ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

STUDY AND DESIGN OF MON COMMUNITY ETHNIC IDENTITY AS PRODUCTS CORRELATION TOURISM IN LADKRABANG DISTRICT

นันทพร ไพรเวศ
NANTAPRON PRAIWET

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ.2562
KMITL-2019-ED-M-222-010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STUDY AND DESIGN OF MON COMMUNITY ETHNIC IDENTITY AS PRODUCTS CORRELATION TOURISM IN LADKRABANG DISTRICT

NANTAPRON PRAIWET

A THESIS SUBMITTE IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION
IN TECHNOLOGY OF INDUSTRIAL PRODUCT DESIGN
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG
2019

KMITL-2019-ED-M-222-010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COPYRIGHT 2019
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง
นักศึกษา	นางสาวนันทพร ไพรเวศ
รหัสประจำตัว	58603091
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2562
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิสักก์ สินธุภัค
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูล ภาคเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ โดยสัมภาษณ์นักพัฒนาชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ใช้สุ่มแบบเจาะจงตามคุณสมบัติประสบการณ์ จำนวนทั้งหมด 3 คน ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พัฒนาเป็นแบบร่างผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการออกแบบลวดลาย จำนวนทั้ง 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน โดยแสดงข้อเสนอแนะอย่างอิสระ จากนั้นจึงประเมินความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมชุมชนมอญเขตลาดกระบัง พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเขตลาดกระบัง เก็บข้อมูลเดือนตุลาคม พ.ศ.2562 จำนวน 2,116 คน โดยเฉลี่ยจำนวนสัปดาห์ละ 529 คน ประกอบด้วยนักท่องเที่ยว 4 ประเภทได้แก่ นักเรียนนักศึกษาที่มาทัศนะศึกษา คณะหน่วยงานต่างๆที่จัดมาศึกษาดูงาน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัว โดยผู้วิจัยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane กำหนดให้สัดส่วนของกลุ่มประชากรที่สนใจ เท่ากับ 0.5 ระดับความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 คน

ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังมีทั้งหมด 9 อย่าง ได้แก่ หงส์ ธงตะขาบ สไบมอญ เรือ มะตาด ฝักกระเจี๊ยว ดอกกระเจี๊ยบ ปลา นก ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์อัคลักษณ์ที่มีความโดดเด่นเป็นที่รู้จัก 3 อย่างเพื่อเป็นกรณีศึกษา คือ ธงตะขาบ ดอกกระเจี๊ยบ และนก โดยพัฒนาแบบร่างให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน จากนั้นผู้ทรงคุณวุฒิประเมินแบบได้ผลการออกแบบ พบว่า ได้นำอัตลักษณ์ทั้ง 3 อย่าง ไปออกแบบเข้ากับผลิตภัณฑ์ เสื้อยืดมีลักษณะเป็นการเลียนแบบการคล้องสไบของผู้ชายและผู้หญิงมอญ หมวกปีกตกแต่งด้วยลายดอกกระเจี๊ยบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และนก ผ้าพันคอออกแบบให้มีลักษณะเป็นสไบในรูปแบบใหม่ กระเป๋าผ้าตกแต่งด้วยสวดลายอัตลักษณ์มอญ และผ้าสไบออกแบบลวดลายใหม่ให้ดูน่าใช้มากขึ้น ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว เขตลาดกระบัง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.39, SD. = 0.27).

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์, กลุ่มชาติพันธุ์มอญ, เชื่อมโยงการท่องเที่ยว, การออกแบบเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis paper Title	A Study and design Mon community ethnic identity as Products Correlation Tourism in Ladkrabang District
Student	Nantaporn Praiwet
Student ID.	58603091
Degree	Master of Industrial Education
Program	Technology of Industrial Product Design
Year	2019
Thesis Paper Advisor	Asst. Prof. Dr. Apisak Sindhuphak
Thesis Paper Co-Advisor	Asst. Prof. Dr. Thanate Piromgarn

ABSTRACT

This research is a combined research. The objectives are 1) to study the identity of the Mon ethnic community in Ladkrabang area, 2) to design products from the Mon ethnic community identity in order to link the Ladkrabang tourism area, and 3) to assess the satisfaction. Of consumers towards products from the identity of the ethnic Mon community to connect tourism in the methods of research are as follows: The researcher studied the relevant documents and research and conducted the primary data study area by interviewing the Mon community developers in Ladkrabang district using random sampling according to the experience qualification. The total of 3 persons in product design. The researchers used the data from the interview to develop into a draft through advisors and experts. At the design qualification of 3 persons and 3 experts in product design by giving independent suggestions, then evaluating the satisfaction of the tourists who visit Mon community, Ladkrabang district, local museum, Ladkrabang district Data collected in October. In 2019, 2, 116 people, with an average number of 529 people per week, comprised of 4 types of tourists, which are students, studying views, faculties, agencies that organized studies, foreign tourists, and family tourists. The finished table of Taro Yamane requires that the proportion of the interested population equal to 0. 5, the expected mobile tolerance level 596 and the confidence level 9. 596 researchers were assigned a sample size of 222 people.

The result of the research shows that the identity of the Mon ethnic community in Ladkrabang District consists of 9 types, namely, Hong Kong flag, Sabah Mon, Matat boat, scalloped pods, okra flower and bird fish. As a case study, namely the white flag, okra, and bird, by developing a draft for the experts to evaluate, then the experts evaluate the form effectively Design found that the 3 identities were used to design the T-shirt products, which mimic the shawl of men and women. Mon

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

hats and brim decorated with okra and bird pattern. Scarf designed to look like a shawl in a new style the bag is decorated with the pattern identity chant and the shawl. New pattern designs are more attractive to use. The result of the evaluation of consumer satisfaction with the products the characteristics of the Mon ethnic community to link tourism in Ladkrabang are at the high level (X = 4. 39, SD = 0. 27),
Keywords: Identity Products, Mon Ethnic Groups, Tourism Links, Cultural Design for Tourism

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ครั้งนี้ ได้รับความกรุณาจาก ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ช่วยให้คำปรึกษา และผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ข้อเสนอแนะแก้ไข วิธีคิด กระบวนการต่างๆ ตลอดจนสรุปผลวิจัย ให้ความรู้ประสบการณ์ที่ดีในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง และคนในชุมชนชาติพันธุมอญเขตลาดกระบัง สำหรับข้อมูลด้านอัตลักษณ์มอญ ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญที่ช่วยประเมินคัดเลือกแบบร่างลวดลาย ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ช่วยประเมินคัดเลือกแบบร่างร่างผลิตภัณฑ์ และขอขอบคุณ ผศ. ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา ผศ. ดร.ศิริรัตน์ เพ็ชร์แสงศรี อาจารย์ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์ ผู้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามตลอดจนข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงผลงานจนสำเร็จ

สุดท้ายต้องขอขอบพระคุณ นายเทียนชัย ไพรเวศ และ นางรัตนา ไพรเวศ พ่อและแม่ของข้าพเจ้า ที่ช่วยสนับสนุนทุกอย่างทั้งกำลังใจ กำลังทรัพย์ ตลอดจนให้คำปรึกษาที่ดีเสมอมา และขอขอบคุณ นายธรัณวัส ตินตะบุตร พี่ชายของข้าพเจ้าที่ช่วยสนับสนุนทั้งกำลังใจและให้คำปรึกษามาโดยตลอด

นางสาวนันทพร ไพรเวศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... III
กิตติกรรมประกาศ.....V
สารบัญ.....VII
สารบัญภาพ.....VII
สารบัญตาราง.....XIII
บทที่ 1 บทนำ.....1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย.....1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....3
1.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....6
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย.....9
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....10

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....12
2.1 ศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมาของมอญ.....12
2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทางกายภาพ สิ่งแวดล้อม เขตลาดกระบัง.....28
2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร.....31
2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชน ประเพณี และการแต่งกาย.....33
2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อของชาวมอญ.....47
2.6 ศึกษาข้อมูลลวดลายจากวัตถุ และการประดับตกแต่งผ้า.....50
2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบศิลป์และจัดวางลวดลาย.....53
2.8 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนใกล้เคียง.....72
2.9 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบ.....74
2.10 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจิตวิทยาสี และเทรนด์สี.....76
2.11 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค.....81
2.12 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ.....85
2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....86

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....88
3.1 การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....88
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย.....90
3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....93
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....98
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....99

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....102
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบลวดลาย.....102
4.2 ผลการออกแบบลวดลายและและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ.....111
4.3 ผลประเมินความพึงพอใจ.....135

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....140
5.1 สรุปผลการวิจัย.....140
5.2 อภิปรายผล.....142
5.3 ข้อเสนอแนะ.....143

บรรณานุกรม.....144

ภาคผนวก.....145

ประวัติผู้เขียน.....209

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

2.1 หลักฐานแสดงความเป็นมาของอาณาจักรทวารวดี....13
2.2 อาณาจักรทวารวดี....13
2.3 สืบสานสงกรานต์มอญบางกระดี่....34
2.4 สรงน้ำพระสงฆ์และรดน้ำดำหัว....35
2.5 ประเพณีปล่อยนกปล่อยปลา....36
2.6 ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบ....37
2.7 ประเพณีการเล่นสะบ้า....38
2.8 ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ....40
2.9 จุดที่ใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์....54
2.10 เส้นเกิดจากจุดมาเรียงต่อกัน....55
2.10 เส้นตรงแนวนอน (Straight Line)....55
2.11 เส้นตรงแนวตั้ง (Upright-Straight Line)....56
2.12 เส้นตรงแนวเฉียง (Oblique Line)....56
2.12 เส้นโค้งปกติ (Curve Line)....57
2.13 เส้นโค้งงดงาม (S-Curve Line)....57
2.14 เส้นโค้งก้นหอย (Spiral Line)....57
2.15 เส้นหยัก (Zigzag)....58
2.16 รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form)....58
2.17 ลักษณะผิว (Texture)....59
2.18 บริเวณว่างหรือพื้นหลัง (Ground)....60
2.19 น้ำหนักอ่อนเข้ม (Value and Gradation)....60
2.20 แสงเงา (Light and Shadow)....61
2.21 เงาดำ (Silhouette)....62
2.22 การจัดวางตำแหน่งและการคัดเลือกขนาดของวัตถุลงในพื้นที่ว่าง....63
2.23 แนวคิดพื้นที่ 3 ส่วน....63

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

2.24 แนวคิดพื้นที่ 8 ใน 13 ส่วน....64
2.25 สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)....65
2.26 สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)....65
2.27 สมดุลแบบรัศมีหรือวงขด (Radial or Spiral).... 66
2.28 ความน่าสนใจของรูปแบบ (Attraction and Design Style)....66
2.29 เอกภาพ (Unity)....67
2.30 การจัดแบบนามธรรม (Abstract)....67
2.31 การจัดแบบวงกลม (Circle Shape)....68
2.32 ความกลมกลืนและขัดแย้ง (Harmony and Contrast) 69
2.33 การลดหลั่น (Gradation)....69
2.34 การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)....70
2.35 การเว้นช่องไฟ (Space)....70
2.36 การเพิ่มหรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)....71
2.37 การเน้น และการพัก (Stress and Relaxation).... 71
2.38 จังหวะก้าวหน้า หรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm or Flowing Rhythm)....72
2.39 การสลับ (Alternative Rhythm)....72
2.40 บรรจุภัณฑ์ “ไก”....73
2.41 กล่องใส่หมากฝรั่ง....73
2.42 สินค้าที่ระลึกจากจังหวัดลำปาง....74
2.43 วงจรสี....79
2.44 สีขั้นที่ 1....79
2.45 สีขั้นที่ 2....79
2.46 สีขั้นที่ 3....80
2.47 วรรณะของสี....80
2.48 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)....82

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

3.1 ค่าคะแนนความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด.....95
3.2 ค่ามาตราส่วนประมาณค่า.....95
3.3 กระบวนการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง.....101
4.1 งานเสน่ห์มอญวันวาน.....103
4.2 ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบ.....103
4.3 ประเพณีปล่อยนก.....104
4.4 อาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง.....104
4.5 ภาพแสดงผลลายดาวล้อมเดือน.....109
4.6 ธงตะขาบหมายเลข 1.....111
4.7 ธงตะขาบหมายเลข 2.....111
4.8 ธงตะขาบหมายเลข 3.....111
4.9 ธงตะขาบหมายเลข 4.....112
4.10 ธงตะขาบหมายเลข 5.....112
4.11 ธงตะขาบหมายเลข 6.....112
4.12 ธงตะขาบหมายเลข 7.....112
4.13 ธงตะขาบหมายเลข 8.....112
4.14 ธงตะขาบหมายเลข 9.....113
4.15 ธงตะขาบหมายเลข 10.....113
4.16 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 1.....113
4.17 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 2.....113
4.18 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 3.....114
4.19 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 4.....114
4.20 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 5.....114
4.21 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 6.....114
4.22 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 7.....115
4.23 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 8.....115

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

4.24 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 9.....115
4.25 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 10.....115
4.26 นกหมายเลข 1.....116
4.27 นกหมายเลข 2.....116
4.28 นกหมายเลข 3.....116
4.29 นกหมายเลข 4.....117
4.30 นกหมายเลข 5.....117
4.31 นกหมายเลข 6.....117
4.32 นกหมายเลข 7.....118
4.33 นกหมายเลข 8.....118
4.34 นกหมายเลข 9.....118
4.35 นกหมายเลข 10.....119
4.36 ประภทการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง.....119
4.37 แสดงการคัดรูปแบบลายเหลือ 3 รูปแบบ.....120
4.38 แสดงลายธงตะขาบรูปแบบที่ 1.....120
4.39 แสดงลายธงตะขาบรูปแบบที่ 2.....121
4.40 แสดงลายธงตะขาบรูปแบบที่ 3.....122
4.41 แสดงลายดอกกระเจี๊ยบรูปแบบที่ 1.....123
4.42 แสดงลายดอกกระเจี๊ยบรูปแบบที่ 2.....124
4.43 แสดงลายดอกกระเจี๊ยบรูปแบบที่ 3.....125
4.44 แสดงลายนกรูปแบบที่ 1.....126
4.45 แสดงลายนกรูปแบบที่ 2.....127
4.46 แสดงลายนกรูปแบบที่ 3.....128
4.47 ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง.....129
4.48 ผลิตภัณฑ์เสื้อจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ.....130
4.49 ผลิตภัณฑ์หมวกจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ.....131
4.50 ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่นจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ.....132
4.51 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ.....133
4.52 ผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ.....134
4.53 แสดงผลิตภัณฑ์เสื้อยืด.....135

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

4.54 แสดงผลิตภัณฑ์หมวก.....136
4.55 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่น.....137
4.56 แสดงผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้า.....138
4.57 แสดงผลิตภัณฑ์สไบมอญ.....139

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

2.1 การรวบรวมข้อมูลและถอดลวดลาย.....51
4.1 แสดงผลการรวบรวมข้อมูลและถอดลวดลาย.....105
4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ ด้วยทฤษฎี SWOT.....110
4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ ลวดลายธงตะขาบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 1.....120
4.4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ ลวดลายธงตะขาบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 2.....121
4.5 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ ลวดลายธงตะขาบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 3.....122
4.6 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ ลวดลายดอกกระเจี๊ยบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 1.....123
4.7 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ ลวดลายดอกกระเจี๊ยบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 2.....124
4.8 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ ลวดลายดอกกระเจี๊ยบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 3.....125
4.9 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ ลวดลายนก จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 1.....126
4.10 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ ลวดลายนก จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 2.....127
4.11 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ ลวดลายนก จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 3.....128
4.12 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนา ผลิตภัณฑ์เสื้อยืดจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว เขตลาดกระบัง จำนวน 3 ท่าน.....130
4.13 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนา ผลิตภัณฑ์หมวกจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว เขตลาดกระบัง จำนวน 3 ท่าน.....131

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่นจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จำนวน 3 ท่าน.....132
4.15 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จำนวน 3 ท่าน.....133
4.16 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จำนวน 3 ท่าน.....134
4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อยืดจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง.....135
4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หมวกจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง.....136
4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่นจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง.....137
4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง.....138
4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์สไบมอญจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง.....139

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มอญ เป็นชนชาติเก่าแก่ ที่มีอารยธรรมรุ่งเรืองไม่ว่าจะเป็น ภาษา เครื่องแต่งกาย อาหาร และวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งปัจจุบันคือตอนใต้ของประเทศพม่า โดยชาวมอญ อพยพจากถิ่นเดิมเข้ามายังแผ่นดินไทย เพราะถูกรุกรานจากอาณาจักรข้างเคียง มีหลักฐานกล่าวถึงเป็นครั้งแรกในปี พุทธศักราช 2082 เมื่อพระเจ้าตะเบงชเวตี้ทำสงครามชนะ มีอำนาจเหนืออาณาจักรหงสาวดี ชาวมอญจำนวนมากพากันอพยพหลบหนีเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย สาเหตุที่สำคัญคือการตกอยู่ภายใต้อำนาจการปกครองของพม่า ถูกบีบคั้นทางการเมือง ความเดือดร้อนจากการถูกกดขี่ เกณฑ์แรงงานไปใช้ในการก่อสร้าง ทำการเกษตรรวบรวมเสบียงอาหารให้กองทัพพม่าก่อนการยกทัพเข้าทำสงครามกับชาติต่างๆ และมีการอพยพเข้ามาอย่างต่อเนื่องอีกหลายครั้ง จนถึงปีพุทธศักราช 2367 ถือเป็นการอพยพเข้ามาอย่างเป็นทางการครั้งสุดท้าย การที่ชาวมอญเลือกอพยพเข้ามาในไทยมากกว่าประเทศอื่นๆนั้น เนื่องจากมอญมีอาณาเขตติดกับไทย สภาพภูมิอากาศ การประกอบอาชีพ อาหารการกิน วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีที่คล้ายกัน จึงสามารถปรับตัวได้ง่ายเมื่อเข้ามาอยู่ในไทย

ต่อมาในสมัยรัชกาลที่5 ได้มีการเพิ่มพื้นที่ทำนาสำหรับผลผลิตข้าวเพื่อการค้าและส่งออก โดยการชักชวนให้ชาวบ้านมาบุกเบิกที่ทำมาหากิน โดยนโยบายขุดคลองสายต่างๆ การงดเว้นการเก็บภาษีในระยะแรก และเก็บภาษีในอัตราลดหย่อนพิเศษกว่าพื้นที่ทำนาเก่าๆ ซึ่งประกอบกับ พื้นที่ทำนาของชาวมอญพระประแดงและสมุทรสาคร เริ่มแออัด จากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ชาวมอญพระประแดง และสมุทรสาคร โยกย้ายถิ่นฐานมายังย่านลาดกระบัง ซึ่งเกิดชุมชนมอญขึ้น 2 กลุ่ม คือ ชุมชนมอญลำกอไผ่วัดทิพพาวาส และชุมชนเลียบคลองมอญ วัดสุทธาโภชน์ เขตลาดกระบังเป็นพื้นที่ชานเมืองฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่กว้างเป็นอันดับสองใน 50 เขตของกรุงเทพมหานคร สภาพภูมิศาสตร์โดยทั่วไปเป็นท้องทุ่ง ประชากร 2 ใน 3 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยอาศัยคูคลองซึ่งมีอยู่ทั้งสิ้น 46 คลอง เป็นเสมือนเส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยงพืชพันธุ์เรื่อยมา และยังได้อาศัยคู่คลองเหล่านั้นในการสัญจรไปมาอีกด้วย โดยมีคลองที่ใหญ่และยาวที่สุดในเขตลาดกระบัง คือ คลองประเวศบุรีรมณ์ ซึ่งมีกำเนิดจากพระราชดำริในรัชกาลที่ 5 ให้เป็นรากฐานในการตั้งถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพทำนามาถึงปัจจุบัน จึงมีชุมชนอพยพเข้ามาตั้งรกรากทั่งชาวรามัญ ชาวมุสลิม ผนวกกับชุมชนที่อยู่ดั่งเดิม ทำให้เขตลาดกระบังมีประเพณีและกาละเล่นที่โดดเด่นให้ศึกษามากมาย เช่น ตักบาตรพระร้อยทางเรือ ตักบาตรน้ำผึ้ง แห่หงส์ธงตะขาบ การเล่นสะบ้า เป็นต้น

กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ได้ถูกคัดเลือก จากกรมส่งเสริมวัฒนธรรม ให้เป็นพื้นที่ดำเนินงานส่งเสริมวัฒนธรรมมอญต่างๆ แสดงให้เห็นถึงความพร้อมเพรียงของชุมชน โดยสามารถนำประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มาเป็นทุน ทางวัฒนธรรมของชุมชน ถือเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนที่เป็นรูปธรรม เช่น ล่องคลองประเวศฯเที่ยวเขตลาดกระบัง เป็นการล่องเรือเที่ยวคลองประเวศบุรีรมย์ชมบรรยากาศ ตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม้หัวตะเข้โบราณอายุร้อยกว่าปี ชิมของอร่อย ไปไหว้พระหลวงพ่อขาว เสี่ยงทายพระราหุล และที่สำคัญ คือ เปิดกรุเรือมาด วัดสุทธาโภชน์ ถือเป็นศูนย์รวมของชาวมอญลาดกระบัง สร้างโดยเจ้าจอมมารดากลิ่น พระสนมเอกในรัชกาลที่ 4 ซึ่งชาวลาดกระบังยกให้เป็น “คนดี ศรีลาดกระบัง” วัดแห่งนี้อยู่ที่พิพิธภัณฑ์เรือมาด ซึ่งเก็บรวบรวมเรือโบราณไว้กว่า 50 ลำ แต่ละลำอายุมากกว่า 40 ปี เมื่อถึงวันงานประเพณีจึงจะนำเรือเหล่านี้ออกมาใช้งาน เช่น งานประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ นอกจากนี้ ภายในวัดยังมีพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เขตลาดกระบัง จัดแสดงความเป็นมาของชุมชนชาวมอญในลาดกระบัง และงานฝีมือจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น เครื่องจักสาน เสื้อผ้าชาวมอญ เครื่องเบญจรงค์สำหรับจัดสำรับคาวหวาน สิ่งเหล่านี้นำไปสู่ความสำเร็จทางด้านรายได้ และความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของชุมชน และยังสามารถพัฒนาต่อยอดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย "มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. 2561) เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทางเศรษฐกิจ และมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้าบริการทางวัฒนธรรม รวมถึงการบูรณาการทำงานร่วมกับเครือข่ายทางวัฒนธรรมในพื้นที่ได้เป็นอย่างดีในรูปแบบต่างๆ

จากการลงพื้นที่ กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ผู้วิจับพบว่า ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง มีสถานที่ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวมากมาย เช่น ล่องคลองประเวศฯเที่ยวเขตลาดกระบัง เสน่ห์มอญวันวาน ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ งานวันชาติมอญ เป็นต้น ซึ่งแต่ละงานนี้มีผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนไม่น้อยเป็นที่รู้จักกันดี ในย่านลาดกระบัง ผู้วิจัยสังเกตได้ว่า กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ยังไม่มีผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนเป็นของตนเอง จึงทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในวงกว้าง จากผลสำรวจธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี จากในปี 2545 มีจำนวนเงิน 323.5 พันล้านบาท ปี 2550 เป็น 547.8 พันล้านบาท ปี 2555 เพิ่มเป็น 592.8 พันล้านบาท และในปี 2558 เป็น 645.5 พันล้านบาทตามลำดับ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีระยะเวลาการพักอยู่โดยเฉลี่ย 7-10 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 35,000 บาท โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวต่อคนจะใช้จ่ายในการซื้อสินค้าไม่น้อยกว่าหนึ่งพันบาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2558) นั่นหมายถึงว่ารายได้จากธุรกิจสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว จะมีมูลค่าไม่น้อยกว่าหนึ่งถึงสองหมื่นล้านบาทต่อปี ฉะนั้นกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการหรือกลุ่มอาชีพประจำจังหวัดต่างๆ จึงควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากเพื่อการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยการนำต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าความรู้ทางภูมิปัญญา ไม่ว่าจะเป็นศิลปหัตถกรรมพื้นเมือง หรือ ประเพณี ความเชื่อต่างๆ ของแต่ละจังหวัด และแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมาพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากแนวเหตุผลและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง เป็นแหล่งเชื่อมโยงการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมหลายๆด้าน มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ที่สามารถนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ให้มีส่วนร่วมกับภาครัฐและเอกชน ผู้วิจัยเห็นความสำคัญในการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง โดยได้เข้าไปศึกษากับกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังร่วมคิดและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จะทำให้ทราบถึงปัญหาและแก้ปัญหาได้ตรงจุด จนเกิดรูปแบบใหม่ๆของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ที่มาจากความคิดเห็นของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างแท้จริงอันจะส่งผลละให้คนในกลุ่มในชุมชนได้ตระหนักถึงคุณค่าและเกิดความภาคภูมิใจร่วมกัน และเป็นการสร้างโอกาสให้สมาชิกทุกคนของชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือและเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการในดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมประเพณีอัตลักษณ์ชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

1.2.2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

1.3 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในงานวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1.3.1 กรอบแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมประเพณีอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิด ดังนี้

1. กรอบแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

(ไพโรจน์ ธีระประภา. 2558) ได้กล่าวถึงความหมายของอัตลักษณ์ไทยว่า หมายถึง ความเป็นตัวตนอย่างไทยเป็นการสะท้อนชีวิตประจำวัน หรือ วิถีชีวิตแบบไทย โดยสามารถหาอัตลักษณ์ไทยได้จากสิ่งที่รายล้อมรอบตัวเรา เช่น ศิลปะไทยลายไทย เกษตรกรรม วัสดุจากธรรมชาติ การบรรจุ การใช้เครื่องมือ การใช้สีที่มาจากภูมิปัญญา การใช้ตัวอักษรดั้งเดิมแบบไทย ความอารมณ์ดี และความสนุกสนานของคนไทย เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเสน่ห์ของไทยทั้งสิ้นและเมื่อนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักมองหาสิ่งที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของสถานที่ที่ไปเยือนผู้ผลิตสินค้าจึงต้องคำนึงถึงความเป็นตัวตนที่เรียกว่า“อัตลักษณ์” ซึ่งเป็นสิ่งเฉพาะที่มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ยิ่งสามารถระบุได้ว่าเป็นสิ่งที่มีเฉพาะสถานที่นั้นๆ ก็ย่อมสร้างคุณค่าให้กับผู้ซื้อและสร้างความประทับใจให้กับผู้รับได้มากขึ้น ซึ่งการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ไทยกับสินค้าสามารถมีได้หลายรูปแบบดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 การนำภาพเลียนแบบวัสดุธรรมชาติมาพิมพ์ลงบนสินค้า เช่น การใช้ภาพถ่าย หรือภาพวาดของไผ่หวายใบตองใบมะพร้าวใบตาล หรือวัสดุธรรมชาติเฉพาะของแต่ละถิ่นมาเป็นส่วนหนึ่งของสินค้า ใช้เป็นลวดลายบนบรรจุภัณฑ์

1.2 การใช้วัสดุจริงจากธรรมชาติมาประกอบบนสินค้า เช่น เชือกกล้วย ใบตาลแห้ง ไผ่หวายใบและกะลามะพร้าว หรือ วัสดุของแต่ละท้องถิ่นที่มีความคงทนและหาง่าย

1.3 การเลียนแบบกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิม เช่น การห่อรัดมัดร้อยกลัดพัน การทำกระทง และการจักสาน

1.4 การใช้สีแบบดั้งเดิม เช่น สีบนจิตรกรรม สถาปัตยกรรม ศิลปวัตถุ หัวโขน สีเบญจรงค์ หรือ สีจากต้นไม้พืช ผัก ผลไม้ พื้นบ้านของไทย

1.5 การใช้ตัวอักษรแบบดั้งเดิม ได้แก่ การใช้ตัวอักษรแบบลายมือและตัวอักษรแบบคัดลายมือหรือตัวอาลักษณ์เป็นตัวอักษรที่เกิดจากการคัดลายมือจากปากกาโบราณ นิยมใช้กับงานที่เป็นทางการให้ความรู้สึกถึงความเป็นพิธีในแบบฉบับไทย นอกจากนี้ยังให้ความรู้สึกถึงความน่าเคารพและการให้เกียรติกัน

1.6 การใช้สัญลักษณ์แบบดั้งเดิม เช่น สัญลักษณ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร หรือ ตราประจำหน่วยงาน เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพมาตรฐานให้น่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง

1.7 การใช้การจัดวางแบบดั้งเดิม (กุลนิดา เหลือบจำเริญ. 2553)

- การจัดวางแบบสมมาตร (Symmetry) เป็นการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ให้เท่ากันทั้งสองข้าง ซึ่งเป็นหลักการจัดองค์ประกอบแบบดั้งเดิมของไทยที่ มักพบเห็นตามจิตรกรรมที่บานประตูวัดหรือลายรดน้ำต่างๆ

- การจัดวางแบบซ้ำ (repetition) เป็นเอกลักษณ์การจัดวางของไทยที่พบในจิตรกรรมไทยเช่น เดียวกับการจัดวางแบบสมมาตร เช่น การเขียนภาพเทพชุมนุมที่มีเทพหลายองค์จัดวางแบบซ้ำกันเป็นแถวหรือการใช้ภาพลายไทยต่างๆ มาเรียงต่อกันเป็นแถวทิ้งระยะห่างเท่าๆ กันจนเกิดเป็นลวดลายที่มีการจัดวางเป็นแบบแผน (pattern)

1.3.2 กรอบแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิด ดังนี้

1. กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว เป็นแนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ที่ควบคู่ไปกับแนวคิดอรรถประโยชน์ สุนทรียศาสตร์ เป็นเรื่องเกี่ยวกับความงามซึ่งเป็นสิ่งที่ลึกซึ้งและมีในทุกสิ่งที่ปรากฏทั้งทางกายภาพและจินตนาการเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึกของมนุษย์ที่ว่าด้วยคุณค่าทางความงาม 2 ประการ คือ คุณค่าภายนอกตัวซึ่งเกี่ยวกับการมองเห็นวัตถุสิ่งของและคุณค่าภายในตัวเกี่ยวกับการเห็นคุณค่าจากเนื้อใน (กำจร สุนพงษ์ศรี, 2556) การออกแบบตามหลักสุนทรียศาสตร์ จะทำให้นักท่องเที่ยวมองเห็นรูปลักษณ์ภายนอกที่งามตา และความหมายที่แฝงอยู่ในตัวผลิตภัณฑ์ที่แสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างลงตัว ส่วนอรรถประโยชน์นั้นคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้รับ หรือการใช้สอยจากสิ่งของเหล่านั้น เป็นการกระทำที่ก่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่คนหมู่มาก (Bentham, 2007) เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ เช่น ซื้อเพื่อเป็นของฝาก ดังนั้น การออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว จึงเป็นการออกแบบที่มุ่งเน้นความงาม และการใช้สอยเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2. กรอบแนวคิดด้านการออกแบบประยุกต์ลวดลาย

การออกแบบประยุกต์ลวดลายผู้วิจัยอาศัยแนวความคิดในการออกแบบอัตลักษณ์ของ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์.2547:74-80) มีทั้งหมด 11 ด้านโดยผู้วิจัยหยิบยกมาเป็นแนวทาง 6 ด้านดังนี้

2.1 มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) โดยผู้วิจัยนาเอาลวดลายที่ได้แรงบันดาลใจจากศิลปวัฒนธรรมมอญ มาสร้างอัตลักษณ์ความตัวตนของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ให้เกิดความเฉพาะตัวในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจาและรับรู้ได้ถึงความแตกต่าง

2.2 เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า (Value) นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบโดยคำนึงถึงคุณค่า ความมีพลังของรูปลักษณ์ที่จะสามารถดึงดูดให้ผู้พบเห็นสะดุดตาและเกิดความสนใจ ใคร่อยากรู้ถึงที่มาและความหมายของลวดลายที่ปรากฏ

2.3 มีความแตกต่าง (Differentiate) นำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ลวดลายให้เกิดความแตกต่างจากประโยชน์หน้าที่เดิม เป็นรูปแบบลวดลายใหม่ที่มีความแปลกตา แต่ยังคงเค้าความเป็นอัตลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังอย่างเด่นชัด ไม่ซ้ำซากจำเจ และสามารถแยกออกจาก รูปแบบโดยทั่วไปได้อย่างชัดเจน

2.4 สื่อสารแตกต่างกัน (Tone of Voice) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ลวดลายที่สามารถ สื่อสารหรืออธิบาย ถึงความหมายภายในตัวลวดลายเอง โดยอาศัยคุณลักษณะของลวดลายที่นำมาเป็นแรงบันดาลใจและประยุกต์ผสมผสานเข้ากับด้านอื่นๆของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ให้สามารถบอกเล่าเรื่องราวและความหมายแฝง เป็นการสร้างจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปใช้

2.5 มีความงามเป็นเลิศ (Graphic Excellence) พัฒนาลวดลายโดยคำนึงถึงความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย มีความเหมาะสม และเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายให้แก่องค์กรในท้องถิ่นสามารถนำไปใช้และพัฒนาให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนได้

2.6 ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย (Longevity) นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายให้มีความร่วมสมัย ไม่ยึดติดกับกระแสค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีความเป็นตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์เข้าได้กับทุกยุค และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดกับหลายๆผลิตภัณฑ์

3. กรอบแนวคิดในการออกแบบเกี่ยวกับอารมณ์

(Emotional Design) ของ (Donald A. Norman. 2004) โดยผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาทั้งหมด 3 ด้านดังนี้

3.1 ด้านความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness) นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ให้มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภคจากความรู้สึกแรกเห็นผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบ โดยมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้น่าดึงดูดใจจาก 4 อารมณ์ความรู้สึก คือ ความน่าประทับใจ ความประหลาดใจ ความซาบซึ้งใจ และความตลกขบขัน

3.2 ด้านลักษณะการใช้งาน (Functional) เป็นการกระตุ้นอารมณ์ผู้บริโภคจากความรู้สึกเมื่อได้มองและจับต้องหรือใช้งานผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของผู้บริโภค (Behavior) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางการออกแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสำคัญควบคู่ไปกับความสวยงามและความน่าสนใจ โดยผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่จะออกแบบนี้ต้องใช้สอยได้อย่างมีประสิทธิภาพตามรูปแบบของการใช้งานผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ มีความเหมาะสม สะดวกสบาย เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

3.3 ด้านภาพลักษณ์ (Image) อันเป็นสิ่งที่จะสร้างความรู้สึกเชื่อมั่นให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน (Reflection) และทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบโดยให้ความสำคัญกับความแข็งแรงทนทาน ไม่เป็นอันตราย และเข้ากับบริบทการใช้งานในยุคปัจจุบัน

1.3.3 กรอบแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิด ดังนี้

ผู้วิจัยได้นำแนวทางการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P ของ (Philip Kotler. 2005) มีทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาขึ้น ว่าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด ทั้งในด้านความดึงดูดใจ ด้านประโยชน์ใช้สอยหรือการใช้งาน และด้านภาพลักษณ์หรือความไว้วางใจต่อผลิตภัณฑ์ สามารถนำเอาลวดลายอัตลักษณ์ที่จากกลุ่มชนชาติพันธุ์มอญมาผสมผสานลงในผลิตภัณฑ์ได้อย่างสวยงาม เหมาะสม ลงตัว และควรปรับปรุงแก้ไขในด้านใดเพื่อลดข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมจ่ายได้หรือไม่ พึงพอใจอยู่ในระดับใด และราคาที่เหมาะสมนั้นควรปรับให้อยู่ที่ประมาณเท่าไร

3. สถานที่ (Place) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ว่ามีความเหมาะสมและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากน้อยเพียงใด

4. การส่งเสริมสินค้า (Promotion) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ซึ่งกิจกรรมนี้จะสิ่งที่ช่วยส่งเสริมในการสร้างยอดขายและทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เพื่อสื่อสารและดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ โดยจะนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาว่าผู้บริโภคพึงพอใจต่อการส่งเสริมสินค้าอยู่ในระดับใด

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้แบ่งขอบเขตของการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน โดยแบ่งออกเป็นด้านต่างๆดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเรื่องศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ทฤษฎี เอกสาร ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และได้กำหนดเนื้อหาของการวิจัยดังนี้

1.4.1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยมีขอบเขตดังนี้

ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมมอญจาก เอกสาร หนังสือ สื่อต่างๆ ในด้านของประวัติศาสตร์มอญโดยรวมและจากการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล สำรวจและถ่ายภาพ รวมถึงสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่ประจำโบราณสถานในท้องถิ่นที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวศิลปวัฒนธรรมและสามารถให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ลวดลายเบื้องต้นได้

1.4.1.2 ขอบเขตด้านเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

(1) ผู้วิจัยทำการออกแบบและพัฒนาลวดลายโดยนำแรงบันดาลใจจากศิลปวัฒนธรรมมอญและอัตลักษณ์โดดเด่นต่างๆของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมมาได้ เพื่อนำมาพัฒนาออกแบบให้เกิดลวดลายที่แปลกใหม่ สวยงาม น่าสนใจและสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างของตน สร้างความน่าจดจำให้แก่ผู้พบเห็นและผู้บริโภค เป็นการสรุปองค์ความรู้และเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายให้แก่ชุมชนไว้เป็นแนวทางในการนำไปเป็นทางเลือกในการประยุกต์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนต่อไปในอนาคต เพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนและสามารถยืนหยัดด้วยตนเองต่อไปได้

(2) ผู้วิจัยทำการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญโดยประยุกต์ลวดลายที่ออกแบบขึ้นให้สะท้อนถึงตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง จากต้นทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์เพื่อออกแบบจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมมาได้ เป็นการอนุรักษ์ถ่ายทอดศิลปะท้องถิ่น ยกระดับกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังให้เป็นที่รู้จักและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยสร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

1.4.1.3 ขอบเขตด้านเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 สำรวจระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาขึ้น

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาข้อมูล ดังนี้

พื้นที่ในการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากชุมชนที่ใช้เป็น กรณีศึกษาในงานวิจัย ได้แก่ ชุมชนเลียบคลองมอญเขตลาดกระบัง และชุมชนมอญลำกอไผ่ โดยมีเกณฑ์การพิจารณา คือ เป็นชุมชนที่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.5.2 วิเคราะห์ความเป็นไปได้และความเหมาะสมในการออกแบบ

1.5.5.3 กำหนดแนวทางในการออกแบบ

1.5.6 ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาลวดลาย

1.5.6.1 แบบร่างลวดลายครั้งที่ 1 ตามแนวทางการออกแบบที่ตั้งไว้

1.5.6.2 แบบร่างลวดลายครั้งที่ 2 โดยนำแบบร่างลวดลายครั้งที่ 1 มาพัฒนาต่อให้สมบูรณ์

1.5.6.3 คัดเลือกลวดลายที่พัฒนาสมบูรณ์แล้วพร้อมนำไปใช้งาน

1.5.6.4 จัดเก็บเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายสำหรับผู้ผลิตในชุมชนนำไปเป็นทางเลือกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.5.7 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์

1.5.7.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการออกแบบ

1.5.7.2 วิเคราะห์คุณสมบัติของวัสดุเพื่อนำไปใช้ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

1.5.7.3 กำหนดแนวทางในการออกแบบ

1.5.8 ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนา

1.5.8.1 แบบร่างครั้งที่ 1 ตามแนวทางการออกแบบที่ตั้งไว้

1.5.8.2 แบบร่างครั้งที่ 2 โดยนำแบบร่างครั้งที่ 1 มาพัฒนาต่อให้สมบูรณ์

1.5.8.3 คัดเลือกแบบร่างเพื่อนำไปสร้างเป็นแบบจำลอง

1.5.8.4 สร้างแบบจำลองเพื่อทดสอบความเป็นไปได้ในด้านต่างๆ

1.5.8.5 สรุปผลเพื่อนำไปสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

1.5.9 ขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

1.5.9.1 ประเมินระดับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคที่สนใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

1.5.9.2 สรุปผลและชี้แจงข้อเสนอแนะ

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่แสดงสัญลักษณ์แทนชุมชน ทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดในทางเดียวกัน สร้างการจดจำ และทำให้การท่องเที่ยวมีอรรถรสและเกิดทัศนียภาพที่สวยงามให้กับชุมชน

อัตลักษณ์ชุมชน หมายถึง ลักษณะเฉพาะอันเป็นตัวตน ที่แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะที่แตกต่าง ของแต่ละพื้นที่ แต่ละภูมิภาค หรือแต่ละชุมชน ที่มีไม่เหมือนกัน เป็นผลให้เกิดข้อได้เปรียบแก่ท้องถิ่นนั้นๆ ที่สามารถนำความแตกต่างนี้มาใช้ประโยชน์ในการสร้างความโดดเด่น ความน่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้แก่ท้องถิ่น เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างอาชีพ ตลอดทั้งยังสามารถดึงมาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการของชุมชนได้อีกด้วย

กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง หมายถึง กลุ่มชาวมอญที่ขยายตัวมาจากพระประแดงและสมุทรสาคร เนื่องจากในสมัยราชกาลที่ 5 มีการขุดคลองเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย เพิ่มพื้นที่ทำนาผลิตข้าว ทางการชวนชาวบ้านบุกเบิกที่ทำกินด้วยการงดเว้นการเก็บภาษีในระยะแรก และเก็บในอัตราลดหย่อนพิเศษกว่าพื้นที่ทำนาเก่าๆ ชาวมอญบางส่วนจึงย้ายมาทำนาปลูกข้าวและมาลงหลักปักฐานที่ย่าน ลาดกระบัง จึงเกิดชุมชนชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง กรุงมหานคร

เชื่อมโยงการท่องเที่ยว หมายถึง การร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในพื้นที่เขตลาดกระบังได้กำหนดจัดการท่องเที่ยวตามลอยวิถีชุมชนในเขต ลาดกระบัง ตามโครงการพัฒนาชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวด้วยมิติทางวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์ฟื้นฟูงานวัดซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีประวัติความเป็นมาอันยาวนานที่สะท้อนให้เห็นถึงมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่ เป็นการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม ในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบสาน ปกป้องคุ้มครอง จารีตประเพณี ภูมิปัญญา และศิลปวัฒนธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาครั้งนี้ โดยแบ่งสาระสำคัญของข้อมูลตามลำดับดังนี้

2.1 ศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมาของมอญ
2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทางกายภาพ สิ่งแวดล้อม เขตลาดกระบัง
2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชน ประเพณี และการแต่งกาย
2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อของชาวมอญ
2.6 ศึกษาข้อมูลลวดลายจากวัตถุ และการประดับตกแต่งผ้า
2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบศิลป์และจัดวางลวดลาย
2.8 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนใกล้เคียง
2.9 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบ
2.10 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจิตวิทยาสี และเทรนด์สี
2.11 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค
2.12 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ
2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์มอญ

2.1.1 ที่มาของคำว่ามอญ ไทยรามัญ

นักภูมิศาสตร์อาหรับบางท่านเรียกมอญว่า รามัญประเทศ (Ramannadesa) ซึ่งหมายถึง "ประเทศมอญ" คำนี้เพี้ยนมาจากคำศัพท์โบราณของ มอญ คือ "รามัญ" (Rmen) ซึ่งเป็นคำที่ใช้เรียกตัวเองของมอญ แต่พม่าเรียกมอญว่า "ตะเลง" (Talaing) ซึ่งเพี้ยนมาจากคำว่า Telangana อันเป็นแคว้นหนึ่งทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศอินเดีย ส่วนนาม รามัญ พบเก่าสุดในมหาวังสะของสิงหล ในสมัยพระเจ้าจั่นซิตาแห่งพุกาม พบคำนี้ในศิลาจารึกมอญ เขียนออกเสียงว่า รมีง ซึ่งในจารึกนั้น ก็พบคำเรียกพม่าอ่านว่า มิรมา อีกด้วย ส่วนในสมัยหงสาวดี พบจารึกแผ่นทองเขียนอ่านว่า รมัน คล้ายกับที่ไทยเรียก รามัญ ส่วนในเขตรามัญเทสะ จะเรียกว่า มัน หรือ มูน ซึ่งใกล้กับคำว่า มอญ ในภาษาไทย (พงศกร เบ็ญจขันธ์, 2556)

2.1.2 ประวัติความเป็นมา

ที่ตั้งของอาณาจักรมอญนั้น สามารถแยกออกเป็น 2 พื้นที่ คือ มอญในดินแดนไทย และมอญในดินแดนพม่า จากการศึกษาเท่าที่มีหลักฐาน พบว่าการตั้งอาณาจักรในอดีตนั้นมิได้แยกออกจากกันโดยชัดเจน มีพื้นที่ซ้อนทับกันลื่นไหลไปตามศูนย์กลางของอำนาจ บางครั้งขยายใหญ่กินพื้นที่

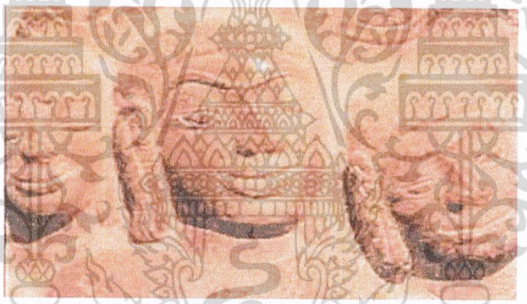
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กว้างครอบคลุมเมืองเล็กเมืองน้อย บางครั้งลีบเล็ก เมื่อเมืองเล็กเมืองน้อยตั้งตนเป็นอิสระ หรือเปลี่ยนแปลงตนเองเข้าหาขั้วอำนาจอื่น เป็นไปตามความสามารถของผู้นำอาณาจักร สภาวะเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในขณะนั้น

มอญในดินแดนไทยนั้นอยู่ในข้อสันนิษฐานข้างต้น กล่าวคือเป็นการแผ่อำนาจการปกครองของมอญจากดินแดนพม่า ศิลปวัฒนธรรมและการเมืองมอญจึงอิทธิพลต่อประชากรในดินแดนส่วนที่เป็นประเทศไทยปัจจุบัน โดยที่ประชากรในพื้นที่นี้ยังเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ดั้งเดิม ได้แก่ มอญ ไทย (สยาม) คนพื้นเมือง เป็นหลัก นอกนั้นเป็นชาวต่างชาติ เช่น จีน อินเดีย ซึ่งเข้ามาติดต่อค้าขาย และเผยแผ่ศาสนา เป็นต้น และต่างยอมรับในวัฒนธรรมมอญที่เป็นวัฒนธรรมสูงกว่า ในด้านศาสนา ตัวอักษร และวัฒนธรรม ผู้นำอาณาจักรอาจเป็นชาติพันธุ์มอญ หรืออาจเป็นชาติพันธุ์พื้นเมืองที่ผู้นำอาณาจักมอญในดินแดนพม่า (มอญ) แต่งตั้งให้ปกครองกันเอง

2.1.2.1 มอญยุคทวารวดี

พงศาวดารทั้งของพม่าและของไทย ยืนยันว่าอารยธรรมมอญรุ่งเรืองในพม่าตอนล่างก่อนพุทธศตวรรษที่ 14 แต่ขาดหลักฐานในส่วนรายละเอียดทางฝั่งพม่า ทั้งนี้เนื่องจากการขุดค้นและศึกษาหลักฐานโบราณคดีทางพม่ามีน้อย ซึ่งในบริเวณพม่าตอนล่างในปัจจุบันยังไม่เคยมีการขุดค้นหรือการศึกษาที่เป็นระบบ หลักฐานทางโบราณคดีส่วนใหญ่จึงเป็นทางด้านไทย ทำให้นักวิชาการส่วนใหญ่สันนิษฐานว่าอารยธรรมมอญยุคแรกเริ่มอยู่ที่ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา แต่มีความเป็นไปได้ว่าทั้งลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและทางพม่าตอนล่างเป็นแหล่งอารยธรรมที่เจริญรุ่งเรืองควบคู่กันมา



ภาพที่ 2.1 หลักฐานแสดงความเป็นมาของอาณาจักรทวารวดี
ที่มา : พรรณิกา เวลเดส. 2556

ภาพที่ 2.2 หลักฐานแสดงความเป็นมาของอาณาจักรทวารวดี
ที่มา : พรรณิกา เวลเดส. 2556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จดหมายเหตุการณ์เดินทางของพ่อค้าและขุนนางราชวงศ์ถัง พ.ศ. 1132-1405 และบันทึกของพระถังซำจั๋งพระสงฆ์ชาวจีนที่เดินทางจากจีนไปอินเดียในพุทธศตวรรษที่ 12 ได้กล่าวถึงรัฐชาวพุทธแห่งหนึ่งชื่อโตโลโปตี ซึ่งแซมวล บีล (Samuel Beal) นักประวัติศาสตร์ชาวอเมริกันได้ตีความชื่อนี้เป็นภาษาสันสกฤตว่า ทวารวดี และเสนอว่ารัฐนี้อยู่ในภาคกลางประเทศไทย ส่วนปอล เปลลิโอต์ นักวิชาการชาวฝรั่งเศสเสนอสมมติฐานว่าประชากรของอาณาจักรนี้เป็นมอญ และหลังจากการค้นพบจารึกภาษามอญโบราณในภาคกลางของประเทศไทย ทำให้พบว่าภาษามอญเป็นภาษาเดียวที่มีการจารึกในยุคนี้และในบริเวณนี้ ทำให้ข้อสันนิษฐานข้างต้นน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

คำว่า "ทวารวดี" มาจากชื่อที่ปรากฏบนเหรียญเงิน 2 เหรียญ ซึ่งพบที่พระปฐมเจดีย์ในจังหวัดนครปฐม และที่อินทร์บุรีใกล้จังหวัดลพบุรี เป็นคำจารึกภาษาสันสกฤตว่า "ศรีทวารวดี ศวรปุณยะ" มีความหมายว่า "พระเจ้าศรีทวารวดีผู้มีบุญอันประเสริฐ" นอกจากนี้ยังได้พบจารึกชื่อ "ทวารวดี" บนฐานบัวศิลาทรายแดงรองรับพระพุทธรูปที่วัดจันทึก อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา อายุประมาณพุทธศตวรรษที่ 12ส่วนนักประวัติศาสตร์ศิลปะได้เรียกชื่อศิลปะแบบมอญในช่วงเวลานี้ที่พบในประเทศไทยว่า "ทวารวดี"

รัฐทวารวดีมีอำนาจทางการเมืองอยู่ระหว่างพุทธศตวรรษที่ 11 และพุทธศตวรรษที่ 12 คาดว่ามีศูนย์กลางอยู่บริเวณเมืองนครชัยศรี ประกอบด้วย "บ้านพี่เมืองน้อง" ซึ่งมีโครงสร้างวัฒนธรรมเดียวกัน แต่ก็มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น ลักษณะทางสังคมเช่นนี้ทำให้อารยธรรม "ทวารวดี"ถูกกลืนไปกับวัฒนธรรมท้องถิ่นกระทั่งเกิดอารยธรรมลักษณะเฉพาะตนขึ้นในประเทศไทย ซึ่งปิแอร์ ดูปองต์ นักวิชาการชาวฝรั่งเศสให้เหตุผลการสูญสิ้นของรัฐทวารวดีว่าเกิดจากการรุกรานของกองทัพพระเจ้าสูรยวรมันที่ 1 (พ.ศ. 1544-1593) จากเขมร ส่วนฌอง บวสเซอลิเยร์นักวิชาการชาวฝรั่งเศสเชื่อว่าเป็นกองทัพของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 เข้ามารุกรานเมื่อราว พ.ศ. 1724 ถึงประมาณ พ.ศ. 2267 แต่ เอมมานูเอล จียอง นักวิชาการอีกท่านหนึ่งชาวฝรั่งเศสคิดว่าเป็นการค่อยๆ ซึมซับทางวัฒนธรรม และกลืนกันไปในที่สุดมากกว่า

นักวิชาการส่วนมากเชื่อว่านครชัยศรีเป็นเมืองหลวงของ "รัฐทวารวดี" ซึ่งมีพระปฐมเจดีย์เป็นศูนย์กลางและมีเจดีย์พระปะโทนเป็นองค์ประกอบอยู่ด้านตะวันออก แต่ฌอง บวสเซอลิเยร์ และ ควอริทช์ เวลส์ นักประวัติศาสตร์ชาวอังกฤษมีความเห็นว่าอู่ทองเป็นเมืองหลวงและยังเก่าแก่กว่าด้วย ผังเมืองนี้เป็นรูปวงรีแบบผังเมืองของมอญ พบเครื่องมือหินใหม่ซึ่งแสดงว่าเป็นแหล่งที่มีการตั้งถิ่นฐานมานานมากแล้ว นอกจากนี้ยังพบแผ่นทองแดงจารึกชื่อกษัตริย์สององค์คือ พระเจ้าหรรษะวรมัน (Harshavarman) และพระเจ้าอีศานวรมัน (Isanavarman) ซึ่งอาจจะแสดงถึงความเป็นเครือญาติกับราชวงศ์เขมรในยุคเดียวกัน นอกจากนี้มีจารึกเขมร ในยุคเดียวกัน กล่าวถึงพวกมอญด้วยชื่อโบราณว่า รามัญ หรือ รมัญ

หลักฐานภาพถ่ายทางอากาศพบว่าในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา มีเมืองรูปวงรีแบบเดียวกัน ที่มีผู้อยู่อาศัยมาตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 6-11 เป็นจำนวนกว่า 20 เมือง เมืองสำคัญในภาคกลางเช่น เมืองอู่ทอง เมืองสุพรรณบุรี เมืองสังขละบุรี เมืองคูบัว เมืองราชบุรี เมืองลพบุรี เมืองนครปฐม เมืองดงศรีมหาโพธิ์ และเมืองศรีเทพ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ เมืองเสมา เมืองพุทไธสง เมืองฟ้าแดดสงยาง เมืองนครจำปาศรีนาดูน และเมืองกันทรวิชัย ในภาคเหนือได้แก่ เมืองหริภุญไชย เมืองศรีสัชนาลัย และเมืองพิษณุโลก ในภาคใต้ได้แก่ เมืองนครศรีธรรมราช เมืองไชยา เมืองสะทิงพระ เมืองยะรัง กระทั่งในยุคต่อมาคือพุทธศตวรรษที่ 13-14 พงศาวดารปากลัดยังได้กล่าวถึงหัวเมืองมอญ 3 แห่ง คือ เมืองพะสิม เมืองพะโค และ เมืองมะตะบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับประชากรของเมืองเหล่านี้ส่วนใหญ่คงเป็นมอญ และคงมีชนชาติอื่นๆ ปะปนอยู่ด้วย ได้แก่ ไทย (สยาม) เป็นหลัก นอกนั้นเป็นชาวต่างชาติ เช่น จีน อินเดีย ซึ่งเข้ามาติดต่อด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

ความสำคัญของเมืองเหล่านี้เกิดจากจากความอุดมสมบูรณ์ทางด้านเกษตรกรรมเพราะมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะแก่การปลูกข้าว และมีชัยภูมิอยู่ในศูนย์กลางของเส้นทางการค้าโดยรวมและการค้าขายทางทะเล การหลั่งไหลแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นจากการค้นพบโบราณวัตถุจำนวนมาก ซึ่งมีอิทธิพลศิลปะอินเดียทั้งในศาสนาพุทธ และศาสนาพราหมณ์ ศิลปะนี้มีวิวัฒนาการต่อมาจนถึงประมาณพุทธศตวรรษที่ 15 ศึกษาได้จากเสมาหินที่พบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย รูปแบบและคติในการสร้างที่คล้ายคลึงกันกับของอาณาจักรสะเทิมในพม่าตอนล่าง ซึ่งพิสูจน์ถึงความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างกันรวมทั้งมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเดียวกันระหว่างประชากรทั้งสองกลุ่ม

ส่วนจารึกภาษามอญที่เก่าแก่ที่สุดคือจารึกสองชิ้นพบที่วัดโพธิ์ร้าง จังหวัดนครปฐม ซึ่งเอมมานูเอล จียอง สันนิษฐานว่าตัวอักษรที่ใช้ในจารึก มีแหล่งกำเนิดจากอักษรปัลลวะ จากอาณาจักรปัลลวะในอินเดียใต้ และอักษรจากกลุ่มตอนกลางของแม่น้ำกฤษณะ ทางตะวันออกเฉียงใต้ของอินเดียตัวอักษรดังกล่าวได้ใช้บันทึกภาษามอญตามที่ปรากฏบนจารึกเสาแปดเหลี่ยมที่ลพบุรี และที่ฐานเจดีย์โบตาทอง (Botahtaung) ในย่างกุ้ง นอกจากนี้ยังมีเสาสลักที่แสดงลักษณะการจารึกแบบเดียวกันที่บ้านตลาดในบริเวณที่ราบเวียงจันทน์ของลาว รวมทั้งพระพุทธรูปยืนที่มีลักษณะจีวรและพระศกที่แสดงความสัมพันธ์กับศิลปะทวารวดีในที่ราบภาคกลางของไทย เป็นหลักฐานยืนยันขอบเขตของอารยธรรมทวารวดีซึ่งขยายพื้นที่ออกไปมาก

ศูนย์กลางของทวารวดีในบริเวณจังหวัดนครปฐมเริ่มเสื่อม ศูนย์กลางของทวารวดีจึงเคลื่อนไปอยู่เมืองหริภุญไชยในราวพุทธศตวรรษที่ 13 และเมื่อเมืองทวารวดีในบริเวณจังหวัดนครปฐมตกอยู่ใต้อิทธิพลของเขมรที่ครอบครองอาณาจักรอีศานปุระ ชาวมอญจำนวนหนึ่งจึงอพยพขึ้นทางเหนือสู่หริภุญไชยในราวพุทธศตวรรษที่ 16

2.1.2.2 มอญยุคหริภุญชัย

เมืองหริภุญชัยเป็นศูนย์กลางของอารยธรรมมอญในบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำปิง ในราวพุทธศตวรรษที่ 13 นับเป็นการขยายตัวของวัฒนธรรมจากเมืองละโว้ขึ้นมาทางภาคเหนือ เมืองหริภุญชัยจึงเป็นเมืองเหนือสุดที่รับวัฒนธรรมละโว้ เมืองหริภุญชัยแต่เดิมเป็นศูนย์กลางการค้าของป่า ทำหน้าที่รับสินค้าจากแหล่งต่างๆ ตามเขตหุบเขาตอนบนแล้วส่งผ่านลงสู่เมืองตอนล่างโดยอาศัยลำน้ำปิงเป็นเส้นทางการขยายตัว เมืองหริภุญชัยจึงเป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญ และเป็นเมืองที่มั่งคั่งจากการค้า

เมืองหริภุญชัย ในระยะแรกคงเป็นส่วนหนึ่งของรัฐทวารวดี ซึ่งมีเมืองละโว้เป็นศูนย์กลาง ภายหลังหริภุญชัยได้แยกตัวเป็นอิสระ และพัฒนาการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมในภูมิภาคนี้ ต่อมาได้รับวัฒนธรรมจากแหล่งอื่นๆ มาผสมผสาน เช่น ศิลปะจากพุกาม ศิลปะอินเดียสมัยปัลลวะ จนสร้างเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น “มอญหริภุญชัย”

ตำนานจามเทวีวงศ์และสังคีติยวงศ์กล่าวถึงการสร้างเมืองหริภุญชัย และการอัญเชิญพระนางจามเทวีจากละโว้มาครองเมืองหริภุญชัย เมื่อต้นพุทธศตวรรษที่ 14 มีขุนนางและผู้เชี่ยวชาญศิลปวิทยาการ เช่น พระภิกษุ นักปราชญ์ และช่างแขนงต่างๆ ได้ติดตามไปด้วยเป็นจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พระนางจามเทวีจึงเป็นปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จามเทวี เอกสารโบราณของจีนเรียกเมืองหริภุญชัยนี้ว่า “หนี่หวังก๊ก” ซึ่งหมายถึงอาณาจักรที่มีกษัตริย์เป็นผู้หญิง

ส่วนด้านใต้ของหริภุญชัยการตั้งถิ่นฐานขยายตัวตลอดลำน้ำปิงจนถึงเวียงฮอดซึ่งอยู่ใต้สุด ตั้งอยู่บนเส้นทางที่เชื่อมชุมทางการค้าระหว่างล้านนากับอยุธยา และยังสามารถตัดข้ามภูเขาไปยังเมืองหงสาวดีในเขตหัวเมืองมอญได้

หริภุญชัยมีความเจริญรุ่งเรืองบ้านเมืองมีความสงบปราศจากสงคราม มีการทำนุบำรุงศาสนา เช่น การสร้างวัด การกัลปนาผู้คนและที่ดินแก่วัด กษัตริย์ที่สำคัญในสมัยนี้คือ พญาอาทิตยราช ผู้ทรงสร้างพระธาตุหริภุญชัยเมื่อประมาณ พ.ศ.1700 และพญาสววาธิสิทธิ (สรรพสิทธิ์) พบหลักฐานศิลาจารึกภาษามอญจารึกพระราชกรณียกิจของพระองค์ในด้านศาสนา

ประชากรในเมืองหริภุญชัยประกอบด้วยชาติพันธุ์ผสมคือ ชาวเม็ง (มอญ) และลัวะ ซึ่งเป็นชาติพันธุ์เดิม ในภายหลังจึงปรากฏกลุ่มคนไทย ในยุคหริภุญชัย “เม็ง” เป็นชนชั้นปกครองเป็นกลุ่มที่รับความเจริญมาจากมอญในแถบภาคกลาง นอกจากนี้ยังมีชาวละโว้ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นมอญที่มากับพระนางจามเทวี

เม็งและลัวะเป็นชาติพันธุ์ดั้งเดิมในที่ราบลุ่มน้ำปิง ตำนานจามเทวีวงศ์เรียกชาติพันธุ์เม็งว่า เมงคบุตร ศรีศักร วัลลิโภดม วิเคราะห์ว่า กลุ่มเมงคบุตร เป็นกลุ่มชนพื้นเมืองที่เจริญเป็นพวกแรกในแถบที่ราบเชียงใหม่ มีลักษณะสังคมชนเผ่า แบ่งออกเป็นหลายตระกูลแต่ละตระกูลใช้สัตว์เป็นสัญลักษณ์ของตน ลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชาติพันธุ์เม็ง มักกระจายตัวอยู่บนที่ราบลุ่มแม่น้ำปิง จึงพบคำเก่าแก่ในภาษาเม็งเรียกแม่น้ำปิงว่า “แม่ระมิง” (มาจากคำว่า รเมญ ในภาษามอญโบราณ และกร่อนมาเหลือ เมญ หรือ เม็ง ในภาษาล้านนา) หรือแม่น้ำเม็ง หมายถึงแม่น้ำที่ชาวเม็งอาศัยอยู่

ความเจริญด้านต่างๆ จากหริภุญชัยได้แพร่หลายไปสู่เมืองที่เกิดขึ้นในระยะต่อมา เช่นล้านนา กล่าวคือ ตัวอักษรธรรมล้านนามีที่มาจากอักษรมอญหรือหริภุญชัย ด้านศิลปกรรมก็ยอมรับศิลปะหริภุญชัยอย่างเด่นชัด เช่นรูปทรงเจดีย์ แม้แต่กฎหมาย “มังรายศาสตร์” อาจจะได้รับอิทธิพลมาจากกฎหมายของมอญที่หริภุญชัย

ส่วนเมืองสุโขทัยซึ่งครอบครองดินแดนที่เคยเป็นของมอญในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและดินแดนบริเวณเหนือแม่น้ำโขงสืบแทนพวกเขมรประชากรส่วนใหญ่ของสุโขทัยก็คงจะเป็นชาวมอญและเขมร ซึ่งพ่อขุนรามคำแหงคงได้ดัดแปลงตัวอักษรจากทั้ง 2 ชาติ เป็นภาษาทางการซึ่งประชากรในอาณาจักรสุโขทัยที่พูดภาษามอญและเขมรจะสามารถใช้ร่วมกัน

มอญในดินแดนพม่ามีพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ค่อนไปทางตะวันออกของแม่น้ำอิรวดี และมีอาณาเขตแผ่ลงไปถึงทวาย ชนชาติมอญมีวัฒนธรรมในระดับสูง เป็นผู้ริเริ่มการปลูกข้าวและถั่วในดินแดนพม่าปัจจุบัน และเป็นผู้คิดทำการชลประทานขึ้น

ขณะที่อาณาจักรทวารวดีกำลังเจริญรุ่งเรืองนั้น ได้มีเมืองสำคัญอยู่ในเขตพม่าตอนล่างแล้ว ได้แก่ เมืองสะเทิม (Thaton) หรือ สุธรรมวดี (Sudhammavati) เมืองเมาะตะมะ (Martaban) และเมืองพะโค (Pegu) หรือหงสาวดี (Hansavati) เมืองทั้ง 3 นี้อาจก่อรูปขึ้นและมีความเจริญไล่เลี่ยกับอาณาจักรทวารวดี ศูนย์กลางความเจริญในระยะแรกว่ามีหลายแห่งด้วยกันคือ สะเทิม, ทะละ (Dala), (ปัจจุบันคือ ตวันเต Twante), และพะโค (Pegu) ซึ่งต่างเป็นอิสระไม่ขึ้นต่อกัน

2.1.2.3 อาณาจักรสะเทิม

ตามตำนานระบุว่าอารยธรรมของมอญเริ่มมาตั้งแต่ 241 ปี ก่อนพุทธศักราชและเมื่อศึกษาจากหลักฐานทางโบราณคดีพบว่าชาวมอญได้ตั้งถิ่นฐานขึ้นทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำอิรวดีใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริเวณพม่าตอนล่าง (Lower Myanmar) ร่วมสมัยกับเขมรและปยู ราวพุทธศตวรรษที่ 8-13ซึ่งศูนย์กลางอำนาจในยุคนั้นเป็นลักษณะของการตั้งรัฐอิสระที่ไม่ขึ้นตรงต่อกัน บางครั้งมีอาณาเขตที่ทับซ้อนไม่มีเส้นแบ่งเขตชัดเจนแน่นอน มีการเคลื่อนตัวไปมาของประชากรอยู่เสมอเป็นไปตามสถานการณ์ทางการเมืองหรือสังคมในช่วงนั้นๆ เช่น ประมาณปลายพุทธศตวรรษที่ 16 เมืองหริภุญชัยเกิดอหิวาตกโรคระบาดต้องอพยพไปอยู่เมืองสะเทิม และหงสาวดี แต่หลังจากโรคร้ายสงบลงก็อพยพกลับมาดังเดิม

ทางตะวันออกเฉียงเหนือของตัวเมืองสะเทิมในปัจจุบัน มีภูเขาลูกหนึ่งเรียกว่า เกลาสะ ซึ่งตรงกับตำนานเมืองสะเทิมที่มีอยู่ในจารึกต่างๆ ที่พบบริเวณเมืองพะโค ชัยภูมิของเมืองสะเทิมมีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม เพราะตั้งอยู่แถบที่ราบลุ่มปากแม่น้ำ มีการค้นพบงานศิลปะมากมาย เช่น เสมาหิน และศิลาแกะสลักซึ่งมีรูปแบบและยุคสมัยเดียวกันกับงานศิลปะที่เมืองฟ้าแดดสงยาง

ในพุทธศตวรรษที่ 16 อาณาจักรมอญที่สะเทิมเจริญสูงสุดยิ่งกว่าอาณาจักรใดๆ ในบริเวณใกล้เคียง ทั้งทางด้านวัฒนธรรม ศาสนา และการค้า ขณะนั้นพระเจ้าสุริยวรมันที่ 1 อาณาจักรเขมรได้ขยายอาณาเขตออกไปทางตะวันตก เข้ายึดครองลพบุรีของมอญทวารวดี ก่อให้เกิดการอพยพใหญ่ของมอญที่ลี้ภัยเข้าสู่หงสาวดีและสะเทิม จากนั้นพวกเขมรก็รุกรานเข้าไปในพม่าตอนใต้ กษัตริย์มอญอาณาจักรหงสาวดีได้ขอให้พระเจ้าอโนรธาอาณาจักรพุกามของพม่ายกทัพมาช่วยต้านทานกองทัพเขมร พระเจ้าอโนรธาจึงถือโอกาสขยายอำนาจเข้ามาจนถึงลพบุรี ทั้งนี้พม่ายอมคืนลพบุรีให้เขมร โดยมีข้อแม้ว่าเขมรต้องยอมรับอำนาจเหนือดินแดนที่พม่าตีได้

แม้ว่ามอญจะถูกพม่าปราบจนสิ้นอิสรภาพ แต่อารยธรรมความเจริญของมอญกลับรุ่งเรืองและมีอิทธิพลเหนือพม่า พระเจ้าอโนรธา (พ.ศ. 1587-1626) ได้กวาดต้อนนักปราชญ์ราชบัณฑิตและช่างฝีมือทุกแขนงจากสะเทิมไปยังพุกาม และได้หล่อหลอมเป็นวัฒนธรรมประจำชาติพม่า ดังจะเห็นได้จากการสร้างและตกแต่งเจดีย์ต่างๆ ในสมัยราชวงศ์พุกาม การดัดแปลงตัวหนังสือของมอญไปใช้เป็นตัวเขียนของพม่า ตลอดจนการรับคำในภาษามอญไปใช้ในภาษาพม่า นอกจากนี้ยังรับพุทธศาสนาและวัฒนธรรมอื่นๆ ของมอญด้วย โดยเฉพาะในสมัยพระเจ้าครรชิต (จันสิตถา พ.ศ. 1627-1655) ซึ่งครองราชย์ต่อจากพระเจ้าอโนรธา ในสมัยนี้วัฒนธรรมมอญมีอิทธิพลของเหนือพม่าอย่างเห็นได้ชัด มีการสร้างวัดและเจดีย์จำนวนมากตามแบบสถาปัตยกรรมมอญ และจารึกส่วนใหญ่ก็ใช้ภาษามอญ แต่ต่อมาในรัชสมัยของพระเจ้าอลองสิทธุ (พ.ศ. 1656-1708) วัฒนธรรมมอญที่เคยมีอิทธิพลเหนือราชวงศ์พุกามก็ถูกกลืนหายไปโดยสิ้นเชิง

นโยบายของพม่าในการที่จะรวมมอญเข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักร ซึ่งเริ่มขึ้นในสมัยพระเจ้าอโนรธาได้สืบทอดมายังกษัตริย์องค์ต่อๆ มา แต่มอญพยายามดิ้นรนเพื่ออิสรภาพของตนอยู่เสมอ และในที่สุดก็สามารถฟื้นตัวและตั้งอาณาจักรอิสระขึ้นได้อีก 2 ครั้ง

2.1.2.4 อาณาจักรเมาะตะมะ

หลังจากที่อาณาจักรพุกามของพม่าถูกกองทัพมองโกลของจักรพรรดิกุบไลข่านทำลายใน พ.ศ. 1820 พวกมอญทางใต้ได้ก่อกบฏ พ่อค้ามอญเชื้อสายไทใหญ่ชื่อ มะกะโท ยึดเมืองเมาะตะมะได้ใน พ.ศ. 1824 ตั้งตนเป็นปฐมกษัตริย์อาณาจักรเมาะตะมะ พระนามว่าพระเจ้าฟ้ารั่ว (Wareru)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พระเจ้าฟ้ารั่วทรงสร้างประมวลกฎหมายใหม่ที่ดัดแปลงมาจากกฎหมายพระมนู เรียกว่า พระธรรมศาสตร์ฉบับพระเจ้าฟ้ารั่ว ซึ่งแปลจากคัมภีร์ภาษาฮินดูเป็นภาษามอญ และปรับปรุงให้เข้ากับหลักพุทธศาสนา และกลายเป็นรากฐานกฎหมายทั้งของพม่าและไทย

ในสมัยพญาอู่ ได้มีการย้ายเมืองหลวงจากเมาะตะมะไปยังหงสาวดีใน พ.ศ. 1912 เพราะถูกโจมตีจากกองทัพไทย คือพระเจ้าอู่ทอง (พ.ศ. 1893-1912) เกิดการแย่งชิงราชสมบัติกันเองเป็นเวลาหลายปี ทำให้ไทยและไทใหญ่ถือโอกาสรุกราน แต่อย่างไรก็ตามพญาอู่ยังคงรักษาอาณาจักรไว้ได้

2.1.2.5 อาณาจักรหงสาวดี

อาณาจักรมอญทั้งหมดสามารถรวมเป็นปึกแผ่นได้เป็นครั้งแรก ในสมัยของพระเจ้าราชาธิราช(พ.ศ. 1936-1964) ซึ่งครองราชย์ต่อจากพระบิดาคือ พญาอู่ นอกจากจะทรงจัดระเบียบการปกครองที่ดีแล้ว ยังพยายามผูกมิตรกับอาณาจักรอยุธยาและอาณาจักรข้างเคียง ทำให้สามารถรับศึกจากพม่าและไทยใหญ่ได้เต็มที่ พระเจ้าราชาธิราชประสบภาวะสงครามเกือบตลอดรัชกาลของพระองค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขับเคี่ยวกับพม่ากรุงอังวะในสมัยของพระเจ้าฝรั่งมังฆ้อง (พ.ศ.1944-1965) แต่พระเจ้าราชาธิราชทรงใช้นโยบายยุยงให้อังวะกับรัฐต่างๆ แตกกัน จึงสามารถป้องกันอาณาจักรไว้ได้

อาณาจักรหงสาวดีในช่วงระหว่าง พ.ศ. 1966-2082 เป็นยุคแห่งความสงบและรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมและการค้าขาย กล่าวได้ว่าเป็นยุคทองของมอญ มีกษัตริย์ปกครองรวม 8 องค์ ที่สำคัญคือ พระนางพญาท้าว (Shinsawbu พ.ศ. 1996-2013) และพระเจ้าธรรมเจดีย์ (พ.ศ. 2013-2035) เนื่องจากในระยะนั้นพม่าตกอยู่ในภาวะสงครามภายใน ทำการสู้รบกันเอง จึงมิได้มารบกวนมอญ เป็นโอกาสให้มอญสามารถทะนุบำรุงประเทศอย่างเต็มที่ ที่สำคัญคือ กิจการในพุทธศาสนา ได้แก่ การบูรณะองค์พระเจดีย์ชเวดากอง (พระมหาธาตุเมืองตะเกิง) ในสมัยพระนางเช็งซอบู (มอญเรียกว่า พระนางมิจาวปุ) พระนางได้ถวายทองคำเท่าน้ำหนักตัวปิดทององค์พระธาตุ พระเจ้าธรรมเจดีย์ ทำการสังคายนาพระไตรปิฎกครั้งที่ 8 และการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศ คือ อินเดีย มะละกา และหมู่เกาะมาเลย์ เมืองท่าที่สำคัญของมอญได้แก่ เมืองสิเรียม (Syriam) เมืองพะสิม (Bassein) เมืองเมาะตะมะ (Martaban) และเมืองหงสาวดี (Pegu)

พระเจ้าแผ่นดินที่ปกครองหงสาวดี ล้วนสนับสนุนส่งเสริมกิจการทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะพระนางเช็งซอบูและพระเจ้าธรรมเจดีย์ได้ทะนุบำรุงพุทธศาสนา บริจาคทรัพย์สิ่งของมีค่าและเครื่องประดับ เพื่อใช้ในการบูรณะและตกแต่งเจดีย์ชเวดากอง (พระมหาธาตุเมืองตะเกิง) ถวายทาสชายหญิงให้เป็นข้าวัด ส่วนพระเจ้าธรรมเจดีย์ได้ส่งทูตไปลังกาเพื่อทำการชำระสมณวงศ์ทั้งด้านพิธีกรรมและวินัยสงฆ์ จำลองแบบสีมามาสร้างขึ้นในหงสาวดี โดยมีศูนย์กลางอยู่ที่สีมากัลยาณีใกล้เมืองหงสาวดี ซึ่งใช้เป็นสถานที่สำหรับบวชพระ รวมทั้งนิมนต์พระสงฆ์จากประเทศใกล้เคียงให้เข้ามาทำการบวชอีกครั้งหนึ่งที่สีมากัลยาณี ทำให้พิธีการบวชในประเทศใกล้เคียงที่นับถือพุทธศาสนาเป็นลักษณะเดียวกัน เรื่องราวเกี่ยวกับการชำระสมณวงศ์ดังกล่าว พระเจ้าธรรมเจดีย์โปรดฯให้จารึกลงบนศิลา 10 หลัก เรียกว่า จารึกกัลยาณี

มอญในยุคหงสาวดีสิ้นสุดลงเพราะถูกพม่าแห่งราชวงศ์ตองอูรุกราน และรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรพม่าใน พ.ศ. 2082 พระเจ้าตะเบ็งชเวตี้ (พ.ศ. 2074-2093) ทรงมีนโยบายรวมมอญกับพม่าเข้าเป็นชาติเดียวกัน โดยการรับอารยธรรมต่าง ๆ ของมอญมาใช้ในราชสำนักพม่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ชาวมอญเข้ารับราชการในตำแหน่งหน้าที่สำคัญๆ ของกองทัพ รวมทั้งย้ายราชธานีมาอยู่ที่กรุงหงสาวดี

สมัยพระเจ้าบุเรงนอง (Bayinnaung พ.ศ. 2094-2124) แม้พระองค์จะยังคงยึดถือนโยบายและปฏิบัติต่อชาวมอญเช่นเดียวกับพระเจ้าตะเบ็งชเวตี้ แต่ความต้องการที่จะสร้างจักรวรรดิพม่าให้ยิ่งใหญ่ ทำให้ต้องเกณฑ์ชาวมอญเข้าในกองทัพเป็นจำนวนมากอยู่เสมอ ขาดแรงงานทำนา จนเกิดภาวะข้าวยากหมากแพง พวกมอญได้ก่อการกบฏขึ้นแต่ก็ถูกปราบอย่างรุนแรง กษัตริย์พม่าองค์ต่อมาปกครองมอญอย่างกดขี่ บีบคั้นในเรื่องภาษีและการเกณฑ์แรงงาน ทั้งในยามสงบและยามสงคราม เป็นเหตุให้มอญก่อการกบฏอยู่เนืองๆ และเมื่อถูกพม่าปราบหนักเข้า จึงพากันอพยพเข้าสู่ไทย

ปลายราชวงศ์ตองอู ขณะที่พม่าต้องทำสงครามทั้งกับจีนฮ่อและไทย มอญก็ถือโอกาสรวบรวมกำลังและประกาศอิสรภาพใน พ.ศ. 2283 ภายใต้การนำของสมิงทอพุทธเกษ (พ.ศ. 2283-2290) หลังจากตั้งมั่นที่หงสาวดีได้แล้ว มอญคิดจะขยายอาณาเขตออกไปทางเหนือ เพื่อทำลายล้างอาณาจักรพม่าที่อ่อนแอซึ่งกำลังอ่อนแอให้สิ้นซาก แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ สมิงทอพุทธเกษจึงสละราชบัลลังก์ใน พ.ศ. 2290

พญาทะละ (พ.ศ. 2290-2300) ขึ้นครองอำนาจต่อมา พยายามขยายอาณาเขตจนยึดกรุงอังวะเมื่อ พ.ศ. 2295 ทำให้ดูเหมือนว่ามอญกำลังจะรวมพม่าเข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งของจักรวรรดิมอญ แต่ในขณะที่พม่าเพลี่ยงพล้ำ อลองพญา จากเมืองมุกโชโบ (Moksobomyo) นำสมัครพรรคพวกเข้าตีกองทหารมอญแตกยับเยิน แม้มอญจะส่งกำลังมาเพิ่มเติมแต่ก็พ่ายแพ้กลับไปทุกครั้ง และใน พ.ศ. 2297 พระเจ้าอลองพญาก็ยึดพม่าตอนบนไว้ได้ทั้งหมด ลงมาจนถึงเมืองพะโค ซึ่งพระองค์เปลี่ยนชื่อใหม่ว่า “ย่างกุ้ง” แปลว่า “สิ้นสุดสงคราม” และได้ดินแดนมอญทั้งหมดไว้ในอำนาจโดยเด็ดขาดใน พ.ศ. 2300 มอญจึงถูกผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของพม่าตั้งแต่นั้นมาโดยไม่มีโอกาสฟื้นตัวได้อีกจนกระทั่งปัจจุบัน

อาณาจักรมอญทั้ง 3 แห่งคือเมืองสะเทิม หงสาวดี และเมืองเมาะตะมะ ตกอยู่ในภาวะสงครามมาโดยตลอดตั้งแต่เริ่มตั้งอาณาจักร ทั้งสงครามจากการรุกรานของอาณาจักรข้างเคียงและการแย่งชิงอำนาจภายในราชวงศ์ของมอญเอง

เมื่อบ้านเมืองเข้าสู่ภาวะสงคราม ตกเป็นเมืองขึ้นของชาติอื่น การดำเนินชีวิตย่อมมีความยากลำบาก ชาวมอญถูกกดขี่เอารัดเอาเปรียบอยู่ตลอดเวลา จึงอพยพโยกย้ายมาพึ่งพระบรมโพธิสมภารในแผ่นดินไทยหลายครั้ง ชาวมอญที่อพยพเข้ามานั้นล้วนเป็นที่ความต้องของพระมหากษัตริย์ไทย เพราะโดยปกติสงครามในสมัยก่อน เป็นสงครามกวาดต้อนผู้คน เมื่ออาณาจักรใดมีพลเมืองมาก ก็ย่อมมีแรงงานทำเกษตรกรรมและเป็นกำลังป้องกันประเทศจากการรุกรานของข้าศึกได้ดี

1. การอพยพของชาวมอญเข้าสู่ประเทศไทย

ชาวมอญในที่นี้ หมายถึงชาวมอญที่มีถิ่นอาศัยอยู่ในเมืองมอญ คือ พม่าตอนใต้ในปัจจุบัน และอพยพจากถิ่นเดิมเข้ามายังแผ่นดินไทย เพราะถูกรุกรานจากอาณาจักรข้างเคียง ภาวะสงครามและการถูกกดขี่ข่มเหง ล้วนเป็นปัจจัยผลักดันให้ชาวมอญที่ได้รับความเดือดร้อน พากันอพยพครอบครัวหนีไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ล้านนา เขมร เวียดนามลาว และไทย

ในการอพยพเข้าสู่ไทย มีหลักฐานกล่าวถึงเป็นครั้งแรกใน พ.ศ. 2082 เมื่อพระเจ้าตะเบงชเวตี้ทำสงครามชนะ มีอำนาจเหนืออาณาจักรหงสาวดี ชาวมอญจำนวนมากพากันอพยพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลบหนีเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย และมีการอพยพเข้ามาอย่างต่อเนื่องอีกหลายครั้ง จนถึง พ.ศ. 2367 ถือเป็นการอพยพเข้ามาอย่างเป็นทางการครั้งสุดท้าย เนื่องจากอังกฤษเริ่มทำสงครามกับพม่า อังกฤษเข้ายึดครองบริเวณที่เป็นเมืองเก่าของมอญ และผนวกเข้าเป็นจังหวัดหนึ่งของอินเดีย

2.1.2.6 สาเหตุที่ทำให้ชาวมอญต้องอพยพ

ชาวมอญที่อพยพออกจากดินแดนถิ่นกำเนิดนั้น สาเหตุที่สำคัญคือการตกอยู่ภายใต้อำนาจการปกครองของพม่า ถูกบีบคั้นทางการเมือง ความเดือดร้อนจากการถูกกดขี่ เกณฑ์แรงงานไปใช้ในการก่อสร้าง ทำการเกษตรรวบรวมเสบียงอาหารให้กองทัพพม่าก่อนการยกทัพเข้าทำสงครามกับชาติต่างๆ มากกว่าจะเป็นความเดือดร้อนจากเรื่องการทำมาหากิน หรือเพราะประชากรเพิ่มจำนวนสูง จนประสบปัญหาที่ทำกิน มีผลผลิตไม่เพียงพอ ทั้งนี้เพราะภูมิประเทศของมอญมีความอุดมสมบูรณ์ และเป็นเมืองท่าค้าขายที่สำคัญ สภาพเศรษฐกิจจึงอยู่ในระดับมั่งคั่ง ไม่เดือดร้อน ส่วนการที่ชาวมอญเลือกอพยพเข้ามาไทยเป็นหลักมากกว่าจะเป็นประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ นั้น เนื่องจากพื้นที่ของมอญและไทยต่อเนื่องกัน สภาพภูมิอากาศคล้ายกัน ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีอาหารการกิน วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีก็เหมือนกัน ที่สำคัญคือ นับถือศาสนาพุทธเช่นเดียวกัน จึงสามารถปรับตัวได้ง่ายเมื่อเข้ามาอยู่ในไทย ประกอบกับไทยมีความรู้สึกเป็นมิตร ไม่มีนโยบายกีดกันชาวมอญ รวมทั้งพระมหากษัตริย์ไทยยินดีต้อนรับชาวมอญให้เข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารเสมอ ชาวมอญเหล่านี้ทราบดีว่ามอญที่ได้อพยพเข้ามาก่อนหน้านั้น ล้วนได้รับการปฏิบัติอย่างดี หลายคนได้รับราชการเป็นขุนนางระดับสูง การอพยพครั้งสำคัญของชาวมอญเข้ามาตั้งหลักแหล่งในไทยมี 9 ครั้ง ดังนี้

(1) การอพยพครั้งที่ 1 (สมัยสมเด็จพระชัยราชาธิราช พ.ศ. 2082)

เมื่อพระเจ้าตะเบงชเวตี้ทำสงครามชนะ มีอำนาจเหนืออาณาจักรหงสาวดี ชาวมอญจำนวนมากพากันอพยพหลบหนีเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย พระมหากษัตริย์ทรงโปรดเกล้าฯให้ชาวมอญกลุ่มนี้ตั้งบ้านเรือนอยู่แถบชานพระนครกรุงศรีอยุธยา

(2) การอพยพครั้งที่ 2 (สมัยสมเด็จพระมหาธรรมราชา พ.ศ. 2127)

สืบเนื่องจากเมื่อครั้งที่สมเด็จพระนเรศวรทรงประกาศอิสรภาพที่เมืองแครง นายทหารมอญคือพระยาเกียรติ์ พระยาราม และพระมหาเถรคันฉ่องได้เข้ามาสวามิภักดิ์สมเด็จพระนเรศวร หลังจากนั้นสมเด็จพระนเรศวรจึงชักชวนพระยาเกียรติ์พระยาราม และพระมหาเถรคันฉ่องเข้ามาไทย อีกทั้งชาวเมืองแครงและชาวมอญในเมืองรายทางที่เกลียดชังพม่าเพราะถูกกดขี่มานานจึงอพยพตามเสด็จสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเข้ามาเป็นจำนวนมาก

(3) การอพยพครั้งที่ 3 (สมัยสมเด็จพระนเรศวร พ.ศ. 2136)

สาเหตุเกิดจากความเดือดร้อนที่ชาวมอญได้รับจากภาวะสงคราม เนื่องจากพม่าสมัยพระเจ้านันทบุเรงพยายามยกทัพเข้ามาปราบปรามเอาชนะไทยหลายครั้งแต่พ่ายแพ้กลับไปทุกครั้ง ทำให้ต้องเกณฑ์พลเมืองเข้ากองทัพเพื่อทำนาและเป็นทหาร ซึ่งชาวมอญเป็นพวกที่เดือดร้อนที่สุดเนื่องจากอยู่ตรงแดนต่อระหว่างไทยกับพม่า ชาวมอญจึงพากันอพยพหนีพม่าเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย

(4) การอพยพครั้งที่ 4 (สมัยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง พ.ศ. 2175)

สาเหตุเกิดจากชาวมอญถือโอกาสที่พม่าผลัดแผ่นดินจึงก่อกบฏขึ้น แต่ไม่ประสบความสำเร็จถูกพม่าจับประหารชีวิตเป็นจำนวนมาก ชาวมอญจึงพากันอพยพเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย

(5) การอพยพครั้งที่ 5 (สมัยสมเด็จพระนารายณ์ พ.ศ. 2203)

สาเหตุเกิดจากกองทัพจีนฮ่อซึ่งยึดบัลลังก์จากจักรพรรดิ์ยุ่งลีของจีนได้ จักรพรรดิ์ยุ่งลีหนีมาอาศัยอยู่ในดินแดนพม่า กองทัพฮ่อไม่พอใจจึงตามเข้ามาโจมตีพม่า พม่าจึงเกณฑ์ชาวมอญขึ้นไปช่วยรักษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมืองอังวะ แต่ชาวมอญพากันหนีทัพ พม่าจึงยกกองทัพมาปราบจับชาวมอญฆ่าเผาไฟอย่างโหดเหี้ยม ชาวมอญได้อพยพหนีเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย ร่วม 10,000 คน

(6) การอพยพครั้งที่ 6 (สมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ พ.ศ. 2290) สาเหตุเกิดจากความอ่อนแอของพม่าปลายราชวงศ์ตองอู ขณะที่พม่าต้องประสบภาวะสงครามจีนฮ่อและไทย มอญก็ถือโอกาสรวบรวมกำลังและประกาศอิสรภาพใน พ.ศ. 2283 ภายใต้การนำของสมิงทอพุทธเกษ หลังจากตั้งมั่นที่หงสาวดีได้แล้ว มอญคิดจะขยายอาณาเขตออกไปทางเหนือ เพื่อทำลายล้างอาณาจักรพม่าที่อังวะซึ่งกำลังอ่อนแอให้ราบคาบ แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ มอญจึงเริ่มอพยพเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย และอพยพติดตามมาเป็นระลอกย่อยๆ หลายครั้งเมื่อกองทัพพม่าตีโต้กลับมาและปราบปรามอย่างหนัก

(7) การอพยพครั้งที่ 7 (สมัยสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี พ.ศ. 2317) สาเหตุเกิดจากพม่าสมัยราชวงศ์อลองพญาได้เกณฑ์แรงงานมอญเข้ากองทัพเพื่อเตรียมเส้นทางเตรียมยกทัพเข้าโจมตีไทย มีพระยาเจ่ง เจ้าเมืองเตรินเป็นหัวหน้า ทหารมอญอีกส่วนหนึ่งถูกเกณฑ์เข้าเป็นทหารประจำกองทัพ แต่พากันหนีทัพ พม่าจึงจับครอบครัวทหารมอญไปเป็นตัวประกัน และพลอยจับเอาครอบครัวของทหารที่สร้างทางไปด้วย เมื่อทหารเหล่านั้นทราบเข้าจึงไม่พอใจเป็นอย่างมาก ก่อกบฏขึ้นรุกตีเอาเมืองคืนจากพม่า แต่ยกทัพขึ้นไปได้เพียงเมืองย่างกุ้ง (ตะเกิง) พม่าส่งกองทัพมาปราบพวกมอญสู้ไม่ได้และอพยพเข้ายังพระราชอาณาจักรไทยจำนวนหลายพันคน

(8) การอพยพครั้งที่ 8 (สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย พ.ศ 2358) สาเหตุเกิดจากพระเจ้าปดุงของพม่า ต้องการสร้างพระเจดีย์มินกุนให้เป็นเจดีย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก จึงได้เกณฑ์แรงงานเป็นจำนวนมาก ชาวมอญได้รับความเดือดร้อนสาหัส เพราะไม่มีเวลาทำมาหากิน ถูกรีดไถเอารัดเอาเปรียบจากเจ้าหน้าที่พม่าที่ฉ้อราษฎร์บังหลวง ชาวมอญจึงพากันอพยพเข้าไทยจำนวนกว่า 40,000 คนเศษ โดยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยโปรดเกล้าฯให้พระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้ามงกุฎ ไปรับครัวมอญทางด่านเจดีย์สามองค์

(9) การอพยพครั้งที่ 9 (สมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พ.ศ. 2367) สาเหตุเกิดจากเจ้าพระยามหาโยธา (เจ่ง) ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตจัดกองทัพออกไปรับครอบครัวมอญที่เป็นญาติพี่น้องจากเมืองมอญ เนื่องจากขณะนั้นพม่ากำลังรบพุ่งอยู่กับอังกฤษ ซึ่งพื้นที่บางส่วนตกเป็นของอังกฤษแล้ว เจ้าพระยามหาโยธา (เจ่ง) เกรงว่าญาติพี่น้องของตนจะเกิดอันตราย ซึ่งการอพยพครั้งนั้นมีจำนวนชาวมอญเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทยไม่มากนัก และเป็นการอพยพครั้งสุดท้ายก่อนพม่าตกเป็นของอังกฤษ

2.1.2.7 เส้นทางอพยพเข้าสู่ประเทศไทย

มอญที่อพยพเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย โดยมากเป็นมอญจากเมืองใหญ่ที่มีความสำคัญ เป็นศูนย์กลางการค้า มีความอุดมสมบูรณ์ มีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จึงถูกพม่าควบคุมอย่างเข้มงวด เช่น เมืองเมาะตะมะ และ เมืองมะละแหม่ง เมืองเหล่านี้อยู่ใกล้ชายแดนไทย มีเส้นทางติดต่อค้าขายมาแต่สมัยโบราณ ชาวมอญคุ้นเคยเส้นทางเหล่านี้ดี จึงสามารถเดินทางมาได้สะดวก ประกอบกับมอญในเมืองเมาะตะมะถูกพม่าบีบคั้นกดดันมากกว่าเมืองอื่น เพราะถูกพม่าใช้เป็นที่ประชุมพล ก่อนยกทัพเข้าตีไทย นอกจากมอญเมืองเมาะตะมะ และเมืองมะละแหม่ง ยังประกอบด้วยชาวมอญจากเมืองหงสาวดี เมืองเร (เย) เมืองแครง เป็นต้น เส้นทางการอพยพของชาวมอญเข้าสู่ไทย มีด้วยกัน 4 ทางโดยตั้งต้นจากเมืองเมาะตะมะ และเมืองมะละแหม่ง ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1) ทางเหนือ อพยพเข้ามายังเมืองตาก หรือ เมืองระแหง ทางด่านแม่ละเมา เช่น การอพยพในสมัยพระเจ้าตากสินมหาราช พ.ศ. 2317 มีสมิงสุหร่ายกลั่นและพระยาเจ่งเป็นหัวหน้า

(2) ทางใต้ อพยพเข้ามายังเมืองกาญจนบุรี ทางด่านเจดีย์สามองค์ ซึ่งเป็นเส้นทางที่ใช้กันมาก ทั้งเป็นเส้นทางการค้า การเดินทัพ ทั้งของฝ่ายไทยและฝ่ายพม่า เช่น การอพยพในสมัยสมเด็จพระนารายณ์ และการอพยพในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย

(3) เข้ามาทางเมืองอุทัยธานี เช่น การอพยพในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ซึ่งเป็นการอพยพครั้งใหญ่ อพยพกันเข้ามาหลายเส้นทาง

(4) เข้ามาทางเมืองเชียงใหม่ เช่น การอพยพในสมัยพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ พ.ศ. 2290 มีพระยาพระราม พระยากลางเมือง และพระยาน้อยวันดีเป็นหัวหน้า โดยตัดมาทางตะวันตกเข้าเมืองเชียงใหม่ เจ้าเมืองเชียงใหม่ส่งลงมาทางเมืองตาก และเจ้าเมืองตากได้ทำหนังสือส่งต่อมาถึงอยุธยา

2.1.2.8 นโยบายทางการไทยที่มีต่อผู้อพยพชาวมอญ

เมื่อชาวมอญมีความเดือดร้อนเพราะถูกกดขี่ข่มเหงจากพม่า ก็มักจะมีหนังสือลับเข้ามากราบบังคมทูลฯต่อพระมหากษัตริย์ไทยก่อน เพื่อขออพยพเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารนโยบายของทางการไทยที่มีต่อชาวมอญอพยพ คือ ยินดีต้อนรับ เพราะนอกจากจะเป็นการเพิ่มแรงงานการผลิตในภาคเกษตรกรรมแล้ว ยังเป็นกำลังสำคัญในการป้องกันและสร้างอาณาจักรไทยให้เข้มแข็ง ทางการไทยจะจัดเตรียมกองทัพพร้อมเสบียงอาหารออกไปรับชาวมอญอพยพ เมื่อชาวมอญเข้ามาอยู่ภายใต้พระบรมโพธิสมภารแล้ว พระมหากษัตริย์ไทยจะพระราชทานที่ดิน อุปกรณ์ก่อสร้างและจัดสถานที่ให้ปลูกบ้านเรือนอยู่อาศัย โดยมากเป็นย่านริมน้ำและใกล้พระนครหรือชานพระนคร เนื่องจากสะดวกต่อการสัญจร และมีความอุดมสมบูรณ์ในการดำรงชีวิต ส่วนหัวหน้าชาวมอญที่นำครอบครัวมอญเข้ามาก็มักได้รับพระราชทานรางวัล ตำแหน่งบรรดาศักดิ์ตามที่ได้รับเมื่อครั้งอยู่ในเมืองมอญ ตั้งตำแหน่งหัวหน้าให้ดูแลปกครองกันเอง และให้สิทธิในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา และการประกอบอาชีพโดยอิสระ

2.1.2.9 สถานที่อยู่อาศัยของชาวมอญในเมืองไทย

การอพยพครั้งที่ 1 (สมัยสมเด็จพระชัยราชาธิราช พ.ศ. 2082) เมื่อพระเจ้าตะเบงชเวตี้ทำสงครามชนะ มีอำนาจเหนืออาณาจักรหงสาวดี ชาวมอญจำนวนมากพากันอพยพหลบหนีเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย พระมหากษัตริย์โปรดเกล้าฯให้ชาวมอญกลุ่มนี้ตั้งบ้านเรือนอยู่แถบชานพระนครกรุงศรีอยุธยา

การอพยพครั้งที่ 2 (สมัยสมเด็จพระมหาธรรมราชา พ.ศ. 2127) ชาวมอญได้รับการโปรดเกล้าฯให้ตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณบ้านใหม่มะขามหย่อง บางลี่ บางขาม ปากน้ำประสบ บ้านบางเพลิง บ้านไร่ ป่าฝ้าย ส่วนครอบครัวพระยาเกียรติ์พระยาราม ให้ตั้งบ้านเรือนอยู่ที่บ้านขมิ้นใกล้พระอารามวัดขุนแสน ใกล้พระราชวัง ครอบครัวและญาติโยมของพระมหาเถรคันฉ่อง ให้ตั้งบ้านเรือนที่ตำบลหัวแหลม ใกล้วัดนก วัดค้างคาว อยู่ใกล้กับวัดสบสวรรค์

การอพยพครั้งที่ 3 (สมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช พ.ศ. 2136) การอพยพครั้งนี้ไม่ปรากฏหลักฐานว่าชาวมอญได้รับการโปรดเกล้าฯให้ตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณใด แต่คาดว่าให้อยู่แถบชานเมืองรวมกับพวกที่อพยพเข้ามาก่อนหน้านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การอพยพครั้งที่ 4 (สมัยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง พ.ศ. 2175) การอพยพครั้งนี้ไม่ปรากฏในเอกสารฝ่ายไทย มีแต่เอกสารพม่าเป็นหลัก จึงไม่มีหลักฐานระบุว่าโปรดเกล้าฯให้ตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณใด แต่คาดว่าให้อยู่แถบชานเมืองรวมกับพวกที่อพยพเข้ามาก่อนหน้านั้น

การอพยพครั้งที่ 5 (สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช พ.ศ. 2203) ชาวมอญได้รับการโปรดเกล้าฯให้ตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณบ้านสามโคก ปลายเขตแดนกรุงศรีอยุธยาต่อกับเมืองนนทบุรี บางส่วนอยู่ที่วัดตองปุและแถวริมคลองคูจามชานพระนคร

การอพยพครั้งที่ 6 (สมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ พ.ศ. 2290) การอพยพครั้งนี้มากันหลายระลอก ไม่ปรากฏหลักฐานว่าชาวมอญได้รับการโปรดเกล้าฯให้ตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณใด แต่คาดว่าให้อยู่แถบชานเมืองรวมกับพวกที่อพยพเข้ามาก่อนหน้านั้น

มอญที่อพยพเข้ามาสมัยอยุธยา ส่วนใหญ่จะได้รับการโปรดเกล้าฯให้ตั้งบ้านเรือนอยู่ในกรุงศรีอยุธยา แถบชานพระนครหรือบริเวณใกล้เคียงที่ไม่ห่างจากกรุงศรีอยุธยามากนัก เช่น ปลายเขตแดนต่อกับจังหวัดปทุมธานี

การอพยพครั้งที่ 7 (สมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช พ.ศ. 2317) ชาวมอญได้รับการโปรดเกล้าฯให้ตั้งบ้านเรือนอยู่ที่ปากเกร็ด แขวงเมืองนนทบุรี และสามโคกแขวงเมืองปทุมธานี หัวหน้ากลุ่มจะได้รับพระราชทานยศศักดิ์ให้ทุกคน และได้ตั้งบ้านเรือนรอบกรุงธนบุรี ใกล้เขตพระราชฐานทั้งสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา

การอพยพครั้งที่ 8 (รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย พ.ศ. 2358) ชาวมอญได้รับการโปรดเกล้าฯให้ตั้งบ้านเรือนอยู่ที่แขวงเมืองปทุมธานี เมืองนนทบุรี และเมืองนครเขื่อนขันธ์

การอพยพครั้งที่ 9 (รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พ.ศ. 2367) ชาวมอญกลุ่มนี้มีเพียงเล็กน้อย และเป็นญาติกับเจ้าพระยามหาโยธา (ทอเรียะ) จึงได้รับการโปรดเกล้าฯให้ตั้งบ้านเรือนอยู่ที่เมืองนครเขื่อนขันธ์ ซึ่งมีมอญอยู่เป็นจำนวนมาก

2.1.2.10 มอญในภาคกลางของไทย

มอญที่อพยพเข้ามาในเมืองไทยตามที่ปรากฏพระราชพงศาวดารทุกครั้ง พระมหากษัตริย์โปรดเกล้าฯให้ตั้งบ้านเรือนอยู่ในภาคกลางของไทยทั้งสิ้น โดยเฉพาะมอญที่อพยพเข้ามาสมัยรัตนโกสินทร์ ส่วนใหญ่จะได้รับพระราชทานที่ดินทำกินบริเวณสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาตั้งแต่จังหวัดปทุมธานีลงมาจนถึงจังหวัดสมุทรปราการ ตลอดจนตามลุ่มน้ำแม่กลอง และลุ่มน้ำท่าจีน

พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย โปรดเกล้าฯให้สมเด็จกรมพระราชวังบวรมหาเสนานุรักษ์ สร้างป้อมปราการที่ปากน้ำ ในครั้งนี้ได้ตัดเอาท้องที่แขวงกรุงเทพมหานครกับแขวงเมืองสมุทรปราการ รวมกันตั้งเป็นเมืองใหม่ แล้วพระราชทานชื่อว่า “เมืองนครเขื่อนขันธ์” (อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ) และให้ย้ายชาวมอญเมืองปทุมธานีพวกเจ้าพระยามหาโยธา (เจ่ง) ที่อพยพเข้ามาสมัยพระเจ้าตากสินมหาราชไปอยู่ เมื่อสร้างเมืองและป้อมค่ายเสร็จแล้วจึงโปรดเกล้าฯให้ตั้งสมิงทอมา บุตรเจ้าพระยามหาโยธา (เจ่ง) เป็นพระยานครเขื่อนขันธ์รามัญราชชาติเสนาบดีศรีสิทธิสงคราม ผู้รักษาเมือง

ต่อมาพ.ศ. 2371 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯให้พระยาโชฎึกราชเศรษฐี (ทองจีน) ไปสร้างป้อมที่ปากคลองมหาชัย และให้แบ่งครอบครัวชาวมอญในเจ้าพระยามหาโยธา (ทอเรียะ) บุตรเจ้าพระยามหาโยธา (เจ่ง) ไปตั้งบ้านเรือนและทำมาหากินอยู่ที่จังหวัดสมุทรสาคร อยู่ดูแลป้อม และขุดลอกคลองสุนัขหอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่ออังกฤษเข้ายึดพม่าและมีความคิดที่จะตั้งประเทศมอญขึ้นใหม่ โดยขอตัวเจ้าพระยามหาโยธา (ทอเรียะ) ไปจากไทย เพื่อตั้งเป็นกษัตริย์มอญ แต่ทางการไทยไม่เห็นด้วย เพราะหากมีประเทศมอญเกิดขึ้นใหม่ ไพร่บ้านพลเมืองมอญที่อพยพเข้ามาก็จะพากันกลับบ้านเมืองของตน และจะเกิดประโยชน์กับฝ่ายอังกฤษ ฝ่ายเจ้าพระยามหาโยธา (ทอเรียะ) ก็ต้องการอยู่สนองพระมหากรุณาธิคุณของพระมหากษัตริย์ไทย อีกทั้งไม่ต้องการไปอยู่ใต้อาณัติอังกฤษ

รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เกิดเหตุมีชาวมอญพากันอพยพกลับเมืองมะละแหม่งเป็นจำนวนมาก สร้างความไม่พอใจแก่ทางการไทย เพราะจะทำให้ไพร่บ้านพลเมืองเหลือน้อย เกิดความอ่อนแอขึ้นได้ จึงมีการออกพระราชบัญญัติควบคุมการหลบหนีออกนอกประเทศของมอญ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของพระมหากษัตริย์ในทุกรัชกาลที่ผ่านมา ที่ต้องการแรงงานมอญไว้ใช้ประโยชน์ในพระราชอาณาจักรไทย

สำหรับหัวเมืองชายแดนตะวันตกด้านจังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดราชบุรี ซึ่งติดต่อกับประเทศพม่า และเป็นอาณาเขตมอญแต่เดิมนั้นเป็นเส้นทางผ่านในการอพยพ มีการอพยพเข้ามาอยู่เนืองๆ ชาวมอญตั้งหลักแหล่งกระจัดกระจายกันอยู่ ทางราชการจึงจัดให้คนเหล่านี้อยู่รวมกันตามเมืองหน้าด่าน เป็นเมืองหน้าศึกกับพม่ารวม 7 เมือง เรียกว่ารามัญ 7 เมือง ได้แก่ เมืองสิงห์ เมืองลุ่มสุ่ม เมืองท่าตะกั่ว เมืองไทรโยค เมืองทองผาภูมิ เมืองท่าขนุน และเมืองท่ากระดาน ขึ้นตรงกับเมืองกาญจนบุรี เป็นเมืองหน้าด่านคอยสอดแนมสืบข่าวความในฝั่งพม่าแล้วรายงานให้ทางการทราบ และคอยสกัดทัพพม่าก่อนเข้าโจมตีไทย

ชาวมอญเมื่อเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย จะสร้างบ้านเรือนและประกอบอาชีพยังสถานที่ที่พระมหากษัตริย์พระราชทานให้ ต่อมาเมื่อที่ทำกินคับแคบ จึงมีการกระจายตัวของชาวมอญจากพระประแดง ปทุมธานี นนทบุรี และราชบุรี เข้าไปยังบริเวณต่างๆ ตามลุ่มน้ำท่าจีนและแม่กลอง

นายลีล (Leal) ล่ามของร้อยเอกเฮนรี่ เบอร์นี่ (Henry Burney) ทูตการค้าชาวอังกฤษ ที่ได้เข้ามาทำสัญญาการค้ากับไทยช่วงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว กล่าวว่ามีมอญมากถึง 30,000 คน จากช่วงแม่น้ำเจ้าพระยาถึงปากแม่น้ำแม่กลอง ตอนเหนือของแม่น้ำแม่กลองเหนือเมืองราชบุรีมีหมู่บ้านมอญเป็นหย่อมๆ และทางตอนเหนือของกาญจนบุรี นายลีล ยังได้พบเมืองที่มีประชากรประมาณ 5,000 คน โดยมากเป็นมอญที่ย้ายมาจากกรุงเทพฯ เป็นมอญเก่ามีมอญใหม่ปนบ้าง

รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีการทำสำมะโนพลเมือง พ.ศ. 2446 พบมอญกระจายอยู่ตามมณฑลราชบุรี มณฑลนครชัยศรี มณฑลนครสวรรค์ มณฑลกรุงเก่า มณฑลนครราชสีมา และมณฑลปราจีนบุรี อันเป็นหลักฐานแสดงการกระจายตัวของมอญสมัยนั้น

นอกจากหลักฐานดังกล่าว ยังพบว่ามีมอญอาศัยอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศไทย อาจเป็นการโยกย้ายกันเองภายหลัง การอพยพตกหล่นตามรายทางแต่เดิมที่เป็นเส้นทางเดินทัพ และเส้นทางอพยพหลบหนี รวมทั้งการหนีเตลิดเข้าป่าลึก เพราะหวาดกลัวสงคราม เมื่อความเจริญเข้าไปมีการสำมะโนพลเมือง จึงปรากฏเป็นชุมชนมอญในภายหลัง เช่น ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง ตาก พิษณุโลก อุทัยธานี ลพบุรี นอกจากนี้ยังปรากฏมีชุมชนมอญเล็กๆ กระจายอยู่ในหลายจังหวัด เช่น นครสวรรค์ นครราชสีมา สระบุรี ปราจีนบุรี ชัยภูมิ นครปฐม พระนครศรีอยุธยา สุพรรณบุรี อ่างทอง สิงห์บุรี นครนายก กรุงเทพฯ ฉะเชิงเทรา สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และสุราษฎร์ธานี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า บริเวณที่มีชาวมอญอาศัยอยู่เป็นกลุ่มหนาแน่น ได้แก่ อำเภอบ้านโป่ง และ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ อำเภอเมือง และ อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

2.1.2.11 บทบาทด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

วัฒนธรรมประเพณีของไทย ได้รับอิทธิพลมาจากหลายชนชาติ เช่น มอญ เขมร อินเดีย จีน ลาว เป็นต้น โดยเฉพาะวัฒนธรรมประเพณีมอญมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมไทยอย่างมาก วัฒนธรรมมอญที่ปะปนอยู่ในวัฒนธรรมของไทยเริ่มแรกเข้ามาพร้อมกับการยอมรับนับถือศาสนาแล้ว

(1) กฎหมาย

กฎหมายไทยฉบับแรก คือ กฎหมายตราสามดวงมีต้นแบบมาจากพระมนูธรรมศาสตร์ หรือมานวธรรมศาสตร์ ซึ่งเป็นคัมภีร์พราหมณ์ของชาวฮินดู และมอญได้นำมาตัดทอนเอาส่วนที่มีลักษณะของพราหมณ์ฮินดูและระบบวรรณะออกไป คงไว้เฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับกฎหมายปกครอง และปรับให้เข้ากับพระพุทธศาสนา จึงทำให้พระมนูธรรมศาสตร์ของอินเดียกับพระธรรมศาสตร์หรือธรรมสัตถัมของมอญต่างกัน และพระธรรมศาสตร์ก็มีขนาดเล็กกว่าพระมนูธรรมศาสตร์ด้วย

(2) ภาษา

เป็นที่ทราบกันดีว่าชาวมอญและชาวไทยมีความใกล้ชิดกันในทางศาสนา และสิ่งที่เข้ามาพร้อมๆ กับอิทธิพลทางศาสนา ได้แก่ ภาษา ที่ผสมกลมกลืน และมีความใกล้ชิดอยู่ในวัฒนธรรมไทยมานาน ตั้งแต่เริ่มมีอักษรไทยในสมัยสุโขทัย พ่อขุนรามคำแหงทรงคิดค้นอักษรไทยขึ้นโดยดัดแปลงมาจากภาษาขอมหวัดและมอญโบราณ ซึ่งอารยธรรมมอญมีอิทธิพลอยู่ในเมืองสุโขทัย รวมทั้งพลเมืองในเมืองสุโขทัยก็มีคนมอญจำนวนมาก ดังได้กล่าวแล้วข้างต้น ดังนั้นในภาษาไทยที่เราใช้กันอยู่ทุกวันนี้จึงมีภาษามอญปะปนอยู่เป็นจำนวนมาก

(3) ดนตรี

เครื่องดนตรีมอญที่ไทยรับอิทธิพลเข้ามาอย่างแพร่หลาย คือ ปี่พาทย์มอญ ซึ่งเป็นการบรรเลงเพลงมอญ และสำเนียงมอญ ดนตรีมอญนั้นมีทั้งนำเข้ามาจากเมืองมอญโดยตรงพร้อมการอพยพของคนมอญ และทั้งการปรับปรุงดัดแปลงขึ้นใหม่โดยคนไทยและคนมอญรวมทั้งลูกหลานมอญที่เกิดในเมืองไทย ดนตรีมอญชนิดอื่นๆ ได้แก่ กลองยาว วงซอ วงมโหรี สำหรับใช้ในการแสดงทะแยมอญ นอกจากดนตรีมอญแล้วสิ่งที่มักมาควบคู่กันคือ รำมอญ นาฏศิลป์ การละเล่นการแสดง ได้แก่ สะบ้า ทะแยมอญ กระอั้วแทงควาย

(4) วรรณคดี

วัฒนธรรมประเพณีมอญเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในสังคมไทย วรรณคดีเรื่อง “ราชาธิราช” เป็นพงศาวดารมอญ มีการแปลและแต่งเป็นวรรณคดีไทย ได้รับการยกย่องเป็นวรรณคดีที่ควรค่าแก่การอ่านสำหรับคนไทย เนื้อหาบางตอนถูกนำไปตีพิมพ์เป็นแบบเรียนสำหรับเยาวชน โดยกระทรวงศึกษาธิการ นอกจากนั้นยังมีวรรณคดีไทยหลายเรื่องมีเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีมอญ เช่น วรรณคดีไทยพื้นบ้านเรื่อง “ขุนช้างขุนแผน” มีเนื้อหาเป็นเรื่องราวในปลายสมัยอยุธยา และถูกนำมาแต่งเป็นบทร้องเสภาเมื่อสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ซึ่งมีผู้ร่วมแต่งกันหลายท่าน หนึ่งในนั้นคือสุนทรภู่ ซึ่งแต่งตอน “กำเนิดพลายงาม” เสภาบทดังกล่าวมีสำนวนภาษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และเนื้อหาเกี่ยวกับมอญอยู่หลายแห่ง วัฒนา บุรกสิกร ได้วิเคราะห์ว่า สุนทรภู่น่าจะมีความรู้ภาษามอญ ซึ่งบทเสภาดังกล่าวมีดังนี้

(5) ประเพณีและวัฒนธรรม

ประเพณีและวัฒนธรรมของไทยที่เรายึดถือปฏิบัติกันโดยทั่วไป หลากหลายประเพณีมีที่มาจากมอญ เช่นประเพณีสงกรานต์ โดยมอญรับจากอินเดียมาคลี่คลายและปรับใช้ในแบบของมอญ ซึ่งมอญและไทยถือเป็นวันขึ้นปีใหม่ พิธีปล่อยนกปล่อยปลา ประเพณีค้ำโพธิ์ ส่งข้าวสงกรานต์ ทำบุญกลางหมู่บ้าน ตักบาตรน้ำผึ้ง ตักบาตรเทโว ประเพณีโยนบัว ล้างเท้าพระ เรียกได้ว่าประเพณีที่เกี่ยวเนื่องกับศาสนาและอยู่วิถีชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย ล้วนแทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิตชาวไทยทั้งในราชสำนักและระดับสามัญชน ซึ่งชาวไทยรับเอาไว้โดยไม่รู้ตัว เช่น ประเพณีโกนจุก ประเพณีการบวช ประเพณีแต่งงาน

ประเพณีแต่งงานของชาวมอญมีการแห่ขันหมาก นอกจากเงินทองและของหมั้น ขนม หมากพลู เหล้า บุหรี่ และผ้าเช่นผีแล้ว ยังประกอบด้วย หน่อมะพร้าว หน่อกล้วยน้ำว้า และหน่อหมาก ให้คู่บ่าวสาวได้ปลูกและได้เก็บผลกินสำหรับตนและทารกที่จะเกิดใหม่ ซึ่งคู่แต่งงานที่ไม่ผ่านการสู่ขอจากผู้ใหญ่ แอบลักลอบหนีตามกัน หากทำพิธีแต่งงานจะไม่สามารถนำหน่อมะพร้าว หน่อกล้วยน้ำว้า และหน่อหมาก เข้าร่วมในขบวนแห่ได้ และเมื่อมีบุตรหลาน บุตรหลานก็จะไม่ได้รับเชิญเข้าร่วมในพิธีสำคัญของหมู่บ้าน เช่น สาวเชิญเตียบ พานขันหมากในงานแต่งงาน สาวอุ้มต้นเทียนและเครื่องอัฐบริขารในงานบวชถือเป็นการลงโทษทางสังคม

ของหวานที่เลี้ยงแขกในงานแต่งงานคือ ขนมสี่ถ้วย ซึ่งชาวไทยเรียกว่า “กินสี่ถ้วย” ได้แก่ ไข่กบ (เม็ดแมงลัก) นกปล่อย (ลอดช่อง) มะลิลอย (ข้าวตอก) และ อ้ายตื้อ (ข้าวเหนียว) เป็นขนมมงคลในงานแต่งงาน และการกล่าวถึงคำว่า “กินสี่ถ้วย” ยังมีความหมายถึงประเพณีแต่งงานอีกด้วย ประเพณีแต่งงานดังกล่าวเป็นประเพณีที่ยังมีการปฏิบัติกันโดยทั่วไปในหมู่ชาวไทย โดยเฉพาะที่จังหวัดสุโขทัย ซึ่งมีชาวมอญอาศัยอยู่หลายชั่วอายุคนแล้ว รวมทั้งชาวมอญในประเทศพม่าซึ่งยึดถือประเพณีการแห่ขันหมาก รวมทั้งกินขนมในงานแต่งดังกล่าวข้างต้นอย่างเคร่งครัด แต่ไม่ได้มีสี่ถ้วยอย่างในเมืองไทย มีเพียงข้าวเหนียวและลอดช่องและชาวมอญในประเทศพม่าเรียก “ลอดช่อง” ว่า “โหลดช่ง”

(6) อาหาร

อาหารไทยหลายชนิด มีที่มาจากอาหารมอญ โดยได้รับอิทธิพลทั้งรูปแบบและรสชาติจากความใกล้ชิดคุ้นเคยกับชาวมอญทั้งในราชสำนัก และในระดับสามัญชน ต่อมาชาวไทยได้นำอาหารของชาวมอญมาดัดแปลง ประยุกต์ให้ได้รสชาติถูกปากคนไทย ซึ่งมีอยู่ด้วยกันมากมายหลายชนิด ทั้งอาหารหวานและอาหารคาว เช่น ข้าวอีกา (เปิงคะด็อจก์)ข้าวเหนียวแดง (อะลอญฮะเกด) ข้าวเหนียวแดกงา (ฮะเปียง) ขนมกะละแม (กวานฮะกอ) ขนมจีน (ฮะนอม) และ ข้าวแช่ (เปิงด้าจก์ หรือ เปิงซังกราน) เป็นต้น

ข้าวแช่ ตามประเพณีมอญแต่เดิมเป็นการหุงข้าว เพื่อบูชาเทวดาในช่วงเทศกาลสงกรานต์ สืบเนื่องมาจากตำนานสงกรานต์ของมอญ

ขนมจีน เป็นอาหารมอญ ที่นิยมทำเฉพาะแต่ในเทศกาล และงานสำคัญเท่านั้น เพราะมีขั้นตอนการทำที่ต้องใช้เวลามาก คำว่า "ขนมจีน" มอญเรียกว่า "คนอม" เป็นกริยาแปลว่า ทำ, สร้าง (ในพจนานุกรมภาษามอญ-อังกฤษที่รวบรวมโดย Robert Halliday ได้ให้ความหมายว่า "form") ส่วนคำว่า"จีน" ที่อยู่ข้างหลังคำว่า "ขนม" นั้นไม่มีใช้ในภาษามอญ มีแต่คำว่า "จิน" ซึ่งแปลว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“สุก” (จากการหุงต้ม) คนมอญนั้นจะเรียก ขนมจีนว่า "คนอม" เท่านั้น หม่อมราชวงศ์ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ สันนิษฐานว่า เกิดจากขณะที่คนมอญกำลังทำ "คนอม" อยู่ ซึ่งมักเกิดความโกลาหนขึ้นในที่ทำครัวเนื่องจากคนหมู่มาก จากการร้องบอกกันต่อๆ ไปว่า "คนอม" สุกแล้ว กินได้แล้ว ก็คือคำว่า “คนอม-จิน” ที่จริงแปลว่า “แป้งเส้น” สุกแล้ว เมื่อคนไทยได้ยิน จึงเรียกอาหารชนิดนี้ว่า “คนอมจิน” และเรียกเพี้ยนมาเป็น "ขนมจีน" อย่างในปัจจุบัน

2.1.2.12 ชุมชนมอญในประเทศไทย

(1) มอญบางจะเกร็ง จังหวัดสมุทรสงคราม
(2) มอญบางปลา จังหวัดสมุทรสาคร
(3) มอญบ้านเก่า จังหวัดอุทัยธานี
(4) มอญสลุย จังหวัดชุมพร
(5) มอญหนองดู่ จังหวัดลำพูน
(6) บ้านมอญ จังหวัดนครสวรรค์
(7) มอญบางไส้ไก่ กรุงเทพมหานคร
(8) มอญบ้านโป่ง-โพธาราม จังหวัดราชบุรี
(9) มอญกระทุ่มมีต จังหวัดนครปฐม
(10) มอญสามโคก จังหวัดปทุมธานี
(11) มอญบ้านเสากระโดง จังหวัดอยุธยา
(12) คลองมอญ กรุงเทพมหานคร
(13) สะพานมอญ กรุงเทพมหานคร
(14) มอญปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
(15) มอญบางกระดี่ กรุงเทพมหานคร
(16) มอญบางขันหมาก จังหวัดลพบุรี
(17) มอญคลองสิบสี่ (มอญหนองจอก) กรุงเทพมหานคร
(18) มอญลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
(19) มอญปากลัด (มอญพระประแดง) จังหวัดสมุทรปราการ
(20) มอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
(21) มอญเจ็ดริ้ว จังหวัด.สมุทรสาคร
(22) มอญเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร
(23) มอญปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า ศิลปวัฒนธรรมประเพณีมอญหลายประการที่อยู่ในสังคมไทยมาช้านานอย่างน้อย ตั้งแต่สมัยอยุธยา เกิดจากการอพยพเข้ามาของชาวมอญพร้อมกับ ศาสนา ภาษา วรรณคดี อาหาร การแต่งกาย ประเพณี ความเชื่อ และพิธีกรรม ได้เปลี่ยนถ่ายเคลื่อนไหวไปมาในหมู่ชาวมอญและชาวไทย แทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมไทยต่อเนื่องมาจนปัจจุบัน ซึ่งในที่สุดวัฒนธรรมประเพณีมอญจะกลมกลืนหายไปกับศิลปวัฒนธรรมไทย เนื่องจากเกิดการยอมรับไปยึดถือปฏิบัติอย่างไม่รู้สึกแปลกแยกด้วยความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทำให้เกิดแบบสอบถามเชิงลึกไปยังบทที่ 3 ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพ สิ่งแวดล้อม

1. ความเป็นมาของเขตลาดกระบัง

จากหนังสือ “วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เขตลาดกระบัง” ที่จัดทำโดยสภาวัฒนธรรมเขตลาดกระบังร่วมกับสำนักงานเขตลาดกระบัง (2553: 8-9) ได้เล่าถึงถึงประวัติความเป็นมาของเขตลาดกระบังไว้ดังต่อไปนี้

ที่มาของคำว่า “ลาดกระบัง”ยังไม่ปรากฏหลักฐานที่แน่ชัดเกี่ยวกับชื่อที่ใช้เรียก จากการสันนิฐานทางอักษรศาสตร์ ทราบได้ว่า แต่เดิมนั้นเขตลาดกระบังมีสภาพที่อุดมสมบูรณ์ประกอบไปด้วยคูคลองและสัตว์น้ำ ชาวบ้านแถบนั้นจึงมักจะใช้เครื่องมือจับสัตว์น้ำที่ประกอบไปด้วยเผือแพะร่างแหรูปกรวยแหลม ซึ่งมีชื่อเรียนเครื่องมือชนิดนี้ว่า “กระบัง”อีกประการหนึ่งจากการเล่าต่อๆกันมา ทราบว่าท้องที่แห่งนี้แต่เดิมเป็นเชิงลาดและป่ารกทึบ มักจะมีสัตว์ป่า เช่น ช้าง เสือ ผ่านไปมาเสมอ จนทำให้พื้นที่พังทลาย ชาวบ้านจึงเรียกพื้นที่บริเวณนี้ว่า “ลาดพัง”ซึ่งต่อมาจึงเพี้ยนไปเป็น “ลาดกระบัง”

เขตลาดกระบังเป็นพื้นที่ชานเมืองฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่กว้างเป็นอันดับสองใน 50 เขตของกรุงเทพมหานคร นองจากเขตหนองจอก มีพื้นที่ 123.859 ตารางกิโลเมตร หรือ 77,406.1 ไร่ สภาพพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มคล้ายแอ่งกระทะ ประกอบด้วยทุ่งกว้างใหญ่และคูคลองมากมาย (สภาวัฒนธรรมเขตลาดกระบัง, 2552: 8)

เดิมเขตลาดกระบังเป็นพื้นที่การปกครองของจังหวัดมีนบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งในมณฑลกรุงเทพ มีชื่อเรียกว่าอำเภอแสนแสบ ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอลาดกระบัง เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2468-2469 เนื่องจากพลเอกสมเด็จพระเจ้าพี่ยาเธอกรมหลวงลพบุรีราเมศร์ตำรงตำแหน่องเสนาบดีกระทรวงมหาดไทยในขณะนั้นทรงเห็นว่าชื่อของอำเภอแสนแสบไม่ตรงต่อความเป็นจริง เพราะคลองแสนแสบเป็นคลองที่ผ่านไปทางอำเภอมีนบุรีมิได้ผ่านมาทางอำเภอแสนแสบแต่อย่างใดจึงทรงเปลี่ยนชื่อ “อำเภอแสนแสบ”เป็น อำเภอลาดกระบังและปี พ.ศ. 2474 จังหวัดมีนบุรีถูกยุบ มาขึ้นกับจังหวัดพระนคร อำเภอลาดกระบังจึงได้มาเป็นส่วนหนึ่งของจังหวัดพระนครด้วย ครั้นในวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2581 กระทรวงมหาดไทยได้ประกาศลดฐานะและยุบอำเภอนี้ลงเป็นกิ่งอำเภอลาดกระบัง (กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว. [ม.ป.ป.]: 16-17] หลังจากนั้น เมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2500 ฯพณฯ ท่านจอม พลป.พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ได้เดินทางเรือมาประกอบพิธีทางศาสนาที่ วัดพลมานีย์ หมู่ที่ 2 ตำบลทับยาว ได้สอบถามปัญหารวมถึงความต้องการของประชาชนในพื้นที่พบว่าประชาชนไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อราชการที่อำเภอมีนบุรี จึงได้มีการประกาศราชกฤษฎีกาในราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 74 ตอนที่ 23 ลงวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2500 ให้ตั้งกิ่งอำเภอลาดกระบัง อำเภอมีนบุรี จังหวัดพระนคร เป็น “อำเภอลาดกระบัง”

จนเมื่อปี พ.ศ. 2515 ได้มีการประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับ 335 ลงวันที่ 13 ธันวาคม ให้ยุบพระนครหลวงกรุงเทพ ธนบุรีเป็นกรุงเทพมหานคร และให้เรียก”อำเภอ”เป็น”เขต”อำเภอลาดกระบังจึงเปลี่ยนแปลงสถานะเป็น เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ปัจจุบันพื้นที่ลาดกระบังแบ่งออกเป็น 6 แขวง คือ ลาดกระบัง คลองสองต้นนุ่น ทับยาว คลองสามประเวศ และแขวงขุมทอง

คำขวัญประจำเขตลาดกระบัง คือ

พระพุทธรูปขาววัดลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลาดังวัดลานบุญ
หัวตะเข้มีหุ่นองค์เซียน
สถาบันเรียนวิศวกรรม
อุตสาหกรรมที่นิคม
แหล่งอุดมด้วยคูคลอง
โบสถ์สักทองวัดทิพพาวาส
(สภาวัฒนธรรมเขตลาดกระบัง, 2552: 3)

สภาพภูมิศาสตร์โดยทั่วไปเป็นท้องทุ่ง ประชากร 2 ใน 3 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยอาศัยคูคลองซึ่งมีอยู่ทั้งสิ้น 46 คลอง เป็นเสมือนเส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยงพืชพันธุ์เรื่อยมา และยังได้อาศัยคู่คลองเหล่านั้นในการสัญจรไปมาอีกด้วย โดยมีคลองที่ใหญ่และยาวที่สุดในเขตลาดกระบัง คือ คลองประเวศบุรีรมณ์ ซึ่งมีกำเนิดจากพระราชดำริในรัชกาลที่ 5 ให้เป็นรากฐานในการตั้งถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพทำนามาถึงปัจจุบัน

เขตลาดกระบังมีชุมชนอพยพเข้ามาตั้งรกรากทั่งชาวรามัญ ชาวมุสลิม ผนวกกับชุมชนที่อยู่ดั่งเดิมทำให้เขตลาดกระบังมีประเพณีและกาละเล่นที่โดดเด่นให้ศึกษามากมาย เช่น ตักบาตรพระร้อยทางเรือ ตักบาตรน้ำผึ้ง แห่หงส์ธงตะขาบ การเล่นสะบ้า เป็นต้น

2. กลุ่มทางสังคม กลุ่มองค์กรในชุมชน

2.1 คณะกรรมการชุมชนเลียบคลองมอญ
มีคณะกรรมการจำนวน 9 คน โดยมี ว่าที่ ร.ต.รามัญ สาระพันธุ์เป็นประธานชุมชน
2.2 คณะกรรมการกองทุนชุมชนเลียบคลองมอญ-สุทธาวาส
มีคณะกรรมการจำนวน 15 คน โดยมี นายณรงค์ มัณยานนท์ เป็นประธานกองทุน
2.3 กลุ่มเยาวชนเลียบคลองมอญและชุมชนทู บี นัมเบอร์ วัน เลียบคลองมอญ
มีคณะกรรมการจำนวน 14 คน โดยมี นางสาวสกุณา เถาแตง เป็นประธานชมรม
2.4 อาสาสมัครตำรวจบ้าน/ อาสาสมัครสาธารณสุข
โดยมี ว่าที่ ร.ต.รามัญ สาระพันธุ์ เป็นประธาน

ผลการดำเนินงานในโครงการเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่ได้รับความร่วมมือจากประชาชนในชุมชน

1. โครงการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมสงกรานต์ชาวรามัญ ดำเนินการทุกปีช่วงเดือนเมษายน
2. โครงการประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ ดำเนินงานทุกทีช่วงปลายเดือนตุลาคม
3. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนดำเนินการช่วงเดือนเมษายนและตุลาคมของทุกปี
4. โครงการศูนย์การเรียนรู้ “บ้างคลองมอญ”

2.2.1 ประวัติความเป็นมาของชุมชน

ชุมชนเลียบคลองมอญ ถนนเลียบคลองมอญ แขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นชุมชนประเภทชานเมือง กำหนดเป็นชุมชนตามระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยกรรมการชุมชน พ.ศ. 2534 เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2540 สภาพพื้นที่ยังเป็นชุมชนเกษตรกรรม ทำนาข้าว บ่อปลา และปลูกผักผลไม้ ประชาชนอาศัยอยู่พื้นที่เป็นระยะเวลากว่า 100 ปี ปลูกบ้านเรือนเลียบสองฝั่งคลองมอญ ส่วนใหญ่จะเป็นคนไทยเชื้อสายมอญ สภาพบ้านไม้หรือบ้านตึกครึ่งไม้ การคมนาคม ทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บกเข้าชุมชนใช้ทางถนนฉลองกรุง แล้วเข้าถนนเลียบคลองมอญ และทางน้ำ โดยเข้าคลองลำปลาทิว แล้วเข้าคลองมอญ

ชุมชนมอญวัดสุทธาโภชน์เกิดขึ้นตามสภาวะการขยายตัวตามความเจริญของบ้านเมือง ภายหลังจากการส่งเสริมของทางการให้บุกเบิกที่นาเพิ่มขึ้น ผลิตข้าวส่งออกขายต่างประเทศ ทางการสนับสนุนด้วยการขุดคลองขึ้นใหม่ รวมทั้งลดหย่อนภาษีที่นาในระยะแรก โดยชาวมอญจากพระประแดงและสมุทรสาครที่สบปัญหาที่นาคับแคบจึงอพยพบุกเบิก ที่นาในย่านลาดกระบังนี่จำนวนมาก แต่เดิมมีที่นาอยู่เฉพาะหน้านาเมื่อหมดหน้านาก็กลับไปยังถิ่นฐานเดิมของตนบางส่วนได้อพยพอยู่อย่างถาวร

ชุมชนมอญลาดกระบังนั้น ถือได้ว่าเจริญรุ่งเรืองขึ้นมาได้ด้วยเจ้าจอมมารดากลิ่นโดยแท้จริง เนื่องจากท่านเป็นผู้ที่สร้างวัดขึ้นมาให้เป็นวัดศูนย์กลางสำหรับชุมชนมอญ โดยเจ้าจอมมารดากลิ่นนั้น ท่านเป็นบุตรีพระยาดำรงค์ราชพลขันธ์(จุ้ย) ตระกูลคชเสนี ต่อมาได้เป็นพระสนมเอก โดยเป็นเจ้าจอมมารดาในรัชกาลที่ ๔ และบุตรของเจ้าจอมกลิ่น คือ สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนเรศวรฤทธิ์ พระเจ้าลูกเธอลำดับที่ ๑๗ ในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เจ้าจอมมารดากลิ่นนั้นท่านเป็นผู้ที่มีศรัทธาและเลื่อมใสในพุทธศาสนาอย่างมาก บำเพ็ญวัตรปฏิบัติหาความสุขตามสมควรแก่ฐานะผู้มีบรรดาศักดิ์ คือ ทำบุญ ให้ทาน มักชอบเดินทางไปพักผ่อนตามหัวเมืองต่างๆ โดยเฉพาะตามชานเมืองรอบนอกกรุงเทพมหานครที่เป็นชุมชนมอญอย่างปากลัด พระประแดง ลาดกระบัง เป็นต้น และด้วยอำนาจความเชื่อความเลื่อมใสอย่างแรงกล้าในศาสนาดังกล่าวข้างต้น เจ้าจอมมารดากลิ่นจึงได้สร้างวัดสุธาโภชน์ ณ แขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ถวายเป็นวัดในพระพุทธศาสนา

ปัจจุบัน วัดสุทธาโภชน์แห่งนี้ยังมีอนุเสาวรีย์เจ้าจอมมารดากลิ่น ในชุดแต่งกายประดับเครื่องราชอิริยาภรณ์ แกะสลักด้วยหินอ่อน ประดิษฐานอยู่ในบุษบกหน้าพระอุโบสถ ซึ่งที่มาของรูปหินอ่อนพระอาจารย์หนุน โชติโย เจ้าอาวาสวัดสุทธาโภชน์เป็นผู้เล่าให้ฟังว่า ท่านเจ้าจอมมารดากลิ่นเป็นผู้สั่งทำจากประเทศอิตาลี แล้วเสร็จและติดตั้งอยู่ภายในกำแพงแก้ว ตั้งแต่สมัยที่ท่านเจ้าจอมมารดากลิ่นยังมีชีวิตอยู่ ครั้นต่อมาเมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2530 ทางวัดพิจารณาเห็นความสำคัญของท่านเจ้าจอมมารดากลิ่น ผู้สร้างวัดดังกล่าว ทางคณะกรรมการวัดจึงพร้อมใจกันสร้างอนุเสาวรีย์ประดิษฐานรูปแกะสลักของท่านไว้เป็นเกียรติและอนุสรณ์แก่ท่านสืบไป (ประณีต อนงค์, สัมภาษณ์: 21 พฤศจิกายน 2553) โดยเหตุผลประการหนึ่งที่เจ้าจอมมารดากลิ่นตัดสินใจสร้างวัดสุทธาโภชน์ขึ้นเพื่อเป็นสถานที่บำเพ็ญกุศลในคราวที่ท่านไปพักผ่อนตากอากาศยังชุมชนย่านลาดกระบัง อีกทั้งเพื่อสงเคราะห์ชาวบรรดาพี่น้องชาวรามัญที่ท่านถือว่าเป็นเหมือนญาติ ได้สะดวกในการทำบุญตามประเพณีด้วย

สำหรับชุมชน มอญ ที่ลาดกระบังนั้นเป็นกลุ่มชาวมอญที่ขยายตัวมาจากพระประแดง และสมุทรสาคร เนื่องจากนโยบายขุดคลองสายต่างๆในสมัยรัชกาลที่ ๕ เพิ่มพื้นที่นาสำหรับผลผลิตข้าวเพื่อการค้าและส่งออก โดยการชักชวนให้ชาวบ้านมาบุกเบิกที่ทำมาหากินด้วยการงดเว้นการเก็บภาษีในระยะแรก และเก็บในอัตราลดหย่อนพิเศษกว่าพื้นที่ทำนาเก่าๆ ในระยะต่อมา ประกอบกับพื้นที่ทำนาของชาวมอญพระประแดงก็เริ่มแออัด จากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น แม้ในระยะเริ่มแรกชาวมอญเหล่านั้นจะเดินทางไปทำนาเฉพาะช่วงฤดูทำนาเท่านั้น ปลูกกระท่อมเล็กๆไว้แค่เพียงพอกันแดดกันฝน พอหมดหน้านาก็กลับไปอยู่ที่พระประแดง แต่ต่อมาเมื่อถนนหนทางเจริญสะดวกสบายมากขึ้น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกิดวัดในชุมชนที่สามารถ ใช้เป็นที่ทำบุญทำกุศลในเทศกาลต่างๆ ได้อย่างดี ทำให้ชาวมอญเหล่านั้นพากันลงหลักปักฐานยังสถานที่ทำนา คือ ย่านลาดกระบัง ดังกล่าวนี้เอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดเด่นของชุมชนเลียบคลองมอญ คือ เป็นชุมชนที่มีการอนุรักษ์ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายรามัญมานานกว่า 100 ปี และใช้ประเพณีวัฒนธรรมเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ เครือญาติชุมชนชาวมอญในเขตลาดกระบัง เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้

2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

2.3.1 ประวัติความเป็นมาของเขตลาดกรกะบัง

เขตลาดกระบังเดิมนั้นจะมีขอบเขตการปกครองประมาณเท่าใดนั้นยังหาหลักฐานได้ไม่ชัดเจนแต่ว่าเดิมท้องที่ๆเรียกว่าลาดกระบัง นั้นเป็นตำบลหนึ่งขึ้นอยู่ในท้องที่ของอำเภอแสนแสบเมื่อครั้งได้ปรับปรุงระเบียบการบริหารประเทศ โดยยกหัวเมืองต่างๆ ให้เป็นจังหวัด อำเภอ ตำบลและหมู่บ้าน จนกระทั่งต่อมาเมื่อพลเอกสมเด็จพระเจ้าพี่ยาเธอกรมหลวงลพบุรีราเมศร์เสนาบดีกระทรวงมหาดไทย ได้เสด็จราชการจึงได้ทรงเปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอลาดกระบังเดิม ชื่ออำแสนแสบตั้งอยู่ที่หมู่ 5 ตำบลลาดกระบังอยู่ในความปกครองดูแลของจังหวัดมีนบุรี เมื่อประมาณราว พ.ศ. 2468-2469 พลเอกสมเด็จพระเจ้าพี่ยาเธอกรมหลวงลพบุรีราเมศร์ดำรงตำแหน่งเสนาบดี ได้เสด็จไปราชการ ณ อำเภอแสนแสบซึ่งตั้งอยู่ริมคลองประเวศบุรีรมย์ไม่ตรงกับความเป็นจริง เพราะคลองแสนแสบเป็นคลองผ่านไปทางอำเภอมีนบุรี จังหวัดมีนบุรี เวลานั้นจึงได้ทรงเปลี่ยนชื่ออำเภอแสนแสบเป็นอำเภอลาดกระบังให้ตรงกับตำบลที่ตั้งของที่ว่าการอำเภอขึ้นในความปกครองของจังหวัดมีนบุรี ต่อมาได้ยุบจังหวัดมีนบุรีขึ้นกับจังหวัดพระนคร อำเภอลาดกระบังก็ขึ้นกับจังหวัดพระนครด้วยต่อมาเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2481 กระทรวงมหาดไทยได้ลดฐานะจากอำเภอลาดกระบังเป็นกิ่งอำเภอลาดกระบังขึ้นอยู่ในความปกครองของอำเภอมีนบุรี จังหวัดพระนคร ซึ่งตั้งที่ทำการกิ่งอำเภอที่ปากคลอง 2 (ได้รื้อถอนที่ทำการกิ่งอำเภอมาสร้างที่หมู่ 1 ตำบลลาดกระบัง เพราะที่ทำการเดิมทรุดโทรมเมื่อปี พ.ศ.2487) ครั้นในวันที่ 30 มกราคมพ. ศ. 2500 ราษฎรในท้องที่กิ่งอำเภอลาดกระบังมีความต้องการให้ทางราชการได้ยกฐานะกิ่งอำเภอลาดกระบังขึ้นเป็นอำเภอลาดกระบัง เพราะการไปติดต่อกับอำเภอมีนบุรีไม่สะดวกโดยได้ร้องเรียนต่อจอมพล ป.พิบูลสงครามรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยและนายกรัฐมนตรีครั้งที่ได้มาทำบุญที่วัดพลมานีย์ หมู่ 2 ตำบลทับยาว ซึ่งกิ่งอำเภอลาดกระบังได้ยกฐานะเป็นอำเภอลาดกระบังขึ้นอยู่ในความปกครองของจังหวัดพระนครจากการประกาศพระราชกฤษฎีกาในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 74 ตอนที่ 23 ลงวันที่ 5 มีนาคมพ. ศ. 2540) โดยมีเหตุผลว่ากิ่งอำเภอลาดกระบัง อำเภอมีนบุรี จังหวัดพระนคร มีท้องที่กว้างขวางอยู่ห่างจากอำเภอที่ขึ้นอยู่ประชาชนได้แน่นหนากว่าเดิม สภาพท้องถิ่นเจริญขึ้น เพื่ออำนวยประโยชน์ในการปกครองและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนกิ่งอำเภอลาดกระบังมีฐานะเป็นอำเภอตั้งแต่วันที่ 6 มีนาคม พ.ศ.2500 เป็นต้นมา ต่อมาได้มีประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 334 ลงวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2515 ให้ยุบนครหลวงกรุงเทพธนบุรีเป็นกรุงเทพมหานครและให้เรียก“เกษ” เป็น“เขต” จึงเรียกว่าเขตลาดกระบังตั้งแต่วันนั้นเป็นต้นมา และเปลียน "ตำบล” เป็น“ แขวง” (Research Thai-Mon Ethnic Group at Klong Mon, 2553)

2.3.2 การอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมชุมชน

แนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาและส่งเสริมรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้ชุนชนมีความต้องการฟื้นฟูตลาดเพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดหัวตะเข้ จากการวิเคราะห์กิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดในพื้นที่เขตลาดกระบัง สามารถแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ตามองค์กรการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Tourism) ได้แก่ การท่องเที่ยวนั่งเรือชมธรรมชาติชมสัตว์น้ำและพันธุ์ไม้ริมคลองหลาย ๆ คลองในเขต เช่น คลองลำปลาทิว คลองมอญ

2. การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ชมอาคารสถาปัตยกรรม เชิงประวัติศาสตร์ วัดต่างๆ ริมคลอง เช่น วัดลาดกระบัง วัดสังฆราชา วัดปลูกศรัทธาวัดสุทธาโภชน์ ฯลฯ ชมโรงเจในชุมชน เช่น โรงเจเอ็งตัว โรงเจเทียนป้อฮกตั้ง

3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Education Tourism) ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อเรียนรู้วิธีการทำเกษตรกรรมชมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ตลอดจนเรียนรู้กระบวนการผลิต

4. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพพลานามัย (Health and Sport Tourism) ได้แก่ การปั่นจักรยานชมบรรยากาศหรือเดินเพื่อสุขภาพการพายเรือในคลอง (เพื่อชมทิวทัศน์) การนวดและการอบสมุนไพรโบราณ

5. การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น (Ethnic Tourism) ได้แก่ การเข้ามาพักแรมในบ้านริมคลองหรือบ้านสวนเป็นการพักแบบโฮมสเตย์ (Home stay)

2.3.3 แนวโน้มการท่องเที่ยวในเขตลาดกระบัง

ปัจจุบันชุมชนในเขตลาดกระบังยังไม่เป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป ในขณะที่บริเวณใกล้เคียงมีตลาดคลองสวน 100 ปี เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมื่อตลาดคลองสวน 100 ปี ได้รับพระราชทานรางวัลสถาปัตยกรรมดีเด่นประเภทชุมชนพื้นถิ่นดีเด่น พ.ศ. 2547 จึงเกิดกระแสความนิยมในการท่องเที่ยวเยี่ยมชมตลาดเก่าที่ยังคงรักษาสภาพแวดล้อมทางวัฒนาการวิถีชีวิตดั้งเดิมเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีการประชาสัมพันธ์ให้มีชื่อเสียงระดับประเทศ

ชุมชนลาดกระบังก็เป็นชุมชนเก่าแก่ 100 ปีเช่นเดียวกันซึ่งอยู่ในย่านน้ำที่เชื่อมกับตลาดหลายแห่ง เช่น ตลาดหลวงแพ่ง ตลาดคลองสวน จึงมีรูปแบบของตลาดริมน้ำที่มีการก่อสร้างด้วยโครงสร้างไม้ การติดต่อค้าขายหรือคมนาคมจะให้เรือเป็นพาหนะเหมือนๆกัน แต่เมื่อเกิดภาวะซบเซาทางเศรษฐกิจทำให้อาการตลาดริมน้ำขาดผู้คนร้านค้าต่างๆ ที่เคยมีอยู่อย่างมากมายทั้งสองฝั่งคลองย้ายออกไปสู่ตลาดริมถนน สภาพแวดล้อมของตลาดขาดการดูแลแต่เค้าโครงของตลาดริมน้ำหัวตะเข้ยังคงมีสภาพที่สามารถพัฒนาปรับปรุงให้มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่พอเพียงและทันสมัยตอบสนองต่อความต้องการของตลาดเพื่อการท่องเที่ยวได้และตลาดเก่าริมน้ำหลายแห่งในประเทศก็ได้รับการฟื้นฟูเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน เช่น การปรับปรุงชุมชนตลาดหัวตะเข้ จึงน่าจะสามารถดำเนินการได้เช่นเดียวกับตลาดคลองสวน 100 ปี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวแต่จะต้องมีการวางแผนการดำเนินงานและการแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสมเพื่อคงไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นรวมทั้งป้องกันการสูญเสียเอกลักษณ์ของชุมชนริมน้ำในอดีตไป

2.3.4 ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนลาดกระบัง

ในการศึกษาถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนลาดกระบัง จากการวิเคราะห์พบว่าชุมชนมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากการมีปัจจัยที่สนับสนุนดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. พื้นที่ริมน้ำของตลาดหัวตะเข้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่การมีพื้นที่สาธารณะและร้านค้าที่เป็นเรือนแถวไม้ริมคลองประเวศบุรีรมย์สามารถพัฒนาและปรับปรุงให้สามารถรับบริการการท่องเที่ยวได้

2. บริเวณริมคลองต่างๆ ในเขตลาดกระบังยังมีธรรมชาติที่สมบูรณ์เพียงพอที่นักท่องเที่ยวจะสัมผัสถึงระบบนิเวศริมน้ำได้

3. เป็นศูนย์กลางการคมนาคมสามารถไปเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในบริเวณใกล้เคียงได้สะดวกเช่นนั่งเรือไปชมตลาดคลองสวน ๑๐๐ ปี

4. บริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและวิถีชีวิต เช่น บริเวณโรงเจและบริเวณวัดริมคลองต่างๆ มีกิจกรรมหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเช่นการให้อาหารปลาในเขตอภัยทานหน้าวัดต่างๆการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เขตลาดกระบัง ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมและเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตลาดกระบัง

5. พื้นที่บริเวณด้านหลังโรงเรียนพรตพิทยพยัตจะจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์หลวงพรต-ท่านเลี่ยมอีกทั้งฝั่งตรงข้ามกับที่ว่าการเขต ตลอดจนถนนตั้งแต่โรงพยาบาลไปจนถึงริมคลองประเวศบุรีรมย์สามารถจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่างๆ ได้นอกจากนั้นพื้นที่ดังกล่าวสามารถให้เป็นพื้นที่จอดรถยนต์แก่นักท่องเที่ยวได้และมีสะพานข้ามคลองเชื่อมโยงการคมนาคมและสามารถเดินติดต่อไปตลาดริมน้ำหอสมุดแห่งชาติเขตลาดกระบังได้อีกด้วย

2.4 ประเพณีและความเชื่อ

2.4.1 ประเพณีและพิธีกรรมในรอบปี

ชาวไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่เลียบคลองมอญในแขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีความคิดความเชื่อ และวิถีชีวิตความคล้ายคลึงกับชาวไทยเชื้อสายมอญในพื้นที่อื่นๆ ของไทย โดยเฉพาะความศรัทธาและเสื่อมใสในพระพุทธศาสนาซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากประเพณีในรอบปี โดยจะมีพิธีกรรมต่างๆ เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตดำเนินไปอย่างสม่ำเสมอในรอบปี ความใกล้ชิดกับพุทธศาสนาทำให้วัดจึงกลายเป็นจุดศูนย์กลางของสังคมในการประกอบกิจกรรม ประเพณีหรือพิธีกรรมต่างๆ

2.4.1.1 ประเพณีสงกรานต์ (ว่านอะต๊ะ)

ประเพณีที่สำคัญที่สุดในรอบปีของชาวมอญ คือ ประเพณีสงกรานต์ที่เปรียบเสมือนการเริ่มต้นชีวิตใหม่ในแต่ละปีศักราชมอญ เมื่อมาถึงยุคปัจจุบันนี้ เป็นที่ยอมรับอย่างเป็นทางการแล้วว่า เดือนเมษายนคือเดือนแห่งการขึ้นปีใหม่ของไทยที่นับเนื่องมาตั้งแต่ครั้งโบราณกาล โดยยึดเอาวันที่ดาวอาทิตย์ย้ายเข้าสู่ราศีเมษเป็นสำคัญ ซึ่งจะประมาณวันที่ 13 14 และ 15 ส่วนใหญ่แล้วจะยึดถือเอาวันที่ 13 เป็นวันต้น อย่างไรก็ตาม ธรรมเนียมของชาวมอญนั้น จะถือว่าเดือนเมษายนเป็นเดือนสงกรานต์กันทั้งเดือนเลยก็ว่าได้ ทั้งนี้เพราะก่อนหน้าวันสงกรานต์จริง คือวันที่ 13 เมษายน จะมาถึงชาวมอญจะเตรียมทำความสะอาดบ้านกันแต่เนิ่นๆส่วนใหญ่แล้วจะทำกันตอนต้นๆ เดือน (จะต้องทำความสะอาดเสร็จก่อนวันที่ 10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.3 สืบสานสงกรานต์มอญบางกระดี่
ที่มา : สยามรัฐออนไลน์. 2561

ชาวมอญในพื้นที่จะถือเอาวันที่ 13,14 และ 15 เมษายน เป็นวันขึ้นปีใหม่เช่นเดียวกับชาวไทย โดยในวันที่ 11 และ 12 จะมาร่วมตัวเพื่อช่วยกันทำขนมที่ชาวมอญเรียกว่า “กวานฮะกอ” คือขนมกวน หรือ กาละแม ผู้ใหญ่รามัญ สาระพันธุ์ (สัมภาษณ์: 23 พฤศจิกายน 2561) กล่าวว่า “กวนกาละแม เราจะกวนกันทีละ 3-4 กระทะ เหมือนเป็นการลงแขกกัน เอาแรงกัน ไม่มีค่าแรง วันนี้ช่วยกวนกระทะบ้านเอ็ง วันนี้ช่วยกวนกระทะบ้านข้า”พอเสร็จเรียบร้อยจะมีประเพณีการส่งขนมแลกเปลี่ยนกัน เป็นประเพณีของคนมอญเพื่อแบ่งปันและชมเชยซึ่งกันและกัน อันนี้ของบ้างเอ็งอร่อย อันนั้นของบ้านเอ็งอร่อย เพื่อเน้นย้ำเรื่องความสามัคคี”สิ่งที่แฝงเร้นอยู่เบื้องหลังการกวนขนมประเพณีดังกล่าว เป็นสิ่งที่ผู้คนในยุคสมัยปัจจุบันที่ยากจะเข้าใจ เพราะสิ่งนั้นคือ ความเอื้ออาทรและความสามัคคี ที่ชาวมอญทั้งหลายมีต่อกัน ความเอื้ออาทรนั้นเกิดขึ้นด้วยน้ำใจของผู้ที่มีสายเลือดเดียวกัน ที่ร่วมแรงร่วมใจมาช่วยกันกวนกาละแม ทั้งนี้เพราะการกวนกาละแมนั้น โดยความเป็นจริงแล้วไม่ใช่ เรื่องเล็กๆ เลย นับตั้งแต่การขูดมะพร้าว คั้นกะทิ ขุดหลุมแล้วก่อเตาไฟ เพื่อตั้งกระทะใบบัวขนาดใหญ่สำหรับกวนขนม และยังจะต้องช่วยกันลงแรงกวน เมื่อขนมใกล้จะได้ที่ ซึ่งตรงจุดนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความสามัคคี พร้อมเพรียงทั้งกำลังใจกำลังกาย เพราะกาละแมเมื่อจะได้ที่นั้น เนื้อขนมจะหนัก จะต้องประสานพายกวนเข้าด้วยกัน ตระหวัดขนมขึ้นจากกระทะใส่ลงในกระด้งที่ปูใจตองไว้รองรับ

พอถึงวันที่ 13 14 และ 15 เมษายน จะมีการทำบุญโดยนำข้าวปลาอาหารไปถวายพระที่วัดทั้ง 3 วันบ้างก็ปล่อยนก ปล่อยปลา ช่วงเวลากลางวันลูกหลานจะพากันไปรดน้ำขอพรจากผู้ใหญ่ คือพ่อแม่ปู่ย่าตายายและผู้ที่เคารพนับถือ เด็กๆจะช่วยกันนำกาละแมและผลไม้ไปส่งยังบ้านพี่ป้าน้าอาภายในหมู่บ้าน ส่วนสาวๆจะรับหน้าที่ส่งขนมตามบ้านญาติและผู้ที่เคารพนับถือในต่างตำบล หนุ่มๆในแต่ละตำบลจะคอยเฝ้าดูสาวๆด้วยความระทึกใจ ในตอนเย็นลูกหลานจะชวนกันนำดอกไม้ ธูปเทียน น้ำอบ น้ำปรุง ไปไหว้บรรพบุรุษ บ้างก็ไปสรงน้ำพระ ขากลับจะถูกพวกหนุ่มๆ ดักรดน้ำเปียกปอนไปหมดตกกลางคืนก็เล่นสะบ้ากันตามประเพณี

ชาวมอญเชื่อกันว่าวันสงกรานต์ถือเป็นการเคลื่อน การย้าย การเปลี่ยนราศี โดยถือว่าวันที่พระอาทิตย์โคจรจากราศีมีนเข้าสู่ราศีเมษ เป็นการเปลี่ยนศักราชใหม่ ดังนั้นจึงถือว่าวันสงกรานต์เป็นวันขึ้นปีใหม่ ทั้งยังมีประเพณีอื่นๆ อันเนื่องด้วยประเพณีสงกรานต์ดังนี้

2.4.1.2 ประเพณีสรงน้ำพระและรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ (ฮะเหริ่งช่าง)

นอกจากการรดน้ำสาวๆแล้ว บรรดาลูกหลานต้องไปรดน้ำดำหัวผู้เฒ่าผู้แก่ที่นับถือ ด้วยการนำโสร่งหรือเสื้อใหม่ไปไหว้ผู้เฒ่าผู้แก่แล้วนำน้ำผสมน้ำอบรดลงบนฝ่ามือเพื่อขอพร เพราะใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมัยก่อนมีความเชื่อว่าการรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ผู้เฒ่าผู้แก่นั้นเป็นการที่ผู้ใหญ่ให้พรแก่ลูกหลาน ถือเป็นสิริมงคลที่ได้รับตั้งแต่ต้นปีและจะเป็นมงคลไปตลอดปี นอกจากการรดน้ำผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่แล้วยังรดน้ำผู้ที่เสียชีวิตไปแล้วก็ได้ โดยนำโกศบรรจุกระดูกมาพรมน้ำอบ ถือเป็นการแสดงเมตตาจิตปีละครั้ง

ภาพที่ 2.4 สรงน้ำพระสงฆ์และรดน้ำดำหัว
ที่มา : สยามรัฐออนไลน์. 2561

2.4.1.3 ประเพณีปล่อยนกปล่อยปลา (ฮะเหล่ฮะเจมฮะเหล่กะ)

ประเพณีนี้เกิดจากความเชื่อว่า การปล่อยนกปล่อยปลาเป็นการสะเดาะเคราะห์ให้แก่ตัวเองจะทำให้มีอายุยืนยาว ชาวมอญจึงนิยมทำกันในช่วงเทศกาลสงกรานต์ซึ่งเป็นช่วงหน้าแล้ง ในอดีตบางคนจะนิยมปล่อยนกปล่อยปลาหากมีวันเกิดตรงกับวันที่ 15 เมษายน (วันเริ่มศักราชใหม่) เช่น ถ้าวันที่ 15 เมษายน ตรงกับวันเสาร์ ผู้ที่เกิดวันเสาร์ก็จะทำบุญปล่อยนกปล่อยปลา โดยจะนำไปปล่อยที่วัด เชื่อว่า เป็นการได้ปล่อยชีวิตแล้วจะช่วยต่ออายุให้ยืนยาวตลอดไป

เมื่อครั้งอดีตกาล มีตำนานเรื่องหนึ่งเกิดขึ้นว่ามีสมภารเจ้าวัดแห่งหนึ่ง มีความเชี่ยวชาญวิชาโหราศาสตร์ยิ่งนัก วันหนึ่งสมภารเห็นสามเณรรูปหนึ่งมีสีหน้าเศร้าหมอง ไร้ราศี จึงได้นำเอาวันเดือน ปีเกิดของสามเณรไปตรวจดูดวงชะตา ปรากฏว่าเป็นดวงชะตาที่ใกล้ถึงฆาตภายในวันนี้ สมภารมองสามเณรด้วยความสงสาร จึงอนุญาตให้สามเณรไปเยี่ยมญาติโยมที่บ้านได้ ขณะที่เดินไปตามทุ่งนา สามเณรแลเห็นปลากำลังตกคลั่กอยู่ในหนองน้ำรอวันตาย เนื่องจากเป็นฤดูร้อนที่น้ำแห้งขอด สามเณรบังเกิดความสงสารใครจะช่วยชีวิตปลาเหล่านั้นไว้ จึงได้ช้อนปลาไปปล่อยลงในลำคลองที่ละตัว ที่ละตัวจนหมดสิ้น แล้วจึงได้เดินทางต่อเพื่อกลับบ้าน ครั้นอยู่ที่บ้านเป็นเวลานานพอสมควรแล้วจึงได้เดินทางกลับวัด ฝ่ายสมภารเมื่อเห็นสามเณรกลับมาก็ตกใจเพราะมิได้เป็นไปเช่นที่ทำนายไว้ จึงไต่ถามถึงความเป็นไปสามเณรก็ได้เล่าให้ฟังโดยตลอดสมภารจึงรู้ได้ทันทีว่าการที่สามเณรรอดชีวิตมาได้ นั้นเพราะได้ช่วยชีวิตปลาให้รอดพ้นจากการตากแห้งกาย เมื่อข่าวนี้แพร่สะบัดไปทั่วหมู่บ้าน พวกชาวบ้านปรารถนาที่จะได้รับอานิสงส์เช่นสามเณรบ้าง จึงพากันปล่อยปลาเป็นการสะเดาะเคราะห์อยู่ทั่วไป (ชมรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย-รามัญ 2547) แต่ไม่ว่าจะเป็นด้วยอิทธิพลแห่งตำนานแต่ครั้งอดีตกาลหรือไม่ก็ตามคนมอญได้ยึดถือการปล่อยปลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.5 ประเพณีปล่อยนกปล่อยปลา
ที่มา : สยามรัฐออนไลน์. 2561

2.4.1.4 ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบ (เกี่ยะหยั่งโหน่มั่ว-อะลามเทียะ)

ประเพณีแห่หงส์-ธงตะขาบนี้ ถือว่ามีความสำคัญและแสดงเอกลักษณ์ของชาวมอญอย่างเด่นชัดเนื่องจากชาวมอญถือว่าหงส์เป็นสัตว์ที่สูงศักดิ์ และมีประวัติยาวนานนับตั้งแต่สมัยพุทธกาลจึงใช้หงส์เป็นสัญลักษณ์ของประเทศรามัญ นับแต่นั้นมาชาวมอญในประเทศไทยก็รับหงส์มาเป็นสัญลักษณ์เช่นกัน ดั่งที่พบเห็นได้ตามวัดต่างๆของมอญ ซึ่งมีเสาหงส์อยู่หน้าวัดเรียกเป็นภาษามอญว่า“ เกี่ยะหยั่งโหน่มั่ว” และเป็นที่มาของการแห่หงส์-ธงตะขาบ

รูปลักษณะของเสาหงส์ เป็นเสากลมยาวประมาณ 20 เมตรตัวเสาสลักลวดลายสวยงาม ขนาดลำตัวของหงส์ไม่แน่นอนแล้วแต่ช่างที่ประดิษฐ์ ประดับด้วยกระจก ปลายจงอยปากห้อยกระดิ่งเวลาต้องลมมีเสียงดังไพเราะ ส่วนธงตะขาบหรือที่ภาษามอญเรียกว่า “อะลามเที่ยะก” จะมีลักษณะเป็นผ้าแดงกว้างประมาณ 1.20 เมตร ผ่าเป็นซีกๆ พันด้วยผ้าขาวทุกซีก แล้ววงลงบนผ้าแดงเป็นคู่ๆ รวม 10 คู่ด้วยกัน เย็บซีกไม้ไผ่ที่พันด้วยผ้าขาว 10 คู่ ติดกับผ้าแดงเป็นธงที่ชาวมอญนิยมทำขึ้นในโอกาสต่างๆ เช่นใช้ในงานฉลองพระพุทธรูปหรือการ เบิกพระเนตรพระพุทธรูปหรือบูชาบรรพบุรุษก็มีและโดยเฉพาะใช้ฉลองเทศกาลสงกรานต์ชาวมอญนิยมชักธงตะขาบขึ้นสู่เสาหงส์ตามวัดมอญประจำหมู่บ้าน

สำหรับที่มาของธงตะขาบนั้นเป็นเรื่องราวที่มีคติทั้งทางโลกและทางธรรม ในทางโลกตะขาบเป็นสัตว์ที่มีลำตัวยาว มีเขี้ยวเล็บเป็นพิษ สามารถต่อสู้กับศัตรูที่มาระรานได้ เปรียบเสมือนคนมอญที่ไม่เคยหวาดหวั่นต่อศัตรู นอกจากนั้น ตะขาบยังเป็นสัตว์ที่มีลูกมาก ในแต่ละครั้งประมาณ 20-30 ตัว แม่ตะขาบจะคอยปกป้องลูกไว้ในอ้อมอก เมื่อใดที่พวกลูกๆ เสี้อยกระจัดกระจาย แม่ก็จะตะแคงลำตัวโอบลูกๆ เข้ามาแล้วขดเป็นวงกลมซึ่งนั่นย่อมหมายความว่า หากประเทศรามัญสามารถปกครองดูแลประชาราษฎร์ของตนได้เช่นตะขาบแล้วรามัญประเทศจะเจริญรุ่งเรืองไปอีกนานแสนนานและเต็มไปด้วยความร่มเย็นเป็นสุข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.6 ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบ
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2561

ในทางธรรม กล่าวว่าทุกส่วนของลำตัวตะขาบนั้น คนมอญจะออกมาเป็นปริศนาธรรม ทั้งสิ้นหนวด 2 เส้น ได้แก่ สติ คือ ความระลึกรู้ และสัมปชัญญะ คือ ความรู้ตัวหาง 2 หาง ได้แก่ ขันติ ความอดกลั้นและโสรัจจะ ความเสงี่ยมเจียมตัว เขี้ยว 2 เขี้ยว ได้แก่ หิริ ความละอายต่อบาป โอตตัปปะ ความเกรงกลัวต่อบาป ตา 2 ตา อันได้แก่ บุคคลผู้ที่หาได้ยาก 2 ประเภท คือ บุพการี คือ บุคคลผู้ให้อุปการะมาก่อนและกตัญญูกตเวที คือบุคคลผู้รู้อุปการะที่ท่านทำมาแล้วและทำตอบแก่ท่าน ลำตัว 22 ปล้อง ได้แก่ สติปัฏฐาน 4 สัมมัปธาน 4 อิทธิบาท 4 อินทรีย์ 5 พละ 5 ธงตะขาบ จึงเป็นสัญลักษณ์แห่งอำนาจบารมี เป็นสิ่งนำความมีโชคชัยความสุขสวัสดี
มาสู่ทุกคนในหมู่บ้าน การแห่ธงตะขาบจึงเป็นประเพณีที่แห่ควบคู่กับการแห่หงส์ ผู้ที่มีศรัทธาแรงกล้าจะถึงกับตักผมของตัวเองผูกติดไว้กับธงตะขาบ เพื่อถวายเป็นพุทธบูชา (ชมรมส่งเสริมวัฒนธรรมไทยรามัญ, 2547: 25-26)

2.4.1.5 ประเพณีการเล่นสะบ้า

การเล่นสะบ้า นิยมเล่นกันในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นการละเล่นที่มีเป้าหมายเพื่อเปิดโอกาสให้หนุ่มสาวได้พบปะกันอย่างใกล้ชิดโดยใช้สะบ้าเป็นสื่อ ทั้งนี้จะต้องอยู่ในสายตาของผู้ใหญ่ จึงเป็นการเล่นที่ไม่ได้เน้นที่ผลแพ้ชนะแต่เพื่อมีโอกาสได้พบคู่ครองหรือคนที่ถูกใจ เพื่อจะได้ไปสู่ขอ เพราะในอดีตเมื่อ 5-50 ปีก่อนหญิงและชายไม่ค่อยมีโอกาสได้พบกัน การเล่นสะบ้าจะเป็นโอกาสเดียวที่จะหนุ่มสาวจะได้มาพบเห็นหน้ากันทั้งนี้เพราะชาวมอญส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา นับแต่ฤดูฝนซึ่งเป็นฤดูหว่านดำไปจนถึงฤดูหนาวที่ต้นข้าวในนาโน้มรวงสีทองให้เก็บเกี่ยวนั้นทั้งชายหนุ่มและหญิงสาวต่างมีภารกิจมากมายจนกว่าฤดูเก็บเกี่ยวจะเสร็จสิ้น จึงจะขึ้นจากนาได้ซึ่งกว่างานในนาจะเสร็จก็เริ่มเข้าสู่ฤดูร้อน แล้วช่วงฤดูร้อนจึงเป็นช่วงเวลาแห่งการหยุดพักผ่อนมีงานสนุกสนานโดยเฉพาะในเทศกาลสงกรานต์ให้ได้รื่นเริงกันถ้วนหน้า ดังนั้นประเพณีการเล่นสะบ้าจึงเป็นประเพณีของหนุ่มสาว

การแต่งกายในการเล่นนั้นฝ่ายหญิงแต่งกายแบบมอญ คือ นุ่งผ้ากรอมเท้าใส่เสื้อแขนกระบอกห่มผ้าสไบสลับสี่แตกต่างกันไป ส่วนฝ่ายชายจะใส่เสื้อคอกลมหลากสีนุ่งผ้าม่วงหรือผ้าไหมมีผ้าสไบพาดสองไหล่ การเล่นสะบ้าจะเล่นกันใน “บ่อน” ในแต่ละหมู่บ้านจะมีการตั้งบ่อนสะบ้าไม่น้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กว่า 2-3 บ่อน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ใต้ถุนบ้านหรือไม่ก็ลานกว้าง ซึ่งจะต้องมีการปรับพื้นที่ให้เรียบลื่นพอที่จะทอยหรือดีดลูกสะบ้าได้ ใต้ถุนบ้านส่วนใหญ่เป็นพื้นดินอยู่แล้วการปรับก็ใช้วิธีเอาสามเกลอมาทุบเอาน้ำรด แล้วก็เอาขวด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นขวดเหล้ามากลิ้งปรับพื้นให้เรียบ บริเวณโดยรอบของบ่อนซึ่งมีความกว้างและยาว 4x5 เมตร จะกั้นด้วยแผ่นกระดานจัดเก้าอี้ที่นั่ง 2 แถว ตรงข้ามกันสำหรับฝ่ายชายและฝ่ายหญิงอยู่กันคนละฟาก ตกแต่งบ่อนให้สวยงามด้วยทางมะพร้าวและพวงมะหวดหรือ สุดแท้แต่จะคิดประดิษฐ์ขึ้น

ภาพที่ 2.7 ประเพณีการเล่นสะบ้า
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2561

อุปกรณ์ในการเล่นก็คือ ลูกสะบ้ามีลักษณะกลมแบนของฝ่ายชายมักเป็นไม้กลึงให้กลมสวยงาม ส่วนสะบ้าของฝ่ายหญิงซึ่งลูกเล็กกว่ามักจะทำด้วยงาช้าง เขาควายหรือ ทองเหลือง ซึ่งก็จะกลึงให้กลมสวยงามเช่นกัน สำหรับผู้เล่นก็จะมีจำนวนประมาณ 8-9 คู่ สุดแต่ความกว้างของบ่อนทั้งหนุ่มและสาวจะแต่งกายตามประเพณีสวยงามมาก แต่มีกฎข้อห้ามที่เคร่งครัดอยู่ 2-3 ประการนั่นก็คือ ห้ามไม่ให้หนุ่มสาวบ้านเดียวกันร่วมเล่นสะบ้า เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วคนในหมู่บ้านเดียวกันมักจะเป็นเครือญาติใกล้ชิด ถือผีเดียวกันจึงไม่เหมาะสมที่จะรักใคร่ชอบคอกัน จนถึงขั้นแต่งงานห้ามนำสุรายาเมาเข้ามาดื่มในบ่อนอย่างเด็ดขาด และจะต้องแต่งกายตามประเพณีทั้งการลุกนั่งเดินเหินก็จะต้องเรียบร้อยด้วย ดังนั้นหนุ่มจากหมู่บ้านหนึ่งจะต้องข้ามไปเล่นสะบ้าที่อีกหมู่บ้านหนึ่งด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตนซึ่งเหตุผลที่แฝงอยู่ในเรื่องนี้นอกเหนือจากกฎแห่งการขยายเผ่าพันธุ์ตามธรรมชาติแล้ว ยังเป็นการประสานมิตรไมตรีระหว่างชุมชนต่างๆต่อกันไว้ได้อย่างดีอีกด้วย เมื่อมีหนุ่มมาจองสะบ้า (ซึ่งการจองจะใช้วิธีเอาถุงสะบ้ามามอบไว้ให้แก่ฝ่ายหญิง) นั้นเท่ากับเป็นคำมั่นว่าคืนนี้พวกเขาจะมาเล่นสะบ้าที่บ้านนี้ ดังนั้นฝ่ายสาวจะต้องถือว่าหนุ่มกลุ่มนั้นเป็นแขกที่มีสิทธิจะลงเล่นก่อน ท่าเล่นของสะบ้าในแต่ละหมู่บ้านไม่เหมือนกันเสียที่เดียว แม้จะดูคล้ายคลึงกันทั้งจำนวนและท่าที่เล่นก็ไม่เท่ากัน

สำหรับการเล่นสะบ้านั้น ฝ่ายชายและหญิงจะนั่งเรียงแถวกันคนละฟากตามจำนวน คู่ฝ่ายที่อยู่หัวบ่อนจะเป็นฝ่ายตั้งลูกสะบ้า ส่วนฝ่ายที่อยู่ท้ายบ่อนจะเป็นผู้เล่น ถ้าฝ่ายที่เล่นสามารถทำถูกต้องตามกติกาหมดทุกท่าถือว่าได้ 1 เมืองและหากมีบางท่าที่เล่นผิดไป ก็จะอยู่ในดุลยพินิจของอีกฝ่ายว่าจะให้แก้ตัวหรือปรับเป็นเสีย ถ้าปรับเป็นเสียฝ่ายที่ถูกปรับจะกลับไปที่นั่งที่หัวบ่อนทำหน้าที่ตั้งลูกสะบ้าต่อไปบางครั้งภายหลังจากที่ให้แก้ตัวแล้วก็ยังทำผิดซ้ำอีก ฝ่ายหนึ่งอาจทำโทษเช่น ให้รำหรือร้องเพลง หรือทำท่าทางอะไรสักอย่างซึ่งเป็นการเพิ่มรสชาติความสนุกให้กับการเล่นสะบ้ามาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยิ่งขึ้น สำหรับท่าเล่นนั้นดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า แต่ละชุมชนจะมีจำนวนท่าเล่นไม่เท่ากันและท่าที่เล่นบางท่าอาจจะเหมือนกันแต่บางท่าก็เพียงคล้ายคลึงหรือไม่ก็จะมีท่าที่แตกต่างอย่างสิ้นเชิงเลย

บางครั้งฝ่ายหญิงจะเป็นผู้นั่งตั้งลูกสะบ้าแล้วฝ่ายชายเป็นผู้ยิงหรือดีดลูกสะบ้าของตนให้ถูกลูกสะบ้าของหญิงสาวที่เป็นคู่ของตน หากยิงผิดก็ขอต่อรองได้โดยใช้คำพูดที่ไพเราะอ่อนหวาน ในตอนที่อ้อนวอนนี้ถือเป็นโอกาสดีที่ฝ่ายชายจะได้พูดคุยกับฝ่ายหญิง ซึ่งอาจจะพูดคุยนอกเรื่องไปเรื่องอื่นก็ได้แต่ต้องเป็นคำพูดที่ 1 สุภาพไม่พูดจาหรือแสดงกิริยาที่ไม่สมควรผู้ใหญ่ฝ่ายหญิงจะเฝ้าดูพฤติกรรมของฝ่ายชายหากฝ่ายหนุ่มหรือสาวที่เล่นสะบ้าในคืนนั้นมีกิริยาไม่เรียบร้อย ผู้ใหญ่ที่นั่งดูอยู่จะกระแอมไอหรือตำหมากพลูให้เกิดเสียงดังเพื่อเป็นการเตือนสติก็จะทำให้ฝ่ายที่ทำผิดระมัดระวังตนมากขึ้น แต่ถ้าผู้ใหญ่ตักเตือนด้วยวิธีดังกล่าวแล้วยังไม่แก้ไขทางผู้ใหญ่อาจจะลงมาสั่งยุติการเล่นสะบ้าคืนนั้นเลยก็ได้ เมื่อเล่นกันจนสมควรแก่เวลาซึ่งอาจจะเป็นเวลาเข้าของอีกวันหนึ่ง ผู้เป็นหัวหน้าทีมของฝ่ายชายจะกล่าวคำอำลาฝ่ายหญิงด้วยถ้อยคำที่อ่อนหวาน

ในชุมชนเลียบคลองมอญปัจจุบัน การเล่นสะบ้าเกิดขึ้นด้วยความตั้งใจของผู้ใหญ่บ้านเพื่อสืบสานประเพณีและวัฒนธรรมอันดีของชนชาวมอญไว้ ไม่ได้เล่นกันเป็นเรื่องเป็นราวหรือเป็นจริงเป็นจังอย่างในอดีต ที่เล่นกับข้ามวันข้ามคืนดังที่คุณลำดวน (สัมภาษณ์: 12 ธันวาคม 2560) เล่าว่า“ ในคลองเราแต่ก่อนเค้าจัดกันที่บ้านผู้ใหญ่บ้านคนเก่า (คุณตาฉาย) ตอนเป็นหนุ่มสาวสนุกไม่เหมือนเดี๋ยวนี้เล่นเพื่อรักษาประเพณีแต่ก่อนเล่นกันตั้งแต่ค่ำยันสว่างเล่นติดกันหลายๆคืน เล่นกันเพลินเลย ร้องเกี้ยวกันแบบลิเก ร้องสนุกสนานมาก” สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของผู้ใหญ่รามัญสาระพันธุ์ (1 ธันวาคม 2560) ที่กล่าวไว้ว่า“ การเล่นสะบ้าปัจจุบันไปเหมือนเดิมแล้วมันจะหายไป เราต้องพยายามให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมตอนเริ่มแรกใช้วิธีเชิญชวนและขอร้องขอความร่วมมือแถมบังคับ แต่พอเด็กๆ เริ่มโตมีฮอร์โมนเพศหญิงเพศชายเริ่มมีความรักเด็กๆ ก็จะเริ่มคิดว่ามาเล่นก็ดีจะได้มีเพื่อนมีคนเข้ามาทำความรู้จัก ตอนหลังเริ่มมาบอกเราว่า ลุงปีนี้หนูเล่นด้วยนะ แค่นี้เราก็ดีใจแล้วที่มีคนสนใจมีคนสืบทอดเวลามีงานเทศกาลเราก็ขอแรงมาแต่งชุดมอญเพราะเรามีชุดมีอุปกรณ์อยู่ที่บ้านอยู่แล้ว เวลามีคนมาดูงานเรา (ผู้ใหญ่รามัญ) ครูปราณีตและกลุ่มเยาวชนก็มาร่วมกันต้อนรับแขกเราก็โอเคมีความสุขเราต้องค่อยๆให้เขาซึมซับเป็นสิบปีก็ไม่สาย”

2.4.1.6 ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ

กำหนดขึ้นในอาทิตย์แรกหลังวันออกพรรษาทองทุกปี โดยจัดขึ้น ณ.วัดสุทธาโภชน์ การจัดงานบ่างออกเป็น 3 ตอน

(1) ตอนเช้า

พระภิกษุสงฆ์ จำนวน 100 รูปลงเรือ รับบิณฑบาตด้วยขบวนเรือมาดจำนวน 80 ลำ ที่บริเวณสองริมฝั่งคงลำปลาทิว ซึ่งเป็นคลองที่มีน้ำไหลผ่านบริเวณหน้าวัดสุทธาโภชน์อยู่ตลอดปี สิ่งของที่ใช้สำหรับตักบาตรจะแก่ดอกไม้ ธูปเทียน ข้าวสาร ข้าวสุก อาหารแห้ง ขนมแห้ง ไข่ต้ม ไข่เค็ม ผลไม้หรือสิ่งของตามความประสงค์ของผู้มีจิตศรัทธาที่มาร่วมประเพณีตักบาตรพระร้อย วัดสุทธาโภชน์

(2) ตอนกลางวัน

พิธีถวายภัตตาหารแด่พระภิกษุสงฆ์จากเจ้าภาพที่ได้รับการจองไว้เป็นสำรับคาวหวานที่สวยงามหลากหลายรูปแบบอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่ชาวสุทธาโภชน์มีอยู่เกือบทุกบ้านเป็นจำนวนร้อยชุดถวายพระสงฆ์ที่มารับบิณฑบาตในตอนเช้า สิ่งของถวายพระสงฆ์ ได้แก่ ดอกไม้ ธูปเทียน 1 ชุด หมากพลู ปัจจัยน้ำอาหารคาวหวานมากน้อยตามขนาดของสำรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) ตอนกลางวัน

พิธีถวายภัตตาหารแด่พระภิกษุสงฆ์จากเจ้าภาพที่ได้รับการจองไว้เป็นสำรับคาวหวานที่สวยงามหลากหลายรูปแบบอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่ชาวสุทธาโภชน์มีอยู่เกือบทุกบ้านเป็นจำนวนร้อยชุดถวายพระสงฆ์ที่มารับบิณฑบาตในตอนเช้า สิ่งของถวายพระสงฆ์ ได้แก่ ดอกไม้ ธูปเทียน 1 ชุด หมากพลู ปัจจัยน้ำอาหารคาวหวานมากน้อยตามขนาดของสำรับ

(4) ตอนบ่าย

ประเพณีการแข่งขันเรือพายเรือ ที่ใช้สำหรับแข่งขันส่วนใหญ่จะเป็นเรือที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีทั้งประเภทเรือสำหรับแข่งขันโดยเฉพาะ ที่เรียกว่าเรือเพรียวและเรือมาด ซึ่งเป็นเรือสำหรับใช้งานจุดมุ่งหมายของการจัดการแข่งขันเพื่อเสริมสร้างความรัก ความสามัคคี ความร่วมมือร่วมใจ ความสนุกสนานของคนในท้องถิ่นและเป็นการสืบสานต่อประเพณีไว้ให้เยาวชนคนรุ่นหลังได้ภาคภูมิใจ ซึ่งนับวันจะลดน้อยลงไปตามความผันแปรของสังคม

ภาพที่ 2.8 ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2561

2.4.2 ประเพณีในวงจรชีวิต

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ ทำให้ทราบว่า ปัจจุบันความเคร่งครัดหรือขั้นตอนการทำพิธีต่างลวดเร็วทำให้สอดคล้องกับความเร่งรีบในวิถีชีวิตปัจจุบัน และบางประเพณีก็สูญหายไปบ้างแล้ว แต่เป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาประเพณีในวงจรชีวิตของคนไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและเคยมีปฏิบัติเมื่อราว 10-20 ปีในชุมชนเลียบคลองมอญ (สารานุกรมกลุ่มชาติพันธุ์มอญ. 2542) ดังต่อไปนี้

2.4.2.1 ประเพณีการเกิด

ชาวมอญมีความเชื่อและข้อห้ามหลายอย่างเกี่ยวกับหญิงมีครรภ์ เช่น ห้ามบ้านที่มีคนตั้งครรภ์ทำพิธีมงคล ห้ามหญิงมีครรภ์นั่งพิงเสาบ้านโดยเฉพาะเสาเอก / เสาผี ฯลฯ ในอดีตจะมีขั้นตอนและพิธีกรรมที่ละเอียดและซับซ้อน ยกตัวอย่าง เช่น เมื่อผู้ที่เป็นภรรยาตั้งท้องได้ 2-3 เดือน สามีต้องตัดฟืนมา 9 ท่อนใหญ่แล้วตั้งเป็นรูปกระโจมตากแดดไว้ ผู้ที่ผ่านไปมาเมื่อเห็นกระโจมนี้จะทราบทันทีว่าบ้านนี้จะมีการคลอดลูกในเร็วๆนี้ โดยในวันที่เด็กคลอด ทันทีที่ได้ยินเสียงเด็กร้อง ผู้เป็นพ่อต้องล้มฟืนที่กระโจมทันที เพื่อนำไปเป็นเชื้อไฟ แล้วจึงไปขุดดินก้อนใหญ่มา 9 ก้อน เพื่อทำก้นเตาสำหรับการอยู่ไฟของผู้เป็นแม่ ที่มุมทั้งสี่ของก้นเตาวางก้อนข้าวสุกไว้เป็นการเซ่นสรวงผีสางเทวดาให้ช่วยปกปักรักษา ข้างๆก้นเตามีกระดานไฟสำหรับแม่นอน บางแห่งนำกิ่งพุทราที่มีหนามแหลมมากัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไว้โดยรอบก้นเตา และกระดานไฟ เชื่อว่าเป็นการป้องกันผีกระสือ บนหัวนอนยังมีหวดนึ่งข้าวเหนียวกับเคียว 1 เล่ม เพื่อป้องกันผีร้ายมารังควาน บางแห่งมีแต่เคียวเท่านั้น เมื่อหมอทำคลอดตัดรกเด็กออกแล้ว ผู้เป็นพ่อต้องนำรกไปฝังยังที่ที่ขุดดิน 9 ก้อนนั้น เวลาฝังต้องใส่ข้าวเปลือกลงไป 1 กะลา ส่วนเด็กเมื่อหมอทำคลอดทำความสะอาดเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะให้นอนในกระด้งใช้ผ้าผูกเป็นกระโจมต่างมุ้ง ถ้าเป็นเด็กผู้ชายจะวางสมุดดินสอลงไปด้วยเป็นเคล็ดว่าเมื่อเจริญวัยขึ้นจะได้เก่งในการศึกษาเล่าเรียนถ้าเป็นเด็กผู้หญิงจะวางเข็มด้ายไว้ให้เป็นเคล็ดว่าจะได้เก่งทางด้านการบ้านการเรือน

2.4.2.2 ประเพณีการโกนผมไฟ

ประเพณีการโกนผมไฟในชุมชนเลียบคลองมอญปัจจุบันนี้คุณลุงสมคิด (สัมภาษณ์:) เล่าว่า“ ปัจจุบันคนทำน้อย แต่ก็ยังพอมีให้เห็น เป็นการโกนผมไฟ ทำกันอย่างธรรมดาๆเลย คือเขาก็จะใช้ใบบอนถูผมแล้วโกนผมออก จากนั้นเอาไปทิ้งไว้ตามต้นไม้หรือต้นไทร โดยเชื่อกันว่าทำแล้วเด็กจะเลี้ยงง่าย” ต่างจากในอดีต กล่าวคือ เมื่อทารกเกิดได้ประมาณ 1-2 เดือน บิดามารดาและญาติผู้ใหญ่จะจัดพิธีโกนผมไฟอันเป็นผมแรกเกิดการโกนผมไฟจะต้องอยู่ในกฎเกณฑ์ข้อห้ามเกี่ยวกับการถือผี โดยถ้ามีคนในวงศ์ตระกูลเดียวกันตายในปีนั้น จะโกนผมไฟบุตรไม่ได้ และถ้ามีคนในวงศ์ตระกูลกำลังตั้งครรภ์เด็กในตระกูลเดียวกัน จะโกนผมไฟไม่ได้ ต้องรอให้หญิงนั้นคลอดและโกนพร้อมกันเลยทีเดียว ในกรณีที่ยังโกนผมไม่ได้บิดามารดาจะต้องรักษาผมไฟนั้นไว้โดยอาจจะเก็บไว้ทั้งศีรษะแบบผมเปีย ผมจุกหรือผมแกละ และห้ามโกนทิ้งเมื่อยังไม่ถึงเวลาอันสมควร ผู้ฝ่าฝืนจะทำให้เกิดอัปมงคลต่อเด็กครอบครัวและวงศ์ตระกูล การโกนผมไฟนี้ห้ามทำในวันพระและต้องทำก่อนเวลาเพลสมัยโบราณ ถ้าโกนผมไฟบุตรเป็นจำนวน“คี่” ถือว่าดีแต่ถ้าเป็นจำนวน“ คู่” ถือว่าไม่ดีเป็นอัปมงคลต่อครอบครัว เด็กอาจเจ็บป่วยในภายหลัง แต่ถ้าต้องการโกนและให้เป็นมงคลอาจใช้สัตว์เลี้ยงภายในบ้านสมมติเป็นตัวแทนเพิ่มขึ้นอีกหนึ่ง เช่น ถ้ามีเด็กโกนผมไฟ 2 คน อาจจะใช้แมวเพิ่มสมมติเป็น 3 คนและของเครื่องสังเวยจะต้องใช้ตามจำนวนคน ผู้ร่วมทำพิธี คือ บิดามารดา เครือญาติ หมอขวัญ หมอตำแย เพื่อนบ้านและนิมนต์พระสงฆ์มาเจริญพระพุทธมนต์ เพื่อความเป็นมงคลพิธีสำคัญของประเพณีนี้ คือ การสู่ขวัญเด็กหลังจากพระสงฆ์เจริญพระพุทธมนต์จบ บิดาจะนำเด็กไปให้พระรูปที่เป็นประธานตัดผมเด็กพอเป็นพิธี หลังจากนั้นขณะที่พระฉันภัตตาหาร หมอขวัญจะเริ่มสวดสู่ขวัญเด็กต่อหน้าเครื่องสังเวยต่างๆที่เตรียมไว้ ระหว่างสวด หมอขวัญจะถือคันเบ็ดซึ่งตรงปลายสายเบ็ดผูกแหวนพลอยไว้โดยให้เด็กจับแหวนที่ผูก เมื่อสวดสู่ขวัญจบบทหนึ่ง หมอขวัญจะทำพิธีตกเบ็ดเครื่องสังเวยด้วยแหวนนั้น ทำเช่นนี้จนครบ 7 บท บรรดาญาติมิตรต่างขานรับด้วยคำว่า “สาธุ” รวม 3 ครั้ง เป็นเสร็จพิธีสู่ขวัญ ส่วนการโกนผมอาจโกนหลังพระฉันภัตตราหารแล้ว

2.4.2.3 ประเพณีการบวช

การบวชถือเป็นประเพณีที่ชาวมอญในพื้นที่ยังคงเสื่อมใสในพระพุทธศาสนา และยึดมั่นปฏิบัติต่อกันมาแต่โบราณ คือ เมื่อชายหนุ่มอายุมีอายุครบ 20 ปี จะต้องบวชเรียนโดยเชื่อว่าพ่อแม่จะได้บุญเมื่อสึกแล้วจะแต่งงานได้

การบวชของชาวมอญมีลักษณะสำคัญ คือ ในวันสุกดิบใหญ่ก่อนวันบวชจริง“ ในวันนี้จะเป็นวันเตรียมของและมีการเลี้ยงฉลองให้ลูก หลังจากที่พ่อแม่เลี้ยงดูมา 20 ปี จะมีการลงแขกช่วยกันเตรียมของเตรียมงานเจ้าภาพจึงเลี้ยงเป็นการตอบแทน ปัจจุบันใช้วิธีแจกการ์ดแล้วที่สำคัญในวันสุกดิบของมอญจะไม่ใส่ชุดขาว ไม่โกนผมจะมาโกนตอนเช้าวันบวช” (รามัญสาระพันธุ์, สัมภาษณ์: 23 พฤศจิกายน 2553) นาคจะต้องนำพานดอกไม้รูปเทียนไปขอขมาลาโทษพระอุปัชฌาย์อาจารย์ที่วัดโดยมีการจัดริ้วขบวนสาวงามซึ่งเป็นลูกหลานคนในชุมชนถือพุ่มดอกไม้ บายศรีขบวนญาติมิตรและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แตรวงแห่อย่างใหญ่โตจากบ้านไปวัดในตอนบ่าย นาคจะแต่งตัวสวยงามเยี่ยงเทวดา เจ้าชาย โดยมีหญิงสูงอายุผู้เชี่ยวชาญจัดแต่งให้อย่างพิเศษ นุ่งผ้าม่วงปล่อยชายแบบจีบหน้านาง คาดเข็มขัด ห่มผ้าสไบเฉียงสีสด ใส่กำไลมือ กำไลเท้า สร้อยคอ ยังไม่โกนผมและคิ้ว โดยจะโกนในวันถัดไปคือวันบวชจริงและที่สำคัญนาคจะขี่ม้าไปในขบวนแห่

เมื่อเข้าเขตวังที่จะมาขอขมาลาโทษพระอุปัชฌาย์ นาคจะต้องลงจากหลังม้าและเดินเข้าไป (ส่วนใหญ่เพื่อนนาคมักจะให้นาคขี่คอไป) ชาวบ้านมีความเชื่อว่าม้า วัวและควาย ห้ามเข้าวัด ถ้าเข้าไปในเขตวัดแล้วเหยียบดิน ดินจะยุบลง แม้จะเอาทองไปถมให้เต็ม ก็ไม่สามารถลบล้างบาปได้ การบวชถือเป็นปัจจัยสำคัญอีกขั้นตอนหนึ่งของชีวิตที่จะเปลี่ยนสถานภาพของชายหนุ่ม ในพิธีนี้จึงมีการนำอาหารเครื่องเซ่นไปบูชาบอกกล่าวผีบรรพบุรุษที่เสาเรือนเป็นการแสดงความเคารพรวมทั้งไปบอกกล่าวขอขมาลาโทษต่อเจ้าพ่อที่รักษาหมู่บ้านที่บริเวณต้นโพธิ์ใหญ่ ขณะเดียวกันในทางโลกก็จะต้องนำธูป เทียน หมากพลูใส่ชาน เพื่อไปขอขมาลาโทษต่อญาติผู้ใหญ่ให้ทั่วถึงทุกคน

2.4.2.4 ประเพณีการแต่งงาน

ในอดีตการแต่งงานจะเริ่มต้นด้วยการทาบทามสู่ขอ ตกลงจำนวนสินสอดทองหมั้นแล้วกำหนดวันแต่งงานตามฤกษ์ เหมือนกับธรรมเนียมของไทยและเมื่อถึงวันแต่งงานก็จะมีขบวนขันหมากอันประกอบด้วยพานดอกไม้ ธูป เทียนแพ ขันหมากพลู ขันสินสอดทองหมั้น ผ้าไหว้ ถาดขนมและถาดผลไม้ เมื่อขบวนมาถึงบ้านเจ้าสาวลงมาเชื้อเชิญขึ้นบ้าน มีการกั้นประตูเช่นเดียวกันกับของไทย หลังจากนั้น พิธีกรกล่าวนำขอขมาพ่อแม่และญาติผู้ใหญ่ทางฝ่ายเจ้าสาว พร้อมกับมอบผ้าไหว้ให้คนละ 1 สำรับ เมื่อเสร็จพิธีก็เลี้ยงอาหารแก่แขกทุกคนที่มาร่วมงานครั้นได้เวลาพอสมควรแล้ว ฝ่ายเจ้าบ่าวจึงลากลับ ตัวเจ้าบ่าวเองก็ต้องกลับไปด้วยพอตกกลางคืนจึงจะมีขบวนนำเจ้าบ่าวมาส่งยังบ้านเจ้าสาวอีกครั้ง หนึ่งครั้นรุ่งเช้าก่อนตะวันขึ้น เจ้าบ่าวต้องกลับไปบ้านตนเองปฏิบัติเช่นนี้จนครบ 7 วัน ทางฝ่ายเจ้าสาวจึงนำขบวนมาไหว้พ่อแม่และญาติพี่น้องของฝ่ายเจ้าบ่าวด้วย ผ้าไหว้ ขนมและผลไม้เป็นอันเสร็จพิธีการแต่งงาน แต่ในปัจจุบันนี้ขั้นตอนพิธีการต่างๆถูกลดทอนลงไปมากแล้ว “เหลือเพียงการแห่ขันหมากในตอนเช้า ทำบุตรตักบาตร และจัดงานเลี้ยงในตอนเย็น เหมือนกับงานแต่งทั่วไป แต่ประเด็นสำคัญที่ยังคงไม่เปลี่ยนแปลง คือ ชาวมอญจะไม่มีการลดน้ำสังข์ให้คู่บ่าวสาวโดยเด็ดขาด” (สมคิด ปุยอรุณ, 12 กุมภาพันธ์ 2561)

2.4.2.5 ประเพณีการตาย

พิธีกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับศพ เป็นปรากฏการณ์ที่เป็นสากลที่สุดของมนุษย์ทั่วโลก มนุษย์ทำการปลงศพด้วยวิธีการต่างๆ ตั้งแต่ฝัง เผารมควัน อาบน้ำยา ดอง กินทั้งดิบหรือสุก (ตามความเชื่อว่าเพื่อรักษาสืบทอดสิ่งสำคัญของบรรพบุรุษไว้กับลูกหลาน) ปล่อยให้เน่าหรือทิ้งไปเฉยๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมทางวัฒนธรรมที่มนุษย์มีต่อชีวิตและปัจจัยอื่นๆทางสังคมวัฒนธรรม เช่น เพศ สถานภาพ อายุ ตำแหน่ง ลักษณะการตายรวมทั้งสภาพแวดล้อมของแต่ละสังคมที่ทำให้มีพิธีกรรมแตกต่างกันไป นักวิชาการมักสนใจพิธีศพ เพราะพิธีศพมิใช่เพียงแค่สะท้อนค่านิยมทางสังคมวัฒนธรรม แต่ยังมีพลังและอิทธิพลอย่างสำคัญต่อการกำหนดค่านิยมในสังคมนั้นๆด้วย (ปราณีวงษ์เทศ, 2539: 232-233)

การทำศพมอญจะทำกันหลายรูปแบบเงื่อนไขอยู่ที่ว่าผู้เสียชีวิตเป็นใครและเสียชีวิตอย่างไร ผู้เสียชีวิตแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือ พระสงฆ์และฆราวาส ซึ่งจะประกอบพิธีต่างกัน ชาวมอญยึดถือตำรามอญโลกสมมติที่กำหนดวิธีจัดการศพอย่างเคร่งครัด ศพของผู้ที่เสียชีวิตโดยอุบัติเหตุ เช่น จมน้ำ ตกต้นไม้ รถชน ถูกทำร้ายหรือฆ่าตัวตายเป็นต้นถือว่า“ตายไม่ดี" ส่วนผู้สูงอายุที่มีอายุไข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พอสมควรล้มป่วยด้วยโรคชราลูกหลานมีโอกาสปรนนิบัติดูแลและที่สำคัญมีโอกาสทำใจล่วงหน้า การเสียชีวิตของผู้สูงดังกล่าวเรียกว่า“ตายดี” รายที่“ตายไม่ดี” ชาวมอญจะไม่จัดให้มีการทำบุญสวดมนต์ใดๆทั้งสิ้น จะนำศพไปเก็บหรือฝังไว้ที่ป่าช้าประมาณ 1 ปี จากนั้นจึงจะขุดศพขึ้นมาทำพิธี การทำพิธีหลังจากเก็บไว้แล้วก็จะไม่ทำพิธีเกี่ยวกับศพแต่อย่างใดในรายที่“ ตายดี” จะมีขั้นตอนพิธีเป็นแบบแผนโดยต้องแยกว่าตายในบ้านหรือตายนอกบ้าน (พิศาลบุญผูก, 2551)

คุณตาฉายจ้อยชู (สัมภาษณ์: 29 มกราคม 2554) เล่าว่า“ หากตายในบ้านจะมีการทำเตียงขึ้นมาโดยเฉพาะ เรียกว่าโจ่งแจะแหน่ะฮ์ (กระจ้องแหน่ะฮ์) ภาษาไทยเรียกว่าเตียงชนะ (โจ่งแปลว่าเดี๋ยงแจะแหนะแปลว่าชนะ) "เตียงนี้มีลักษณะเป็นแคร่ยาวทำด้วยไม้ไผ่สำหรับนอนได้พอดีตัวมีเสา 6 เสา เพดานด้านบนซึ่งด้วยผ้าขาวห้อยช่อดอกไม้รอบชายเพดาน 32 ช่อ เปรียบได้กับอวัยวะ 32 ประการของมนุษย์ ส่วนประกอบของเตียง เช่น ความสูงจำนวนขั้นของไม้ไผ่ที่ซ้อนกันสิ่งของต่างๆที่มาประกอบขึ้นเป็นเยี่ยงล้วนเป็นปริศนาธรรมเป็นภูมิปัญญาของชาวมอญในอดีตที่ดึงเอาธรรมะของพระพุทธเจ้าออกมาให้ปุถุชนได้เห็นเป็นรูปธรรมความหมายของเตียงชนะ คือ ธรรมะของพระพุทธเจ้าธรรมะของสำคัญอันได้แก่อริยสัจ 4 ผู้ที่สามารถบรรลุอริยสัจ 4 ได้ ผู้นั้นจึงจะเป็นผู้ชนะ นอกจากนั้นยังสื่อให้ผู้ที่มาในงานได้คิดอีกด้วยว่า ถึงแม้จะนำศพไปนอนอยู่บนเตียงซึ่งถือว่าเป็นเตียงชนะแต่ก็ได้เพียงนอนเท่านั้น มิได้เป็นผู้ชนะที่แท้จริง การทำกระจ้องแหน่ะฮ์ไม่จำกัดว่าจะต้องทำแต่ในบ้านจริงๆทำที่วัดก็ได้ และจะสะดวกว่าทำที่บ้านปัจจุบันการทำโจ่งแจะแหน่ะฮ์ (กระจ้องแหน่ะฮ์) นั้นไม่มีผู้นิยมทำกันแล้วเรื่องนี้คุณตาฉายยังกล่าวอีกว่า“เราทิ้งกันหมดแล้วประเพณีไม่มีใครสนใจ "

ธรรมเนียมที่เคร่งครัดของมอญอีกอย่างหนึ่ง คือ ห้ามไม่ให้เอาโลงศพขึ้นบนบ้าน เพราะถือว่าเป็นเสนียดจัญไรถ้าจะทำพิธีนำศพลงโลงที่บ้านจะต้องทำโลงที่ใดที่หนึ่งนอกตัวเรือน ทำโลงเสร็จต้องรดน้ำขมิ้นซึ่งเทออกมาจากกระบอกไม้ไผ่ตามด้วยกระบอกน้ำบริสุทธิ์ราดตามหลังแล้วโยนกระบอกน้ำทั้งสองทิ้งไป จึงเอาโลงศพขึ้นบนบ้านได้ในชุมชนเลียบคลองมอญก็ยังยึดถือเรื่อง“การนำโลงศพเข้าบ้าน" อย่างเคร่งครัดคุณตาฉายจ้อยชูยังเล่าอีกว่า“แม้แต่โลงเปล่าที่จะเตรียมไว้ใส่ศพก็ต้องวางให้พ้นจากเงาบ้านเพราะเป็นเรื่องที่ชาวมอญถือกันมากว่าจะนำมาซึ่งเรื่องเลวร้ายอย่างอาการเจ็บป่วยของคนในครอบครัวหรืออาจรุนแรงถึงการสูญเสียชีวิตได้ "งานศพของชาวมอญจึงถือเป็นภูมิปัญญาที่ชาวมอญได้คิดประดิษฐ์ขึ้นอย่างน่าสนใจการห้ามไม่ให้มีการปกปิดศพเพื่อผู้ร่วมงานจะได้เห็นสภาพความเป็นจริงของศพ

2.4.2.6 การแต่งกายและเครื่องประดับ

จากการสังเกตและสัมภาษณ์ผู้ใหญ่รามัญ สาระพันธุ์ (23 พฤศจิกายน 2562) ในเรื่องการแต่งกายและเครื่องประดับของชาวมอญในพื้นที่ สรุปได้ว่า “ส่วนใหญ่ ผู้ชายบ้านเราจะนุ่งกางเกงขาก๊วยเวลาออกไปข้างนอกเวลาไปงานเทศกาล แต่จะใส่โสร่งเวลาอยู่บ้านเวลาอาบน้ำหรือเวลานอน ปัจจุบันนี้จะกลายมาเป็นกางเกงแล้วส่วนผู้หญิงยังมีคนแก่ใส่สไบและมวยผมมาเวลามีงานเทศกาล แต่การแต่งตัวอยู่บ้านของผู้หญิงมีอายุ คือเสื้อคอกระเช้าผ้าถุงหรือผ้าชิ้นส่วนวัยหนุ่มสาวอายุต่ำกว่า 40 ลงมาจนถึงเด็กๆไม่ค่อยเก็บไม่ค่อยใส่แล้วแต่งตัวเหมือนคนทั่วไป เดี๋ยวนี้ บางทีถึงเทศกาลต้องบังคับหน่อย อย่างประเพณีสงกรานต์ก็ให้ใส่ชุดแบบมอญเล่นสะบ้าเรื่องการไว้จุกไว้เปียของเด็กเล็กๆ ก็มีให้เห็นน้อยมากไม่เหมือนเมื่อก่อนยังพอมีให้เห็น”

แสดงว่า ชาวไทยเชื้อสายมอญในพื้นที่เปิดรับวิถีชีวิตของคนไทยทั่วไปอย่างเต็มที่ ต่างจากการแต่งกายของชาวไทยเชื้อสายมอญในสมัยก่อน กล่าวคือ ปัจจุบันเพศชายจะไว้ผมทรงเดียวกับชายไทยทั่วไปสวมเสื้อตามสมัยนิยมจากรุ่นเด็กจนถึงคนแก่ เช่น เสื้อยืดหรือเสื้อเชิ้ตไม่เหมือนก่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้านี้ประมาณ 20 ปี เมื่อเวลามีประเพณีหรืองานเทศกาลต่างๆ ผู้ชายชาวมอญนิยมนุ่งโสร่งลายตาหมากรุกหลากสีหรือเป็นสีพื้นโสร่งนี้เดิมผู้หญิงจะเป็นผู้ทอเองและมีลายพิเศษซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของมอญโบราณ คือ ลายตาสี่เหลี่ยม การนุ่งโสร่งมักให้ชายโสร่งยาวถึงข้อเท้าแล้วใช้ผ้าขาวม้าคาดเอว ถ้าเป็นกางเกงขาก๊วย นั้นจะมีทั้งชนิดขาสั้นสามส่วน และขายาว สีที่นิยม คือ สีดำ สีน้ำตาล และสีน้ำเงิน สวมเสื้อคอพวงมาลัยสีพื้นเรียบๆ หรือลายดอก นอกจากนี้ยังใช้ผ้าซึ่งเรียกว่า “หยาดอะบัว” ส่วนใหญ่เป็นผ้าขาวม้าพาดไหล่ข้างใดข้างหนึ่งหรือพลาดคล้องไหล่ทั้งสองข้างโดยปล่อยให้ชายผ้าทั้งสองข้างทิ้งไปข้างหลัง อีกแบบหนึ่งเป็นการพาดพันตัวเป็นสไบเฉียง ผ้าที่ใช้ในงาน เช่นนี้
เรียกว่าผ้า “หะเหริ่มโต๊ะ” ซึ่งมักปฏิบัติกันทุกคนเมื่อเวลาเข้าวัด เป็นการแสดงความสุภาพ และเคารพต่อพระภิกษุ ทั้งยังใช้เป็นผ้าปูรองกราบอีกด้วย

เพศหญิงก็เช่นเดียวกัน ปัจจุบันนี้สาวมอญนิยมไว้ทรงผมตามสมัยนิยมมากขึ้น แต่ก็มีบางส่วนที่ยังคงพยายามรักษาเอกลักษณ์ไว้ คือ การเกล้าผมมวยโดยเฉพาะผู้สูงอายุยังคงไว้ผมยาวและเกล้ามวยให้เห็น แต่เนื่องจากสภาพภูมิอากาศที่ร้อนจึงสังเกตเห็นได้ว่าคุณป้าคุณยายหลายคนจะตัดผมสั้นต่างจากอดีตที่นิยมมวยผมโดยจะประดับด้วยเครื่องประดับ 2 ชนิด ชิ้นหนึ่งมีลักษณะคล้ายเกือกม้าเรียกว่า“ จะนดซก” ใช้เสียบแนวตั้งอีกชิ้นหนึ่งลักษณะคล้ายใบไผ่เรียกว่า“ หะเลียงซก” ใช้เสียบแนวนอนเวลาที่ไปงานบุญหรือไปงานต่างๆสาวมอญจะประดับมวยผมด้วยดอกไม้หรือลูกปัดที่มีพู่ห้อยหลากสีสวยงามเรียกว่า“ แหมะแกว ปาวซก”

จากเดิมที่สาวมอญจะสวมเสื้อคอกระเช้าหรือเสื้อสีพื้นคอปก นุ่งผ้าถุงกรอมเท้าปล่อยชาย (ยกเว้นผู้สูงอายุมักจะใส่เสื้อชั้นในคอกระเช้าแบบหลวมๆ) และแบบรัดทรงมีกระดุมด้านหน้า หากเป็นงานศพจะนุ่งผ้าถุงสีดำใส่เสื้อสีขาวและพาดผ้าสไบสีขาวไว้ที่ไหล่ซ้ายเหมือนการพาดของผู้ชายผ้าพาดไหล่หรือสไบเฉียงนี้เรียกว่า“หะเหริ่มโต๊ะ” เนื่องจากริมของผ้าสไบเฉียงนี้ปักแบบลายปักริมผ้าปูโต๊ะ แต่ละคนจะมีคนละหลายผืนหลากสีหากไม่ทำเองก็มีผู้ผลิตมาขายและหญิงสาวเมื่อไปธุระนอกบ้านจะแต่งกายามสมัยนิยมในปัจจุบันจะแต่งตัวเหมือนกับคนไทยจนแยกกันไม่ออก

การแต่งกายของเด็กชาวมอญคล้ายกับเด็กไทย ต่างกันตรงที่ในอดีตเด็กมอญตั้งแต่แรกเกิดจนอายุถึง 7 ขวบ นิยมไว้ทรงผมอันเป็นเอกลักษณ์ 2 แบบ คือ เด็กผู้หญิงไว้จุกโดยจะไว้ผมปล่อยให้ยาวและมัดจุกไว้ตรงกลางกระหม่อมค่อนมาทางด้านหน้า ส่วนบริเวณอื่นนั้นโกนทิ้ง ส่วนเด็กชายจะไว้ผมจุกเฉพาะตรงขวัญ แต่ค่อนไปทางด้านหลังเรียกว่า “เปีย" สมัยก่อนนั้นเด็กหญิงจะมีแผ่นโลหะถักด้วยเงินเป็นรูปห้าเหลี่ยมโดยทิ้งมุมมาทางด้านล่างเพื่อปกปิดอวัยวะเพศเรียกว่า “ตะปิ้ง" และเด็กชายจะมีดอกจำปีเล็กๆน้อยไว้ที่เอวเรียกว่า“ลูกพริก” โดยเชื่อว่าป้องกันเขี้ยวเล็บจากสัตว์ต่างๆได้ ปัจจุบันนี้ตะปิ้งและลูกพริกไม่มีให้เห็นแล้วรวมทั้งการไว้จุกและไว้เปียก็ไม่มีให้เห็นเช่นเดียวกัน

2.4.2.7 อาหารการกิน

“คนมอญเน้นหนักเรื่องกิน” (รามัญสาระพันธุ์, สัมภาษณ์: 23 พฤศจิกายน 2553) และเนื่องจากคนไทยกับคนมอญมีความสัมพันธ์กันมาช้านาน ทำให้ลักษณะของอาหารมีความใกล้เคียงกัน อาหารมอญจัดเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและยังสืบทอดทำกันอยู่ในชีวิตประจำวันอาหารประจำสำรับที่ชาวมอญจะต้องมีทุกมื้อ คือ น้ำพริก เช่น น้ำพริกกะปิ น้ำพริกแดง น้ำพริกปลาย่าง นิยมกินกับผักหรือผลไม้ที่เก็บได้ตามบ้านในแต่ละฤดูกาล ส่วนประเภทแกงนั้น มีทั้งแบบที่ใส่กะทิและไม่ใส่กะทิแกง ไม่ใส่กะทิที่นิยมมาก คือ แกงส้มผักที่นิยมนำมาแกงส้มมักเป็นผักที่มีเมือกลื่นและออกรสเปรี้ยว เช่น กระเจี๊ยบเขียว (บอกระต๊าด) กระเจี๊ยบแดง (ฮะเจ็บ) มะตาด (ฮะเปรา) ผักปลัง (อะเนิงลาน) ลูกมะสั้น (อะล้อด) แล้วแต่ว่าจะเป็นฤดูกาลของพืชผักชนิดใดพืชผักเหล่านี้เก็บหาเอาจากรอบๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริเวณบ้านเพราะชาวมอญนิยมปลูกไว้หน้าหรือหลังบ้านริมฝั่งแม่น้ำเวลาจะทำกับข้าวก็จะมาเก็บไปใช้ และยังแบ่งให้เพื่อนบ้านได้อีกด้วย

นอกจากนั้น ก็ยังมีแกงปลาลูกโยน แกงบอน ซึ่งนิยมทำในงานบุญ เช่น งานบวช แกงกล้วย แกงลูกตาล แกงใส่ผักบุ้ง พุทรา และเผือก และยังมีอาหารจากต่างถิ่นที่เข้ามาขายในตลาดประจำหมู่บ้านสำรับกับข้าวของชาวมอญ เดิมนิยมใส่ในกระบะไม้จัตุรัสขนาดประมาณ 50x50 ซม. (อะบิ๊ะ) แต่ปัจจุบันนี้ไม่ค่อยมีแล้วเปลี่ยนไปใช้ถาดอะลูมิเนียมหรือสังกะสีแทน

กล่าวโดยสรุปจากการให้สัมภาษณ์ของแม่บ้านผู้มีทำหน้าที่ทำอาหารให้คนในครอบครัวรับประทาน ได้ว่าจะเป็นครอบครัวสาระพันธุ์ ครอบครัวจ้อยซู หรือครอบครัวปุยอรุณ สรุปได้ว่า “ปัจจุบันนี้อาหารหลักของชาวมอญยังคงเป็นน้ำพริก ปลาร้า แกงกระเจี๊ยบ แกงกระต๊าด (มะตาด) แกงปลาลูกโยน แกงผักหวานหรือแกงบอน (แต่ไม่เรียกว่าแกงบอน เพราะเชื่อว่าจะทำให้เกิดอาการคัน)” คนไทยแกงมันจะไม่อร่อย เพราะคนไทยหวงกะทิ คนมอญไม่หวง อาหารบางอย่างแม้จะใช้ชื่อเดียวกัน แต่ชาวมอญในแต่ละท้องที่อาจจะมีกลวิธีหรือสูตรในการทำไม่เหมือนกัน อย่างบ้านเราเน้นใส่กะทิ แต่มอญบ้านโป่ง (ราชบุรี) เขาจะไม่ใส่ หรืออย่างแกงมะตาดบ้านเราไม่ใส่กะทิ แต่มอญปทุมธานีใส่กะทิ ผลผลิตอันเดียวกัน วัตถุดิบอันเดียวกัน อยู่ที่ว่าใครจะดีดอะไรเข้าไปเท่านั้น ส่วนอาหารในงานบุญ มักขะเป็นแกงผักหวาน แกงมะตาด แกงขี้เหล็ก เป็นแกงพื้นบ้าน อย่างหน้านี้มะตาดเริ่มหมดแล้ว เราจะนิยมแกงที่ใช้ผลผลิตในพื้นที่ท้องถิ่น เรากินง่ายๆ คนมอญ อาหารมอญจะเน้นรสชาติออกเปรี้ยว (รามัญ สาระพันธุ์, สัมภาษณ์: 23 พฤศจิกายน 2561)

คนมอญในอดีตยังทำน้ำปลากินเองอีกด้วย เพราะถิ่นฐานของชาวมอญมักจะอยู่ใกล้น้ำจึงสามารถหมักทำน้ำปลาไว้ใช้เป็นเครื่องปรุงรสอาหารต่างๆ น้ำปลายำหรือน้ำปลาทรงเครื่องเป็นอาหารจานพิเศษของชาวมอญเหมือนกับน้ำพริกจิ้มกินกับผักต่างๆ แต่ปัจจุบันไม่ทำแล้วเพราะหาซื้อได้มากกว่า ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า “น้ำปลา รุ่นแม่รุ่นยายทำ เมื่อแต่ก่อนปลามันเยอะ เขาก็จับปลาจับกุ้งมาดองไว้ เพราะสมัยก่อนน้ำปลาหาซื้อยาก ไม่เหมือนสมัยนี้ สมัยนี้มอญไฮเทค”

เมื่อถึงเทศกาลต่างๆ ชาวมอญจะมีอาหาร ของคาว ของหวาน ที่มีลักษณะพิเศษ อาหารขึ้นชื่อ คือ ข้าวแช่ (แต่ที่ชุมชนนี้ไม่ได้ทำ) ภาษามอญเรียกว่า “เปิงสงกราน” เป็นอาหารสำคัญในเทศกาลสงกรานต์ เพราะเชื่อกันว่า ข้าวแช่เป็นอาหารบริสุทธิ์ เป็นสิริมงคลใช้ข้าวสารที่เก็บกากข้าวและสิ่งสกปรกออกให้หมด แล้วนำไปขาวน้ำ 7 ครั้ง จากนั้นจึงนำไปหุงแล้วขัดให้หมดเมือกจนขาวดีแล้วนำลงแช่ในน้ำอบดอกมะลิจนหอม จะได้ชาวนาหอมเย็นชื่นใจ เก็บในหม้อดิน ข้าวแช่นั้นแต่ละถิ่นก็จะมีวิธีทำและเครื่องเคียงแตกต่างกันออกไปตามธรรมเนียมนิยม และวัสดุที่หามาทำได้ในแต่ละท้องถิ่นแต่ที่นิยมเป็นแบบแผนดั้งเดิมมี 7 อย่าง คือหัวผักกาดเค็ม ผัดกับกะทิ กระเทียมดอง ผัดกับไข่ปลาช่อนแห้งป่นคั่ว เนื้อเค็มผัดหวานมะม่วงยำ ผัดหมี่ไข่เค็ม บางท้องถิ่นอาจตัดบางอย่างออกแล้วเพิ่มบางอย่างเข้าไป ในปัจจุบันนี้มีการนำกับข้าวอื่นๆที่ใช้รับประทานกับข้าวต้มมารับประทานแทนก็ได้ เช่น หมูแผ่น หมูหยอง กุนเชียง เป็นต้น

ขนมจีนน้ำยา เป็นอาหารที่มีกำเนิดในชาติมอญเรียกว่า“ หะนอมจิน” หะนอม แปลว่า เส้นจิน แปลว่า สุก มีเรื่องเล่ากันมาว่าคนไทยได้ยินชาวมอญเรียกถามกันขณะกำลังทำอาหารชนิดนี้ว่า“ หะนอมจิน” คือ เส้นสุกหรือยังคนไทยจึงเรียกตามแต่เพี้ยนออกเป็น “ขนมจีน” ขนมจีนเป็นอาหารที่นิยมรับประทานกันทั่วไปเดิมชาวบ้านจะทำเองแต่ในปัจจุบันนี้หาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาดทั่วไป ส่วนแกงที่ใช้รับประทานกับขนมจีนนั้นจะซึ่งทั้งสองชนิดนี้จะเป็นสูตรของคนมอญแต่โบราณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กาละแมหรือ “กวานฮะกอ” เป็นขนมมอญโบราณ ซึ่งทำกันในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ส่วนหนึ่งแบ่งไว้เพื่อนำไปทำบุญถวายพระที่วัดเพื่อเป็นกุศลผลบุญแก่ผู้ทำขนมและอุทิศแด่บรรพบุรุษญาติพี่น้องของตน อีกส่วนหนึ่งนำไปมอบให้กับปู่ย่าตายายญาติผู้ใหญ่และญาติพี่น้องตลอดจนผู้ที่ตนนับถือ เป็นการแสดงน้ำจิตน้ำใจที่มีความเอื้ออาทรต่อกันและยังทำให้เด็กรุ่นใหม่ได้รู้จักผู้ใหญ่ในหมู่บ้าน ตลอดจนบ้านเรือนของญาติมิตรด้วยอีกส่วนหนึ่งก็จะเก็บไว้กินภายในครอบครัวไว้แจกผู้อื่นหรือเก็บไว้รับรองแขกที่มาเยี่ยมเยียนในครอบครัว ช่วงนี้กาละแมเป็นขนมที่ทำยากใช้เวลานานและต้องใช้แรงงานมากในการทำ เมื่อถึงเวลากวนยิ่งต้องใช้แรงงานมากเพราะความเหนียวหนืดของขนมจึงทำให้เกิดการออกแขกลงแรงในหมู่คนรู้จักกันคือเมื่อใกล้ถึงเทศกาลสงกรานต์อันเป็นช่วงเวลากวนกาละแมจะมีชาวบ้านโดยเฉพาะพวกหนุ่มๆจับกลุ่มกันไปช่วยปอกและขูดมะพร้าวหรือช่วยกันกวนกาละแมตามบ้านต่างๆ กิจกรรมนี้เป็นการสร้างความสัมพันธ์ความมีน้ำใจเอื้ออาทรต่อกันของชุมชน สำหรับขนมหวานอื่นๆที่มีลอดช่องน้ำกะทิในงานบวชงานแต่งงานหรืองานกฐินกระยาสารท "กวานยาสารท” ในวันตรุษสารทเป็นต้น

จากการศึกษาประวัติความเป็นมาในการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานของชนชาติพันธุ์ชุมชนเลียบคลองมอญ ทำให้ทราบว่าแต่เดิมชาวไทยเชื้อสายมอญในพื้นที่นี้ได้ขยายตัวมาจากพระประแดงและสมุทรสาครเนื่องจากพื้นที่ทำนาของชาวมอญพระประแดงเริ่มแออัดจากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ชาวไทยเชื้อสายมอญต้องการขยับขยายและจับจองพื้นที่ทางการเกษตรมากขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 ประกอบเข้ากับนโยบายขุดคลอง: สายต่างๆในสมัยรัชกาลที่ 5 เพื่อเพิ่มพื้นที่เกษตรกรรมสำหรับทำนาข้าวเพื่อการค้าและส่งออกโดยการชักชวนให้ชาวบ้านมาบุกเบิกที่ทำมาหากิน ด้วยการงดเว้นการเก็บภาษีในระยะแรกและเก็บภาษีอัตราลดหย่อนพิเศษกว่าพื้นที่ทำนาเก่าๆ ในระยะต่อมาแม้ในระยะเริ่มแรกชาวมอญเหล่านี้จะเดินทางมาทำนาเฉพาะช่วงฤดูทำนาเท่านั้นโดยจะปลูกกระท่อมเล็กๆไว้แค่เพียงพอกันแดดกันฝนพอหมดหน้านาก็กลับไปอยู่ที่พระประแดงหรือสมุทรสาคร แต่ต่อมาเมื่อถนนหนทางเจริญสะดวกสบายมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการก่อตั้งวัดประจำชุมชนทำให้ชาวมอญมีสถานที่ทำบุญทำกุศลในเทศกาลทางศาสนาต่างๆได้อย่างดี ทำให้ชาวมอญเหล่านี้พากันลงหลักปักฐานยังสถานที่ทำนาคือย่านลาดกระบังดังกล่าว

จากการศึกษาประวัติความเป็นมาความคิด ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี พิธีกรรม อัตลักษณ์ชาติพันธุ์สภาพวิถีชีวิตและการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันของชาวมอญชุมชนเลียบคลองมอญ พบว่าชาวไทยเชื้อสายมอญชุมชนเลียบคลองมอญยังคงมีวิถีชีวิตที่แสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นมอญ ซึ่งเคยเป็นชนชาติที่เจริญรุ่งเรืองมาแต่ครั้งโบราณกาล มีภาษา มีตัวอักษร มีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีและพิธีกรรมต่างๆที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่จะอิงอยู่กับหลักการในการนับถือพระพุทธศาสนาความคิดความเชื่อเรื่องการนับถือเทพเจ้าและผีต่างๆ ยังคงเป็นสิ่งที่ได้รับการถือปฏิบัติติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดเป็นความจริงแท้ประการหนึ่งที่ว่าการอพยพย้ายถิ่นฐานของผู้คน

เป็นความจริงแท้ประการหนึ่ง ที่ว่าการอพยพย้ายถิ่นฐานของผู้คนย่อม หมายถึง การเลื่อนไหลของวัฒนธรรมที่จะต้องตามมา ดังนั้นบนวิถีทางแห่งการดำเนินชีวิตของชาวไทยกับชาวมอญที่เคียงข้างกันมาช้านานย่อมจะต้องก่อให้เกิดการประสมประสานทางด้านวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีและพิธีกรรมต่างๆจนแทบจะแยกไม่ออกว่าส่วนไหนที่มีความเป็นมอญแท้จริง หรือส่วนไหนเป็นไทยแท้จริง อย่างไรก็ตามแม้จะมีการประยุกต์การดัดแปลงการปรับวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเพณีหรือแม้แต่พิธีกรรมต่างๆเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพสังคมใหม่ แต่ถ้าพิจารณาให้ลึกซึ้งแล้วเราก็จะยังสามารถมองเห็นสิ่งที่เป็น “แก่น” ได้อยู่ดี (บุญญรัตน์ บุญญาทิษฐาน, 2547: อารัมภบท)

ข้อเท็จจริงในปัจจุบัน คือ ชาวไทยเชื้อสายมอญในชุมชนเลียบคลองมอญ แขวงทับยาว เขตลาดกระบังกรุงเทพมหานคร มีบางครัวเรือนที่ยังคงยึดถือปฏิบัติตามโบราณประเพณีอยู่อย่างเคร่งครัด แต่มีจำนวนไม่มากนัก อาจจะเพราะความยุ่งยากและรายละเอียดปลีกย่อยในการจัดพิธีประกอบกับผู้รู้ และผู้เชี่ยวชาญที่ยังมีชีวิตอยู่จำนวนไม่น้อยนัก ดังเช่น คุณลุงฉาย คุณลุงสมคิด และคุณลุงมณฑา ทำให้ชาวมอญพื้นที่นี้นิยมจัดงานต่างๆที่รวบรัดเพื่อความสะดวกมากขึ้น อาจเพราะวิถีชีวิตในปัจจุบันที่ทุกคนต้องทำงานแข่งขันกับเวลา

ประเด็นที่น่าเป็นห่วง คือ การไม่มีผู้สืบทอดความเป็นมอญ ทุกวันนี้มีเพื่อนกลุ่มคนมีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ที่มีความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณี พิธีกรรม อัตลักษณ์ชาติพันธุ์บางคนก็อาจจะรู้แบบไม่ละเอียดถี่ถ้วน แล้วเด็กยุคใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กที่โตในครอบครัวผสมระหว่างไทยกับมอญจะไม่ได้รับการปลูกฝังหรือถ่ายทอดความคิดความเชื่อต่างๆจากบรรพบุรุษและเป็นที่น่าเสียดายที่ประเพณีพิธีกรรมหรือการละเล่นบางอย่างได้สูญหายไปตามอายุขัยของชาวมอญรุ่นแล้วรุ่นเล่า ยกตัวอย่าง เช่น ทะแยมอญ รำมอญมอญร้องไห้ ซึ่งอาจมีพบเห็นได้ในชุมชนชาวมอญอื่นๆ หรือแม้กระทั่งอาชีพดั้งเดิมของชาวมอญในพื้นที่ คืออาชีพเกษตรกรรม ผู้สูงอายุในชุมชนยังยอมรับตามตรงว่ากำลังจะสูญหายไปเพราะลูกหลานไม่สืบทอดอาจเป็นไปได้ที่การรับวัฒนธรรมภายนอกเข้ามาทางสื่อไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์วิทยุโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายออนไลน์ มีผลกระทบกับวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายมอญ และอาจทำให้ความเป็นมอญค่อยๆเลือนหายจนกลืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยอย่างแท้จริง

2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อของชาวมอญมอญ

2.5.1 ผีประจำหมู่บ้าน

เชื่อกันว่าเป็นผีที่ปกปักรักษาและคุ้มครองคนในหมู่บ้านทั้งหมด โดยมากจะสร้างศาลให้เป็นที่ประดิษฐานไว้ในหมู่บ้านบริเวณชายทุ่ง ซึ่งผู้คนสามารถมาเซ่นไหว้ได้อย่างสะดวก และจะต้องทำพิธีเซ่นไหว้อย่างน้อยปีละครั้ง เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่คนในหมู่บ้าน โดยมี"คนทรง" เป็นผู้ประกอบพิธีพร้อมทั้งเข้าทรงทำนายทายทัก ถึงสภาพความเป็นไปในปัจจุบัน ตลอดจนความอุดมสมบูรณ์ของอนาคต หรือแก้ไขปัญหาเดือดร้อนต่าง ๆ เป็นต้น

2.5.2 ผีบ้านผีเรือน

เป็นผีประจำตระกูล ซึ่งส่วนใหญ่จะตกทอดการสืบผีไปยังบุตรชาย คนหัวปีเรื่อยไปแต่ที่ตำบลเจ็ดริ้ว การสืบผีประจำตระกูลนั้นจะตกทอดไปยังบุตรชายคนสุดท้องแทน หากไม่มีบุตรชายสืบสกุลผีนั้นก็จะขาดจากสกุลนั้นไป จึงต้องมีการรับผีประจำตระกูลด้วยการให้ ผู้ที่รับจะต้องทำหน้าที่เก็บรักษาสมบัติประจำตัวผี อันประกอบไปด้วย แหวนผี 1 วง เสื้อ 1 ตัว ผ้าโพกหัว 1 ผืน โสร่ง 1 ผืน หม้อ 1 ใบ

2.5.3 เชื่อว่าการทำบุญให้ทานอะไรก็ตามย่อมส่งผลถึงผู้ที่เราปรารถนาจะอุทิศส่วนกุศลให้ชาวไทยมอญส่วนใหญ่ปรารถนาจะนิพพาน โดนสังเกตจากคำอธิษฐานที่ว่า"นิพพาน ปัจจะโยโหตุ" ขอให้เป็นปัจจัย สำเร็จพระนิพพานด้วยเทอญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.4 เชื่อว่าการไปทำบุญ จะต้องแต่งตัวให้ถูกต้องตามกาละเทศะ ภาชนะที่ใส่อาหารไปทำบุญจะต้องตระเตรียมอย่างปราณีต เพราะจะส่งผลไปถึงอนาคตชาติ

2.5.5 มีความเชื่อว่าการทำบุญที่ทำบุญแล้วได้บุญมากคือ การสร้างพระพุทธ คือ การสร้างพระพุทธรูป-การสร้างพระธรรม คือ การสร้างพระไตรปิฎก และพระอภิธรรม-การสร้างพระสงฆ์ คือ การบวชพระ

2.5.6 มีความเชื่อในการนับถือพระพุทธศาสนา ชาวไทยมอญมีความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนามาก โดยถือว่าพระพุทธเจ้าเป็นองค์เคารพสักการะบูชาสูงสุด

2.5.7 ความเชื่อในการนับถือพระพุทธศาสนา และเคร่งครัดในศาสนา พระมอญจะถือเคร่งทางวินัยมาก ถึงกับมีคำที่ว่า"ถือศีลต้องพระไทย วินัยต้องพระมอญ" ซึ่งการถือศีลอย่างเคร่งครัดจึงเป็นต้นกำเนิดของพระธรรมยุติกนิกายในประเทศไทย

2.5.8 ปัจจุบันนี้พระมอญยังเคร่งครัดวินัยอยู่ จะไม่เห็นพระมอญในเวลากลางวันอาบน้ำริมน้ำมานั่งเล่นหน้าวัด เดินไปในหมู่บ้าน เป็นต้น

2.5.9 ในวัดมอญทุกวัด จะมีศาลเจ้าประจำวัด มอญเรียกว่า "ตะละพาน"

2.5.10 ชาวบ้านจะเคารพสถานที่ในวัด

2.5.11 ความเชื่อว่าวัดใน ช่อฟ้าใบระกา หน้าบันพังทลายลงมา อย่าไดนำขึ้นไปอีก

2.5.12 มีความเชื่อว่าวัดใดที่กำลังปลุกเสกพระอยู่ ผู้หญิง สุนัข เข้าไปไม่ได้

2.5.13 มีความเชื่อเรื่องการบวชเรียน มักจะเห็นว่า ชาวบ้านเดินผ่านหน้าโบสถ์ก็ต้องแสดงความเคารพกราบไหว้พระ ผู้หญิงห้ามเข้าไปในโบสถ์หรือบริเวณกุฏิพระ ชาวไทยมอญ

2.5.14 มีความเชื่อว่า ลูกผู้ชายที่เกิดในสายเลือดของชาวพุทธจะต้องบวช ชีวิตลูกผู้ชายถึงจะสมบูรณ์และได้กุศลอย่างแรง

2.5.15 มีความเชื่อ เมื่อบ้านใดมีทารกเกิดใหม่จะต้องนำทารกนั้นไปใส่ในกระด้งร่อน แล้วพูดว่า "สามวันลูกผี สี่วันลูกคน" ต่อเด็ก

2.5.16 มีความเชื่อเรื่องการโกนผมไฟ การโกนผมไฟ เป็นการสู่ขวัญเด็ก และสู่ขวัญบิดามารดา เพื่อให้เกิดความสบายใจ ด้วยเชื่อมั่นในความศักดิ์สิทธิ์ของพิธี ที่จะทำให้เป็นมงคลต่อเด็ก

2.5.17 มีความเชื่อว่า ทำดีได้ดี ทำประณีตได้ประณีต

2.5.18 มีความเชื่อเกี่ยวกับการปลูกเรือนว่า เวลาปลูกสร้างบ้านเรือนให้ปลูกวันเกิดของผู้สร้าง (เจ้าของ)

2.5.19 มีความเชื่อว่า เวลาปลูกบ้านต้องปลูกให้เสาเท่ากันหมด เชื่อว่าจะมีความสุข

2.5.20 มีความเชื่อว่า เมื่อจะขึ้นบ้านใหม่ต้องเลือกวันและมีกำหนดไว้ว่าแต่ละวันจะทำอะไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.21 มีความเชื่อเกี่ยวกับ ความกตัญญูกตเวที น้องๆ ควรเชื่อฟังพี่คนโตซึ่งได้ถ่ายทอดผีบรรพบุรุษแห่งตระกูล

2.5.22 มีความเชื่อว่า ระบบเพื่อนบ้านและระบบเครือญาติทำให้การเป็นอยู่ในสังคม มีการพึ่งพาถ้อยทีถ้อยอาศัยกัน เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกันให้ความเกรงใจและความเคารพนับถือกัน

2.5.23 มีความเชื่อว่า บุคคลที่มีนามสกุลเดียวกัน จะจัดงานบวชนาคกับแต่งงานวันเดียวกันไม่ได้

2.5.24 เมื่อมีลูกสาวที่แต่งงานแล้ว จะให้ย้ายไปอยู่ที่อื่น ไม่ให้นอนบ้านเดียวกับพ่อแม่

2.5.25 มีความเชื่อว่า ตุ๊กตาเป็นสิ่งไม่ดี จึงห้ามนำเข้าบ้าน เพราะจะทำให้ไม่มีความสุข

2.5.26 มีความเชื่อเกี่ยวกับต้นไม้ว่า ห้ามปลูกต้นราตรี ต้นลั่นทม ต้นพิกุล ไว้ในบ้านเพราะต้นไม้เหล่านี้เป็นต้นไม้ที่อยู่ในวัด

2.5.27 มีความเชื่อว่า ต้นไม้ที่มีชื่อต่อไปนี้ คือ ต้นโพธิ์ ต้นหว้า ต้นบุนนาค ต้นงิ้ว ถ้างอกขึ้นข้างๆ บ้าน รีบทำลายเสียอย่าได้เก็บไว้ จะทำให้เจ้าของบ้านได้รับความเสียหาย

2.5.28 มีความเชื่อในเรื่องเต่า ชาวไทยมอญจะไม่จับเต่ามาเป็นอาหาร ไม่จับตัวเต่าที่มีชีวิต เมื่อพบเห็นจึงต้องพูดว่า "เต่าตัวนี้ตายแล้ว" เพื่อเป็นการแก้เคล็ด แล้วนำเต่าไปปล่อย

2.5.29 มีความเชื่อว่า ศพคนตายต้องหันหน้าไปทางทิศเหนือ

2.5.30 มีความเชื่อว่า ภายในเดือน 6 เดือน 9 จะมีการทำพิธีไหว้ผีบ้านผีเรือน ปู่ย่า ตายาย โดยมีเครื่องไหว้ คือ กล้วย ไก่ หมู ขนมต้มแดง ขนมต้มขาว

2.5.31 มีความเชื่อว่า ที่บ้านชาวไทยมอญจะต้องมีที่ตั้งบูชาผีบรรพบุรุษ มีวิธีเช่นผี เลี้ยงผี พิธีรำผี

2.5.32 มีความเชื่อและเคารพบรรพบุรุษ ไม่ว่าท่านจะล่วงลับไปแล้วหรือยังมีชีวิตอยู่ก็ตาม เพราะการเคารพเทิดทูนบูชาบรรพบุรุษ ย่อมนำความเจริญมาถึงตนและครอบครัว ตามหลักพระพุทธศาสนาที่ว่า "ปูชนียานัง" หมายถึงการบูชาบุคคลที่ควรเคารพ

2.5.33 มีความเชื่อว่า บรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วยังหิวโหยอยู่ ยังชอบนับประทานอาหารตามเทศกาล กล่าวคือขนมกาละแม จะมีในเทศกาลสงกรานต์ ขนมกระยาสารทมีในเทศกาลออกพรรษา ข้าวเม่าทอด มีในเทศกาลทอดกฐิน ข้าวต้มลูกโยนน้ำผึ้ง มีในวันเพ็ญเดือนสิบ ดังนั้นอาหารที่นำไปถวายพระ จะต้องทำอาหารให้ถูกเทศกาล ไม่เช่นนั้นแล้วบรรพบุรุษจะไม่ได้รับส่วนกุศลที่อุทิศไปให้

2.5.34 มีความเชื่อว่า บรรพบุรุษกับพวก เขาสามารถติดต่อกันได้ตลอดเวลา และมักจะพบว่า ผีบรรพบุรุษได้รู้ด้วยการเซ่นไหว้อยู่เสมอ การทำบุญต้องอุทิศส่วนกุศลให้ การแต่งงานถือว่าจำเป็นจะต้องบอกให้ผีบรรพบุรุษรู้ เพราะถือว่ามีสมาชิกใหม่มาเพิ่มในครอบครัว ต้องให้ผีบรรพบุรุษทั้งสองฝ่ายรับรู้ โดยจัดสิ่งของเซ่นไหว้ เช่น ผ้าขาว เหล้า ไก่ โดยฝ่ายเจ้าบ่าวเป็นฝ่ายจัดหา ที่เรียกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องขันหมากจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนหนึ่งให้เจ้าสาว เซ่นไหว้บรรพบุรุษของเจ้าสาว อีกส่วนให้เจ้าบ่าวนำไปเซ่นไหว้บรรพบุรุษของเจ้าบ่าว

2.5.35 มีความเชื่อว่า ผีบรรพบุรุษ เจ้าพ่อ เจ้าแม่ ที่เคารพมาแต่อยู่กรุงหงสาวดี และอัญเชิญมาประดิษฐานในชุมชนของตัวเอง โดยปลูกศาลเจ้าให้เป็นที่สถิตดวงวิญญาณเหล่านั้น เพราะความผูกพันก็มีอยู่ตลอดเวลา

2.5.36 มีความเชื่อในผีบรรพบุรุษ ชาวไทยมอญมีความเชื่อว่า ลูกชายคนโตของตระกูลจะเป็นผู้รับผีบรรพบุรุษต่อจากบิดา-มารดา หรือคนรุ่นเก่าที่ล่วงลับไปแล้ว ที่บ้านจะมีที่ตั้งผีบรรพบุรุษ เชื่อว่าผีบรรพบุรุษจะสิงสถิตอยู่ที่เสาเอกของเรือน โดยมีสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นว่าเป็นเสาผี คือ หีบหรือกระบุ้งใส่ผ้าผี ได้แก่ สไบ ผ้าซิ่น ผ้าขาวม้า แหวนหัวพลอยแดง แขวนไว้ที่เสาผี

2.5.37 เชื่อว่าการที่ผู้หญิงไปแต่งงานกับคนต่างตระกูลหรือต่างผี จะต้องทำพิธีคืนผีเพื่อบอกกล่าวก่อนที่จะไปเข้ากับผีฝ่ายสามี

2.5.38 เชื่อว่า ผู้ใดที่อยู่ในตระกูลทำผิดซึ่งระเบียบหรือข้อห้าม จะทำให้มีการเจ็บป่วยเกิดขึ้น ซึ่งจะต้องจัดพิธีรำผี

2.5.39 เชื่อว่า ชายหญิงที่ไม่ใช่ลูก (คนละผีกัน) จะร่วมหลับนอนกันภายในบ้านไม่ได้

2.5.40 มีความเชื่อว่า หญิงมีครรภ์ที่ไม่ใช่ลูกสาวห้ามนอนบนเรือน

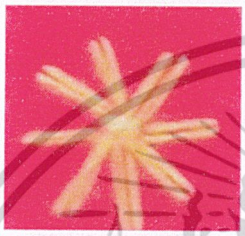
2.5.41 มีความเชื่อว่า เมื่อมีคนในตระกูลตายหรือท้องในปีนั้น (สิ้นสุดเดือน 6) ห้ามคนในตระกูลจัดงานพิธีต่างๆ เช่น พิธโกนจุก แต่งงาน บวช หรือเลี้ยงผี

2.5.42 มีความเชื่อว่า หมู่บ้านชาวไทยมอญทุกหมู่บ้าน จะต้องมีศาลเจ้าประจำหมู่บ้าน ทุกๆ ปีหลังสงกรานต์แล้วจะต้องทำพิธี "รำเจ้า" ประจำหมู่บ้าน

2.6 ศึกษาข้อมูลลวดลายจากวัตถุ และการประดับตกแต่งผ้า

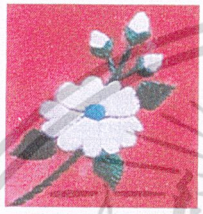
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 การรวบรวมข้อมูลและถอดลวดลายจากการประดับตกแต่งสถาปัตยกรรม วัตถุต่างๆ และเครื่องแต่งกายในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

ภาพลวดลายจากกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ความหมาย
ลายขอบโตก	ลายขันโตก ได้มาจากภาชนะที่วางถ้วยอาหารกับข้าว เมื่อใส่กับข้าวแล้วยกมาตั้งสมาชิกในครอบครัวหรือแขกที่มาบ้านจะนั่งล้อมวงกันกินข้าว
ลายดอกจัน 	รูปร่างคล้ายดอกของต้นจัน อาจมีห้าแฉก หกแฉก แปดแฉก ใช้เลียนแบบสัญลักษณ์รูปดาว
ลายดอกมะเขือ	เป็นสัญลักษณ์ของความเคารพ ความอ่อนน้อมถ่อมตน โดยธรรมชาติของต้นมะเขือเมื่อมีดอก ซึ่งดอกที่จะให้ผลมะเขือได้ต้องโค้งลง เหมือนผู้อยู่ในอาการแสดงความเคารพ หรือคารวะบุคคลที่ตนเคารพบูชายกย่อง
ลายดาวกระจาย	เป็นดอกไม้แห่งการจินตนาการ

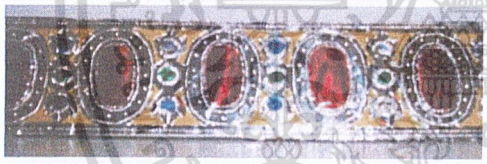
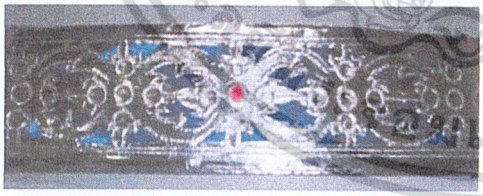
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ภาพลวดลายจากกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ความหมาย
ลายดอกพิกุล	ดอกพิกุล เป็นดอกไม้มงคล มีความหมายแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ ความเจริญรุ่งเรือง มั่งคั่ง พรั่งพร้อม หากมีไว้กับตัวจะช่วยเสริมความเป็นสิริมงคลในชีวิต
ลายดอกมะลิ 	เป็นดอกไม้ที่ได้รับความปรารถนาดี เป็นที่รักและคิดถึงของคนทั่วไป อีกทั้งยังเป็นสื่อแทนของความกตัญญู
ลายผีเสื้อ	ความสง่างามของผู้หญิงและความสุข เป็นอิสระและมีชีวิตชีวามากเปิดกว้างมากขึ้นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในชีวิต
ลายดอกกุหลาบ	ดอกไม้สำหรับความงดงามและความอ่อนโยน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ภาพลวดลายจากกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ความหมาย
ดอกพิกุล และดาว	ดอกพิกุล เป็นดอกไม้มงคล มีความหมายแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ ความเจริญรุ่งเรือง มั่งคั่ง พรั่งพร้อม หากมีไว้กับตัวจะช่วยเสริมความเป็นสิริมงคลในชีวิต
ดอกดาวกระจาย	ความสงบสันติ ความตั้งใจ ความบริสุทธิ์ใจของหญิงสาว
ลายดอกชบา	บ่งบอกถึงความสำเร็จ
ลายเม็ดขนุน 	ไว้ฉลุลายในการกระดาษสา ตกแต่งขอบโลง รูปร่างลักษณะ คล้ายกับ เม็ดขนุนสิริมงคล ช่วยให้มีคนสนับสนุน หนุนเนื่อง
ลายสอดสร้อย 	ลักษณะเป็นดอกเล็กมาก ออกเป็นช่อ เรียวตรวข้ามกัน ไว้สำหรับตกแต่งขอบโลง หรือขอบประตูหน้าต่างบ้านเรือน

2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบศิลป์และจัดวางลวดลาย

2.7.1 องค์ประกอบศิลป์ (Element of Art)

องค์ประกอบศิลป์เป็นหน่วยย่อยของศิลปะที่ประกอบกันขึ้นในงานออกแบบหรืองานศิลปะแขนงต่างๆ เช่น วิจิตรศิลป์ ประยุกต์ศิลป์ ภาพประกอบ การตกต่างภายใน เป็นต้น นักออกแบบสามารถนำองค์ประกอบศิลป์มาสร้างสรรค์เป็นงานศิลปะให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.2 ทัศนธาตุ

(1) จุด (Dot)

จุดเป็นองค์ประกอบศิลป์เบื้องต้นที่สามารถสร้างเส้น รูปทรง รูปร่าง ลวดลาย พื้นผิว น้ำหนักอ่อนเข้ม การเคลื่อนไหวในการออกแบบได้

จุดสร้างการรับรู้และมีประโยชน์อย่างยิ่งในการออกแบบ เนื่องจากสามารถสร้างเป็นภาพ ลวดลาย ภาพกราฟิก หรือนำไปเป็นส่วนประดับในการออกแบบสิ่งพิมพ์ ดังนี้

(1.1) จุดที่ใช้ในการออกแบบกราฟิก จุดสามารถนำไปออกแบบกราฟิก มีลวดลายด้วยการสร้างขนาดที่แตกต่างกันเพื่อสร้างระยะที่ใกล้ไกลและความหลากหลาย หรือใช้ในเรื่องของกลุ่มสีให้กลมกลืนหรือสีขัดแย้งกันและการวางตำแหน่งของจุดแต่ละจุดให้เกิดลวดลายที่แปลกใหม่

(1.2) จุดที่ใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ จุดสามารถนำไปออกแบบสิ่งพิมพ์ ด้วยการสร้างตัวอักษร ส่วนประดับตกแต่ง เช่น ทำเป็นเส้น สร้างพื้นหลัง หรือลวดลายประกอบการจัดหน้าสิ่งพิมพ์

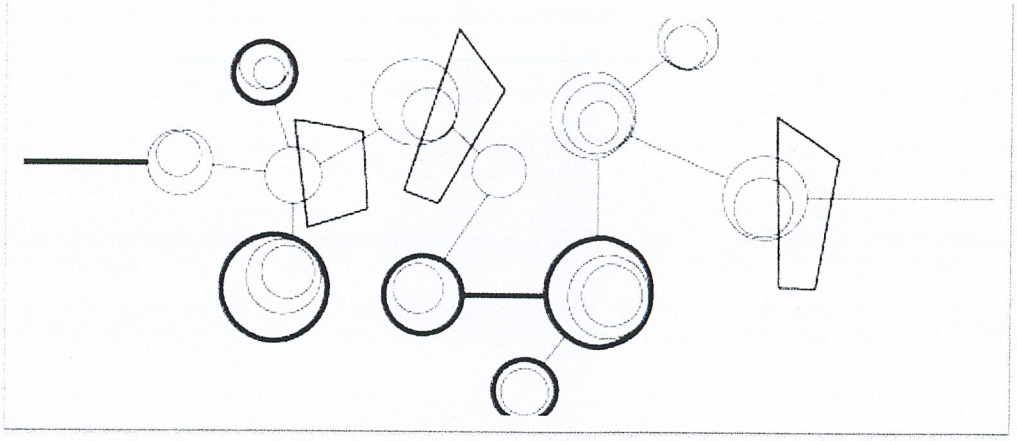
ภาพที่ 2.9 จุดที่ใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(2) เส้น (Line or Stripe)

เส้นเกิดจากจุดมาเรียงต่อกันจนกลายเป็นเส้น ใช้สร้างรูปร่าง รูปทรง ลวดลาย พื้นผิว น้ำหนักอ่อนแก่ แสงเงา ระยะใกล้ไกล พื้นที่ว่างและตัวอักษร การใช้เส้นในการออกแบบ ยังสามารถเลือกขนาดและลักษณะเส้นที่แตกต่างกันเพื่อให้แสดงออกตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบ

การเรียนรู้เรื่องเส้นจะคำนึงถึงการเกิดเส้น ขนาด ทิศทางและลักษณะของเส้นที่สร้างการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.10 เส้นเกิดจากจุดมาเรียงต่อกัน
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(2.1) การเกิดเส้น (Line Occurrence)

การเกิดเส้นแบ่งออกได้ 3 ลักษณะดังนี้

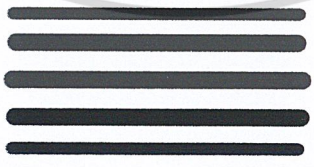
-เส้นที่เกิดจริง (Actual Line) คือ เส้นที่ถูกสร้างขึ้นจากการขีดเขียนให้ปรากฏบนระนาบรองรับ เกิดเป็นเส้นตรงเส้นโค้ง เส้นซิกแซก เส้นหนา – บาง เส้นแตกพร่า เป็นต้น

- เส้นเชิงนัย (Implied Line or Exiting line or Axis Line) คือ เส้นที่เกิดจากการจัดวางองค์ประกอบหรือวัตถุในแนวที่ให้เกิดการรับรู้ว่าเป็นเส้น ไม่มีเส้นอยู่จริงแต่เกิดจากการนำสายตาให้รับรู้ว่าเป็นเส้น เช่น การจัดวางกล่องตามแนวเดียวกันทำให้มองเห็นเป็นเส้นตรงได้ เป็นต้น

- เส้นขอบ (Line Formed by Edges) คือ เส้นที่เกิดจากการทับซ้อนหรือชนกันของสีและรูปร่าง เช่น เส้นที่เกิดจากสีสองสีที่วางต่อกัน หรือเส้นที่เกิดจากรูปร่างสองรูปวางต่อกัน เป็นต้น

(2.2) ทิศทางและรูปแบบของเส้น (Direction and Line Quality)

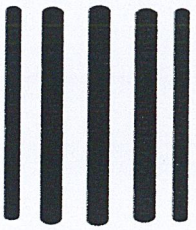
- เส้นตรงแนวนอน (Straight Line) เส้นตรงแนวนอนให้ความรู้สึกสงบนิ่ง แผ่กว้าง ไม่เคลื่อนไหว เส้นนอนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือป้ายผลิตภัณฑ์จะให้ความรู้สึกเรียบง่ายสุภาพ



ภาพที่ 2.10 เส้นตรงแนวนอน (Straight Line)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เส้นตรงแนวตั้ง (Upright-Straight Line) เส้นตรงแนวตั้งให้ความรู้สึกสง่างาม ตั่งมั่น สูง บีบแคบลง เส้นตรงแนวตั้ง ถ้านำมาออกแบบสัญลักษณ์จะให้ความรู้สึกมั่นคงแข็งแรงถ้าเป็นลวดลายบรรจุภัณฑ์หรือป้ายผลิตภัณฑ์จะให้ความรู้สึกสูงโปร่ง



ภาพที่ 2.11 เส้นตรงแนวตั้ง (Upright-Straight Line)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

- เส้นตรงแนวเฉียง (Oblique Line) เส้นตรงแนวเฉียงให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว โฉบเฉี่ยว ในการออกแบบลวดลาย ที่เป็นเส้นเฉียงมักใช้ในโอกาสพิเศษที่ต้องการความแปลกใหม่ เส้นลายเฉียงจะเป็นการกระตุ้นการรับรู้ให้ตื่นตาเร้าใจ

ภาพที่ 2.12 เส้นตรงแนวเฉียง (Oblique Line)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

-เส้นโค้งปกติ (Curve Line) เส้นโค้งให้ความรู้สึกอ่อนโยน สวยงาม ลวดลายที่มีเส้นโค้งปรากฏอยู่ทำให้เกิดความรู้สึกอ่อนหวานงดงาม เช่น เส้นโค้งในลายดอกบัว ลายกนก นอกจากนี้ เมื่อนำมาประกอบกับเส้นตรงแนวตั้งจะก่อให้เกิดความรู้สึกสง่างามอ่อนช้อยมากกว่าเส้นตรงเพียงอย่างเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.13 เส้นโค้งปกติ (Curve Line)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

- เส้นโค้งงดงาม (S-Curve Line) เส้นโค้งปกติให้ความรู้สึกนุ่มนวลอ่อนโยน เส้นโค้งที่จัดวางเรียงในจังหวะที่เหมาะสมให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว เส้นโค้งที่มีส่วนปลายโค้งลงจะให้ความรู้สึกหดหู่ เศร้าหมอง ในขณะที่เส้นโค้งรูปตัว (S) ให้ความรู้สึกงดงาม (Beauty Curve)

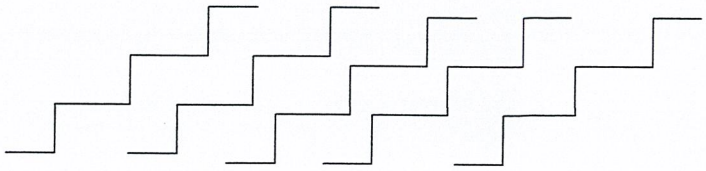
ภาพที่ 2.14 เส้นโค้งงดงาม (S-Curve Line)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

- เส้นโค้งก้นหอย (Spiral Line) เส้นโค้งก้นหอยให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว หมุนวนไม่สิ้นสุด เส้นโค้งก้นหอยปรากฏบนลวดลายของจีน ในลักษณะก้นหอยย้อนกลับ (Spiral Reverse)

ภาพที่ 2.15 เส้นโค้งก้นหอย (Spiral Line)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-เส้นหยัก (Zigzag) เส้นหยักให้ความรู้สึกตื่นเต้น ขัดแย้ง เร้าใจ น่ากลัว และแผ่กระจายออก เมื่อนำเส้นหยักมาใช้กับเส้นตรงหรือเส้นโค้งจะยิ่งเพิ่มความเด่นชัดยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.16 เส้นหยัก (Zigzag)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(3) รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form)

รูปร่างมี 2 มิติ คือ ความกว้างและความยาว มีลักษณะแบนราบ ในขณะที่รูปทรง มี 3 มิติ คือ ความกว้าง ความยาว และความลึก นักออกแบบนำรูปร่าง-รูปทรงจากธรรมชาติ เช่น ใบไม้ สัตว์ รูปร่าง-รูปทรงประดิษฐ์และรูปร่าง-รูปทรงเรขาคณิตมาออกแบบบรรจุภัณฑ์และป้ายเพื่อสื่อความหมายต่างๆได้

ภาพที่ 2.17 รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(4) พื้นที่และปริมาตร (Space & Volume)

พื้นที่เป็นการบอกขนาดของเนื้อที่ มีมิติวัดเป็นความกว้างและความยาว มีหน่วยวัดเป็นตาราง เช่น กระดาษที่มีพื้นที่ 4 ตารางนิ้วหมายถึงกระดาษมีความกว้าง 2 นิ้ว และความยาว 2 นิ้ว ในขณะที่ปริมาตรจะเป็นการบอกความจุ มีมิติวัดเป็นความกว้าง ความยาวและความลึก มีหน่วยวัดเป็นลูกบาศก์ เช่น กล่องมีปริมาตร 8 ลูกบาศก์นิ้ว หมายถึง กล่องมีความกว้าง ยาวและลึก ด้านละ 2 นิ้ว นอกจากนี้ยังมีสูตรการวัดปริมาตรของรูปทรงต่างๆอีกมากมาย เช่น รูปทรงกระบอก รูปทรงกรวย รูปทรงกลม เป็นต้น

พื้นที่กับปริมาตรเกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องคำนึงถึงเรื่องพื้นที่และปริมาตร ซึ่งมีความสัมพันธ์กันตลอดเวลาสามารถพิสูจน์ได้โดยนำกระดาษที่มีขนาด 8 X 11 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

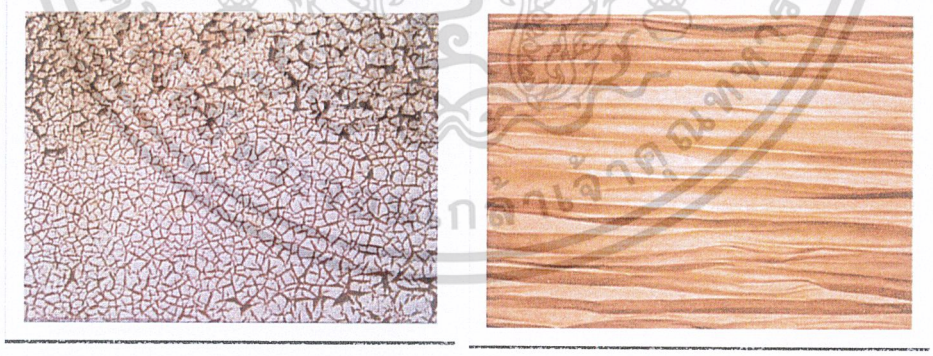
เท่ากัน พับเป็นรูปทรงกระบอกแนวตั้งกับรูปทรงทรงกระบอกแนวนอน จะให้ความจุหรือปริมาตรภายในไม่เท่ากัน ถ้านำเมล็ดถั่วเขียวบรรจุในรูปทรงกระบอกแนวนอนจะบรรจุได้มากกว่ารูปทรงกระบอกแนวตั้ง แต่การรับรู้ด้วยสายตาจะมีความรู้สึกว่ารูปทรงกระบอกแนวตั้งจะบรรจุได้มากกว่า ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงมักออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์เป็นรูปทรงกระบอกแนวตั้ง ซึ่งนอกจากจะเห็นได้เด่นชัดแล้ว ยังให้ความรู้สึกว่ามีปริมาณสินค้ามากกว่าอีกด้วย

ในขณะที่การออกแบบ 2 มิติ เช่น ภาพประกอบหรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ พื้นที่จะสื่อความหมายถึงบริเวณที่จัดวางรูปหรือตัวหนังสือลงในพื้นที่นั้น หากจัดองค์ประกอบแน่นจนเกินไปก็จะรู้สึกอึดอัดหรือจัดน้อยเกินไปก็จะรู้สึกว่าง เรียกว่ามีบริเวณว่าง (Space) หรือพื้นหลัง (Background) มากเกินไป หากเป็นงานประติมากรรม 3 มิติ บริเวณว่างจะสื่อถึงช่องว่างในงานประติมากรรม ในขณะที่ปริมาตรจะสื่อถึงความหนักแน่น มีมวล มีน้ำหนัก มีการรวมเป็นกลุ่มก้อน เช่น ภาพหรือวัตถุที่มีผิวหยาบ ขรุขระจะให้ความรู้สึกว่ามีมวล มีน้ำหนักมากกว่าที่ราบเรียบ หรือการจัดวางองค์ประกอบภาพให้อยู่เป็นกลุ่มก้อนจะให้ความรู้สึกว่ามีมวลหรือปริมาตรมากกว่าที่จัดองค์ประกอบภาพกระจายกันอยู่ไม่เป็นกลุ่มก้อน เป็นต้น

(5)ลักษณะผิว (Texture)

ลักษณะผิว คือ พื้นที่ด้านนอกของวัตถุที่รับรู้ได้ด้วยสายตา สัมผัส หรือการได้ยินเสียงที่แตกต่างกัน พื้นผิวเกิดขึ้นได้จากธรรมชาติและเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้น พื้นผิวธรรมชาติ เช่น ผิวเปลือกไม้ ผิวก้อนหิน ผิวทราย เป็นต้น ส่วนพื้นผิวที่เกิดจากมนุษย์สร้างขึ้น เช่น ผิวเรียบของกระดาษ ผิวมันวาวของกระจก ผิวโลหะ เป็นต้น

พื้นผิวก่อให้เกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน เช่น พื้นผิวเรียบ ละเอียดก่อให้เกิดความรู้สึกสะอาด บริสุทธิ์ เงียบสงบ เรียบร้อย สุภาพ ผิวมันวาวให้ความรู้สึกกว้างตื่นเต้น หรูหรา ผิวขรุขระหรือหยาบก่อให้เกิดความรู้สึกน่ากลัว แข็งแรง มีน้ำหนัก นอกจากนี้ผิวหยาบก่อให้เกิดความรู้สึกว่าอยู่ใกล้ ในขณะที่ผิวละเอียดจะให้ความรู้สึกว่าอยู่ไกลออกไป



ภาพที่ 2.18 ลักษณะผิว (Texture)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

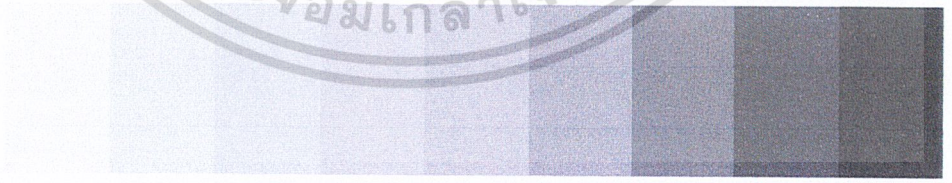
(6) บริเวณว่างหรือพื้นหลัง (Ground)

บริเวณว่างหรือพื้นหลังเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าแบคกราวด์ (Background) เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบที่มีส่วนส่งเสริมให้รูปมีลักษณะเด่นหรือด้อย เช่น พื้นหลังสีเข้มจะขับตัวอักษรหรือภาพสีอ่อนให้เด่นชัดถ้าพื้นหลังสีใกล้เคียงกับตัวอักษรหรือภาพสีอ่อนให้เด่นชัดถ้าพื้นหลังสีใกล้เคียงกับตัวอักษรหรือภาพจะทำให้เกิดความรู้สึกกลมกลืนนุ่มนวลขึ้น ในการออกแบบพื้นที่ว่างหรือพื้นหลังให้เหมาะสมกับรูป ไม่มากหรือน้อยเกินไป บางครั้งมีเส้นนำสายตาเข้าสู่จุดสำคัญของภาพ จะเสริมให้ภาพมีความสวยงามและสร้างจุดสนใจให้เด่นยิ่งขึ้น เป็นต้น

ภาพที่ 2.19 บริเวณว่างหรือพื้นหลัง (Ground)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(7) น้ำหนักอ่อนเข้ม (Value and Gradation)

น้ำหนักอ่อนเข้มเป็นเรื่องของน้ำหนักของแสงที่ตกกระทบบนวัตถุแล้วสะท้อนสีเข้าตาเราก่อเกิดเป็นค่าน้ำหนักอ่อนเข้มแตกต่างกัน ค่าน้ำหนักอ่อนเข้มนี้ยังแสดงออกโดยการแทนค่าความสว่างและมืดของแสง โดยใช้สีขาวแสดงค่าส่วนที่สว่างที่สุด นอกจากนี้น้ำหนักอ่อนเข้มยังก่อให้เกิดระยะใกล้ไกลและความลึกในภาพอีกด้วย

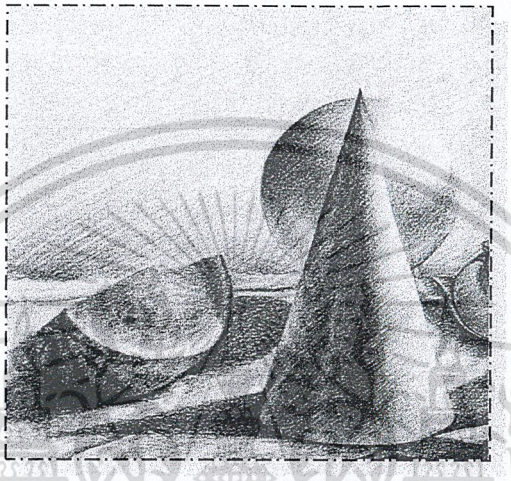


ภาพที่ 2.20 น้ำหนักอ่อนเข้ม (Value and Gradation)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(8) แสงเงา (Light and Shadow)

แสงเงาเป็นองค์ประกอบศิลป์ที่เกิดจากการเลียบแบบธรรมชาติแสงที่ตกกระทบลงบนวัตถุก่อให้เกิดน้ำหนักสีอ่อนเข้มแตกต่างกัน ในทางศิลปะเรียกว่า ไครอสคูโร (Chiaroscuro) น้ำหนักอ่อนเข้มนี้สื่อให้เกิดความรู้สึกเหมือนจริง สร้างมิติกว้าง ยาว ลึก ระยะใกล้ไกล ความมีมวลวัตถุและความนุ่มนวล การใช้น้ำหนักอ่อนเข้มหรือแสงเงามีความสำคัญยิ่งทั้งในการออกแบบศิลปกรรม การถ่ายภาพและการสร้างงานวิจิตรศิลป์ โดยเฉพาะเรมบรานด์ (Rembrandt 1606-1669) ศิลปินชาวดัตช์ (Dutch) และศิลปินในยุคฟื้นฟูศิลปะวิทยาการ (Renaissance) ที่ให้ความสำคัญแก่แสงเงาในภาพเขียนมาก



ภาพที่ 2.21 แสงเงา (Light and Shadow)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(9) เงาดำ (Silhouette)

ภาพเงาดำเป็นผลจากการที่แสงตกกระทบวัตถุเกิดจากเงาดำที่ระนาบรองรับแตกต่างจากองค์ประกอบเรื่องแสงเงาเล็กน้อย กล่าวคือภาพเงาดำจะปรากฏเป็นรูปร่างเด่นชัดคล้ายภาพหนังตะลุงบนจอรับภาพ ในขณะที่เรื่องแสงเงาเป็นการให้ความสำคัญกับเรื่องต้นกำเนิดแสงและการเกิดเงาตกกระทบรวมถึงการถ่ายทอดค่าน้ำหนักอ่อนเข้มเพื่อแทนค่าความสว่างและความเข้มของแสงและเงา นักออกแบบสามารถนำภาพเงาดำมาใช้ในการออกแบบและถ่ายทอดความคิดสร้างสรรค์ได้ เช่น การนำเงามาออกแบบเป็นพื้นหลังภาพ การนำเงาดำมาทำเป็นขอบเขตพื้นที่เพื่อซ้อนภาพอีกภาพหนึ่งลงไป หรือการนำเงาดำมาเป็นตัวแทนความคิดหรือเป็นตัวละครอีกตัวหนึ่งที่มีความคิดแตกต่างไปจากคนหรือวัตถุที่เป็นต้นกำเนิดเงา เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.22 เงาดำ (Silhouette)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(10) สี (Color)

สีเป็นองค์ประกอบศิลป์ที่สำคัญยิ่ง สร้างแรงประทะและแรงดึงดูดใจต่อผู้พบเห็น สีเป็นสื่อในการแสดงออกและการรับรู้ทางจิตวิทยา แสดงบุคลิกและอุปนิสัยของบุคคล ความรู้สึกชอบไม่ชอบ สร้างรสนิยม สร้างความทรงจำ สียังแสดงลักษณะเฉพาะของกลุ่มชนและเชื้อชาตินอกจากนี้การใช้สีในการออกแบบยังมีทั้งสีในศิลปะ สีในการพิมพ์ สีของแสง ซึ่งแต่ละชนิดมีแม่สีและลักษณะการใช้ที่แตกต่างกัน นักออกแบบจึงควรทำความเข้าใจทฤษฎีสีและคุณลักษณะของสีแต่ละประเภทเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการต่อไป ความรู้เรื่องเสียงมีรายละเอียดมากจึงนำเสนอในบทต่อไป

องค์ประกอบศิลป์ประกอบด้วย จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง มวล ปริมาตร ลักษณะผิว ที่ว่างหรือบริเวณว่าง การเคลื่อนไหว น้ำหนักอ่อนเข้มแสงเงาภาพเงาดำ และสี การศึกษาเนื้อหาดังกล่าวเพื่อให้เข้าใจแก่นศิลปะลักษณะทางกายภาพและความรู้สึกที่ซ้อนอยู่ในองค์ประกอบนั้นสามารถนำมาออกแบบเพื่อให้เกิดความงามตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้พบเห็น

2.7.3 การจัดวาง

2.7.3.1 การจัดองค์ประกอบศิลป์ (Principles of Design)

การจัดองค์ประกอบศิลป์เป็นการเนียนรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการจัดวางตำแหน่งการจัดวางองค์ประกอบมีผลต่อความรับรู้ทางความงามทางศิลปะ อีกทั้งการจัดองค์ประกอบศิลป์ยังเป็นแนวทางการออกแบบพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างงานศิลปะ 2 มิติ และ 3 มิติ

2.7.3.2 หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์

การจัดองค์ประกอบศิลป์ประกอบด้วยหลักการดังนี้

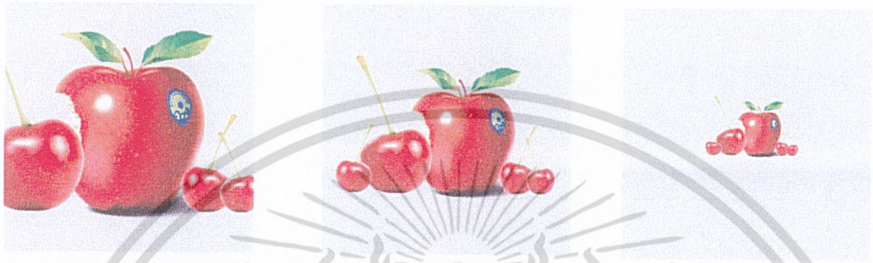
(1) สัดส่วน (Proportion or Scale)

สัดส่วนเป็นความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของวัตถุกับวัตถุอื่นหรือวัตถุกับพื้นที่ว่าง หรือความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยของวัตถุนั้นเอง เช่น หูจับกาน้ำมีสัดส่วนสัมพันธ์กันดีกับตัวกาน้ำที่มีขนาดใหญ่หรือไม่ เป็นตน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

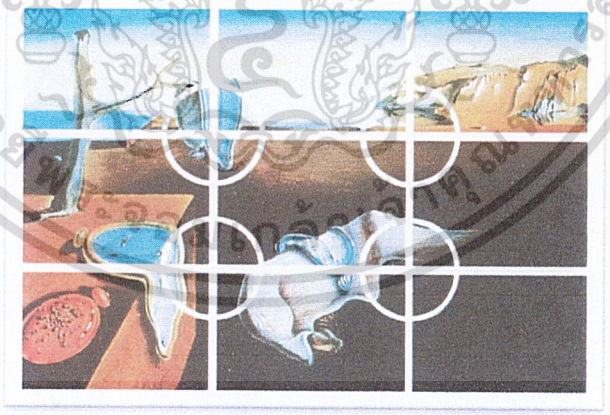
สัดส่วนในทางศิลปะคำนึงถึงความสัมพันธ์เชิงเปรียบเทียบกันระหว่างรูปกับพื้นหลัง ตัวอักษรกับพื้นหลัง โดยคำนึงความเหมาะสมของภาพและพื้นหลังว่ามีสัดส่วนเหมาะสมหรือไม่ การจัดวางขนาดตัวอักษรลงบนพื้นหลังว่าว่างหรือแน่นจนเกินไป การจัดวางภาพหรือวัตถุลงบนพื้นที่ว่างจึงเป็นการจัดองค์ประกอบศิลป์ที่ต้องคำนึงถึงสัดส่วนและขนาดวัตถุในการจัดวาง เพื่อให้เกิดตำแหน่งที่น่าสนใจขึ้นในภาพ (Placing the centre of interest)

การจัดวางตำแหน่งและการคัดเลือกขนาดของวัตถุลงในพื้นที่ว่าง เพื่อให้เกิดตำแหน่งที่น่าสนใจ มีแนวคิด 3 ประการ ดังนี้



ภาพที่ 2.23 การจัดวางตำแหน่งและการคัดเลือกขนาดของวัตถุลงในพื้นที่ว่าง
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

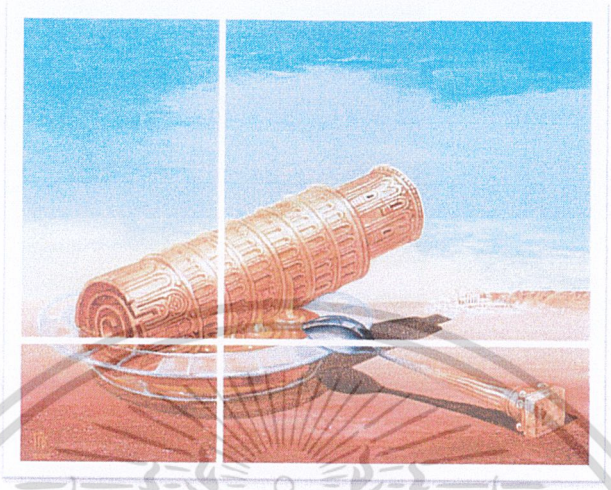
(1.1) แนวคิดพื้นที่ 3 ส่วน เป็นการจัดวางวัตถุหรือภาพลงบนพื้นที่ว่างโดยการแบ่งพื้นออกเป็น 3 ส่วน ทั้งแนวตั้งและแนวนอนเส้นแบ่งพื้นที่ทั้งสามจะเกิดจุดตัด 4 จุด ซึ่งเป็นจุดหน้าสนใจในภาพ เมื่อนำวัตถุมาวางในตำแหน่งดังกล่าว จะเกิดความน่าสนใจขึ้นในภาพ



ภาพที่ 2.24 แนวคิดพื้นที่ 3 ส่วน
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1.2) แนวคิดพื้นที่ 8 ใน 13 ส่วน เป็นการจัดวางวัตถุหรือภาพลงบนพื้นที่ว่างโดยการแบ่งพื้นด้านกว้างด้านยาวออกเป็น 13 ส่วน จุดตัดของเส้นแบ่งที่ 8 ในแนวตั้งและแนวนอน จะเป็นจุดที่น่าสนใจในภาพ



ภาพที่ 2.25 แนวคิดพื้นที่ 8 ใน 13 ส่วน
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

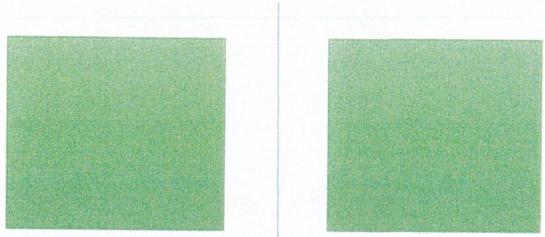
(2) ความสมดุล (Balance)

ความสมดุล คือลักษณะน้ำหนักขององค์ประกอบศิลป์ที่จัดวางไว้ด้านหนึ่งเท่ากันกับน้ำหนักอีกด้านหนึ่ง โดยทั่วไปจะแบ่งลักษณะการสมดุลออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

(2.1) สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)

การจัดองค์ประกอบแบบสมดุลซ้ายขวาเท่ากันเป็นการจัดวางรูปร่างรูปทรง น้ำหนักสี ตัวอักษรหรือองค์ประกอบศิลป์ทั้งด้านซ้ายหรือขวาของพื้นที่ว่างให้มีจำนวนสัดส่วนและค่าน้ำหนักเท่ากันทุกประการอย่างแท้จริง หรืออีกลักษณะหนึ่งคือ เท่ากันแต่ไม่เหมือนกันทุกประการ สังเกตได้ด้วยความสมมุติให้มีเส้นแบ่งกึ่งกลางหน้ากระดาษในแนวตั้ง แล้วพิจารณาว่าด้านซ้ายและขวาของกระดาษหรือระนาบรองรับมีการจัดวางองค์ประกอบเท่ากันทุกประการหรือคล้ายคลึงกัน การจัดวางแบบนี้เป็นการจัดวางอย่างง่าย (Simply layout) มีความสมดุลกลางภาพ ไม่มีจุดเด่น-จุดรอง ให้ความรู้สึกสงบนิ่งเป็นระเบียบเรียบร้อย

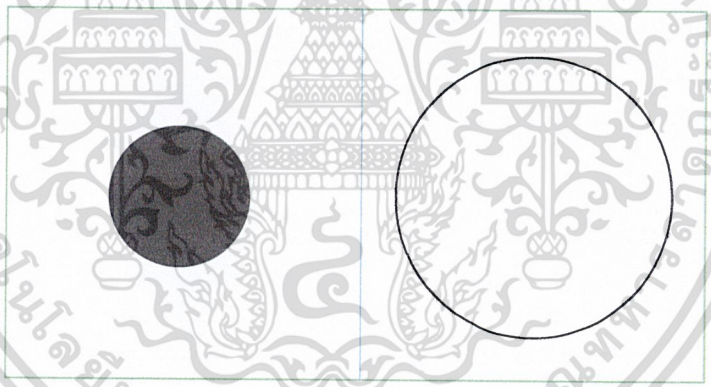
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.26 สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(2.2) สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)

การจัดองค์ประกอบแบบสมดุลด้านซ้าย-ขวา ไม่เท่ากันเป็นการจัดวางรูปร่าง รูปทรง น้ำหนักสี ตัวอักษรหรือองค์ประกอบศิลป์อื่นใดทั้งด้านซ้ายหรือขวาของพื้นที่ว่างที่มีจำนวนสัดส่วนหรือค่าน้ำหนักไม่เท่ากัน การจัดแบบนี้มักสร้างจุดสนใจไว้ด้านใดด้านหนึ่งแล้วด้านที่เหลือจะเป็นส่วนสนับสนุน เช่น จัดวางรูปด้านซ้ายมีขนาดใหญ่แต่มีน้ำหนักเบากว่าด้านขวาที่มีขนาดเล็กแต่น้ำหนักเข้มกว่าเพื่อสร้างสมดุลทางความรู้สึกให้เกิดขึ้นซึ่งจะสร้างความน่าสนใจได้มากขึ้นการออกแบบลักษณะนี้มักเป็นแบบกึ่งทางการที่ไม่ต้องการความเป็นระเบียบมากนัก



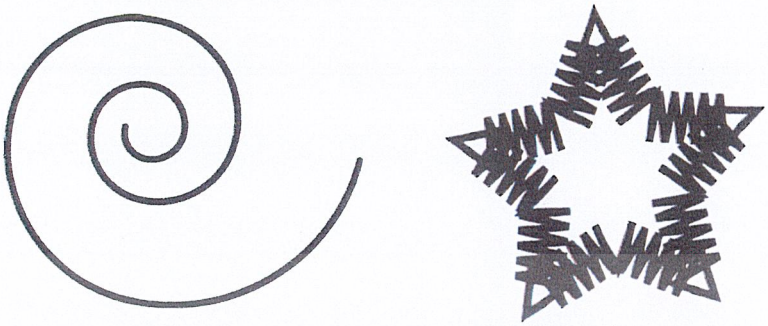
ภาพที่ 2.27 สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(2.3) สมดุลแบบรัศมีหรือวงขด (Radial or Spiral)

การจัดองค์ประกอบแบบรัศมี (Radial) หรือวงขด (Spiral) เป็นการจัดวางรูปร่าง รูปทรง น้ำหนักสี ตัวอักษรหรือองค์ประกอบศิลป์อื่นใดที่มีลักษณะพื้นที่ว่าง สัดส่วนและน้ำหนักเท่ากันโดยวัดจากจุดกึ่งกลางภาพ องค์ประกอบภาพจะหมุนวนหรือกระจายจากจุดศูนย์กลางจุดสนใจจึงอยู่ที่จุดกึ่งกลางภาพ เช่น ภาพรถยนต์ที่มีก้านล้อกระจายออกมาจากจุดศูนย์กลางเท่ากัน ภาพกังหันลมที่มีใบกังหันกางออกมาจากจุดศูนย์กลางเท่ากัน ภาพที่มีองค์ประกอบศิลป์ล้อมรอบจุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์กลางของภาพ เป็นต้น ความสมดุลแบบรัศมีสร้างความรู้สึกเคลื่อนไหวหมุนวน ล่องลอย ไม่สงบนิ่ง การออกแบบลักษณะนี้สร้างความรู้สึกส่วนตัว ไม่เป็นระเบียบหรือไม่เป็นทางการ



ภาพที่ 2.28 สมดุลแบบรัศมีหรือวงขด (Radial or Spiral)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(3) ความน่าสนใจของรูปแบบ (Attraction and Design Style)

การจัดวางองค์ประกอบศิลป์นอกจากจะจัดตามหลักการทั่วไปแล้วยังมีการจัดตามความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบเพื่อให้เกิดรูปแบบเฉพาะของตนที่มีความน่าสนใจ แปลกใหม่เกิดขึ้น การสร้างจุดสนใจในภาพนอกจากจะใช้หลักสัดส่วนพื้นที่ 1 ใน 3 ยังสามารถใช้เส้นนำสายตา (Leading Line) นำไปสู่เรื่องราวในภาพแล้ว การสร้างเส้นนำสายตาที่ดีควรนำสายตาให้วนเวียนอยู่ภายในภาพไม่นำออกนอกภาพเพื่อเชื่อมโยงองค์ประกอบในภาพทั้งหมด สร้างระยะลึกในภาพและทำให้สายตาค้นหาเรื่องราวภายในภาพมากขึ้น ถ้าเส้นนำสายตานำผ่านออกนอกภาพจะทำให้การเชื่อมโยงขององค์ประกอบลดลง

ภาพที่ 2.29 ความน่าสนใจของรูปแบบ (Attraction and Design Style)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) เอกภาพ (Unity)

เอกภาพ คือคุณลักษณะของส่วนรวมหรือเฉพาะหน่วยที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน มีลักษณะใกล้เคียงกันหรือเข้าชุดกัน การจัดองค์ประกอบศิลป์ในงานออกแบบหรืองานจิตรกรรมควรจัดให้เป็นกลุ่มที่เชื่อมโยงต่อเนื่องกัน จนเกิดเอกภาพซึ่งจะนำสายตาให้รวมอยู่ในภาพ หากจัดองค์ประกอบกระจายจะทำให้แต่ละส่วนแยกเป็นอิสระต่อกัน ไม่เกิดเป็นกลุ่มทำให้ขาดเอกภาพ

การเกิดเอกภาพนอกจากจะเกิดจากการรวมกลุ่มของวัตถุแล้วความคล้ายคลึงกันของสี เส้น พื้นผิวและขนาด เมื่อนำมาจัดวางใกล้กันจะก่อให้เกิดเอกภาพด้วยเช่นกัน ในทางตรงกันข้าม หากองค์ประกอบที่นำมาจัดวางไว้ด้วยกันมีความแตกต่างกันก็จะทำให้ขาดเอกภาพ

ภาพที่ 2.30 เอกภาพ (Unity)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(5) การจัดแบบนามธรรม (Abstract)

การออกแบบเชิงนามธรรม เป็นการจัดวางรูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี ตัวอักษร หรือองค์ประกอบที่ไม่คำนึงถึงการแบ่งพื้นที่เป็นด้านซ้ายหรือขวา แต่จัดวางกระจายตามตำแหน่งที่กำหนดขึ้นเอง การออกแบบนามธรรมมักสร้างจุดสนใจด้วยลักษณะเด่นพิเศษที่แตกต่างจากส่วนอื่น เช่น ขนาดที่ใหญ่กว่าส่วนอื่นมาก สีที่เด่นชัด การฉีกขาด วัสดุหรือพื้นผิวที่แตกต่างจากส่วนอื่น การออกแบบลักษณะนี้กระตุ้นการรับรู้และไม่ต้องการความเป็นระเบียบมากนัก

ภาพที่ 2.31 การจัดแบบนามธรรม (Abstract)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(6) การจัดแบบวงกลม (Circle Shape)

การจัดองค์ประกอบแบบวงกลมเป็นการจัดองค์ประกอบบนโครงสร้างวงกลม สร้างการนำสายตาสู่จุดศูนย์กลาง นอกจากนี้ยังสามารถวางวงกลมทับซ้อนกันก่อให้เกิดลวดลายและมิติภาพมากขึ้นโครงสร้างวงกลมยังเป็นโครงสร้างที่ใช้ในการออกแบบมากมาย เช่น ลายไทย ผ้าฟุโรชิกิ (Furoshiki) ของญี่ปุ่น และสัญลักษณ์ของมันดาลา (Mandala) ของชาวทิเบตที่ใช้เป็นสัญลักษณ์สื่อถึงจักรวาล การเพ่งจิตในวงกลมมันดาลาช่วยให้การทำสมาธิง่ายและมีความสมบูรณ์ขึ้น เพราะวงกลมสมดุลซ้ายขวาเท่ากันและมีจุดศูนย์กลางที่นำจิตสู่ศูนย์กลางที่สงบนิ่ง

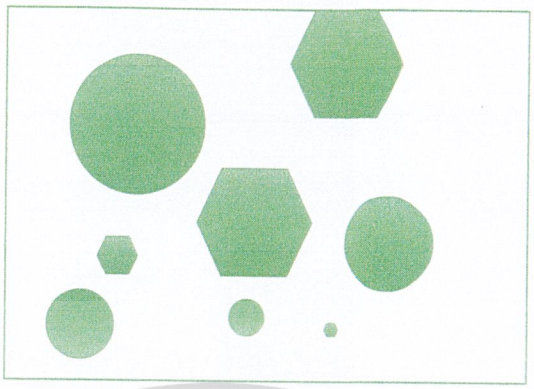
ภาพที่ 2.32 การจัดแบบวงกลม (Circle Shape)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(7) ความกลมกลืนและขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

การออกแบบกลมกลืนเป็นการออกแบบด้วยการจัดองค์ประกอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกันไม่แตกต่างกันมากนักมาจัดวางไว้ด้วยกัน ก่อให้เกิดความคล้ายคลึงกัน (Harmony or Balance Tones) เช่น การนำรูปร่างวงกลมมาจัดวางกับรูปร่างแปดเหลี่ยม การใช้สีเหลือง ส้ม แดง ในภาพเดียวกัน เป็นต้น การออกแบบกลมกลืนให้ความรู้สึกเรียบง่ายสงบ เป็นทางการในทางตรงกันข้ามการนำองค์ประกอบที่มีลักษณะไม่คล้ายคลึงกันมาจัดวางไว้ด้วยกัน จะก่อให้เกิดการขัดแย้ง (Contrast) เช่น การนำวงกลมมาวางคู่กับรูปสามเหลี่ยม การใช้สีเหลืองกับสีม่วง สีส้มกับสีน้ำเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

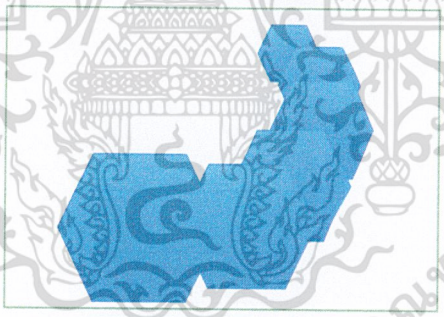
หรือสีเขียวกับสีแดง ซึ่งเป็นสีคู่ตรงข้ามในวงจรสี เป็นต้น ออกแบบขัดแย้งให้ความรู้สึกโฉบเฉี่ยว สนุกสนาน ไม่เป็นทางการ



ภาพที่ 2.33 ความกลมกลืนและขัดแย้ง (Harmony and Contrast)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(8) การลดหลั่น (Gradation)

การออกแบบด้วยการจัดรูปร่าง รูปทรง น้ำหนักสี ตัวอักษร สัดส่วน ค่าน้ำหนัก หรือองค์ประกอบศิลป์ด้วยการลดหลั่นขนาด สัดส่วน และน้ำหนักความอ่อนเข้ม ก่อให้เกิดระยะใกล้ไกล ความลึกและการเคลื่อนไหว

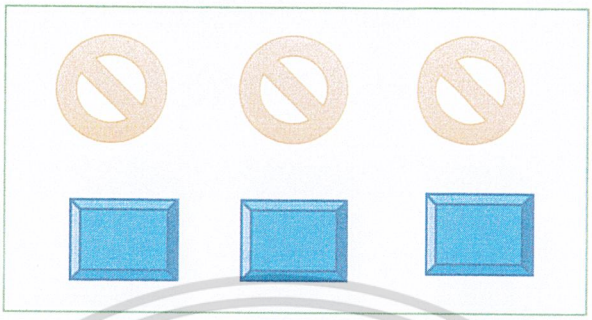


ภาพที่ 2.34 การลดหลั่น (Gradation)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(9) จังหวะ (Rhythm or Pattern) คือ การจัดวางองค์ประกอบศิลป์ด้วยการคำนึงถึงการวางตำแหน่งรูปร่าง รูปทรง สี เส้น น้ำหนัก ทิศทาง ระยะห่าง และช่องไฟ (Space) จนเกิดเป็นภาพต้นแบบ (Pattern) การจัดวางองค์ประกอบดังกล่าวเรียกว่าการวางจังหวะ (Rhythm) สามารถจัดวางได้ตามความคิดสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดความงามแตกต่างกัน

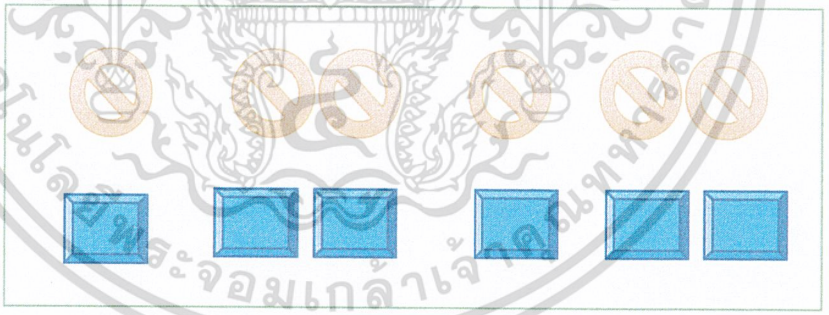
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(9.1) การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm) เป็นการจัดวางรูปหรือองค์ประกอบศิลป์ให้มีช่องไฟห่างเท่ากันหรือซ้ำกันทุกระยะไม่มีการเน้นขนาดให้แตกต่างกันออกไป ถ้าเป็นการใช้สีก็ใช้สีเดียวกันจะให้ความรู้สึกเรียบง่าย เป็นระเบียบ



ภาพที่ 2.35 การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

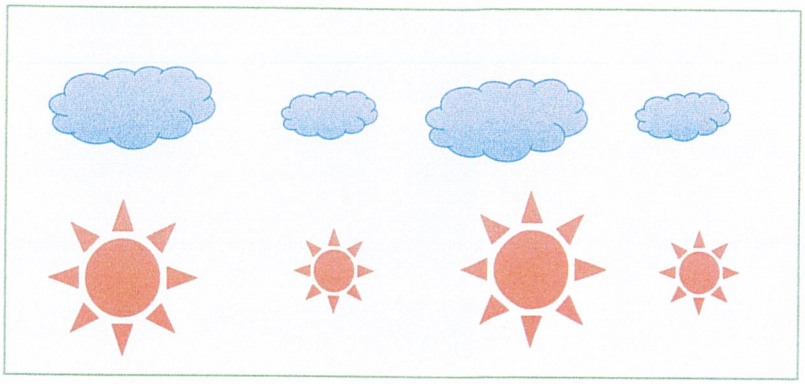
(9.2) การเว้นช่องไฟ (Space) เป็นการจัดวางรูปหรือองค์ประกอบที่มีการเว้นช่องไฟ 1 หรือ 2 ช่อง เพื่อไม่ให้การจัดวางซ้ำกันตลอด ทำให้เกิดจังหวะซ้อนกันขึ้น 2 จังหวะ จึงเกิดจังหวะที่ไม่เหมือนกันอย่างสมบูรณ์เหมือนการวางซ้ำ ทำให้เกิดความหลากหลายของจังหวะขึ้น ลักษณะนี้ก่อให้เกิดความรู้สึกสนุกขึ้น เนื่องมาจากมีการเปลี่ยนแปลงจังหวะการจัดวาง



ภาพที่ 2.36 การเว้นช่องไฟ (Space)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

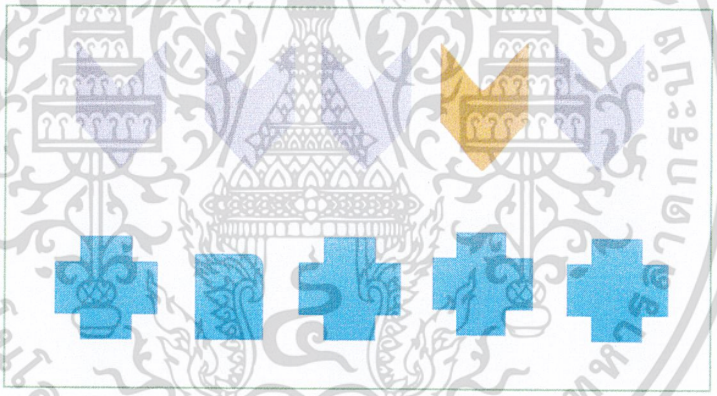
(9.3) การเพิ่มหรือลดขนาด (Enlargement or Reduction) เป็นการสร้างความแตกต่างของจังหวะด้วยการเพิ่มหรือลดขนาดรูปที่นำมาจัดเรียงกันก่อให้เกิดจังหวะภาพที่แตกต่างกันออกไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.37 การเพิ่มหรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

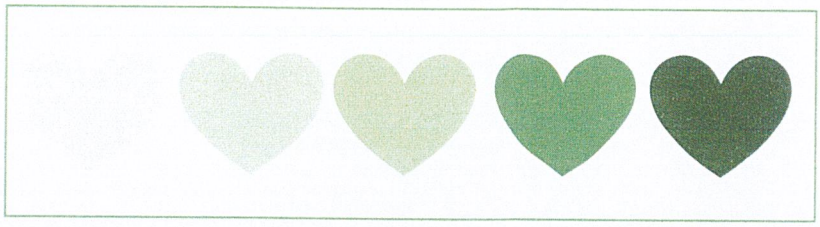
(9.4) การเน้น และการพัก (Stress and Relaxation) เป็นการออกแบบจังหวะ ด้วยการสร้างความแตกต่าง เช่น การเปลี่ยนทิศทาง การเปลี่ยนตำแหน่ง เปลี่ยนสี เปลี่ยนพื้นผิว เปลี่ยนรูป การพักหรือหยุดจังหวะด้วยการเว้นช่องไฟ การจัดลักษณะนี้ทำให้เกิดการนำสายตาสู่จุดเด่นที่เน้นหรือพัก



ภาพที่ 2.38 การเน้น และการพัก (Stress and Relaxation)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(9.5) จังหวะก้าวหน้า หรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm or Flowing Rhythm) เป็นการจัดวางจังหวะให้มีช่องไฟเท่ากันแต่เปลี่ยนขนาด ทิศทาง น้ำหนักสี พื้นผิวหรือความหนาบางเพื่อให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว เติบโตและการเปลี่ยนแปลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.39 จังหวะก้าวหน้า หรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm or Flowing Rhythm)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

(9.6) การสลับ (Alternative Rhythm) เป็นการจัดจังหวะ ตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไป จัดวางสลับและต่อเนื่องกันไป อาจจัดชุดใดชุดหนึ่งให้มีการเปลี่ยนแปลงจังหวะแบบก้าวหน้าด้วยการเปลี่ยนสีหรือพื้นผิว เพื่อสร้างความแตกต่างของจังหวะไม่ให้สลับซ้ำกันมากเกินไป

ภาพที่ 2.40 การสลับ (Alternative Rhythm)
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

2.8 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนใกล้เคียง

2.8.1 กรณีศึกษาการสร้างสินค้าที่ระลึกจากทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

จังหวัดน่านมีสาหร่ายน้ำจืดที่เรียกว่า“ ไก” ซึ่งพบในลำน้ำน่านชาวน่านส่วนใหญ่นำไกมาแปรรูปเป็นอาหารและจำหน่ายเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดน่าน (OTOP) ปัจจุบันมีกลุ่มแปรรูปอาหารจากสาหร่ายน้ำจืด คือ กลุ่มแปรรูปบ้านหนองบัว ซึ่งได้แปรรูปสาหร่ายน้ำจืดออกจำหน่ายในตรา“สายใยบัว” ที่มีการผลิต 2 แบบคือสาหร่ายเลิศรสและสาหร่ายแผ่นทรงเครื่องจากข้อมูลดังกล่าวผู้ออกแบบคือ (อาวิน อินทรังษี, 2558) จึงได้แนวคิดในการปรับภาพลักษณ์สินค้าที่ระลึกของท้องถิ่นให้ทันสมัยขึ้นโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กและเยาวชน

เนื่องจากไกเหมาะสำหรับรับประทานเป็นอาหารว่างและได้เปลี่ยนชื่อตราสินค้าจาก“สายใยบัว” เป็น“ ไก” ซึ่งสั้นกระชับและจดจำง่ายสื่อความหมายของวัตถุดิบซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นพร้อมทั้งสร้างตัวการ์ตูนไกให้มีความน่ารักดึงดูดใจเพื่อเป็นเครื่องมือในการนำเสนอสินค้าและมีตัวการ์ตูนรอง คือ ไก่และช้างซึ่งผู้ออกแบบได้ถอดแบบจากตุง (ธง) ของจังหวัดน่านและยังเสนอจุดเด่นและวิธีการรับประทานโดยใส่คำพูดเป็นภาษาคำเมืองบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์จังหวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.41 บรรจุภัณฑ์ “ไก”
ที่มา : อาวิน อินทรังษี, 2558

นอกจากนี้ผู้ออกแบบยังได้สร้างสรรค์กล่องหมากฝรั่งเปปเปอร์มินต์ ซึ่งเป็นการออกแบบเพื่อประชาสัมพันธ์งานจิตรกรรมฝาผนังวัดภูมินทร์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดน่านผ่านสินค้าที่ระลึก ที่มีราคาไม่แพงและมีขนาดเล็ก สามารถซื้อฝากได้จำนวนหลายชิ้นโดยผู้ออกแบบมีแนวคิดจากการผูกเรื่องราวระหว่างภาพของหนุ่มสาวชาวน่านที่กำลังสูบชี้โยกับสินค้าหมากฝรั่งที่มีรูปทรงคล้ายมวนบุหรี่มีการนำเสนอในรูปแบบที่ร่วมสมัยโดยการถอดภาพจิตรกรรมเป็นกราฟิกลายเส้นที่เรียบง่ายเพื่อแฝงความรู้เกี่ยวกับจิตรกรรมฝาผนังวัดภูมินทร์ลงไปในบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 2.42 กล่องใส่หมากฝรั่ง
ที่มา : อาวิน อินทรังษี, 2558

2.8.2 กรณีศึกษาการสร้างสินค้าที่ระลึกจากทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางลำปาง

เป็นหนึ่งในกลุ่มจังหวัดล้านนา ต้นกำเนิดแม่น้ำวังมีชื่อในตำนานภาษาบาลีว่า“เขลางค์นคร” สินค้าที่ระลึกที่มีชื่อเสียงของจังหวัดลำปาง คือ ชามตาไก่ รถม้าจำลอง ข้าวแต๋นน้ำแตงโม หมูหยอง กุนเชียง หมูแผ่นครกหิน กระดาษสา และผ้าทอเป็นต้น หลังจากที่ผู้ออกแบบได้รวบรวมข้อมูลที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปางแล้วผู้ออกแบบ คือ ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ จึงเริ่มจากการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์สินค้าที่ระลึกข้าวแต๋นน้ำแตงโม ที่เป็นของฝากยอดนิยมจากเดิมบรรจุภัณฑ์จะเป็นแบบถุงพลาสติกและกล่องทรงสูงที่เจาะช่องหน้าต่างเพื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน แนวคิดในการออกแบบมี 2 รูปแบบ โดยแบบแรกเป็นแบบกล่องเริ่มจากการนำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบมาวัดขนาดขึ้นแบบวาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลวดลายใส่รายละเอียดจากนั้นผู้ออกแบบจึงเปลี่ยนชื่อตราสินค้าใหม่เป็น“รัษฎา” ที่มาจากสะพานรัษฎาภิเศกแล้วนำมาประกอบกับรูปไก่ที่เป็นสัญลักษณ์ ของจังหวัดลำปาง

โดยผู้ออกแบบได้วาดและเขียนแบบตราสินค้าด้วยพู่กันทำให้ไม่แข็งกระด้างแล้วจัดวางลวดลายบนพื้นหลังสีจางๆประกอบกับลายดอกไม้ด้านล่างซึ่งลวดลายที่ใช้มาจากวัดพระธาตุลำปางหลวงและสิ่งประดับบนถนนแล้วจึงนำข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิมมาจัดวางใหม่ เพื่อลดความซับซ้อนของข้อมูลเดิม โดยบรรจุภัณฑ์กล่องใช้ระบบการพิมพ์ทั่วไปแบบสามสี คือ สีน้ำเงิน สีแดง และสีเขียว ลงบนกระดาษสีน้ำตาลพร้อมทั้งเจาะช่องหน้าต่างเป็นลายดอกไม้และร้อยเชือกตามสีบนบรรจุภัณฑ์

แบบที่สองเป็นแบบถุงพลาสติกผู้ออกแบบได้ทำที่จับด้วยกระดาษแข็งเย็บติดกับปากถุงและใช้ตรายางสีแดงและสีเขียวประทับลงไปบนสติ๊กเกอร์ทำเป็นฉลากติดลงไปบนถุงพลาสติกต่อมาผู้ออกแบบได้ออกแบบเสื้อยืดลำปางโดยใช้แผนภาพกราฟิก (infographic) กับการจัดวางตัวอักษร (typographic) โดยใช้ข้อความที่ดึงดูดใจใช้คู่สีเขียวกับสีแดงซึ่งเป็นสีหลักบนยามตาไก่สำหรับผลิตภัณฑ์เซรามิค ผู้ออกแบบใช้สีน้ำเงินและคู่สีเขียวกับสีแดง ซึ่งเป็นสีหลักบนชามตาไก่โดยนำลวดลายมาจากวัดปงสนุกใต้ วัดดำรงธรรม ลวดลาย บนชามตาไก่สถานีรถไฟ สิ่งประดับบนถนน และเสาไฟฟ้าริมแม่น้ำวัง

ภาพที่ 2.43 สินค้าที่ระลึกจากจังหวัดลำปาง
ที่มา : ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ, 2558

2.9 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบ

2.9.1 กระบวนการความคิดสร้างสรรค์กับนวัตกรรมสินค้าจากทุนวัฒนธรรม

การสร้างนวัตกรรมสินค้าจากวัฒนธรรมสามารถทำได้โดยการใช้ผสมผสานเรขศิลป์ (graphic design) เป็นส่วนหนึ่งของสินค้า เช่น ลวดลาย สีสันหรือตัวอักษรต่างๆ ทั้งนี้กราฟิกที่มีความชัดเจน สามารถสะท้อน
อัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ได้แต่ต้องเป็นกราฟิกที่เฉพาะเจาะจงของพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ หากใช้กราฟิกสำเร็จรูปอาจมีโอกาสซ้ำกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้

เรขศิลป์ คือ การนำจุด เส้น รูปทรง รูปร่าง ภาพประกอบ ตัวอักษรและสี มาจัดวางเพื่อสื่อความหมายให้ตรงตามวัตถุประสงค์สำหรับกราฟิกที่มีความเป็นไทยนั้นจะเห็นได้จากลายไทยและภาพเขียนตามวัดที่มีการลดทอนหรือคลี่คลายรูปทรงความเหมือนจริง เหลือเพียงรูปทรงที่พอมองออกและสื่อสารได้สำหรับการสร้างนวัตกรรมสินค้าจากวัฒนธรรมมีวิธีการ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การค้นคว้าข้อมูล เริ่มจากการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ภายในท้องถิ่นทั้งข้อมูลภาคสนามและข้อมูลจากเอกสารหนังสือต่างๆ แล้ววิเคราะห์และจัดระบบเพื่อให้ได้ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายและประเด็นที่กำหนดไว้ในขอบเขตการทำงานซึ่งแหล่งข้อมูลที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมหาได้จากสถานที่ต่างๆ ทั้งนี้ระหว่างการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ควรมีการจดบันทึกคัดลอกลวดลายหรือถ่ายภาพเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลเป็นต้น (ไพโรจน์ ธีระประภา, 2558) โดยแหล่งข้อมูลมีดังต่อไปนี้

1.1 วัด สถาปัตยกรรม จิตรกรรมฝาผนัง เครื่องประกอบศาสนา พิธีต่างๆ รวมทั้งศิลปะพื้นบ้านเมื่อครั้งมีเทศกาล เช่น ตุงบูชาหรือตุงประดับ

1.2 ตลาดแหล่งรวมชีวิตความหลากหลายที่สะท้อนความเป็นอยู่ เรื่องอาหารการกิน การแต่งกายข้าวของ เครื่องใช้ การจัดแผงขายวางสินค้าหรือป้ายสินค้า เป็นต้น

1.3 ตัวเมือง ได้แก่ อาคารที่ทำการของหน่วยงานต่างๆ อาคารบ้านเรือน ป้ายถนน หรือรถประจำทางของท้องถิ่น เป็นต้น

2. การถอดแบบภาพที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop ลบส่วนที่ไม่สำคัญออกที่ เรียกว่า การไดคัท (di-cut) เพื่อให้เหลือแต่ส่วนสำคัญของภาพถ่าย แล้วนำภาพมาปรับค่าสีความสว่างจากนั้นนำภาพที่ผ่านการตกแต่งเรียบร้อยแล้ว มาทำเป็นภาพลายเส้นกราฟิก โดยการวาดเป็นเส้นตามภาพถ่าย (draft) หรือใช้คำสั่ง image trace แล้วปรับรายละเอียดของเส้นในโปรแกรม Adobe Illustrator เพื่อให้ภาพถ่ายกลายเป็นกราฟิก

3. การออกแบบขั้นตอนแรกคือต้องเลือกสินค้าที่ระลึก เพื่อนำมาออกแบบแล้วค้นคว้าข้อมูลของสินค้าที่ระลึกนั้นเพื่อนำมากำหนดเป็นแนวคิด (concept) กำหนดคู่สี แบบตัวอักษรที่เหมาะสมแล้วนำมาจัดองค์ประกอบร่วมกับกราฟิกที่ได้ หลังจากนั้นจึงใส่รายละเอียดต่างๆ ของสินค้าที่ระลึกเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์สวยงามและน่าเชื่อถือ เช่น ส่วนประกอบสำคัญวิธีใช้วิธีรับประทาน วันผลิตและวันหมดอายุ สถานที่ ผลิตหรือเรื่องราวความเป็นมาของสถานที่ หรือสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

4. ทำต้นแบบ (Prototype) คือ การนำสินค้าที่ระลึกที่ได้ทำการออกแบบมาทดลองผลิตเพื่อทดสอบการใช้งานตรวจสอบข้อผิดพลาด สอบถามความพึงพอใจผู้ซื้อแล้วทำการปรับปรุงแก้ไขก่อนการผลิตเป็นสินค้าจริง

5. ผลิตสินค้าที่ระลึก เป็นการนำสินค้าที่ระลึกที่ได้ปรับปรุงแก้ไข มาทดสอบการใช้งานหรือข้อผิดพลาดตามความพึงพอใจผู้ซื้อ เข้าสู่กระบวนการทางอุตสาหกรรม

6. ผลิตหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์เป็นการเตรียมถุงกระดาษห่อกล่องหรือฉลาก เพื่อใช้บรรจุหรือตกแต่งเพื่อบอกรายละเอียดของสินค้าที่ระลึกจากท้องถิ่นโดย ควรออกแบบให้นำไปใช้ได้ง่าย มีราคาในการผลิตต่อหน่วยไม่สูงและสามารถผลิตได้มาก

2.9.2 วิธีการและแนวทางการออกแบบสินค้าจากทุนวัฒนธรรม

ในการผลิตสินค้าจากทุนวัฒนธรรม ควรหาแนวทางในการออกแบบเพื่อประยุกต์ใช้กับสินค้าที่ยังคงรักษาอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัดหรือแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้มาท่องเที่ยวสามารถจดจำสถานที่ได้โดยการออกแบบสินค้าจากทุนวัฒนธรรมสามารถทำได้ดังต่อไปนี้ (ศูนย์บันดาลไทย กระทรวงวัฒนธรรม, 2558)

1. ใช้ลวดลายจากศิลปะและวัฒนธรรมเข้าไปผสมผสานกับการออกแบบสินค้า

2. การปรับเปลี่ยนสีของสินค้าที่ระลึกแบบเดิมเป็นสีแบบไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การปรับเปลี่ยนจากการใช้วัสดุสำเร็จรูปที่มีขายทั่วไปมาเป็นวัสดุที่หาได้จากท้องถิ่นและใช้วิธีการผลิตด้วยมือ ในกระบวนการผลิตบางอย่างแทนการใช้อุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มเสน่ห์ของสินค้านั้นๆ และยังเพิ่มคุณค่าของงาน

4. ใช้วิธีการเชื่อมโยงสิ่งที่มีลักษณะคล้ายกันมาประยุกต์หรือดัดแปลงสินค้าที่ระลึก เช่น การนำสิ่งที่รูปร่างรูปทรง ตำแหน่ง การใช้งานการเคลื่อนไหว ความหมายและคุณสมบัติที่คล้ายกันมาเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างเป็นสินค้าแบบใหม่

5. นำกราฟิกที่ได้มา จัดวางแบบดั้งเดิมเป็นลวดลายที่มีการจัดวางเป็นแบบแผน (Pattern) เพื่อง่ายต่อการนำไปใช้งาน และสามารถนำไปใช้กับสินค้าอื่นๆได้

6. การเลียนแบบ หรือทดแทนวัสดุของไทย เช่น การนำลวดลายพื้นผิวของตะกร้าจักสานมาพิมพ์เป็นลวดลายบนกระเป๋า หรือ การนำเข่งปลาทูมาประยุกต์ใช้เป็นลวดลายของหมอนเป็นต้น

7. การปรับเปลี่ยนหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์จากเดิมให้ดูน่าสนใจและมีคุณค่ามากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้า

8. การเปลี่ยนความคิด เช่น ในพื้นที่ของสถานที่นั้นๆ อาจมีชื่อเสียงเรื่องการมวนยาสูบ แต่ปัจจุบันการมวนยาสูบนั้นไม่ได้รับความนิยม และอาจไม่เหมาะสมที่จะส่งเสริมให้คนสูบยาจึงต้องปรับเปลี่ยนความคิดมาใช้หมากฝรั่งแท่งที่มีการห่อด้วยกระดาษสีขาว

9. การดัดแปลงรูปแบบการใช้งาน และดัดแปลงความหมายของสินค้าบางอย่างให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวบางคนอาจไม่นิยมแขวนวัตถุบูชา แต่อาจชื่นชอบหรือศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นมงคลของสถานที่ จึงอาจมีการดัดแปลงรูปแบบจากวัตถุบูชาเป็นกำไล แหวน หรือเครื่องประดับต่างๆ ที่เป็นที่นิยม

10. การใช้ตัวแทนของสถานที่ที่เรียกกันว่ามาสคอต (mascot) หรือตัวการ์ตูนเนื่องจากมาสคอตทำหน้าที่เสมือนทูตประจำท้องถิ่น และยังสร้างความน่าสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถจดจำแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ เนื้อหาใน

2.10 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจิตวิทยาสี และเทรนด์สี

2.10.1 สีกับอิทธิพลของสิ่งที่มีต่อมนุษย์

1. สีแดง เป็นสีที่มีความยาวของคลื่นแสงยาวมากที่สุดในบรรดาคลื่นแสงที่นัยน์ตาของคนสามารถมองเห็นได้แต่เป็นสีที่กระตุ้นอารมณ์ผู้มองได้เร็วที่สุดกว่าสีใดๆจะเป็นสีหลักในวัฒนธรรมโบราณ เช่น จีน ญี่ปุ่น อินเดีย ย้อมหลังไปถึง 5,000 ปี ตามที่ได้มีการบันทึกไว้ในด้านบวก สีแดงกระตุ้นความเข้มแข็ง ความสนุกสนาน ความสุข ความกระปรี้กระเปร่า เป็นต้น ในด้านลบการสั่นสะเทือนของสีแดงนำมาซึ่งความกลัวกลัว ความทะเยอทะยานและความโกรธ ไฟและอันตราย

2. สีดำ มีความเชื่อว่าสีดำไม่มีสีแต่มันเกิดจากการไม่มีแสง หรือมีการดูดซับแสงอย่างสมบูรณ์ที่สุดมากกว่า ตรงกนข้ามกับสีขาวซึ่งเกิดจากการผสานกันของสีในแสงอย่างสมดุลในวัฒนธรรมกรีดโบราณสีดำเป็นสัญลักษณ์แห่งชีวิต ในระหว่าง คริสศตวรรษที่ 16 ใช้สีดำแทนความทุกข์โศกซึ่งยังคงอยู่นานจนถึงปัจจุบันนี้ สีดำเป็นความหมายบ่งบอกถึงความชั่วร้าย ความเก่าและความเงียบ ความเจ้าเล่ห์ การอยู่ท่ามกลางสีดำมากเกินไปทำให้เสียสุขภาพ เพราะสีดำจะดูดซับพลังงานความกระปรี้กระเปร่าเหลือไว้เพียงความเมื่อยล้าทั้งร่างกายและจิตใจ การไม่สวมใส่เสื้อผ้าสีดำในฤดูร้อนจะทำให้รู้สึกสายมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สีขาว แสงสีขาวเป็นผลรวมของการสะท้อนสีของแสงสว่างทุกสีสู่นัยน์ตาของมนุษย์ โดยรวมแล้วสีขาวเป็นสัญลักษณ์ของความบริสุทธิ์ไร้เดียงสา โชคชะตา สันติภาพและการยอมจำนง ทางศาสนาถือวาสีขาวคือ ความบริสุทธิ์ในยุคโบราณสีขาวได้ใช้เป็นชุดไว้ทุกข์และใช้เป็นผ้าพันศพ เช่น ในสมัยอียิปต์ ปัจจุบันสีขาวยังคงเป็นสีของความสะอาด เช่น ชุดเครื่องแต่งกายพยาบาล แม่ชี หรือบุคคลที่กำลังก้าวสู่การบวชพระและกำลังปฏิบัติธรรม กุหลาบขาวใช้เป็นสัญลักษณ์ของความรัก อันบริสุทธิ์และการใช้ตกแต่งบ้านเรือนเพื่อให้เกิดความรู้สึกสะอาดตา แสงสีขาวจึงนำมาใช้เพื่อแทน ความเป็นสัจธรรมอันยิ่งใหญ่

4. สีเหลือง เป็นสีที่มีความหมายสำคัญมากมาตั้งแต่อดีตกาลโดยเฉพาะในหมู่บ้านอียิปต์และ กรีก ทวีปเอเชียใช้เป็นสัญลักษณ์ของอำนาจโดยเฉพาะประเทศจีน จักรพรรดิจีนเป็นผู้ทรงราชสิทธิ์ใน การฉลองพระองค์ชุดสีเหลืองในงานพระราชพิธี สามัญชนอื่นใดไม่สามารถใช้เครื่องแต่งกายสีเหลือง ได้ สีเหลืองทองเป็นสัญลักษณ์ของดวงอาทิตย์แสดงถึงอานุภาพ ในด้านบวกสีเหลือง หมายถึง ความ ฉลาด ความร่าเริงและความอบอุ่น เป็นตัวแทนของความสมบูรณ์ของวิญญาณ ความสงบสุขและการ พักผ่อน ความยินดีปรีดา ในทางบวกที่สุดสีเหลืองทองเป็นสีของจิต วิญญาณในส่วนลึกนำมาซึ่งความ เมตตากรุณาและความสร้างสรรค์ แต่ในทางลบอาจหมายถึงอุบายหลอกลวง ความขี้ขลาดและความ ริษยาถ้าเป็นสีเหลืองหม่นจะแสดงออกถึงความอกตัญญู ทรยศลวงตา ความอคติและการทำลายล้าง

5. สีน้ำเงิน เป็นสีที่หายากที่สุดในธรรมชาติจะมีสีของท้องฟ้าซึ่งใกล้เคียงกับสีน้ำเงินเท่านั้น สีของท้องฟ้าเป็นสัญลักษณ์ของพระผู้เป็นเจ้าหรือสวรรค์ สีน้ำเงินซัฟไพร์เป็นสีของสัจจะและความ ซื่อสัตย์จงรักภักดี เป็นสีของความสุข ความหวังความจริง เกียรติยศ ความสงบและความห่างเหิน สีน้ำ เงินเป็นสีเงียบสงบ สุขุมรอบคอบ ใคร่ครวญ ถ้าใช้มากเกินไปสามารถก่อให้เกิดการเก็บกด นำ ความรู้สึกเศร้ามาสู่คนที่มีสุขภาพสมบูรณ์ได้

6. สีเขียว เป็นสีที่พบเห็นได้เห็นทั่วไปในธรรมชาติ เช่น ต้นไม้ ใบหญ้า ตั้งแต่สีเขียวอ่อนของ ใบหญ้าแรกผลิไปจนถึงสีเขียวเข้มของป่าไม้เป็นสีที่ได้รับความเคารพจากหมู่ชาวมุสลิมสีเขียวช่วย ปลอมประโลม บำบัดรักษาคนที่รู้สึกอ่อนล้าทั้งร่างกายและจิตใจได้ผ่อนคลาย สีเขียวใบไม้ผลิ หมายถึง ชีวิตใหม่ การเกิดใหม่ ความปริติยินดีและความเบิกบานใจ

7. สีม่วง เป็นสีที่มีคลื่นแสงสั้นที่สุดในบรรดาสีแสงที่นัยน์ตาของมนุษย์มองเห็นได้ สีม่วงเป็น สัญลักษณ์ของพระราชอำนาจของกษัตริย์เป็นสีแห่งเกียรติยศ สีม่วงสดสีม่วงมะเขือและสีม่วงอื่นๆ มัก ใช้กับห้องที่ดูภูมิฐานหรือดูเป็นผู้ดี และเป็นสีที่ชอบสร้างสรรค์งานศิลปะ สมัยโบราณใช้สีม่วงในเรื่องที่ เกี่ยวกบวิญญาณความลึกลับ ความน่าอาย ความสำนึกผิด เป็นสีของคนทุกข์ยาก

8. สีเทา เป็นสีที่ไม่แจ่มใสนักใช้เป็นสีเสื้อผ้า เป็นสีอุ่นหรือสีเย็นก็ได้แต่ส่วนใหญ่จะใช้เป็นสี เย็น สีเทาอยู่ระหว่าง สีดำกับสีขาวมันจึงเป็นสีกลางที่สังคมยอมรับมากที่สุดมักใช้เป็นพื้นหลังของ ภาพในผลงานจิตรกรรม

9. สีน้ำตาล เป็นสีที่ทำให้คนคิดถึง ฤดูใบไม้ร่วง ฤดูเก็บเกี่ยว ซากปรักหักพังและความเสื่อม สลาย ในแง่บวกมากที่สุด สีน้ำตาลแทนความอุดมสมบูรณ์ความแข็งแกร่งของไม้ยืนต้นเพราะเป็นสี หนักและเข้ม สีน้ำตาลเหมาะสมการเป็นฉากหลังของสวยงามได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น หม้อไหหรือ รูปสลักช่วยเน้นย้ำความสวยงามของสีอื่นๆ เมื่อนำไปใช้เป็นสีของกรอบหรือการขลิบสี แสดงการเสื่อม สลายผุพังและการตายของธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.10.2 การใช้สีเพื่อการออกแบบ

1. การจัดสีสีเดียวให้เป็นกลุ่ม คือ การเลือกใช้สีเดียวในวงจร กลุ่มของการจัดชุดสีนี้จะได้สีสวยเรียบๆและงามสง่า โดยใช้ความอ่อนแก่ของสี ทั้งนี้อยู่ที่ผู้ออกแบบที่มีความชำนาญก็จะทำได้สวยงาม

2. จัด 2 สีหรือ 3 สีเรียงกัน โดยเลือกสีที่ใกล้กันในวงจรสีในการนำมาใช้ควรจะใช้สีใดสีหนึ่งที่เป็นสีสดใส ส่วนอีก 2 สี ลดความสดใสลงวิธีนี้ค่อนข้างเป็นที่นิยมใช้

3. สีตรงกันข้าม เป็นการใช้คู่สีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรสี การเลือกใช้สีชุดนี้ทำได้ยากกว่าใช้สีในกลุ่มเดียวกัน เช่น เลือกสีเหลือง ซึ่งมีสีม่วงเป็นสีตรงกันข้าม ถ้าใช้สีเหลืองและสีม่วงที่มีความสดใสในเนื้อสีที่เท่าๆ กันจะทำให้แข่งกัน จึงจำเป็นต้องนำสีใดสีหนึ่งมาลด value หรือใช้สีขาวหรือสีดำคั่นกลางระหว่างทั้งสองนี้

4. สี ตรงกันข้าม 2 ชุด การใช้สี คู่ตรงกันข้ามในวงจรสี 2 คู่เพื่อให้ได้งานออกแบบที่สวยงามจะต้องพิจารณาถึงขนาด เนื้อที่และการลดคุณค่าสีบางสีคงบ้าง บางสิ่งความสดใสไว้ก่อนก็จะได้ชุดสีสวยๆ เพิ่มขึ้นมาอีกหลายสี

5. สี ใกล้เคียงกับสี ตรงกันข้าม การเลือกสี ใดสีหนึ่งในวงจรสี แล้วนำสี ที่ใกล้เคียง 2 ข้างของสีตรงกันข้ามรวมเป็น 3 สี เลือกสีเหลืองซึ่งมีสีม่วงเป็นสีตรงกันข้ามแต่ไม่นำสีม่วงมาใช้ นำเอาสีม่วงน้ำเงินหรือม่วงแดงข้างเคียงของสีตรงข้ามมาใช้

6. สีที่อยู่ในรูปสามเหลี่ยมด้านเท่า การเลือกสี 3 สีของรูปสามเหลี่ยมด้านเท่าในวงจรสี เช่น เลือกสีเหลือง สีน้ำเงินและสีแดง การลดคุณค่าหรือคงไว้ซึ่งความสดใสจะต้องสัมพันธ์กันจึงจะเหมาะสม สวยงาม

7. ในการออกแบบใดๆ ไม่ควรใช้สีหลายสีมากเกินไป เพราะจะทำให้เกิดการแข่งขันเป็นการทำลายจุดสนใจ

8. การใช้สีดำกับสีอื่นๆ บางครั้งก็ต้องระวัง เนื่องจากบางครั้งจะเปลี่ยนสีนั้นไปจากที่คาดหมายไว้ เช่น เอาสีดำมาผสมกับสีเหลืองแทนที่จะได้สีเหลืองหม่น อาจจะได้สีเขียวเน่าๆออกมาแทน

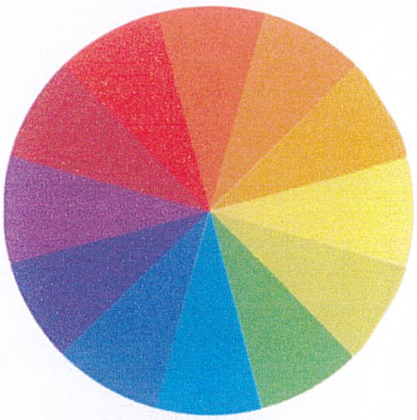
9. การใช้สีอ่อนบนพื้นสีเข้มจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของสี คือ สีอ่อนจะดูสว่างขึ้นในขณะที่สีเข้มก็จะดูยิ่งดูเข้มขึ้น เนื่องจากเป็น Contrast in Value

10. การใช้สีตัดกัน 2 สี มาวางติดๆกัน เช่น แถบสีน้ำเงินบนพื้นสีแดงจะทำให้เกิด Color Effect คือ สีน้ำเงินจะดูออกเขียวและขณะเดียวกันสีแดงก็จะดูออกสีส้ม

2.10.3 วงจรสีและการใช้สี

การใช้สีเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบ เป็นสิ่งสำคัญมากเพราะสิ่งแรกที่จะปะทะกับผู้พบเห็นคือสี และสีแต่ละสียังให้ความรู้สึกเด่นชัดสร้างการจดจำ การใช้สีจึงเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.44 วงจรสี
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

1.วงจรสี

แม่สี คือ สีที่นำมาผสมกันแล้วทำให้เกิดสีใหม่ ที่มีลักษณะแตกต่างไปจากสีเดิม แม่สี มีอยู่ 2 ชนิด

1.1 แม่สีของแสง เกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึม มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน อยู่ในรูปของแสงรังสี ซึ่งเป็นพลังงาน ชนิดเดียวที่มีสี คุณสมบัติของแสงสามารถนำมาใช้ในการถ่ายภาพ ภาพโทรทัศน์ การจัดแสงสี ในการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น

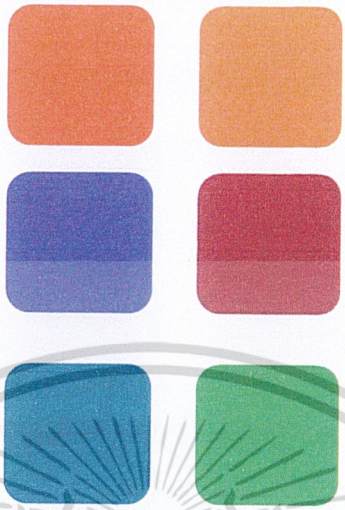
1.2 แม่สีวัตถุธาตุ เป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติ และจากการสังเคราะห์โดยกระบวน ทางเคมี มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน แม่สีวัตถุธาตุเป็นแม่สีที่นำมาใช้ งานกันอย่างกว้างขวางในวงการศิลปะ วงการอุตสาหกรรม ฯลฯ แม่สีวัตถุธาตุ เมื่อนำมาผสมกันตามหลักเกณฑ์ จะทำให้เกิดวงจรสี ซึ่งเป็นวงสี ธรรมชาติ เกิดจากการผสมกันของแม่สีวัตถุธาตุ เป็นสีหลักที่ใช้งานกันทั่วไป ในวงจรสี จะแสดงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 2.45 สีขั้นที่ 1 แม่สี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

ภาพที่ 2.46 สีขั้นที่ 2
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

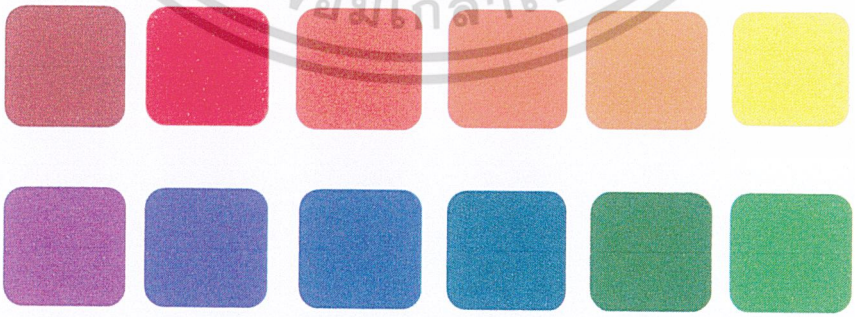
สีขั้นที่ 2 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 หรือแม่สีผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากัน จะทำให้เกิดสีใหม่ 3 สี ได้แก่ สีแดง ผสมกับสีเหลือง ได้สี ส้ม สีแดง ผสมกับสีน้ำเงิน ได้สีม่วง สีเหลือง ผสมกับสีน้ำเงิน ได้สีเขียว



ภาพที่ 2.47 สีขั้นที่ 3
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

สีขั้นที่ 3 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 ผสมกับสีขั้นที่ 2 ในอัตราส่วนที่เท่ากันจะได้สีอื่น ๆ อีก 6 สี คือ สีแดง ผสมกับสีส้ม ได้สี ส้มแดง สีแดง ผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงแดง สีเหลือง ผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวเหลือง สีน้ำเงิน ผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวน้ำเงิน สีน้ำเงิน ผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงน้ำเงิน สีเหลือง ผสมกับสีส้ม ได้สีส้มเหลือง

วรรณะของสี คือสีที่ให้ความรู้สึกร้อน-เย็น ในวงจรสีจะมีสีร้อน 7 สี และ สีเย็น 7 สี ซึ่งแบ่งที่ สีม่วงกับสีเหลือง ซึ่งเป็นได้ทั้งสองวรรณะ สีตรงข้าม หรือสีตัดกัน หรือสีคู่ปฏิปักษ์ เป็นสีที่มีค่าความเข้มของสี ตัดกันอย่าง รุนแรง ในทางปฏิบัติไม่นิยมนำมาใช้ร่วมกัน เพราะจะทำให้แต่ละสีไม่สดใส เท่าที่ควร การนำสีตรงข้ามกันมาใช้ร่วมกัน อาจกระทำได้ดังนี้



ภาพที่ 2.48 วรรณะของสี
ที่มา : www.satriwit3.ac.th. 2018

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. มีพื้นที่ของสีหนึ่งมาก อีกสีหนึ่งน้อย
2. ผสมสีอื่นๆ ลงไปในสีใดสีหนึ่ง หรือทั้งสองสี
3. ผสมสีตรงข้ามลงไปในสีทั้งสองสี

สีกลาง คือ สีที่เข้าได้กับสีทุกสี สีกลางในวงจรสี มี 2 สี คือ สีน้ำตาล กับ สีเทา สีน้ำตาล เกิดจากสีตรงข้ามกันในวงจรสีผสมกัน ในอัตราส่วนที่เท่ากัน สีน้ำตาลมี คุณสมบัติสำคัญ คือ ใช้ผสมกับสีอื่นแล้วจะทำให้สีนั้น ๆ เข้มขึ้นโดยไม่เปลี่ยน แปลงค่าสี ถ้าผสมมาก ๆ เข้าก็จะกลายเป็นสีน้ำตาล

สีเทา เกิดจากสีทุกสี ๆ สีในวงจรสีผสมกัน ในอัตราส่วนเท่ากัน สีเทา มีคุณสมบัติ ที่สำคัญ คือ ใช้ผสมกับสีอื่น ๆ แล้วจะทำให้ มืด หม่น ใช้ในส่วนที่เป็นเงา ซึ่งมีน้ำหนัก อ่อนแก่ในระดับต่าง ๆ ถ้าผสมมาก ๆ เข้าจะกลายเป็นสีเทา

2.11 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค

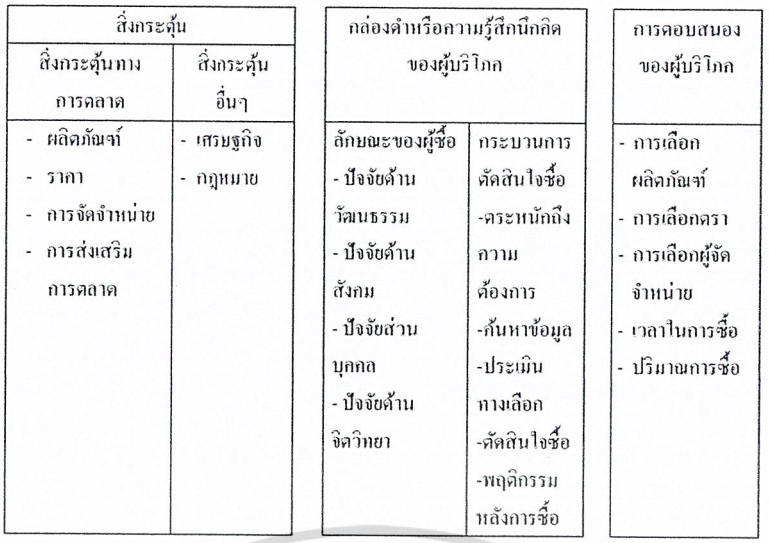
2.11.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (254: 72) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการการตัดสินใจในการซื้อการใช้และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล

Egel and Paul (1992: 86) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ หมายถึง กระบวนการตัด สินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลในการประเมิน การจัดหาการใช้และการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

Loudon and Albert (1993: 56) กล่าวถึง พฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า หมายถึง ตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลทา การประเมิน แสวงหา และครอบครองการใช้หรือบริโภคสินค้าและบริการจากแนวคิดต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการตัดสินใจ การแสวงหาครอบครอบการซื้อการใช้การประเมินผลการใช้และการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบุคคลโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคทฤษฎี S – R ศริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2534: 36) ได้สรุปเกี่ยวกับ S-R Theory ไว้ในหนังสือกลยุทธ์การตลาดว่าทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับการที่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.49 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2534: 85

2.11.2 สิ่งกระตุ้น

สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้น ภายนอก ประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ, 2534: 86)

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) และสิ่งกระตุ้น ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2. สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimuli) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ จะเป็นสิ่งกระตุ้นภายนอกองค์กร นักการตลาดไม่สามารถควบคุมได้สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นด้านการเมือง สิ่งกระตุ้นด้านวัฒนธรรม และอื่นๆ

2.8.3 กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ

ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามรู้ความนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการ ตัดสินของผู้ซื้อ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ, 2534: 87)

1. ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อมีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้ายวรรณกรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้ายจิตวิทยา

2. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer Decision Process) โดยผู้บริโภคจะเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อโดยทำการเปรียบเทียบระหว่าง การกระตุ้นทางการตลาดว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่และถ้ามีการซื้อเกิดขึ้นจะมีพฤติกรรมอย่างไรในการตอบสนองซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) เช่น การใช้อินเตอร์เน็ตแบบรายเดือน

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) เช่น การเลือกผู้บริการอินเทอร์เน็ต

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) เช่น เลือกจากห้างสรรพสินค้าใดๆ หรือร้านหนังสือ

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Choice) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกซื้อเมื่อหมดอายุการใช้งาน หรือเมื่อมีโปรโมชั่นพิเศษ

3.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase Amount) เช่น ตัวอย่างผู้บริโภคจะเลือกว่าจะซื้อจำนวน เท่าไหร่เพื่อให้เกิดความเหมาะสม

2.11.4 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งจะทำ ให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค นักการตลาดก็สามารถจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดเหมาะสมได้เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้สิ่งที่ผู้ขายและนักการตลาดต้องค้นหา คือ ว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้างโดยลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลกลุ่มไว้ด้วยกันบุคคลจะเรียนรู้วัฒนธรรมของเขาภายใต้กระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคลวัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือขนบธรรมเนียมประเพณีและชนชั้นของสังคม

2. วัฒนธรรมพื้นฐาน (Cultural) เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมการซื้อของบุคคลเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้า เช่น การซื้ออินเตอร์เน็ตแบบแพ็คเกจเป็นต้น

3. วัฒนธรรมกลุ่มย่อย หรือขนบธรรมเนียมประเพณี (Subculture) วัฒนธรรมกลุ่มย่อย มีรากฐานมาจากเชื้อชาติศาสนา สีผิว พื้นฐานทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละกลุ่มทีมีวัฒนธรรมย่อยต่างกัน จะมีพฤติกรรมการซื้อและการบริโภคสินค้าแตกต่างกัน และในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

4. ชนชั้นของสังคม (Social Class) การจัดลำดับบุคคลในสังคมเอกเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน จากระดับสูงไประดับต่ำ สิ่งที่นำมาใช้ แบ่งชนชั้นของสังคม คือ อาชีพ ฐานะ รายได้ ตระกูลหรือชาติกำเนิด เป็นต้น การศึกษาชั้นของสังคมที่จะเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาดและกำหนด ตลาดเป้าหมายกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และศึกษาความต้องการให้ถูกต้อง

5. ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อการซื้อลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิงครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

6. กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยม ของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

6.1 กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ ครอบครัวเพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

6..2 กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำ ในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบัน

กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่ม ทางด้านการเลือกพฤติกรรมการดำเนินชีวิตรวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคลเนื่องจากบุคคลต้องการเป็นที่ยอมรับของกลุ่มจึงต้องปฏิบัติตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และยอมรับความคิดเห็นต่าง ๆ จากกลุ่มอิทธิพล ดังนั้น สิ่งที่นักการตลาดควรทราบคือกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร

ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวนับว่ามีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคลมากที่สุด ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัวกลุ่มอ้างอิง ฯลฯ บุคคลมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัวอาชีพ โอกาส เศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิตบุคลิกภาพและแนวความคิดส่วนบุคคล อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะทำให้มีความต้องการผลิตภัณฑ์แตกต่างกันการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วยต่ำกว่า 6, 6-11, 12-19, 20-34, 35-49 และ50-64 ปีขึ้นไป

ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัวการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนจะมีอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคล ทำ ให้เกิดพฤติกรรมซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนที่มีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน ดังนี้

ขั้นที่ 1 เป็นโสด และอยู่ในวัยหนุ่มสาว มักจะซื้อสินค้าให้ความสะดวกสบาย

ขั้นที่ 2 คู่สมรสใหม่และยังไม่มีบุตร มักจะซื้อสินค้าถาวรเช่น รถยนต์

ขั้นที่ 3 ครอบครัวที่มีบุตรคนเล็กอายุต่ำ กว่าหกขวบ มักจะซื้อสินค้าถาวรในบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์

ขั้นที่ 4 ครอบครัวที่มีบุตรคนเล็กอายุมากกว่าหกขวบ มีฐานะการเงินดีขึ้น ภรรยาอาจจะทำงานด้วยเพราะบุตรเข้าโรงเรียนแล้วสินค้าที่บริโภคเช่น อาหาร เสื้อผ้า เป็นต้น

ขั้นที่ 5 ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมากมีบุตรโตแล้ว แต่ยังไม่แต่งงาน มีฐานะการเงินดี มักจะซื้อสินค้าและเฟอร์นิเจอร์มาแทนของเก่าผลิตภัณฑ์ที่บริโภคอาจเป็นรถยนต์

ขั้นที่ 6 ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมากมีบุตรแยกครอบครัวแล้ว และยังทำงานอยู่มีฐานะทางการเงินดีชอบเดินทางพักผ่อน

ขั้นที่ 7 ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมากมีบุตรแยกครอบครัวแล้ว และออกจากงาน แล้วกลุ่มนี้รายได้ลดลงและมักอาศัยอยู่ตาในบ้าน ผลิตภัณฑ์ที่บริโภคเช่น ยารักษาโรค

ขั้นที่ 8 คนที่อยู่คนเดียวเนื่องจากฝ่ายหนึ่งตายหรืออย่าขาดจากกัน และออกจากงานแล้ว ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่ารักษาพยาบาล

อาชีพ (Occupation) บุคคลแต่ละอาชีพมีความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการต้องการแต่สินค้าที่จำเป็น และคงทน

โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลต่างกันจะทำให้ต้องตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างกันโอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้การออมสินทรัพย์อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดจึงต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคลโดยมีการนำรายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดและกำหนดเป้าหมาย

การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) แบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรมขั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล นักการตลาดเชื่อว่ารูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์

บุคลิกลักษณะ (Personality) บุคลิกลักษณะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อบุคลิกลักษณะหมายถึง ทัศนคติและนิสัยของบุคคลแต่ละคนจะมีนิสัยและทัศนคติที่แตกต่างกัน

ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางจิตวิทยา 4 อย่างคือ การจูงใจ ความเข้าใจ การรับรู้ ความเชื่อและทัศนคติการจูงใจ (Motivation) เป็นวิธีหนึ่งที่จะชักนำพฤติกรรมของบุคคลให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ พฤติกรรมมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือสิ่งกระตุ้นซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการโดยอาศัยสิ่งจูงใจหรือสิ่งกระตุ้น ทางการตลาดการที่นักการตลาดจะจัดสิ่งกระตุ้น ได้นั้นจะต้องเข้าใจถึงความต้องการของมนุษย์นักจิตวิทยาได้เสนอทฤษฎีการจูงใจที่เป็นที่รู้จักกันกว้างขวางมากทฤษฎีหนึ่งคือ ทฤษฎีลำดับขั้นตอน ความต้องการของมาสโลว์ทฤษฎีของมาสโลว์ ยึดถือข้อสมมติฐาน 4 ประการ ดังนี้

1. มนุษย์ทุกคนมีรูปแบบการรับแรงจูงใจคล้ายคลึงกันโดยผ่านมาจากแหล่งกำเนิด ภายในร่างกายและจากการปฏิกิริยาสัมพันธ์ทางสังคม

2. แรงจูงใจบางอย่างมีความจา เป็นขั้นพื้นฐาน และสำคัญมากกว่า แรงจูงใจอื่น

3.แรงจูงใจที่มีความจำเป็นขั้นพื้นฐานมากว่าจำเป็นต้องได้รับการตอบสนองให้ได้รับความพอใจก่อนจนถึงระดับเป็นแรงจูงใจน้อยที่สุดที่แรงจูงใจด้านอื่นจะได้รับแรงกระตุ้น

4. เมื่อแรงจูงใจขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองจนได้รับความพอใจแล้ว แรงจูงใจขั้นที่สูงกว่าก็จะเกิดขึ้นเข้ามาแทนที่

2.12 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

โอลิเวอร์ (Oliver, 1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือการตอบสนองที่แสดงถึงความรู้ปะสงค์ของลูกค้าเป็นวิจารณญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่แตกต่างกันแล้วแต่มุมมองของแต่ละคน

โวลแมน (Wolman, 1973) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

เคลิร์ก (Quirk, 1987) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้ที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ

ฮอร์นบี้ (Hornby, 2000) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จหรือไต้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

วิรุฬ พรรณเทวี (2542, หน้า 111) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งอย่างไรถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530, หน้า 42 อ้างถึงใน ปราการ กองแก้ว, 2546, หน้า 17) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหลังการให้บริการของหน่วยงานของรัฐของเขาว่า ระดับผลที่ได้จากการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.13.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้ง หลังจากได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่องการสร้างแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรีแบบมาตรฐานแล้ว กลุ่มได้นำผ้าปักม้งมาตกแต่งเสื้อได้เสื้อที่มีรูปทรงสวยงามเข้ากับรูปร่างผู้สวมใส่ ลวดลายและการใส่สี บนผ้าปักมีการออกแบบที่ทันสมัยเพิ่มความสวยงามให้กับเสื้อ

2.13.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้ง หลังจากได้รับการฝึกอบรมด้านการปฏิบัติการ เรื่องการอัดกลีบกระโปรงม้ง โดยใช้น้ำยาอัดกลีบเป็นตัวช่วย แล้วรีดด้วยเตารีดไอน้ำเป็นการพัฒนากระโปรงม้งที่ใช้วิธีอัดกลีบแบบดังเดิมโดยการเนามาเพิ่มคุณค่าให้กลีบกระโปรงม้งอยู่คงทนไม่คล้ายตัวง่ายเหมือนกระโปรงม้งแบบดังเดิม

2.13.5 กิตติ พิมเสน, 2547 ได้ศึกษาการผลิตผ้าปักของชาวจังหวัดปัตตานี โดยมุ่งศึกษาในประเด็นองค์ประกอบของการผลิตผ้าปัก ประเภทและรูปแบบ ลวดลาย และขั้นตอนการผลิตผ้าปัก และผลกระทบจากการผลิตผ้าปักในการศึกษาของผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมเอกสาร ข้อมูลภาคสนามโดยวิธีการสังเกตและสัมภาษณ์ และเสนอผลการศึกษาค้นคว้าโดยวิธีบรรณาวิเคราะห์ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้ องค์ประกอบการผลิตผ้าปัก ผลการศึกษาปรากฏว่า องค์ประกอบการผลิตผ้าปักประกอบด้วย ผ้า ด้าย ดิ้น ลูกปัด เพชร จักรอุตสาหกรรม สะดึง กรรไกร เข็ม หัวแร้ง สายวัด ไม้ บรรทัด เตารีด กระดาษลอกลาย ดินสอ กระดาษคาร์บอน เงินทุน แรงงาน การจัดการ เศรษฐกิจ ความจำเป็นทางประโยชน์ รสนิยม คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นประเภทรูปแบบ ลวดลาย และขั้นตอนการผลิตผ้าปัก จำแนกได้ 3 ประเภท คือ ประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ได้แก่ เสื้อผ้าผู้ใหญ่ เสื้อผ้าเด็ก ผ้าคลุมผมสตรี ผ้าละมาดหมวกกะปิ และหมวกคลุมผมสตรี ประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในบ้าน ได้แก่ปลอกหมอน ผ้ารองแก้ว ผ้ารองจาน ผ้าปูโต๊ะ ผ้าปูที่นอน และที่ใส่กระดาษทิชชู ประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้แก่ผ้ากรอบรูป ผ้าห่อของที่ระลึก และผ้าเช็ดหน้า ลวดลายผ้าปักจำแนกได้ 4 ประเภท คือลวดลายธรรมชาติ ได้แก่ ลวดลายดอกไม้ ลวดลายเถาวัลย์ ลวดลายคลื่น ลวดลายสาหร่าย และลวดลายปะการัง ลวดลายธรรมชาติดัดแปลง ได้แก่ ลวดลายดอกไม้เป็นช่อ ลวดลายดอกไม้เป็นคลื่น ลวดลายเรขาคณิต ได้แก่ลวดลายเรขาคณิตรูปทรงต่างๆหลากหลายขนาด และลวดลายเรขาคณิตดัดแปลง ได้แก่ ลวดลายสามเหลี่ยมและสี่เหลี่ยม ขั้นตอนการผลิตผ้าปัก จำแนกได้ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการเตรียมวัสดุ ขั้นตอนการผลิตผ้าปัก และขั้นตอนการตกแต่งและเก็บรวบรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ผู้วิจัยได้ รวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิที่มีความเกี่ยวข้องและสนับสนุนงานวิจัยนี้เพื่อให้สอดคล้องต่อวัตถุประสงค์โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย
3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง สำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบลวดลาย ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และแนวการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ

ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่ประจำสถานที่เกี่ยวข้องและมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมมอญ อันเป็นศิลปะท้องถิ่นที่อยู่คู่กับวัฒนธรรมของชาวมอญลาดกระบัง จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (โสภา เกตุสุวรรณ.2555:66) จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ ความรู้ มีกลุ่มตัวอย่างดังนี้

(1) อาจารย์ปราณีต อนงค์
ผู้ประสานงานเครือข่ายชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง
(2) อาจารย์สงกรานต์ คุณหอม
คณะกรรมการฝ่ายพัฒนาชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง
(3) อาจารย์ปัญญาทรัพย์ วงศ์วิศาล
คณะกรรมการฝ่ายพัฒนาชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง โดยผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ตามปัจจัยการออกแบบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อนี้ คือ ด้านการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญ และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชน

3.1.2.1 ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย 3 คน เพื่อประเมินแบบร่างลวดลาย ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (โสภา เกตุสุวรรณ.2555:66) จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ คลุกคลีในวงการศิลปะและเข้าใจในวัฒนธรรมมอญ สามารถวิเคราะห์ลวดลาย ในเชิงสุนทรียะศาสตร์และความเหมาะสมในการนำลวดลายที่พัฒนาขึ้นไปใช้ต่อ มีกลุ่มตัวอย่างดังนี้

(1) อาจารย์ปัญญาทรัพย์ วงศ์วิศาล คณะกรรมการฝ่ายพัฒนาชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

(2) อาจารย์ ดร.เข็มชาติ เชยชม อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะอัญมณีศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

(3) อาจารย์กรกฎ ศิริสวัสดิ์ อาจารย์พิเศษประจำภาควิชาเทคโนโลยีศิลปะอุตสาหกรรมสาขาวิชาศิลปะประยุกต์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบมหาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

3.1.2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 3 คน ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามความคิดเห็นสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีผลต่อรูปแบบและความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (โสภา เกตุสุวรรณ. 2555:66) จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านต่างๆที่สามารถวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมของการนำลวดลายมาพัฒนาเข้ากับผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง มีกลุ่มตัวอย่างดังนี้

(1) รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(2) อาจารย์ ดร.ธีรทัต เลิศช่ำชองกุล อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(3) อาจารย์ดารณี ธนวัฒน์ อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ที่ผ่านการพัฒนา ผู้วิจัยได้กำหนดแบ่งดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูลประชากร คือ ผู้บริโภคผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ภายในวัดสุทธาโภชน์ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเขตลาดกระบัง เก็บข้อมูลเดือนตุลาคม พ.ศ.2562 จำนวน 2,116 คน โดยเฉลี่ยจำนวนสัปดาห์ละ 529 คน ประกอบด้วยนักท่องเที่ยว 4 ประเภท ได้แก่ นักเรียนนักศึกษาที่มาทัศนะศึกษา คณะหน่วยงานต่างๆที่จัดมาศึกษาดูงาน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัว ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นจำนวนประชากรตามหลักการส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้บริโภคเป็นทั้ง 4 ประเภทนี้ โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane กำหนดให้สัดส่วนของกลุ่มประชากรที่สนใจ เท่ากับ 0.5 ระดับความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 คน (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ.2549: 47)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ที่สนใจผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ภายในวัดสุทธาโภชน์ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเขตลาดกระบัง จำนวน 222 คน ในระยะเวลาหนึ่งสัปดาห์ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคด้วยการ สุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) (จุฑาทิพย์ ประมงคล.2552:58)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบลวดลาย ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเพื่อศึกษา ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยใช้หลักการทางสถิติมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้โดยแบ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้กับประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกดังนี้

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 แบ่งออกเป็นสองส่วนตามปัจจัยการศึกษาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

3.2.1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง แบบสัมภาษณ์ ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังจากพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นรวมถึงสัมภาษณ์วิทยากรในท้องถิ่นผู้วิจัยกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยการใช้เทคนิคการพูดคุยแบบเป็นกันเอง (Informal Interview) ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างหรือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งกำหนดประเด็นที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยในเรื่อง อัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง คือ ความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง บริบทโดยรวม ความโดดเด่น เอกลักษณ์เฉพาะ ลวดลายเฉพาะ และศิลปวัฒนธรรมที่หลงเหลืออยู่ โดยสอดคล้องกับแนวคิดในการศึกษา คุณค่าศิลปะไทย (ศักราช ฟ้าขาว.2551) 4 ด้าน

(1) คุณค่าทางความเชื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) คุณค่าทางความงามหรือสุนทรียะ

(3) คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย

(4) คุณค่าทางความรู้สึก

กล้องถ่ายภาพ สำหรับเก็บภาพสถาปัตยกรรมและวัตถุ เครื่องแต่งกายอันแสดงถึงอารยธรรมของบรรพบุรุษ ที่หลงเหลืออยู่ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลปฐมภูมิสำหรับวิเคราะห์หาแนวทางสร้างสรรค์และสังเคราะห์เป็นลวดลายที่แสดงอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

สมุดบันทึก สำหรับบันทึกข้อมูลต่างๆที่นอกเหนือจากแบบสัมภาษณ์ที่กำหนดคำถามมา เพื่อเป็นประโยชน์ในกระบวนการวิเคราะห์ต่อไป

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 กระบวนการออกแบบลวดลายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ดังนี้

3.2.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการออกแบบและพัฒนาลวดลาย

แบบสอบถามความคิดเห็น (Questionnaire) หรืออีกชื่อหนึ่งคือ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (พรรณี ลีกิจวัฒนะ.2558:170) สำหรับถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบพัฒนาลวดลาย จำนวน 3 คน โดยพิจารณาร่วมกับภาพร่างลวดลายที่ผ่านการคัดเลือกจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในขั้นตอนการคัดเลือกแบบร่างลวดลาย ที่เหมาะสมและการพัฒนาสู่ลวดลายที่สมบูรณ์เพื่อเก็บผลการประเมินความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบลวดลาย พร้อมที่จะนำไปใช้ลงบนผลิตภัณฑ์ โดยแบบร่างลวดลายที่สร้างขึ้น โดยพิจารณาตามหลักแนวความคิดในการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์.2547:74-80) มีทั้งหมด 11 ด้านโดยผู้วิจัยหยิบยกมาเป็นแนวทาง 6 ด้านดังนี้

(1) มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) โดยผู้วิจัยนำเอาศิลปวัฒนธรรมมอญเขตลาดกระบัง มาหาอัตลักษณ์ความตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์มอญ ให้เกิดความเฉพาะตัวในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อทาให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและรับรู้ได้ถึงความแตกต่าง

(2) เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า (Value) นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบโดยคำนึงถึงคุณค่า ความมีพลังของรูปลักษณ์ที่จะสามารถดึงดูดให้ผู้พบเห็นสะดุดตาและเกิดความสนใจ ใคร่อยากรู้ถึงที่มาและความหมายของลวดลายที่ปรากฏ

(3) มีความแตกต่าง (Differentiate) นำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรคลวดลายให้เกิดความแตกต่างจากประโยชน์หน้าที่เดิม เป็นรูปแบบลวดลายใหม่ที่มีความแปลกตาแต่ยังคงเค้าความเป็นอัตลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังอย่างเด่นชัด ไม่ซ้ำซากจำเจ และสามารถแยกออกจาก รูปแบบโดยทั่วไปได้อย่างชัดเจน

(4) สื่อสารแตกต่างกัน (Tone of Voice) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ลวดลายที่สามารถ สื่อสารหรืออธิบาย ถึงความหมายภายในตัวลวดลายเอง โดยอาศัยคุณลักษณะของลวดลายที่นำมาผสมผสานเข้ากับอัตลักษณ์ด้านอื่นๆ สามารถบอกเล่าเรื่องราวและความหมายแฝง เป็นการสร้างจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(5) มีความงามเป็นเลิศ (Graphic Excellence) พัฒนาลวดลายโดยคำนึงถึงความสวยงามที่สามารถนำไปเข้ากับผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย มีความเหมาะสม และเป็นฐานข้อมูลด้านลวดลายให้แก่องค์กรในท้องถิ่นสามารถนำไปใช้และพัฒนาให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ของชุมชนของตนได้

(6) ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย (Longevity) นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายให้มีความร่วมสมัย ไม่ยึดติดกับกระแสค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีความเป็นตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์เข้าได้กับทุกยุค และสามารถนำมาใช้ได้ตลอดกับหลายๆผลิตภัณฑ์

เครื่องบันทึกเสียง สำหรับบันทึกเสียงความคิดเห็นประกอบการสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีรายละเอียดเพิ่มเติมจากแบบสอบถาม และนำไปประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลให้มีความชัดเจนมากขึ้น

3.2.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

(1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบ

AHP: Analytic Hierarchical Process ทฤษฎีกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น Thomas L. Saaty (อ้างถึงใน อภิชาต โสภาแดง.2552) มาใช้ในการแปลงข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถวัดค่าในเชิงปริมาณได้ นำมาวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบที่เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ว่าควรมุ่งเน้นไปที่อัตลักษณ์ด้านใด

เทรน โฟแคลเตอร์ นำมาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์หาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์ อันได้มาจากการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดสุทธาโภชน์ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเขตลาดกระบัง โดยวิเคราะห์ในเรื่องของรสนิยม แนวคิด ค่านิยมและสีสัน ในกลุ่มผู้บริโภคหลักเหล่านี้ของผลิตภัณฑ์ที่จะพัฒนาขึ้น จากการคาดการณ์อย่างเป็นระบบ จะช่วยให้เกิดแนวคิดในการออกแบบที่ชัดเจนสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคัดเลือกแบบร่าง

แบบสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ใช้แบบสอบถามความคิดเห็น (พรรณี ลีกิจวัฒนะ.2558:170) สำหรับสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในขั้นตอนการคัดเลือกแบบร่างที่ผ่านการคัดเลือกจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว เพื่อนำไปวิเคราะห์หารูปแบบที่เหมาะสมและการพัฒนาแบบร่างสู่ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

โดยพิจารณาตามหลักแนวคิดในการออกแบบด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยด้านการออกแบบเกี่ยวกับอารมณ์ (Emotional Design) ของ (Donald A. Norman. 2003) โดยผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาทั้งหมด 3 ด้านดังนี้

(1) ด้านความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness) นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ให้มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภคจากความรู้สึกแรกเห็นผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบ โดยมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้น่าดึงดูดใจจาก 4 อารมณ์ความรู้สึก คือ ความน่าประทับใจ ความประหลาดใจ ความซาบซึ้งใจ และความตลกขบขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) ด้านลักษณะการใช้งาน (Functional) เป็นการกระตุ้นอารมณ์ผู้บริโภค จากความรู้สึกเมื่อได้มองและจับต้องหรือใช้งานผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค (Behavior) ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางการออกแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสำคัญควบคู่ไปกับความสวยงามและความน่าสนใจ โดยผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่จะออกแบบนี้ต้องใช้สอยได้อย่างมีประสิทธิภาพตามรูปแบบของการใช้งานผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ มีความเหมาะสม สะดวกสบาย เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

(3) ด้านภาพลักษณ์ (Image) อันเป็นสิ่งที่จะสร้างความรู้สึกเชื่อมั่นให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ภายหลังจากการใช้งาน (Reflection) และทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบโดยให้ความสำคัญกับความแข็งแรงทนทาน ไม่เป็นอันตราย และเข้ากับบริบทการใช้งานในยุคปัจจุบัน

3.2.3 เครื่องมือที่ใช้วิจัยตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 การประเมินความพึงพอใจผู้บริโภค เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ

แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ใช้เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นตามหลักส่วนประสมทางการตลาด 4P มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านรสถานที่จำหน่าย ด้านราคา และด้านส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ตามแนวทางการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ (Philip Kotler. 2011) โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์จากการศึกษาทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.3.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบลวดลายเป็นการสัมภาษณ์แบบใช้เทคนิคการพูดคุยแบบเป็นกันเอง ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างหรือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์มอญ สัมภาษณ์วิทยากรในท้องถิ่น ความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง บริบทโดยรวม ความโดดเด่น เอกลักษณ์เฉพาะ ลวดลายเฉพาะ และศิลปวัฒนธรรมที่หลงเหลืออยู่ โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการวิจัยดังนี้

ศึกษาทฤษฎี เอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อสรุปเป็นประเด็นสำหรับสัมภาษณ์โดยสอดคล้องกับแนวทางการศึกษาคุณค่าศิลปะไทย (ศักราช ฟ้าขาว.2551) 4 ด้านคือ ด้านคุณค่าทางความเชื่อ ด้านคุณค่าทางความงามหรือสุนทรียะ ด้านคุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านคุณค่าทางความรู้สึก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง แบ่งเป็น 2 ชุด เครื่องมือตามปัจจัยในการออกแบบ ได้แก่

1. ด้านการออกแบบลวดลาย (สุมิตรา ศรีวิบูลย์.2547:74-80)

สำหรับกระบวนการคัดเลือกแบบร่างลวดลาย ที่เหมาะสมและการพัฒนาสู่ลวดลายที่สมบูรณ์ พร้อมที่จะนำไปประยุกต์ใช้งานลงบนผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบพัฒนาลวดลาย สำหรับสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในขั้นตอนการคัดเลือกแบบร่างลวดลาย โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้ ศึกษาทฤษฎี เอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบลวดลายที่บ่งบอกอัตลักษณ์ เพื่อสรุปประเด็นสำหรับเป็นข้อพิจารณาในแบบสอบถามกรอบแนวคิดในการออกแบบอัตลักษณ์ มีทั้งหมด 11 ด้านโดยผู้วิจัยหยิบยกมาเป็นแนวทาง 6 ด้านดังนี้

1.1 มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness)

1.2 เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า (Value)

1.3 มีความแตกต่าง (Differentiate)

1.4 สื่อสารแตกต่างกัน (Tone of Voice)

1.5 มีความงามเป็นเลิศ (Graphic Excellence)

1.6 ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย (Sustainable)

สร้างแบบสอบถามในการคัดเลือกแบบร่างลวดลายที่บ่งบอกอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังและการตัดสินคัดเลือกลวดลายที่มีความเหมาะในการนำไปใช้

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความเหมาะสมเบื้องต้น

นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงความเหมาะสมแล้วมาตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index Of Objective Congruence : IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน ได้แก่

1. ผศ. ดร.ศิริรัตน์ เพ็ชร์แสงศรี อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. อาจารย์ ดร.ชนัญชิดา ยุกติรัตน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยคณะศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชมลคลกรุงเทพ

3. อาจารย์ ดร.ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์ อาจารย์พิเศษประจำภาควิชาเทคโนโลยีศิลปอุตสาหกรรมสาขาวิชาศิลปประยุกต์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มหาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) และข้อเสนอแนะ ตามดังค่าคะแนนภาพที่ 3.1 ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

+1	หมายถึง	แน่ใจในคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
1	หมายถึง	ไม่แน่ใจในคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
-1	หมายถึง	แน่ใจในคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

จากคะแนนนำผลการพิจารณามาคำนวณจากสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทุกคน

n หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ภาพที่ 3.1 ค่าคะแนนความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ข้อคำถาม IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป เป็นคำถามที่ใช้ได้ ถ้าไม่ถึง 0.5 ควรจะปรับปรุงข้อคำถามใหม่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะการจัดวางดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกและพัฒนาลวดลาย โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา สูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายที่บ่งบอกอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังและการตัดสินคัดเลือกลวดลายที่มีความเหมาะในการนำไปประยุกต์ใช้ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ตามตารางกำหนดคะแนน ภาพที่ 3.2

5	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
3	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
2	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ภาพที่ 3.2 ค่ามาตราส่วนประมาณค่า
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด (Opened-Ended Questionnaire) โดยเป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาลวดลาย

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์

สำหรับกระบวนการคัดเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์ ที่เหมาะสมและนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยใช้ แบบสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ควบคู่กับแบบร่างที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ได้คัดเลือกแล้ว สำหรับสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในขั้นตอนการคัดเลือกแบบร่างที่เหมาะสมและการพัฒนาแบบร่างสู่ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ศึกษาทฤษฎี เอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสรุปประเด็นสำหรับเป็นข้อพิจารณาในแบบสอบถาม โดยคำนึงถึงกรอบแนวคิดในการออกแบบเกี่ยวกับอารมณ์ (Emotional Design) ของ (Donald A. Norman. 2547) โดยผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาทั้งหมด 3 ด้านดังนี้

1. ด้านความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness)
2. ด้านลักษณะการใช้งาน (Functional)
3. ด้านภาพลักษณ์ (Image)

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความเหมาะสมเบื้องต้น

นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงความเหมาะสมแล้วมาตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index Of Objective Congruence : IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน ได้แก่

1. ผศ. ดร.ศิริรัตน์ เพ็ชร์แสงศรี อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. อาจารย์ ดร.ชนัญชิดา ยุกติรัตน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย คณะศิลปะศาสตร มหาวิทยาลัยราชมลคลกรุงเทพ

3. อาจารย์ ดร.ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์ อาจารย์พิเศษประจำภาควิชาเทคโนโลยีศิลปอุตสาหกรรมสาขาวิชาศิลปประยุกต์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มหาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) และข้อเสนอแนะ ตามภาพที่ 3.1

ข้อคำถาม IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป เป็นคำถามที่ใช้ได้ ถ้าไม่ถึง 0.5 ควรจะปรับปรุงข้อคำถามใหม่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

นำแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความ แล้วมาดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยแบบสอบถามจะมีการวางลักษณะคำถามดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา สูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังและการตัดสินคัดเลือกผลิตภัณฑ์ต้นแบบ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ตามภาพที่ 3.2 หน้าที่ 65

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด (Opened-Ended Questionnaire) โดยเป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบและการผลิตภัณฑ์

3.3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

แบบสอบถามระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ที่ผ่านการพัฒนาแล้ว โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการวิจัยดังนี้

ศึกษาทฤษฎี เอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อสรุปประเด็นสำหรับเป็นข้อพิจารณาในแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น โดยใช้หลักส่วนประสมทางการตลาด 4P มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จำหน่าย ด้านราคา และด้านส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ตามแนวทางการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของ (Philip Kotler.2549)

สร้างแบบสอบในสอบถามระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความเหมาะสมเบื้องต้น นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงความเหมาะสมแล้วมาตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index Of Objective Congruence : IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน ได้แก่

1. ผศ. ดร.ศิริรัตน์ เพ็ชร์แสงศรี อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. อาจารย์ ดร.ชนัญชิดา ยุกติรัตน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย คณะศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชมลคลกรุงเทพ

3. อาจารย์ ดร.ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์ อาจารย์พิเศษประจำภาควิชาเทคโนโลยีศิลปอุตสาหกรรมสาขาวิชาศิลปประยุกต์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มหาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) และข้อเสนอแนะ ตามภาพที่ 3.1 หน้าที่ 64

ข้อคำถาม IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป เป็นคำถามที่ใช้ได้ ถ้าไม่ถึง 0.5 ควรจะปรับปรุงข้อคำถามใหม่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง แล้วมาดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้บริโภคที่สนใจ โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ตามภาพที่ 3.2 หน้าที่ 65

ตอน 3 เป็นคำถามปลายเปิด (Opened-Ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หรือ ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่สนใจต้องการแนะนำเพิ่มเติม

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ โดยการเก็บรวบรวมจากแหล่งเอกสารต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงปัญหาและเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเป็นหัวข้อในการศึกษาต่างๆดังต่อไปนี้

1. ประวัติความเป็นมาของมอญ
2. กายภาพ สิ่งแวดล้อมเขตลาดกระบัง
3. อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง
4. การท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง
5. รูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนใกล้เคียง
6. จิตวิทยาสี และเทรนด์สี
7. พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค
8. หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์เบื้องต้น
9. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาดังนี้

3.4.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และบันทึกเกี่ยวกับข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่ประจำท้องถิ่นเพื่อเป็นแนวทางในการประยุกต์ลงในผลิตภัณฑ์

3.4.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1) การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบลวดลาย โดยในตอนต้นใช้การสอบถามสัมภาษณ์และบันทึกในการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากผู้ทรงคุณวุฒิและในตอนท้ายหลังการพัฒนาใช้แบบสอบถามสาหรับผู้ทรงคุณวุฒิ ในการคัดเลือกแบบร่างลวดลายที่พร้อมนำไปประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์

(2) การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยในตอนต้นใช้การสัมภาษณ์และบันทึกในการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากผู้ทรงคุณวุฒิและในตอนท้ายหลังการพัฒนาใช้แบบสอบถามสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ แบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุ และแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต ในการคัดเลือกแบบร่างสู่ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

3.4.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 ดังต่อไปนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้านความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ได้ข้อมูลระดับความพึงพอใจแล้วจึงนำมาสรุปผลเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล การลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สังเกต ถ่ายภาพ และจดบันทึก ทำให้ได้ข้อมูลทั้งปฐมภูมและทุติยภูมิ เป็นองค์ความรู้ที่กระจัดกระจาย หลังจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัย ตามปัจจัยที่ศึกษา คือ ข้อมูลด้านการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง และทำการเรียบเรียงเป็นข้อมูลที่สนับสนุนต่อการสร้างแนวทางในการออกแบบลวดลาย ซึ่งได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเพียงพอแล้ว จึงเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ถึงปัญหาและปัจจัยต่างๆแล้วจึงเข้าสู่กระบวนการทางความคิดในการออกแบบมาในรูปแบบของภาพร่างผลิตภัณฑ์

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

ออกแบบลวดลายและพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้คำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญให้ครบถ้วนให้ครบถ้วนเพื่อนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

3.5.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบและพัฒนาลวดลายที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบและพัฒนา ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ตามภาพที่ 3.2 หน้าที่ 65

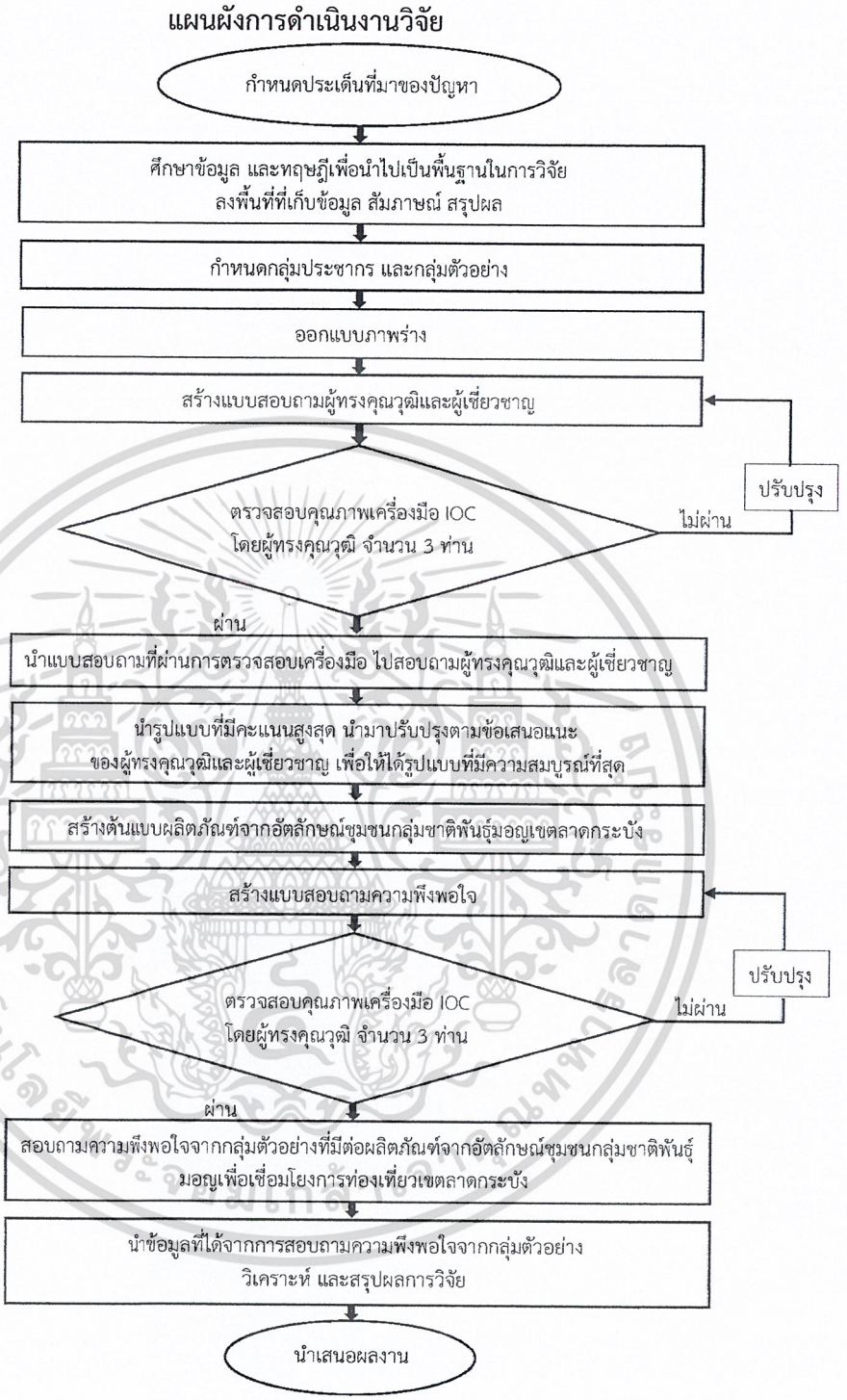
3.5.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบและพัฒนา ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ตามภาพที่ 3.2 หน้าที่ 65และนำค่าสถิติที่วิเคราะห์ได้มาประมวลเป็นข้อสรุปแบบร่างที่จะได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3

นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปให้กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ ประเมินระดับความพึงพอใจแล้วนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินมาวิเคราะห์ค่าสถิติว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยหรือไม่และนำไปสรุปและอภิปรายผล การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้พัฒนาขึ้น ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย 5 ระดับ ตามภาพที่ 3.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.3 กระบวนการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษารวบรวมเอกสาร จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง การสัมภาษณ์เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำมาเสนอในรูปแบบของตารางและเรียบเรียงเป็นคำบรรยายในแต่ละขั้นตอนตามวัตถุประสงค์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบลวดลาย

4.2 ผลการออกแบบลวดลายและและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

4.3 ผลประเมินความพึงพอใจ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบลวดลาย

4.1.1 ผลการศึกษาด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

การค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากลวดลายต่างๆที่ใช้ตกแต่งเครื่องแต่งกาย ลวดลายที่ใช้ในประเพณีมอญต่างๆ วัตถุความเชื่อมอญก่อนนำมาถอดลวดลายเพื่อนำไปประกอบแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์มอญเพื่อทำการวิเคราะห์ลวดลาย หาลักษณะที่เป็นรูปแบบของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่แท้จริง โดยพิจารณาจากความหมาย ลักษณะลวดลาย รูปร่างรูปทรงและ ปริมาตรของลวดลาย วัสดุและเทคนิคในการสร้างสรรค์ ปรากฏว่า ลวดลายที่บ่งบอกลักษณะความเป็นมอญ พบลวดลายที่ปรากฏในเครื่องแต่งกาย และการประดับธงตะขาบ ซึ่งผู้วิจัยจะนำไปสร้างเป็นอัตลักษณ์โดดเด่นที่แสดงถึงกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังในหลายๆด้าน เพื่อให้เกิดลวดลายแสดงอัตลักษณ์ที่มีความแปลกใหม่ ร่วมสมัย สวยงาม และสามารถนำไปประยุกต์เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพ 4.1 งานเสน่ห์มอญวันวาน

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

สไบมอญ หรือ หญาดฮะเหริ่มโต๊ะ เป็นงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่ชาวมอญส่งต่อกันมาอย่างยาวนาน มีความสำคัญต่อชาวมอญอย่างยิ่ง เพราะต้องถ่ายทอดความรู้สึก ความรักชาติ รักวัฒนธรรมของตน ลงบนผืนผ้าจนออกมาเป็นลวดลาย ทำให้ทราบถึงรากเหง้าและตัวตนของคนมอญอย่างชัดเจน การแต่งกายของชาวมอญนั้นมีความสวยงาม ประณีต มีความละเอียดอ่อนทุกขั้นตอน การแต่งกายเข้าร่วมประเพณีแต่ละกิจกรรมก็มีความแตกต่างกันออกไป แต่สิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ก็คือ ผ้าสไบที่ต้องมีคู่กายทุกครั้ง แต่ขาดเสียไม่ได้ ซึ่งบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชาวมอญ อย่างไรก็ตามถึงการสวมใส่เครื่องแต่งกายจะเปลี่ยนไปตามยุคตามสมัย แต่ก็ไม่ได้ทำให้คุณค่าของสไบมอญลดลง กลับยิ่งเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มขึ้น ด้วยลวดลายการปักที่ยังคงเอกลักษณ์ดั่งเดิมสืบทอดต่อๆกันมา “ผ้าสไบมอญ เปรียบได้กับเป็นชีวิตจิตใจของคนมอญที่ไม่สามารถหาสิ่งใดเข้ามาแทนได้ เวลาไปทำบุญแล้วต้องขึ้นศาลา หากขาดสไบจะรู้สึกแทบไม่อยากขึ้นศาลา ถ้าจะให้เปรียบก็คงเหมือนแกงไม่ใส่ชูรส” (กวินณา บูชา, 2559) ซึ่งจำเป็นต้องถูกส่งต่อให้ชาวมอญรุ่นหลังเพื่อรับรู้ถึงจิตวิญญาณของความเป็นมอญและตระหนักถึงความเป็นชนชาติมอญที่พวกเขาไม่อาจสูญสิ้นไป ผ่านผ้าสไบมอญที่เป็นสัญลักษณ์คอยเตือนใจว่า ถึงจะสิ้นแผ่นดิน แต่ชาติมอญไม่เคยหายไป จึงยกให้เป็นอัตลักษณ์มอญเขตลาดกระบังที่น่าจดจำ

ภาพ 4.2 ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบ

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเพณีแห่หงส์-ธงตะขาบ (เกี่ยะหยั่งโหน่มั่ว-อะลามเทียะ) ถือว่ามีความสำคัญและแสดงเอกลักษณ์ของชาวมอญอย่างเด่นชัดเนื่องจากชาวมอญถือว่าหงส์เป็นสัตว์ที่สูงศักดิ์ และมีประวัติยาวนานนับตั้งแต่สมัยพุทธกาลจึงใช้หงส์เป็นสัญลักษณ์ของประเทศรามัญ นับแต่นั้นมาชาวมอญในประเทศไทยก็รับหงส์มาเป็นสัญลักษณ์เช่นกัน ดั่งที่พบเห็นได้ตามวัดต่างๆของมอญ สำหรับที่มาของธงตะขาบนั้นเป็นเรื่องราวที่มีคติทั้งทางโลกและทางธรรม ในทางโลก ตะขาบเป็นสัตว์ที่มีลำตัวยาว มีเขี้ยวเล็บเป็นพิษ สามารถต่อสู้กับศัตรูที่มาระรานได้ เปรียบเสมือนคนมอญที่ไม่เคยหวาดหวั่นต่อศัตรู นอกจากนั้น ตะขาบยังเป็นสัตว์ที่มีลูกมาก ในแต่ละครั้งประมาณ 20-30 ตัว แม่ตะขาบจะคอยปกป้องลูกไว้ในอ้อมอก เมื่อใดที่พวกลูกๆ เสื่อยกระจัดกระจาย แม่ก็จะตะแคงลำตัวโอบลูกๆ เข้ามาแล้วขดเป็นวงกลมซึ่งนั่นย่อมหมายความว่า หากประเทศรามัญสามารถปกครองดูแลประชาราษฎร์ของตนได้เช่นตะขาบแล้วรามัญประเทศจะเจริญรุ่งเรืองไปอีกนานแสนนานและเต็มไปด้วยความร่มเย็นเป็นสุข จึงเป็นสัญลักษณ์แห่งอำนาจบารมี เป็นสิ่งนำความมีโชคชัยความสุขสวัสดีมาสู่ทุกคนในหมู่บ้าน การแห่ธงตะขาบจึงเป็นประเพณีที่แห่ควบคู่กับการแห่หงส์ ผู้ที่มีศรัทธาแรงกล้าจะถึงกับตัดผมของตัวเองผูกติดไว้กับธงตะขาบ เพื่อถวายเป็นพุทธบูชา (ชมรมมอญกรุงเทพมหานคร, 2561) ธงตะขาบนั้นเปรียบเสมือนสิ่งมงคลสิ่งหนึ่งที่ชาวมอญทุกคนรับรู้ถึงที่มาและความหมาย จึงเหมาะสำหรับเป็นอัตลักษณ์หนึ่งที่สำคัญ

ภาพ 4.3 ประเพณีปล่อยนก
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

การปล่อยนกเป็นการสะเดาะเคราะห์ให้แก่ตัวเองจะทำให้มีอายุยืนยาว ชาวมอญจึงนิยมทำกันในช่วงเทศกาลสงกรานต์ซึ่งเป็นช่วงหน้าแล้ง เชื่อว่าเป็นการได้ปล่อยชีวิตแล้วจะช่วยต่ออายุให้ยืนยาวตลอดไป (ชมรมมอญกรุงเทพมหานคร, 2561)

ภาพ 4.4 อาหารท้องถิ่นในชุมชนชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

"คนมอญเน้นหนักเรื่องกิน" (รามัญ สาระพันธุ์, 2561) และเนื่องจากคนไทยกับคนมอญมีความสัมพันธ์กันมาช้านาน ทำให้ลักษณะของอาหารมีความใกล้เคียงกัน อาหารมอญจัดเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและยังสืบทอดทำกันอยู่ในชีวิตประจำวัน อาหารประจำสำรับที่ชาวมอญจะต้องมีทุกมื้อ คือ น้ำพริกกะปิ น้ำพริกแดง น้ำพริกปลาย่าง นิยมกินกับผักหรือผลไม้ที่เก็บได้ตามบ้าน ส่วนประเภทแกงนั้น นิยมมาก คือ แกงส้มผักที่นิยมนำมาแกงส้มมักเป็นผักที่มีเมือกลื่นและออกรสเปรี้ยว เช่น ฝักกระเจี๊ยบเขียว (บอกระต๊าด) กระเจี๊ยบแดง (ฮะเจ็บ) มะตาด (ฮะเปรา) พืชผักเหล่านี้เก็บหาเอาจากรอบๆบริเวณบ้านเพราะชาวมอญนิยมปลูกไว้หน้าหรือหลังบ้านริมฝั่งแม่น้ำเวลาจะทำกับข้าวก็จะมาเก็บไปใช้ และยังแบ่งให้เพื่อนบ้านได้อีกด้วย

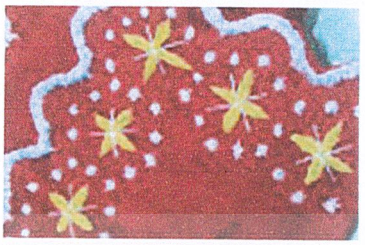
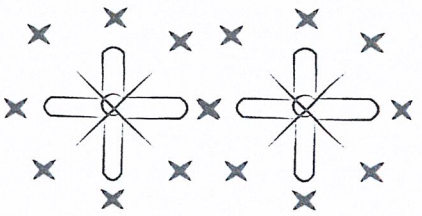
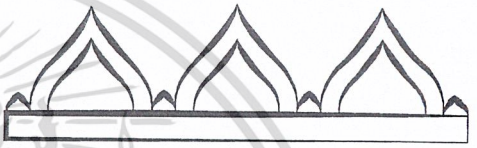
สรุปได้ว่า กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังเป็นชุมชนที่มีการอนุรักษ์ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายรามัญมานานกว่า 100 ปี และใช้ประเพณีวัฒนธรรมเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเครือญาติ ชุมชนชาวมอญในเขตลาดกระบังเป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ชาวไทยเชื้อสายมอญมีความคิดความเชื่อและวิถีชีวิตความคล้ายคลึงกับชาวไทยเชื้อสายมอญในพื้นที่อื่นๆของไทย โดยเฉพาะความศรัทธาและเสื่อมใสในพระพุทธศาสนาซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากประเพณีในรอบปี เช่น ประเพณีสงกรานต์เปรียบเสมือนการเริ่มต้นชีวิตใหม่ในแต่ละปีศักราชมอญ ประเพณีปล่อยนกปล่อยปลาชาวมอญนิยมทำกันในช่วงเทศกาลสงกรานต์ซึ่งเป็นช่วงหน้าแล้ง ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบถือว่ามีความสำคัญและแสดงเอกลักษณ์ของชาวมอญอย่างเด่นชัด เมื่อพิจารณาจากการแสดงให้เห็นถึงความพร้อมเพรียงของชุมชน วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชน ทำให้ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่าอัตลักษณ์ของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง คือ ธงตะขาบ ดอกกระเจี๊ยบแดง และนก

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการรวบรวมข้อมูลและถอดลวดลายจากการประดับตกแต่งสถาปัตยกรรม วัตถุต่างๆ และเครื่องแต่งกายในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ใช้การถอดเส้นเวคเตอร์ช่วยคลีคลายรูปทรงในช่องขวา

ภาพลวดลายจากกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ภาพ Vector ลายเส้นจากลวดลาย
ลายขอบโตก	
ลายดอกมะเขือ	

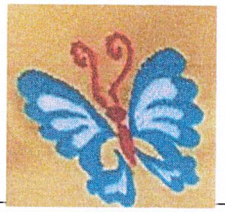
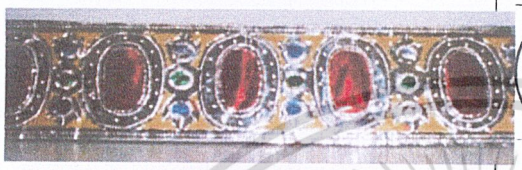
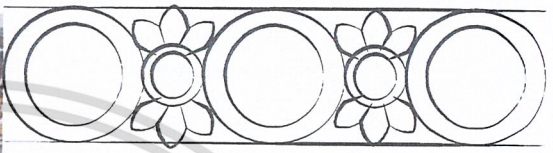
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ภาพลวดลายจากกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ภาพ Vector ลายเส้นจากลวดลาย
ลายดาว 	
ธงตะขาบ	
ลายหงส์ธงชาติมอญ	
ลายดอกดาวกระจาย	
ลายดอกชบา	

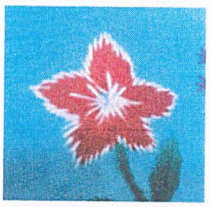
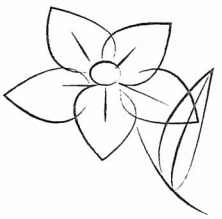
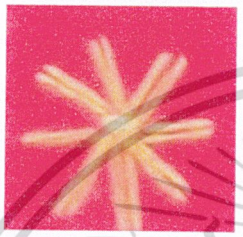
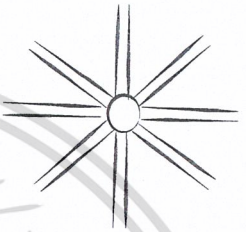
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ภาพลวดลายจากกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ภาพ Vector ลายเส้นจากลวดลาย
ลายผีเสื้อ 	
ลายเม็ดขนุน 	
ดอกมะลิ	
ลายดอกดาวกระจาย	
ลายดอกผีเสื้อ และดาว	

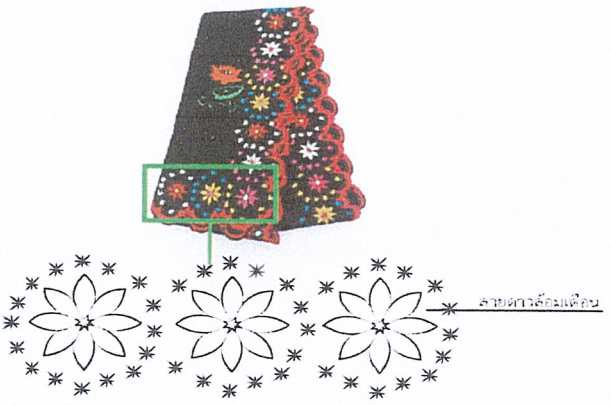
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ภาพลวดลายจากกลุ่ม ชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ภาพ Vector ลายเส้น จากลวดลาย
ลายดอกมะเขือ 	
ลายดอกจัน 	

จากตาราง 4.1 การค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากลวดลาย ที่ใช้ตกแต่งในเครื่องแต่งกาย เช่น เสื้อ สไบมอญ ผ้าถุง และ ลวดลาย ลวดลายจากวัตถุที่ใช้ในประเพณีมอญ วัตถุความเชื่อทางมอญ ก่อนนำมาถอดลวดลายเพื่อนำไปประกอบแบบสัมภาษณ์ด้านอัตลักษณ์มอญเพื่อทำการวิเคราะห์ลวดลาย หาลักษณะที่เป็นรูปแบบของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่แท้จริงจากผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากความหมาย ลักษณะลวดลาย รูปร่างรูปทรงและ ปริมาตรของลวดลาย วัสดุและเทคนิคในการสร้างสรรค์ ที่บ่งบอกลักษณะความเป็นมอญ คือ การจัดวางลวดลายบนสไบมอญที่เน้นลายดอกไม้ต่างๆตามความสวยงามและความนิยม แต่จะมีการจัดลายโดยมีดอกเล็กๆล้อมรอบลายดอกใหญ่ ซึ่งเรียกว่า ลายดาวล้อมเดือน ซึ่งผู้วิจัยจะนำไปประกอบสร้างร่วมกับอัตลักษณ์โดดเด่นที่แสดงถึงกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ในหลายๆด้าน เพื่อให้เกิดลวดลายแสดงอัตลักษณ์ที่มีความแปลกใหม่ ร่วมสมัย สวยงามและสามารถนำไปประยุกต์ เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.5 ภาพแสดงผลลายดาวล้อมเดือน
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

จากภาพ 4.5 ได้แสดงชื่อลาย ดาวล้อมเดือน เป็นลวดลายที่ปักลงสไบมอญ มีความหมายว่า ประชาชนที่อยู่รอบล้อมพระมหากษัตริย์ ตำแหน่งส่วนกลางของลายคือลายดอกพิกุลเป็นลายที่เรียบง่ายต่อการปักเป็นที่นิยมทำกันมากที่สุด และส่วนที่ล้อมรอบดอกพิกุล คือลายดาวเน้นให้อยู่ลายล้อมดอกใหญ่ปักเป็นวงกลมตลอดทั้งผืนของสไบ

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ด้านอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ด้วยทฤษฎี SWOT Analysis

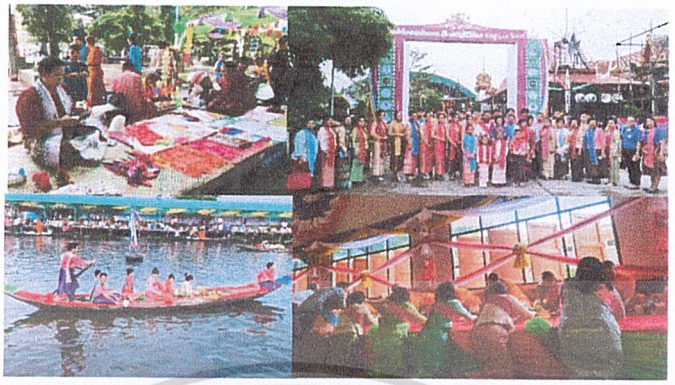
ทฤษฎี SWOT Analysis ประกอบไปด้วย

1. Strengths หมายถึง จุดแข็ง หรือข้อได้เปรียบ
2. Weaknesses หมายถึง จุดอ่อน หรือข้อเสียเปรียบ
3. Opportunities หมายถึง โอกาสที่จะดำเนินการได้
4. Threats หมายถึง อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ด้วยทฤษฎี SWOT Analysis

ด้านอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง



จุดแข็ง (Strengths)
- ความพร้อมเพรียงกันในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง
- องค์กรภาครัฐ และเอกชนให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมมอญเขตลาดกระบัง
- มีประเพณีเป็นที่น่าจดจำ สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน
- มีเครื่องแต่งกายที่โดดเด่น
- มีผ้าสไบมอญเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นส่งเสริมรายได้
จุดอ่อน (Weaknesses)
- ยังขาดอัตลักษณ์ที่เด่นชัดที่บ่งบอกความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง
- ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีน้อย
- รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย
- ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตใช้เวลานาน
- ผู้ผลิตสไบมอญต้องมีความชำนาน
- ผลิตภัณฑ์ของชุมชนมีราคาสูง
โอกาส (Opportunities)
- กระแสมรดกทางวัฒนธรรม
- สร้างอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นให้เป็นที่จดจำแก่นักท่องเที่ยว
- ปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตามยุคสมัยนิยม
- ใช้วัสดุทดแทนที่เอื้อต่อกรรมวิธีการผลิต
อุปสรรค (Threats)
- มีความกลมกลืนทางศิลปวัฒนธรรมไทยและมอญ
- ผลิตภัณฑ์มีความล่าสมัย
- แสดงอัตลักษณ์ไม่ได้เต็มที่เท่าที่ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

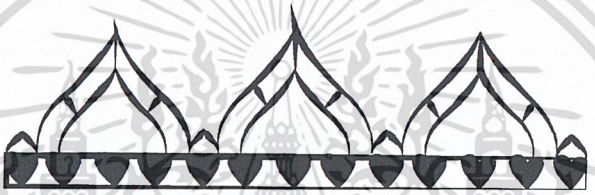
4.2 ผลการออกแบบลวดลายและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

4.2.1 ผลการออกแบบลวดลายที่พัฒนาขึ้นจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

การออกแบบลวดลายจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ว่าคือลวดลายที่มีลักษณะเด่นชัดเป็นศิลปวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง มาทำให้เป็นอัตลักษณ์เกิดความน่าจดจำของผู้คนเมื่อนึกถึงกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง อันได้แก่ ธงตะขาบ ดอกกระเจี๊ยบ และนก นำมาสร้างลวดลายใหม่เพื่อให้เกิดลวดลายแสดงอัตลักษณ์ที่มีความร่วมสมัย สวยงามและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ลงในผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย จากรูปภาพดังนี้

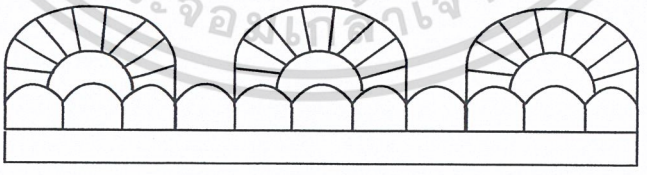
4.2.1.1 ลวดลายจากธงตะขาบ

การออกแบบลวดลายจากธงตะขาบ ผลการออกแบบทั้งหมด 10 ลาย



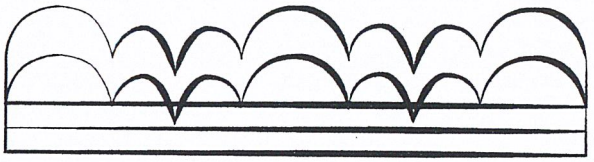
ภาพที่ 4.6 ธงตะขาบหมายเลข 1
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.7 ธงตะขาบหมายเลข 2
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

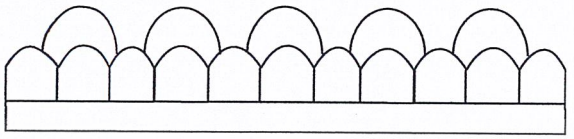


ภาพที่ 4.8 ธงตะขาบหมายเลข 3
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.9 ธงตะขาบหมายเลข 4
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)



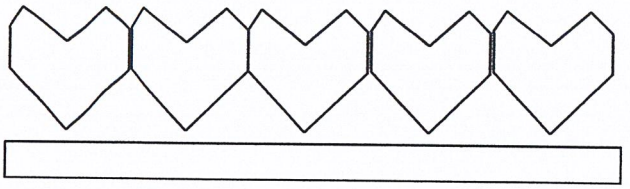
ภาพที่ 4.10 ธงตะขาบหมายเลข 5
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.11 ธงตะขาบหมายเลข 6
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.12 ธงตะขาบหมายเลข 7
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.13 ธงตะขาบหมายเลข 8
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

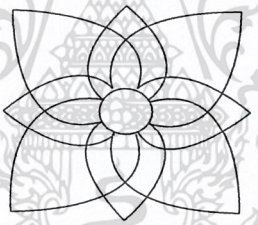


ภาพที่ 4.14 ธงตะขาบหมายเลข 9
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.15 ธงตะขาบหมายเลข 10
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

4.2.1.2 ลวดลายดอกกระเจี๊ยบแดงและฝักกระเจี๊ยบเขียว

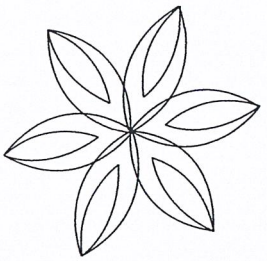
การออกแบบลวดลายดอกกระเจี๊ยบแดงซึ่งเป็นอาหารพื้นถิ่นของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังร่วมกับลวดลายดั่งเดิม ผลการออกแบบทั้งหมด 10 ลาย



ภาพที่ 4.16 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 1
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.17 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 2
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



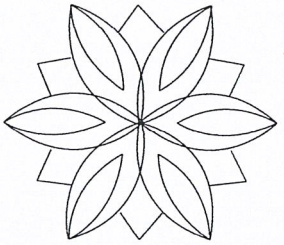
ภาพที่ 4.18 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 3
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.19 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 4
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.20 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 5
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.21 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 6
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.22 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 7
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.23 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 8
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.24 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 9
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.25 ดอกกระเจี๊ยบแดงหมายเลข 10
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

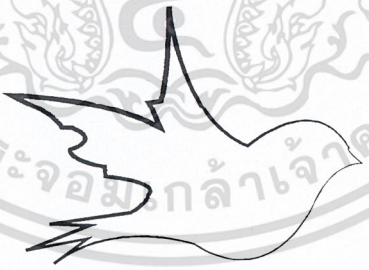
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.1.3 ลวดลายนก

การออกแบบลวดลายนกซึ่งอยู่ในประเพณีปล่อยนกของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ เขตลาดกระบังร่วมกับลวดลายดั่งเดิม ผลการออกแบบทั้งหมด 10 ลาย

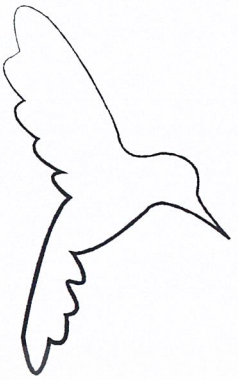
ภาพที่ 4.26 นกหมายเลข 1
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.27 นกหมายเลข 2
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)



ภาพที่ 4.28 นกหมายเลข 3
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.29 นกหมายเลข 4
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.30 นกหมายเลข 5
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.31 นกหมายเลข 6
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

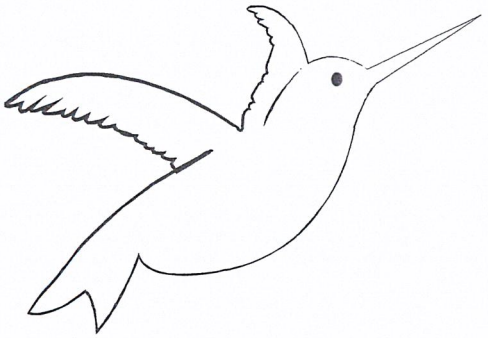
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.32 นกหมายเลข 7
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.33 นกหมายเลข 8
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ภาพที่ 4.34 นกหมายเลข 9
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.35 นกหมายเลข 10
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

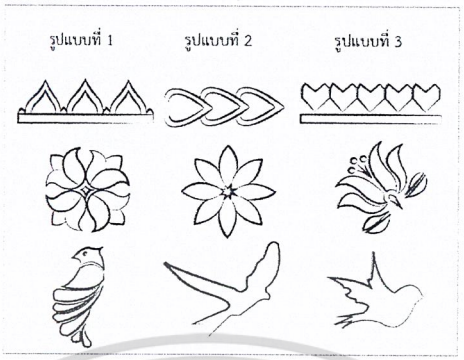
ผลการออกแบบลวดลายจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ว่าคือลวดลายที่มีลักษณะเด่นชัดเป็นศิลปวัฒนธรรมมอญที่เกิดขึ้นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ทำให้เป็นอัตลักษณ์เกิดความน่าจดจำของผู้คนเมื่อนึกถึงกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง อันได้แก่ ธงตะขาบ ดอกกระเจี๊ยบแดง และนก

ภาพที่ 4.36 ประเภทการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

จากภาพ 4.36 ประเภทการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง โดยแบ่งประเภทการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบังโดยแบ่งเป็น รูปแบบประยุกต์ และรูปแบบการตัดทอน เพื่อเป็นแนวทางในการนำลวดลายไปเสนอต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบลายในการประเมินรูปแบบทั้ง 3 รูปแบบ กลุ่มของลวดลายธงตะขาบ ดอกกระเจี๊ยบ และนก โดยคัดเลือกลายจากความเหมาะสมจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำลวดลายไปพัฒนาเป็นรูปแบบอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.37 ภาพแสดงการคัดรูปแบบลายเหลือ 3 รูปแบบ
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ (2562)

ภาพที่ 4.38 ภาพแสดงลายธงตะขาบรูปแบบที่ 1
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ (2562)

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบลวดลายธงตะขาบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 1

ประเมินผลการออกแบบ	n=3 รูปแบบพัฒนาที่ 1		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.33	0.57	มาก
2. มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	4.33	0.57	มาก
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม	4.66	0.57	มาก
4. มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย	3.33	0.57	ปานกลาง
5. มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	4.66	0.57	มาก
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.33	0.57	ปานกลาง
รวม	4.21	0.23	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.3 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็นมีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\overline{X}$=4.33, SD. = 0.57). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\overline{X}$=4.33, SD. = 0.57). มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\overline{X}$=3.33, SD. = 0.57). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับ ผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\overline{X}$=3.33, SD. = 0.57). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่($\overline{X}$=4.21,SD.=0.23). แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

ภาพที่ 4.39 ภาพแสดงลายธงตะขาบรูปแบบที่ 2
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ (2562)

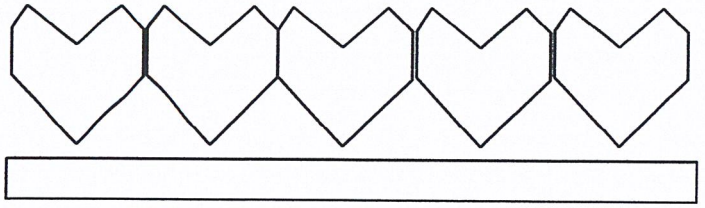
ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบลวดลายธงตะขาบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 2

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 2		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	3.66	0.57	ปานกลาง
2. มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	3.66	0.57	ปานกลาง
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม	4.66	0.57	มาก
4. มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	3.66	0.57	ปานกลาง
5. มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	4.00	0.00	มาก
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.33	0.57	ปานกลาง
รวม	3.90	0.29	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็นมีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\overline{X}$=3.66, SD. = 0.57). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\overline{X}$=3.66, SD. = 0.57). มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\overline{X}$=3.66, SD. = 0.57). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เข้ากับ ผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$=4.00, SD. = 0.00). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\overline{X}$=3.33, SD. = 0.57). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=3.90, SD. = 0.29).แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก



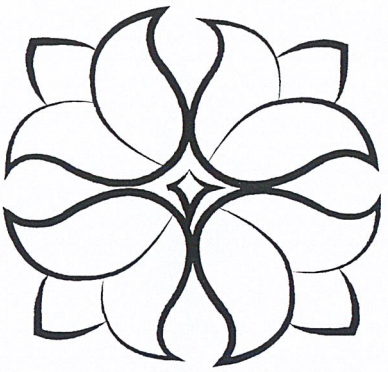
ภาพที่ 4.40 ภาพแสดงลายธงตะขาบรูปแบบที่ 3
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ (2562)

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบลวดลายธงตะขาบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 3

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 3		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.66	0.57	มาก
2. มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	5.00	0.00	มากที่สุด
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม	4.66	0.57	มาก
4. มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	5.00	0.00	มากที่สุด
5. มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	4.66	0.57	มาก
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.72	0.30	มาก

จากตารางที่ 4.5 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\overline{X}$=5.00, SD. = 0.00). มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\overline{X}$=5.00, SD. = 0.00). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับ ผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\overline{X}$=5.00, SD. = 0.00). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=4.72, SD. = 0.30).แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



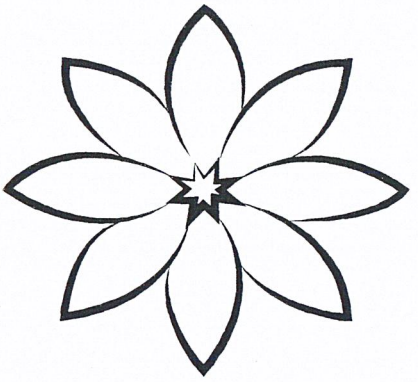
ภาพที่ 4.41 ภาพแสดงลายดอกกระเจี๊ยบรูปแบบที่ 1
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ (2562)

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบลวดลายดอกกระเจี๊ยบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 1

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 1		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.66	0.57	มาก
2. มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	5.00	0.00	มากที่สุด
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม	4.66	0.57	มาก
4. มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	5.00	0.00	มากที่สุด
5. มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	4.66	0.57	มาก
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.72	0.30	มาก

จากตารางที่ 4.6 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{X}$=5.00, SD. = 0.00). มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{X}$=5.00, SD. = 0.00). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับ ผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{X}$=5.00, SD. = 0.00). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}$=4.72, SD. = 0.30).แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



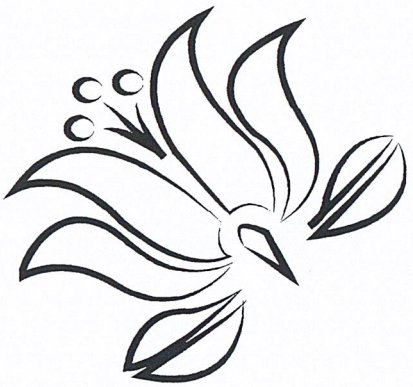
ภาพที่ 4.42 ภาพแสดงลายดอกกระเจี๊ยบรูปแบบที่ 2
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ (2562)

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบลวดลายดอกกระเจี๊ยบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 2

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 2		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.00	0.00	มาก
2. มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	4.33	0.57	มาก
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม	4.66	0.57	มาก
4. มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	3.66	0.57	ปานกลาง
5. มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	4.66	0.57	มาก
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.66	0.57	ปานกลาง
รวม	4.24	0.27	มาก

จากตารางที่ 4.7 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{X}$=4.00, SD. = 0.00). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{X}$=4.33, SD. = 0.57). มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{X}$=3.66, SD. = 0.57). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับ ผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{X}$=3.66, SD. = 0.57). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}$=4.24, SD. = 0.27).แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.43 ภาพแสดงลายดอกกระเจี๊ยบรูปแบบที่ 3
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ (2562)

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบลวดลายดอกกระเจี๊ยบ จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 3

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 3		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.00	0.00	มาก
2. มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	4.66	0.57	มาก
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม	4.66	0.57	มาก
4. มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	4.33	0.57	มาก
5. มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	4.66	0.57	มาก
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	4.33	0.57	มาก
รวม	4.39	0.27	มาก

จากตารางที่ 4.8 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็นมีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\overline{X}$=4.00, SD. = 0.00). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\overline{X}$=4.33, SD. = 0.57). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\overline{X}$=4.33, SD. = 0.57). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=4.39, SD. = 0.27).แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

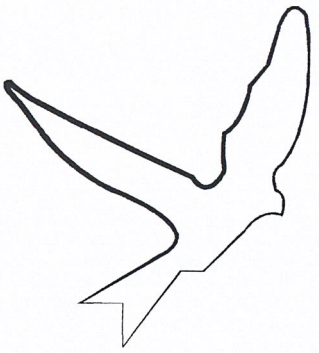
ภาพที่ 4.44 ภาพแสดงลายนกรูปแบบที่ 1
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ (2562)

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบลวดลายนก จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 1

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 1		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.00	0.00	มาก
2. มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	4.66	0.57	มาก
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม	4.66	0.57	มาก
4. มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	4.33	0.57	มาก
5. มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	4.66	0.57	มาก
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	4.33	0.57	มาก
รวม	4.39	0.27	มาก

จากตารางที่ 4.9 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\overline{X}$=4.00, SD. = 0.00). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\overline{X}$=4.33, SD. = 0.57). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\overline{X}$=4.33, SD. = 0.57). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=4.39, SD. = 0.27).แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.45 ภาพแสดงลายนกรูปแบบที่ 2
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ (2562)

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบลวดลายนกจำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 2

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 2		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	3.33	0.57	ปานกลาง
2. มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	3.33	0.57	ปานกลาง
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม	4.00	1.00	ปานกลาง
4. มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	3.00	0.00	ปานกลาง
5. มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	3.33	0.57	ปานกลาง
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.33	0.57	ปานกลาง
รวม	3.66	0.34	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\overline{X}$=3.33, SD. = 0.57). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\overline{X}$=3.33, SD. = 0.57). มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม ($\overline{X}$=4.00, SD. = 1.00). มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\overline{X}$=3.00, SD. = 0.00). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับ ผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$=3.33, SD. = 0.57). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\overline{X}$=3.33, SD. = 0.57). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=3.66, SD. =0.34).แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.46 ภาพแสดงลายนกรูปแบบที่ 3
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ (2562)

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบลวดลายนก จำนวน 3 ท่าน รูปแบบที่ 3

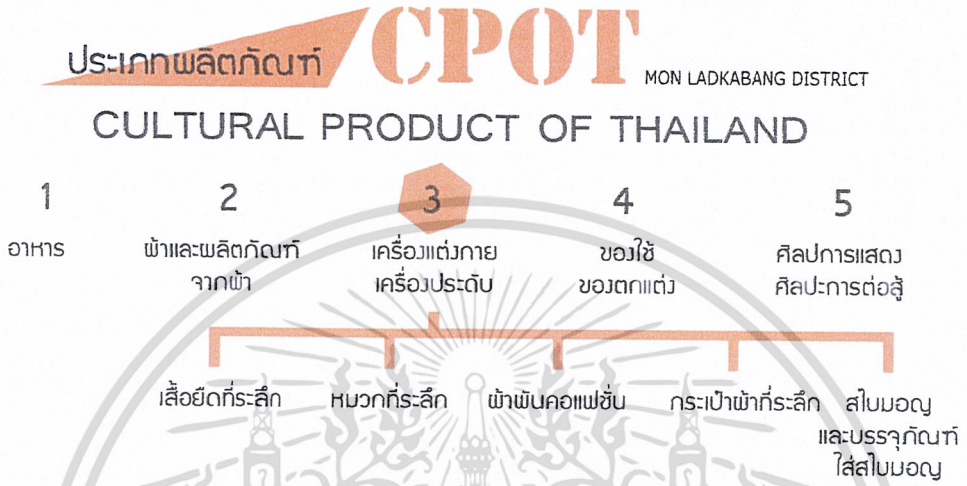
ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาที่ 3		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว	4.00	0.00	มาก
2. มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า	4.66	0.57	มาก
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม	4.66	0.57	มาก
4. มีสร้างสรรค์ของลวดลาย	4.33	0.57	มาก
5. มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์	4.66	0.57	มาก
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	4.33	0.57	มาก
รวม	4.39	0.27	มาก

จากตารางที่ 4.11 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{X}$=4.00, SD. = 0.00). มีความเป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย ($\bar{X}$=4.33, SD. = 0.57). มีความสวยงามที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย ($\bar{X}$=4.33, SD. = 0.57). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}$=4.39, SD. = 0.27).แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

4.2.2 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชน ตามแนวทางอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบังที่ผ่านการวิเคราะห์ว่าคือการนำ มรดกทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมแห่งวิถีชีวิต ลวดลายต่างๆมาประยุกต์ โดยการนำลวดลายที่ผ่าการวิเคราะห์การผู้เชี่ยวชาญ โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์นำทุนเดิมทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ได้ขับเคลื่อนโครงการส่งเสริมชุมชนคุณธรรมน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 4.47 ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

จากภาพ 4.47 ได้แสดงผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product of Thailand: CPOT) กระทรวงวัฒนธรรมสนองนโยบายของรัฐบาล มั่นคง มั่นคั่ง ยั่งยืน ตามหลักยุทธศาสตร์ ในด้านการพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ที่มีเนื้อหาภูมิหลังทางวัฒนธรรมทั่วประเทศ นำมาเป็นแรงบันดารใจ ในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย สร้างรายได้ให้ชุมชน และประเทศชาติ ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาต่อยอดมาจากวัฒนธรรมไทย มีคุณค่า ความหมาย เรื่องราวด้านวัฒนธรรมอันเป็นรากเง้าที่ได้รับการสืบสาน สืบทอดที่ได้มาจากบรรพบุรุษ บ่งบอกอัตลักษณ์ สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ โดยวัฒนธรรมที่นำมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ 1. อาหาร 2.ผ้าผลิตภัณฑ์จากผ้า 3.เครื่องแต่งกายเครื่องประดับ 4.ของใช้ของตกแต่ง 5.ศิลปะการแสดง ศิลปะการต่อสู้ ผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นโดยนำรูปแบบหลักฐานทางวัฒนธรรมมาออกแบบ ประยุกต์ พัฒนา ต่อยอด สร้างสรรค์ ให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ตามสมัยนิยม สอดคล้องความต้องการของคนในสังคมและชุมชนชนพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

การออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ตามแนวทาง ศิลปวัฒนธรรมมอญที่ผ่านการวิเคราะห์ ว่าคือการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยลวดลายที่นำอัตลักษณ์ชุมชนมอญเขตลาดกระบัง ที่ผ่านการวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ได้ขับเคลื่อนโครงการส่งเสริมชุมชนคุณธรรมน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.48 ผลิตภัณฑ์เสื้อจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เสื้อยืดจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อยืด		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.00	0.00	มาก
2. มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.66	0.57	มากที่สุด
3. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.66	0.57	มากที่สุด
4. มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.33	0.57	มาก
5. มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน	4.66	0.57	มากที่สุด
รวม	4.39	0.27	มาก

จากตารางที่ 4.12 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อยืดอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}$=4.00, SD. = 0.00). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}$=4.33, SD. = 0.57). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}$=4.39, SD. =0.27). แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.49 ผลิตภัณฑ์หมวกจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมวกจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์หมวก		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.66	0.57	มาก
2. มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	3.66	0.57	มาก
3. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.66	0.57	มาก
4. มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.66	0.57	มาก
5. มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน	4.00	0.00	มาก
รวม	3.90	0.29	มาก

จากตารางที่ 4.13 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมวกอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็นมีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\overline{X}$=3.66, SD. = 0.57). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\overline{X}$=3.66, SD. = 0.57). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\overline{X}$=3.66, SD. = 0.57). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน ($\overline{X}$=4.00, SD. = 0.00). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=3.90, SD. =0.29). แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.50 ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่นจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่นจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.66	0.57	มากที่สุด
2. มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.66	0.57	มากที่สุด
3. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.33	0.57	มาก
4. มีความเหมาะสมในการใช้งาน	5.00	0.00	มากที่สุด
5. มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน	4.66	0.57	มากที่สุด
รวม	4.66	0.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่นจากอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็นมีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}$=4.33, SD. = 0.57). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}$=5.00, SD. = 0.00). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน ($\bar{X}$=4.66, SD. = 0.57). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}$=4.66, SD. =0.30). แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.51 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้า		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	3.33	0.57	ปานกลาง
2. มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	3.33	0.57	ปานกลาง
3. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.00	1.00	มาก
4. มีความเหมาะสมในการใช้งาน	3.00	0.00	ปานกลาง
5. มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน	3.33	0.57	ปานกลาง
รวม	3.66	0.34	มาก

จากตารางที่ 4.15 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าจากอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\bar{X}$=3.33, SD. = 0.57). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\bar{X}$=3.33, SD. = 0.57). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}$=4.00, SD. = 1.00). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{X}$=3.00, SD. = 0.00). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

($\overline{X}$=3.33, SD. = 0.57). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=3.66, SD. =0.34). แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

ภาพที่ 4.52 ผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จำนวน 3 ท่าน

ประเมินผลการออกแบบ	n=3		
	รูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญ		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค	4.66	0.57	มากที่สุด
2. มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม	4.66	0.57	มากที่สุด
3. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.66	0.57	มากที่สุด
4. มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.66	0.57	มากที่สุด
5. มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.51	0.27	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญจากอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็นมีความน่าสนใจด้วยการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีความเหมาะสมในการใช้งาน ($\overline{X}$=4.66, SD. = 0.57). มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งาน ($\overline{X}$=5.00, SD. = 0.00). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=4.51, SD. =0.27). แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมากที่สุด

4.3 ผลประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

หลังจากที่ผู้วิจัยสรุปแบบร่าง และสร้างหุ่นจำลองต้นแบบแล้ว ผู้วิจัยจึงนำหุ่นจำลองต้นแบบนำไปประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จำนวน 222 คน (ตามตารางสำเร็จรูป Yamane ตามค่าความคาดเคลื่อน 5%) เพื่อสอบถามความพึงพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว เขตลาดกระบัง โดยผลประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นตารางดังนี้

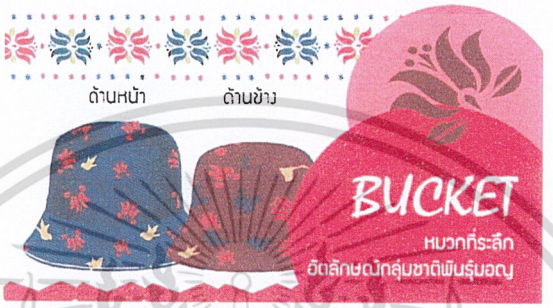
ภาพที่ 4.53 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์เสื้อยืด
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เสื้อยืดจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ประเมินผลการออกแบบ	n=222 รูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อยืด		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.20	1.15	มาก
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.96	0.82	มาก
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม	3.61	0.93	มาก
4. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม	4.51	0.67	มากที่สุด
5. มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.86	0.78	มาก
6. มีราคาที่เหมาะสม	3.35	0.87	ปานกลาง
รวม	4.00	0.87	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.17 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อยืดจากอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\overline{X}$=4.20, SD. = 1.15). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\overline{X}$=3.96, SD. = 0.82). ใช้วัสดุที่เหมาะสม ($\overline{X}$=3.61, SD. = 0.93). มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม ($\overline{X}$=4.51, SD. = 0.67). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$=3.86, SD. = 0.78). มีราคาที่เหมาะสม ($\overline{X}$=3.35, SD. =0.87). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=4.00, SD. =0.87). แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก



ภาพที่ 4.54 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์หมวก
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมวกจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ประเมินผลการออกแบบ	n=222 รูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์หมวก		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.20	1.15	มาก
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.96	0.82	มาก
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม	3.61	0.93	มาก
4. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม	4.51	0.67	มากที่สุด
5. มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.86	0.78	มาก
6. มีราคาที่เหมาะสม	3.35	0.87	ปานกลาง
รวม	**3.91**	**0.87**	มาก

จากตารางที่ 4.18 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมวกจากอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\overline{X}$=4.20, SD. = 1.15). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\overline{X}$=3.96, SD. = 0.82). ใช้วัสดุที่เหมาะสม ($\overline{X}$=3.61, SD. = 0.93). มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

($\overline{X}$=4.51, SD. = 0.67). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$=3.86, SD. = 0.78). มีราคาที่เหมาะสม ($\overline{X}$=3.35, SD. =0.87). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=3.91, SD. =0.87). แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

ภาพที่ 4.55 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่น
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่นจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ประเมินผลการออกแบบ	n=222		
	รูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่น		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.31	1.16	มาก
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.97	0.78	มาก
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม	3.40	0.83	มาก
4. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม	4.39	0.69	มาก
5. มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.74	0.81	มาก
6. มีราคาที่เหมาะสม	3.77	0.98	มาก
รวม	**3.93**	**0.87**	มาก

จากตารางที่ 4.19 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแฟชั่นจากอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิด ความคิดเห็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\overline{X}$=4.31, SD. = 1.16). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\overline{X}$=3.97, SD. = 0.78). ใช้วัสดุที่เหมาะสม ($\overline{X}$=3.40, SD. = 0.83). มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม ($\overline{X}$=4.39, SD. = 0.69). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$=3.74, SD. = 0.81). มีราคาที่เหมาะสม ($\overline{X}$=3.77, SD. =0.98). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=3.93, SD. =0.87). แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.56 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้า
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ประเมินผลการออกแบบ	n=222		
	รูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้า		
	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.20	1.15	มาก
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.96	0.82	มาก
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม	3.61	0.93	มาก
4. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม	4.51	0.67	มาก
5. มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.86	0.78	มาก
6. มีราคาที่เหมาะสม	3.35	0.87	ปานกลาง
รวม	3.91	0.87	มาก

จากตารางที่ 4.20 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าจากอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\overline{X}$=4.20, SD. = 1.15). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\overline{X}$=3.96, SD. = 0.82). ใช้วัสดุที่เหมาะสม ($\overline{X}$=3.61, SD. = 0.93). มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม ($\overline{X}$=4.51, SD. = 0.67). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$=3.86, SD. = 0.78). มีราคาที่เหมาะสม ($\overline{X}$=3.35, SD. =0.87). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$=3.91, SD. =0.87). แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.57 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์สไบมอญ
ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. (2562)

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สไบมอญจากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ประเมินผลการออกแบบ	n=222		
	รูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญ		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย	4.31	1.16	มาก
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.97	0.78	มาก
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม	3.40	0.83	มาก
4. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม	4.39	0.69	มาก
5. มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.74	0.81	มาก
6. มีราคาที่เหมาะสม	3.77	0.98	มาก
รวม	**3.93**	**0.87**	มาก

จากตารางที่ 4.21 นำปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญจากอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญที่ผ่านการวิเคราะห์ในการออกแบบร่วมด้วยขั้นตอนสรุปแนวคิดจากการระดมความคิดความคิดเห็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ($\bar{X}$=4.31, SD. = 1.16). มีความปลอดภัยในการใช้งาน ($\bar{X}$=3.97, SD. = 0.78). ใช้วัสดุที่เหมาะสม ($\bar{X}$=3.40, SD. = 0.83). มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม ($\bar{X}$=4.39, SD. = 0.69). มีความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$=3.74, SD. = 0.81). มีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X}$=3.77, SD. =0.98). โดยภาพรวมของลวดลายนี้ค่าอยู่ที่ ($\bar{X}$=3.93, SD. =0.87). แปลผลอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษารวบรวมเอกสาร จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม และประเพณีมอญ การสัมภาษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำเสนอในรูปแบบของตารางและเรียบเรียงเป็นคำบรรยายในแต่ละขั้นตอนตามวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และเสนอแนะข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบังเพื่อรวบรวมองค์ความรู้และสร้างแนวทางการออกแบบ

ผลการศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังสำหรับรวบรวมองค์ความรู้และเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลาย กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังนั้นเป็นกลุ่มชาวมอญที่ขยายตัวมาจากพระประแดง และสมุทรสาคร เนื่องจากนโยบายขุดคลองสายต่างๆ ในสมัยรัชกาลที่ 5 เพิ่มพื้นที่นาสำหรับผลผลิตข้าวเพื่อการค้าและส่งออก โดยการชักชวนให้ชาวบ้านมาบุกเบิกที่ทำมาหากินด้วยการงดเว้นการเก็บภาษีในระยะแรก และเก็บในอัตราลดหย่อนพิเศษกว่าพื้นที่ทำนาเก่าๆ ในระยะต่อมาประกอบกับพื้นที่ทำนาของชาวมอญพระประแดงก็เริ่มแออัด ทำให้ชาวมอญเหล่านั้นพากันลงหลักปักฐานยังสถานที่ทำนา คือ ย่านลาดกระบัง จุดเด่นของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง คือ เป็นชุมชนที่มีการอนุรักษ์ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมชาวไทย เชื้อสายรามัญมานานกว่า 100 ปี และใช้ประเพณีวัฒนธรรมเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ เครือญาติชุมชนชาวมอญในเขตลาดกระบัง เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ ชาวไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่เขตลาดกระบัง มีความคิดความเชื่อและวิถีชีวิตความคล้ายคลึงกับชาวไทยเชื้อสายมอญในพื้นที่อื่นๆ ของไทย โดยเฉพาะความศรัทธาและเลื่อมใสในพระพุทธศาสนาซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากประเพณีในรอบปี โดยจะมีพิธีกรรมต่างๆ เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตดำเนินไปอย่างสม่ำเสมอในรอบปี ความใกล้ชิดกับพุทธศาสนาทำให้วัดจึงกลายเป็นจุดศูนย์กลางของสังคมในการประกอบกิจกรรม ประเพณี หรือพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น ประเพณีสงกรานต์เปรียบเสมือนการเริ่มต้นชีวิตใหม่ในแต่ละปีศักราชมอญ จะมีการจัดประเพณีสรงน้ำพระและรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ (ฮะเหริ่งช่าง) บรรดาลูกหลาน หนุ่ม ๆ สาว ๆ จะพากันนุ่งโสร่งห่มสไบมอญสีสันสดใสสวยงาม ประเพณีปล่อยนกปล่อยปลา (ฮะเหล่ฮะเจมฮะเหล่กะ) ชาวมอญนิยมทำกันในช่วงเทศกาลสงกรานต์ซึ่งเป็นช่วงหน้าแล้งเชื่อว่าเป็นการได้ปล่อยชีวิตแล้วจะช่วยต่ออายุให้ยืนยาวตลอดไป ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบ (เกี่ยะหยั่งโหน่มั่ว-อะลามเทียะ) ถือว่ามีความสำคัญและแสดง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกลักษณ์ของชาวมอญอย่างเด่นชัด เนื่องจากชาวมอญถือว่าหงส์เป็นสัตว์ที่สูงศักดิ์ และมีประวัติยาวนานนับตั้งแต่สมัยพุทธกาลจึงใช้หงส์เป็นสัญลักษณ์ของประเทศราชมัญส่วนธงตะขาบนั้นเป็นเรื่องราวที่มีคติทั้งทางโลกและทางธรรม ตะขาบเป็นสัตว์ มีลำตัวยาว มีเขี้ยวเล็บเป็นพิษ สามารถต่อสู้กับศัตรูที่มาระรานได้ เปรียบเสมือนคนมอญที่ไม่เคยหวาดหวั่นต่อศัตรู เมื่อพิจารณาจากการแสดงให้เห็นถึงความพร้อมเพรียงของชุมชน วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมาเป็นทุน ทั้งในเรื่องการเสริมสร้างสำนึก วิถีถิ่น และการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมผ่านผ้าและเครื่องแต่งกาย มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งเป็นเครื่องแสดงอัตลักษณ์มอญได้ดีที่สุด

5.1.2 สรุปผลการออกแบบลวดลาย

ผลการออกแบบลวดลาย ผู้วิจัยทำการร่างแบบลวดลาย โดยนำอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ เขตลาดกระบัง คือ ธงตะขาบ ดอกกระเจี๊ยบ และนก ได้ผลการศึกษาว่า ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ถึงอัตลักษณ์ของลวดลาย เมื่อมีการนำเสนอเรื่องราวที่มาของแนวความคิดในการออกแบบ ทำให้เกิดการรับรู้ได้ถึงลวดลายในระดับมาก ในการนำเสนอเรื่องราวที่มาของแนวความคิดในการออกแบบและภาพของลวดลายประกอบเหล่านั้นเป็นการช่วยขยายประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคเกิดเป็นเรื่องราว ประกอบผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ได้โดยง่าย ส่วนความสำคัญของการสื่อลวดลายนั้นยังคงได้ผลสอดคล้องกับงานวิจัยเดิม กล่าวคือ บางส่วนเห็นว่าการสื่อความหมายของลายมีความจำเป็นและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่บางส่วนเห็นว่าไม่มีความจำเป็นขอให้มีการออกแบบลายและสีที่เหมาะสม (ชูศักดิ์ ไทพาณิชย์, 2556) ผู้บริโภคสามารถสร้างความหมายใหม่ให้กับตนเองจากลวดลายซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องตรงกับผู้ที่ออกแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรสนิยมความพึงพอใจส่วนบุคคล (สมบัติ ประจญศานต์, 2558) แต่เน้นจุดสนใจที่องค์ประกอบศิลป์โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับหนึ่ง นั้นหมายถึงการจัดโครงสีระหว่างสีพื้นและลวดลาย ส่วนความชอบของแต่ละเฉดสีเป็นภาวะส่วนบุคคล จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบสีสันโดยรวมของผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด (สมบัติ ประจญศานต์, 2558) นอกจากเห็นลักษณะทางกายภาพแล้วประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ถึงคุณค่างานหัตถศิลป์ ผู้บริโภคต้องการให้มีการพัฒนาลวดลายสีให้เลือกหลากหลายและมีการตัดสินใจซื้อจากสีสันและลวดลาย สวยงามถูกใจ (ไพโรจน์ ธีระประภา, 2561)

5.1.3 สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์

ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นรูปแบบการออกแบบที่ร่วมสมัย ซึ่งนำเอางานออกแบบที่เป็นที่นิยมในรูปแบบปัจจุบันมาผสมอย่างกลมกลืนกับรูปแบบต่างๆ ในอดีต โดยมีจุดประสงค์เพื่อดึงเอาความรู้สึกหรืออารมณ์จากรูปแบบในอดีตมาแต่งกลิ่น หรือเพิ่มรสให้กับงานออกแบบนั้น ๆ Donald A. Norman (2004) Emotional Design ได้กล่าวคือ ให้ความรู้สึกที่สมดุลกันทั้งสองยุคอย่างลงตัวและกลมกลืน ให้เป็นงานออกแบบที่เรียบง่าย ไม่มีลวดลายซับซ้อน จากนั้นจะตกแต่งให้สวยงามขึ้น หรือเพิ่มความรู้สึก หรือแต่งรสด้วยการประดับตกแต่ง บางจุดหรือบางส่วน โดยหยิบยกกลิ่นอายความสวยงามในอดีตมาผสมผสานให้เข้ากับการใช้งานหรือสภาพวิถีชีวิตในยุคปัจจุบันให้เกิดความสมดุลไม่ย้อนยุคมากเกินไป ตัดทอนลงไปให้เหลือความพอดี สอดแทรกอยู่ในมุมต่างๆ หรือส่วนต่างๆ ให้เกิดมิติที่สวยงามและน่ามอง (Joong Yeal Park, 2013)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.4 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยสอบถามความพึงพอใจด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จำนวน 222 คน (ตามตารางสำเร็จรูป Yamane ตามค่าความคลาดเคลื่อน 5%) พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อ ทั้ง 3 รูปแบบ ผลิตภัณฑ์เสื้อยืดมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$ = 4.00, S.D. = 0.87) ผลิตภัณฑ์หมวกมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$ = 3.91, S.D. = 0.87) ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$ = 3.93, S.D. = 0.87) ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$ = 3.91, S.D. = 0.87) ผลิตภัณฑ์สไบมอญมีความพึงพอใจในระดับมากค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$ = 3.93, S.D. = 0.87) โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสื้อยืด อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$ = 4.00, S.D. = 0.87) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ด้วยลวดลายที่ได้รับการออกแบบสีสันที่กระตุ้นความรู้สึก ให้นึกถึงสถานที่ที่มาเที่ยว ความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ได้อย่างลงตัว ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่ ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$ = 3.93, S.D. = 0.87) เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานได้หลากหลาย เหมาะสมกับการใช้ในชีวิตประจำวัน มีความสวยงามแปลกใหม่เหมาะแก่การซื้อใช้เอง หรือนำไปเป็นของฝากของที่ระลึกตามวาระโอกาสต่างๆ จึงเป็นที่น่าสนใจและสามารถบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังได้เป็นอย่างดี และอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ สไบมอญ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่ ค่าอยู่ที่ ($\overline{X}$ = 3.93, S.D. = 0.87) เนื่องจากสไบมอญมีความแปลกตา และยังมีสีสันลวดลายที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังที่คงไว้ด้วยเสน่ห์ เกิดเป็นลูกเล่นส่งเสริมให้สไบมอญมีความสมบูรณ์สวยงาม น่าซื้อหา โดยผู้ประกอบการร้านค้าหรือกลุ่มชุมชน ผู้ผลิตต่างๆ สามารถนำไปประยุกต์ต่อยอดตามความเหมาะสม

5.2 อภิปรายผล

ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นรูปแบบการออกแบบที่ร่วมสมัย ซึ่งนำเอางานออกแบบที่เป็นที่นิยมในรูปแบบปัจจุบันมาผสมอย่างกลมกลืนกับรูปแบบต่างๆ ในอดีต โดยมีจุดประสงค์เพื่อดึงเอาความรู้สึกหรืออารมณ์จากรูปแบบในอดีตมาแต่งกลิ่น หรือเพิ่มรสให้กับงานออกแบบนั้นๆ Donald A. Norman (2004) Emotional Design ได้กล่าวคือ ให้ความรู้สึกที่สมดุลกันทั้งสองยุคอย่างลงตัวและกลมกลืน ให้เป็นงานออกแบบที่เรียบง่าย ไม่มีลวดลายซับซ้อน จากนั้นจะตกแต่งให้สวยงามขึ้น หรือเพิ่มความรู้สึก หรือแต่งรสด้วยการประดับตกแต่ง บางจุดหรือบางส่วน โดยหยิบยกกลิ่นอายความสวยงามในอดีตมาผสมผสานให้เข้ากับการใช้งานหรือสภาพวิถีชีวิตในยุคปัจจุบันให้เกิดความสมดุลไม่ย้อนยุคมากเกินไป ตัดทอนลงไปให้เหลือความพอดี สอดแทรกอยู่ในมุมต่าง ๆ หรือส่วนต่าง ๆ ให้เกิดมิติที่สวยงามและน่ามอง (Joong Yeal Park, 2013)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้การออกแบบควรมีการต่อลวดลายให้เกิดความต่อเนื่องมีเรื่องราวที่น่าสนใจของลวดลาย ไม่เช่นนั้นจะทำให้ลวดลายดูขาดไม่ต่อเนื่อง เมื่อนำไปใช้บนผลิตภัณฑ์อื่นๆ

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป เนื่องจากลวดลายบางลวดลายเกิดจากความเชื่อความศรัทธา ดังนั้นการนำลว

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง มีวิถีชีวิตประเพณี วัฒนธรรม และงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่ชุมชนส่งต่อกันมาอย่างยาวนาน ทำให้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น

5.3.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยได้รับองค์ความรู้ทางประวัติความเป็นมาในการตั้งถิ่นฐานของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

5.3.5 ข้อเสนอแนะในการวิจัยได้รับองค์ความรู้ทางประวัติความเป็นมาในการตั้งถิ่นฐานของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

5.3.6 ข้อเสนอแนะในการวิจัยทราบถึงสภาพวิถีชีวิตมอญ วัฒนธรรมมอญ ความเชื่อมอญและการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันของชาติพันธุ์มอญ

5.3.7 ข้อเสนอแนะในการวิจัยทราบถึงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

5.3.8 ข้อเสนอแนะในการวิจัยได้ทราบถึงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

5.3.9 ข้อเสนอแนะในการวิจัยเผยแพร่และถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมมอญ เพื่อเป็นการยกระดับศิลปะท้องถิ่นให้ชนรุ่นหลัง นักท่องเที่ยว และผู้สนใจได้รู้จักแพร่หลายมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กองการท่องเที่ยว สำนักงานวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว. (2561). *คู่มือท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตลาดกระบัง.* กรุงเทพฯ: ฝ่ายบริหารจัดการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น.

ชูศักดิ์ ไทพาณิชย์. (2556). *การออกแบบลวดลาย.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟิก จำกัด

ชมรมเยาวชนมอญกรุงเทพ. (2561). ประเพณีมอญ. [เฟซบุ๊ก]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/monyouthbangkok

นวมณฑ์ อุดมรัตน์. (2553). *หยั่งรากรามัญบนผืนแผ่นดินไทย.* วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัณณ์ณัช ชนัทพรรษ. (2558). การพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบสินค้าชุมชน. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่,* 7(3), 5-8.

ปัทมา สรสุข และคณะ. (2554). *การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม และประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ.* วิทยานิพนธ์วิทยาการจัดการบัณฑิตศึกษา, สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ไพโรจน์ ธีระประภา. (2561). *การออกแบบกราฟิกเพื่อชุมชน/ความพอดีและเหมาะสมตามสิ่งจำเป็นของวันนี้.*สืบค้นจาก https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/814007

องค์ บรรจุน. (2557). *สไบมอญ (หญาดฮะเหริ่มโตะ).* [เว็บบล็อก]. สืบค้นจาก http://www.openbase.in.th/node/10070

สมบัติ ประจญศานต์. (2558). ลวดลายเรขศิลป์ส่วนประดับของปราสาทขอมบนผ้าไหมมัดหมี่ต่อการออกแบบเครื่องแต่งกาย. *วารสารพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 3*(3), 1-8.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย.* [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html

สุมิตรา ศรีวิบูลย์ และ จิระ จริงจิตร. (2547). *การออกแบบอัตลักษณ์.* กรุงเทพฯ : Core Function

Donald A. Norman. (2004). *Emotional Design Why We Love (or Hate) Everyday Things. New York: Published by Basic Books.* Retrieved from https://motamem.org/upload/Emotional-Design-Why-We-Love-or-Hate-Everyday-Things-Donald-Norman.pdf. - เมื่อ. 5.5.62.

Joong Yeal Park. (2013). Journey of Jerrycan, Sustainable Local Product Design Development for SMES Designers: A Case study from Kampala, Uganda. Finland: Creative Sustainability, Master degree Department of Design. Architecture Aalto University.

E. Jerome McCarthy. (2015). *Basic marketing: A marketing strategy planning approach*. McGraw-Hill Irwin. [Website]. Retrieved from http://dekmarketing.blogspot.com/2016/07/e-jerome-Mccarthy-4ps.html- เมื่อ. 15.9.62.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

หนังสือราชการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว ๘๑๑๘.๔/๐๕๖

ภาควิชาการจัดการเรียนรู้
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ต. แสนสุข อ. เมือง จ. ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๓ สิงหาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์บทความในวารสารออนไลน์ e-Journal of Education Studies, Burapha University

เรียน นางสาวนันทพร ไพรเวศ

ตามที่ท่านได้เสนอบทความ เรื่อง ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยง การท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง (ID๒๐๙๑๖๒) เพื่อตีพิมพ์บทความในวารสารออนไลน์ e-Journal of Education Studies, Burapha University นั้น

บัดนี้กองบรรณาธิการได้พิจารณาบทความของท่านแล้วและเห็นชอบให้ตีพิมพ์บทความในวารสารออนไลน์ e-Journal of Education Studies, Burapha University. ISSN 2697-3863 (Online). ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๒ สิงหาคม ๒๕๖๒

จึงเรียนมาเพื่อทราบ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.สิราวรรณ จรัสรวีวัฒน์)
บรรณาธิการ

กองบรรณาธิการวารสาร eJES
โทรศัพท์ ๐ ๓๘๑๐ ๒๐๖๕
โทรสาร ๐ ๓๘๓๙ ๑๐๔๓
e-Mail: ejournaledu@gmail.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ อว.7004/ 0813 วันที่ 22 กรกฎาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมิน

เรียน ผศ.ดร.ศิริรัตน์ เพ็ชร์แสงศรี

ด้วย นางสาวนันทพร ไพรเวศ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง" โดยมี ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวนันทพร ไพรเวศ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบประเมินมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว 7004 /2050

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถาม

เรียน ดร.ชนัญชิดา ยุกติรัตน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนันทพร ไพรเวศ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์มอญ เพื่อเชื่อโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง" โดยมี ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวนันทพร ไพรเวศ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 063-464-5556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว 7004/ 0813

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

22 กรกฎาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมิน

เรียน อาจารย์ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมิน

ด้วย นางสาวนันทพร ไพรเวศ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง" โดยมี ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวนันทพร ไพรเวศ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 095-241-6746

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว 7004 /0813

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

22 กรกฎาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์มอญ

เรียน ว่าที่ ร.ต.รามัญ สาระพันธุ์

ด้วย นางสาวนันทพร ไพรเวศ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง" โดยมี ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์มอญ ของ นางสาวนันทพร ไพรเวศ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 095-241-6746

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว 7004 / 0813

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

22 กรกฎาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์มอญ

เรียน คุณประณีต อนงค์

ด้วย นางสาวนันทพร ไพรเวศ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง" โดยมี ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์มอญ ของ นางสาวนันทพร ไพรเวศ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 095-241-6746

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว 7004 /0813

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

22 กรกฎาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์มอญ

เรียน คุณสงกรานต์ คุณหอม

ด้วย นางสาวนันทพร ไพรเวศ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง" โดยมี ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์มอญ ของ นางสาวนันทพร ไพรเวศ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 095-241-6746

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว 7004 /2050

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

6 ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบลวดลายอัตลักษณ์มอญ

เรียน อาจารย์ประณีต อนงค์

ด้วย นางสาวนันทพร ไพรเวศ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์มอญ เพื่อเชื่อโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง" โดยมี ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบลวดลายอัตลักษณ์มอญ ของนางสาวนันทพร ไพรเวศ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 063-464-5556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว 7004 /2050

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

6 ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบลวดลายอัตลักษณ์มอญ

เรียน อาจารย์สงกรานต์ คุณหอม

ด้วย นางสาวนันทพร ไพรเวศ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์มอญ เพื่อเชื่อโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง" โดยมี ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบลวดลายอัตลักษณ์มอญ ของนางสาวนันทพร ไพรเวศ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 063-464-5556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว 7004 /2050

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

6 ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบลวดลายอัตลักษณ์มอญและด้านอัตลักษณ์มอญ

เรียน อาจารย์ปัญญาทรัพย์ วงศ์วิศาล

ด้วย นางสาวนันทพร ไพรเวศ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์มอญ เพื่อเชื่อโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง" โดยมี ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบลวดลายอัตลักษณ์มอญและด้านอัตลักษณ์มอญ ของ นางสาวนันทพร ไพรเวศ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 063-464-5556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว 7004 /2050

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

1 ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบผลิตภัณฑ์

เรียน อาจารย์กรกฎ ศิริสวัสดิ์

ด้วย นางสาวนันทพร ไพรเวศ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชน กลุ่มซาติพันธุ์มอญ เพื่อเชื่อโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง" โดยมี ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ ของ นางสาวนันทพร ไพรเวศ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 063-464-5556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข.

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

- ด้านออกแบบลวดลาย
- ด้านออกแบบผลิตภัณฑ์
- การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษร์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์เขตลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องการวิจัย

ชื่อโครงการ “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง”

ผู้วิจัย นางสาวนันทพร ไพรเวศ
โทร. 095-2416746 ,E-mail : nantaporn0111@gmail.com

ปริญญาครุศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นัดรับเครื่องมือวันที่.....

เอกสารประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เค้าโครงวิทยานิพนธ์
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย
นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ส่วนที่ 2 แบบประเมินสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือ(IOC) จำนวน 1 ชุด ได้แก่

1. แบบสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านลวดลายอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านลวดลายอัตลักษณ์ชนชาติพันธุ์มอญ
เรื่อง "การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง"
ผู้วิจัย นางสาวนันทพร ไพรเวศ
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง

แบบสอบถามมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

คำอธิบาย สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบ

เกณฑ์ในการตรวจสอบเครื่องมือ การตรวจสอบเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิใช้เกณฑ์ ดังนี้

+1 หมายถึง ข้อความหรือข้อคำถามนั้นใช้ได้มีความเหมาะสมตรงกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

0 หมายถึง ข้อความหรือข้อคำถามนั้นไม่แน่ใจว่ามีความเหมาะสมตรงกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดในการวิจัยหรือไม่

-1 หมายถึง ข้อความหรือข้อคำถามนั้นยังไม่ตรงหรือไม่เหมาะสมกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

ในกรณีที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบแล้วให้ค่าประเมินเป็น 0 หรือ -1 ในข้อความหรือข้อคำถามาถามใดขอความอนุเคราะห์ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น จะเป็นพระคุณยิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	ข้อคำถาม				
1.	1.1 ชื่อ.....นามสกุล..... 1.2 ตำแหน่ง..... 1.3 สังกัด/หน่วยงานของผู้ทรงคุณวุฒิ.....				
		ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
		-1	0	+1	
	ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์				

ตอนที่ 2 แสดงข้อคำถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชนชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ที่ให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อคำถาม	ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
	-1	0	+1	
1.ด้านลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง				
1.1 มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว (อัตลักษณ์)				
1.2 มีความเป็นอัตลักษณ์อันทรงคุณค่า				
1.3 มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม				
1.4 มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย				
1.5 มีความสวยงามสามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย				
1.6 มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย				

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ประเมิน

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
เรื่อง "การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง"
ผู้วิจัย นางสาวนันทพร ไพรเวศ
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง

แบบสอบถามมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

คำอธิบาย สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบ

เกณฑ์ในการตรวจสอบเครื่องมือ การตรวจสอบเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิใช้เกณฑ์ ดังนี้

+1 หมายถึง ข้อความหรือข้อคำถามนั้นใช้ได้มีความเหมาะสมตรงกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

0 หมายถึง ข้อความหรือข้อคำถามนั้นไม่แน่ใจว่ามีความเหมาะสมตรงกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดในการวิจัยหรือไม่

-1 หมายถึง ข้อความหรือข้อคำถามนั้นยังไม่ตรงหรือไม่เหมาะสมกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

ในกรณีที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบแล้วให้ค่าประเมินเป็น 0 หรือ -1 ในข้อความหรือข้อคำถามาถามใดขอความอนุเคราะห์ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น จะเป็นพระคุณยิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	ข้อคำถาม
1.	1.1 ชื่อ.....นามสกุล..... 1.2 ตำแหน่ง..... 1.3 สังกัด/หน่วยงานของผู้ทรงคุณวุฒิ.....

		ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
		-1	0	+1	
	ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์				

ตอนที่ 2 แสดงข้อคำถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชนชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ที่ให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อคำถาม	**ผลการพิจารณา**			**ข้อเสนอแนะ**
	-1	0	+1	
1.ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ				
1.1 มีความน่าสนใจในการกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค				
1.2 มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม				
1.3 มีความเหมาะสมกับการใช้งาน				
1.4 สามารถเป็นของที่ระลึก หรือของฝากได้				
1.5 มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน				

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ประเมิน

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง เรื่อง "การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง"

ผู้วิจัย นางสาวนันทพร ไพรเวศ
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง

แบบสอบถามตามวัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

คำอธิบาย สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบ

เกณฑ์ในการตรวจสอบเครื่องมือ การตรวจสอบเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิใช้เกณฑ์ ดังนี้

+1 หมายถึง ข้อความหรือข้อคำถามนั้นใช้ได้มีความเหมาะสมตรงกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

0 หมายถึง ข้อความหรือข้อคำถามนั้นไม่แน่ใจว่ามีความเหมาะสมตรงกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดในการวิจัยหรือไม่

-1 หมายถึง ข้อความหรือข้อคำถามนั้นยังไม่ตรงหรือไม่เหมาะสมกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

ในกรณีที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบแล้วให้ค่าประเมินเป็น 0 หรือ -1 ในข้อความหรือข้อคำถามาถามใดขอความอนุเคราะห์ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น จะเป็นพระคุณยิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	ข้อคำถาม
1.	1.1 เพศ ❒ ชาย ❒ หญิง ❒ อื่นๆ..... 1.2 อายุ ❒ ต่ำกว่า 16 ปี ❒ 17-36ปี ❒ 37-52 ปี ❒ 53-70ปี ❒ 70 ปีขึ้นไป 1.3 สัญชาติ ❒ ไทย ❒ รามัญ ❒ ไทย-รามัญ ❒ อื่นๆ..... 1.4 การศึกษา ❒ ต่ำกว่าปริญญาตรี ❒ ปริญญาตรี ❒ ปริญญาโท ❒ สูงกว่าปริญญาโท

		ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
		-1	0	+1	
	ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์				

ตอนที่ 2 แสดงข้อคำถาม แบบประเมินความพึงพอใจที่ให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาแสดงความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อคำถาม	ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
	-1	0	+1	
1.ด้านประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง				
1.1 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย				
1.2 มีความปลอดภัยในการใช้งาน				
1.3 ใช้วัสดุที่เหมาะสม				
1.4 คุณภาพของผลิตภัณฑ์				
1.5 มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม				
1.6 มีความเหมาะสมต่อพื้นที่การจัดจำหน่าย				
1.7 มีความเหมาะสมด้านราคา				

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ประเมิน

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค.

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- แบบสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม และอัตลักษณ์มอญเขตลาดกระบัง
- แบบประเมินการออกแบบลวดลายอัตลักาณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันมอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง
- แบบประเมินผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักาณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันมอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง
- แบบประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักาณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันมอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีและอัตลักษณ์มอญเขตลาดกระบัง

เรื่อง ศิลปวัฒนธรรมประเพณีมอญและการวิเคราะห์ลวดลายตกแต่งต่างๆ

หัวข้อการวิจัยเรื่อง ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

สัมภาษณ์โดย นางสาวนันทพร ไพรเวศ

นักศึกษาปริญญาโท สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

.....

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมประเพณีอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

แบบสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีและอัตลักษณ์มอญเขตลาดกระบัง

แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลความเป็นมาของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ลวดลายที่ตกแต่งตามจุดต่างๆของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้สัมภาษณ์

สถานที่สัมภาษณ์.....

ทำการสัมภาษณ์ เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....เวลา.....น.

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สัมภาษณ์

1.1 ชื่อ- สกุล.....

1.2 อายุ.....ปี

1.3 เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

1.4 ตำแหน่ง.....

1.5 ประสบการณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีและอัตลักษณ์มอญ.....ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 ท่านได้รับประสบการณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีและอัตลักษณ์มอญมาได้อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลความเป็นมาของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

2.1 นิยามทั่วไปของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

.....

.....

.....

.....

.....

2.3 ความโดดเด่น หรือลักษณะเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

.....

.....

.....

.....

.....

2.4 คุณค่าและศิลปะที่อยู่คู่กับท้องถิ่น

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบถึงประวัติความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังหรือไม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.6 เยาวชนหรือผู้คนในท้องถิ่นทราบถึงประวัติความเป็นมาของศิลปวัฒนธรรมประเพณีมอญกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังหรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.7 ผู้ให้สัมภาษณ์มีแนวทางหรือแนวความคิดอย่างไรในการส่งเสริมหรือเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมประเพณีมอญกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว ผู้ที่สนใจ เยาวชน และผู้คนในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ลวดลายที่ตกแต่งตามจุดต่างๆของกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

3.1 ลวดลายที่ 1 ชื่อลาย.....

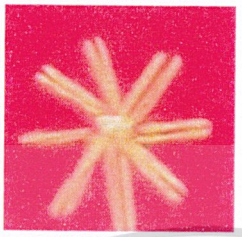
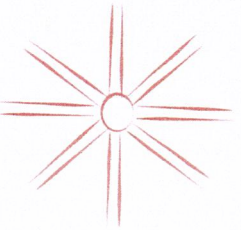
ที่มา.....

ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....
คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....
คุณค่าทางความรู้สึก.....
เพิ่มเติม.....
3.2 ลวดลายที่ 2 ชื่อลาย.....

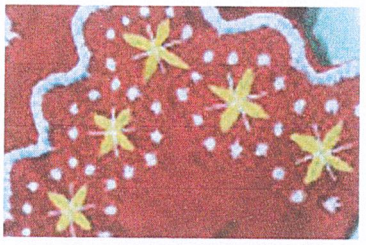



ที่มา.....
ระดับส่วน.....
คุณค่าทางความเชื่อ.....
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....
คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....
คุณค่าทางความรู้สึก.....
เพิ่มเติม.....

3.3 ลวดลายที่ 3 ชื่อลาย.....

ที่มา.....
ระดับส่วน.....
คุณค่าทางความเชื่อ.....
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....
คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....
คุณค่าทางความรู้สึก.....
เพิ่มเติม.....
3.4 ลวดลายที่ 4 ชื่อลาย.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่มา.....

ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....

คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม.....

3.5 ลวดลายที่ 5 ชื่อลาย.....

ที่มา.....

ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....

คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม.....

3.6 ลวดลายที่ 6 ชื่อลาย.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา.....

ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

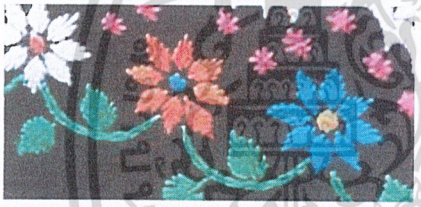
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....

คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เพิ่มเติม.....

3.7 ลวดลายที่ 7 ชื่อลาย.....



ที่มา.....

ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

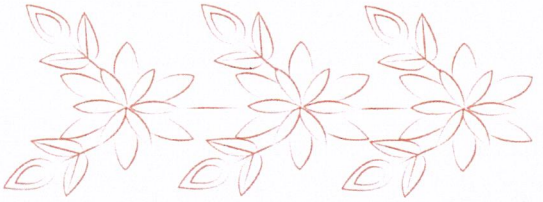
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....

คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

3.8 ลวดลายที่ 8 ชื่อลาย.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่มา.....

ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรี.ยะ.....

คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

3.9 ลวดลายที่ 9 ชื่อลาย.....

ที่มา.....

ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....

คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

3.10 ลวดลายที่ 10 ชื่อลาย.....

ที่มา.....

ระดับส่วน.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณค่าทางความเชื่อ.....
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....
คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....
คุณค่าทางความรู้สึก.....
3.11 ลวดลายที่ 11 ชื่อลาย.....

ที่มา.....
ระดับส่วน.....
คุณค่าทางความเชื่อ.....
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....
คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....
คุณค่าทางความรู้สึก.....
3.12 ลวดลายที่ 12 ชื่อลาย.....

ที่มา.....
ระดับส่วน.....
คุณค่าทางความเชื่อ.....
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....
คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....
คุณค่าทางความรู้สึก.....
3.13 ลวดลายที่ 13 ชื่อลาย.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา.....

ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....

คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

3.14 ลวดลายที่ 14 ชื่อลาย.....

ที่มา.....

ระดับส่วน.....

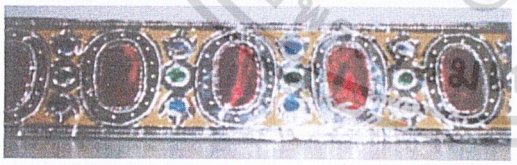
คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....

คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

3.15 ลวดลายที่ 15 ชื่อลาย.....



ที่มา.....

ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

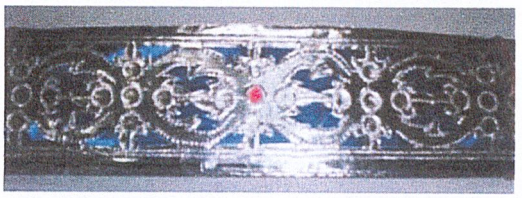
ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....

คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.16 ลวดลายที่ 16 ชื่อลาย.....



ที่มา.....

ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....

คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

3.17 ลวดลายที่ 17 ชื่อลาย.....

ที่มา.....

ระดับส่วน.....

คุณค่าทางความเชื่อ.....

ความโดดเด่นทางความงามหรือสุนทรียะ.....

คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย.....

คุณค่าทางความรู้สึก.....

3.18 หากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบังในเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว และเยาวชนรุ่นหลัง โดยนำเอาอัตลักษณ์ของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบังมาสร้างจุดเด่นในแก่ผลิตภัณฑ์ ท่านคิดว่าควรออกมาในลักษณะอย่างไร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) ของตกแต่งบ้าน เช่น โคมไฟ งานประติมากรรม กรอบรูป เป็นต้น

( ) เครื่องประดับ เช่น แหวน สร้อยข้อมือ กำไร ต่างหู นาฬิกา เป็นต้น

( ) ของใช้ เช่น ขัน ถาด จาน ทับพี ที่เปิดฝาขวด เป็นต้น

( ) ของที่ระลึก เช่น เสื้อยืด หมวก ผ้าพันคอ กระเป๋าผ้า เป็นต้น

( ) อื่นๆ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.19 ข้อเสนอแนะหรือสิ่งที่ต้องการพัฒนาหรือสนับสนุนเพิ่มเติมในการออกแบบ

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้สัมภาษณ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จากความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย

หัวข้อวิทยานิพนธ์

"การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง"

Study and Design Mon Community Ethnic Identity as Products to Link Tourism in Ladkrabang District.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมประเพณีอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ผู้วิจัย นันทพร ไพรเวศ
โทร 063-4645556 E-mail : Nantaporn0111@gmail.com
หลักสูตร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมเทคโนโลยีและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จากความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง”

โดย นันทพร ไพรเวศ

แบบประเมินแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบประเมินการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ด้านมีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว มีความเป็นอัตลักษณ์อันทรงคุณค่า มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย ความสวยงาม และใช้งานได้นาน

คำชี้แจง : ให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลายแสดงความคิดเห็นด้วยการประเมินเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ว่าแต่ละรูปแบบอยู่ในระดับใด โดยกำหนดน้ำหนักประเมินค่าความเหมาะสม 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับมาก
3	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับน้อย
1	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

โดยทำเครื่องหมาย ☑ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน พร้อมกับเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ผู้วิจัยนำไปปรับปรุงต่อไป

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะในการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 แบบประเมินการออกแบบลวยลายอัตลักษณ์มอญเขตลาดกระบัง

การออกแบบลวดลายอัตลักษณ์มอญเขตลาดกระบัง อันได้แก่ ธงตะขาบ ดอกกระเจี๊ยบ และนก มาออกแบบประยุกต์ร่วมกับลายดั่งเดิมที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และทำการตัดทอนลวดลายที่มีความเรียบง่ายร่วมสมัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัรฑ์

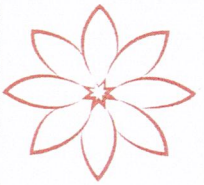
2.1 ลวดลายธงตะขาบ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบร่างลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง			

รายละเอียด	แบบที่ 1					แบบที่ 2					แบบที่ 3				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว (อัตลักษณ์)															
2. มีความเป็นอัตลักษณ์อันทรงคุณค่า															
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม															
4. มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย															
5. มีความสวยงามสามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์															
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ลวดลายดอกกระเจี๊ยบ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบร่างลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง			

รายละเอียด	แบบที่ 1					แบบที่ 2					แบบที่ 3				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว (อัตลักษณ์)															
2. มีความเป็นอัตลักษณ์อันทรงคุณค่า															
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม															
4. มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย															
5. มีความสวยงามสามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์															
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ลวดลายนก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบร่างลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มชนชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง			

รายละเอียด	แบบที่ 1					แบบที่ 2					แบบที่ 3				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัว (อัตลักษณ์)															
2. มีความเป็นอัตลักษณ์อันทรงคุณค่า															
3. มีความแตกต่างจากลวดลายเดิม															
4. มีความสร้างสรรค์ของลวดลาย															
5. มีความสวยงามสามารถนำไปประยุกต์เข้ากับผลิตภัณฑ์															
6. มีรูปแบบใช้งานได้นานเหมาะกับทุกยุคทุกสมัย															

5 เหมาะสมมากที่สุด 4 เหมาะสมมาก 3 เหมาะสมปานกลาง 2 เหมาะสมน้อย 1 เหมาะสมน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบคำถามในครั้งนี้

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ประเมิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จากความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์

"การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง"

Study and Design Mon Community Ethnic Identity as Products to Link Tourism in Ladkrabang District.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมประเพณีอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ผู้วิจัย นันทพร ไพรเวศ
โทร 063-4645556 E-mail : Nantaporn0111@gmail.com
หลักสูตร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมเทคโนโลยีและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง จากความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง"

โดย นันทพร ไพรเวศ

แบบประเมินแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ด้านความดึงดูดใจ ด้านลักษณะการใช้งาน และด้านภาพลักษณ์มีลักษณะเฉพาะตัว

คำชี้แจง : ให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงความคิดเห็นด้วยการประเมินเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง ว่าแต่ละรูปแบบอยู่ในระดับใด โดยกำหนดน้ำหนักประเมินค่าความเหมาะสม 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับมากที่สุด
4 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับมาก
3 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับปานกลาง
2 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับน้อย
1 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

โดยทำเครื่องหมาย ☑ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน พร้อมกับเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ผู้วิจัยนำไปปรับปรุงต่อไป

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะในการออกแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 แบบประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ

1.1 แบบร่างผลิตภัณฑ์เสื้อยืด

ความคิดเห็นด้านการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ผลิตภัณฑ์เสื้อยืด				
	5	4	3	2	1
1. มีความน่าสนใจด้ายการกระตุ้นความรู้สึก					
2. มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม					
3. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
4. มีความเหทาะสมในการใช้งาน					
5. มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน					

1.2 แบบร่างผลิตภัณฑ์หมวก

ความคิดเห็นด้านการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ผลิตภัณฑ์หมวก				
	5	4	3	2	1
1. มีความน่าสนใจด้ายการกระตุ้นความรู้สึก					
2. มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม					
3. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
4. มีความเหทาะสมในการใช้งาน					
5. มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 แบบร่างผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ

ความคิดเห็นด้านการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ				
	5	4	3	2	1
1. มีความน่าสนใจด้ายการกระตุ้นความรู้สึก					
2. มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม					
3. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
4. มีความเหทาะสมในการใช้งาน					
5. มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน					

1.4 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้า

ความคิดเห็นด้านการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้า				
	5	4	3	2	1
1. มีความน่าสนใจด้ายการกระตุ้นความรู้สึก					
2. มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม					
3. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
4. มีความเหทาะสมในการใช้งาน					
5. มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 แบบร่างผลิตภัณฑ์สไบมอญ

ความคิดเห็นด้านการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง	ผลิตภัณฑ์สไบมอญ				
	5	4	3	2	1
1. มีความน่าสนใจด้ายการกระตุ้นความรู้สึก					
2. มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม					
3. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
4. มีความเหทาะสมในการใช้งาน					
5. มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบคำถามในครั้งนี้

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ประเมิน

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

หัวข้อวิทยานิพนธ์

"การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง"

Study and Design Mon Community Ethnic Identity as Products to Link Tourism in Ladkrabang District.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมประเพณีอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ผู้วิจัย นันทพร ไพรเวศ
โทร 063-4645556 E-mail : Nantaporn0111@gmail.com
หลักสูตร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมเทคโนโลยีและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.อภิสักก์ สินธุภัค
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง"

โดย นันทพร ไพรเวศ

แบบประเมินแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมสินค้า

คำชี้แจง : ให้ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นด้วยการประเมินเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง โดยกำหนดน้ำหนักประเมินค่าความเหมาะสม 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับมาก
3	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับน้อย
1	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่าพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

โดยทำเครื่องหมาย ☑ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน พร้อมกับเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ผู้วิจัยนำไปปรับปรุงต่อไป

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ.....

1.2 อายุ.....

1.3 สัญชาติ.....

1.4 ระดับการศึกษา.....

1.5 วันที่ทำแบบประเมิน.....

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ผลิตภัณฑ์เสื้อยืด

ความคิดเห็นด้านการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง					
	ผลิตภัณฑ์เสื้อยืด				
	5	4	3	2	1
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4. คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
5. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม					
6 มีความเหมาะสมต่อพื้นที่การจัดจำหน่าย					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200	200-300	300-400	400-500	500-600	600-700	700-800	900-1000

2.2 ผลิตภัณฑ์หมวก

ความคิดเห็นด้านการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง					
	ผลิตภัณฑ์หมวก				
	5	4	3	2	1
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4. คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
5. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม					
6 มีความเหมาะสมต่อพื้นที่การจัดจำหน่าย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200	200-300	300-400	400-500	500-600	600-700	700-800	900-1000

2.3 ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ

ความคิดเห็นด้านการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง					
	ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ				
	5	4	3	2	1
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4. คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
5. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม					
6 มีความเหมาะสมต่อพื้นที่การจัดจำหน่าย					
7. มีความเหมาะสมด้านราคา					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200	200-300	300-400	400-500	500-600	600-700	700-800	900-1000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้า

ความคิดเห็นด้านการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง					
	ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้า				
	5	4	3	2	1
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4. คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
5. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม					
6 มีความเหมาะสมต่อพื้นที่การจัดจำหน่าย					
7. มีความเหมาะสมด้านราคา					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200	200-300	300-400	400-500	500-600	600-700	700-800	900-1000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 แบบร่างผลิตภัณฑ์สไบมอญ

ความคิดเห็นด้านการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง					
	ผลิตภัณฑ์สไบมอญ				
	5	4	3	2	1
1. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย					
2. มีความปลอดภัยในการใช้งาน					
3. ใช้วัสดุที่เหมาะสม					
4. คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
5. มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม					
6 มีความเหมาะสมต่อพื้นที่การจัดจำหน่าย					
7. มีความเหมาะสมด้านราคา					

ราคาที่เหมาะสม ต่อชิ้น

100-200	200-300	300-400	400-500	500-600	600-700	700-800	900-1000

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ให้สัมภาษณ์

.....

.....

.....

.....

.....

ขอแสดงคำขอบคุณเป็นอย่างยิ่ง

นันทพร ไพรเวศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพผนวก ง.

ภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผลิตขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคออัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคออัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคออัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์หมวกอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5 ผลิตภัณฑ์หมวกอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์หมวกอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 7 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

ภาพที่ 8 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 9 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

ภาพที่ 10 ผลิตภัณฑ์เสื้อยืดอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 11 ผลิตภัณฑ์เสื้อยืดอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

ภาพที่ 12 ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเอเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก จ.

ภาพลงพื้นที่เก็บข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มพัฒนาชุมชนมอญเขตลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

ภาพที่ 2 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มเสริมสร้างอาชีพชุมชนมอญเขตลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนมอญเขตลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

ภาพที่ 4 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ผลิตภัณฑ์น้ำมันหอมของชุมชนมอญเขตลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือชุมชนมอญเขตลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

ภาพที่ 6 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล หน่วยงานภาครัฐเข้าเยียมชมชุมชนมอญเขตลาดกระบัง

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 7 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ผู้ทรงวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

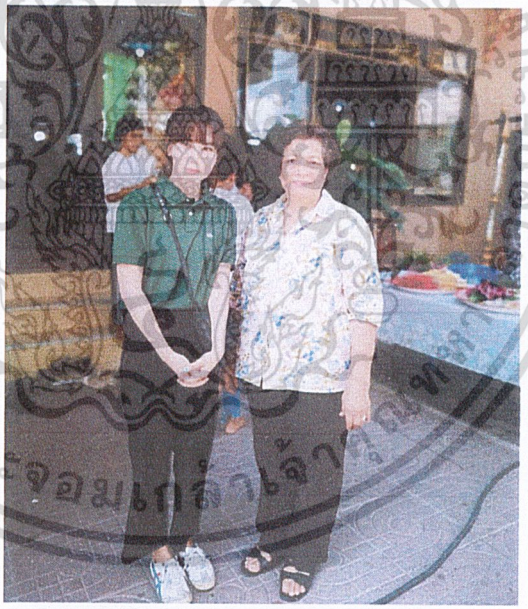
ภาพที่ 8 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล กลุ่มงานหัตถกรรม วัดสุทธาโภชน์

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 9 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล กลุ่มปักสไบมอญ

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ. 2562



ภาพที่ 10 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 11 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ

ภาพที่ 12 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 13 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ

ภาพที่ 14 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 15 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

ภาพโดย : นันทพร ไพรเวศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นันทพร ไพรเวศ
วัน-เดือน-ปีเกิด	11 กันยายน 2534
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	222/40 หมู่3 เขตลาดกระบัง ถนนลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
	สายศิลป์จีน
	โรงเรียนเทพศิรินทร์ร่มเกล้า
	จบปีการศึกษา. 2552
	ระดับปริญญาตรี
	สาขา สถาปัตยกรรมและกสนออกแบบ
	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
	จบปีการศึกษา. 2558
ประวัติการทำงาน	ธุรกิจส่วนตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้