

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาหมอนอิง
ลายจก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

ภัทราวดี ชงงาม^{1*}

Development of home decoration product in promoting cultural product : A
case study of striped cushions at Mae Chaem District, Chiang Mai

Pataravadee Tongngam^{1*}

^{1*} คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

^{1*} Faculty of Arts and Architecture, Rajamangala University of Technology Lanna

* Corresponding author. E-mail address: mumusomo@hotmail.com

received: April 26, 2020

revised: November 14, 2020

accepted: November 29, 2020

บทคัดย่อ

การพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมเมืองแม่แจ่ม เป็นแนวคิดในการประสานศิลปะและวัฒนธรรมเข้ากับการทำธุรกิจตามกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมให้เกิดกิจการที่ศิลปินหรือช่างฝีมือสามารถสร้างรายได้ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยต้นทุนทางศิลปวัฒนธรรมที่อยู่ในเมืองแม่แจ่ม งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาลวดลายหมอนอิงเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิง และเพื่อผลิตต้นแบบของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงลายจก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ 1) ขั้นตอนการสำรวจข้อมูลพื้นฐานประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ผู้ผลิตและผู้ประกอบการ กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป 2) ขั้นตอนการประเมินพฤติกรรมผู้บริโภค คือ กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปด้านผลิตภัณฑ์ผ้าตีนจกประเภทหมอนตกแต่งบ้าน 3) ขั้นตอนการออกแบบ ประเมินผลโดยผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป จากนั้นนำผลงานต้นแบบเผยแพร่ผลการวิจัยให้กับประชาชนผู้สนใจ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการในอำเภอแม่แจ่ม เพื่อเป็นความรู้และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าตีนจกเชิงวัฒนธรรมต่อไป ผลงานวิจัยสามารถสรุปออกมาเป็นผลงานออกแบบดังนี้ หมอนอิงลายจก 2 ขนาด โดยสามารถถอดปลอกหมอนได้ ซึ่งประกอบด้วย 1) หมอนอิงลายจกขนาด 12 นิ้ว 2) หมอนอิงลายจกขนาด 16 นิ้ว โดยทั้งหมดปรับเปลี่ยนจังหวะในการจัดลวดลายของลายหน้าหมอน พร้อมทั้งการจัดกลุ่มสีพาสเทลตามความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันผสมกับกลุ่มแม่เอกลักษณ์ผ้าทอตีนจก (แดงและเหลือง) เพื่อทำให้เกิดความกลมกลืนได้เป็นอย่างดี ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.17

คำสำคัญ: เศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม หมอนอิงลายจก

ABSTRACT

The development and promotion of cultural products are the concepts that integrate the arts and culture follow the trend of creative economy into a business to increase the artists or artisans' income and economic values based on their cultural capital. This research aims; 1) to study the Teen Jok textile for designing the decorative throw cushions 2) to establish the prototypes of decorative throw cushions product by using the Teen Jok textile. The qualitative and quantitative methods were used to collect data from the purposive participants. The data collection process consists of survey the basic information, customer behavior evaluation and designing the products. Then, the prototypes of these products were passed on to other people, makers as well as entrepreneur in Mae Chaem district as a guideline to develop their products in the community. The result of the research, these products were made by applying the harmonious color tones from pastel color and the traditional color of Mae Chaem (Red and yellow). The prototypes of decorative

throw pillows were the squares and had 12 inches and 16 inches. The results showed that the customer satisfaction towards the new products were in the highest level ($\bar{X} = 4.64, SD = 0.17$).

Keywords: Creative economy, Cultural industries, Cultural product, Striped cushions

บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (The Creative economy) คำจำกัดความภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ถือเป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน ตั้งอยู่บนหลักการพื้นฐานของแนวคิดที่สำคัญ คือ การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value creation) โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผสานกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552) ซึ่งการศึกษางานวิจัยอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม พบว่า การใส่วัฒนธรรมเข้าไปในตัวสินค้าเป็นสิ่งที่ยากหลายประเทศนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยการนำ “วัฒนธรรม” (Culture) เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงวิถีการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่น มาสร้างเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ที่สอดคล้องกับกระแสความต้องการของโลก ตลาดและผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้ (จารุวรรณ เจตเกษกิจ, 2555) อุตสาหกรรมวัฒนธรรมนั้นหมายถึง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเชิงศิลป์และสร้างสรรค์ของสินค้า/ผลิตภัณฑ์/ผลงาน (Outputs) จากศิลปวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และที่จับต้องไม่ได้ โดยผลงานสร้างสรรค์เหล่านั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ในการสร้างความแข็งแกร่งและสร้างรายได้ผ่านการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและการผลิตโดยใช้ฐานความรู้ของสินค้าและบริการ เพื่อผลิตสินค้าผลงานและบริการที่มีความหมายเชิงสังคมและวัฒนธรรม (สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม, 2552) ทำให้เกิด “ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม” อันหมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากแนวคิด รูปแบบ พื้นฐานทางศิลปวัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาพื้นถิ่น โดยเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural industries) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่เป็นแนวคิดในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการ (ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา, 2552)

งานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product development) ตามความหมายลักษณะใหม่ในตลาดและในแง่ของผู้ประกอบการ คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ในแง่ของสายผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product line) หมายถึง สายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มขึ้นของผู้ผลิตและเป็นการเข้าสู่ตลาดเดิมที่มีอยู่เป็นครั้งแรก (ศศิมา สุขสว่าง, 2559; ชีววรรณ เจริญสุข., 2557) โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์ผ้าตีนจกให้สืบทอดต่อไป จากการลงพื้นที่สำรวจในอำเภอแม่แจ่มพบว่าสินค้าที่ผลิตจากผ้าทอลายจก (ผ้าตีนจก) มีรูปแบบและลักษณะคล้ายกันในทุกบ้าน อำเภออาทิตยชัย ผ้าชิ้นตีนจก เสื้อและกางเกง เกิดปัญหาการตัดลดราคาสินค้าเพื่อให้แต่ละร้านค้าสามารถจำหน่ายสินค้าของตนเองได้อย่างรวดเร็ว เป็นการลดคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตรายย่อย อาทิ คนแม่คนแก่และเด็กนักเรียนซึ่งทอผ้าตีนจกส่งให้กับร้านค้าโดยมักถูกกดราคาสินค้าลงด้วยเช่นกัน (เกษร ฝ่ายจกแม่แจ่ม, 2558) จากการศึกษาข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสิ่งทอของภาคเหนือ การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชนเผ่าเย้า” พบว่า การนำสิ่งทอมาทำผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใด สินค้าดังกล่าวมีรูปแบบและลักษณะเหมือนกันทั้งภาคเหนือและภาคอื่นๆ สินค้าบางประเภทนำมาใช้ในสังคมปัจจุบันได้แต่ไม่สัมพันธ์กับวัฒนธรรมสมัยนิยมในขณะนั้น รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับสังคมปัจจุบันจึงทำให้ขายได้เฉพาะกลุ่ม (ปานฉัตร อินทร์คง, 2559) หากพูดถึงผลิตภัณฑ์เด่นของแม่แจ่ม หลายคนรู้จักกล่าวถึง “ผ้าชิ้นตีนจก” เท่านั้น แท้จริงแล้ว “หมอนหน้าจก” เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่บอกเล่าเรื่องราวของแม่แจ่มได้เช่นกัน แม่ผ้อยทอง สมบัติ (2561) นักอนุรักษ์ผ้าตีนจกแม่แจ่ม ผู้ได้รับรางวัลด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น กล่าวถึงปัญหาความนิยมซื้อหมอนหน้าจกในปัจจุบันลดน้อยลง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมซื้อผ้าชิ้นตีนจกมากกว่าการซื้อหมอนหน้าจก เนื่องจากมีขนาดเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า หนาและใหญ่ยากต่อการขนส่งและซื้อไปเป็นของฝาก ทำให้ผู้ประกอบการแม่แจ่มส่วนใหญ่หันมาผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่มประเภทผ้าชิ้นตีนจกและเสื้อแทนการทำหมอนหน้าจก ทำให้ลดการผลิตหมอนหน้าจกลงตามไปด้วย โดยในอดีต “หมอนหน้าจก” ถือเป็นเครื่องใช้สำคัญของคนล้านนาที่แสดงถึงความศรัทธาที่ต่อต่อศาสนา ผู้คนส่วนใหญ่ในแม่แจ่มจะทอเย็บหมอนใช้เองและเพื่อถวายให้วัด ตามความเชื่อที่ว่าหากผู้ใดถวายหมอนจะได้บุญกุศลที่สูงส่ง ทำให้ในอดีตหมอนหน้าจกแม่แจ่มเป็นที่กล่าวขานเป็นอย่างมากถึงลักษณะเด่นที่เป็นหมอนหนุนเย็บมีรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแต่งหน้าด้วยลายจก เรียกว่าหมอนหน้าจก สตรีแม่แจ่มในอดีตจะถูกฝึกหัดให้รู้จักทอหมอนและผ้าตั้งแต่อายุน้อยโดยใช้เทคนิคการจกในการตกแต่งลวดลาย (ไมตรี เกตุขาว, 2540) เอกลักษณ์ของผ้าทอและการจกลายแม่แจ่ม ผลิตจากผ้าฝ้ายที่ทอและจกด้วยมือ เป็นเทคนิคการทำลวดลายบนผืนผ้าบนเส้นพุ่ง ด้วยวิธีการสอดด้ายเส้นพุ่งพิเศษเข้าไปเป็นช่วง ๆ โดยใช้ขันทนหรือเหล็กแหลมช่วยในการจกหรือ

ควักเส้นด้ายขึ้นมาบนเนื้อผ้าที่ทออยู่ ทำให้เกิดเป็นผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (พรทิพย์, 2558) ลวดลายดั้งเดิมที่ใช้ อาทิเช่น 1) “ลวดลายอุคมคติ” เป็นลวดลายที่สะท้อนความเชื่อในศาสนาออกมาเป็นรูปสัญลักษณ์อันเกี่ยวเนื่องกับศาสนา 2) “ลวดลายคนและสัตว์” ส่วนใหญ่พบในผ้าหอบสาลี (ผ้าปูที่นอน) และลายในหน้าหมอน 3) “ลวดลายพรรณพฤกษา” พบในหน้าหมอนเป็นส่วนใหญ่ และ 4) “ลวดลายเปรียบเทียบสิ่งของใกล้ตัว” พบลวดลายเหล่านี้ในหน้าหมอน เป็นต้น (จรัญญา สีพาแลว, 2545; ไมตรี เกตุขาว, 2542)

จากการศึกษาข้างต้นในด้านผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์หมอนหน้าจก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่กำลังจะเลือนหายไป อีกทั้งเป็นเครื่องบ่งชี้ทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน ประกอบกับผลการวิจัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ในปี 2558 พบว่า ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการตกแต่งบ้านที่พักอาศัยในแถบอาเซียนรวมถึงประเทศไทยมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีการเจริญเติบโตในกลุ่มสินค้าตกแต่งบ้านรวมถึงประเภทหมอนอิงที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของผู้บริโภคสินค้าเป็นอย่างมาก (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครโตรอนโต, 2003) Serirat (1999) ระบุถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ปัจจัยหลักทางการออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งรวมถึงความสัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิตของแต่ละพื้นที่ สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภคและคุณค่าทางความสวยงามจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีศักยภาพทางคุณค่าและประสิทธิภาพทางอุตสาหกรรมมากขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ประเภทหมอนอิงลายจก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ โดยรูปทรงและขนาดหมอนอิงออกแบบให้มีขนาดตามมาตรฐานสากลเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าคือ ขนาด 14 นิ้ว และ 16 นิ้ว หมอนอิงสามารถถอดปลอกเพื่อซักทำความสะอาดหรือเปลี่ยนปลอกหมอนเพื่อเปลี่ยนลวดลายของหมอนได้ การออกแบบเป็นการนำเอกลักษณ์ลวดลายการจกดั้งเดิมทั้ง 4 ลายที่กล่าวไว้ข้างต้นมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเรื่องราวใหม่ให้เหมาะสมตามสมัยนิยม เน้นลักษณะการทอตามวิถีดั้งเดิมของชาวแม่แจ่มคือการทอด้วยมือและย้อมสีธรรมชาติ ผ้าจกนับเป็นศิลปะการสร้างลวดลายบนผ้าที่มีความเป็นอิสระในตัวเอง ซึ่งผู้ทอสามารถสร้างจินตนาการและแสดงออกซึ่งความคิดสร้างสรรค์ของตนเองได้มากที่สุดเช่นเดียวกับการวาดภาพและแต้มสีลงบนผืนผ้า ผลงานที่เกิดขึ้นจึงสามารถพัฒนาการไปได้โดยไม่มีขอบเขตจำกัด (ศูนย์สารสนเทศหมอนไหมและประชาสัมพันธ์ กรมหมอนไหม, ม.ป.ป) นอกจากนี้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2559) กล่าวถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ปัจจัย (Design factors) ที่ควรคำนึงถึงอีกหลายประการ แต่ที่สำคัญหลักๆ นั้นควรจะคำนึงถึงหน้าที่ใช้สอย (Function) ที่สามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพและความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal) ต้องมีรูปทรง ขนาด สี สีสันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์จึงถือเป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้เพิ่มขึ้น (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2526) การพัฒนาหมอนอิงลายจกนี้เป็นแบบทดลองเพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงให้มีความร่วมสมัย (Contemporary style) แสดงเอกลักษณ์ผ้าทอลายจก (ผ้าตีนจก) ของอำเภอแม่แจ่ม ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านทอมือที่สร้างเอกลักษณ์และคุณค่าเชิงวัฒนธรรม และนำไปสู่การเป็นสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยอาศัยปัจจัยทางด้านทุนทางวัฒนธรรมทั้งศักยภาพด้านพื้นที่และภูมิปัญญาที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้สนใจให้เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่ถูกสร้างสรรค์เพื่อสืบต่อวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป (ใจภักดี บุรพเจตนา, 2559) บทความ “การประยุกต์ลวดลายจากอัตลักษณ์ผ้าทอลายจก (ผ้าตีนจก) แม่แจ่มเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอเชิงวัฒนธรรมประเภทของตกแต่งบ้าน” ได้สรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามการส่งเสริมสินค้าที่มีรูปแบบเชิงวัฒนธรรมตามนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการนำเอกลักษณ์อันโดดเด่นของสิ่งทอล้านนา อาทิ ลวดลายต่าง ๆ ที่ปรากฏบนผืนผ้าทอที่มีคุณค่าความงามเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ต่างไปจากรูปแบบเดิมที่สามารถผลิตได้จำนวนมาก โดยมีความเหมาะสมทั้งด้านราคาและการนำไปใช้งานกับวิถีชีวิตในปัจจุบัน จะสามารถส่งเสริมผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป



ภาพ 1 เอกลักษณ์ลวดลายจกในหน้าหมอนอำเภอแม่แจ่ม เชียงใหม่ (หมอนหน้าจก)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลวดลายหมอนหน้าจกเพื่อนำมาใช้ร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิง
2. เพื่อผลิตต้นแบบของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงลายจก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร

1. ศึกษาทบทวนเอกสารเกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลที่มาของลวดลายจก (ลวดลายที่ใช้สำหรับทำหน้าหมอน) ลักษณะและเอกลักษณ์ลวดลายจก ความเชื่อ เพื่อทำการออกแบบของตกแต่งบ้านที่เหมาะสม
2. ศึกษาข้อมูลลวดลายจกหน้าหมอนที่ได้รับความนิยมในการทอ ข้อมูลด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอประเภทหมอน ข้อมูลด้านรูปทรงของผลิตภัณฑ์ โดยที่มาของข้อมูลได้จากแหล่งทุติยภูมิ คือข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์แล้วเป็นส่วนใหญ่

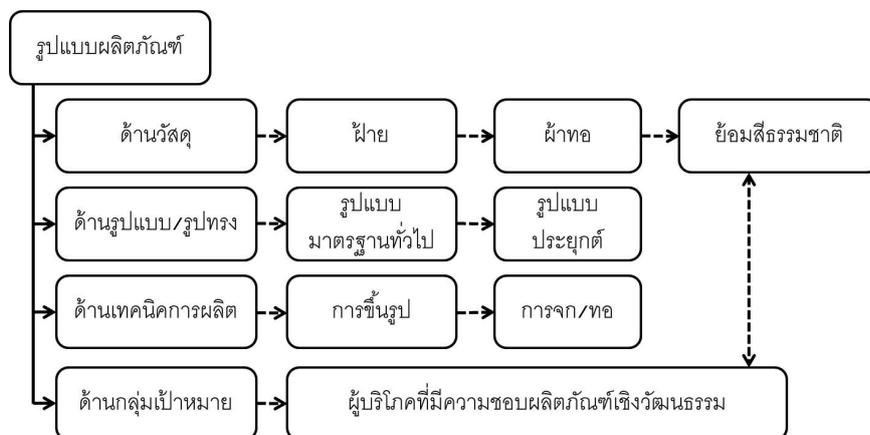
การวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสาร

เป็นการวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์และออกแบบ โดยการนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลหารูปทรง รูปแบบและเทคนิควิธีการในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านของอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม

เป็นการรวบรวมหาข้อมูลความต้องการที่แท้จริงรวมถึงการใช้งานของผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านกับกลุ่มเป้าหมาย

1. นำผลสรุปจากการวิเคราะห์ที่รวบรวมข้อมูลลวดลายที่ได้รับความนิยม ความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่คัดเลือกจากความต้องการของกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภคจากการสัมภาษณ์ คือ ความนิยมในการทอส่วนใหญ่จะนิยมลายพุกชาและลายสัตว์ คัดเลือกความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอจาก 3 ผลิตภัณฑ์ คือ หมอนอิง เบาะรองนั่ง โม่บายแขวน โดยกระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตต้นแบบจากการลงคะแนนของผู้ผลิต โดยอ้างอิงจากการคิดในการประยุกต์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์จากการใช้งาน มีสอดคล้องกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องและคำนึงถึงความเหมาะสมจากการนำลายจกไปใช้เพื่อออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิง
2. นำผลการวิจัย ที่มีการวิเคราะห์ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ลายจกหน้าหมอนที่ได้รับความนิยมในการทอและได้รับความนิยมจากผู้บริโภค อำเภอแม่แจ่มมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิง
3. คัดเลือกรูปทรงหมอนอิงจาก 2 รูปทรง คือ 1) รูปทรงเรขาคณิต (สี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม) 2) รูปทรงอิสระ (ประเมินจากแบบสอบถาม)
4. จัดทำตัวอย่างการออกแบบผลิตภัณฑ์หมอนอิง โดยการกำหนดรูปแบบและลวดลายที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกจากความนิยมของกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภค
5. คัดเลือกและพัฒนาต้นแบบจำนวน 4 รูปแบบ ให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (ประเมินจากแบบสอบถาม)



ภาพ 2 แสดงกระบวนการคิดในการประยุกต์รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงลายจก

1. ทำการคัดเลือกลวดลายจก (ลายหน้าหมอน) จากจากแบบสอบถามลายที่ได้รับความนิยมในการทอและการซื้อ คือ ลายอุดมคติพรรณพฤกษา (ลายดอกจันทร์หลวง ลายดอกจันทร์น้อย) และลายอุดมคติสัตว์ (ลายผึ้ง ลายกวาง)
2. กำหนดรูปร่างของหมอนอิง และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค คือรูปร่างเลขาคณิต รูปแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส (รูปทรงมาตรฐานสากล) โดยคำนึงถึงการใช้งาน การดูแลรักษา เป็นต้น
3. กำหนดวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยการย้อมสีฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติ เช่น สีขาวเป็นสีจากฝ้าย สีเขียวจากต้นเพกา สีเหลืองจากขมิ้น สีแดงจากไม้ฝาง สีนํ้าเงินจากคราม จากนั้นทอด้วยมือ
4. สร้างแบบจำลองผลิตภัณฑ์ และประเมินผลด้วยผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภค
5. ผลิตงานต้นแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงลายจก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

1. ผลิตผลงานผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงลายจก โดยการนำลวดลายพรรณพฤกษาและลวดลายสัตว์ มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างเรื่องราวบนหมอนอิงลายจก ซึ่งทั้ง 2 ลาย จากการทำแบบสอบถามที่ได้รับความนิยมสูงว่ามีความเหมาะสมในการนำไปประยุกต์ต่อยอดเกิดงานสร้างสรรค์ได้ และเนื่องจากตามคติความเชื่อลายหมอนนี้เป็นลวดลายที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แสดงถึงความบริสุทธิ์ จึงมักพบในลายหน้าหมอนเพื่อทำหมอนถวายให้วัดตามคติความเชื่อ
2. เผยแพร่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงสู่ชุมชนอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

พื้นที่ในการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่วิจัยคือ อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากมีเอกลักษณ์ในด้านการทอผ้าตีนจก และเป็นพื้นที่ในโครงการ “แม่แจ่มโมเดล” และ “แม่แจ่มโมเดลพลัส” ที่กำลังดำเนินการขับเคลื่อนแม่แจ่มยั่งยืน ในการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม

กลุ่มประชากรที่ศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาวิจัยมี 3 ส่วนคือ

1. การสัมภาษณ์ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (ผ้าตีนจก)
 - กลุ่มผู้ผลิตจำนวน 5 คน
 - ผู้ประกอบการผ้าทอในชุมชนอำเภอแม่แจ่ม จำนวน 5 คน
 - กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป จำนวน 10 คน
2. การสำรวจผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ้าทอและผู้บริโภคเรื่องลวดลายที่ได้รับความนิยมในการทอและการจำหน่าย นอกจากนี้สำรวจรูปร่างของผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงโดยการคัดเลือกจากความเหมาะสมในการผลิตและการจำหน่ายจาก 2 รูปร่าง คือ 1) รูปร่างเลขาคณิต (สี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม) 2) รูปร่างอิสระ (ไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน) จากนั้นนำรูปร่างที่ได้มาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่เหมาะสมของรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 50 คน
3. การประเมินความคิดเห็นการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ประเภทของตกแต่งบ้านหมอนอิงลายจก โดยกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 10 คน กลุ่มผู้ประกอบการผ้าทอในชุมชนอำเภอแม่แจ่ม จำนวน 10 คน กลุ่มผู้บริโภคสินค้า จำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ประกอบด้วยวิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ ของผู้ทำวิจัย โดยใช้การสัมภาษณ์ สทนากลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการผ้าทอเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (ผ้าตีนจก) แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงลายจก และแบบประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงลายจก ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ได้ผ่านการตรวจหาคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และเกณฑ์การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้รูปแบบในกรณีที่มีประชากรมีจำนวนไม่แน่นอน (Infinite population)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการค้นคว้าเกี่ยวกับผ้าทอ (ผ้าตีนจก) แบบ สัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย วิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ (ผ้าตีนจก) แบบต่าง ๆ เก็บข้อมูลภาคสนาม ได้สำรวจ รูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (ผ้าตีนจก) ที่จำหน่ายในปัจจุบันด้วยการถ่ายภาพ จดบันทึกรายละเอียดข้อมูล รวบรวมข้อมูล แบบสอบถามจากผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ้าทอ ผู้บริโภคทั่วไป เพื่อกำหนดผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกที่เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่สามารถผลิตได้รวดเร็วและยังคงอัตลักษณ์การทอผ้าของชาวแม่แจ่ม คือ ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงลายจก

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อหา ข้อสรุปจากการสำรวจข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่สามารถวัดค่าเป็นตัวเลขได้ตามลำดับ ด้วยวิธีการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความ เบี่ยงเบนมาตรฐาน ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) เป็นการนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิง ปริมาณมาเป็นตัวกำหนดในการแก้ปัญหาและพัฒนาารูปแบบและลวดลายของผลงานให้ตรงกับความต้องการและรสนิยมของ ผู้บริโภคในปัจจุบัน จากนั้นนำผลจากการประเมินมาสรุปอ้างอิงแนวปฏิบัติการวัดและประเมินผลตามเกณฑ์ Scoring rubric (เอกรินทร์, 2546)

ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ในลักษณะของการบรรยายเชิงคุณภาพ โดยสรุปดังนี้

ผลสัมฤทธิ์

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ้าทอและผู้บริโภคทั่วไป รวม 20 คน ในด้านความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (ผ้าตีนจก) ในประเด็นต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

1. ด้านรูปแบบและลวดลาย : ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ้าทอ และผู้บริโภคทั่วไป มีความคิดเห็นตรงกันว่า รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ขนาดไม่ควรเกิน 16 นิ้ว (40 ซม.) โดยประมาณเนื่องจากเวลาทอและเย็บจะไม่เกิดรอยต่อ ลวดลายที่ควรนำมา พิจารณาคัดเลือกจากลายที่ใช้จกบนหมอน โดยเลือกจากลายพื้นฐานที่วัยเด็กและวันชราสามารถทอได้ ได้แก่ ลายสัตว์และลาย พรรณพฤกษา แต่ลวดลายละเอียดลงหรือการจัดองค์ประกอบของลวดลายใหม่ เพื่อให้ดูไม่วุ่นวายจนเกินไป

2. ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (ผ้าตีนจก) ที่ควรพัฒนา : สรุปผลข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ้า ทอ และผู้บริโภคทั่วไป สำหรับการทดลองทำผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งบ้าน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักจะกล่าวถามถึงสินค้า ประเภทหมอนอิงในห้องรับแขก รวมทั้งปลอกหมอนอิงมาเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากเป็นสินค้าที่สามารถซื้อเพื่อใช้เองหรือเป็นของ ฝากได้ ราคาไม่แพงมากนัก รองลงมาเป็นเบาะรองนั่ง สิ่งทอตกแต่งผนัง โคมไฟ เป็นต้นและจากจำนวนผู้สัมภาษณ์ความต้องการ การพัฒนาผ้าทอสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งบ้าน 15 คนระบุถึงผลิตภัณฑ์หมอนอิง 13 คน ระบุถึงเบาะรองนั่ง และโคมไฟจำนวน 2 คน

3. ด้านวัสดุ : ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ้าทอมือ และผู้บริโภคทั่วไปให้ความคิดเห็นว่าวัสดุควรเป็นผ้าฝ้าย ด้วยกรรมวิธี ทอ มือ เพราะเป็นเอกลักษณ์เดิมของผ้าทอ (ผ้าตีนจก) อำเภอแม่แจ่ม

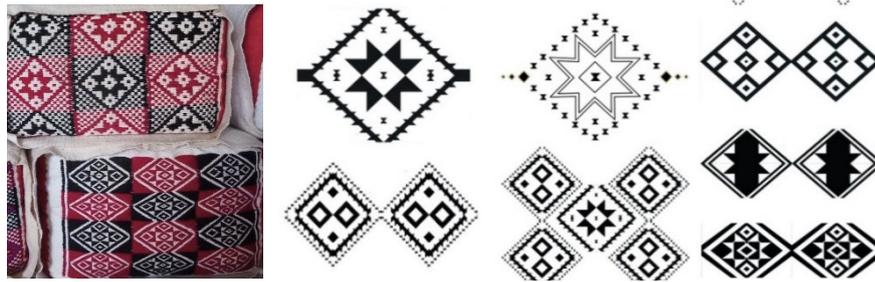
4. ด้านราคา : ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ้าทอมือ และผู้บริโภคทั่วไป ให้ความคิดเห็นว่า ราคาขึ้นอยู่กับจำนวนลวดลายจก บนผลิตภัณฑ์ตามความยากง่าย และขนาดของลายจก ซึ่งโดยปกติมักคิดราคาลายจกละ ราคาไม่สูงมากจนเกินไปโดยราคา ที่ผู้บริโภคสามารถซื้อได้จะอยู่ประมาณ 200 – 1,000 บาท

5. ด้านกลุ่มสีของผลิตภัณฑ์ : ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ้าทอมือ และผู้บริโภคทั่วไป ให้ความคิดเห็นว่า กลุ่มสีที่นำมาใช้ ควรเป็นกลุ่มแม่สีตามเอกลักษณ์สีของอำเภอแม่แจ่ม (สีแดงและเหลือง) ผสมผสานกับโทนสีตามเทรนด์ความนิยมในยุคสมัย ปัจจุบัน เช่นโทนสีที่มีการตัดลดความเข้มของเนื้อสี โดยการผสมสีขาวลงไปเพื่อให้เกิดความรู้สึกสบายตา (Pastel color) เพื่อ สร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคกลุ่มเป็นต้น

ขั้นตอนการออกแบบ

การนำผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคสินค้ามาวิเคราะห์ กำหนดแนวคิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ในแง่ ของสายผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product line) คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มขึ้นของชุมชนแม่แจ่มประเภทหมอนอิงลาย

จัก และเป็นการเข้าสู่ตลาดเดิมที่เคยขายเฉพาะเครื่องนุ่งห่ม เพื่อเปิดตลาดผ้าทอ(ผ้าตีนจก) ประเภทหมอนอิงเป็นครั้งแรก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงนั้น ผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งใหม่เสมอไป ผลิตภัณฑ์ใหม่ส่วนมากเป็นนวัตกรรมที่พัฒนาหรือปรับปรุงหรือเพิ่มเติมผลิตภัณฑ์เดิม ให้ความน่าสนใจด้วยรูปลักษณ์และสีสันทันสมัย การเปลี่ยนรูปแบบสีสันทันของบรรจุภัณฑ์ใหม่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูใหม่และน่าสนใจ (สุจินดา และ ปิยวัน, 2017) ดังนั้นจากรูปทรงหมอน 2 รูปทรง คือ 1) รูปทรงเลขาคณิต 2) รูปทรงอิสระ จากการคัดเลือกคือรูปทรงเรขาคณิต ผู้วิจัยได้ทดลองออกแบบผลิตภัณฑ์หมอนอิง 4 รูปแบบ ซึ่งพัฒนารูปแบบมาจากหมอนสามเหลี่ยมที่ชาวบ้านมักจะทำเพื่อถวายเป็นงานบุญ ประกอบกับการใช้ลวดลายที่มีเอกลักษณ์ลายพื้นฐานในการทอลายหน้าหมอน (การจก) ด้วยลายพรรณพฤกษา อาทิ ลายดอกจันทร์ที่สามารถปรับหมุนทิศทางของลายในภาพที่ 3 ด้านขวา จากภาพที่ 3 ด้านซ้ายแสดงการใช้สีต่างกันหรือการทอกลับสีเพื่อให้เกิดจังหวะของลายและรูปทรงใหม่ นอกจากนี้ยังมีลวดลายสัตว์ อาทิ กวาง ผึ้งตามภาพที่ 4 เป็นต้น



ภาพ 3 แสดงลวดลายอุดมคติพรรณพฤกษา (ลายดอกจันทร์หลวง ลายดอกจันทร์น้อย)



ภาพ 4 แสดงลวดลายอุดมคติสัตว์ (ลายผึ้ง ลายกวาง)

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงลายจกจำนวน 4 รูปแบบ ที่นำรูปทรงเลขาคณิตที่ผ่านการคัดเลือกมาผสมผสานกับรูปทรงจากหมอนเก่าและหมอนผาดตามคติความเชื่อของคนล้านนา (ภาพที่ 7) ร่วมกับความต้องการของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคซึ่งจะนำมาพัฒนาเป็นหมอนอิงหน้าจก โดยกำหนดกรอบการออกแบบจากวรรณกรรมที่ศึกษาด้านคุณสมบัติของของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิงสามารถถอดปลอกหมอนเพื่อซักได้ วัสดุที่ใช้รวมทั้งวิธีการตัดเย็บด้วยการบูรณาการสร้างแบบจำลองผลิตภัณฑ์ จากภาพที่ 5 ซ้ายมือแสดงภาพหมอนเก่า ซึ่งใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาการออกแบบหมอนรูปแบบที่ 1 โดยการนำรูปทรงของหมอนสี่เหลี่ยมจัตุรัส 9 ช่องผนวกกับลักษณะและขนาดของหมอนตามมาตรฐานสากลดังภาพที่ 5 ภาพซ้าย และภาพที่ 5 ด้านขวามือแสดงต้นแบบหมอนผารูปทรงสามเหลี่ยม โดยใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาการออกแบบหมอนรูปแบบที่ 2 พัฒนารูปทรงให้คงสามเหลี่ยมแต่ตัดโค้งมุมทั้ง 3 ด้าน รูปแบบที่ 3 ยังคงอัตลักษณ์ของหมอนผิงสามเหลี่ยม แต่ออกแบบให้สามารถวางซ้อนกันเพื่อเพิ่มขนาดหมอนผิงที่ใหญ่ขึ้นได้และรูปแบบที่ 4 เป็นการลดทอนลายละเอียดของหมอน ดังภาพที่ 6 จากนั้นได้ให้ผู้บริโภคสินค้า จำนวน 50 ท่าน เป็นผู้ประเมินแบบสอบถามรูปแบบจำลองผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิง



ภาพ 5 ภาพซ้ายหมอนเก้าอี้ ภาพขวาหมอน ผา



ภาพ 6 แสดงแบบจำลองผลิตภัณฑ์หมอนอิงทั้ง 4 รูปแบบ



ภาพ 7 แสดงบรรยากาศการตกแต่งบ้านด้วยหมอนอิงรูปแบบที่ 1-4



ภาพ 8 แสดงบรรยากาศการตกแต่งบ้านด้วยหมอนอิง ภาพซ้ายหมอนอิงรูปแบบที่ 2 และภาพขวาหมอนอิงรูปแบบที่ 3

ผลการตอบแบบสอบถาม

จากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคสินค้า จำนวน 50 คน เรื่องรูปแบบและลวดลายของผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิง โดยมีแบบจำลองบรรยากาศการตกแต่งด้วยผลิตภัณฑ์หมอนอิงทั้ง 4 รูปแบบ (ภาพที่ 7) ได้ผลดังนี้

รูปแบบที่ 1 คือรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด จำนวน 26 คน เพื่อมาทำต้นแบบ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า มีลักษณะการตัดทอนของลวดลายและการใช้สีสันทันของลายจึงเป็นกลุ่มสีตามสมัยนิยม อีกทั้งหมอนเป็นขนาดมาตรฐานสามารถถอดปลอกหรือเปลี่ยนเพื่อใช้กับหมอนและปลอกชนิดอื่นที่มีขนาดเท่ากันได้

รูปแบบที่ 2 คือรูปแบบที่ได้รับความนิยมรองลงมาจำนวน 18 คน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า เป็นรูปทรงที่แปลกใหม่ ลวดทอนรูปทรงจากหมอนทรงสามเหลี่ยมดั้งเดิม (หมอนผา) ได้ลงตัว มีความเป็นเอกลักษณ์ที่ยังคงกลิ่นอายลวดลายของการทอผ้าตีนจก แต่ไม่สามารถหาซื้อปลอกหมอนได้จากแหล่งอื่น ๆ (ภาพที่ 8 ภาพด้านซ้ายมือ)

รูปแบบที่ 3 และรูปแบบที่ 4 ผู้บริโภคเลือกเพียงแบบละ 3 คน แสดงความคิดเห็นว่า หมอนรูปแบบที่ 3 (ภาพที่ 8 ด้านขวามือ) มีรูปทรงและขนาดตามหมอนสามเหลี่ยมทรงเดิม (หมอนผา) แต่ตัดทอนลายละเอียดและเพิ่มลายจก ในขณะที่ความคิดเห็นของหมอนรูปแบบที่ 4 กล่าวว่า ลวดลายหมอนมีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ลายของแม่แจ่มชัดเจนกว่าแบบอื่น

ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

ด้วยการทำต้นแบบผลิตภัณฑ์จริงจากการใช้วัสดุฝ้ายทอมือและย้อมสีธรรมชาติโดยการทำต้นแบบจากแบบจำลองรูปแบบที่ 1 มีลวดลายทั้งด้านหน้าและด้านหลังเหมือนกัน ตามภาพที่ 9 แสดงหมอนตามขนาดมาตรฐานจำนวน 2 ขนาด คือ 12 นิ้วและ 16 นิ้ว และจากภาพที่ 10 และภาพที่ 11 แสดงลักษณะการนำลวดลายมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างเรื่องราวซึ่งตัดทอนการซ้ำของลวดลายและจัดวางองค์ประกอบบนปลอกหมอนในรูปแบบใหม่ตามจินตนาการของช่างทอ



ภาพ 9 แสดงหมอนอิงด้านซ้ายขนาด 12 นิ้วและด้านขวาขนาด 16 นิ้ว



ภาพ 10 แสดงภาพซ้ายลายกาง ภาพกลางลายดอกจันทร์ และภาพขวาหมอนอิงผ้าตีนจกลวดลายกางและดอกจันทร์



ภาพ 11 แสดงภาพถ่ายลายกาง และภาพชาวหมอนอิงผ้าตีนจกลดลายกางด้วยการจัดจ้งหะการซ้ำแบบใหม่

ขั้นตอนการเผยแพร่สู่ชุมชน

ผู้วิจัยได้พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าตีนจกให้เป็นของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิง ในอำเภอแม่แจ่ม แล้วได้เผยแพร่การพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ชุมชนในงาน มหกรรมผ้าตีนจกและวัฒนธรรมชนเผ่าแม่แจ่ม ครั้งที่ 25 ระหว่างวันที่ 9 - 11 กุมภาพันธ์ 2561 ดังภาพ 12



ภาพ 12 แสดงบรรยากาศการจัดพื้นที่เผยแพร่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ณ ที่ว่าการอำเภอแม่แจ่ม วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2561

สรุปผลการประเมินความคิดเห็นจากการตอบแบบสอบถาม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (ผ้าตีนจก) ประเภทของตกแต่งบ้าน “หมอนอิง” โดยมีเนื้อหาการประเมินตามตารางที่ 1 โดยกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 10 คน กลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนอำเภอแม่แจ่ม จำนวน 10 คน และกลุ่มผู้บริโภคสินค้า จำนวน 30 คน ดังนี้

ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้ผลิตจำนวน 10 คน ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นด้านมีความร่วมสมัย รูปแบบและขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งบ้าน และประโยชน์จากการใช้งานจำนวน 10 คน ประเด็นด้านอัตลักษณ์สื่อถึงผ้าตีนจกแม่แจ่ม เชียงใหม่มีผู้พึงพอใจมากที่สุดจำนวน 9 คน นอกจากนี้ประเด็นการพัฒนาลวดลายและสีต่างจากงานดั้งเดิมและประเด็นรูปแบบและรูปทรงมีความพึงพอใจมากที่สุดจำนวน 8 คน และพึงพอใจมากจำนวน 2 คน ในขณะที่ประเด็นความประณีตและประเด็นวัสดุ สี ลวดลายเหมาะสมกับสมัยนิยมในปัจจุบันมีความพึงพอใจมากที่สุดจำนวน 6 คน ประเด็นความพึงพอใจในภาพรวมนั้นความพึงพอใจมากที่สุดมีอยู่จำนวน 7 คน ทั้งนี้ประเด็นความคิดเห็นของผู้พึงพอใจน้อยและน้อยที่สุดรวมจำนวน 3 คน ให้เหตุผลถึงผลิตภัณฑ์ยังขาดความชำนาญในการตัดเย็บที่ประณีต ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของคุณภาพสินค้า สรุปได้ว่าผู้ผลิตมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยที่ 4.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.31 ผลการประเมินความพอใจอยู่ระดับมากที่สุด

กลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 10 คน ให้ความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นด้านมีการพัฒนาลวดลายและสีต่างจากงานดั้งเดิมและมีอัตลักษณ์สื่อถึงผ้าตีนจกแม่แจ่มเชียงใหม่ มีความร่วมสมัย รูปทรง รูปแบบและขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งบ้าน ในขณะที่มีความพึงพอใจน้อยในประเด็นด้านความประณีตถึง 6 คน อย่างไรก็ตาม ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ประกอบการอยู่ที่ 4.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.17 มีผลการประเมินความพอใจอยู่ระดับมากที่สุด

จากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคสินค้าจำนวน 30 คน ผู้วิจัยพบว่าประเด็นด้านประโยชน์จากการใช้งานมีความพึงพอใจมากที่สุดจำนวน 30 คน ในขณะที่เกณฑ์ระดับความพึงพอใจมากที่สุดของประเด็นวัสดุ สี ลวดลายเหมาะสมกับสมัยนิยมในปัจจุบัน ประเด็นมีการพัฒนาลวดลายและสีต่างจากงานดั้งเดิมจำนวนเท่ากันคือ 24 คน ประเด็นรูปแบบและขนาดเหมาะสม

กับผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งบ้านจำนวน 23 คน และมีเพียง 1 คนที่ให้ความพึงพอใจในระดับน้อย นอกจากนี้สำหรับประเด็นด้านรูปแบบและรูปทรงมีระดับความพอใจน้อย 1 คน ปานกลาง 4 คน มาก 8 คน และมากที่สุด 17 คน ซึ่งเกณฑ์ระดับยังคงมาก จึงสรุปได้ว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยที่ 4.58 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.25 ผลการประเมินความพอใจอยู่ระดับมากที่สุด

จากการวิเคราะห์การศึกษา รวบรวม และสำรวจข้อมูล สรุปผลการศึกษาวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

1. ผลสรุปการประเมินความคิดเห็นจากการตอบแบบสอบถามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (ผ้าตีนจก) ประเภทของตกแต่งบ้าน “หมอนอิงลายจก” โดยกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 10 คน กลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนอำเภอแม่แจ่ม จำนวน 10 คน และกลุ่มผู้บริโภคสินค้า จำนวน 30 คน รวมทั้งหมด จำนวน 50 คน พบว่ามีความพึงพอใจรวมค่าเฉลี่ยที่ 4.64 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.17 ผลการประเมินความพอใจอยู่ระดับมากที่สุด

2. การออกแบบที่ใช้รูปทรงและรูปแบบตามขนาดมาตรฐานสากล ในส่วนของลวดลายได้นำลายจกตามอุดมคติดั้งเดิมของชาวแม่แจ่ม มาจัดจังหวะในการออกแบบใหม่และสร้างสรรค์องค์ประกอบของลวดลายให้เกิดเรื่องราวโดยการลดทอนรายละเอียดลงและปรับปรุงกลุ่มสีให้กลมกลืนไปในทิศทางเดียวกัน

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (ผ้าตีนจก) ให้เป็นของใช้ของตกแต่ง โดยสามารถใช้เป็นหมอนอิง หมอนตกแต่งในโรงแรม หรือบ้านพักอาศัย เป็นต้น เป็นการสร้างทางเลือกใหม่ให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจในผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านเชิงวัฒนธรรม

การอภิปรายผล

จากปัญหาการผลิตหมอนหน้าจกลดและชาวแม่แจ่มนิยมผลิตเครื่องนุ่งห่มประเภทผ้าขึ้นตีนจกมากขึ้นและผลิตสินค้าในรูปแบบเดิม ๆ ออกมามากเกินความจำเป็น อีกทั้งจากสภาวะการแข่งขันในเรื่องการตลาดด้านการขายและคุณภาพของสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ทางผู้วิจัยจึงได้ทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิง ซึ่งง่ายต่อการผลิต ชาวบ้านมีพื้นฐานในการทำและสามารถจำหน่ายได้ทั้งหมอนอิงและปลอกหมอนอิง โดยรูปแบบหมอนได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ้าทอ และผู้บริโภคทั่วไปในด้านความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (ผ้าตีนจก) สรุปได้ว่า จากการออกแบบหมอน 4 รูปแบบ ผลจากการตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกรูปแบบที่ 1 ซึ่งพัฒนาแบบจากหมอนหน้าเก่าที่มีรูปทรงสี่เหลี่ยม รูปแบบและลวดลายของหมอนมีขนาดที่เหมาะสมกับการใช้งาน มี 2 ขนาด คือ 12 นิ้ว (30 ซม.) และ 16 นิ้ว (40 ซม.) การตกแต่งลวดลายตามอุดมคติดั้งเดิม โดยจากการศึกษาลวดลายหมอนหน้าจกตามวัตถุประสงค์ ได้ใช้การพิจารณาคัดเลือกลวดลายจากลายที่ใช้จกบนหมอน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันคือ หมอน ตามคติความเชื่อของชาวเหนือว่าเป็นของสูง ใช้หนุนศีรษะ ได้แก่ ลายสัตว์และลายพรรณพฤกษา แต่ลดทอนรายละเอียดลงหรือการตัดองค์ประกอบของลวดลายใหม่ เพื่อให้ดูไม่วุ่นวายจนเกินไป ที่ตัดทอนรายละเอียดให้เกิดลวดลายประยุกต์ใหม่ การใช้วัสดุการทอจากฝ้ายที่ปลูกในแม่แจ่มและผ่านกรรมวิธีทอมือ ใช้กรรมวิธีย้อมสีจากพืชธรรมชาติที่หาได้ในอำเภอแม่แจ่ม เช่น สีเขียวจากต้นเพกา และสีเหลืองจากขมิ้น การใช้สีของผลิตภัณฑ์กลุ่มสีที่นำมาใช้เป็นกลุ่มแม่สีตามเอกลักษณ์สีของอำเภอแม่แจ่ม (สีแดงและเหลือง) ผสมผสานกับโทนสีที่ลดความเข้มของเนื้อสี (Pastel color) ตามแบบสมัยนิยมปัจจุบัน การออกแบบคำนึงถึงคุณสมบัติการใช้งาน การดูแลที่ง่ายต่อการถอดปลอกหมอนซัก และสามารถปรับเปลี่ยนลวดลายของปลอกหมอนได้ตามความต้องการของผู้ใช้ ลักษณะความประณีตการเย็บซิปแบบซ่อนเพื่อความสวยงามของหมอนขณะใช้งาน มีราคาที่ผู้บริโภคสามารถซื้อได้คือหมอนอิงขนาด 12 นิ้ว ราคา 250 บาท ปลอกหมอนอิงราคา 150 บาท และหมอนอิงขนาด 16 นิ้ว ราคา 350 บาท ปลอกหมอนอิงราคา 200 บาท

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา การปรับปรุงหรือเพิ่มเติมผลิตภัณฑ์เดิม ให้มีความน่าสนใจด้วยรูปลักษณ์และสีลื่นที่แปลกใหม่ โดยคำนึงถึงการตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องของความเป็นอยู่และสภาพเศรษฐกิจ หรือการออกแบบที่มีคุณค่าทางความสวยงาม (Serirat, 1999) จะทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (ผ้าตีนจก) ที่เปลี่ยนจากการทำเครื่องนุ่งห่มมาเป็นของใช้ของตกแต่งบ้านประเภทหมอนอิง เป็นแนวทางในการพัฒนาสิ่งทอพื้นถิ่นให้มีรูปแบบเหมาะสมกับความนิยมในปัจจุบัน และยังเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่นิยมสินค้าเชิงวัฒนธรรม รวมถึงยังเป็นประโยชน์เชิงวิชาการ ที่สามารถนำผลการวิจัยไปต่อยอดพัฒนาแนวคิด และนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเพื่อพัฒนางานด้านสิ่งทอในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป ทั้งนี้ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมควรให้

ความสำคัญกับนักออกแบบและช่างทอผ้าตีนจก เนื่องจากเป็นงานที่ต้องใช้ทักษะและความชำนาญในการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพทั้งความงาม ประโยชน์ใช้สอยและความคงทนแข็งแรง

นอกจากนี้การสร้างให้เกิดความหลากหลายทางด้านลวดลายผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การประยุกต์พัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์เดิม และสร้างแนวทางสร้างกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อนำไปสู่แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน ที่ชี้ให้เห็นถึงระดับของสินค้าใด ๆก็ตาม ย่อมถึงจุดอิ่มตัวและถดถอยด้วยเวลาและความเร็วที่ต่างกันออกไป (สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และ ปิยวัน เพชรหมี , 2561)

กิตติกรรมประกาศ

บทความฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านทรัพยากรทางศิลปะและวัฒนธรรมเมืองแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) และคลังสมองแห่งชาติ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและให้ผู้วิจัยได้มีส่วนร่วมในโครงการนี้ ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

จารุวรรณ เจตเกษกิจ. (2555). การใส่วัฒนธรรมเข้าไปในสินค้า. วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 54(2): 18-19.

จัญญา สีพาแลว. (2545). การทอผ้าของชาวละว้าบ้านมีดหลวง อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ศษ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ใจภักดี บุรพเจตนา. (2559). การประยุกต์ลวดลายจากอัตลักษณ์ผ้าทอตีนจกแม่แจ่มเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เชียงวัฒนธรรม ประเภทของตกแต่งบ้าน. วารสารวิชาการ สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ ฉบับภาษาไทย, 9(3): 1720-1738.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2552). ผลิตภัณฑ์ใหม่: การตลาดและการพัฒนา (New Product : Marketing and Development). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปานฉัตต์ อินทร์คง. (2559). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชนเผ่าภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ สร้างสรรค์: กรณีศึกษาชนเผ่าเย้า. วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์, 4(2): 21-41.

ปริญสา โสภณบุญ และ โรจนา ธรรมจินดา. (2559). ทศนคติของลูกค้ำมุงหวังที่มีต่อผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์คอนกรีต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2(4): 92-102.

ไมตรี เกตุขาว. (2540). การศึกษาลวดลายผ้าตีนจกในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ไมตรี เกตุขาว. (2542). การศึกษาลวดลายผ้าตีนจกในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย. วารสารสถาบันวิจัยศิลปวัฒนธรรม, 1(1): 71.

วิรุณ ตั้งเจริญ. (2526). การออกแบบ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิมวอลอาร์ต.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (The Creative Economy). กรุงเทพฯ: บริษัท พี.ซี. เพรส (บุญชิน) จำกัด.

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และ ปิยวัน เพชรหมี. (2560). การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษา ผ้าทอโบราณ. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 10(4): 62-85.

เอกรินทร์ สีมหาศาล. (2546). แนวปฏิบัติ : กระบวนการวัดและประเมินผลตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2544. กรุงเทพฯ: บั๊ค พอยท์.

Serirat, S. (1999). *Principles of Marketing*. Bangkok: Phetjaratsang hangthurakit press.
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (มกราคม 2559). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่. สืบค้นเมื่อ 18 เมษายน. จาก <https://bsid.dip.go.th/th/category/quality-control/qs-newproductdevelopment>.

เกษร ฝ้ายจกแม่แจ่ม. (ตุลาคม 2558). หมอนอิง. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2562, จาก http://otop-padad58.blogspot.com/2015/10/blog-post_47.html

ชีวรรณ เจริญสุข. (ธันวาคม 2557). ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product planning). สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2561, จาก <https://maymayny.wordpress.com/2014/12/05/บทที่-10-ผลิตภัณฑ์ใหม่-new-product-planning/>

ไทยรัฐออนไลน์. (กุมภาพันธ์ 2561). ขับเคลื่อน 'แม่แจ่มโมเดลพลัส' แก้ปัญหาไฟฟ้า-หมอกควัน. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <https://www.thairath.co.th/content/1201767>.

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์. (พฤษภาคม 2558). การขยายตัวของอสังหาริมทรัพย์ของจังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2561, จาก http://www.reic.or.th/login_page.aspx?refp=/FilePortal.aspx?sector%3dsyn%26id%3d15.

พรทิพย์ ไชยศิริ. (กุมภาพันธ์ 2558). ลักษณะผ้าตีนจกแม่แจ่ม. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2561, จาก <http://teenjokmaejam.blogspot.com/>.

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม. (กุมภาพันธ์ 2561). กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://ich.culture.go.th/index.php/th>.

ศศิมา สุขสว่าง. (พฤษภาคม 2559). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product development). สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2561, จาก <https://www.sasimasuk.com/16250080/การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และนวัตกรรม-new-product-development>.

ศูนย์สารสนเทศหม่อนไหมและประชาสัมพันธ์ กรมหม่อนไหม. (ม.ป.ป). ผ้าจกแม่แจ่ม. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2561, จาก https://www.qsds.go.th/silkcotton/k_21.php.

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม. (มกราคม 2552). อุตสาหกรรมวัฒนธรรม/อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คืออะไร ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม โดย UNESCO. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2561, จาก <http://ocac4u.blogspot.com/2009/01/blog-post.html>.

อ้างอิงสัมภาษณ์

ฝอยทอง สมบัติ. ครูใหญ่โรงเรียนเมืองเด็กวิทยา. สัมภาษณ์โดย ภัทราวดี ธงงาม. วันที่สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2560.

ไฟทอง เนตรพงศ์. ผู้ประกอบการและผู้ผลิตร้านไฟทองตีนจก. สัมภาษณ์โดย ภัทราวดี ธงงาม. วันที่สัมภาษณ์ 21 มกราคม 2560.

อินศรี สุวรรณ. แม่ครูและผู้ผลิตบ้านพร้าวหนุ่ม. สัมภาษณ์โดย ภัทราวดี ธงงาม. วันที่สัมภาษณ์ 20 มกราคม 2560.