai Silk determines the cost.	3.8
6	Texture of Thai Silk determines the cost.	3.4
7	Realistic styles on Thai Silk which are symbolic of Thailand.	3
8	Abstract styles on Thai Silk which are symbolic of Thailand.	2.9
9	Animal’s beauty pattern on Thai Silk which are symbolic of Thailand.	4
10	Thai Graphic present on Thai Silk which are symbolic of Thailand.	2.9

จากแบบสอบถามทำให้ทราบความรู้สึกของผู้บริโภคชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมผ้าไหมไทยว่ามีความเข้าใจในเรื่องของคุณค่าของผลิตภัณฑ์ไทยได้ดี ความเหมาะสมของราคาผ้าไหมไทยในสายตาชาวต่างชาตินั้นยังแพงมาก อันเนื่องมาจากไม่ทราบขั้นตอนทำมือที่ยุ่งยากก็เป็นได้ แต่ก็ยังซื้อผ้าไหมไทยสำหรับเป็นของฝากพอสมควร ส่วนลวดลายก็เป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผ้าไหมไทยที่ดีทีเดียว สามารถนำไปใช้เปรียบเทียบราคาเป็นสากลได้ สีสันก็ถือเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผ้าไหมไทย เนื้อผ้าก็ถือเป็น

เพียงปัจจัยปานกลาง อาจต้องปรับปรุงให้เข้าใจถึงขั้นตอนกระบวนการผลิตมากขึ้น ลวดลายเหมือนจริงช่วยสะท้อนความเข้าใจในเอกลักษณ์ไทยได้เพียงปานกลาง อาจต้องปรับปรุงให้เข้าใจง่ายขึ้น ลวดลายนามธรรมช่วยสะท้อนความเข้าใจในเอกลักษณ์ไทยได้เพียงปานกลาง อาจต้องปรับปรุงให้เข้าใจง่ายขึ้น ลวดลายที่สะท้อนความงามจากสัตว์ไทยสื่อถึงเอกลักษณ์ไทยดีทีเดียว สามารถนำไปใช้ได้ดีเป็นสากล ความงามจากลวดลายไทยและจังหวะไทยสื่อถึงเอกลักษณ์ไทยได้เพียงปานกลาง อาจต้องปรับปรุงให้เข้าใจง่ายขึ้น

นอกจากคำถามต่างๆ เหล่านี้ที่ทำให้ทราบความต้องการด้านการออกแบบแล้ว การเลือกภาพต่างๆ ตามตัวอย่างแต่ละชุดลวดลายผ้าไหมไทยจากกรณีศึกษาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยร้านจิมทอมสัน ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางการออกแบบได้ว่า ลวดลายที่ใช้ได้ดีที่สุดในการวิจัยครั้งนี้เป็นลวดลายสัตว์ โดยเฉพาะความงามจากสัตว์ประจำชาติที่ดึงดูดใจผู้บริโภคชาวต่างชาติได้ดี แต่ก็ใช่ว่าลวดลายอื่นๆ จะไม่สามารถสื่อสารให้เข้าใจได้ เพียงแต่ผู้ออกแบบจำเป็นที่จะต้องประยุกต์ลวดลายให้เหมาะสมและสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคให้ได้ ทั้งที่เป็นการเลือกใช้ลวดลาย สีสัน พื้นผิวสัมผัส และเรื่องราวที่ต้องการสอดแทรกเกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีไทยให้เป็นที่รู้จักไปที่ละน้อย ส่วนรูปแบบของลวดลายที่ได้มาแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวต่างชาตินั้นตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยจากลวดลายกราฟิกที่มีลายเส้นไม่ซับซ้อน ซึ่งภาพตัวอย่างที่ได้มาทำให้เห็นแนวทางของการออกแบบลวดลายกราฟิกที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้น นักออกแบบที่จะออกแบบลวดลายกราฟิกไทย อาจนำแนวทางนี้ไปใช้ในการออกแบบที่ต้องตัดทอนลายละเอียดลงเพื่อให้สามารถสื่อสารงานอย่างเป็นสากลได้มากขึ้น โดยที่ต้องคำนึงถึงแบบแผนของการออกแบบและเขียนลวดลายไทยควบคู่กันไปให้เหมาะสมก็จะทำให้ได้ผลงานไทยที่เป็นสากลที่ดีได้

ภาพที่ 1. *ตัวอย่างลวดลายสัตว์แบบใหม่และแบบดั้งเดิมของผ้าไหม*

ภาพที่ 2. *ตัวอย่างสีสันของผ้าไหมไทยสมัยใหม่และแบบดั้งเดิม*

ภาพที่ 3. *ตัวอย่างพื้นผิวสัมผัสของผ้าไหมไทยสมัยใหม่*

การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงความรู้สึกของผู้บริโภคชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยในด้านต่างๆ ที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางประกอบการออกแบบให้ทันสมัยและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด แต่ยังคงไว้ซึ่งแนวทางการออกแบบตามแบบแผนไทย โดยผลการวิจัยที่ได้มาประกอบไปด้วย คุณภาพของผ้าไหมไทยที่ยังเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติในระดับดี (Good) ในราคาที่ยังค่อนข้างสูงเกินไป เนื่องจากค่าคะแนนอยู่ในระดับที่ไม่ต้องการแสดงความคิดเห็น (No comment) ทำให้ทราบได้อีกว่ายังคงมีผู้บริโภคไม่เข้าใจในที่มาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยจึงไม่แสดงความคิดเห็น ซึ่งมีขั้นตอนและกระบวนการผลิตที่ยุ่งยาก อย่างไรก็ตามผู้บริโภคก็ยังคงแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยในการนำไปเป็นของที่ระลึกได้ดี (Good) ลวดลายกราฟิกและสีสันของผ้าไหมไทยก็ยังถือได้ว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยมากด้วย (Good) ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อจากเนื้อผ้าสัมผัส ลวดลายกราฟิกแบบเสมือนจริงแบบนามธรรมและลวดลายไทยนั้นยังคงอยู่ในระดับปานกลาง (Fair) ทำให้ทราบได้ว่าลวดลายกราฟิกที่กล่าวมานั้นยังไม่สามารถช่วยส่งเสริมและสื่อสารศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยได้มากเท่าที่ควร แต่กลับเลือกที่จะสื่อสารความงามผ่านลวดลายกราฟิกของสัตว์ประจำชาติ ที่สามารถทำให้ผู้บริโภคชาวต่างชาติรู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยได้ในระดับดี (Good) ได้ ดังนั้น การออกแบบลวดลายกราฟิกสำหรับใช้กับงานออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการและช่วยเผยแพร่ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยให้เป็นที่รู้จักและนิยมเลือกใช้ผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้นได้ ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาลวดลายกราฟิกไทยให้เป็นสากลมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมไทยได้

ภาพที่ 4. *ตัวอย่างผลงานการออกแบบลวดลายไทยให้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีอยู่ในท้องตลาด*

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2542). **รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทย.** กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.

คมกริช สวัสดิรมย์. (2539). **ลายไทยในจิตรกรรมร่วมสมัย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จิมทอมสัน. (2551). **ผ้าไหมจิมทอมสัน.** [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2551. จาก http://www.jimthomson.com

ฉันทิดา กรินพงศ์. (2547). **การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อความต้องการใช้ผ้าไหมไทย.** วิทยานิพนธ์การศึกษาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ณัฏฐภัทร จันทวิช. (2545). **ผ้าและการแต่งกายในสมัยโบราณจากจิตรกรรมฝาผนังบนพระที่นั่งพุทไธสวรรย์.** กรุงเทพฯ: อาทิตย์ โพรดักส์ กรุ๊ป.

_____. (2545). **ผ้าพิมพ์ลายโบราณในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ.** กรุงเทพฯ: ชวนพิมพ์.

ทรงศรี สุรเวคิน. (2547). **ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรป ต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกไทยในกลุ่มผ้าไหม.** วิทยานิพนธ์การศึกษาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นในเขตกรุงเทพ. (2550). **OTOP.** [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2550. จาก http://www.google.com

วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. (2548). **หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์.** กรุงเทพฯ: iDESIGN Publishing.

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2535). **พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรุณ ตั้งเจริญ. (2545). **ประวัติศาสตร์ศิลป์และการออกแบบ.** กรุงเทพฯ: อีแอนด์ไอคิว.

ศิริ ผาสุก. (2545). **ผ้าไหมพื้นบ้าน.** กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

โสรชัย นันทวัชรวิบูลย์. (2545). **สู่เส้นทางกราฟิกดีไซเนอร์.** กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.อินฟอร์เมชันแอนด์พับลิเคชัน.

Alain-Rene Hardy. (2006). **Art Deco Textiles**. Singapore: Thames&Hudson.