

การรับรู้คุณค่าและความคาดหวังของบุคคลต่างประสบการณ์ ที่มีต่อลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม

เสาวนิตย์ กาญจนรัตน์¹

บทคัดย่อ

ลวดลายบนผืนผ้ามัดย้อมเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่บ่งบอกถึงรากเหง้าของวัฒนธรรม การที่ผู้เรียนได้รับการจัดประสบการณ์การรับรู้ที่เหมาะสมเกี่ยวกับสิ่งเหล่านี้ จะเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยให้เป็นผู้บริโภคที่มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และอาจเป็นผู้ผลิตที่ต่อยอดพัฒนางานออกแบบให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ได้รับความนิยมได้ งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าด้านเศรษฐกิจ ด้านสุนทรียะ ด้านจิตใจ และความคาดหวังของบุคคลต่างประสบการณ์ที่มีต่อลวดลายมัดย้อมเชิงวัฒนธรรม การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาศาสาศิลป์ประยุกต์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ชั้นปีที่ 1 จำนวน 60 คน และนักศึกษาศาสาวิชาการจัดการ ชั้นปีที่ 4 จำนวน 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) ภาพระดับผนังลวดลายตามความเชื่อของคนไทยเชื้อสายจีน 5 ภาพ 2) กิจกรรมการจัดประสบการณ์ทางตรง โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการการทำมัดย้อมเทคนิคเย็บเนาและคุณค่าของผลงานสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 และประสบการณ์ทางอ้อม โดยการบรรยายวิธีการสร้างลวดลายผ้ามัดย้อมเทคนิคเย็บเนาและคุณค่าของการออกแบบ สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 3) แบบสอบถามการรับรู้คุณค่าและความคาดหวัง ที่มีต่อลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม ข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์ ด้วยสถิติค่าร้อยละและค่าไคสแคว์ ผลการวิจัยพบว่าจำนวนของผู้ที่ได้รับประสบการณ์ ทางตรงและทางอ้อม มีการรับรู้คุณค่าของลวดลายมัดย้อมเชิงวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีระดับชั้นปีที่ศึกษา และสาขาวิชาแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าทั้ง 3 ด้าน แต่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มผู้ได้รับประสบการณ์ทางอ้อมมีความคาดหวังสูงเกินไป ซึ่งก็อาจนำไปสู่การพัฒนา

¹รองศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ อีเมล ksawonit@gmail.com

ลวดลายในอนาคตได้หากมีความเข้าใจมากกว่านี้ ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมประสบการณ์ที่เหมาะสมจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการรับรู้ที่แท้จริงและมีความคาดหวังบนพื้นฐานที่มีความเป็นไปได้ในการผลิตจริงด้วย

คำสำคัญ: 1. ประสบการณ์ 2. การรับรู้คุณค่า 3. ความคาดหวัง
4. ลวดลายเชิงวัฒนธรรม 5. มัดย้อม

Value Perception and Expectation from Differential Experiences of Person toward Cultural Tie-Dye Decoration

Saowanit Kanchanarat²

Abstract

Decorative design on the tie-dye fabric is a cultural product which could identify the root of the culture. The person, who perceived a proper experience, could become good understanding customers leading to producers who produce popular creative products. Therefore, the aim of this research was to study the perception and expectation in the term of the economical, aesthetical, and intellectual values of the differential experience person toward the cultural tie-dye decoration. This research was quantitative research. The samples are 60 first-year Product design students and 80 forth-year Management students. The research tools were (1) the 5 wall picture frames which showing the decorative design according to the Thai-Chiness's believing, (2) the directed experience workshop through doing on the stitching tie-dye technique for decorating on fabric and its values to explain for the 4th year students and the in-directed experience through the describing about how to decorate fabric by stitching tie-dye technique and value of design for the 1st year students, and (3) the value perception and expectation toward cultural tie-dye decoration questionnaire. Then the collected data were statistically analyzed by using percentage and Chi-Square Test. The results revealed that the direct and indirect study groups showed no significant differences on the perception of the cultural tie dye decorative at 95% confidence level. The educational level and field of the study groups were not related to the perception in all 3-value aspects. However, these factors were interrelated to the expectation of the study group. The indirect experience students, Product design students, had been received a high expectation to develop a new decoration in

² Associate Professor, Ed.D. at Faculty of Architecture and Design, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Thailand

the future if they will have more perceive. The suggestion was an appropriate workshop for the learners should arrange to gain the real perceive and expectation for developing new cultural decorations based on its feasibility.

Keyword: 1. Experience 2. Value Perception 3. Expectation
4. Cultural Decoration 5. Tie-Dye

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

สภาวะการแข่งขันในระดับโลกเพิ่มความเข้มข้นในการแข่งขันทุกรูปแบบ ประกอบกับนโยบายการรวมตัวกันของประชาคมโลกในภูมิภาคต่าง ๆ นั้นทำให้หลายฝ่ายเกิดความวิตกกังวลถึงความเสียเปรียบด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนภาครัฐและเอกชน จึงพยายามหาทางออกของสถานการณ์นี้ด้วยการหันมามองความได้เปรียบที่อยู่ใกล้ตัว นั่นคือเรื่องของวัฒนธรรม (Phantip, 2012: 4) ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ได้กำหนดให้มีการสนับสนุนทางด้านวัฒนธรรม ให้นำความรู้และจุดแข็งของอัตลักษณ์มาใช้ประโยชน์อย่างบูรณาการและเกื้อกูลกัน โดยปรับโครงสร้างเศรษฐกิจบนฐานนวัตกรรมที่เข้มแข็งเพื่อเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจในภูมิภาค นอกจากนี้แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2550-2559 โดยกระทรวงวัฒนธรรมยังได้มีการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการดำเนินงานด้านศิลปวัฒนธรรม บนพื้นฐานความหลากหลายทางวัฒนธรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่ผ่านมามีความสามารถนำรายได้เข้าสู่ชุมชนและประเทศเป็นจำนวนมาก อีกทั้งกระทรวงพาณิชย์เองก็ได้มีการส่งเสริมหลายอย่าง เช่น การพัฒนาตลาดขายบนผืนผ้าไทยให้แสดงความ เป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น (Sirong, 2012: 5-7)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดของ Adorno แห่งสำนักแฟรงค์ เฟิร์ต ที่กล่าวถึงสถาบันทางเศรษฐกิจ ในด้านวิถีการผลิตและองค์การทางวัฒนธรรม ที่พยายามสร้างความแตกต่าง ในเชิงคุณค่าทางสัญลักษณ์ที่แสดงผ่านสินค้าและบริการ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ได้เน้นเป้าหมายการพัฒนาบนแนวคิดนี้ โดยส่งเสริมความสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ (Jatekatekij, 2012: 20-21) อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมกำลังเป็นสิ่งที่หลายประเทศนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยนำวัฒนธรรมเข้าไปใส่ในตัวสินค้า สะท้อนวิถีการดำเนินชีวิตลงในผลิตภัณฑ์ ผลิตเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ที่สอดคล้องกับกระแสความต้องการของโลก ตลาดและผู้บริโภค เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นอำนาจอ่อน อิทธิพลพลัง (soft powers) ที่สามารถแทรกซึมผ่านผู้คนได้อย่างแนบเนียนและได้ผล (Jatekatekij, 2012: 18-19) จากความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมนี้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะพัฒนาการออกแบบตลาดขายผ้ามัดย้อมที่มีตาชั่งขึ้น ให้มีความพิเศษที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมความเชื่อ ซึ่งอาจเป็นสินค้าเศรษฐกิจสร้างรายได้ให้ชุมชนในอนาคต

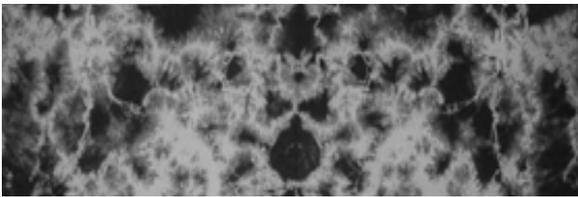
มัดย้อมหมายถึงการนำผ้ามามัดด้วยวัสดุต่าง ๆ แล้วนำไปย้อมสี โดยใช้วิธีการกันสีด้วยวัสดุบางอย่าง เช่น ยางรัด เชือก หมุดปักผ้า ตัวหนีบกระดาษ หรือการเย็บ ซึ่งจะช่วยให้สีแทรกซึมลงไป (Gleser, 1999: 20) มัดย้อมมีกำเนิดในเอเชียและแพร่กระจายลงไปที่ใต้ของอินเดีย ถึงหมู่เกาะมลายูแล้วไปถึงแอฟริกา ศตวรรษที่ 16 การตกแต่งลวดลายพิเศษแตกต่างกันไปตามแต่ละแห่งและมีการตั้งชื่อลวดลายต่าง ๆ กันไป (Wichai, n.d.: 99-101) จารัตินิยมในกระบวนการกันสีย้อมบนผืนผ้าก่อนการนำไปจุ่มสีย้อมเป็นภูมิปัญญาของคนเอเชียตะวันออกที่ได้คิดริเริ่มขึ้น นักมานุษยวิทยาได้ค้นพบต้นแบบการกันสีย้อมอย่างง่าย จากวัฒนธรรมดั้งเดิมแทบทุกวัฒนธรรม รูปแบบพื้นฐานของลวดลายมัดย้อมจะเป็นการมัดรูปร่างกลมเล็ก ๆ รูปสี่เหลี่ยม และรูปเรขาคณิตอื่น ๆ (Belfer, 1992: 88-90) มัดย้อมมี 5 เทคนิค คือ 1) เทคนิคการมัด 2) การพับจีบ 3) การหนีบ 4) การเย็บเนา และ 5) เทคนิคผสมผสาน (ภาพที่ 1) (Saowanit, 2014: 24) เทคนิคที่เหมาะสมกับการนำไปใช้ผลิตในระบบอุตสาหกรรมเรียงตามลำดับคือเทคนิคการมัดเพราะง่าย สะดวก ทำได้รวดเร็ว แต่ไม่สามารถสร้างลวดลายมากกว่า 1 ลายในลักษณะซ้ำ ๆ กันในกระบวนการมัดย้อมครั้งเดียว และเทคนิคการพับเหมาะกับการผลิตจำนวนมากเช่นกัน เพราะทำมัดย้อม 1 ครั้งสามารถสร้างลวดลายซ้ำ ๆ ได้ แต่ความชัดเจนน้อยกว่าเทคนิคมัด ส่วนเทคนิคเย็บเนาเป็นเทคนิคการสร้างลวดลายที่ทำให้ได้ลวดลายสม่ำเสมอที่ชัดเจน ละเอียดยิ่ง และได้ลวดลายสวย แม้ว่าต้องใช้เวลาทำนานแต่ก็ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า (Praparnporn, 2009) ผู้วิจัยจึงได้นำจุดเด่นของการมัดย้อม เทคนิคเย็บเนามาสร้างผลงานภาพติดผนังโดยเลือกลวดลายเป็นรูปสัตว์มงคล ได้แก่ กบสามขา เต่า ปลาอะโรวาน่า และมังกร สัตว์แต่ละชนิดมีความหมายเฉพาะตัว อันเป็นวัฒนธรรมความเชื่อของคนเชื้อสายจีน (Too, 2005; Amnouychai, 1997) เสื้อผ้ามัดย้อมเป็นสินค้าที่รู้จักและใช้กันทั่วไป แต่มัดย้อมสำหรับเป็นภาพประดับผนังรูปสัตว์มงคลที่จะผลิตจากเทคนิคเย็บเนา ยังไม่เคยมีปรากฏ สินค้ามัดย้อมลวดลายเชิงวัฒนธรรมที่ผู้วิจัยทำขึ้นนี้ จะได้รับการรับรู้คุณค่ามากน้อยเพียงใดและผู้รับรู้จะมีความคาดหวังในการพัฒนาลวดลายของผลิตภัณฑ์ต่อไปอย่างไร เป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษา เพราะผู้คนทั่วไปมีประสบการณ์เกี่ยวกับลวดลายเชิงวัฒนธรรมบนผืนผ้าต่าง ๆ กัน

การรับรู้เป็นการสัมผัสที่มีความหมายและเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ เพราะเป็นผลของความรู้เดิมบวกกับการรับสัมผัส ในการแปลความหมายหรือ

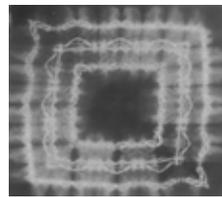
ตีความนั้นคนเราต้องใช้ประสบการณ์เดิม เป็นเครื่องช่วยและจะรับรู้ได้ดีเพียงใด ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมนี้อย่างไร คุณสมบัติของประสบการณ์เดิมที่จะเป็นสิ่งเหมาะสมสำหรับช่วยให้การแปลความหมายได้ต้องเป็นความรู้ที่แน่นอน ถูกต้อง ชัดเจน มีปริมาณมากและหลากหลาย ธรรมชาติของการรับรู้ของมนุษย์โดยทั่วไปคือมนุษย์จะเลือกรับรู้สิ่งเร้าที่ตนสนใจหรือต้องการในขณะนั้น และคาดหวังต่อสิ่งที่อยู่ในความสนใจ รวมทั้งสิ่งเร้าต้องเด่น ดึงดูดความสนใจให้อยากรู้ อยากเห็น (Phreyaporn, 2010: 151, 161-164; Jomnein, et al., 1972: 81-83) ประสบการณ์และความคุ้นเคยมีอิทธิพลต่อการรับรู้เรื่องสี ส่วนรวมของสิ่งเร้าจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้รูปร่างมากกว่าส่วนย่อยของสิ่งเร้าซึ่งน้อยนิดตาเราจะไวต่อเส้นแสดงรูปปร่าง และพร้อมที่จะรับรู้เป็นรูปร่างไม่ว่าเส้นแสดงรูปปร่างนั้นจะสมบูรณ์หรือไม่ก็ตาม นอกจากนั้นความคาดหวังก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ กล่าวคือ เมื่อผู้รับรู้คาดหวังว่าจะเกิดอะไรขึ้นก็จะเตรียมพร้อมที่จะรับรู้ต่อสิ่งนั้น ทำให้เกิดการเตรียมการรับรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะจากการทดลองของลิปโลา (Lipola) พบว่าคำบอกเล่ามีผลต่อการตีความในการรับรู้ การทดลองของบรูเนอร์และโพสท์แมน (Bruner and Postman) พบว่าประสบการณ์เดิมมีผลต่อการรับรู้ และการทดลองของบูเกลสกีและอลัมเพย์ (Bugelski and Alampay) พบว่า ภาพสองนัยมีผลต่อการรับรู้ ทั้งสามการทดลองชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ของมนุษย์ส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับการถูกเตรียมการรับรู้ไว้ล่วงหน้า บริบทที่แวดล้อม สิ่งเร้านั้นมีผลต่อการรับรู้ คือก่อนหน้านั้นเรารับรู้สิ่งใด เมื่อต้องตัดสินใจบางสิ่งที่เราเห็นเป็นอะไร เราก็จะใช้สิ่งที่เคยมีประสบการณ์มาร่วมตัดสินด้วย (Griggs, 2009: 97-98)

ประสบการณ์มี 2 ลักษณะคือประสบการณ์ตรงหรือกระทำกิจกรรมใด ๆ ด้วยตนเอง กับประสบการณ์ทางอ้อมเป็นประสบการณ์ที่ได้รับรู้โดยการบอกเล่าหรือวิธีการอื่น ๆ โดยไม่จำเป็นต้องผ่านประสาทสัมผัสโดยตรง การมีประสบการณ์ทางศิลปะจะช่วยเรื่องการเรียนรู้ โดยการรับรู้และการรู้การเข้าใจในงานศิลปะสองสิ่งนี้มีความเกี่ยวข้องกัน การหาประสบการณ์เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจสามารถกระทำได้อย่างกว้างขวาง ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์ทางสุนทรียะแตกต่างกันไปมากบ้างน้อยบ้าง ขึ้นอยู่กับการประพฤติปฏิบัติหรือจากสิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์ที่พบมาจากประสาทสัมผัส (Khomjorn, 2013: 90-91) ส่วนคุณค่าของผลงานศิลปะหรืองานออกแบบอาจมีได้ 3 อย่างคือ คุณค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางจิตใจ และคุณค่าทางสุนทรียะ (Keerati, 1979: 65)

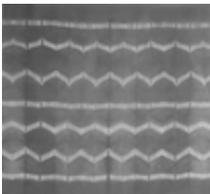
จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ที่สนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมบนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ (Office of the Prime Minister, n.d.: 13) ทำให้ผู้วิจัยสนใจพัฒนาลวดลายผ้ามัดย้อมที่แสดงอัตลักษณ์ตามวัฒนธรรมความเชื่อของคนไทย เชื้อสายจีนซึ่งใช้เป็นสิ่งเร้าในงานวิจัยนี้ โดยจัดประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อมเป็นการเตรียมการรับรู้สิ่งเร้าที่ต่างบริบทกัน เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าและความคาดหวังของบุคคลเหล่านั้นที่มีต่อสิ่งเร้า นั่นก็คือผลงานออกแบบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นต้นแบบ ทั้งนี้เพื่อให้เห็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวัง และอาจพัฒนาเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมและถ่ายทอดให้กับธุรกิจชุมชนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไปในอนาคต



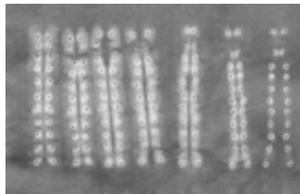
(1) เทคนิคการมัด



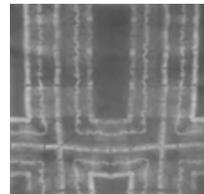
(2) เทคนิคการพับจีบ



(3) เทคนิคการหนีบ



(4) เทคนิคการเย็บเนา



(5) เทคนิคผสมผสาน (พับจีบกับหนีบ)

ภาพที่ 1 ตัวอย่างผลจากการทำมัดย้อมจาก 5 เทคนิค
ที่มา : ภาพผลงานทดลองของเสาวนิตย์ กาญจนรัตน์

การดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าด้านเศรษฐกิจ ด้านสุนทรีย์ ด้านจิตใจ และศึกษาความคาดหวังของบุคคลต่างประสบการณ์ที่มีต่อลวดลายมัดย้อมเชิงวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษา สาขาศิลปประยุกต์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ชั้นปีที่ 1 จำนวน 60 คน ในรายวิชาสุนรีศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และนักศึกษสาขาการจัดการ ชั้นปีที่ 4 จำนวน 80 คน ในโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการทำผ้ามัดย้อม มหาวิทยาลัยขอนแก่น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) สิ่งเร้า คือ ภาพประดับผนังลวดลายตามความเชื่อของคนไทยเชื้อสายจีน 5 ภาพของผู้วิจัย 2) กิจกรรมการจัดประสบการณ์ทางตรงสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 และประสบการณ์ทางอ้อมสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 3) แบบสอบถามการรับรู้คุณค่าและความคาดหวัง ดำเนินการวิจัยโดยมีกรอบแนวคิดที่ ประเภทของประสบการณ์ ระดับชั้นปีของการศึกษา สาขาวิชาที่ศึกษาอาจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่า และความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยจึงได้แบ่งขั้นตอนในการวิจัยเป็น 2 ขั้นตอนหลัก คือ ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามและสิ่งเร้า และขั้นตอนการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนแรก ผู้วิจัยได้สืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้อง แล้วประดิษฐ์ภาพประดับผนังรูปสัตว์มงคลตามความเชื่อของชาวไทยเชื้อสายจีน ด้วยการมัดย้อมเทคนิคเย็บเนา ซึ่งเป็นเทคนิคที่ควบคุมรูปร่างของภาพได้ดีกว่าเทคนิคการมัดย้อมเทคนิคอื่น ซึ่งประดิษฐ์ขึ้นจำนวน 5 ภาพ คือ 1) ภาพกบสามขา 2) ภาพเต่าตัวเล็ก 3) ภาพเต่าตัวใหญ่ 4) ภาพปลาโรวนา และ 5) ภาพมังกร (ภาพที่ 2) หลังจากนั้นจัดประสบการณ์ให้กับกลุ่มบุคคล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกจัดประสบการณ์ทางตรงใช้เวลา 8 ชั่วโมงโดยฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการทำผ้ามัดย้อมเทคนิคเย็บเนาให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาศิลปประยุกต์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จำนวน 12 คน จากนั้นให้นักศึกษาดูภาพประดับผนังที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แล้วให้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของงานและข้อเสนอแนะในการพัฒนางาน โดยใช้คำถามปลายเปิดส่วนกลุ่มที่สองจัดประสบการณ์ทางอ้อมใช้เวลา 3 ชั่วโมง โดยจัดบรรยายลักษณะและคุณค่าของงานออกแบบผ้ามัดย้อมเทคนิคเย็บเนาและเทคนิคอื่น ๆ

ที่จะสามารถนำไปจดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้กับคณาจารย์ที่มีคุณวุฒิสูงกว่าระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จำนวน 14 คน จากนั้นให้ดูภาพระดับผืนผ้า แล้วตอบคำถามชุดเดียวกัน ข้อมูลที่ได้ทั้ง 26 ชุดนำมาวิเคราะห์เพื่อสร้างข้อคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าและความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม

ขั้นตอนที่สอง หลังจากได้แบบสอบถามแล้วผู้วิจัยจัดกิจกรรมสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างกัน 2 ลักษณะ คือ จัดประสบการณ์ทางตรงให้กลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 80 คน ได้รับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการทำผ้ามัดย้อม เทคนิคเย็บเนา รูปภาพซับซ้อน จากนั้นดูภาพระดับผืนผ้าที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แล้วตอบคำถามในแบบสอบถามการรับรู้ คุณค่าและความคาดหวังที่มีต่อลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรมกับจัดประสบการณ์ทางอ้อมให้กลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 สาขาศิลปประยุกต์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จำนวน 60 คน ได้รับฟังการบรรยายเทคนิคการทำผ้ามัดย้อมเทคนิคเย็บเนา และคุณค่าของงานออกแบบลวดลายในวัฒนธรรมไทยจีน พร้อมทั้งดูภาพระดับผืนผ้าที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แล้วตอบแบบสอบถามชุดเดียวกัน ข้อมูลทั้งหมดนำมาวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ และทดสอบสมมุติฐานด้วยค่าไคสแควร์ ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมุติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้มี 2 ข้อ คือจำนวนบุคคลที่มีประสบการณ์ทางตรงกับทางอ้อมมีการรับรู้คุณค่าที่มากที่สุด ของลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันและประเภทของประสบการณ์ระดับชั้นปีการศึกษา และสาขาวิชามีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าและความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม



(1) กบสามขา



(2) เต่าตัวเล็ก



(3) เต่าตัวใหญ่



(4) ปลาโรวานา



(5) มังกร

ภาพที่ 2 ภาพประดับผนังมดย้อมเทคนิคเย็บเนาที่ใช้เป็นสิ่งเร้าในงานวิจัย
ที่มา: ภาพผลงานของเสาวนิตย์ กาญจนรัตน์

ประเด็นของแบบสอบถามการรับรู้คุณค่า 3 ด้านในระดับมาก ปานกลาง น้อย ในการรับรู้คุณค่าด้านสุนทรีย์ะ ประกอบด้วย 1) สี เส้น รูปร่างชัดเจน ประณีต สวยงาม แปลกใหม่ 2) ภาพมีศิลปะสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน 3) ภาพรวมของ ผลงานมีคุณค่าแห่งความงาม ในการรับรู้คุณค่าด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 1) คุ่มค่ากำไรราคา 2) ชื่อเป็นของขวัญของฝากได้ 3) ภาพรวมของผลงานมีคุณค่า ทางเศรษฐกิจ ในการรับรู้คุณค่าด้านจิตใจ ประกอบด้วย 1) ภาพสัตว์มงคลเหล่านี้ มีคุณค่าต่อจิตใจ 2) เป็นผลงานที่สื่อถึงความเชื่อเฉพาะกลุ่มคนชัดเจน 3) ภาพรวม ของผลงานมีคุณค่าทางจิตใจของผู้มีผลงานไว้ในครอบครอง ส่วนประเด็นของความ คาดหวัง 3 ระดับคือ สูง ปานกลาง และต่ำ ประกอบด้วย 1) ความคมชัดของภาพ 2) ความหลากหลายของสี 3) การตั้งราคาให้สูงขึ้น 4) ความหลากหลายของภาพที่ มีคุณค่าทางจิตใจ และคำถามปลายเปิดมุ่งเน้นประเด็นของความคิดเห็นเพิ่มเติม และข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม และการจัดกิจกรรมส่งเสริม ประสบการณ์เกี่ยวกับผ้ามัดย้อม

ผลการวิจัย

1. เมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้มีประสบการณ์ทางตรงกับการรับรู้คุณค่า ที่มากที่สุดของลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม พบว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ทางตรง หรือกลุ่มนักศึกษาสาขาการจัดการ ระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 80 คน รับรู้คุณค่าที่ มากที่สุดของลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรมได้ไม่แตกต่างกันคือ $X^2 = 2.48$ หมายความว่า ผู้มีประสบการณ์ทางตรงรับรู้ว่าลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม มีคุณค่าด้านเศรษฐกิจ หรือด้านสุนทรีย์ะ หรือด้านจิตใจเป็นอันดับหนึ่ง มีจำนวน ไม่แตกต่างกัน โดยผลการวิจัยเชื่อมั่นได้ 95 เปอร์เซ็นต์

2. เมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้มีประสบการณ์ทางอ้อมกับการรับรู้คุณค่า ที่มากที่สุดของลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม พบว่าผู้ที่มีประสบการณ์ทางอ้อม หรือกลุ่มนักศึกษาสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ ระดับชั้นปีที่ 1 จำนวน 60 คน รับรู้คุณค่า ที่มากที่สุดของลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรมได้ไม่แตกต่างกัน คือ $X^2 = 0.4$ หมายความว่า ผู้มีประสบการณ์ทางอ้อมรับรู้ว่าลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม มีคุณค่าด้านเศรษฐกิจ หรือด้านสุนทรีย์ะ หรือด้านจิตใจเป็นอันดับหนึ่ง มีจำนวน ไม่แตกต่างกัน โดยผลการวิจัยเชื่อมั่นได้ 95 เปอร์เซ็นต์

3. เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์กับการรับรู้คุณค่า คือคุณค่าด้านเศรษฐกิจ ด้านสุนทรีย์ะ และด้านจิตใจของลวดลายผ้ามัดย้อม เชิงวัฒนธรรมพบว่า ประเภทของประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่า

ทั้งสามด้าน คือ $X^2 = 3.90, 2.48, 2.19$ ตามลำดับ โดยผลการวิจัยเชื่อมั่นได้ 95 เปอร์เซ็นต์

4. คำร้อยละของบุคคลต่างประสบการณ์ที่มีความคาดหวังต่อลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรมจำแนกตามรายการความคาดหวัง พบว่าผู้ที่มีประสบการณ์ทางตรงมีความคาดหวังต่อความคมชัดของภาพในระดับปานกลางมากที่สุด 50% รองลงมา มีความคาดหวังสูงและต่ำ 25% เท่ากัน มีความคาดหวังเรื่องความหลากหลายของสีในระดับปานกลางมากที่สุด 50% มีความคาดหวังระดับต่ำ 31.25% และมีความคาดหวังระดับสูง 18.75% ตามลำดับ มีความคาดหวังต่อการตั้งราคาผลงานให้สูงขึ้นมีในระดับต่ำมากที่สุด 56.25% รองลงมาคือมีความคาดหวังในระดับปานกลาง 37.50% และมีความคาดหวังในระดับต่ำ 6.25% ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีความคาดหวังต่อความหลากหลายของภาพที่มีคุณค่าต่อจิตใจในระดับต่ำมากที่สุด 43.75% รองลงมาคือมีความคาดหวังในระดับปานกลาง 31.32% และมีความคาดหวังในระดับสูงเพียง 25% ตามลำดับ

ผู้ที่มีประสบการณ์ทางอ้อม มีความคาดหวังต่อความคมชัดของภาพในระดับสูงมากที่สุด 6.33% รองลงมา มีความคาดหวังในระดับปานกลาง 41.67% และมีความคาดหวังในระดับต่ำ 8.33% ตามลำดับ มีความคาดหวังต่อความหลากหลายของสีในระดับสูงมากที่สุด 50% มีความคาดหวังในระดับปานกลาง 33.33% และมีความคาดหวังในระดับต่ำ 16.67% ตามลำดับ มีความคาดหวังต่อการตั้งราคาที่สูงขึ้นในระดับปานกลาง 50% ระดับสูง 33.33% และระดับต่ำ 16.67% มีความคาดหวังต่อความหลากหลายของภาพที่มีคุณค่าต่อจิตใจในระดับสูงมากที่สุด 63.33% รองลงมา มีความคาดหวังในระดับปานกลาง 20% และระดับต่ำ 16.67% ตามลำดับ

5. เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์กับความคาดหวังที่มีต่อภาพรวมของคุณลักษณะลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม พบว่า $X^2 = 41.15$ หมายความว่า ประเภทของประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อภาพรวมของคุณลักษณะลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม โดยผลการวิจัยเชื่อมั่นได้ 95 เปอร์เซ็นต์

6. ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนากิจกรรมและการออกแบบลวดลายเชิงวัฒนธรรม มี 3 ประเด็นหลัก

6.1 การพัฒนาลวดลาย ได้แก่ ลวดลายมีหลายสี เช่น สีรุ้ง สีสด ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจดึงดูดสายตาและความรู้สึก ลวดลายมีความหลากหลาย เช่น ภาพนามธรรม สัตว์ในจักรวาล สัตว์ในวรรณคดีไทย สัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ สถานที่ท่องเที่ยว ในภาพมีเรื่องราวมีองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง และลวดลายควมชัด และมีความละเอียดมากขึ้น

6.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทำภาพขนาดใหญ่ ทดลองทำบนวัสดุอื่น และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

6.3 การพัฒนากิจกรรม ได้แก่ การผลิตในเชิงพาณิชย์ และจัดเป็นกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อให้เป็นที่รู้จักและทำกันได้แพร่หลาย

อภิปรายผล

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้ลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม คือรูปสัตว์มงคล เป็นสิ่งเร้าที่ทำให้บุคคลต่างประสบการณ์ รับรู้คุณค่าของสิ่งเร้าและตอบสนองด้วยการแสดงความคิดเห็นในระดับต่าง ๆ และให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนา ผลการวิจัยพบว่าประสบการณ์ต่างกันมีการรับรู้คุณค่าไม่แตกต่างกัน แต่มีความคาดหวังแตกต่างกัน ประเภทของประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่า แต่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง ข้อที่น่าสังเกตคือ บุคคลผู้มีประสบการณ์ทางตรงมีความคาดหวังในระดับปานกลาง ในประเด็นความคมชัดของภาพและความหลากหลายของสี แต่บุคคลผู้มีประสบการณ์ทางอ้อมมีความคาดหวังในสองประเด็นนี้ในระดับสูง บุคคลผู้มีประสบการณ์ทางตรงมีความคาดหวังในประเด็นของความหลากหลายของภาพที่มีคุณค่าต่อจิตใจในระดับต่ำ แต่บุคคลผู้มีประสบการณ์ทางอ้อมมีความคาดหวังในระดับสูง นอกจากนั้นบุคคลผู้มีประสบการณ์ทางตรงมีความคาดหวังในการตั้งราคาผลงานการออกแบบที่สูงขึ้นในระดับต่ำ แต่บุคคลผู้มีประสบการณ์ทางอ้อมมีความคาดหวังในระดับปานกลาง เหตุผลที่สนับสนุนกับผลการวิจัยที่เกิดขึ้น อภิปรายได้ดังนี้

1. Phreyaporn (2012: 152) กล่าวว่า “การรับรู้เกิดจากการสัมผัสกับสิ่งเร้าที่มากกระทบและการแปลความหมายจากอาการสัมผัสอันต้องอาศัยการสังเกตพิจารณาโดยละเอียด บวกกับความสนใจอย่างหมกมุ่นกับสิ่งนั้นโดยเฉพาะด้วย” ซึ่งบุคคลผู้มีประสบการณ์ทางอ้อมเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาด้านการออกแบบคุ้นเคยอยู่กับการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อาจสังเกตพิจารณาเห็นว่า ลวดลายเชิงวัฒนธรรมเหล่านี้สามารถทำให้คมชัด ละเอียด พิสดารขึ้นด้วยรูปลายไทยได้อย่างภาพวาด จึงคาดหวังว่าจะได้เห็นการพัฒนาคุณลักษณะของลวดลายเช่นนั้น แม้ว่าจะได้รับคำบอกเล่าไปว่า มัดย้อมเป็นลวดลายที่มีขอบลายพร่ามัวก็ตาม ความคาดหวังภายใต้ข้อจำกัดของการทำมัดย้อมอาจมีความเป็นไปได้ ถ้าบุคคลได้รับ

แรงจูงใจและประสบการณ์ทางตรง เช่น ได้ผ่านการฝึกฝนเพื่อสัมผัสกับความละเอียดอ่อน ในการทำมัตย้อมเทคนิคเย็บเนาและเทคนิคอื่น ๆ ซึ่ง Khomjorn (2013: 90-91) กล่าวว่า ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ทางตรงมีส่วนสำคัญสำหรับผู้ต้องการเป็นศิลปิน เพราะจำเป็นต้องมีการฝึกฝนปฏิบัติเพิ่มพูนประสบการณ์ จากผัสสะโดยตรง ประสบการณ์ ทางอ้อมรู้ได้โดยการใช้เหตุผลแต่อาจยังไม่สามารถรู้ถึงความรู้ทั้งหมดได้ และถ้าหาก นักศึกษาสายออกแบบ จะคิดผลิตมัตย้อมให้ได้ตามความคาดหวังก็ต้องใช้ความรู้ ความสามารถและความเพียร ดังผลการวิจัยของ Phramaha Dhamamajari (2007) ที่พบว่าศิลปินปราชญ์ของท่านพุทธทาสภิกขุคือ ธรรมลักษณะอันเป็นการกระทำ ที่ต้องกระทำด้วยความรู้ความสามารถ และความเพียรพยายามเพื่อให้บรรลุเป็นผล สำเร็จของการกระทำ

2. Phreyaporn (2010: 152) อธิบายไว้ว่า “การแปลความหมายจากอาการ สัมผัส ขึ้นอยู่กับความชัดเจนในการดำรงชีวิตหากมีความชัดเจนก็สามารถรู้ได้จากการ แสดงออก ประสบการณ์เดิมต้องหลากหลาย มีปริมาณมาก ชัดเจน จึงจะแปล ความหมายการรับรู้ได้ดี” บุคคลผู้มีประสบการณ์ทางอ้อมจะไม่ได้รับความรู้ทั้งหมด ซึ่งอาจทำให้เข้าใจในมัตย้อมไม่ชัดเจนจึงเกิดการคาดหวังสูงมาก ในขณะที่บุคคล ผู้มีประสบการณ์ทางตรงได้รับสัมผัสที่ชัดเจนในความยาก และความละเอียดของ การทำมัตย้อมเทคนิคเย็บเนา ทำให้คาดหวังไม่สูงนักและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในส่วนของการนำไปจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ที่สร้างสมาธิและความประณีต ของบุคคล รวมทั้งการผลิตในเชิงพาณิชย์

Jomnein, et al. (1972: 85) กล่าวว่า “ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิม ที่แตกต่างกันทั้งในปริมาณและความถูกต้อง ย่อมทำให้คนเรามีการรับรู้ที่แตกต่างกันได้” ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงพบว่า บุคคลกลุ่มเดียวกันที่ได้รับประสบการณ์เดียวกันรับรู้ คุณค่าของลวดลายผ้ามัตย้อมเชิงวัฒนธรรมไม่ต่างกัน ได้ และบุคคลต่างกลุ่มกัน ที่ได้รับประสบการณ์ต่างกัน จึงมีความคาดหวังต่อลวดลายผ้ามัตย้อมเชิงวัฒนธรรม ต่างกันได้ บุคคลผู้มีประสบการณ์ทางอ้อมรับรู้ข้อมูลอย่างหนึ่งและมีโนภาพคาดหวัง สูงกว่าที่เทคนิคมัตย้อมจะทำได้ ใกล้เคียงกับผลการวิจัยของ Dragicevic, et al. (2012) ที่พบว่า มีช่องว่างระหว่างประสบการณ์จริงที่ได้รับกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ในเมือง Dubrovnik

ผลการวิจัยเรื่องนี้ เกิดจากการจัดประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อม ซึ่งการจัดประสบการณ์เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายเชิงวัฒนธรรมซึ่งมีผลให้เกิด การรับรู้ประเมินค่าไม่ต่างกัน แต่มีความคาดหวังต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัย

ของ Anderson and Haer (1972) ที่พบว่า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีผลต่อการรับรู้และการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งความคาดหวังของผู้บริโภคก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้ด้วยเช่นกัน

3. ผลการวิจัยในส่วนของความคิดเห็นเพิ่มเติมที่เสนอแนะให้มีการจัดการเรียนการสอน หรือจัดกิจกรรมส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับลวดลายเชิงวัฒนธรรมนี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Saheed (2013) ที่เสนอแนะว่ารัฐควรสนับสนุนบรรจุวิชาหัตถกรรมมัดย้อมลงในหลักสูตร เพื่อทำให้เป็นที่สนใจของผู้เรียนและให้ผู้เรียนได้รับความรู้ที่ถูกต้องเหมาะสมจากสถาบันการศึกษา นอกจากนี้ควรสนับสนุนความต้องการผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นให้มากขึ้น รวมทั้งการพัฒนานวัตกรรมการผลิตและการออกแบบร่วมสมัยด้วย

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งต่อไป อาจจะศึกษาสิ่งเร้าที่หลากหลายในคราวเดียวกัน เช่น ลวดลายเชิงวัฒนธรรม หรือผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมอื่น ๆ หรือออกแบบการจัดประสบการณ์ที่หลากหลาย เช่น การใช้เทคนิคการสอนในศตวรรษใหม่ การใช้เทคนิคการสร้างความเข้าใจต่อสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ ๆ ที่มีผลเชิงพาณิชย์มากขึ้น หรือแม้แต่การศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณที่น่าสนใจ หากต้องการให้บังเกิดผลในการให้ข้อเสนอแนะระดับชาติ ควรวิจัยโดยใช้ประชากรจำนวนเพิ่มขึ้น หลากหลายกลุ่มอย่างกว้างขวางมากขึ้น รวมถึงใช้กลุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อศึกษาเชิงลึกให้มากขึ้น สำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ ก็คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรเน้นการจัดประสบการณ์ทางตรง ให้กับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และจัดประสบการณ์ทางอ้อมประกอบกันเป็น Edutainment หรือการให้ความรู้ที่มีความบันเทิงร่วมกัน

บทสรุป

ประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมที่บุคคลได้รับ รวมทั้งภูมิหลังของบุคคลอันได้แก่ สาขาวิชาและระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าทั้งสามด้านของลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม แต่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อลวดลายผ้ามัดย้อมเชิงวัฒนธรรม โดยกลุ่มบุคคลผู้มีประสบการณ์ทางอ้อมจะมีความคาดหวังสูง และเสนอแนะการประดิษฐ์บนพื้นฐานของข้อจำกัดของเทคนิค

มัตย์อ้อม ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนที่ดี การจัดกิจกรรมเชิงพาณิชย์ที่ดี ผู้ที่เกี่ยวข้องควรเตรียมการรับรู้จากประสบการณ์ทางตรงเป็นหลัก เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ชัดเจน และได้รับข้อเสนอแนะที่มีความเป็นไปได้ในการพัฒนางานในอนาคตอย่างแท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ ได้รับทุนสนับสนุนจากคณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ



References

- Amnouychai, P. (1997). **Feng Shui: Appearance School II (ฮวงจุ้ย :สำนักรูป
ลักษณะ II)**. Bangkok: Rungsang.
- Anderson, E. R. and Haer, F. J. (1972). Consumerism, Consumer Expectations,
and Perceived Product Performance. **Proceedings of the Third Annual
Conference of the Association for Consumer Research**, 1972: 67-79.
[Online]. Retrieved June 12, 2014 from [http://www.acrwebsit.org/search/
view-Conference-proceedings.aspx?ID=11992](http://www.acrwebsit.org/search/view-Conference-proceedings.aspx?ID=11992).
- Belfer, N. (1992). **Batik and Tie Dye Techniques**. New York: Dover.
- Dragicevic, M., Letunic, S., and Pisarovic, A. (2012). Tourists' Experiences and
Expectations towards Museums and Art Galleries-Empirical Research
Carried out in Dubrovnik. **Recent Advances in Business Management
and Marketing**: 225-232.
- Gleser, V. (1999). **Tie-Dye: The how-to book**. Summertown: Book Publishing
Company.
- Griggs, A. R. (2009). **Psychology a Concise Introduction** (2nd ed). New York:
Worth Publishers.
- Jatekatekij, J. (2012). Cultural Attaching into Product. **Industrial Journal
(อุตสาหกรรมสาร)**, 54: (November-December). [Online]. Retrieved
February 22, 2012 from [http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.
aspx?fileticket=xxNjMjA0](http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=xxNjMjA0).
- Jomnein, C., Jitra, W., Jantamard, C., and Moowipar, S., (1972). **Psychology
of Perception and Learning (จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้)**. Bangkok:
Karnsansanar.
- Kanchanarat, S. (2014). **Tie-Dye (มัดย้อม)**. Bangkok: Phabphim
- Keerati B. (1979). **Philosophy (ปรัชญาศิลปะ)**. Bangkok: Thaiwattanapanich.
- Khomjorn S. (2013). **Aesthetics, Principle of Art Theory, Theory of Visual Art,
Critical Art (สุนทรียศาสตร์ หลักปรัชญาศิลปะ ทฤษฎีทัศนศิลป์
ศิลปะวิจารณ์)** (2nd ed). Bangkok: V.Print

- Office of the Prime Minister. (n.d.). **Summary the Eleventh National Economic and Social Development Plan (2012-2016)**. Bangkok: National Economic and Social Development Board.
- Phantip, P. (2012). **Editor Talk. Industrial Journal** (อุตสาหกรรมสาร), 54: (November-December). [Online] Retrieved February 22, 2012 from <http://e-journal.dip.go.th/?LinkClick.aspx?fileticket=xxNimiA0olw%D&tabid=70>.
- Phramaha Dhammajari. (2007). **The Analytical Study of Philosophical Arts in Buddhadasa Bhikkhu's View** (การศึกษาวิเคราะห์ปรัชญาศิลปะตามทัศนะของพุทธทาสภิกขุ). Master's dissertation, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand.
- Phreyaporn, A. (2010). **Psychology of Education** (จิตวิทยาการศึกษา). Bangkok: Sorsombangkok Center.
- Praparnporn, T. (2009). **The Comparative Study of Tie-Dye Methods for Pattern Design Development of Tie-Dye Products** (การศึกษาเปรียบเทียบเทคนิควิธีการมัดย้อมเพื่อพัฒนาลวดลายผลิตภัณฑ์มัดย้อม). Master's dissertation, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok, Thailand.
- Saheed, Z. S. (2013). AdireTectile: A Culture Heritage and Entrepreneurial Craft in Egbaland, Nigeria. **International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research**, 1(1): 11-18.
- Sirong, K. (2012). Cultural Industrial. **Industrial Journal**, 54 (November-December). [Online]. Retrieved February 22, 2012 from <http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=xxNjMjA0olw%3D&tabid=70>.
- Too, L. (2005). TotalFengShui. San Francisco : Chronical Books.
- Wichai, L. (n.d.). **Decorative Fabric Dyeing** (การย้อมลายผ้า). Text Book Project of Faculty of Architecture of Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand.

