



การพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษ จากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน

The development of innovative style of gentleman bag
from Karen cloth, Lamphun.

ศรัณย์ จันทร์แก้ว



งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสู่สภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสู่สภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน และ 2) ถ่ายทอดเทคโนโลยีนวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสู่สภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง เพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัด ลำพูน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 100 คน และผู้ทอผ้า กะเหรี่ยงจากชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย จังหวัดลำพูน จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ใน การวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจกระเป๋าสู่สภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน และผลิตภัณฑ์กระเป๋าสู่สภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จำนวน 5 รูปแบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุในช่วง 36 - 45 ปี อาชีพรับ ราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ ความพึงพอใจต่อกระเป๋าสู่สภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน การเลือกวัสดุตกแต่ง และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์

การถ่ายทอดเทคโนโลยีนวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสู่สภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน เพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า ผู้ทอผ้าในกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน มีความรู้ความเข้าใจการขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสู่สภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยงทั้ง 5 รูปแบบ จนสามารถถอดแบบตัดเย็บผลิตภัณฑ์ตามต้นแบบได้อย่างถูกต้อง และมีแนวทางกำหนดเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์สำหรับใช้เป็นเกณฑ์ในการรับรองและประกันคุณภาพให้กับ ผู้บริโภค

ABSTRACT

The purposes of this research were: 1) to developed innovative style Gentleman Bag from Karen Cloth, Lamphun, and 2) to transfer the technology from innovative style of Gentleman Bag from Karen Cloth to develop the community product standards. A sample was selected from tourists in Lamphun drawn from Purposive sampling including 100 people, and 20 Karen weavers from Phrabat Huai Tom Community, Na Sai Subdistrict, Lamphun Province. The instruments used in this study were satisfaction questionnaires of Gentleman Bag from Karen Cloth, Lamphun and 5 styles of products from Gentleman Bag from Karen Cloth, Lamphun. The statistics used in data analysis were percentage, mean and standard deviation.

The results of this research showed that most of the tourists are male, aged between 36 - 45 years, civil servant, and state enterprise employee. The satisfaction with the Gentleman Bag from Karen Cloth was in the highest level, the highest average was the exquisiteness of the product, followed by the durability of the product, the size of the product is suitable for use, decorative materials, and product performance.

The transfer of technology from the innovation of the gentleman bag from Karen Cloth, Lamphun province was to develop the standard of community products, found that weavers in Phrabat Huai Tom Community Group, Na Sai Subdistrict, Li District, Lamphun Province have knowledge and understanding of prototype of gentleman's bag products from all 5 styles of Karen weaving. So, the pattern can be cut and sewed correctly according to the prototype. And has guidelines to set standards for products for use as a basis for certification and quality assurance for consumers.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยเรื่อง การพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุขภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้ ขอขอบคุณบุคลากรสาขา ออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมและออกแบบแฟชั่นทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัย ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้ทอผ้าชุมชนพระบาทห้วยต้ม อำเภอนาทราย จังหวัดลำพูน ที่ให้ความร่วมมือจนทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินงานและจัดเก็บข้อมูลได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้เป็นอย่างดี

ศรัณย์ จันทร์แก้ว

ตุลาคม 2562



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพประกอบ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
สมมติฐานของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	2
นิยามศัพท์.....	3
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	4
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผ้าทอกะเหรี่ยง.....	8
บริบทชุมชนพระบาทห้วยต้ม อำเภอนาทราย จังหวัดลำพูน.....	13
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	15
การออกแบบผลิตภัณฑ์.....	21
ความพึงพอใจของผู้บริโภค.....	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
การสร้างและหาคุนภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ)	
วิเคราะห์ข้อมูล.....	48
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการวิจัย ข้อเสนอแนะ.....	56
สรุปผลการวิจัย.....	56
อภิปรายผลการวิจัย.....	57
ข้อเสนอแนะ.....	58
เอกสารอ้างอิง.....	60
ภาคผนวก.....	65
ผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	66
ผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	71
ผนวก ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ.....	73
ผนวก ง ผลผลิตภัณฑักระเป่าบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง.....	75
ผนวก จ ภาพเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว.....	78
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	82

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ความแตกต่างกันระหว่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.....	19
3.1 ผลการคัดเลือกลดทลายผ้าทอกะเหรี่ยง.....	40
3.2 ผลการคัดเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง.....	44
4.1 ผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	50
4.2 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยรวม.....	52
4.3 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าเดินทางสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง.....	52
4.4 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าทำงานสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง.....	53
4.5 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าเบ็ดเตล็ดสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง.....	54
4.6 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบสั้นจากผ้าทอกะเหรี่ยง.....	54
4.7 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบยาวจากผ้าทอกะเหรี่ยง.....	55



สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	2
2.1 ผ้าชิ้นจากผ้าทอกะเหรี่ยง.....	9
2.2 จู้เบอะ (ลายลากลูกเต๋อย)	10
2.3 ต่ากีโพ (ลายตาเล็ก)	10
2.4 จ้อเก้อเป (ผีเสื้อ)	10
2.5 การทอผ้าด้วยกี่เอวของชาวกะเหรี่ยง.....	13
2.6 เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	19
3.1 ลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงของชุมชนพระบาทห้วยต้ม.....	39
3.2 ผู้จำหน่ายผ้าทอกะเหรี่ยงเลือกลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงลายที่ 1.....	40
3.3 ผู้จำหน่ายผ้าทอกะเหรี่ยงเลือกลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงลายที่ 5.....	41
3.4 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเดินทางสุภาพบุรุษ.....	41
3.5 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าทำงานสุภาพบุรุษ.....	42
3.6 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเบ็ดเตล็ดสุภาพบุรุษ.....	42
3.7 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบสั้น.....	43
4.8 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบยาว.....	44

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย

ผ้าทอจากกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน เป็นผ้าไหมที่มีลวดลายการทอ สีเส้นที่มีความสวยงาม และจัดได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในเส้นบนพื้นผ้าที่มีเอกลักษณ์ของชนเผ่าเช่น ลายกะเหรี่ยงโบราณ ลายงูเหลือม ลายรากไทร ลายพระอาทิตย์ทรงกรด ลายจก และปักเต็ย ลายเมล็ดฟักทอง เป็นต้น มีการย้อมสีเส้นด้วยสีธรรมชาติเช่น สีของเปลือกไม้ สีของใบไม้ ดอกไม้ ดินโคลน สีที่ได้ส่วนใหญ่มักเป็นสีดำ น้ำตาล เหลือง เขียว หากได้สวมใส่ผ้าทอของกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้มจึงถือได้ว่าจะเป็นสิริมงคลต่อตนเอง ผ้าทอของชนเผ่าปาเกอะญอ (กะเหรี่ยง) จะมีเอกลักษณ์คือ ผ้าที่ทอจะมีขนาดเล็ก แคบ จึงทำให้เครื่องนุ่งห่มของชนเผ่า มีรอยต่อในการเย็บเป็นตัวเสื้อ เมื่อนำมาเย็บประกอบติดกันไม่มีส่วนโค้งเว้า ลวดลายของตัวเสื้อได้มาจากตำนานที่เล่าขานมานานมาคือ ลายงูเหลือม และมีการอนุรักษ์ลายผ้าไว้ตลอดชั่วอายุคน การอนุรักษ์ลายงูเหลือมซึ่งคนส่วนใหญ่จะบอกว่าเป็นลายดอกไม้ แต่จะรู้กันว่าเป็นลายของงูเหลือมและประเพณีการสวมใส่เสื้อผ้าก็ยังคงอนุรักษ์ไว้ จากความเชื่อและการให้เกียรติในการใช้เครื่องนุ่งห่ม หากมีประเพณีที่สำคัญในชุมชน ทุกคนจะต้องแต่งกายประจำเผ่าของตนเอง ผ้าเหล่านี้เกิดจากภูมิปัญญาพื้นบ้านที่ถักทอและสานต่อจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งควรค่าอย่างยิ่งต่อการอนุรักษ์และพัฒนา

ปัจจุบันผ้าทอจากกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน เป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของจังหวัด ทำรายได้มาสู่จังหวัด ท้องถิ่นและชุมชน ในโลกของการค้าเสรีมีการแข่งขันกันในเชิงเศรษฐกิจ ทั้งในด้านวัตถุดิบ การผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การโฆษณา กลยุทธ์การตลาด เข้ามามีบทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า จำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ เครื่องประกอบการแต่งกายที่ผลิตจากผ้าทอจากกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน ได้แก่ กระเป๋า หมวก พัด กล่องใส่แว่นตา ผ้าพันคอ ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีจำหน่ายอยู่ทั่ว ๆ ไป หากแต่การออกแบบและการพัฒนารูปแบบสู่ความเป็นสากล เพื่อสนองตอบความต้องการของตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน นำมาสู่รายได้ของชุมชนและท้องถิ่น ตลอดทั้งสร้างความภาคภูมิใจต่อฝีมือที่ได้ผสมผสานกับการพัฒนารูปแบบนำไปสู่การขายที่แข่งขันกับผ้าไหมของจังหวัดต่าง ๆ พร้อม ๆ กับสร้างเสริมความรู้และประสบการณ์ของคนในชุมชนจะได้เรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์นำมาสู่การพัฒนาของชุมชนในท้องถิ่นสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน

1.2.2 เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีนวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน เพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

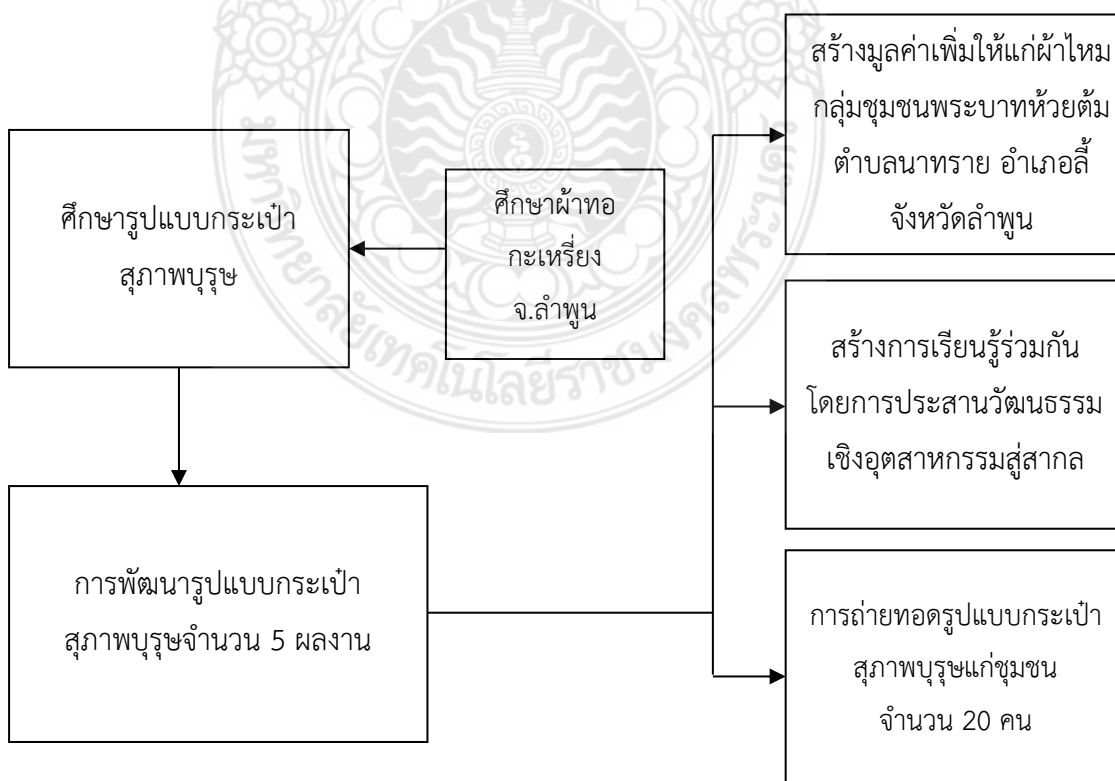
1.3 สมมติฐานของการวิจัย

กระบวนการพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง สามารถส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเดิมให้มีความหลากหลาย และเป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง และถ่ายทอดเทคโนโลยีรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษให้กับจากกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน จำนวน 20 คน

1.5 กรอบแนวคิดของการวิจัย



1.6 นิยามศัพท์

นวัตกรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงแนวคิดอย่างถาวร การปฏิบัติหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น โดยในการวิจัยครั้งนี้เป็นการนำผ้าทอกะเหรี่ยงมาผลิตผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน นำมาสู่รายได้ของชุมชนและท้องถิ่น

รูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษ หมายถึง ลักษณะที่กำหนดขึ้นเป็นหลักหรือแนวทางมาตรฐานของกระเป๋าสำหรับเพศชาย ซึ่งยอมรับและใช้กันโดยทั่วไป ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดรูปแบบกระเป๋าจำนวน 5 รูปแบบ

ผ้าทอกะเหรี่ยง หมายถึง ผ้าที่ได้จากการทอด้วยกี่เอวของชาวไทยกะเหรี่ยงในชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน วัตถุประสงค์หลักที่นำมาทอคือ ผ้าย

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ข้อกำหนดทางวิชาการที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตชุมชนในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ

1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.7.1 ได้พัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน
- 1.7.2 เพิ่มศักยภาพการออกแบบพัฒนา การผลิตผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน
- 1.7.3 สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม
- 2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผ้าทอกะเหรี่ยง
- 2.3 บริบทชุมชนพระบาทห้วยต้ม อำเภอนาทราย จังหวัดลำพูน
- 2.4 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 2.5 การออกแบบผลิตภัณฑ์
- 2.6 ความพึงพอใจของผู้บริโภค
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องกับมนุษย์จนแยกกันไม่ออก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการตลอดจนโครงสร้างทางสังคม อีกทั้งเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ โดยสามารถสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เพิ่มขีดความสามารถขององค์กรและสร้างรายได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน (Hult, Hurley & Knight, 2004) ทั้งนี้ นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของนวัตกรรมเอาไว้อย่างหลากหลายโดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

นวัตกรรมเป็นความคิดใหม่ซึ่งถูกค้นพบหรือมีการใช้เป็นครั้งแรก เป็นการรับรู้ถึงความใหม่ของความคิดที่เกิดขึ้น ซึ่งนวัตกรรมมีความเกี่ยวข้องกับทุกคน หากสามารถเข้าใจและเข้าถึงนวัตกรรมได้ก่อน ก็สามารถเข้าใจความสำเร็จได้เช่นเดียวกัน (Rogers, 1995) สอดคล้องกับ Morton (1998) ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า เป็นการทำให้เกิดขึ้นใหม่อีกครั้ง (Renewal) ซึ่งหมายถึง นวัตกรรมไม่จำเป็นต้องเป็นการสร้างสิ่งใหม่ ๆ แต่เพียงอย่างเดียว หากสามารถเป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาสิ่งเก่าที่มีอยู่เดิมก็ได้เช่นเดียวกัน ทั้งนี้นวัตกรรมยังหมายถึง การแก้ไขหรือการประดิษฐ์ความคิดใหม่ ๆ ซึ่งจะได้รับนำไปพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อมาตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Frankle, 1990) ส่วน Drucker (1985) ให้ความหมายของนวัตกรรมว่า นวัตกรรมเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้ประกอบการ ในการสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในเชิงธุรกิจและความมั่งคั่ง เพื่อแสวงหาผลประโยชน์และโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อสร้างธุรกิจและบริการที่แตกต่าง

จากคู่แข่ง โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่หรือจากการสร้างขึ้นใหม่ รวมทั้งเป็นการพัฒนาขึ้นจากองค์ความรู้ใหม่จากการศึกษาของ Tidd & Bessant (2009) ได้ให้คำจำกัดความว่า นวัตกรรมเป็นผลของงานวิจัยและพัฒนาที่ได้มีการสร้างสรรค์และปรับปรุงเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจตามแผนกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรมซึ่งผู้บริหารองค์กรได้วางแผนเอาไว้ ส่วน Rogers (1983) พูดถึงมุมมองของความใหม่ของนวัตกรรมเช่นเดียวกัน โดยได้อธิบายไว้ว่า นวัตกรรมคือ การกระทำหรือวัตถุใหม่ ๆ ซึ่งได้รับการรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคน หรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับในสังคม การพิจารณาว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นนวัตกรรมนั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของแต่ละบุคคลว่าสิ่งนั้น ๆ เป็นสิ่งใหม่หรือไม่ ดังนั้นนวัตกรรมของบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอาจไม่ใช่ นวัตกรรมของบุคคลกลุ่มอื่น ๆ ก็ได้ และนวัตกรรมคือ กระบวนการปรับเปลี่ยนแนวคิดที่มีคุณค่าให้อยู่ในรูปแบบมูลค่าเพิ่มสำหรับองค์กร (Merx-Chermin & Nijhof, 2004)

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) อธิบายว่า นวัตกรรม หมายถึง แนวความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่มีความใหม่และมีการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์เช่น การสร้างตลาดใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการและการบริการใหม่ ซึ่งเป็นการทำในสิ่งที่แตกต่างจากที่ผู้อื่นได้สร้างสรรค์สร้าง โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้เป็นโอกาสและถ่ายทอดไปสู่สิ่งใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

สรุปได้ว่านวัตกรรมหมายถึง การนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้างหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการจัดการ และสิ่งอื่น ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดสิ่งใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาด โดยนวัตกรรมนี้จะเป็นตัวสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและผลกำไรให้กับองค์กรในระยะยาว

2.1.1 รูปแบบของนวัตกรรม

นวัตกรรมสามารถจำแนกได้หลากหลายรูปแบบ อย่างไรก็ตามหากจำแนกรูปแบบของนวัตกรรมตามวัตถุประสงค์การนำไปใช้ สามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553) ดังนี้

2.1.1.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation)

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ คือ หมวดยุทธศาสตร์ของผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการดำเนินการปรับเปลี่ยนขนาดเล็กจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อลูกค้า ส่วนสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) อธิบายว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์คือ นวัตกรรมในรูปแบบของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค นวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบการใช้ นวัตกรรมที่สามารถเห็นได้ อย่างชัดเจนเช่น สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีในตลาดมาก่อน รวมถึงสินค้าเดิมที่พัฒนาให้มีความโดดเด่นแตกต่างไปจากสินค้าเดิมที่มีอยู่ในตลาด นอกจากนี้ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยังสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขององค์กร (Shu, Zhou, Xiao & Gao, 2014) และ

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์นั้นได้รับแรงผลักดันจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นองค์กรจึงควรมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและคู่ค้า (supplier) (Akova,Ulusoy,Payz.n & Kaylan, 1998)

2.1.1.2 นวัตกรรมบริการ (Service innovation)

นวัตกรรมบริการคือ แนวคิดและการพัฒนาการให้บริการขององค์กร (Michel, Brown & Gallan, 2007) ซึ่งการพัฒนาการให้บริการใหม่นั้นเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อความสามารถทางการแข่งขันในหลากหลายธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมบริการ (Gallowj & Weinstein, 1997) ซึ่งการให้บริการนั้นจะมุ่งเน้นไปที่ตัวลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นสำคัญ (Lee & Chen, 2009) ทั้งนี้นวัตกรรมบริการเป็นรูปแบบการใช้นวัตกรรมที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน มีลักษณะที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ซึ่งหมายความรวมถึงวิธีการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ (จารุณี วงศ์ลิ้มปิยะรัตน์, 2558) โดยมีอยู่ในรูปวิธีการใหม่ในการให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคเช่น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตมาสรรค์สร้างเป็นนวัตกรรมบริการใหม่ ๆ เช่น การซื้อขายสินค้าผ่านการประมูลทางเว็บไซต์ เป็นต้น (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553) และนวัตกรรมบริการสามารถแสดงให้เห็นได้ถึงความสามารถในการเปลี่ยนแปลงขององค์กร ทั้งในส่วนของการนำเสนอบริการต่อลูกค้าและการให้ลูกค้ามีส่วนร่วมต่อองค์กร (Gustafsson, Kristensson & Witell, 2012) นอกจากนี้นวัตกรรมบริการควรที่จะส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมในการสร้างคุณค่าทั้งต่อองค์กรและลูกค้า (Salunke, Weerawardena & McColl-Kennedy, 2011)

2.1.1.3 นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation)

นวัตกรรมกระบวนการคือ กระบวนการดำเนินงานใหม่หรือการปรับปรุงกระบวนการเดิมที่มีอยู่ให้ดีขึ้น รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคนิค อุปกรณ์ หรือซอฟต์แวร์ (Software) ต่าง ๆ เพื่อช่วยในการลดต้นทุน พัฒนาการกระบวนการต่าง ๆ ในการผลิตหรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ใหม่ (OECD, 2005) สอดคล้องกับที่สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) อธิบายว่า นวัตกรรมกระบวนการเป็นรูปแบบการใช้นวัตกรรมที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน เพราะเป็นการปรับเปลี่ยนแนวทาง กระบวนการ กระบวนการผลิต หรือวิธีการในรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจ (B2B E-Commerce) ที่ช่วยลดความจำเป็นในการจัดทำเอกสารของภาคธุรกิจ อันส่งผลต่อการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจอย่างมาก เป็นต้น นอกจากนี้ (Langley, Pals & Ortt, 2005) ให้คำจำกัดความของนวัตกรรมกระบวนการเอาไว้ว่าเป็นเครื่องมือ อุปกรณ์และความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นสื่อกลางระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) และปัจจัยนำออก (Output)

2.1.2 ประเภทของนวัตกรรม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) ได้มีการแบ่งประเภทของนวัตกรรมออกเป็น 4 ประเภท ตามระดับความใหม่ขององค์ประกอบ (Component) หรือระบบ (System) ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1.2.1 นวัตกรรมส่วนเพิ่ม (Incremental innovation) เป็นการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพดีขึ้นหรือทำการปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยการพัฒนาองค์ประกอบของสิ่งนั้น ๆ แต่ไม่ได้เป็นการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบใหม่ เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป โดยนวัตกรรมส่วนมากที่พบเห็นในปัจจุบันนั้น ส่วนมากจะเป็นนวัตกรรมในลักษณะเป็นการปรับปรุงองค์ประกอบต่าง ๆ ให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ เป็นลำดับ โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงาน (System) โดยรวมเช่น การพัฒนารูปแบบของสินค้าที่เดิมมีวางขายในตลาดอยู่แล้ว โดยพัฒนาจากรุ่นที่ 1 ไปสู่รุ่นที่ 2 และ 3 ตามลำดับ เป็นต้น

2.1.2.2 นวัตกรรมที่ประกอบด้วยหน่วยแยกต่าง ๆ ที่สามารถรวมกันได้ (Modular innovation) เป็นนวัตกรรมที่มีการนำองค์ประกอบใหม่มาใช้ โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงาน โดยรวมที่มีอยู่เดิมกล่าวคือ มีการเปลี่ยนแปลงสำคัญขององค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ แต่โครงสร้างโดยรวมยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง นวัตกรรมลักษณะนี้มีความต้องการในการเรียนรู้ใหม่ ๆ แต่ยังคงอยู่ภายใต้กรอบที่ชัดเจนเช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เดิมใช้กระแสไฟฟ้าเป็นแหล่งพลังงาน ต่อมาเปลี่ยนไปใช้แหล่งพลังงานอื่นแทน โดยที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานหรือวิธีการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์นั้น เป็นต้น

2.1.2.3 นวัตกรรมสถาปัตยกรรม (Architectural innovation) เป็นการปรับปรุงหรือนำระบบการทำงานรูปแบบใหม่มาใช้ โดยอาจเป็นการปรับปรุงองค์ประกอบต่าง ๆ ให้ดีขึ้น หรืออาจจรรูปแบบการทำงานเป็นลักษณะเดิม ทั้งนี้คุณลักษณะที่สำคัญของนวัตกรรมประเภทนี้คือ การปรับโครงสร้าง (Reconfiguration) ของระบบที่มีอยู่เดิมเพื่อให้เชื่อมโยงองค์ประกอบต่าง ๆ ในรูปแบบใหม่ โดยนวัตกรรมในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นในช่วงที่มีความท้าทายในการประยุกต์และรวบรวมความรู้ที่มีอยู่เดิมหรือเป็นการรวมระหว่างความรู้เดิมกับความรู้ใหม่โดยนำมาบูรณาการเข้าด้วยกันเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ภายใต้กรอบการดำเนินงานใหม่อีกครั้งเช่น สายการบินต้นทุนต่ำ (Low-cost airlines) เป็นต้น

2.1.2.4 นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical innovation) เป็นการพัฒนาองค์ประกอบและระบบการทำงานใหม่ทั้งหมด กล่าวคือ ใช้องค์ประกอบใหม่ในระบบการทำงานที่ออกแบบขึ้นใหม่ซึ่งแตกต่างจากเดิมอย่างชัดเจนเช่น การคิดค้นโทรศัพท์ การพัฒนาคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล เป็นต้น

2.1.3 แหล่งที่มาของนวัตกรรม

จุดกำเนิดนวัตกรรมในองค์กรธุรกิจมาจาก 2 แหล่ง (ธีรยุส วัฒนาสุโขค, 2549) ดังนี้

2.1.3.1 การคิดค้นภายในองค์กร องค์กรมักมีการจัดตั้งหน่วยงานวิจัยและพัฒนาขึ้นภายในองค์กรและจัดหาผู้ที่มีความสามารถในการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ หรือการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ซึ่งการเกิดนวัตกรรมที่มีคุณค่าอย่างต่อเนื่องนั้น โดยทั่วไปมักมาจากการกระตุ้นนวัตกรรม โดยการใช้วัฒนธรรมองค์กรเป็นกลไกผลักดันให้บุคลากรทั้งหมดขององค์กรตื่นตัว สร้างความแปลกใหม่และความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ ให้กับองค์กร

2.1.3.2 การแลกเปลี่ยน เรียนรู้และรับนวัตกรรมจากภายนอก คือ การเปิดรับแนวคิดใหม่จากภายนอก ซึ่งจะทำให้แนวคิดใหม่ ๆ เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและหลากหลายมากกว่า รวมถึงอาจจะมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าการพัฒนาเองทั้งหมด โดยอาจใช้การจ้างหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญมากกว่า หรืออาจจะร่วมมือในเชิงพันธมิตรกับหน่วยงานที่มีความพร้อมและบุคลากรในการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ ๆ เพื่อร่วมกันคิดค้นนวัตกรรมจากความถนัดของทั้งคู่ เป็นต้น

2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผ้าทอกะเหรี่ยง

กะเหรี่ยงเป็นกลุ่มชนเผ่ากลุ่มหนึ่งที่เรารู้จักกันอย่างคุ้นชินแบบชื่อที่เรียกกันในภาคกลางของไทย เป็นชนเผ่าที่อพยพเข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทยเมื่อ 200 กว่าปีที่แล้ว เป็นกลุ่มชนเผ่าที่มีประชากรมากที่สุดในประเทศไทย มีถิ่นที่อยู่อาศัยกระจายอยู่หลายพื้นที่ทั้งพื้นที่ภูเขาสูงและพื้นที่ราบ กะเหรี่ยงที่พบในประเทศไทยอาจแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม กะเหรี่ยงสะกอ (หรือที่เรียกกันว่าปกากะญอ) กะเหรี่ยงโปว์ กะเหรี่ยงปะโอ และกะเหรี่ยงบะเว และที่เรามักพบเห็นลักษณะการแต่งกายแบบชนเผ่าและเอกลักษณ์ผืนผ้าทอที่สะท้อนถึงทักษะความเชี่ยวชาญในด้านศิลปะการสร้างลวดลายบนผืนผ้าที่งดงามนั้นส่วนมากจะพบเห็นอยู่ใน 2 กลุ่มใหญ่นั้นคือ กลุ่มกะเหรี่ยงโปว์และกลุ่มกะเหรี่ยงสะกอหรือปกากะญอ (ผ้าทอชนเผ่ากะเหรี่ยง, 2562)

ผู้หญิงชาวกะเหรี่ยงได้รับการกล่าวขานว่าเป็นผู้มีฝีมือในการทอผ้าที่เก่งที่สุดเผ่าหนึ่ง โดยจะได้รับการถ่ายทอดความรู้ทักษะฝีมือการทอผ้ามาจากผู้เป็นแม่ตั้งแต่ยังเป็นเด็กหญิงในวัยประมาณ 10 ปี ผู้หญิงชาวกะเหรี่ยงมักทอเสื้อผ้าไว้ใช้สวมใส่ในชีวิตประจำวันทั้งของตนเองและสมาชิกในครอบครัวหรือทอเก็บไว้ใช้ในงานพิธีสำคัญ ๆ เช่น งานแต่งงาน งานประเพณีสำคัญต่าง ๆ



ภาพที่ 2.1 ผ้าซิ่นจากผ้าทอกะเหรี่ยง

ที่มา: ศรัณย์ จันทร์แก้ว (20 มกราคม 2561 : ภาพถ่าย)

2.2.1 ลวดลายของผ้าทอกะเหรี่ยง

ศิลปะลวดลายบนผืนผ้าของชนเผ่ากะเหรี่ยงมีเอกลักษณ์โดดเด่นที่แสดงถึงตัวตนของชนเผ่าที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ลายต่าง ๆ มักเกิดจากการสังเกต การใช้จินตนาการ การนำลักษณะเด่นจากสิ่งที่พบเห็นในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ทั้งพืชพรรณ ดอกไม้ ต้นไม้ สัตว์น้อยใหญ่ ข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ตลอดจนไปจนถึงประเพณีและคตินิยมของชนเผ่า มาประยุกต์ถ่ายทอดลงสู่ลวดลายบนผืนผ้าได้อย่างงดงามด้วยเทคนิคการสร้างสรรค์ลวดลายที่หลากหลาย ทั้งการจก การทอยกดอก การมัดหมี่ การปักด้วยด้ายหรือไหมพรมหลากสี การปักประดับตกแต่งด้วยเมล็ดลูกเดือย เป็นต้น

เอกลักษณ์ลวดลายที่มีลักษณะเป็นลวดลายดั้งเดิมที่ปรากฏบนผืนผ้าทอกะเหรี่ยงที่สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษหลายชั่วอายุคน เป็นลวดลายที่พบได้ในกะเหรี่ยงโปวและปกากะญอแทบทุกพื้นที่เช่น ลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนรูปแบบต่าง ๆ ลายดอกไม้ ลายเส้นตรง ลายกากบาท เป็นต้น ชื่อของลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงนั้นอาจไม่มีชื่อหรือความหมายที่เป็นภาษาไทยที่จะเข้าใจได้ง่าย เนื่องจากเป็นชื่อเรียกลวดลายโบราณดั้งเดิมของชนเผ่าที่ถูกเรียกขานและถ่ายทอดต่อ ๆ กันมานับตั้งแต่บรรพบุรุษด้วยภาษาของชนเผ่ากะเหรี่ยงในแต่ละท้องถิ่น แต่อย่างไรก็ตามด้วยลักษณะลวดลายที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์เฉพาะของผ้าทอชนเผ่ากะเหรี่ยงนี้เอง หากเราเห็นผืนผ้าที่มีเอกลักษณ์ในลักษณะเช่นนี้ เราก็สามารถรับรู้ได้ทันทีว่านี่คือผ้าทอ แห่งชนเผ่ากะเหรี่ยง



ภาพที่ 2.2 จู่เปอะ (ลายลากลูกเต๋อย)

ที่มา: <http://ichpakayaw.com>. 20 พฤษภาคม 2562



ภาพที่ 2.3 ต่ากีโพ (ลายตาเล็ก)

ที่มา: <http://ichpakayaw.com>. 20 พฤษภาคม 2562



ภาพที่ 2.4 จ้อเก๋อเป (ผีเสื้อ)

ที่มา: <http://ichpakayaw.com>. 20 พฤษภาคม 2562

2.2.2 วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้การทอผ้ากะเหรี่ยง

การทอผ้าพื้นเมืองแบบกะเหรี่ยง ทอด้วยกี่เอว ซึ่งเป็นเครื่องทอขนาดเล็ก โดยใช้เข็มขัดคาดหลัง (Backstrap) เข็มขัดหรือสายคาดหลังอาจทำด้วยผ้า แผ่นหนังหรือเชือกที่มีความแข็งแรง การทอผ้าทั่วไปจะใช้เสาแข็งแรง 4 เสา เพื่อชิงเส้นด้ายยืนให้ตึง แต่การทอด้วยกี่เอวจะใช้การขยับเคลื่อนตัวของผู้ทอบังคับเส้นด้ายยืนให้ตึงหรือหย่อนได้ตามต้องการ ทำให้ผู้ทอสามารถเลือกสถานที่ทอได้ตามความพอใจ โยกย้ายได้สะดวก (กรมการพัฒนาชุมชน, 2562)

2.2.2.1 วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ฝ้าย ซึ่งนิยมปลูกไปพร้อม ๆ กับการปลูกข้าว ใช้เวลา 6 - 7 เดือน จึงเก็บเกี่ยวดอกฝ้ายมาฝัดให้แห้ง นำมาผ่านกระบวนการปั่นจนได้เส้นใยฝ้ายแล้วนำไปย้อมสี

2.2.2.2 อุปกรณ์ มีดังนี้

- 1) แผ่นคาดหลัง
- 2) ไม้พันผ้า ใช้รั้งและพันผ้าที่ทอแล้ว
- 3) ไม้กระทบ ทำจากไม้มะเกลือ ยาวประมาณ 70 เซนติเมตร
- 4) ไม้แยกด้าย ทำจากไม้ไผ่ ยาวประมาณ 60 เซนติเมตร
- 5) ไม้ไผ่หรือว้าบัง ใช้เพื่อแบ่งเส้นด้ายยืน
- 6) ไม้ไผ่เจาะรูทั้ง 2 ข้าง สำหรับยึดเครื่องทอ
- 7) ไม้ใส่ด้าย ทำจากไม้กลมหนาประมาณ 1 นิ้ว
- 8) ไม้ม้วนด้ายเส้นพุ่ง ใช้สำหรับสอดด้ายพุ่ง
- 9) ไม้สำหรับยันเท้า ใช้ควบคุมให้ด้ายยืนตึงหรือหย่อนในระหว่างทอ

2.2.3 วิธีทอผ้าด้วยกี่เอว

ผ้าที่ทอด้วยกี่เอวจะมีขนาดผ้าหน้าแคบ ๆ ด้วยฝีมือผสมผสานกับเทคนิคและภูมิปัญญาที่สั่งสมและถูกถ่ายทอดสั่งสอนมาจากบรรพบุรุษสืบต่อกันมาหลายชั่วอายุคน ซึ่งขั้นตอนการทอผ้าด้วยกี่เอว มีดังนี้

2.2.3.1 การเตรียมกี่เอว ชาวกะเหรี่ยงจะมีการเตรียมเครื่องทอผ้า ตั้งแต่การปั่นด้าย การกรอด้วย การตั้งกี่เอว และการขึ้นด้าย

1) การปั่นด้าย อุปกรณ์ในการปั่นด้ายประกอบด้วย หลอดกรอด้วย และเครื่องมือกรอด้วย โดยหลอดกรอด้วยแต่เดิมชาวกะเหรี่ยงใช้วิธีม้วนด้ายด้วยมือให้เป็นก้อน ปัจจุบันใช้ท่อพลาสติกแทน มีความยาวขนาด 10 เซนติเมตร

2) การกรอด้วยขวาง ด้ายขวางเป็นด้ายที่สอดเข้าไประหว่างด้ายยืน ทำให้เกิดลวดลายต่าง ๆ เรียกว่า ลุงห้วย วิธีคือ ใช้ด้ายพันกับไม้ขนาดยาวประมาณ 1 ฟุต เส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 1 เซนติเมตร

3) ตั้งไม้เครื่องทอที่เอว หลังจากปั่นด้ายเสร็จเรียบร้อยแล้วก็นำด้ายมาขึ้นด้าย

4) การขึ้นด้ายหรือการขึ้นเครื่องทอที่เอว เป็นการนำเอาเส้นด้ายมาเรียงต่อกันอย่างมีระเบียบตามแนวนอน โดยพันรอบกับส่วนประกอบของเครื่องทอ

2.2.3.2 การทอผ้า มีขั้นตอนดังนี้

1) เริ่มต้นคล้องด้ายลงที่หลักที่ 1 สาวเส้นด้ายผ่านหลักที่ 2 3 4 5 6 นำไปคล้องที่หลักที่ 8 และสาวมาคล้องที่หลักที่ 1

2) ดึงด้ายทั้งหมดให้ตึงเสมอกัน นำมาพันรอบหลักที่ 2

3) ดึงด้ายให้ตึงเสมอกัน พาดผ่านด้านหน้าของไม้หลักที่ 3 ถึงไม้หลักที่ 4 เป็นจุดแยกด้าย โดยใช้ด้ายสีขาว อีกกลุ่มหนึ่งเป็นเส้นด้ายตะกอ สอดเข้าไประหว่างเส้นด้าย 2 ส่วนเท่ากัน ๆ ส่วนที่ไม่ได้คล้องกับตะกอ แยกเส้นด้ายฝ่ายหลังหลักที่ 4 และส่วนที่คล้องตะกอ ดึงเส้นด้ายผ่านด้านหน้าหลักที่ 4

4) รวบด้ายทั้งสองส่วนเข้าด้วยกันให้ตึง พาดผ่านหลักที่ 5, 6 พันอ้อมหลักที่ 7

5) ดึงด้ายทั้งหมดให้ตึงพร้อมอ้อมหลักที่ 5 และสาวให้ตึง ดึงกลับมาเริ่มต้นที่หลัก 1 ใหม่

6) สอดไม้ทั้งหมดออกจากเครื่องทอ และนำไม้ไผ่ 1 อัน สอดเข้าไปแทนไม้ใส่ตะกอที่ 1 นำไม้ไผ่ 2 อันเข้าสอดเปลี่ยนไม้ใส่ตะกอที่ 2 และไม้ใส่ตะกอที่ 3 ซึ่งต้องใช้ช่วยแยกด้ายเวลาทอแกะดอก ส่วนไม้ไผ่ที่ 2 ใส่กระบอกไม้ไผ่แทน 1 อัน

2.2.3.3 เทคนิคการทอผ้ากะเหรี่ยง การสร้างลวดลายบนผ้าทอกะเหรี่ยง มีเทคนิคการทอที่สามารถสร้างลวดลายให้มีความสวยงาม แสดงอัตลักษณ์ของผ้าทอกะเหรี่ยงได้อย่างชัดเจน ดังนี้

1) การทอธรรมดาหรือทอพื้น เป็นการทอลายขัดมีโครงสร้างหลักโดยการสอดด้ายขวางเข้าไประหว่างด้ายยืนสลับขึ้น 1 ลง 1 หรือขึ้น 2 ลง 1 ตามจำนวนเส้นด้ายที่เรียงไว้ขณะขึ้นเครื่องทอ ผ้าที่ได้จะมีสีเดียวตลอดทั้งผืน ผ้าเรียบสม่ำเสมอ เป็นวิธีการทอขั้นพื้นฐานใช้สำหรับทอเย็บชุดเด็กผู้หญิง เสื้อผู้หญิงที่แต่งงานแล้ว ย่ามกะเหรี่ยง การทอธรรมดาแบบด้ายยืนและด้ายพุ่ง จะมีจำนวนเท่ากันทั้งผืน

2) การทอสลัสนี้ เป็นการทอแบบธรรมดาคือ ใช้เส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่งตามปกติ แต่แทรกด้ายสีต่าง ๆ สลับกันเข้าไป ขณะเรียงเส้นด้ายยืน ส่วนการทอลายมัดหมี่จะใช้ด้ายที่ย้อมติดสีบางส่วนเป็นด้ายยืนก่อนขึ้นเครื่องทอ ใช้วิธีการทอเหมือนการทอผ้าพื้นลายมัดหมี่เป็นลายที่ทอเป็นตัวขึ้น

3) การทอลายจกหรือลายแกะดอก เป็นวิธีการทอลวดลายที่มีเทคนิคการทอ ยากที่สุด ซึ่งมีเส้นพุ่งพิเศษที่สร้างลวดลายควบคู่กันไปขณะที่ทอด้วยการใช้นิ้วล้วงเข้าไปในด้ายยืน แล้วเอาด้ายสีต่าง ๆ แทรกเข้าไปขณะที่ทอสลับกับการสอดด้ายพุ่ง เมื่อทอเป็นผืนแล้ว ด้ายที่แทรก เข้าไปนั้นจะปรากฏเป็นลวดลายนูนบนผืนผ้าทั้งผืนไม่เหมือนกัน การทอลายนี้จึงจะเห็นได้จากตีนซิ่น แต่ลวดลายมีวิธีการแกะดอกแตกต่างกันออกไป



ภาพที่ 2.5 การทอผ้าด้วยกี่เอวของชาวกะเหรี่ยง

ที่มา: ศรัณย์ จันทร์แก้ว. ภาพถ่าย. 20 มกราคม 2561

2.3 บริบทชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน

2.3.1 ประวัติความเป็นมาตำบลนาทราย

ตำบลนาทรายเมื่อประมาณปี 2305 มีปู่สาง ย่าถ้ง ซึ่งเป็นชาวละว้า (ลัวะ) อพยพ มาจากเมืองเชียงใหม่ (ดอยอินทนนท์) ได้พาชาวละว้าจำนวน 15 ครอบครัวเดินทางข้ามแม่น้ำระมิงค์ (แม่ปิง) มาพักค้างแรมที่วัดผาเวียง (ปัจจุบันบ้านกองวะในเขตตำบลแม่ลาน) 1 คืน พอรุ่งขึ้นก็พากัน ออกเดินทางจนมาพบที่ดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยป่าไม้ จึงพากันตั้งบ้านเรือน ต่อมาจึงได้สร้างวัด ขึ้นแห่งหนึ่งชื่อว่า วัดทุ่งน้ำบ่อ และได้ไปนิมนต์พระวัดผาเวียงมาเป็นพระอุปัชฌาย์ ปู่สาง ย่าถ้ง เป็น หัวหน้าหมู่บ้าน ได้มีการสร้างบ้านที่อยู่อาศัยและทำการเพาะปลูกโดยได้มีการขุดสระน้ำเพื่อใช้ในการเกษตร และใช้อุปโภคบริโภค มีน้ำตลอดปี ไม่แห้งแล้ง ในหมู่บ้านมีความเจริญรุ่งเรืองและอุดมสมบูรณ์ไปด้วย ข้าว ปัจจุบันสระน้ำแห่งนี้ชาวบ้านเรียกว่า ทุ่งน้ำบ่อย่าถ้ง เป็นที่ทำกินของชาวนาทราย หมู่ที่ 4 สระน้ำ แห่งนี้ยังมีหลักฐานให้เห็นเป็นจุดเริ่มต้นของหมู่บ้านในตำบลนาทราย

ต่อมาประชากรพลเมืองได้ย้ายถิ่นฐานมาอาศัยเพิ่มมากขึ้น ในระยะแรกเป็นคนที่มาจากอำเภอเถิน และอำเภอแม่พริก จังหวัดลำปางเป็นส่วนใหญ่ มาอาศัยอยู่ตามแม่น้ำแม่แตง ต่อมาชาวกะเหรี่ยงได้มาทำบุญกับท่านหลวงปู่ครูบาวงค์และร่วมก่อสร้างวัดพระบาทห้วยต้ม ซึ่งชาวกะเหรี่ยงเหล่านี้ได้อพยพมาตั้งถิ่นฐานรอบวัดและได้ขยายชุมชนเป็นชุมชนใหญ่ที่มีการผสมผสานระหว่างคนเมืองและชาวกะเหรี่ยงมาจนปัจจุบัน (องค์การบริหารส่วนตำบลนาทราย, 2562)

2.3.2 ชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย

บ้านห้วยต้ม เป็นหมู่บ้านในเขตการปกครองของตำบลนาทราย อำเภอเถิน จังหวัดลำพูน ปัจจุบันเป็นที่อยู่อาศัยของชนเผ่าปาเกอญอ (กะเหรี่ยง) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตรแบบเชิงเดี่ยว แต่ไม่นิยมเลี้ยงสัตว์ เพราะประชากรส่วนใหญ่ไม่บริโภคเนื้อสัตว์ นอกจากอาชีพเกษตร ชนเผ่าปาเกอญอมีอาชีพเสริมคือ การทอผ้าฝ้าย การทำเครื่องเงิน การชุดศิลาแลงและการจักสานไม้ไผ่

ชุมชนพระบาทห้วยต้ม ได้รับการยกฐานะเป็นหมู่บ้านทางการในปี พ.ศ. 2519 สภาพทางเศรษฐกิจในอดีตเป็นแบบพึ่งพาธรรมชาติและทำการเกษตรเพื่อยังชีพ ครั้งเมื่อผลผลิตไม่พอกับการดำเนินชีวิต ชาวบ้านจึงหันไปประกอบอาชีพรับจ้างและค้าขาย ต่อมาในปี พ.ศ. 2521 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ รับหมู่บ้านพระบาทห้วยต้ม ให้อยู่ภายใต้การดูแลของมูลนิธิโครงการหลวงเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้เกิดการพึ่งพาตนเอง ส่งเสริมการปลูกพืชเขตหนาว ตลอดจนการฟื้นฟูและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้มีความอุดมสมบูรณ์ โดยปัจจุบันมีการจัดตั้งศูนย์วิจัยงานหัตถกรรมบ้านห้วยต้ม สำหรับส่งเสริมงานหัตถกรรมและวัฒนธรรมกะเหรี่ยงโบราณและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวปาเกอญอ ภายในศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพชุมชน ผ้าทอเก็เอว โดดเด่นด้วยผ้าฝ้ายปลูกและทอมือ เครื่องเงินแท้บริสุทธิ์ เครื่องจักสาน ซึ่งมีความประณีตและลวดลายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ของชาวปาเกอญอ (ศูนย์หัตถกรรมบ้านห้วยต้ม, 2562)

2.3.2 การเดินทาง

ชุมชนพระบาทห้วยต้มอยู่ห่างจากจังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 173 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทางโดยรถยนต์ประมาณ 3 ชั่วโมง เส้นทางจากจังหวัดเชียงใหม่-ลำพูน-อำเภอป่าซาง-อำเภอเถิน-ศูนย์ฯพระบาทห้วยต้มสภาพถนนเป็นลาดยางวิธีการเดินทางมี 2 วิธี คือ ทางบกและทางน้ำ เส้นทางการเดินทางมี 5 เส้นทาง คือ

2.3.2.1 เชียงใหม่-ลำพูน-เถิน-ศูนย์ฯ พระบาทห้วยต้ม

2.3.2.2 เชียงใหม่-สันป่าตอง-บ้านโฮ้ง-เถิน-ศูนย์ฯ พระบาทห้วยต้ม

2.3.2.3 เชียงใหม่-ลำน้ำปิง-เขื่อนภูมิพลจังหวัดตาก-ผ่านแก่งก้ออุทยาน

แห่งชาติแม่ปิง-ศูนย์ฯ พระบาทห้วยต้ม

2.3.2.4. ฮอด-ดอยเต่า-ลี-ศูนย์ฯ พระบาทห้วยต้ม

2.3.2.5 ลำปาง-เกาะคา-เสริมงามลี-ศูนย์ฯ พระบาทห้วยต้ม

2.4 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หรือ Thai community product standard (s) หมายถึง ข้อกำหนดทางวิชาการที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตชุมชนในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีแนวทางในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การใช้งานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค อีกทั้งยังสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค เนื่องจากมีหลักเกณฑ์การตรวจสอบและมีหน่วยงานกำกับดูแลทั้งการให้การรับรองและการตรวจติดตามผลภายหลังได้รับการรับรองแล้ว

2.4.1 ความเป็นมาของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

ในสภาวะการณ์ปัจจุบันผู้ประกอบการภายในประเทศมีอยู่หลายระดับ ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อม รวมถึงผู้ผลิตในชุมชนผู้ประกอบการบางรายสามารถผลิตสินค้าเพื่อส่งออกได้ แต่ยังมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่เป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและผู้ผลิตในชุมชนที่ต้องการการพัฒนาและการส่งเสริมเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับกระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้มอบหมายให้สำนักงานอุตสาหกรรมจัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้นเพื่อเสริมสร้างให้ชุมชนนำภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนให้การสนับสนุนในด้านการกำหนดมาตรฐานเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการรับรองและสามารถประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภคตลอดจนเป็นแนวทางที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคอย่างกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศต่อไป

2.4.2 วัตถุประสงค์ของมาตรฐานพัฒนาชุมชน

2.4.2.1 ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายรับรอง

2.4.2.2 ส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ผลิตระดับชุมชนในการหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตลอดจนผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.4.2.3 มุ่งเน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืนยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐานและสอดคล้องตามนโยบายรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2.4.3 แนวคิดการดำเนินงานมาตรฐานพัฒนาชุมชน

2.4.3.1 การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยสู่สากล (Local yet global)

2.4.3.2 การใช้หลักพึ่งตนเองและการคิดอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนการตัดสินใจและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีคุณค่าและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

2.4.3.3 การผลักดันผลิตภัณฑ์ดีเด่นที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติให้สู่การผลิตที่มีมาตรฐานและได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์

2.4.3.4 การสร้างผลิตภัณฑ์โดยใช้แรงงานและทรัพยากรในท้องถิ่น

2.4.4 ผลิตภัณฑ์ที่นำมากำหนดมาตรฐานพัฒนาชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่จะนำมากำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ได้พิจารณาจากบัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ของคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ซึ่งครอบคลุมผลิตภัณฑ์ 5 ประเภท คือ

2.4.4.1 อาหาร

2.4.4.2 เครื่องดื่ม

2.4.4.3 ผ้าเครื่องแต่งกาย

2.4.4.4 ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก

2.4.4.5 สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

2.4.5 คณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (คกม.)

คกม. คือ คณะกรรมการที่แต่งตั้งโดยปลัดกระทรวงมหาดไทยเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2545 โดยมีเลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นประธานคณะกรรมการชุดนี้เพื่อดำเนินการโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.4.6 อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.4.6.1 พิจารณา กำหนด แก้ไขและยกเลิกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.4.6.2 ให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการออกไปรับรองและการติดตามผลภายหลังที่ได้รับการรับรองแล้ว

2.4.6.3 ส่งเสริม พัฒนา และประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและข้อมูลให้กับผู้ผลิตในชุมชน

2.4.6.4 แต่งตั้งคณะอนุกรรมการ เพื่อช่วยเหลือดำเนินการตามที่ได้รับมอบหมาย

2.4.6.5 ติดตามประเมินผลและรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานให้คณะกรรมการวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี ในคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติทราบทุกระยะ

2.4.6.6 ดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนตามที่ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมมอบหมายและให้ความเห็นชอบแนวทางการดำเนินงานโครงการมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชนของ สมอ. คือ

1) การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สมอ. จะกำหนดมาตรฐานโดย มีข้อกำหนดที่เหมาะสมกับสภาพของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มีแนวทางปฏิบัติ ไม่ซับซ้อนเพื่อให้ผู้ผลิตเข้าถึงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ง่ายและคำนึงถึงระยะเวลาในการกำหนด มาตรฐานโดยใช้ข้อมูลจากประชุมสัมมนาเพื่อจัดทำมาตรฐาน โดยสมอ. หรือจัดจ้างกลุ่มนักวิชาการ และให้ผ่านการพิจารณาจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายก่อนประกาศใช้

2) การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน สมอ. จะให้การรับรองและการตรวจ ติดตามผลเพื่อสนับสนุนผู้ทำให้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภคโดยการเก็บ ตัวอย่างทดสอบและค่าใช้จ่ายในการทดสอบตัวอย่างทางโครงการฯ จะให้การสนับสนุน สมอ. จะกำหนด รูปแบบเครื่องหมายรับรองและจะประชาสัมพันธ์เผยแพร่เพื่อให้ผู้บริโภคทราบและยอมรับอย่างทั่วถึง

3) ด้านพัฒนาผู้ผลิตในชุมชน ในกรณีที่ผู้ผลิตบางรายมีปัญหาในการทำ ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามที่มาตรฐานกำหนด สมอ. จะเข้าไปให้ความรู้เบื้องต้นโดยการส่งผู้เชี่ยวชาญ หรือนักวิชาการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแนะนำ ณ ตำบลสถานที่ผลิตจนมีขีดความสามารถขอ รับรองได้

4) ด้านส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ สมอ. จะสร้างการรับรู้เพื่อให้รู้จักและ เกิดความตระหนักตื่นตัว โดยเปิดตัวและแนะนำโครงการผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สร้างแรงจูงใจทั้งทางตรงและทางอ้อมกล่าวคือ จัดประชุมผู้นำชุมชน หมู่บ้านที่มีผลิตภัณฑ์ชุมชน และเผยแพร่โครงการให้ทราบด้วยวิธีการต่าง ๆ เน้นใช้สื่อในท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สปอตโฆษณา ทางวิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ ตอกย้ำความสำเร็จของผู้ได้รับการรับรองและยกย่องเชิดชูเพื่อเป็นแบบอย่าง ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ชาวบ้านภูมิปัญญาไทยและให้ผู้ผลิตเกิดภาพพจน์ที่ดีว่าเป็นสินค้าคุณภาพ เทียบสินค้าแบรนด์เนมทั้งหลาย

2.4.7 การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.4.7.1 คัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะกำหนดมาตรฐาน

2.4.7.2 นักวิชาการมาตรฐานของสมอ. เป็นผู้จัดร่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.4.7.3 จัดการประชุมเพื่อให้ร่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จัดทำมีความพร้อม และมีรายละเอียดที่สมบูรณ์

2.4.7.4 จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อพิจารณาร่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.4.7.5 นำร่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอคณะกรรมการ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (กมช.) พิจารณา

2.4.7.6 เสนอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อประธาน กมช. ลงนามเพื่อประกาศใช้ต่อไป

2.4.8 การตรวจติดตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ในการตรวจติดตามคุณภาพผลิตภัณฑ์ของผู้ที่ได้รับการรับรองแล้ว พนักงานเจ้าหน้าที่จาก สมอ. จะสุ่มซื้อตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรวจสอบตามมาตรฐานและจะประเมินผลพร้อมทำหนังสือแจ้งผลการตรวจสอบให้ผู้ผลิตทราบทั้งผลผ่านและไม่ผ่าน สำหรับผู้ที่ไม่ผ่าน ในหนังสือจะแจ้งเตือนให้แก้ไขปรับปรุงและควบคุมการทำผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ผู้ที่ได้รับการรับรองทราบและตระหนักถึงการรักษาและควบคุมคุณภาพปรับปรุงแก้ไขคุณภาพผลิตภัณฑ์ของตนเองหรือของกลุ่มในรายการที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานโดยไม่ต้องดำเนินการใด ๆ เพื่อยื่นขอใหม่และไม่ต้องส่งตัวอย่างตรวจสอบซ้ำครั้งที่ 2 แต่อย่างไรก็ตาม ใบบรรองยังคงใช้ได้เหมือนเดิม ทั้งนี้พนักงานเจ้าหน้าที่ฯ จากสมอ. จะเป็นผู้พิจารณาในการไปสุ่มเก็บตัวอย่างเพื่อตรวจติดตามคุณภาพในครั้งต่อไปเอง

2.4.9 หน่วยงานที่ตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

กลุ่มผลิตภัณฑ์ อาหาร ส่งตรวจสอบที่ สถาบันอาหาร กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้า งานหัตถกรรม ส่งตรวจสอบที่ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตชวติเวชและกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

2.4.10 เครื่องหมายมาตรฐานพัฒนาชุมชน

เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มีลักษณะเป็นรูปมือประสาน โดยมีสัญลักษณ์ของสมอ. อยู่ตรงกลางซึ่งมีความหมายดังนี้ มือ หมายถึงการผลิตที่ใช้มือเป็นหลัก มือที่ประสานกัน หมายถึง การผลิตที่เป็นการผลิตในชุมชนมีการรวมกลุ่มกัน สัญลักษณ์ สมอ. หมายถึง การรับรอง โดยสมอ. สี ใช้สีพื้นเพียงสีเขียวสื่ออะไรก็ได้ความแตกต่างของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม



ภาพที่ 2.6 เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ที่มา: <http://ichpakayaw.com>. 20 พฤษภาคม 2562

ตารางที่ 2.1 ความแตกต่างกันระหว่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)	มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)
1. ข้อกำหนด - มอก. มีข้อกำหนดที่ซับซ้อนและมีความเป็นวิชาการสูง	- มผช. มีข้อกำหนดง่าย ๆ โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้
2. ผลิตภัณฑ์ - ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง มอก. ได้มาจากกระบวนการผลิตที่มีการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิตเพื่อให้ความมั่นใจว่าจะคงไว้ซึ่งระดับคุณภาพตามที่กำหนดไว้ใน มอก. ได้อย่างสม่ำเสมอ	- ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง มผช. จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการผลิตอย่างง่าย ๆ โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ แต่ยังคงไว้ซึ่งระดับคุณภาพตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐานฯ
3. ระยะเวลาในการตรวจสอบ - การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ตาม มอก. จะใช้เวลาค่อนข้างนานขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และระยะเวลาการทำงานของหน่วยตรวจสอบ	- มผช. ใช้เวลาไม่นานในการทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2.4.11 ความเกี่ยวข้องระหว่าง OTOP กับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นโครงการภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ วัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อ 1) สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน 2) สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น 3) ส่งเสริม ภูมิปัญญาท้องถิ่น 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยมีคณะกรรมการดูแลกิจกรรมในหลาย ๆ ด้าน ซึ่ง สมอ. ได้รับมอบหมายจากคณะอนุกรรมการมาตรฐานและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้รับผิดชอบงานด้านการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การรับรองคุณภาพและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าของผู้ผลิตในชุมชนให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ที่จะขอมาตรฐานพัฒนาชุมชนไม่จำเป็นต้องได้ OTOP แต่ผู้ขอต้องเป็นผู้ผลิตในชุมชนหรือเป็นกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มสตรี กลุ่มเกษตรกร เป็นต้น ต้องเป็นผู้ทำสินค้านั้นจริงและต้องเป็นสินค้าที่มีการกำหนดมาตรฐานชุมชน (มผช.)

2.4.12 การบรรจุผลิตภัณฑ์

2.4.12.1 กรณีมีภาชนะบรรจุ ให้กล่าวถึงภาชนะบรรจุไว้ด้วย

2.4.12.2 กรณีที่หุ้มห่อด้วยวัสดุ ให้กล่าวถึงวัสดุไว้ด้วย

2.4.12.3 กรณีมีปริมาตรสุทธิ ให้ระบุเป็นน้ำหนักสุทธิ หรือจำนวนชิ้น หรือ ปริมาตรสุทธิได้ด้วย

2.4.13 เครื่องหมายและฉลาก

ให้ที่ฉลากหรือภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์อย่างน้อยต้องมีเลขอักษร หรือเครื่องหมาย แจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่ายชัดเจน

2.4.13.1 ชื่อเรียกผลิตภัณฑ์เช่น หมวกเส้นใยน้ำตาล กระเป๋าเส้นใยตาล

2.4.13.2 ส่วนประกอบที่สำคัญ

2.4.13.3 ขนาดหรือมิติ หรือน้ำหนักสุทธิ

2.4.13.4 วัน เดือนปีที่ทำ

2.4.13.5 ข้อเสนอแนะในการใช้และดูแลรักษา

2.4.13.6 ชื่อผู้ทำหรือสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้งหรือเครื่องหมายการค้าที่จด

ทะเบียน

ในกรณีใช้ภาษาต่างประเทศต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

2.4.14 การชักตัวอย่างและเกณฑ์การตัดสิน

การชักตัวอย่างและการยอมรับให้เป็นไปตามแผนการชักตัวอย่างที่กำหนด

2.4.15 การทดสอบ

เป็นการกำหนดวิธีทดสอบของแต่ละข้อกำหนด อาจตรวจสอบโดยคณะผู้ตรวจสอบ ที่มีความชำนาญหรือใช้เครื่องมือต่าง ๆ วิธีทดสอบอาจกำหนดให้ตรวจพินิจหรือวัดด้วยเครื่องวัดที่เหมาะสมหรืออ้างอิงที่เป็นที่รู้จักและยอมรับ

2.4.16 สุขลักษณะของการผลิต

2.4.16.1 สถานที่ตั้งและอาคารที่ทำ

2.4.16.2 เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการควบคุมกระบวนการทำ

2.4.16.3 การสุขาภิบาล การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด

2.4.16.4 บุคลากรและสุขลักษณะของผู้ทำ

2.4.17 ประโยชน์ของมาตรฐานพัฒนาชุมชน

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช) เป็นข้อกำหนดทางวิชาการที่กำหนดคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์โดยมีเกณฑ์กำหนดที่เหมาะสมกับสภาพของผลิตภัณฑ์และอยู่ภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินในการให้การรับรองผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานกำหนด อีกทั้งเป็นการส่งเสริมพัฒนาและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตในชุมชนให้เป็นที่ยอมรับของ ตลาดทั้งในและต่างประเทศสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง คุณภาพจากหน่วยงานของรัฐ

เห็นได้ว่าเครื่องหมาย มผช มีความสำคัญต่อทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ได้มผช ถือเป็นเครื่องการันตีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น ๆ และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคตลอดจนการได้รับเครื่องหมายดังกล่าวยังเป็นแนวทางที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคอย่างกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศต่อไป ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นได้ก็จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของชุมชนและขยายผลไปสู่ระดับประเทศ ท้ายที่สุดผู้ที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดก็คือ คนไทยทุกคน ที่นอกจากจะมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นแล้ว ยังสามารถอนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอดภูมิปัญญาให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลกและคงอยู่สืบไปจนรุ่นลูกรุ่นหลาน

2.5 การออกแบบผลิตภัณฑ์

2.5.1 ความหมายของการออกแบบ

คำนิยามความหมายของคำว่า การออกแบบ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามแตกต่างกันออกไปตามความเชื่อและความเข้าใจดังนี้

โกลสไตน์ (Goldstein. 1968 อ้างถึงในพลฤทธิ ฝิวพรรณงาม. 2553) ให้ความเห็นว่า การออกแบบ คือการเลือก และการจัดสิ่งต่าง ๆ (วัตถุ สิ่งของ หรือเรื่องราว เนื้อหา) ด้วยจุดมุ่งหมายสองอย่าง คือ เพื่อให้มีระเบียบ และให้มีความงาม

เบฟลิน (Bevlin. 1998 อ้างถึงในพลฤทธิ ฝิวพรรณงาม. 2553) ให้ความเห็นว่า การออกแบบคือ การรวบรวมส่วนต่าง ๆ ให้สัมพันธ์เข้าด้วยกันทั้งหมด

2.5.2 ข้อมูลการสร้างรูปแบบการออกแบบ

แรงบันดาลใจ (Inspiration) เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการออกแบบ การตลาด ตลอดจนการโน้มน้าวความสนใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากปัจจุบันมีสินค้าให้เลือกซื้อกันมาก ผู้บริโภคมีสิทธิในการเลือกซื้อตามความพอใจ ซึ่งนอกจากจะซื้อโดยการคำนึงถึงความจำเป็นแล้ว อารมณ์ ความประทับใจในตัวสินค้ายังเป็นตัวแปรที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากสาเหตุนี้ทำให้โจทย์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันมีความยุ่งยาก ซับซ้อนมากขึ้น อาจก่อให้เกิดความสับสนต่อการออกแบบ อันเนื่องมาจากปัจจัยและข้อมูลที่หลากหลาย

นักออกแบบควรศึกษาทั้งความต้องการอันเป็นรูปธรรมและนามธรรมของผู้บริโภค และนำข้อมูลความต้องการ การเลือกเฟ้นและการจัดการกับข้อมูลที่มีอยู่ เพื่อสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการเสริมเอกลักษณ์ของตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ การหาข้อมูลสร้างแรงบันดาลใจนั้นจำเป็นต้องใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของนักออกแบบด้วยความประณีตละเอียดอ่อนในการสัมผัสข้อมูลนั้นก่อน จากนั้นจะแปรข้อมูลดังกล่าวให้เป็นเรื่องราวที่แฝงไปกับผลิตภัณฑ์ได้ทางรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส อีกเช่นกันซึ่งจะสร้างความรู้สึก คล้อยตาม เห็นด้วยในเรื่องราวและที่มาของ ผลิตภัณฑ์จนผู้บริโภคยินดีตัดสินใจซื้อด้วยความรู้สึกประทับใจเป็นอันว่านักออกแบบสามารถสื่อสารโน้มน้าวผู้บริโภคให้

ตัดสินใจซื้อได้สำเร็จโดยใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ การที่นักออกแบบจะสามารถ ใช้ทักษะในการสร้างเรื่องราวโน้มน้าว ผู้อื่นให้เกิดความประทับใจและคล้อยตามได้นั้น ต้องอาศัยการฝึกฝน การสังเกต การบันทึกเรื่องราวสร้างให้เป็นรูปธรรมให้มากที่สุด และที่ขาดไม่ได้คือ ควรทราบถึงแหล่งข้อมูล เรื่องราวความคิดสร้างสรรค์งานออกแบบ สำหรับเคล็ดลับและวิธีการในการเข้าถึงข้อมูลเรื่องราว ความคิดสร้างสรรค์ที่นักออกแบบชั้นนำทั่วโลกส่วนใหญ่ได้ปฏิบัติตามกันมานั้นคือ นักออกแบบต้องเข้าใจก่อนว่าที่มาของผลิตภัณฑ์ที่สามารถโน้มน้าวจิตใจของผู้บริโภคได้นั้น จะต้องเกิดความประทับใจกับนักออกแบบก่อน ควรเป็นเรื่องราวความรู้สึกที่ใช้ด้านอารมณ์สัมผัส จึงจะมีแรงดึงดูดพอที่จะโน้มน้าวผู้บริโภคเกิดความประทับใจได้ โดยที่มานั้นคือ แรงบันดาลใจ (Inspiration) จะต้องชัดเจนเริ่มที่นักออกแบบเลือกความประทับใจส่วนตัวขึ้นมา อาจมีหลายอย่างที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันเป็นเรื่องราว โดยเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา โดยที่นักออกแบบอาจค้นคว้าจากสิ่งพิมพ์ แหล่งข้อมูลที่สำคัญคือ ห้องสมุดหรือ Internet แต่ข้อมูลที่ได้จะจำกัดเพียงข้อมูลทฤษฎี จึงอาจสร้างความตื่นเต้นประทับใจให้นักออกแบบได้ไม่มากนัก หรือจะเป็นการจัดฉากสร้างเรื่องราวก็ทำได้แต่ต้องคำนึงถึงอุปกรณ์ให้ดี แหล่งข้อมูลต่อมาคือ การดูจากพิพิธภัณฑ์จะเพิ่มความซาบซึ้งให้มากขึ้น เนื่องจากถ้าเป็นรูปทรง 3 มิติ และให้ความรู้ถึงขนาด (Size) มาตรฐาน (Scale) สัดส่วน (Proportion) บริเวณว่าง (Space) เรื่องราวและองค์ประกอบอื่น ๆ แต่โดยส่วนใหญ่ก็เป็นการรับรู้ทางสายตาถึงการเดินทางท่องเที่ยวที่ตนเองที่เป็นแหล่งข้อมูลที่ดีมาก จะให้ความสด สร้างความประทับใจให้กับนักออกแบบเป็นอย่างมากอาจรู้ดีมีที่ขาดไม่ได้คือ กล้องถ่ายรูป และสมุดร่างภาพ อาจมองทั้งสิ่งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรมที่สามารถสร้างความรู้สึกประทับใจให้กับตัวนักออกแบบได้ เช่น เรื่องราววัฒนธรรม ประเพณี ในพื้นที่ที่ได้ไป จากอาหารการกิน เครื่องแต่งกาย เพลง แฟชั่น อาคาร สถาปัตยกรรมหรือความประทับใจพิเศษเกี่ยวกับธรรมชาติ เช่น ทะเล ใต้ทะเล อาจประทับใจในร่างกายมนุษย์ อวัยวะภายในสัตว์ หรือผลงานศิลปะการออกแบบของนักออกแบบโดยอารยะตะวันออก หรือตะวันตก เช่น Art Deco, Art Nouveau Greek, จะเป็นงานออกแบบหรืองานศิลปะร่วมสมัย ก็เป็นไปได้เช่น Tom Dixon, Ron Arad, Philippe Starck หรือเป็นงานออกแบบในอนาคตได้ขึ้นอยู่กับความประทับใจของนักออกแบบโดยเก็บข้อมูลเป็นภาพอาจใช้การร่างหรือการใช้กล้องถ่าย เนื่องจากภาพถ่ายสามารถบรรยายถึงอารมณ์ ความรู้สึกได้มากกว่าหลายคำพินคำหรือประโยคหลายร้อยประโยค แต่อาจเขียนคำหรือประโยคกำกับเพื่อบันทึกรายละเอียดนั้นไว้ ให้บันทึกภาพเก็บไว้ให้ได้มากที่สุด จากนั้นเริ่มปฏิบัติตามขั้นตอนต่อไปนี้

2.5.2.1 นำภาพร่างจากสมุดร่างภาพ ข้อความ ความรู้ ทั้งรูปธรรมและนามธรรม จากนิตยสาร การอัดภาพถ่ายหรือถ่ายเอกสาร การ Download ภาพจาก Internet อย่าลืมบันทึกอ้างอิงถึงแหล่งที่มาด้วย เป็นสิ่งสำคัญมาก ในการนำเสนอจะมีน้ำหนักมากขึ้น สามารถค้นคว้าพัฒนาต่อเนื่องได้ หากเหตุผลว่าทำไมเราถึงชอบสิ่งนั้น ๆ ทำไมสิ่งนั้นดึงดูดคุณและบันทึกเก็บไว้เพื่อใช้งาน

2.5.2.2 นำมาขยายผลต่อโดยการหาสิ่งเชื่อมโยงให้เกิดเป็นรูปธรรม และเกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้นโดยสามารถเพิ่มเติมภาพหรือข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันมาประติจติจัดองค์ประกอบให้เป็นกลุ่มภาพเพื่อร้อยเรียงเรื่องราวให้ได้ความชัดเจนมากที่สุด

2.5.2.3 นำมาขยายเรื่องราวโดยพิจารณาหาแนวทางในการประทับใจนั้น ๆ มาใช้เป็นแก่น (Theme) ในการออกแบบซึ่ง Mood Board อาจมีหลายรูปแบบและหลายแนวทางก็ได้ขึ้นอยู่กับเรื่องราวและความประทับใจ ตลอดจนจุดประสงค์ในการใช้งานของนักออกแบบเช่น บางชิ้นใช้เพื่อพิจารณาถึงรูปลักษณ์ที่จะเป็นแนวทางการสร้างเอกลักษณ์ในงานออกแบบ บางชิ้นเพื่ออาจใช้เพื่อแสดงอารมณ์ ของงาน (Style) เพื่อบอกวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย (Lifestyle) หรือใช้เพื่อแสดงรูปแบบวัสดุพื้นผิว (Texture) และองค์ประกอบอื่น ๆ โดยจัดทำเพิ่มเติมขึ้นได้ตามความเหมาะสม เพื่อความชัดเจนในงานออกแบบของเรา จากนั้นเชื่อมโยงข้อมูลที่มีอยู่ด้วยกันโดยคิดเชื่อมโยง Mood Board เหล่านั้นในงาน

2.5.2.4 หาสิ่งบ่งชี้หรือแนวทางเบื้องต้นที่แสดงออกซึ่ง ความประทับใจนั้นว่าจะสื่อสารผ่านอะไร จะนำมาถ่ายทอดให้ร่วมสมัยได้อย่างไร หรือจะทำให้เข้ากับความต้องการหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างไรเช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบ้าน ในร้านค้า คลับบาร์ หรือโรงแรม

2.5.2.5 เมื่อได้สิ่งที่ต้องการออกแบบแล้วก็ให้ออกแบบให้สัมพันธ์กับแรงบันดาลใจนั้นได้เลย จะค้นหาแรงบันดาลใจก่อนการคิดโจทย์ผลิตภัณฑ์ที่จะออกแบบ หรือกำหนดผลิตภัณฑ์ที่จะออกแบบก่อนแล้วค่อยหาแรงบันดาลใจก็ได้ ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่นักออกแบบเผชิญ แต่สิ่งที่ขาดไม่ได้ในการคิดสร้างสรรค์งานออกแบบคือ แรงบันดาลใจที่รู้สึกได้เป็นรูปธรรม (Mood Board) (อริญ วานิษากร. 2550)

2.5.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Products design)

เป็นการออกแบบเครื่องอุปโภคบริโภค เพื่อใช้ในชีวิตประจำวันเช่น การออกแบบเครื่องนุ่งห่ม เครื่องประดับสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมีการผลิตคราวละมาก ๆ ในการขายก็ต้องขายให้ได้มากเพื่อให้สัมพันธ์กับการผลิตซึ่งจุดประสงค์ในการผลิตจะต้องคำนึงถึงคุณภาพเป็นหลัก ดังนั้นเพื่อให้การออกแบบบรรลุตามจุดประสงค์ นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ในการออกแบบ

การออกแบบผลิตภัณฑ์คือ กระบวนการของความคิดและจินตนาการที่สร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เป็นการผสมผสานในเรื่องของวิทยาศาสตร์และสุนทรียศาสตร์ทางด้านศิลปะ โดยผลิตภัณฑ์บางชนิดมีจุดประสงค์ต่อแนวทางการดำรงชีวิตโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภคสังคมและสิ่งแวดล้อมบางชนิดตอบสนองต่อค่านิยมในสังคมตามวิถีของสังคมที่มีความเจริญทางเทคโนโลยี

2.5.4 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

2.5.4.1 หน้าที่ใช้สอย หน้าที่ใช้สอยถือเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุด เป็นอันดับแรกที่ต้องคำนึง ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้คือสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบายผลิตภัณฑ์ ถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยดี (High function) แต่ถ้าหากผลิตภัณฑ์ใดไม่สามารถสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์นั้นก็ถือว่าไม่มีประโยชน์ใช้สอยไม่ดีเท่าที่ควร (Low function) คำว่าประโยชน์ใช้สอยดี (High function) นั้น เพื่อให้ง่ายแก่การเข้าใจ ขอให้ดูตัวอย่างการออกแบบมิดหัน ผักแม้ว่ามีหันผักจะมีประสิทธิภาพในการหันผักให้ขาดได้ตามความต้องการ แต่จะกล่าวว่ามิดหันมีประโยชน์ใช้สอยดี (High function) ยังไม่ได้ จะต้องมององค์ประกอบอย่างอื่นร่วมอีกเช่น ตำแหน่งของมิดหันจะต้องมีความโค้งเว้าที่สัมพันธ์กับขนาดของมือผู้ใช้ ซึ่งจะเป็นส่วนที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบายในการหันผักด้วยและภายหลังจากการใช้งานแล้วยังสามารถทำความสะอาดได้ง่ายการเก็บและบำรุงรักษาจะต้องง่ายสะดวกด้วยประโยชน์ใช้สอยของมิดจึงจะครบถ้วนและสมบูรณ์ เรื่องหน้าที่ใช้สอยนับว่าเป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อนซับซ้อนมาก ผลิตภัณฑ์บางอย่างมีประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้คนที่ทั่วไปทราบเบื้องต้นว่า มีหน้าที่ใช้สอยแบบนี้แต่ความละเอียดอ่อนที่นักออกแบบได้คิดออกมานั้น ได้ตอบสนองความสะดวกสบายอย่างเต็มที่เช่น มิดในครัวมีหน้าที่หลักคือ ใช้ความคมช่วยในการหันสับ แต่เราจะเห็นได้ว่าการออกแบบมิดที่ใช้ในครัวอยู่มากมายหลายแบบหลายชนิดตามความละเอียดในการใช้ประโยชน์เป็นการเฉพาะที่แตกต่างเช่น มิดสำหรับปอกผลไม้มีดแล่นเนื้อสัตว์ มีดสับกระดูก มีดบะช่อ มีดหันผัก เป็นต้น ซึ่งก็ได้มีการออกแบบลักษณะแตกต่างกันออกไปตามการใช้งาน ถ้าหากมีการใช้มีดอยู่ชนิดเดียวแล้วใช้กันทุกอย่างตั้งแต่แล่นเนื้อสับบะช่อ สับกระดูก หันผัก ก็อาจ จะใช้ได้แต่จะไม่ได้ความสะดวกเท่าที่ควร หรืออาจได้รับอุบัติเหตุขณะที่ใช้ได้ เพราะไม่ใช่ประโยชน์ใช้สอยที่ได้รับการออกแบบมาให้ใช้เป็นการเฉพาะอย่างการออกแบบเก้าอี้ก็เหมือนกัน หน้าที่ใช้สอยเบื้องต้นของเก้าอี้คือ ใช้สำหรับนั่ง แต่นั่งในกิจกรรมใด นั่งในห้องรับแขกขนาดลักษณะรูปแบบเก้าอี้ก็เป็นความสะดวกในการนั่งรับแขก พุดคุยกัน นั่งรับประทานอาหาร ขนาดลักษณะเก้าอี้ก็เป็นความเหมาะสมกับโต๊ะอาหาร นั่งเขียนแบบบนโต๊ะเขียนแบบ เก้าอี้ก็จะมีขนาดลักษณะที่ใช้สำหรับการนั่งทำงานเขียนแบบ ถ้าเอาเก้าอี้รับแขกมาใช้บนโต๊ะเขียนแบบก็คงจะเกิดการเมื่อยล้า ปวดหลัง ปวดคอบนทำงานได้ไม่นาน ตัวอย่างดังกล่าวต้องการที่จะพูดถึงเรื่องของหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญและละเอียดอ่อนมาก ซึ่งนักออกแบบจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลอย่างละเอียด

2.5.4.2 ความปลอดภัย สิ่งที่อำนวยความสะดวกได้มากเพียงใด ย่อมจะมีโทษเพียงนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสะดวกต่าง ๆ มักจะเกิดจากเครื่องจักรกลและเครื่องใช้ไฟฟ้า การออกแบบควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ต้องแสดงเครื่องหมายไว้ให้ชัดเจนหรือมีคำอธิบายไว้ ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กต้องคำนึงถึงวัสดุที่เป็นพิษเวลาเด็กเอาเข้าปากกัดหรืออม นักออกแบบจะต้อง

คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้เป็นสำคัญ มีการออกแบบบางอย่างต้องใช้เทคนิคที่เรียกว่า แบบธรรมดา แต่คาดไม่ถึงช่วยในการให้ความปลอดภัยเช่น การออกแบบหัวเกลียววาล์วถังแก๊ส หรือปุ่มเกลียวล้อคใบพัดของพัดลม จะมีการทำเกลียวเปิดให้ย่นตรงกันข้ามกับเกลียวทั่ว ๆ ไป เพื่อความปลอดภัย สำหรับคนที่ไม่ทราบหรือเคยมือไปหมุนเล่นคือ ยิ่งหมุนก็ยิ่งขันแน่น เป็นการเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้

2.5.4.3 ความแข็งแรง ผลิตภัณฑ์จะต้องมีความแข็งแรงในตัวของผลิตภัณฑ์หรือโครงสร้างเป็นความเหมาะสมในการที่นักออกแบบรู้จักใช้คุณสมบัติของวัสดุและจำนวนหรือปริมาณของโครงสร้าง ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการรับน้ำหนักเช่น โต๊ะ เก้าอี้ ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก อีกทั้งต้องไม่ทิ้งเรื่องของความสวยงามทางศิลปะ เพราะมีปัญหาว่า ถ้าใช้โครงสร้างให้มากเพื่อความแข็งแรงจะเกิดสวนทางกับความงาม นักออกแบบจะต้องเป็นผู้ดึงเอาทั้งสองสิ่งนี้เข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ ส่วนความแข็งแรงของตัวผลิตภัณฑ์เองนั้นก็ขึ้นอยู่กับรูปร่างและการเลือกใช้วัสดุและประกอบกับการศึกษาข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต้องรับน้ำหนักหรือกระทบกระแทกอะไรหรือไม่ ในขณะที่ใช้งานก็จะต้องทดลองประกอบการออกแบบไปด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ความแข็งแรงของโครงสร้างหรือตัวผลิตภัณฑ์นอกจากเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้วยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยควบคู่กันไปด้วย

2.5.4.4 ความสะดวกสบายในการใช้ นักออกแบบต้องศึกษาวิชากายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับสัดส่วน ขนาด และขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะส่วนต่าง ๆ ในร่างกายของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งจะประกอบด้วยความรู้ทางด้านขนาดสัดส่วนมนุษย์ (Anthropometry) ด้านสรีรศาสตร์ (Physiology) จะทำให้ทราบขีดจำกัดความสามารถของอวัยวะส่วนต่าง ๆ ในร่างกายมนุษย์ เพื่อใช้ประกอบการออกแบบหรือศึกษาด้านจิตวิทยา (Psychology) ซึ่งความรู้ด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้จะทำให้กำหนดขนาด ออกแบบและกำหนดขนาด (Dimensions) ส่วนโค้งส่วนเว้า ส่วนตรง ส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้อย่างพอเหมาะกับร่างกายหรืออวัยวะของมนุษย์ที่ใช้ก็จะเกิดความสะดวกสบายในการใช้การไม่เมื่อยมือหรือเกิดการล้าในขณะที่ใช้ไปนาน ๆ ผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาวิชาดังกล่าวก็จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใช้ต้องใช้อวัยวะร่างกายไปสัมผัสเป็นเวลานานเช่น เก้าอี้ ด้ามเครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ การออกแบบภายในห้องโดยสารรถยนต์ ที่มีอวัยวะจักรยาน ปุ่มสัมผัสต่าง ๆ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่ยกตัวอย่างมาถ้าผู้ใช้ผู้ใดได้เคยใช้มาแล้วเกิดความไม่สบายร่างกายขึ้น ก็แสดงว่าศึกษากายวิภาคเชิงกลไม่ดีพอ แต่ทั้งนี้ก็ต้องศึกษาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้ดีก่อน จะไปเหมาว่าผลิตภัณฑ์นั้นไม่ดี เพราะผลิตภัณฑ์บางชนิดผลิตมาจากประเทศตะวันตกซึ่งออกแบบโดยใช้มาตรฐานผู้ใช้ของชาวตะวันตก ที่มีรูปร่างใหญ่โตกว่าชาวเอเชีย เมื่อชาวเอเชียนำมาใช้อาจจะไม่พอดีหรือหลวมไม่สะดวกในการใช้งาน นักออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษาสัดส่วนร่างกายของชนชาติหรือเผ่าพันธุ์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์

2.5.4.5 ความสวยงาม ผลผลิตในยุคนี้นี้ความสวยงามนับว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหน้าที่ใช้สอย ความสวยงามจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเพราะประทับใจ ส่วนหน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่ต้องใช้เวลาอีกระยะเวลาหนึ่งคือใช้ไปเรื่อย ๆ ก็เกิดข้อบกพร่องในหน้าที่ใช้สอยให้เห็นภายหลัง ผลผลิตบางอย่างความสวยงามก็คือหน้าที่ใช้สอยนั่นเอง เช่น ผลผลิตของที่ระลึก ของขวัญตกแต่งต่าง ๆ ซึ่งผู้ซื้อเกิดความประทับใจในความสวยงามของผลผลิตความสวยงามจะเกิดมาจากสิ่งสองสิ่งด้วยกันคือ รูปร่าง (Form) และสี (Color) การกำหนดรูปร่างและสี ในงานออกแบบผลผลิตที่ไม่เหมือนกับการกำหนด รูปร่าง สี ได้ตามความนึกคิดของจิตรกรที่ต้องการ แต่ในงานออกแบบผลผลิตที่เป็นในลักษณะศิลปะอุตสาหกรรม จะทำตามความชอบความรู้สึกนึกคิดของนักออกแบบแต่เพียงผู้เดียวไม่ได้ จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานรูปร่างและสีนั้นให้เหมาะสมด้วยเหตุของความสำคัญของรูปร่าง และสีที่มีผลต่อผลผลิตนั้นออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษาวิชาทฤษฎีหรือหลักการออกแบบและวิชาทฤษฎีสีซึ่งเป็นวิชาทางด้านของศิลปะแล้วนำมาประยุกต์ผสมใช้กับศิลปะทางด้านอุตสาหกรรมให้เกิดความกลมกลืน

2.5.4.6 ราคาพอสมควร ผลผลิตที่ผลิตขึ้นมาขายนั้นย่อมต้องมีข้อมูลด้านผู้บริโภค และการตลาดที่ได้ค้นคว้าและสำรวจแล้ว ผลผลิตที่ย่อมจะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นคนกลุ่มใด อาชีพฐานะเป็นอย่างไร มีความต้องการใช้สินค้าหรือผลผลิตนี้เพียงใด นักออกแบบก็จะเป็นผู้กำหนดแบบผลผลิตประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อได้การจะได้มาซึ่งผลผลิตที่มีราคาเหมาะสมกับผู้ซื้อนั้น ก็อยู่ที่การเลือกใช้ชนิดหรือเกรดของวัสดุ และเลือกวิธีการผลิตที่ง่ายรวดเร็ว เหมาะสม อย่างไรก็ดีถ้าประมาณการออกมาแล้วปรากฏว่า ราคาค่อนข้างจะสูงกว่าที่กำหนดไว้ ก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่าง ๆ กันใหม่ แต่ก็ยังต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลผลิตนั้น เรียกว่าเป็นวิธีการลดค่าใช้จ่าย

2.5.4.7 การซ่อมแซมง่าย หลักการนี้คงจะใช้กับผลผลิต เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมต้องมีการเชื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือการใช้งานในทางที่ผิด นักออกแบบย่อมที่จะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น ตลอดจนน็อต สกรู เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝาครอบบริเวณต่าง ๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ง่าย

2.5.4.8 วัสดุและวิธีการผลิต ผลผลิตอุตสาหกรรม ที่ผลิตด้วยวัสดุสังเคราะห์ อาจมีกรรมวิธีการเลือกใช้วัสดุและวิธีผลิตได้หลายแบบ แต่แบบหรือวิธีใดถึงจะเหมาะสมที่สุด ที่จะไม่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าที่ประมาณ ฉะนั้นนักออกแบบคงจะต้องศึกษาเรื่องวัสดุและวิธีผลิตให้ลึกซึ้ง โดยเฉพาะวัสดุจำพวกพลาสติกในแต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติทางกายภาพที่ต่างกันออกไปเช่น มีความใส ทนความร้อน ผิวมันวาว ทนกรดต่างได้ดี ไม่ลื่น เป็นต้น ก็ต้องเลือกให้คุณสมบัติดังกล่าวให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของผลผลิตที่พึงมีในยุคนี้นี้ มีการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย

การใช้วัสดุที่นำกลับมาหมุนเวียนมาใช้ใหม่ ก็ยังทำให้นักออกแบบย่อมต้องมีบทบาทเพิ่มขึ้นอีกคือ เป็นผู้ช่วยพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ที่เรียกว่า “รีไซเคิล”

2.5.4.9 การขนส่ง นักออกแบบต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง การขนส่งสะดวกหรือไม่ ระยะใกล้หรือระยะไกล กินเนื้อที่ในการขนส่งมากน้อยเพียงใด การขนส่งทางบกทางน้ำหรือทางอากาศต้องทำการบรรจุหีบห่ออย่างไร ถึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เกิดการเสียหายชำรุด ขนาดของตู้คอนเทนเนอร์บรรจุสินค้าหรือเนื้อที่ที่ใช้ในการขนส่งมีขนาดกว้าง ยาว สูง เท่าไหร่ เป็นต้น หรือในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบมีขนาดใหญ่โดยยาวมากเช่น เตียง หรือพัดลมแบบตั้งพื้น นักออกแบบก็ควรที่จะคำนึงถึงเรื่องการขนส่ง ตั้งแต่ขั้นตอนของการออกแบบกันเลย คือออกแบบให้มีชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย สะดวก เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กที่สุดสามารถบรรจุได้ในลังที่เป็นขนาดมาตรฐานเพื่อการประหยัดค่าขนส่ง เมื่อผู้ซื้อซื้อไปก็สามารถที่จะขนส่งได้ด้วยตนเองนำกลับไปบ้านก็สามารถประกอบชิ้นส่วนให้เข้ารูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวกด้วยตนเอง

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้กล่าวมาทั้ง 9 ข้อ เป็นหลักการที่นักออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึง เป็นหลักการทางสากลที่ได้กล่าวไว้ในขอบเขตอย่างกว้าง ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ไว้ทั่วทุกกลุ่มทุกประเภท ในผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดนั้นอาจจะไม่ต้องคำนึงหลักการดังกล่าวครบทุกข้อก็ได้ ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์บางชนิดก็อาจจะต้องคำนึงถึงหลักการดังกล่าวครบถ้วนทุกข้อเช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ไว้อาบน้ำ ก็คงจะเน้นหลักการด้านประโยชน์ใช้สอย ความสะดวกในการใช้และความสวยงามเป็นหลัก คงจะไม่ต้องไปคำนึงถึงด้านการซ่อมแซม เพราะไม่มีกลไกซับซ้อนอะไร หรือการขนส่ง เพราะขนาดจำกัดตามประโยชน์ใช้สอยบังคับ เป็นต้น ในขณะที่ผลิตภัณฑ์บางอย่างเช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์รถยนต์ ก็จำเป็นที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ครบทั้ง 9 ข้อ เป็นต้น

2.5.5 ระดับการสร้างสรรค์ 4 ระดับ

2.5.5.1 การค้นพบสิ่งใหม่ (Discovery) ได้แก่ ผลงานซึ่งเป็นสิ่งใหม่ยังไม่เคยค้นพบมาก่อน ในงานออกแบบปัจจุบันไม่ค่อยเห็นนัก เนื่องจากการออกแบบมีรากฐาน การพัฒนามาจากงานเดิม การค้นพบสิ่งใหม่ส่วนใหญ่ก็นั้นมักจะเกิดขึ้นในวงการวิทยาศาสตร์การค้นพบทฤษฎีและหลักการหรือสารใหม่ ๆ เป็นต้น

2.5.5.2 การริเริ่มใหม่ (Innovation) เป็นผลงานที่เกิดขึ้นจากการนำหลักการหรือการค้นพบมาใช้สร้างให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีคุณค่าในการแก้ปัญหาเช่น เครื่องยนต์ที่ใช้น้ำมัน เปลี่ยนมาเป็นใช้ไฟฟ้า

2.5.5.3 การสังเคราะห์ใหม่ (Synthesis) เป็นผลงานที่เกิดจากการรวบรวมผลงานเดิมที่มีอยู่แล้ว มาสังเคราะห์สร้างให้เกิดเป็นสิ่งใหม่ เช่น การรวบรวมความสามารถด้าน ถ่ายรูป ถ่ายวิดีโออินเทอร์เน็ตไว้ เกม แผนที่ โทรทัศน์ ฯลฯ ไว้ในโทรศัพท์มือถือ

2.5.5.4 การดัดแปลงใหม่ (Mutation) เป็นผลงานที่พบเห็นทั่วไป ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ ขนาดหรือคุณสมบัติบางประการ ให้มีความแตกต่างจากสิ่งของที่มีอยู่เดิม ทำให้ผู้ผลิตต้องเร่งผลิตสินค้าประเภทเดิม แต่สามารถดึงดูดความสนใจได้ดีกว่า อันเป็นผลทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้า

2.5.6 สิ่งตลใจในการออกแบบ (Inspiration) แรงตลใจหรือแรงบันดาลใจมาจากสิ่งต่างที่นักออกแบบได้มีประสบการณ์ตรงจากการพบเห็น หรือจากมโนภาพของความคิด ซึ่งเป็นเส้นทางสร้างแนวคิด ในการสร้างสรรค์งานออกแบบ ตัวอย่างสิ่งตลใจ

2.5.6.1 รูปทรงธรรมชาติ (Natural from inspiration) เช่น รูปทรงของคน สัตว์ พืช แร่ธาตุ

2.5.6.2 รูปทรงเรขาคณิต (Geometric from inspiration)

2.5.6.3 รูปทรงอิสระ (Free from inspiration)

2.5.7 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Style)

2.5.7.1 แบบโบราณ (Old style) เป็นการออกแบบแนวอนุรักษ์นิยม โดยยึดแบบอย่างจากของเดิมมาออกแบบ

2.5.7.2 แบบอมตะ (Classic style) คือ การออกแบบที่มีมานานแต่ยังไม่ล้าสมัย

2.5.7.3 แบบร่วมสมัย (Contemporary style) คือ การนำเอาของเก่าและของใหม่ออกแบบให้เหมาะสมกับยุคสมัย

2.5.7.4 แบบทันสมัย (Modern style) การออกแบบที่เป็นปัจจุบัน เข้ากับสมัยนิยม แบบล้ำสมัย (Advance style) คือการออกแบบที่มองถึงอนาคตหรือเป็นผู้นำ

2.5.8 การแบ่งขั้นตอนกระบวนการออกแบบ

เนื่องจากนักออกแบบแต่ละคนเมื่อผ่านประสบการณ์ในการทำงานมาช้านานได้สะสมความรู้ความชำนาญตลอดจนความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาหรืออุปสรรค ขณะลงมือทำงานจึงพัฒนาขั้นตอนการทำงานเฉพาะเป็นตัวเองตามความถนัดและความมีประสิทธิภาพด้วยวิธีที่ตนได้เรียนมา การวางแผนการทำงานไว้เป็นเสมือนคู่มือการปฏิบัติงาน เพื่อให้ให้นักออกแบบและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ปฏิบัติการเป็นขั้นตอนมีการกำหนดอย่างชัดเจนเกี่ยวกับลักษณะผลผลิตที่ต้องทำส่งในแต่ละขั้นตอนและให้ดำเนินไปเป็นลำดับอย่างเคร่งครัด การทำงานตามแบบแผนอย่างเป็นขั้นตอนมีส่วนช่วยให้การออกแบบประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี วิธีการแบ่งขั้นตอนการทำงาน แบ่งการทำงานออกเป็น 8 ขั้นตอน คือ

2.5.8.1 การกำหนดขอบเขตของปัญหา (Location of problem) การนำโจทย์หรือปัญหาที่ได้รับในงานออกแบบนำมาศึกษาพิจารณาให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดขอบเขตการทำงานเพื่อแก้ปัญหาอย่างเหมาะสมไม่กว้างหรือแคบจนเกินไป

2.5.8.2 การค้นหาข้อมูล (Data) การศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ นำมาจัดจำแนกอย่างเป็นระบบตามหัวข้อที่มีความสัมพันธ์กับปัญหา ข้อมูลมีคุณค่าช่วยให้เกิดความเข้าใจและช่วยเสนอแนะวิธีการต่าง ๆ สำหรับแก้ปัญหา

2.5.8.3 การวิเคราะห์ (Analysis) การนำข้อมูลที่จำแนกไว้มาแยกแยะ เปรียบเทียบ และจัดให้เกิดความสัมพันธ์กัน ผลจากการวิเคราะห์จะช่วยเสนอแนะตั้งแต่ทางเลือก จนถึงเกณฑ์สำหรับการพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ในการแก้ปัญหา

2.5.8.4 การสร้างแนวความคิดหลัก (Conceptual design) ใช้เทคนิคต่าง ๆ เพื่อสร้างสรรค์แนวความคิดหลักในการออกแบบ แนวความคิดหลักควรมีลักษณะที่สามารถแก้ปัญหาที่สำคัญ ได้อย่างตรงประเด็นและมีความกว้างครอบคลุมการแก้ปัญหาย่อยมีความแปลกใหม่ไม่ซ้ำกับแนวทางที่เคยมีมาก่อนและยังมีลักษณะเป็นความคิดหรือสมมุติฐานที่อาจจะยังเป็นนามธรรม นอกจากนี้แนวความคิดในการออกแบบไม่ได้มีอยู่เพียงครั้งเดียว โดยเฉพาะสำหรับปัญหาที่ซับซ้อนในระยะแรกเป็นการสร้างแนวความคิดโดยรวมและเมื่อทำการออกแบบก็จะมีการสร้างแนวเสริมตามไปแต่ละขั้นตอนหรือทุก ๆ ระดับการแก้ปัญหา ทั้งนี้เพื่อให้การออกแบบลึกลงไปทุกขั้นตอนสามารถทำได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

2.5.8.5 การออกแบบร่าง (Preliminary design) การนำแนวความคิดหลักมาตีความแปรรูปหรือประยุกต์สร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรมได้กลายเป็นรูปธรรม มีตัวตนมองเห็นและจับต้องได้ ด้วยการร่างเป็นภาพ 2 มิติหรือสร้างหุ่นจำลอง 3 มิติแบบร่างควรมีจำนวนมาก มีความแตกต่างกันหลากหลายทางด้านรูปร่าง หน้าตา ขนาด ส่วนประกอบ ตั้งแต่โครงสร้างถึงส่วนประกอบย่อย พร้อมทั้งให้คำอธิบายหรือกราฟิกแสดงหลักวิธีการและความคิดเห็นของผู้ออกแบบต่อแบบเหล่านั้น

2.5.8.6 การคัดเลือก (Selection) การนำแบบร่างที่สร้างขึ้นเป็นจำนวนมาก เปรียบเทียบโดยใช้หลักเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ เพื่อคัดเลือกแบบที่มีความเหมาะสมสูงสุดสามารถแก้ปัญหาได้สำเร็จด้วยวิธีการที่ง่าย ประหยัดและมีความเป็นไปได้จริง ทั้งในการผลิตและการตลาด

2.5.8.7 การออกแบบรายละเอียด (Detail design) การนำแบบที่ผ่านการพิจารณาเลือกแล้วมาพัฒนาต่อไปจนถึงขั้นรายละเอียดของส่วนประกอบย่อยต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น การออกแบบรายละเอียดจะเกิดขึ้นขณะเขียนแบบ นับเป็นขั้นตอนสำคัญที่มีส่วนช่วยเปลี่ยนแปลงแบบที่มาจากแนวความคิดธรรมดาให้กลายเป็นแบบที่น่าสนใจและใช้งานได้ดีหรือในทางตรงกันข้ามคือ มีส่วนทำลายแนวความคิดที่ดีให้ด้อยคุณค่าลงจากความหยابหรือการขาดความเอาใจใส่ในรายละเอียดของงาน

2.5.8 การประเมินผล (Evaluation) การนำแบบที่สำเร็จทั้งในลักษณะงาน 2 มิติ และ 3 มิติ มาทำการประเมินผลงานนั้น ๆ ว่ามีความถูกต้องและครบถ้วนตามขอบเขตและจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้เพียงใด การประเมินผลช่วยให้รู้ระดับคุณภาพของงานออกแบบและเป็นการตรวจสอบขั้นสุดท้ายก่อนการลงทุนผลิตและจำหน่าย (นวลน้อย บุญวงษ์. 2542)

2.5.9 สิ่งที่ขาดไม่ได้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

เราอาจเห็นงานออกแบบที่ทรงคุณค่าในแบบศิลปวัตถุ แต่ส่วนใหญ่แล้วมันคืองานสร้างสรรค์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดและของผู้ใช้เป็นสำคัญ กระบวนการออกแบบที่เข้าใจกันสากลนั้น ไม่ใช่กระบวนการสร้างสรรค์ตามแรงบันดาลใจส่วนตัว ในหลายส่วนของการทำงานต้องพึ่งพาข้อมูลจากวิธีการที่เรียกว่า “วิจัยการตลาด” วิธีการนี้ถือเป็นสาระสำคัญอันหนึ่งของกระบวนการออกแบบ (Design Method) ที่นักออกแบบจำเป็นต้องรู้และเข้าใจ เพื่อให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ได้ตรงใจลูกค้าที่สุด

ศาลีสา ประพันธ์ศิลป์ (2552) Senior researcher บริษัท Synovate ผู้เชี่ยวชาญการหาข้อมูลสนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค ได้กล่าวถึงวิธีการหาข้อมูล อันจะเป็นประโยชน์กับนักออกแบบและผู้ประกอบการรายย่อย เธอกกล่าวว่า โดยทั่วไปบริษัทมาร์เก็ตติ้งรีเสิร์ชจะมีอยู่ 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายวิจัยเชิงปริมาณ (Quantity research) และฝ่ายวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality research) ซึ่งผลการวิจัยทั้งสองฝ่ายจะถูกนำมาใช้ควบคู่กัน ฝ่ายวิจัยเชิงคุณภาพจะได้พบปะพูดคุยกับผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ซึ่งวิธีการวิจัยจะนำมาใช้ให้ได้มาซึ่งข้อมูลสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ได้แก่

1. Focus group: วิธีนี้คือ การเชิญกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมาพูดคุยกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งผู้บริโภคเหล่านี้ จะพูดคุยและทำกิจกรรมร่วมกันในหลาย ๆ เรื่อง เช่น การทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ การดูโฆษณาตัวใหม่ เป็นต้น ข้อดีของการทำ Focus group คือเราสามารถได้รับข้อมูลเชิงลึกได้อย่างรวดเร็ว เพราะเมื่อผู้บริโภคเป้าหมายได้พูดคุยเป็นกลุ่ม ก็จะเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เกิดความคิดใหม่ ๆ ขึ้นมา อย่างไรก็ตาม Focus group ยังไม่สามารถทำให้เราเห็นถึงพฤติกรรมที่แท้จริงของผู้ใช้ได้ ซึ่งวิธีวิจัยในอันดับต่อไปจะเข้ามาตอบโจทย์ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่ว่านี้

2. Ethnography: คือวิธีการที่ผู้วิจัยเข้าไปสังเกตการณ์ และใช้เวลาร่วมกับผู้บริโภคเป้าหมายในสภาพแวดล้อมที่เขาใช้ชีวิตอยู่จริง ๆ วิธีนี้เหมาะสมกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ในประเภทไลฟ์สไตล์ ที่ต้องสังเกตพฤติกรรมการใช้กันอย่างใกล้ชิด เป็นวิธีทำให้ได้มาซึ่ง “ข้อมูลที่มีมิติ” และเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างมาก

หลักการวิจัยแบบ Ethnography มีวิธีการสังเกตการณ์ 3 แบบ คือ

2.1 Personal inventory: สังเกตข่าวของเครื่องใช้ที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เพราะสิ่งเหล่านี้คือหลักฐานการใช้ชีวิตที่เผยให้เห็นถึงกิจกรรม ค่านิยม และแบบแผนพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ

2.2 Shadow: แอบสังเกตดูในเงามืด โดยผู้สังเกตการณ์ต้องตามติดทำกิจกรรมร่วมกับผู้บริโภคและสังเกตพฤติกรรมของเขาอย่างละเอียด (โดยไม่มีคำถามใด ๆ) ข้อดีคือเราจะได้รับรู้พฤติกรรมจริงของผู้บริโภค ณ เวลาจริง ในสถานที่จริง

2.3 Contextual observation: สังเกตสิ่งแวดล้อม 360 องศา ของผู้บริโภค เช่น ผู้คนรอบข้างตัวเขา การจัดวางข้าวของในบ้านของเขา ซึ่งรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ทั้งหมดคือสิ่งที่สะท้อนตัวตนและพฤติกรรมของผู้บริโภคคนนั้น ในการเก็บข้อมูลจริง ภาลิสายจะใช้ทุกวิธีผสมผสานกัน ใช้เวลาใกล้ชิดกับผู้บริโภคคนหนึ่ง ๆ อย่างน้อย 2-3 ชั่วโมง เพื่อดูพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ แต่ถ้าเธอต้องการจะได้ข้อมูลรอบด้านเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบและวางตำแหน่งแบรนด์ (รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์) จะใช้เวลาราว 3 วัน เข้าไปอยู่ร่วมบ้านและใช้ชีวิตด้วยกันกับ RD เลย ซึ่งการลงทุนเรื่องเวลาและแรงกายเพิ่มขึ้น แต่ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีประโยชน์อย่างมากต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ดี หากผู้ประกอบการไม่มีเวลาจริง ๆ วิธีการทำ Ethnography แบบประหยัดเวลาให้พิจารณาดังนี้

2.3.1 ทำความรู้จักกลุ่มเป้าหมาย และคัดเลือกให้ได้เสียก่อน

2.3.2 ถ้าอยากสังเกตการณ์ แต่ไม่สามารถลงไปทำเองได้ ก็สังเกตผ่านบล็อก (Blog) หรือไดอารี่ออนไลน์ (เหมาะสำหรับ RD ที่ชอบใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต) โดยติดต่อ RD ให้เขียนบล็อกเล่าเรื่องของตนเองหรือถ่ายคลิปวิดีโอการทำกิจกรรมที่เรายากสังเกตการณ์และอัปโหลดบล็อก เป็นต้น

2.3.3 เมื่อได้ดูคลิปวิดีโอแล้วให้โทรไปถามข้อสงสัยเพิ่มเติมภายหลังท้ายที่สุดหน้าที่ของนักวิจัยการตลาดคือ การสังเกตและการเก็บข้อมูลที่ไม่บิดเบือนเพื่อให้ข้อมูลนั้นๆ เป็นฐานสำคัญที่ดีสำหรับการออกแบบในขั้นตอนต่อไป มาร์เก็ตติ้ง รีเสิร์ชเป็นข้อมูลที่เข้ามาสนับสนุนและตอบคำถามในบางเรื่องเท่านั้น สิ่งที่สำคัญขึ้นอยู่กับว่า นักออกแบบจะหยิบยกข้อมูลส่วนใดมาทำงานและจะต่อยอดข้อมูลเหล่านั้นอย่างไร

สัจธรรมคือ ผู้บริโภคไม่เคยพูดออกมาได้อย่างชัดเจน “เขาต้องการผลิตภัณฑ์แบบไหน” หรือ “แบบไหนที่ยอดเยี่ยมที่สุด” ตัวนักออกแบบต่างหากคือผู้ที่จะต้องกลั่นกรองข้อมูลในมือแล้วสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตรงใจผู้บริโภคมากที่สุด

2.6 ความพึงพอใจของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ เป็นแนวคิดทางจิตวิทยาสังคมมีผู้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

2.6.1 ความหมายของความพึงพอใจ

เทพพนม เมืองแมน และสรวง สุวรรณ (2540) สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า คือ ภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะของการมีอารมณ์ในทางบวกที่มีผลเกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินประสบการณ์ในงานของคนคนหนึ่ง

จิรววัฒน์ กิตติมงคลมา (2543) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกที่ดีความรู้สึกรัก ชอบ ความสุขใจหรือทัศนคติในทางที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ซึ่งถ้าบุคคลมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดก็จะมีผลอุทิศแรงกายแรงใจและสติปัญญาเพื่อที่จะกระทำในสิ่งนั้น ๆ

สมคิด ภาโนมัย (2544) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า คือ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ปฏิบัติงานต่องานที่ทำ ซึ่งเป็นความรู้สึกในทางบวก เนื่องจากการได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งด้านวัตถุและจิตใจ

นิธิมา คงสวัสดิ์ (2545) ให้นิยามว่า เป็นผลของความสนใจเอาใจใส่ในเรื่องนั้น ๆ เป็นความรู้สึกที่ดี มีความสุข มีความพอใจของบุคคลที่มีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการงานหรือการเรียน เกิดความรู้สึกตั้งใจ เต็มใจ และสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุผลหรือเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พิศิษฐ ขาวจันทร์ (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ดีหรือความรู้สึกในทางบวกที่ผู้ปฏิบัติงานมีต่องาน ความรู้สึกกันจะช่วยจูงใจให้เกิดความรักในงานมีความกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน มีขวัญ กำลังใจที่ดี ส่งผลให้งานมีประสิทธิภาพ แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จขององค์การ

ศักดิ์ชาย ทองศรี (2547) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าคือ ความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ เป็นผลต่อเนื่องจากการที่บุคคลประเมินสิ่งเร้าแล้วว่า พอใจต้องการหรือดีอย่างไร

ทองสุข วันทิพย์ (2549) กล่าวถึงความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ พอใจ ทำให้บุคคลเกิดความสบายใจ เป็นความสุข เป็นผลดีต่อการปฏิบัติงาน ทำงานที่สืบเนื่องจากทัศนคติด้านต่าง ๆ ที่มีต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งเกิดจากองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ความมั่นคง ความปลอดภัย ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ได้รับผลตอบแทน เพื่อนร่วมงาน ตลอดจนการตอบสนองความต้องการของบุคคล

ราชบัณฑิตยสถาน (2549) ให้ความหมายความพึงพอใจว่า พอใจ หมายถึง สมใจ ชอบใจ เหมาะ พึงพอใจ

วรูม (Vroom. 1964 อ้างถึงใน เศรษฐพงศ์ชัย อัครพลประชิต. 2551) กล่าวว่าทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ต่างหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยที่ทัศนคติด้านบวกจะชี้ให้เห็นถึงความพึงพอใจในสิ่งนั้น ส่วนทัศนคติด้านลบจะสะท้อนให้เห็นถึงความไม่พึงพอใจต่อสิ่งนั้น

เชลลี (Shelly. 1975 อ้างถึงใน เศรษฐพงศ์ชัย อัครพลประชิต. 2551) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกตอบสนองของมนุษย์ที่มีสองแบบคือ ความรู้สึกในเชิงทางบวกและความรู้สึกในเชิงทางลบ ความรู้สึกเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

จากความหมายของความพึงพอใจที่มีผู้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง อารมณ์ที่เต็มไปด้วยความยินดีที่เจตคติหรือความรู้สึก ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองในทางบวก สมกับที่ใจต้องการหรือการบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ได้ปฏิบัติตามแนวทางที่ตั้งใจไว้ หรืออาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกในเชิงการประเมินค่าของบุคคลต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเป็นสภาวะที่จิตปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วนความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ซึ่งความพึงพอใจนี้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออกหรือในบางกรณีก็สามารถใช้แทนกันได้

2.6.2 การวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจนั้น บุญเรียง ขจรศิลป์ (2529) ได้ให้พรศนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่าทัศนคติหรือเจตคติเป็นนามธรรม เป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถที่จะวัดทัศนคติได้โดยอ้อมโดยวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน ฉะนั้นการวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตที่จำกัดด้วย อาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นถ้าบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้ย่อมเกิดขึ้นได้เป็นธรรมดาของการวัดโดยทั่ว ๆ ไป

ภณิดา ชัยปัญญา (2541) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระคำถามดังกล่าวอาจถามความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
2. การสัมภาษณ์เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง
3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” เป็นการแสดงความรู้สึกดีใจยินดีของเฉพาะบุคคลในการตอบสนองความต้องการในส่วนที่ขาดหายไป ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยเหล่านั้นสามารถสนองความต้องการของบุคคลทั้งทางร่างกายและจิตใจได้เหมาะสม และเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลที่จะเลือกปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ๆ

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภิรมย์ แก้วมณี (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผ้าคลุมไหล่จากผ้าทอมือกะเหรี่ยงกรณีศึกษา หมู่บ้านกะเหรี่ยงตะเพินคี หมู่ 5 ตำบลวังยาว อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิถีชีวิตของกะเหรี่ยงบ้านตะเพินคี 2) ศึกษาลักษณะลวดลายผ้า 3) พัฒนาผ้าคลุมไหล่ 4) ทดสอบสมบัติทางกายภาพ และความคงทนของผ้าคลุมไหล่ต้นแบบ และ 5) สำนวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผ้าคลุมไหล่ต้นแบบ

การศึกษาวิถีชีวิตกะเหรี่ยงบ้านตะเพินคีใช้วิธีการสัมภาษณ์และบันทึกข้อมูลลักษณะลวดลายผ้าทอมือกะเหรี่ยงใช้วิธีการรวบรวมสิ่งทอทั้งหมดที่มีในหมู่บ้าน โดยนำลายของผ้าทอกะเหรี่ยงแบบดั้งเดิมมาปรับโทนสีและขนาดของลวดลายให้ทันสมัย ย้อมสีธรรมชาติ และทอผ้าตามที่ออกแบบทดสอบสมบัติทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามคือ ผู้บริโภค 150 คน และสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า วิถีชีวิตของกะเหรี่ยงบ้านตะเพินคี นับถือศาสนาพุทธ การแต่งกายสตรีพรหมจารีสวมชุดกระโปรงยาวถึงข้อเท้า สตรีแต่งงานแล้วสวมเสื้อคอวี นุ่งผ้าซิ่นยาวถึงข้อเท้า บริโภคอาหารที่หาได้ในท้องถิ่น รสจัด ที่อยู่อาศัยเป็นบ้านใต้ถุนสูง ฝาและพื้นบ้านทำด้วยไม้ไผ่ ลวดลายผ้ามี 3 ลักษณะคือ ลายสลักสี ลายขีด และลายจก เมื่อพัฒนาลวดลายและย้อมสี ทอเป็นผ้าคลุมไหล่แล้วนำไปทดสอบสมบัติทางกายภาพ ผลการทดสอบพบว่า ผ้ามีน้ำหนัก 268.12 กรัมต่อตารางเมตร ความแข็งแรงของผ้าคลุมไหล่ต่อแรงดึงแนวเส้นด้ายยึดคือ 717.66 นิวตัน แนวเส้นด้ายพุ่งคือ 341.64 นิวตัน การเปลี่ยนแปลงขนาดภายหลังการซัก 1 ครั้งพบว่า แนวเส้นด้ายยืนมีการหดตัว 8% และแนว

เส้นด้ายพุ่งมีการหดตัว 2.4% ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยของความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยคือ 4.60 ค่าเฉลี่ยความสวยงามทันสมัยคือ 4.82

ชมจันทร์ ดาวเดือน (2558) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีจากผ้าทอโบราณบ้านผาทัง จังหวัดอุทัยธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลวดลายผ้าทอโบราณของศูนย์ผ้าทอลายโบราณบ้านผาทัง จังหวัดอุทัยธานี นำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี 2) พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีให้มีรูปแบบทันสมัย โดยใช้ลวดลายผ้าทอโบราณบ้านผาทังเป็นองค์ประกอบในการออกแบบ 3) ประเมินความพึงพอใจของผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์และลวดลายผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักออกแบบ ผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ รวมจำนวน 209 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่า

การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีจากผ้าทอโบราณบ้านผาทัง จังหวัดอุทัยธานี ทั้ง 5 ประเภท ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การศึกษาลวดลายผ้าทอโบราณของศูนย์ผ้าทอลายโบราณบ้านผาทัง จังหวัดอุทัยธานี จากการสำรวจและสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการและผู้จัดทำจำหน่ายพบว่า ลวดลายผ้าทอโบราณที่นิยมนำมาผลิตจำหน่ายตามท้องตลาด สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ลายสัตว์หรือ "นักซัตร 12 ชนิด" และลวดลายของผ้าทอลายโบราณอิงกับวิถีชีวิตของคนลาวครั้ง ได้แก่ ลายพญานาคลอยน้ำ ลายพญานาคล้อมเพชร ลายช่อฟ้า (ห่อฟ้า) ฯลฯ เป็นต้น ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีทั้ง 5 ประเภท ที่ใช้วัสดุแตกต่างกันคือ กระเป๋าไนต์บู๊ก (วัสดุที่ใช้ผลิตจากการทอลายผ้า) พบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด ร้อยละ 66.70 กระเป๋าเก็บเอกสาร (วัสดุที่ใช้ผลิตจากการพิมพ์ลวดลายลงบนหนัง) พบว่า รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุด ร้อยละ 66.70 กระเป๋าถือสตรี (วัสดุที่ใช้ผลิตจากการทอลายผ้า) พบว่า รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมมากที่สุด ร้อยละ 66.70 กระเป๋าเครื่องสำอาง (วัสดุที่ใช้ผลิตจากการทอลวดลายโบราณ) พบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด ร้อยละ 44.40 และกระเป๋าเดินทาง (วัสดุที่ใช้ผลิตจากการทอลวดลายโบราณ) พบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด ร้อยละ 55.60 และส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบและลวดลายผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีได้แก่ด้านโครงสร้างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีพบว่า กลุ่มผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าเดินทาง ($\bar{X} = 4.23$) ด้านวัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีพบว่า กลุ่มผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าเก็บเอกสาร ($\bar{X} = 4.11$) ด้านความสวยงาม (Aesthetic) พบว่า กลุ่มผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าเครื่องสำอาง ($\bar{X} = 4.05$) ด้านการใช้สี (Color) พบว่า กลุ่มผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าเก็บเอกสาร ($\bar{X} = 4.12$) ด้านประโยชน์ใช้สอย (Function) พบว่า กลุ่มผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าถือสตรี ($\bar{X} = 4.10$) ด้านการดูแลและ

บำรุงรักษา (Care and maintenance) พบว่า กลุ่มผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบ กระเป๋าถือสตรี ($\bar{X} = 4.04$) และด้านลวดลาย (Pattern) พบว่า กลุ่มผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าเก็บเอกสาร ($\bar{X} = 4.10$)

ณงศ์ณัฐ นทีพายัพพิศ (2557) ศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ผ้าทอกะเหรี่ยงปกากะญอ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอกะเหรี่ยงปกากะญอมาบูรณาการกับการเรียนการสอนเชิงสร้างบัณฑิตนักปฏิบัติ ใช้แนวคิดและทฤษฎีอัตลักษณ์ การบูรณาการกลุ่มเป้าหมายคือ กะเหรี่ยงปกากะญอ 7 หมู่บ้าน ตำบลทากาศเหนือ อำเภอบ้านทา จังหวัดลำพูน และนักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีบรรจภัณฑ์ ชั้นปีที่ 3 จำนวน 25 คน ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มแบบปฏิบัติการ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ผ้าทอมือกะเหรี่ยงปกากะญอมีลวดลายทอที่แฝงคติความเชื่อ ตามเรื่องเล่าและคำสอน พิธีกรรม วิถีชีวิต จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบทฤษฎีกับอัตลักษณ์และทฤษฎีการบูรณาการ โดยใช้ลวดลายทอเป็นสื่อสัญลักษณ์สร้างสรรค์ลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงปกากะญอบนบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ ผ้าทอมือกะเหรี่ยงปกากะญอสู่เศรษฐกิจชุมชนด้วยต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์กะเหรี่ยง

กนกกาญจน์ วิชาศิลป์ (2560) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายย้อมครามเพื่อขยายตลาดไปยังลูกค้ากลุ่มใหม่: กรณีศึกษากลุ่ม ทอผ้าฝ้ายย้อมคราม อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติด้านตลาดและรายได้ของกลุ่มทอผ้า ฝ้ายย้อมคราม อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร ในการพัฒนาสินค้าของผลิตภัณฑ์เพื่อตลาดกลุ่มใหม่ โดยใช้การฝึกอบรมในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ ทำการติดตามเก็บข้อมูลรายได้ของกลุ่มตัวอย่างหลังช่วงฝึกอบรมนาน 12 เดือน และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสนทนากลุ่ม (Focus group) ของกลุ่มผู้ทอผ้าและผู้บริโภคเป้าหมายกลุ่มใหม่ในเดือนที่ 12 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทอผ้ามีรายได้เพิ่มขึ้นทุกเดือนและมีรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่ได้แก่ กีบติดผม ต่างหู กระเป๋า และผ้าห่มเนกประสงค์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 36 ในเดือนที่ 12 หลังจากการฝึกอบรม ผลการทดสอบทัศนคติด้านการตลาดของกลุ่มทอผ้าพบว่า มีความคิดเห็นด้านการตลาดตรงกับความต้องการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ในส่วนผสมทางการตลาดคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้ในระดับสูง การศึกษานี้จะเป็นเป็นแนวทางในเพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ผลิตในพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ ตรงกับความต้องการของผู้ใช้สินค้ากลุ่มใหม่เพิ่มรายได้และความยั่งยืนให้กับกลุ่มผู้ผลิตผ้าท้องถิ่น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุขภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง
จังหวัดลำพูน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน
ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 100 คน

3.1.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

3.1.3.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผ้าทอกะเหรี่ยง เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลาย
จำนวน 5 ลวดลาย

3.1.3.2 ผ้าที่ใช้เป็นวัสดุหลักในการทำกระเป๋าสุขภาพบุรุษคือ ผ้าทอกะเหรี่ยงจาก
กลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน

3.1.3.3 ศึกษาหลักการออกแบบกระเป๋าสุขภาพบุรุษ จำนวน 5 รูปแบบ ได้แก่
กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าทำงาน กระเป๋าเบ็ดเตล็ด กระเป๋าเงินแบบสั้น และกระเป๋าเงินแบบยาว

3.1.3.4 กลุ่มผู้ประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุขภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง
เป็นนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

3.2.1 กระเป๋าสุภาพบุรุษ จำนวน 5 รูปแบบ ได้แก่ กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าทำงาน กระเป๋าเบ็ดเตล็ด กระเป๋าเงินแบบสั้น และกระเป๋าเงินแบบยาว

3.2.2 แบบสอบถาม

3.2.2.1 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทอผ้าในกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถิน จังหวัดลำพูน

- 1) ลวดลายของผ้าทอกะเหรี่ยงที่เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จำนวน 5 ลวดลาย เพื่อนำมาผลิตผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษ
- 2) ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยออกแบบ 15 แบบ เพื่อคัดเลือกให้เหลือ จำนวน 5 แบบ

3.2.2.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยคำถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง

3.3 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลจาก ตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสรุป วิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยเริ่มจากการเลือกลวดลายของผ้าทอกะเหรี่ยงที่เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม เพื่อนำมาผลิตผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษ จากนั้นออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง ตัดเย็บแล้วนำไปสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยงโดยมีรายละเอียดขั้นตอนดังนี้

3.3.1 ดำเนินการเลือกผ้าทอกะเหรี่ยง โดยคัดเลือกจากลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงของกลุ่มผ้าทอกะเหรี่ยง ชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถิน จังหวัดลำพูน จำนวน 5 ลวดลาย จากนั้นนำเสนอผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง 3 คน พิจารณาคัดเลือกให้เหลือ 1 ลวดลาย ดังนี้

3.3.1.1 ลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงของชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถิน จังหวัดลำพูน ดังภาพที่ 3.1



ลายที่ 1



ลายที่ 2



ลายที่ 3



ลายที่ 4



ลายที่ 5

ภาพที่ 3.1 ลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงของชุมชนพระบาทห้วยต้ม

3.3.1.2 ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงคัดเลือกลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยง
ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ผลการคัดเลือกลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยง

ลวดลาย ผ้าทอกะเหรี่ยง	ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง			รวม
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
ลายที่ 1	✓	-	✓	2
ลายที่ 2	-	-	-	-
ลายที่ 3	-	-	-	-
ลายที่ 4	-	-	-	-
ลายที่ 5	-	✓	-	1

จากตารางที่ 3.1 การคัดเลือกลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงโดยผู้จำหน่ายผ้าทอกะเหรี่ยงพบว่า
ผู้จำหน่ายผ้าทอกะเหรี่ยงพิจารณาเลือกลายที่ 1 จำนวน 2 คน และลายที่ 5 จำนวน 1 คน

สรุปผลการคัดเลือกลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงจากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง แบบที่ 1
โดยให้ความเห็นว่า เป็นลายที่แปลกตา ลายเส้นมีความเข้มอ่อนไม่เท่ากันดูคล้ายเส้นประ ให้ความรู้สึก
เคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง แถบสีพื้นที่คาบระหว่างลายมีความโดดเด่นสะดุดตา

ลายที่ 5 เป็นลายที่ให้ความรู้สึกราบเรียบ มั่นคง แข็งแรง



ภาพที่ 3.2 ผู้จำหน่ายผ้าทอกะเหรี่ยงเลือกลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงลายที่ 1

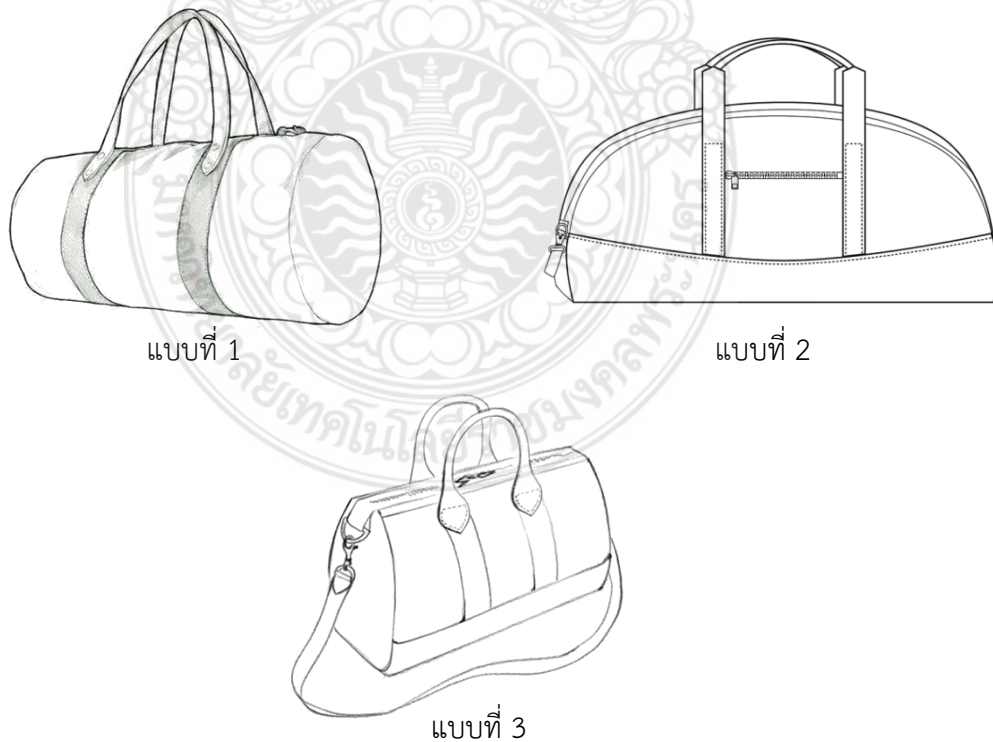


ภาพที่ 3.33 ผู้จำหน่ายผ้าทอกะเหรี่ยงเลือกกลดลายผ้าทอกะเหรี่ยงกลดลายที่ 5

3.3.2 รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษ

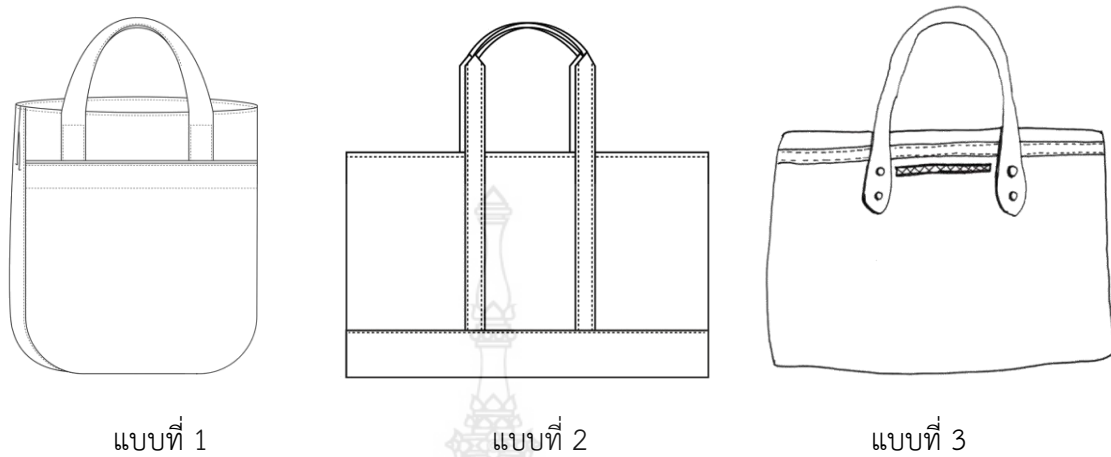
ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง ประกอบด้วยกระเป๋าเดินทาง กระเป๋าทำงาน กระเป๋าเบ็ดเตล็ด กระเป๋าเงินแบบสั้น และกระเป๋าเงินแบบยาว จำนวนชนิดละ 3 แบบ รวมทั้งสิ้น 15 รูปแบบ ดังนี้

3.3.2.1 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเดินทางสุภาพบุรุษ ดังภาพที่ 3.3



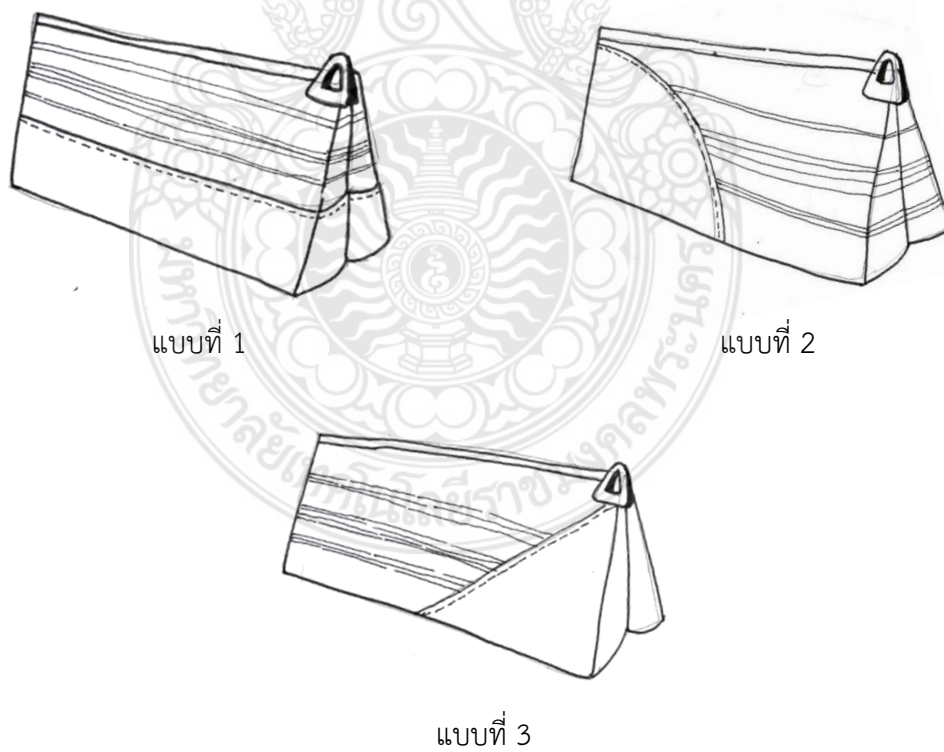
ภาพที่ 3.4 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเดินทางสุภาพบุรุษ

3.3.2.2 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าทำงานสุภาพบุรุษ ดังภาพที่ 3.4



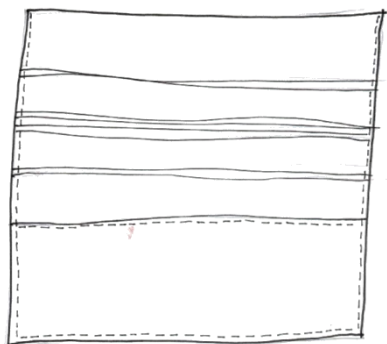
ภาพ 3.5 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าทำงานสุภาพบุรุษ

3.3.2.3 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเบ็ดเตล็ดสุภาพบุรุษ ดังภาพที่ 3.5

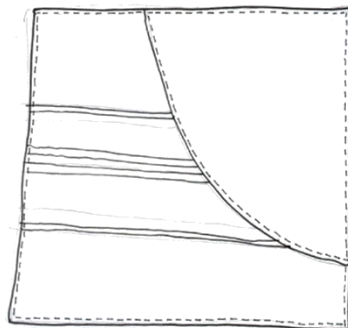


ภาพที่ 3.6 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเบ็ดเตล็ดสุภาพบุรุษ

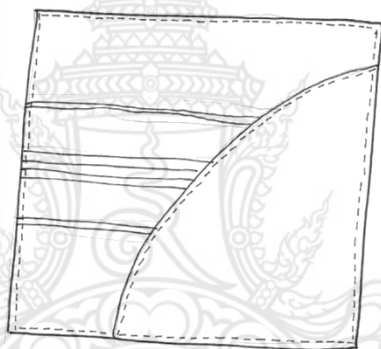
3.3.2.4 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบสั้น ดังภาพที่ 3.6



แบบที่ 1



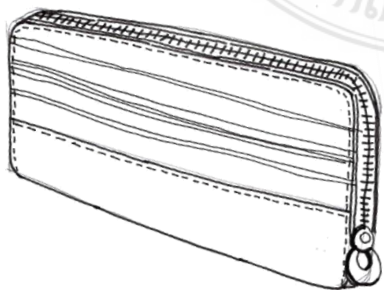
แบบที่ 2



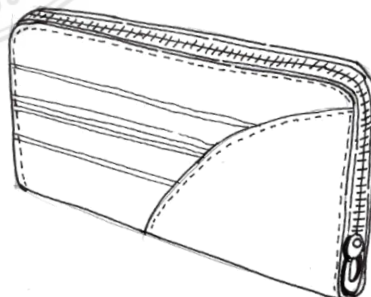
แบบที่ 3

ภาพที่ 3.7 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบสั้น

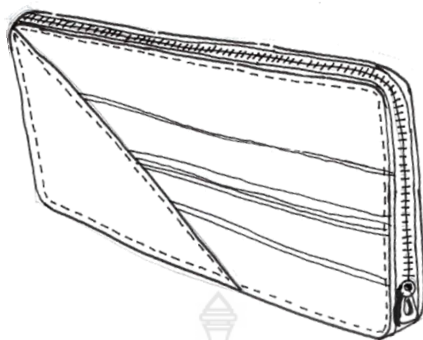
3.3.2.5 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบยาว ดังภาพที่ 3.7



แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3

ภาพที่ 3.8 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบยาว

3.3.2.6 ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงคัดเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษ จำนวน 15 แบบร่าง ให้เหลือแบบร่างละ 1 แบบ ดังตารางที่ 3.2

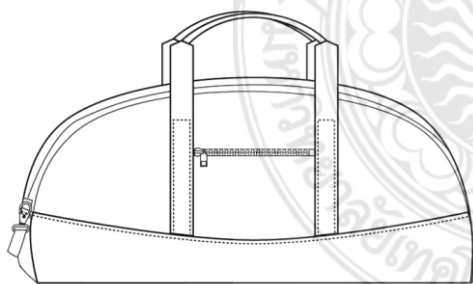
ตารางที่ 3.2 ผลการคัดเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง

รูปแบบ	ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง			รวม
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
กระเป๋าเดินทาง				
แบบที่ 1	-	-	-	-
แบบที่ 2	✓	✓	✓	3
แบบที่ 3	-	-	-	-
กระเป๋าทำงาน				
แบบที่ 1	-	-	-	-
แบบที่ 2	✓	✓	✓	3
แบบที่ 3	-	-	-	-
กระเป๋าเบ็ดเตล็ด				
แบบที่ 1	✓	✓	✓	3
แบบที่ 2	-	-	-	-
แบบที่ 3	-	-	-	-

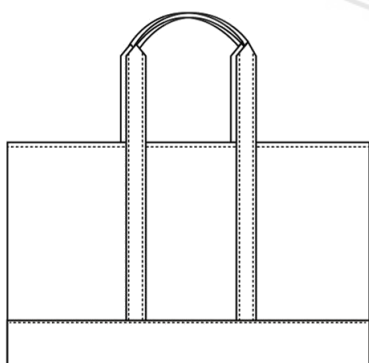
ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

รูปแบบ	ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง			รวม
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
กระเป๋าเงินแบบสั้น				
แบบที่ 1	✓	✓	✓	3
แบบที่ 2	-	-	-	-
แบบที่ 3	-	-	-	-
กระเป๋าเงินแบบยาว				
แบบที่ 1	✓	✓	✓	3
แบบที่ 2	-	-	-	-
แบบที่ 3	-	-	-	-

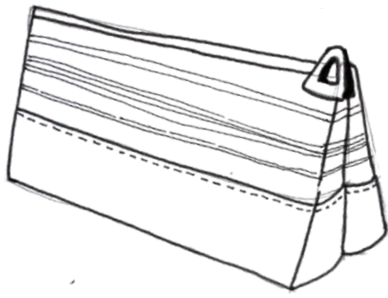
จากตารางที่ 3.2 การคัดเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยผู้จำหน่ายผ้าทอกะเหรี่ยงพบว่า ผู้จำหน่ายผ้าทอกะเหรี่ยงพิจารณาเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยงของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงแต่ละแบบดังนี้



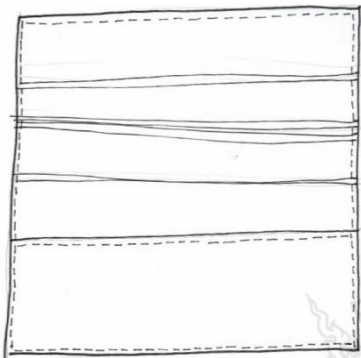
- 1) แบบร่างกระเป๋าเดินทางสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยงแบบที่ 2 โดยให้ความเห็นว่า รูปทรงแข็งแรง ตำแหน่งหูกระเป๋าวางพาดถึงครึ่งของข้างกระเป๋าเห็นแล้วรู้สึกว่าจะรับน้ำหนักกระเป๋าได้ดี หูหิ้วไม่ขาดง่าย



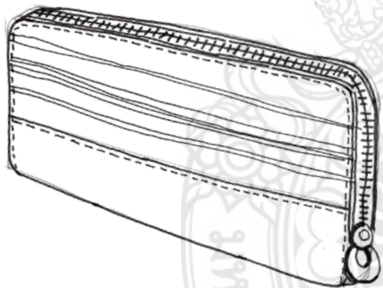
- 2) แบบร่างกระเป๋าทำงานสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยงประเภทกระเป๋าทำงาน แบบที่ 2 โดยให้ความเห็นว่า ทรงเหมาะกับการใส่เอกสาร หูหิ้วสะพายไหล่ได้ จึงสะดวกในการพกพา มือมีอิสระทำงานอื่นได้ ไม่ต้องกลัวหายเพราะสะพายติดตัวได้ตลอด



- 3) แบบร่างกระเป๋าเบ็ดเตล็ดสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยงแบบที่ 1 โดยให้ความเห็นว่า การเอาวัสดุอื่นที่ไม่ใช่ผ้าทอกระเหรี่ยงมารองกันกระเป๋า จะทำให้ก้นกระเป๋ายืด สิ่งของที่ใส่ในกระเป๋าจะไม่แทงทะลุออกมา ให้กระเป๋าชำรุด และช่วยให้กระเป๋ารักษารูปทรงได้ดี



- 4) แบบร่างกระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบสั้นจากผ้าทอกระเหรี่ยงแบบที่ 1 โดยให้ความเห็นว่า รูปทรงกระเป๋าเป็นสี่เหลี่ยมกะทัดรัด ดูแข็งแรง สอดเก็บในกระเป๋ากางเกงได้สะดวก



- 5) แบบร่างกระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบยาวจากผ้าทอกระเหรี่ยงแบบที่ 1 โดยให้ความเห็นว่า ทรงกระเป๋ามีขนาดยาว ใส่ธนบัตรตามยาวได้ หยิบใช้ง่าย ไม่ยั้ย่น

3.3.3 การสร้างแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

3.3.3.1 ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลจาก ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.3.3.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยง โดยเนื้อหาแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยง เป็นคำถามแบบปลายปิด มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับคือมากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) น้อยที่สุด (1) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ข้อมูลข้างต้นนำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและนำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 101)

ค่าเฉลี่ย	อยู่ในระดับ
4.50 - 5.00	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด
3.50 - 4.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก
2.50 - 3.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง
1.50 - 2.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อย
1.00 - 1.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

3.3.3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย นำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.818

3.3.3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาคุณภาพแล้วจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.4.1 การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยนำกระเป่าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จำนวน 5 รูปแบบลงพื้นที่จังหวัดลำพูนด้วยตนเอง โดยพิจารณาเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน จากนั้นแจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวกรอกคำตอบด้วยตนเอง (Self-Administered) พร้อมรออธิบายเมื่อเกิดข้อสงสัยในแบบสอบถาม เพื่อให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเมื่อนักท่องเที่ยวกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจึงรับกลับ

3.4.2 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.4.3 จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม แล้วลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ

3.5.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด. 2545)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ
f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ
N แทน จำนวนความถี่ของทั้งหมด

3.6.2 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) โดยใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด. 2545)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม
n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

3.6.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด. 2545)

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum(x - \bar{x})^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	X	แทน	ผลรวมของคะแนนดิบของกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

- 4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.2 ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 \bar{X} = ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.2 ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- 4.3.1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 100)

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ		
ชาย	71	71.00
หญิง	29	29.00
รวม	100	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n = 100)

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
อายุ		
15 - 25 ปี	7	7.00
26 - 35 ปี	28	28.00
36 - 45 ปี	43	43.00
46 - 55 ปี	14	14.00
56 ปีขึ้นไป	8	8.00
รวม	100	100.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	7	7.00
ธุรกิจส่วนตัว	16	16.00
รับจ้างทั่วไป	10	10.00
รับราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	41	41.00
พนักงานบริษัทเอกชน	26	26.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมาคือเพศหญิงจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 มีอายุในช่วง 36 - 45 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคือ อายุ 26 - 35 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 อายุ 46 - 55 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และอายุ 15 - 25 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 อาชีพ รับราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 รับจ้างทั่วไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

4.3.2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง

ตารางที่ 4.2 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยรวม

(n = 100)

รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์	4.89	.135	มากที่สุด
2. ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน	4.62	.263	มากที่สุด
3. การเลือกวัสดุตกแต่ง	4.38	.283	มาก
4. ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์	4.67	.248	มากที่สุด
5. ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์	3.95	.293	มาก
รวม	4.50	.119	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับ มากที่สุด เรียงตามค่าเฉลี่ยคือ ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.89$) ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.67$) และขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมาค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก เรียงตามค่าเฉลี่ยคือ การเลือกวัสดุตกแต่ง ($\bar{X} = 4.38$) และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.95$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าเดินทางสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง

(n = 100)

รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์	4.91	.288	มากที่สุด
2. ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน	4.89	.314	มากที่สุด
3. การเลือกวัสดุตกแต่ง	4.87	.367	มากที่สุด
4. ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์	4.99	.100	มากที่สุด
5. ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์	4.81	.394	มากที่สุด
รวม	4.89	.135	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกระเป๋าดำเดินทางสุภาพบุรุษ จากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.89$)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับ มากที่สุด เรียงตามค่าเฉลี่ยคือ ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.99$) ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.91$) ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน ($\bar{X} = 4.89$) การเลือกวัสดุตกแต่ง ($\bar{X} = 4.87$) และ ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.81$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าดำทำงานสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง

(n = 100)

รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์	4.35	.744	มาก
2. ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน	4.96	.197	มากที่สุด
3. การเลือกวัสดุตกแต่ง	4.57	.517	มากที่สุด
4. ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์	4.79	.409	มากที่สุด
5. ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์	4.41	.793	มาก
รวม	4.62	.263	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อกระเป๋าดำทำงานสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับ มากที่สุด เรียงตามค่าเฉลี่ยคือ ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน ($\bar{X} = 4.96$) ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.79$) และการเลือกวัสดุตกแต่ง ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมาค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก คือ ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.41$) และความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.35$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าเบ็ดเตล็ดสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง

(n = 100)

รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์	3.99	.772	มาก
2. ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน	4.30	.785	มาก
3. การเลือกวัสดุตกแต่ง	4.93	.256	มากที่สุด
4. ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์	4.43	.607	มาก
5. ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์	4.23	.664	มาก
รวม	4.38	.283	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อกระเป๋าเบ็ดเตล็ดสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.38$)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ การเลือกวัสดุตกแต่ง ($\bar{X} = 4.93$) รองลงมาค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก เรียงตามค่าเฉลี่ยคือ ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.43$) ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน ($\bar{X} = 4.30$) ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.23$) และความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.99$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบสั้นจากผ้าทอกะเหรี่ยง

(n = 100)

รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์	4.57	.573	มากที่สุด
2. ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน	4.98	.141	มากที่สุด
3. การเลือกวัสดุตกแต่ง	4.48	.643	มาก
4. ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์	4.81	.465	มากที่สุด
5. ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์	4.51	.559	มากที่สุด
รวม	4.67	.248	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อกระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบสั้นจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน ($\bar{X} = 4.98$) ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.81$) และความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมาค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก คือ ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.51$) และการเลือกวัสดุตกแต่ง ($\bar{X} = 4.48$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ผลความพึงพอใจต่อกระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบยาวจากผ้าทอกระเหรี่ยง

(n = 100)

รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์	4.69	.615	มากที่สุด
2. ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน	3.62	.599	มาก
3. การเลือกวัสดุตกแต่ง	3.82	.770	มาก
4. ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์	4.29	.671	มาก
5. ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์	3.34	.699	ปานกลาง
รวม	3.95	.293	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อกระเป๋าเงินสุภาพบุรุษแบบยาวจากผ้าทอกระเหรี่ยง โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.95$)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.69$) รองลงมาค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก เรียงตามค่าเฉลี่ยคือ ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.29$) การเลือกวัสดุตกแต่ง ($\bar{X} = 3.82$) ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน ($\bar{X} = 3.62$) และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.34$) ตามลำดับ

4.3.3 ผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีนวัตกรรมกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยง

การถ่ายทอดเทคโนโลยีนวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยง จังหวัดลำพูน เพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า ผู้ทอผ้าในกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน มีความรู้ความเข้าใจการขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยงทั้ง 5 รูปแบบ จนสามารถถอดแบบตัดเย็บผลิตภัณฑ์ตามต้นแบบได้อย่างถูกต้อง และมีแนวทางกำหนดเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์สำหรับใช้เป็นเกณฑ์ในการรับรองและประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภคได้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน และ 2) ถ่ายทอดเทคโนโลยีนวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง เพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัด ลำพูน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 100 คน และผู้ทอผ้า กะเหรี่ยงจากชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย จังหวัดลำพูน จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ใน การวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจกระเป๋าสภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน และผลิตภัณฑ์กระเป๋าสภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จำนวน 5 รูปแบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์การพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุในช่วง 36 - 45 ปี อาชีพรับราชการ/ พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าสภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจต่อกระเป๋าสภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน การเลือกวัสดุตกแต่ง และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

กระเป๋าดูดี สบาย สะดวก สวมใส่สบาย จากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ความประณีต สวยงามของ ผลิตภัณฑ์ ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน การเลือกวัสดุตกแต่ง และประสิทธิภาพของ ผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

กระเป๋าทรงรูปสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยง โดยรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน รองลงมาคือ ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ การเลือกวัสดุตกแต่ง ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ และความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

กระเป๋าค้นกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยง โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การเลือกวัสดุตกแต่ง รองลงมาคือ ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ และความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

กระเป๋าสีสุภาพบุรุษแบบสั้นจากผ้าทอกระเหรี่ยง โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน รองลงมาคือ ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ และการเลือกวัสดุตกแต่ง ตามลำดับ

กระเป๋าสีสุภาพบุรุษแบบยาวจากผ้าทอกระเหรี่ยง โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์ การเลือกวัสดุตกแต่ง ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

5.1.3 ผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีนวัตกรรมกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยง

การถ่ายทอดเทคโนโลยีนวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยง จังหวัดลำพูน เพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า ผู้ทอผ้าในกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน มีความรู้ความเข้าใจการขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยงทั้ง 5 รูปแบบ จนสามารถถอดแบบตัดเย็บผลิตภัณฑ์ตามต้นแบบได้อย่างถูกต้อง และมีแนวทางกำหนดเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์สำหรับใช้เป็นเกณฑ์ในการรับรองและประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภคได้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลสรุปการวิจัย ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลจากการวิจัยพบว่า ชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน เป็นที่อยู่อาศัยของชนเผ่าปกาเกอญอ (กระเหรี่ยง) สภาพเศรษฐกิจในอดีตเป็นแบบพึ่งพาธรรมชาติและทำการเกษตรเพื่อยังชีพ ปัจจุบันมีการจัดตั้งศูนย์วิจัยงานหัตถกรรมบ้านห้วยต้ม สำหรับส่งเสริมงานหัตถกรรมและวัฒนธรรมกระเหรี่ยงโบราณและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวปกาเกอญอ ภายในศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพชุมชน ผ้าทอเกี้ยว โดดเด่นด้วยผ้าฝ้ายปลูกและทอมือ ซึ่งมีความประณีตและลวดลายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ของชาวปกาเกอญอ แต่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนดังกล่าว มีจุดอ่อนคือ รูปแบบและลวดลายมักซ้ำกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์จึงไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร การพัฒนานวัตกรรมรูปแบบของผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) เพื่อ

ก่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้เป็นโอกาสและถ่ายทอดไปสู่สิ่งใหม่ที่มีความโดดเด่นแตกต่างไปจากสินค้าเดิมที่มีอยู่ในตลาด จึงเป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพในการผลิตที่ใช้ทุนวัฒนธรรมให้คุ้มค่าและนำไปสู่การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ความพึงพอใจต่อการพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุขภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยงพบว่า โดยรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด สอดคล้องกับภริมาญ์ แก้วมณี (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผ้าคลุมไหล่จากผ้าทอมือกะเหรี่ยง กรณีศึกษา หมู่บ้านกะเหรี่ยงตะเพินคี หมู่ 5 ตำบลวังยาว อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ส่วนรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันความสวยงามของผลิตภัณฑ์มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าหน้าที่ใช้สอย เนื่องจากประโยชน์ใช้สอยนั้นต้องมีการใช้งานผลิตภัณฑ์ไปสักระยะจึงจะพบข้อบกพร่องในหน้าที่ใช้สอย แต่ความประณีตสวยงามของผลิตภัณฑ์จะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความประทับใจตั้งแต่แรกเห็น มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเพราะประทับใจหรือให้ความสนใจผลิตภัณฑ์มากขึ้น

การถ่ายทอดเทคโนโลยีนวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุขภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน เพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า ผู้ทอผ้าในกลุ่มชุมชนพระบาทห้วยต้ม มีความเข้าใจต้นแบบแต่ละชิ้นงาน สามารถถอดแบบตัดเย็บผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง เหตุผลเนื่องจากผู้วิจัยสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นเครื่องมือสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจกระบวนการออกแบบและแยกชิ้นงานแก่กลุ่มผู้ทอผ้าอย่างเป็นขั้นตอน กลุ่มผู้ทอผ้ามีความเข้าใจตรงกันอย่างชัดเจน สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากผ้าทอกะเหรี่ยงให้มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์สำหรับใช้เป็นเกณฑ์ในการรับรองและประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภค

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

5.3.1.1 ส่งเสริมให้กลุ่มผู้ทอผ้ากะเหรี่ยง จัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

5.3.1.2 นำผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุขภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง ออกจำหน่ายในช่องทางต่าง ๆ เช่น ออกร้านในงานประจำจังหวัดหรือต่างจังหวัด การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของกลุ่มผู้ทอผ้าให้เป็นที่รู้จัก

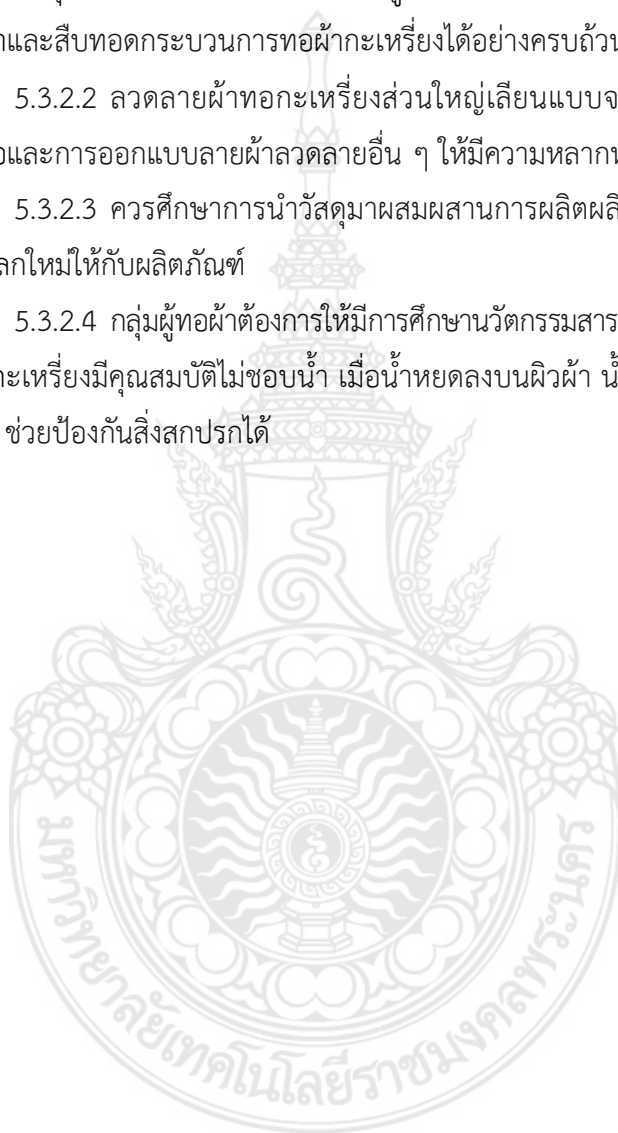
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ปัจจุบันผู้ทอผ้าส่วนใหญ่สืบทอดเฉพาะวิธีการทอผ้ากะเหรี่ยง แต่ในเรื่องของกระบวนการและกรรมวิธีต่าง ๆ โดยเฉพาะการผลิตด้วยวัสดุธรรมชาติ ยังขาดความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างมาก จึงควรศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการและกรรมวิธีการจัดเตรียมเส้นฝ้าย การผลิตที่เอว และการย้อมสีด้วยวัสดุธรรมชาติ เพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าทอกะเหรี่ยงให้ครบทุกกระบวนการให้ผู้สนใจได้ศึกษาและสืบทอดกระบวนการทอผ้ากะเหรี่ยงได้อย่างครบถ้วน

5.3.2.2 ลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงส่วนใหญ่เลียนแบบจากธรรมชาติ จึงควรศึกษาเกี่ยวกับวิธีการทอและการออกแบบลายผ้าลวดลายอื่น ๆ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

5.3.2.3 ควรศึกษาการนำวัสดุมาผสมผสานการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าทอกะเหรี่ยง เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์

5.3.2.4 กลุ่มผู้ทอผ้าต้องการให้มีการศึกษานวัตกรรมสารสัอน้ำ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าทอกะเหรี่ยงมีคุณสมบัติไม่ชอบน้ำ เมื่อน้ำหยดลงบนผิวผ้า น้ำจะกระจายตัวเป็นหยดน้ำไม่ซึมลงบนผิวผ้า ช่วยป้องกันสิ่งสกปรกได้



เอกสารอ้างอิง

- กนกกาญจน์ วิชาศิลป์. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายย้อมครามเพื่อขยายตลาดไปยัง
ลูกค้ากลุ่มใหม่: กรณีศึกษากลุ่ม ทอผ้าฝ้ายย้อมคราม อำเภอพรรณานิคม จังหวัด
สกลนคร. แก่นเกษตร 45 ฉบับพิเศษ 1: (2560).
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2562) “การทอผ้ากะเหรี่ยงด้วยกี่เอน”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก
http://cddata.cdd.go.th/cddkm/prov/km1_viewlist.php?div=38&action=view&kid=3758. สืบค้น 4 เมษายน 2562
- เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน. (2562). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://ichpakayaw.com>.
สืบค้น 20 พฤษภาคม 2562
- จารุณี วงศ์ลิ้มปิยะรัตน์. (2558). เรียนรู้กลยุทธ์เทคโนโลยีจากกรณีศึกษา-แนวคิดและการประยุกต์.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรวัดน์ กิตติมงคลมา. (2543). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์
จำกัด (มหาชน) สาขาหนองหิน (ภูกระดึง). รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม.
มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชมจันทร์ ดาวเดือน. (2558). การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีจากผ้าทอโบราณ
บ้านผาทัง จังหวัดอุทัยธานี. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
นเรศวร ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2558
- ฉมาลีสา ประพันธ์ศิลป์. (2552). ข้อมูลสนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค.
กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- ณงค์ณัฐ นทีพายัพพิศ. (2557). อัตลักษณ์ผ้าทอกะเหรี่ยงปกากะญอ. วารสารการพัฒนาชุมชน
และคุณภาพชีวิต. 2(1): 113-121 (2557)
- ทองสุข วันทิพย์. (2549). การสร้างชุดกิจกรรมเสริมทักษะการเขียนสะกดคำภาษาไทยตามมาตรา
ตัวสะกดสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1. วิทยานิพนธ์ อดุตรดิตถ์: มหาวิทยาลัย
ราชภัฏอุตรดิตถ์.
- เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. (2540). พฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช
- ธีรยุส วัฒนาสุโขค. (2549). 108 แบรินด์แห่งองค์กรนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: กรุงเทพธุรกิจบิซบุ๊ก
นวน้อย บัญวงศ์. (2542). หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารอ้างอิง

- นิธิมา คงสวัสดิ์. (2545). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรการศึกษานอกโรงเรียน. ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. (หลักสูตรและการนิเทศ). นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2545. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. สุวีริยาสาส์น, กรุงเทพฯ.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. (2529). วิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ผ้าทอชนเผ่ากะเหรี่ยง. (2562). “เอกลักษณ์และศิลปะลวดลายบนผืนผ้า : ผ้าทอชนเผ่ากะเหรี่ยง”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก https://www.sacict.or.th/uploads/items/attachments/33267e5dc58fad346e92471c43fccdc/_1f10d7b63416ffdb855baffffe50ff65.pdf. สืบค้น 4 เมษายน 2562
- พลฤทธิ ผิวพรรณงาม. (2553). การวิจัยและพัฒนาชุดนั้เล่นสำหรับที่พักอาศัยด้วยวัสดุหินชนวน กรณีศึกษา: หินชนวนอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญา ศิลปกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิศิษฐ ขาวจันทร์. (2546). ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการจัดการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ภณิดา ชัยปัญญา. (2541). ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจการไร่นาสวนผสมภายใต้โครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรของจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภิรมย์ แก้วมณี. (2555). การพัฒนาผ้าคลุมไหล่จากผ้าทอมือกะเหรี่ยง กรณีศึกษา หมู่บ้านกะเหรี่ยงตะเพนคี หมู่ 5 ตำบลวังยาว อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มรดกภูมิปัญญาปกากะญอ. (2562). “ต่ากิโป (ลายตาเล็ก)”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://ichpakayaw.com>. สืบค้น 20 พฤษภาคม 2562
- มรดกภูมิปัญญาปกากะญอ. (2562). “จ้อเก๋อเป (ผีเสื้อ)”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://ichpakayaw.com>. สืบค้น 20 พฤษภาคม 2562

เอกสารอ้างอิง

- มรดกภูมิปัญญาปกากะญอ. (2562). “จ๋วยเบอะ (ลายลากลูกเดือย)”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://ichpakayaw.com>. สืบค้น 20 พฤษภาคม 2562
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2549). **พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2549**. กรุงเทพฯ : วัฒนาพานิช.
- ศักดิ์ชาย ทองศรี. (2547). การพัฒนาแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบฝึกทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศูนย์หัตถกรรมบ้านห้วยต้ม. (2562). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/store/detail/itemid/81027>. สืบค้น 20 พฤษภาคม 2562
- เศรษฐพงศ์ชัย อัครพลประชิด. (2551). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนอำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว**. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
- สมคิด ภาโนมัย. (2544). **ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของราษฎรอาสาสมัครในสถานีตำรวจชุมชนประจำตำบล เขตจังหวัดอุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, ฝ่ายส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2553). **การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- องค์การบริหารส่วนตำบลนาทราย. (2562). “ข้อมูลประวัติตำบลนาทราย”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.nasailocal.go.th/webmain/index.php/history.html>. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2562
- อรัญ วาณิชยากร. (2550). **การออกแบบตกแต่งภายในและการพัฒนาแฟชั่นเพื่ออาคารการศึกษา**. วิทยานิพนธ์ กศม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Akova, B, Ulusoy, G, Payzin, E., Kaylan, A.R. (1998). **New product development capabilities of the Turkish electronics industry**. In: Proceedings of the Fifth International Product Development Management Conference, Como, Italy, pp. 863-876.
- Drucker, P.F. (1985). **Innovation and Entrepreneurship**. New York: Harper and Row Publishers.
- Frankle, E.G. (1990). **Management of technology change**. Kluwer Academic, London.

เอกสารอ้างอิง

- Gallouj, F., & Weinstein, O. (1997). **Innovation in services**. *Research Policy*. 26, 537-556.
- Gustafsson, A., Kristensson, P. & Witell, L. (2012). Customer co-creation in service innovation: a matter of communication. **Journal of Service Management**. Vol. 23 No. 3, 311-327.
- Hult, G.T.M., Hurley, R.F., & Knight, G.A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. **Industrial Marketing Management**. 33(5), 429-438.
- Lee, Y., C., & Chen, J., K. (2009). A new service development integrated model. **The Service Industries Journal**. 29(12), 1669-1686.
- Mireille Merx-Chermin & Wim J. Nijhof. (2004). Factors influencing knowledge creation and innovation in an organization. **Journal of European Industrial Training**. Vol. 29 Iss 2, 135-147.
- Michel, S., Brown, S. W., & Gallan, A. S. (2007). An expanded and strategic view of discontinuous innovations: deploying a service-dominant logic. **Journal of the Academy of Marketing Science**. 36(1), 54-66.
- Morton, H.L. (1998). **Logic Design and Computer Organization**. Reading: Addison-Wesley.
- OECD. (2005). **Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data**. Paris.
- Rogers. (1983). **Diffusion of Innovations**. 3rd ed. New York: Free Press.
- _____. (1995). **Diffusion of Innovations**. 4th ed. New York: Free Press.
- Salunke, S., Weerawardena, J., & McColl-Kennedy, J. R. (2011). Towards a model of dynamic capabilities in innovation-based competitive strategy: Insights from project-oriented service firms. **Industrial Marketing Management**. 40(8), 1251-1263.
- Shelly, M.W. (1975). **Responding to social change**. Pennsylvania: Dowden, Hutchison.

เอกสารอ้างอิง

- Shu, C., Zhou, K. Z., Xiao, Y., & Gao, S. (2014). How Green Management Influences Product Innovation in China: The Role of Institutional Benefits. **Journal of Business Ethics**. 133(3), 471-485.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2009). **Managing Innovation: Integrating technological, market and organizational change (4th ed.)**. Chichester: John Wiley and Sons.
- Vroom, V. H. (1964). **Management and Motivation**. London: Penguin Books.



ภาคผนวก



ผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย





แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง
งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน”

คำอธิบาย

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อพัฒนานวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน
2. เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีนวัตกรรมรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดลำพูน เพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

คำชี้แจง

แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง แบ่งคำถามออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง

ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านโปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านตามจริง ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่าน ผู้วิจัยจะนำไปเพื่อศึกษาวิจัยนวัตกรรมรูปแบบการผลิตกระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกะเหรี่ยง โดยไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อท่านทั้งสิ้น และขอขอบคุณที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้

นายศรัณย์ จันทร์แก้ว

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

- 15-25 ปี 26-35 ปี 36-45 ปี
 46-55 ปี 56 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ


- นักเรียน/นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว
 รับจ้างทั่วไป รับราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจกระเป๋าสู่ภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยง ว่าท่านมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์
 ในระดับใด

- 5 หมายถึง ระดับ มากที่สุด
 4 หมายถึง ระดับ มาก
 3 หมายถึง ระดับ ปานกลาง
 2 หมายถึง ระดับ น้อย
 1 หมายถึง ระดับ น้อยที่สุด

ผลิตภัณฑ์ กระเป๋าสู่ภาพบุรุษ จากผ้าทอกระเหรี่ยง	รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
	1. กระเป๋าเดินทาง	A				
	1.1 ความประณีต สวยงามของ ผลิตภัณฑ์					
	1.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์ เหมาะสมแก่การใช้งาน					
	1.3 การเลือกวัสดุตกแต่ง					
	1.4 ความแข็งแรง ทนทานของ ผลิตภัณฑ์					
	1.5 ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์					

ผลิตภัณฑ์ กระเป๋าสุภาพบุรุษ จากผ้าทอกระเหรี่ยง	รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
	<p>2. กระเป๋าทำงาน</p> <p>1.1 ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน</p> <p>1.3 การเลือกวัสดุตกแต่ง</p> <p>1.4 ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.5 ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์</p>	B				
	<p>3. กระเป๋าเบ็ดเตล็ด</p> <p>1.1 ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน</p> <p>1.3 การเลือกวัสดุตกแต่ง</p> <p>1.4 ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.5 ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์</p>	C				
	<p>4. กระเป๋าเงินแบบสั้น</p> <p>1.1 ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน</p> <p>1.3 การเลือกวัสดุตกแต่ง</p> <p>1.4 ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.5 ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์</p>	D				

ผลิตภัณฑ์ กระเป๋าสุภาพบุรุษ จากผ้าทอกระเหรี่ยง	รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
	5. กระเป๋าเงินแบบยาว	E				
	1.1 ความประณีต สวยงามของผลิตภัณฑ์					
	1.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมแก่การใช้งาน					
	1.3 การเลือกวัสดุตกแต่ง					
	1.4 ความแข็งแรง ทนทานของผลิตภัณฑ์					
	1.5 ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณที่ตอบแบบสอบถาม

ผนวก ข

ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



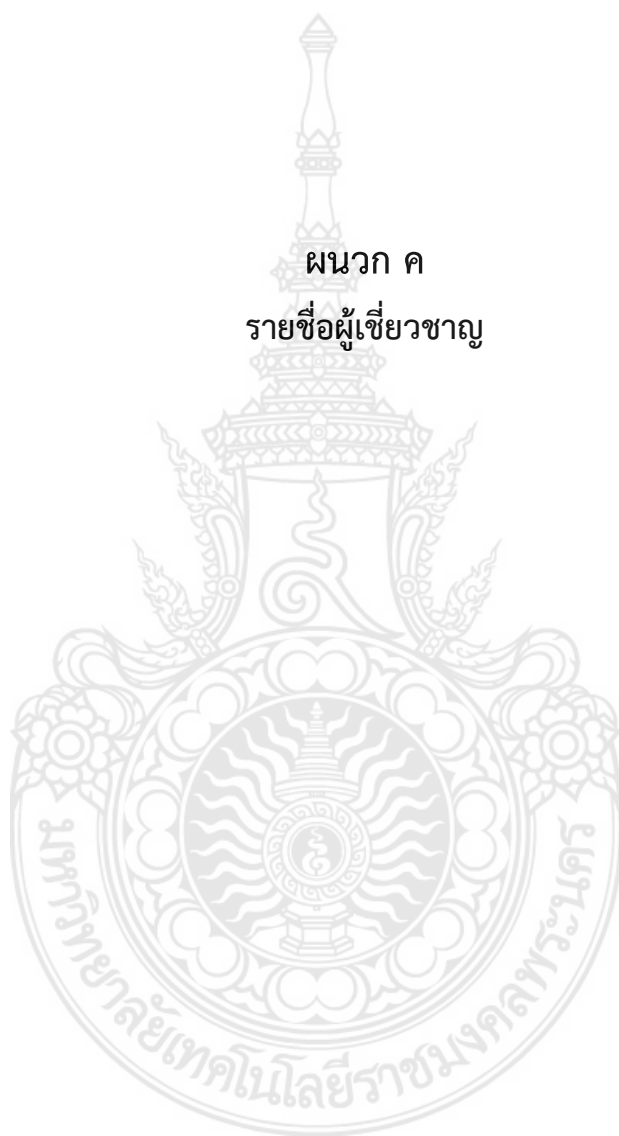
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	25

Item-Total Statistics

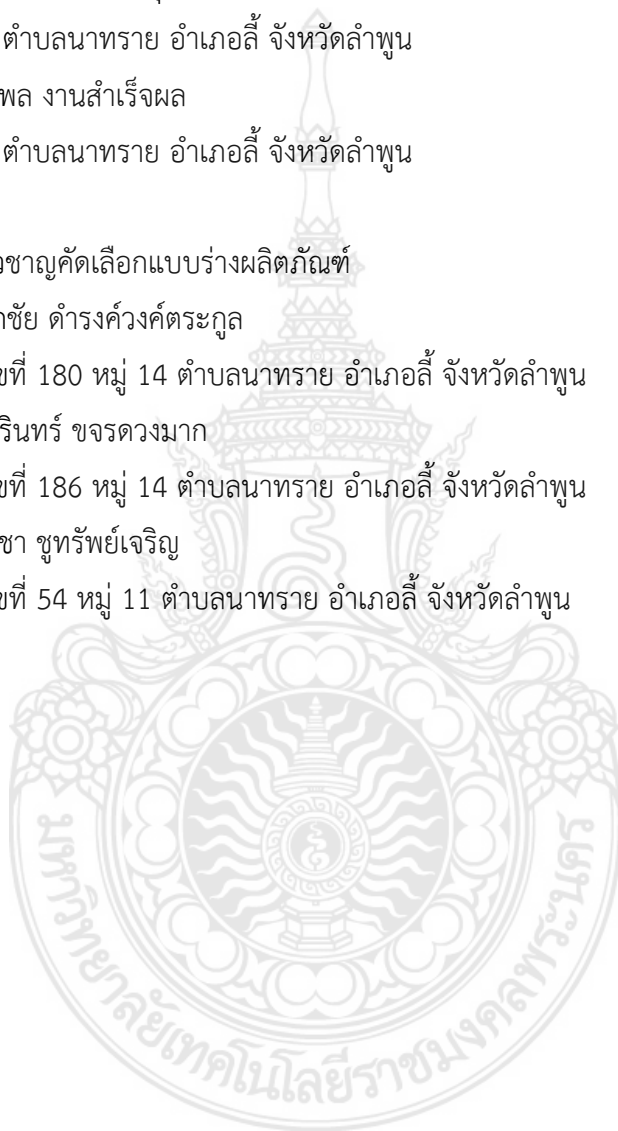
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	93.87	75.499	-.006	.826
A2	93.70	64.976	.755	.793
A3	93.50	76.879	-.110	.831
A4	93.73	67.030	.617	.800
A5	93.87	75.499	-.006	.826
B1	93.70	64.976	.755	.793
B2	93.60	68.455	.497	.806
B3	93.87	69.154	.446	.808
B4	93.80	69.821	.409	.810
B5	93.93	73.582	.155	.820
C1	93.50	76.879	-.110	.831
C2	93.63	69.137	.460	.808
C3	93.73	67.030	.617	.800
C4	93.87	75.499	-.006	.826
C5	93.70	64.976	.755	.793
D1	93.60	77.214	-.132	.833
D2	93.50	68.810	.460	.807
D3	93.73	67.030	.617	.800
D4	93.87	75.499	-.006	.826
D5	93.70	64.976	.755	.793
E1	93.57	65.633	.698	.796
E2	93.50	76.603	-.091	.830
E3	93.73	67.030	.617	.800
E4	93.57	75.840	-.034	.828
E5	93.63	65.620	.699	.796

ผนวก ค
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ



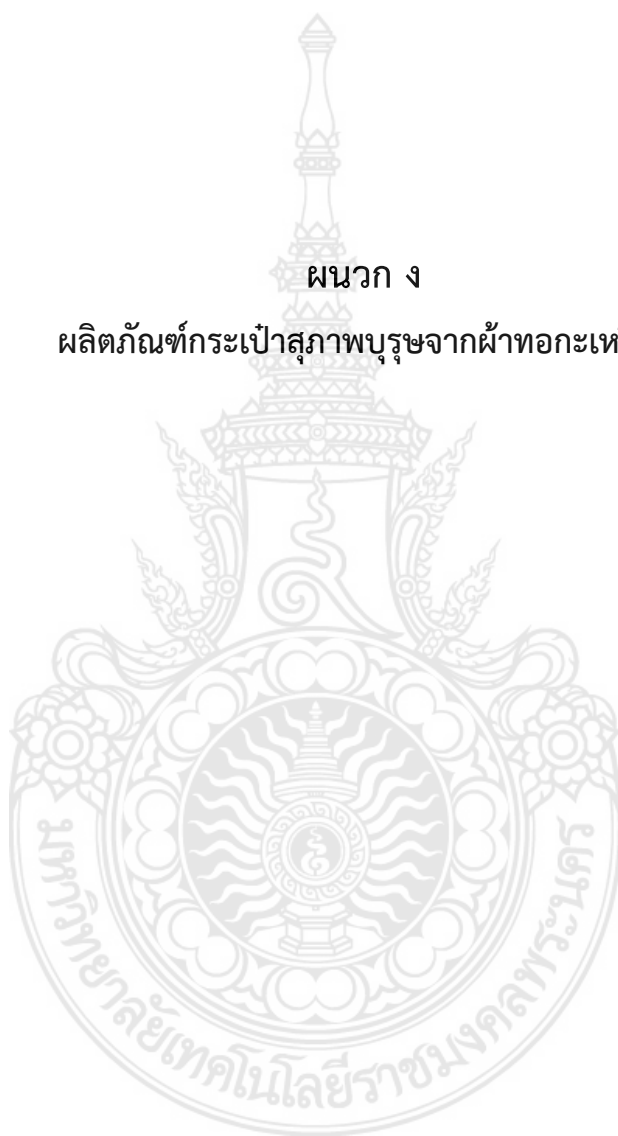
1. รายชื่อผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกกลดลายผ้าทอกะเหรี่ยง
 - 1.1 นางสาวสายทอง เงินเลิศสกุล
ประธานศูนย์หัตถกรรมพระบาทห้วยต้ม
ศูนย์หัตถกรรมพระบาทห้วยต้ม หมู่ 12 ตำบลนาทราย อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน
 - 1.2 นางชนิดรา เงินเลิศสกุล
หมู่ 12 ตำบลนาทราย อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน
 - 1.3 นายจตุพล งานสำเร็จผล
หมู่ 21 ตำบลนาทราย อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน

2. รายชื่อผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์
 - 2.1 นายเอกชัย ดำรงค์วงศ์ตระกูล
บ้านเลขที่ 180 หมู่ 14 ตำบลนาทราย อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน
 - 2.2 นายอัมรินทร์ ขจรดวงมาก
บ้านเลขที่ 186 หมู่ 14 ตำบลนาทราย อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน
 - 2.3 นายปรีชา ชูทรัพย์เจริญ
บ้านเลขที่ 54 หมู่ 11 ตำบลนาทราย อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน



ผนวก ง

ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสุภาพบุรุษจากผ้าทอกระเหรี่ยง



1. กระเป๋าเดินทาง



2. กระเป๋าทำงาน



3. กระเป๋าเบ็ดเตล็ด



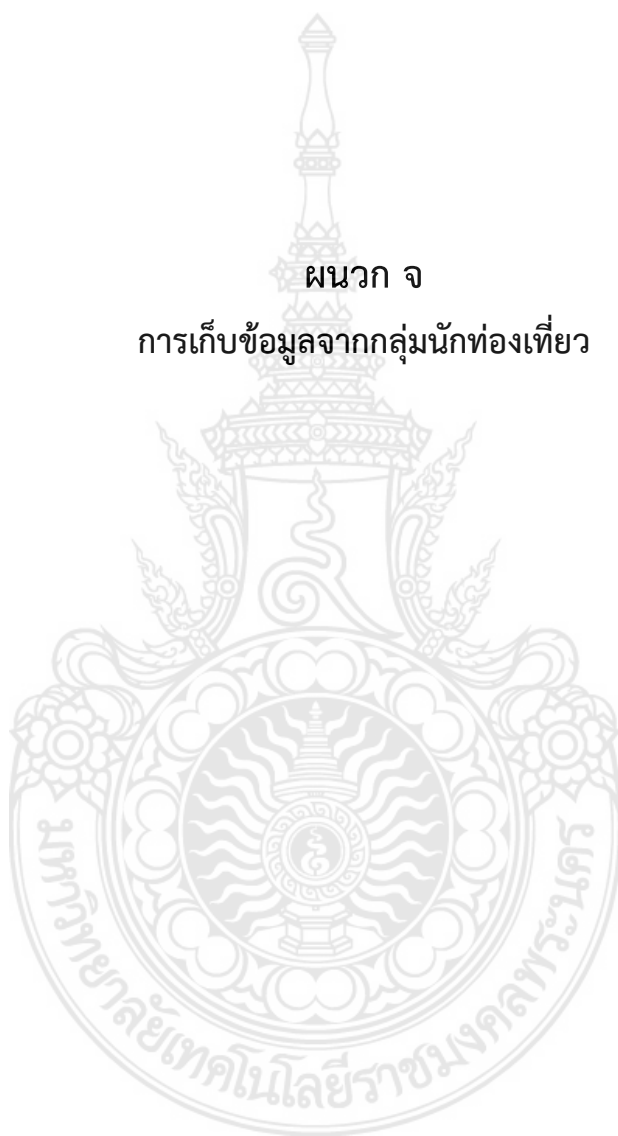
4. กระเป๋าเงินแบบสั้น



5. กระเป๋าเงินแบบยาว



ผนวก จ
การเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยว









ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล ศรัณย์ จันทร์แก้ว

วัน เดือน ปีเกิด

16 พฤษภาคม 2522

ภูมิลำเนา จังหวัดลำพูน

ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรี คหกรรมศาสตรบัณฑิต (ผ้าและเครื่องแต่งกาย)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมนังคละญบุรี	พ.ศ. 2548
ปริญญาโท คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (ออกแบบแฟชั่นผ้าและเครื่องแต่งกาย)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมนังคละพระนคร	พ.ศ. 2554
ปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ทัศนศิลป์และการออกแบบ)	มหาวิทยาลัยบูรพา	พ.ศ. 2562
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน		
<p>อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมนังคละพระนคร</p>		