

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าเหลือใช้ด้วยเทคนิคการตัดต่อและการเย็บปะติด Product Development from Remnant Fabrics via Patchwork and Appliqué Technique

กัญญา ญาณวิโรจน์^{1*}

¹อาจารย์ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพฯ 10300

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการประยุกต์เทคนิคในการตัดต่อ (Patchwork) และการเย็บปะติด (Appliqué) มาทำการเพิ่มมูลค่าให้กับผ้าเหลือใช้ เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้กับตลาดการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างการศึกษาแบ่งเป็น 2 ระยะ ระยะแรกจะเป็นการเก็บข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ และลวดลายที่เหมาะสมในการนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จากนั้นนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้ไปทำการสำรวจข้อมูลอีกครั้งหนึ่งเพื่อดูผลการตอบรับผลิตภัณฑ์ที่ได้ จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าเหลือใช้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกายสตรี โดยใช้ลวดลายจักรราศีเป็นลวดลายหลัก จากนั้นศึกษาปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านเทคนิคที่นำมาใช้มาก นอกจากนี้ ยังเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความแปลกใหม่ สามารถนำมาใช้งานได้จริงอีกด้วย ประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์อยู่ระหว่าง 2,001-3,000 บาท จากเดิมที่มองว่าผลิตภัณฑ์จากผ้าตัดต่อเป็นสินค้าที่มีมูลค่าไม่เกิน 500 บาท จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ต้นแบบนี้สามารถตอบสนองความต้องการการใช้งานได้อย่างดี และสามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบเพื่อผลิตสินค้าเพื่อเพิ่มรายได้ครัวเรือนได้อีกทางหนึ่ง

Abstract

This study was an aim to apply patchwork and appliqué technique in to remnant fabrics for value added by developing the new products. It was a survey research by questionnaires tool. The study was divided into 2 steps. The first was collected the basis data for product analyzed and appropriate design to produce the prototype products. Then, the prototype was displayed to sample group for acceptance in designs and patterns. The results found that the clothes/costume and zodiac designs were the favorite patterns. The styles, quality and creative design were the important for buying decisions. The representative sample satisfied the prototype products in case of technique, attractive design, and their applicable, respectively. They estimated the prototype product is over 2001-3000 bath/design although the previous was not over 500 bath/design. That meant, these techniques were responding the relevant products and increased the household revenue.

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าเหลือใช้ เทคนิคการตัดต่อ เทคนิคการเย็บปะติด

Keywords: Product Development, Remnant Fabrics, Patchwork Technique, Appliqué Technique

1. บทนำ

การแปรรูป หมายถึง การนำวัตถุดิบชนิดหนึ่งไปเปลี่ยนสภาพด้วยวิธีการต่าง ๆ ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปร่างลักษณะเปลี่ยนแปลงไป โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงมีคุณค่าของวัตถุดิบที่นำมาใช้ หรืออาจให้คุณค่าที่ดีกว่าเดิม หรืออาจจะมี ความแปลกใหม่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีมาก่อนในตลาด (โกมินทร์ สายสนิท, 2543) เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนการผลิต ซึ่งการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นการนำวัตถุดิบมาทำการแปรรูป ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยการผลิต ดังนั้น จึงทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับขั้นตอนของการแปรรูปจนกว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพตามความต้องการในการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปจำเป็นต้องมีกระบวนการวิธี ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นระบบ (สาธิต, 2528) ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 กระบวนการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนเริ่มแรกของกระบวนการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรเริ่มจากการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงแนวความคิด ออกมาจำนวนหนึ่งไว้ให้เป็นที่เลือก แล้วค่อย ๆ คัดออกไปให้เหลือน้อยลงจากนั้นค่อย ๆ เติมลักษณะพิเศษจำเพาะผลิตภัณฑ์หรือสเป็ค เข้าไปในแนวความคิดทางเลือกให้มากขึ้น จนกระทั่งมั่นใจได้ว่าถ้านำสเป็คนี้ไปใช้ผลิตจริงระบบการผลิตก็จะผลิตตามนั้นได้ดีพออย่างน่ามั่นใจ และทำซ้ำตามสเป็คนั้นได้ ในขณะที่เดียวกันก็มีผลปัจจัยอีกส่วนหนึ่ง คือ กระบวนการผลิตและแผนการตลาดที่เกิดขึ้นด้วยและความต้องการของผู้บริโภค ผลปัจจัยของช่วงวางแผนจะกลายมาเป็นภารกิจของโครงการ ซึ่งเป็นตัวกำหนดเป้าหมายทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ การวางแผนผลิตภัณฑ์ และการวิจัยความต้องการของผู้บริโภค จะได้อธิบายเป้าหมายทางธุรกิจ และเพื่อถ่ายทอดสิ่งนี้ให้ทีมงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์รู้ ขั้นตอนนี้ให้ผลปัจจัยออกมาเป็นหัวข้อบอกความจำเป็นของผู้บริโภคชุดหนึ่งที่กำหนดขึ้นอย่างรอบคอบ และจัดเรียงเป็นรายการพร้อมกับค่าน้ำหนักความสำคัญ (ธีระชัย, 2544)

เทคนิคที่ใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์มีด้วยกันหลายเทคนิคขึ้นกับวัตถุดิบและความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักเทคนิคการตัดต่อ (Patchwork) และการเย็บปะติด (Appliqué) ก็เป็นเทคนิคหนึ่ง ที่นิยมนำมาใช้เพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า โดยการนำผ้าที่เป็นรูปทรงเรขาคณิตมาเย็บต่อกัน จนกลายเป็นผืนใหญ่ หรือเกิดเป็นลวดลายและสามารถใช้เป็นการเล่าเรื่องราวโดยนำผ้ามาตัดให้ได้รูปแบบตามต้องการ เช่น ดอกไม้ ผลไม้ คน สิ่งของ และนำมาเย็บบนผ้าด้วยวิธีการสอยปะติดลงไปบนผ้าอีกชิ้นหนึ่ง เทคนิคเหล่านี้เป็นเทคนิคที่มี

วิวัฒนาการมาตั้งแต่ยุคก่อนเกิดอุตสาหกรรมผ้า ในช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรมในยุโรปในศตวรรษที่ 19 ซึ่งเสื้อผ้าถือเป็นสินค้าที่มีค่าต้องใช้อย่างประหยัด เศษผ้าเล็กที่ถูกตัดทิ้งของผ้าไหมหรือผ้ากำมะหยี่ หรือผ้าอื่น ๆ ที่มีราคา จะถูกทำขึ้นมาใหม่ให้เป็น ชิ้นใหญ่ขึ้น หรือชิ้นส่วนที่ยังใช้งานได้ของ เสื้อผ้าเก่าจะถูกตัดมาใช้ใหม่โดยการทำเสื้อผ้า หรือของใช้ในครัวเรือน ตัวอย่างเช่น โบโร (Boro) ซึ่งแปลว่าผ้าจากเศษผ้าของประเทศญี่ปุ่นถือเป็น ตัวอย่างที่ดีในการใช้ประโยชน์จากเศษผ้าเหลือใช้ จนกลายเป็นงานศิลปะที่ควรค่าแก่การเก็บ รักษาโพจาจิ (Pojagi) รูปแบบเฉพาะตัวของงาน ผ้าต่อของประเทศเกาหลีเป็นสินค้าเศรษฐกิจที่ใช้ ผ้าแพรบางมาต่อกัน ในปัจจุบันกลายเป็นรูปแบบ งานศิลปะที่แพร่หลายไปในหลาย ๆ ประเทศหรือ งานผ้าต่อและงานปะผ้าที่เก่าแก่ชิ้นหนึ่งในช่วง ศตวรรษที่ 11 คือ ผ้าห่อพระศพของพระราชินี Istemkeb ของประเทศอียิปต์ ซึ่งตอนนี้ถูกเก็บ รักษาไว้ในพิพิธภัณฑสถานชาติอียิปต์เมืองไคโร เป็น ผ้าต่อย้อมรูปสีเหลี่ยมจัตุรัสและตกแต่งขอบด้วย หนึ่งเนื้อทราย ช่วงปีทศวรรษ 1920 ผ้าเก่าแก่ จำนวนมากถูกค้นพบที่ถ้ำพันพระในประเทศจีน บนเส้นทางสายไหม ในจำนวนหนึ่งเป็นผ้าต่อจาก หลายชิ้น ผ้าแขวนขนาดใหญ่ทำจากผ้าไหมและ ผ้ายกดอกรูปสีเหลี่ยมผืนผ้าหลายหลากสี ผ้าต่อ ส่วนบนใช้เป็นธงและมีผ้าไหมจับจีบในสีเหลี่ยม ผืนผ้าและสีเหลี่ยมจัตุรัสเชื่อกันว่ามีอายุราว 1,200 ปี บางชิ้นแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างที่แปลก แตกต่าง มีการเย็บริมผ้าผิวด้านเหมือนกับเทคนิค ที่เป็นที่รู้จักกันในปัจจุบัน คือ การปะติดแบบ อังกฤษ (English Piecing) ในยุโรปงานของ Anglo-Saxon สองชิ้นที่สร้างในช่วงศตวรรษที่ 8 ถึง 9 ถูกพบที่ Masseik, Limburg ในประเทศ

เบลเยียม ทั้งสองชิ้นถูกสร้างที่ตอนใต้ของประเทศ อังกฤษ หนึ่งในนั้นเป็นเสื้อของนักบวชที่มี โครงสร้างจากชิ้นส่วนของผ้าไหม ผ้าคลุมเตียงที่เป็นงานผ้าต่อชิ้นเดียวที่เหลืออยู่นั้นอยู่ในหนังสือ กลอนของฝรั่งเศสเล่มหนึ่งในช่วงศตวรรษที่ 12 หรือ 13 ซึ่งได้อธิบายไว้ว่าเป็นผ้าคลุมลายตาราง หมากรุกที่ทำจากผ้าไหมสองชนิดอีกด้วยเทคนิค การต่อผ้าไม่เพียงแต่ใช้เพื่อการทำเครื่องแต่งกาย หรือเป็นผืนผ้าขนาดใหญ่เท่านั้น แต่ยังมีหลักฐาน ที่แสดงว่ามีการใช้เทคนิคนี้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อตกแต่งบ้านเรือน โดยทำเป็นผ้าตัดปะแขวน ผนังที่สวยงามที่ตกแต่งด้วยลวดลายต้นไม้ สัตว์ นก และการเดินร่า ทั้งนี้ถูกพบในหลุมศพประเทศ อียิปต์มีอายุราวคริสต์ศตวรรษที่ 300 ถึง 1000 ในช่วงยุคกลาง และถูกใช้แทนป้ายประยูกต์ใช้เป็น เสื้อคลุมของอัครวิณเพื่อแสดงความหมายของ ความเป็นมิตรหรือศัตรู หลังจากนั้นได้กลายมา เป็นเครื่องแบบทางการ ซึ่งตกแต่งด้วยสัญลักษณ์ ที่ทำจากชิ้นผ้าตัดปะ (Caroline Crabtree and Christine Shaw, 2007) เป็นต้น

เทคนิคการตัดต่อ (Patchwork) และศิลปะ การเย็บปะติด (Appliqué) ไม่เพียงแต่แพร่หลาย ในต่างประเทศเท่านั้น ยังมีการเผยแพร่เข้ามาใน ประเทศไทยนับร้อยปีโดยมิชชันนารีที่เดินทางเข้า มาเผยแพร่ศาสนาทางภาคเหนือของประเทศไทย และได้นำศิลปะการเย็บผ้าด้วยเทคนิคดังกล่าวเข้า มาถ่ายทอดให้ชาวเขา ลวดลายก็เป็นที่รู้จักกัน ในชื่อ “ลายชาวเขา” ซึ่งเป็นการนำผ้าสีต่าง ๆ มาเย็บปะติด และตัดต่อ เป็นเสื้อ กระโปรง เครื่องใช้ เครื่องนุ่งห่ม ต่อมาได้มีการนำเศษผ้าไหม ที่ทอขึ้นโดยชาวบ้านภาคเหนือ มาตัดเป็นลวดลาย ดอกไม้แบบต่าง ๆ และนำไปเย็บปะติดกับเครื่องใช้ เครื่องนุ่งห่มมาจนปัจจุบัน (จารุลักษณ์ สุทธิโชติ,

2540)

จากข้อมูลข้างต้นในงานวิจัยนี้จึงมีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปผ้าเหลือใช้ โดยการใช้เทคนิคการตัดต่อ และการเย็บปะติดผ้า ผสมผสานกับแนวคิด และเทคนิคการออกแบบเครื่องแต่งกาย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูป หากเรานำสินค้าเหล่านี้มาเพิ่มมูลค่า จะเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน และผู้ประกอบการอีกทางหนึ่ง

2. วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักในการนำเศษผ้าเหลือใช้มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยเทคนิคการตัดต่อผ้าและการเย็บปะติด เข้ามาช่วยเพิ่มความน่าสนใจต่อการนำผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไปใช้ในชีวิตจริง รูปแบบงานวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจสร้างคำถามจากการเก็บข้อมูลเอกสารด้านเทคนิค เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มาจากผ้าเหลือใช้ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย และเทคนิคการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าเหลือใช้ในต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ข้อมูล และการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยอาศัยข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นสำคัญในการเก็บข้อมูลสำรวจความต้องการในการใช้งานและนำผลที่ได้มาใช้ในการผลิตเป็นชิ้นงานต้นแบบที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานจริง การดำเนินการแบ่งเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) ในตอนที่ 1-3 และเป็นคำถาม

ปลายเปิดเพื่อขอข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในตอนที 4 รายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องของ เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ และระดับการศึกษา ทำการสุ่มจากกลุ่มประชากรในสาขาอาชีพต่าง ๆ ที่อาศัยในเขตจังหวัดปริมณฑล 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ มีจำนวนทั้งสิ้น 4,450,811 คน และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ ตามสมการที่ 2.1 และประเมินความคลาดเคลื่อนจากตัวอย่างได้ 5%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots 2.1$$

- เมื่อ
- n = กลุ่มตัวอย่าง (คน)
- N = จำนวนประชากร (คน)
- e = ความคลาดเคลื่อนจากตัวอย่าง (%)

หมายเหตุ: จากข้อมูลข้างต้น กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัยมีจำนวน 400 คน ดังนั้น จึงทำการสอบถามจากกลุ่มประชากรใน 5 จังหวัดข้างต้น จังหวัดละ 80 คน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าเหลือใช้ และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่มาจากจากการแปรรูปผ้าเหลือใช้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 2) ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าเหลือใช้ และ 3) ลวดลายที่เหมาะสมในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าเหลือใช้

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าเหลือใช้ แบ่งเป็น 1) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปผ้าเหลือใช้ และ 2) มูลค่าของผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปผ้าเหลือใช้

ตอนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าเหลือใช้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเสริมด้านการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อการใช้งานจริงได้อย่างสมบูรณ์ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ระยะที่ 2 นำข้อมูลในระยะที่ 1 มาสรุปประเด็น จัดกลุ่มแนวคิดให้เป็นระบบ และนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเพื่อนำมาสร้างเป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบและนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นไปทำการสำรวจตลาดอีกครั้งหนึ่ง ด้วยแบบสอบถามในกลุ่มประชากรเดิม จำนวน 400 คน แบ่งการสำรวจข้อมูลเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 การประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ระดับ 1-5 ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) เพื่อวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยแบ่งตามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) ความพึงพอใจด้านความสวยงาม 2) ความพึงพอใจด้านเทคนิคในการแปรรูปผ้าเหลือใช้ 3) ความพึงพอใจด้านการออกแบบลวดลาย 4) ความพึงพอใจด้านการนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปใช้งานจริง และ 5) ความพึงพอใจด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

การแปรความหมายตามแบบของลิเคิร์ตเป็นดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด, 3.50-4.49 หมายถึง

มีความพึงพอใจมาก, 2.50-3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง, 1.50-2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย และ 1.00-1.49 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าเหลือใช้ หลังจากเห็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ แบ่งเป็น 3 ข้อ คือ 1) การรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และ 3) ราคาประเมินของผลิตภัณฑ์ต้นแบบใช้แบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

การประเมินผล การวิจัยทั้งในระยะที่ 1 และระยะที่ 2 ใช้ค่าร้อยละ และการจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลที่ได้เป็นเกณฑ์หลัก

3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

จากผลการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างจาก 5 จังหวัดปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 88 เป็นผู้หญิง มีอายุระหว่าง 20-40 ปีซึ่งเป็นวัยทำงาน ประกอบอาชีพในบริษัทเอกชนและรัฐวิสาหกิจถึงร้อยละ 62 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-15,000 บาท จากข้อมูลเบื้องต้นนี้สามารถกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเมื่อแบ่งตามพฤติกรรมการบริโภคจะผสมผสานกันระหว่าง Generation X และ Generation Y (ออนไลน์, 2554) เป็นกลุ่มบุคคลที่มีกำลังซื้อ ตอบได้การซื้อสินค้าอย่างทันทีทันใด ลักษณะพฤติกรรมชอบอะไรง่าย ๆ ไม่ต้องเป็นทางการและเป็นกลุ่มหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เป็นดัชนีชี้วัดการประเมิน

แนวโน้มของแฟชั่น และผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี กลุ่มตัวอย่างมีแนวคิดที่เสื้อผ้าไม่สามารถนำมาใช้เพื่อการแปรรูปให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีได้ และการประเมินมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าเหลือใช้มีราคาไม่สูงนัก กล่าวคือ ประเมินว่าราคาผลิตภัณฑ์ไม่เกิน 500 บาทต่อผลิตภัณฑ์ 1 ชิ้น แต่ผู้บริโภคก็เปิดรับแนวคิดในการนำเศษผ้ามาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ หรือตกแต่งเป็นส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะแปรรูปจากเศษผ้าเหลือใช้

ผลิตภัณฑ์	ร้อยละ	ลำดับ
1. เสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย	88	1
2. เครื่องเรือน	4	2
3. เครื่องนอน	2	3
4. เครื่องใช้ตกแต่งในบ้าน	4	2
5. ของใช้เบ็ดเตล็ด	2	3

จากตารางที่ 1 เห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเชื่อว่าเศษผ้าเหลือใช้น่าจะมีการนำมาเพื่อแปรรูปเป็นเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายเท่านั้น ความเห็นมากถึงร้อยละ 88 มีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่เชื่อว่าเศษผ้าเหลือใช้จะสามารถนำไปเป็นส่วนประกอบหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น เครื่องเรือน หรือเครื่องใช้ตกแต่งในบ้าน เป็นต้น เนื่องจากคิดว่าเศษผ้าเหลือใช้จะต้องเป็นเศษผ้าชิ้นเล็ก ๆ เท่านั้น การนำมาประกอบขึ้นเป็นผ้าผืนใหญ่เพื่อใช้งานในหน้าที่อื่น ๆ เป็นการยาก และไม่มีความคงทนด้านการใช้งาน

การนำเศษผ้ามาใช้ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าควรนำมาทำเป็นลวดลายต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ผลการสำรวจแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ลวดลายที่เหมาะสมในการทำเป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าเหลือใช้

ลวดลาย	ร้อยละ	ลำดับ
1. ดอกไม้	2	3
2. จักรราศี	86	1
3. นกษัตริ์	6	2
4. ฤดูกาล	6	2

จากตารางที่ 2 ลวดลายที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ และคิดว่าควรนำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์จากเศษผ้ามากที่สุด คือ ลายจักรราศี เนื่องจากลายลักษณะนี้เป็นที่นิยมและสื่อถึงตัวตนของผู้ใช้งานที่เกิดในราศีต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี รูปลักษณะจะดูล้าลอง ไม่เป็นทางการ สามารถใช้งานได้ตลอดทั้งปีซึ่งตรงกับลักษณะพฤติกรรมกรรมการบริโภคของ Generation X และ Y ที่ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนไข (Philip, 2001) ส่วนลายนกษัตริ์ ลายตามฤดูกาล และลายดอกไม้ มีการใช้งานที่เป็นทางการและเปลี่ยนตามสภาพสังคมมีการใช้งานจำกัดในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ เท่านั้น

แต่อย่างไรก็ดีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ก็ไม่ได้ขึ้นกับลวดลายเพียงอย่างเดียว ยังขึ้นกับปัจจัยด้านอื่น ๆ อีกดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสำคัญของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปผ้าเหลือใช้

การตัดสินใจด้าน	ร้อยละ	ลำดับ
1. คุณภาพ	60	2
2. การออกแบบ	92	1
3. ความคิดสร้างสรรค์	58	3
4. ราคา	34	4
5. วัสดุที่ใช้	30	5
6. ประโยชน์ใช้สอย	30	5

หมายเหตุ: ผลการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เทียบทุกรายการจากร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการประเมิน

ตารางที่ 3 ผลการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคเห็นว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์มีความสำคัญเป็นอันดับ 1 มีผลต่อการตัดสินใจร้อยละ 92 เพราะทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย ตรงความต้องการใช้ประโยชน์ และยังสามารถใช้เป็นเครื่องประดับหรือองค์ประกอบเสริมต่อการใช้งานของผู้บริโภคได้ คุณภาพกับความคิดสร้างสรรค์ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทำให้ได้สินค้าที่มีรูปลักษณ์และต่อยอดแนวคิดเพื่อความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจร้อยละ 60 และ 58 ตามลำดับ นอกจากนี้ ราคาและการใช้ประโยชน์ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคไม่ได้มองข้ามโดยเฉพาะในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน

สำหรับข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างเสนอให้มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าเหลือใช้ให้มีความทันสมัย และแตกต่างจากผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าเหลือใช้ที่มีอยู่ในท้องตลาด ตลอดจนให้มีการปรับปรุงรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปให้เป็นที่ยอมรับ เพื่อให้ผู้ใช้งานเกิดความภาคภูมิใจและพึงพอใจ

จากข้อมูลทั้งหมดในระยะเวลาที่ 1 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบประเภทเครื่องแต่งกาย ด้วยลวดลายจักรวาล และนำเทคนิคการตัดต่อ และการเย็บปะติดที่เป็นที่นิยมในต่างประเทศมาประยุกต์ใช้กับวัฒนธรรมการแต่งกายของประเทศไทย ได้เครื่องแต่งกายที่มีลักษณะดังรูปที่ 2

จากตัวอย่างผลิตภัณฑ์ดังรูปที่ 2 เมื่อนำไปให้กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เดิมประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ทำการจัด

สร้างขึ้นมา ผลการสำรวจความพึงพอใจแสดงดังตารางที่ 4



รูปที่ 2 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบและลวดลายที่เลือกใช้

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. ความสวยงาม	4.22	0.73	มาก	4
2. เทคนิคที่ใช้	4.66	0.62	มากที่สุด	1
3. ความแปลกใหม่	4.52	0.78	มากที่สุด	2
4. การใช้งานจริง	4.24	0.76	มาก	3
5. คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.14	0.75	มาก	4

จากข้อมูลที่ได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเทคนิคที่ใช้ คือ เทคนิคการตัดต่อและการปะติดผ้าในระดับที่มากที่สุด เนื่องจากเห็นว่าเป็นเทคนิคที่สามารถนำมาสร้างสรรค์ผลงานให้มีความสวยงาม แปลกใหม่และดูทันสมัยสามารถนำไปใช้งานได้จริง มีความทันสมัยตอบสนองต่อการใช้งานของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

เมื่อนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบมาประเมินมูลค่าผลการประเมินมูลค่าแสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การประเมินราคาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ราคา (บาท)	ร้อยละ	ลำดับ
<500	2.0	5
501 - 1,000	2.0	5
1,001 - 2,000	30.0	2
2,001 - 3,000	42.0	1
3,001 - 4,000	14.0	3
> 4,001	10.0	4

จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจในตารางที่ 5 พบว่า สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเดิมที่ทำการประเมิน คือไม่เกิน 500 บาท เป็นมูลค่า 2,001-3,000 บาท แสดงว่าเทคนิคการตัดต่อและการเย็บปะติดเป็นเทคนิคที่น่าสนใจ สามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าได้เป็นอย่างดี

4. สรุป

การตัดต่อผ้า เป็นเทคนิคหนึ่งที่น่าผ้าที่เป็นรูปทรงเรขาคณิตมาเย็บต่อกันจนกลายเป็นผืนใหญ่ เกิดเป็นลวดลาย ตามการบอกเล่าเรื่องราวโดยใช้ผ้ามาตัดให้ได้รูปแบบตามต้องการ และนำมาเย็บบนผ้าด้วยวิธีการสอยปะติดลงไปบนผ้าอีกชิ้นหนึ่ง เป็นเทคนิคหนึ่งที่นิยมนำมาใช้เพื่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนการผลิต ในการวิจัยนี้ก็ได้มีการนำแนวคิดนี้เข้ามาช่วยทำให้เศษผ้าเหลือใช้มีการประเมินมูลค่าเพิ่มมากถึง 4-6 เท่า โดยการใส่แนวคิดสร้างสรรค์และทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยการใช้ลวดลายจักรราสี นำมาแปรรูปเป็นเครื่องแต่งกายที่มีความทันสมัย และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

5. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับเงินสนับสนุนจากงบประมาณรายได้คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

6. เอกสารอ้างอิง

- _____. 2554. พฤติกรรมการบริโภค Gen B, Gen X, Gen Y และ Gen M, [ออนไลน์]. <http://www.sara-DD.com>.
- โกมินทร์ สายสนิท. 2543. การแปรรูปสตรอเบอร์รี่ของกลุ่มแม่บ้านในเขตอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จารุลักษณ์ สุทธิโชติ. 2540. การออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าด้วยเทคนิคการตัดต่อและเทคนิคการปะติด. เอกสารประกอบผลงานทางวิชาการ: ชุดที่ 2. สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.
- สาธิต คันธโชติ. 2538. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- Caroline Crabtree and Christine Shaw. 2007. *Quilting, Patchwork & Appliqu: A world Guide*. London: Themes and Hudson.
- Philip Kotler and Gary Armstrong. 2001. *Principles of Marketing (International Edition)*. 9th ed. Prentice Hall International. Inc.