

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

สุธิษา ศรพรหม^{1*} อุดมศักดิ์ สาริบุตร² และ พิชัย สดภิบาล³

THE STUDY AND PRODUCT DESIGN FROM MONG IDENTITY EMBROIDERY

Suthia sonprom^{1*} Udomsak saributr² and Pichai sodpibarn³

^{1*} คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

^{2,3} คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

¹ Faculty of Industrial Education, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

^{2,3} Faculty of Industrial Education, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

*Corresponding author E-mail address : sonprom1983@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาอัตลักษณ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้สนใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามด้านอัตลักษณ์ของผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง นำข้อมูลที่ได้มาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างแบบจำลองผลิตภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ตรวจสอบและประเมินผลการออกแบบ จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาพัฒนาสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ สำหรับใช้ในการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิตจำนวน 32 คน และกลุ่มผู้สนใจ จำนวน 214 คน โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า(1) ด้านอัตลักษณ์ของผ้าปักกลุ่มชาติพันธุ์ม้งพบว่า สิ่งที่สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของผ้าปักกลุ่มชาติพันธุ์ม้งได้แก่ เนื้อผ้าใยกัญชง การเขียนเทียน และลายปัก โดยที่กลุ่มชาติพันธุ์ม้ง ได้ทอใช้กันเองในชุมชนและได้ถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลังต่อไป(2)ด้านการออกแบบ พบว่า ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง รูปแบบที่ 3 ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53(3) ด้านความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้งอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ความพึงพอใจของผู้ที่สนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70

คำสำคัญ: ผ้าปัก, อัตลักษณ์, ออกแบบ

ABSTRACT

This research aims to study the Mong identity embroidery in order to design the products that are made from the Mong identity and to evaluate the satisfactions of interested people toward those products. The questionnaire and interview about the identity of Mong embroidery were used as the instruments in this study. Then, the data were summarized and identified to create the product model for checking and evaluating the design by the five professionals. Those comments were used to develop for creating the product prototypes in order to evaluate satisfaction of 32 producers and 214 interested people. Percentage, mean, and standard deviation were used to analyze the data.

The findings were that:

The identity aspect of the Mong identity embroidery, Cannabis sativa Fiber Cloth, Manual wax-resist dyeing technique and embroidery represent the Mong identity. The Mong weaves the cloth themselves and teaches it to the next generation.

The design aspect, the third design of the product that was made from the Mong identity embroidery was the most suitable in case of using at 4.53 of the mean and at 0.53 of the standard deviation.

The satisfaction aspect, the satisfaction level of the producers and the interested people toward the Mong identity embroidery products was at high level: the mean was at 3.76 and the standard deviation was at 0.74. The satisfaction level of the people that interested in the products was at high level: the mean was at 3.87 and the standard deviation was at 0.70.

Key words: embroidery, identity, design

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดเชียงใหม่ นับเป็นเมืองใหญ่และมีความสำคัญที่สุดในภาคเหนือ มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันงดงามและทรงคุณค่า อีกทั้งยังมีงานศิลปหัตถกรรม เช่น ไม้แกะสลัก เครื่องเงินเครื่องเงิน การทำร่ม การทอผ้า และอาหารพื้นเมือง ประกอบกับลักษณะนิสัยที่โอบอ้อมอารีของคนเชียงใหม่ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้จังหวัดเชียงใหม่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จึงทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีรายได้มาจากการท่องเที่ยว และการจำหน่ายสินค้าและบริการเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่มีความเจริญเติบโต ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดภาคเหนือตอนบน ตั้งแต่ปี 2545-2550 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี: 2550)

ม้ง (Hmong) หรือแต่เดิมเรียกกันว่า แม้ว (Miao) ในประเทศไทยเป็นกลุ่มคนที่เดินทางย้ายถิ่นฐานมาจากประเทศลาว และพม่าเส้นทางที่ม้งเดินทางจากลาวเข้ามาไทยได้แก่ จังหวัดเชียงรายเลย และพิษณุโลก ส่วนม้งจากพม่าเข้ามาทางจังหวัดแม่ฮ่องสอนและเชียงใหม่ ในประเทศไทยปัจจุบันมีม้งตั้งถิ่นฐานกระจายทั่วไปบนที่สูงเชิงเขา และที่ราบต่ำในจังหวัดทางภาคเหนือ บริเวณภูเขาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และบนพื้นที่สูงในจังหวัดทางภาคกลาง อพยพเข้าสู่ประเทศไทยเมื่อประมาณ พ.ศ. 2400 (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานนท์ และคณะ .2550 : 84-85)

การศึกษาหัตถกรรมผ้า "ม้ง" มีการทอผ้าทุกบ้านโดยใช้เครื่องทอแบบที่เอนนึ่งสูงใช้เส้นด้ายจากใยกล้วยง หรือ ใยฝ้าย ลักษณะรูปแบบของหัตถกรรมผ้า การทอจะเป็นการทอพื้นธรรมดาไม่มีการทอลายการย้อมสีย้อมเมื่อทอเป็นผืนผ้าไม่ย้อมเส้นด้าย โดยใช้สีจากดินส้ม และคราม มีการเขียนเทียน การเย็บต่อผ้าการปักปะดับด้วยเงินต่าง ๆ และการปักลวดลายองค์ประกอบที่ทำให้เกิดลวดลาย คือ การปัก การเย็บตัดต่อผ้า และการเขียนเทียน ลวดลายที่พบมากที่สุดคือลวดลายที่เกิดจากการปักไหม โดยลักษณะลวดลายหลักที่พบมาจากลายเรขาคณิต และลายดอกไม้ ส่วนการปักใช้ไหมและลูกเดือยปักให้เกิดลายนิยมปักบนเสื้อ กระโปรง กระเป๋า ฯลฯ ลวดลายที่พบคือลายแมงมุม และลายเรขาคณิต ที่พบเห็นได้ในท้องตลาด จะการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้งเบื้องต้นพบว่า ปัญหาในด้านรูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้งที่ไม่มีความแปลกใหม่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลายและตรงตามความต้องการของท้องตลาด

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นปัญหาสำคัญที่เกิดกับกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง จังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นรูปแบบการศึกษาโดยวิเคราะห์ถึงวิธีการสร้างและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง เพื่อเป็นการส่งเสริมให้กลุ่มชาติพันธุ์ม้ง ได้ใช้เป็นแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ของตนเองต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้สนใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยหลักการต่างๆของการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1.3.1 ศึกษาอัตลักษณ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

เป็นการศึกษาผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จัก หรือจำได้อันได้แก่ อัตลักษณ์ทางกายภาพ เพื่อนำมากำหนดโครงสร้างที่ได้จากวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการเก็บรวบรวมภาพในหลายๆแห่ง จนสามารถนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลจนได้โครงสร้างของสี (สีบลูกลี ซีนชม : 2554)

1.3.2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

ใช้ทฤษฎีการคิดแบบ Lateral Thinking (Lt) โดยอยู่ภายใต้หลักการออกแบบ 4 ประการ (มนตรี ยอดบางเตย : 2538)

1.3.2.1 ประโยชน์ใช้สอย

1.3.2.2 ความงามทางศิลปะ

1.3.2.3 คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ

1.3.2.4 แบบอย่างและวัฒนธรรม

1.3.3 ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง 3 ประการ (สาคร คันธโชติ : 2528)

1.3.3.1 ความสวยงามน่าใช้

1.3.3.2 วัสดุ

1.3.3.3 ราคาพอสมควร

1.4 ขอบเขตของการศึกษาข้อมูล

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1.4.1 หลักการทฤษฎี แนวคิด และวิธีการ

1.4.1.1 หลักการทฤษฎีการดำรงชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง

1.4.1.2 แนวคิดความเชื่อกลุ่มชาติพันธุ์ม้งต่อการปักผ้า

1.4.1.3 วิธีการขั้นตอนการปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

1.4.2 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง

1.4.2.1 ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

1.4.3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

1.4.3.1 กลุ่มชาติพันธุ์ม้ง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

1.4.3.2 ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

1.4.3.3 ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

1.4.3.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ท่าน

1.4.3.5 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 246 คน โดยผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ W.G.

Cochran โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 246 คน

1.4.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.4.4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

1.4.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ

1.5 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1.5.1 ขั้นตอนศึกษาอัตลักษณ์ผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง

ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการศึกษาให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นที่ 2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นที่ 3 ศึกษาารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง ในท้องตลาด

1.5.2 ขั้นตอนออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการออกแบบให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นที่ 2 ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

ขั้นที่ 3 ประเมินการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน

1.5.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นที่ 1 ประเมินความพึงพอใจของผู้ผลิต

ขั้นที่ 2 ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.6.1 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อด้านอัตลักษณ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง ให้ศึกษาวิจัย

1.6.2 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้งรูปแบบใหม่เพื่อออกแบบพัฒนา

1.6.3 ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง ที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ และสามารถนำไปพัฒนาเชิงพาณิชย์ได้

กลุ่มประชากร

กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง ในเขตพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่

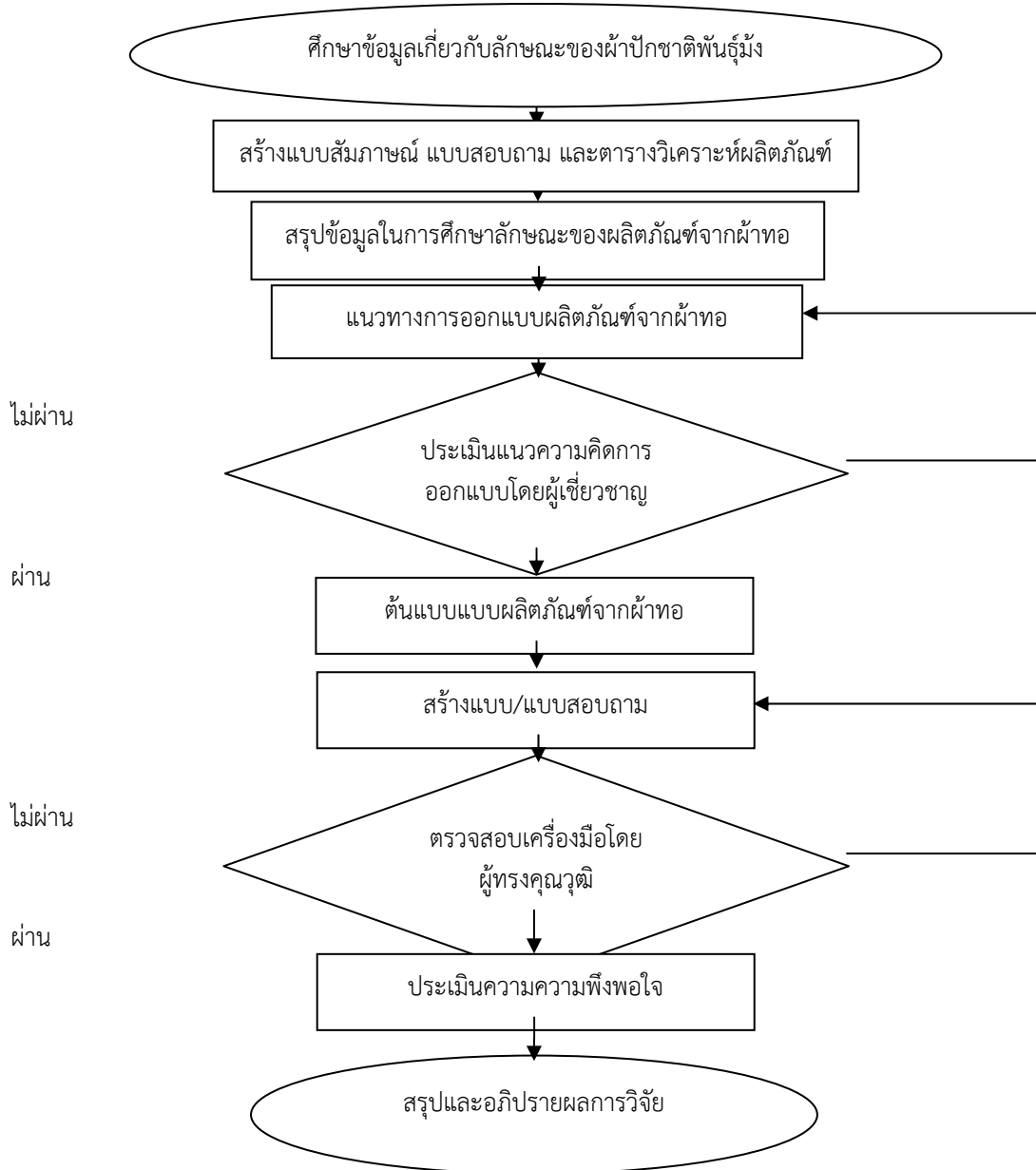
กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง ในเขตพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 246 คน โดยแบ่งเป็น

กลุ่มที่ 1 การคัดเลือกกลุ่มผลิตผ้าปักปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง บริเวณดอยปุย และโครงการหลวงหนองหอย เนื่องจาก 2 กลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมจากโครงการหลวง เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง จำนวนสมาชิกกลุ่มจำนวน 32คน

กลุ่มที่ 2 การคัดเลือกกลุ่มผู้สนใจ โดย การสุ่มแบบเจาะจง โดยเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีร้านค้าจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ซึ่งได้แก่ ดอยปุย ดอยสุเทพ โครงการหลวงหนองหอย จำนวน 214 คน

ขั้นตอนการวิจัยเพื่อศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง



สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง และ เพื่อประเมินความพึงพอใจของสนใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้งสรุปผลได้ดังนี้

1. การศึกษาอัตลักษณ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

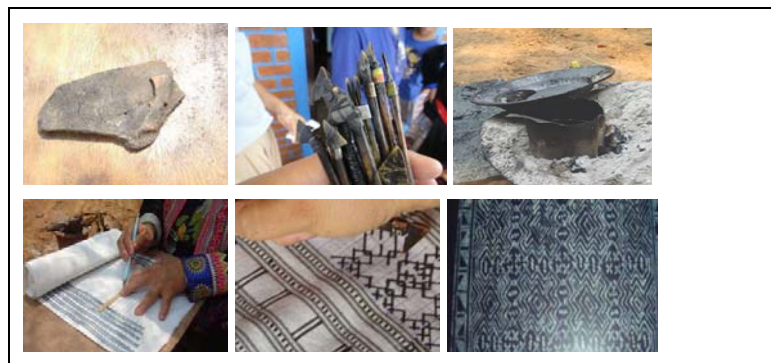
อัตลักษณ์ด้านการปักผ้า ของชาติพันธุ์เป็นการจำกัดความ ตามนามธรรมในกลุ่มชาติพันธุ์ม้งเพศหญิงเท่านั้น คือ “หญิงอาภัพ” เนื่องจากการดำรงชีวิตของหญิงสาวชาติพันธุ์ม้ง ผู้หญิงจะต้องเป็นคนที่ทำงานในทุกๆด้าน ทั้งงานภายในบ้าน การทำไร่ และรวมถึงการดูแลครอบครัว โดยเฉพาะการทอผ้า ปักผ้า ซึ่งเป็นการแสดงออกหน้าตาทางสังคมชาติพันธุ์ม้งในงานเทศกาลปีใหม่อีกด้วย และการปักผ้าเป็นสิ่งที่ยอมรับบูชาสร้างและคิดค้นขึ้น และสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน และนอกจากทอผ้าเพื่อใช้เองในครัวเรือนแล้ว ยังสามารถนำมาเป็นอาชีพเสริม การทอผ้าและปักผ้าเป็นการทอและปักที่ซ้ำมาก เนื่องจาก

อุปกรณ์ที่ใช้มีขนาดเล็ก อัตลักษณ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง สามารถแบ่งได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่
ด้านวัสดุ คือผ้าต้องทำจากใยกล้วยง ที่ใช้ส่วนเปลือกของลำต้นมาลอกออกและปั่นเป็นเส้นเพื่อทอเป็นผืนผ้า



ภาพ 1 แสดงข้อมูลด้านวัสดุที่ใช้ทอผ้าอัตลักษณ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง
ที่มา : นางสาวสุธิษา ศรพรหม, 21 ตุลาคม 2555

ด้านการเขียนลายเทียนขี้ผึ้ง คือมีการเขียนเทียนขี้ผึ้งลงบนพื้นผ้า ตามลวดลายดั้งเดิมแต่โบราณ โดยใช้มือเขียนมิใช่การใช้แม่พิมพ์



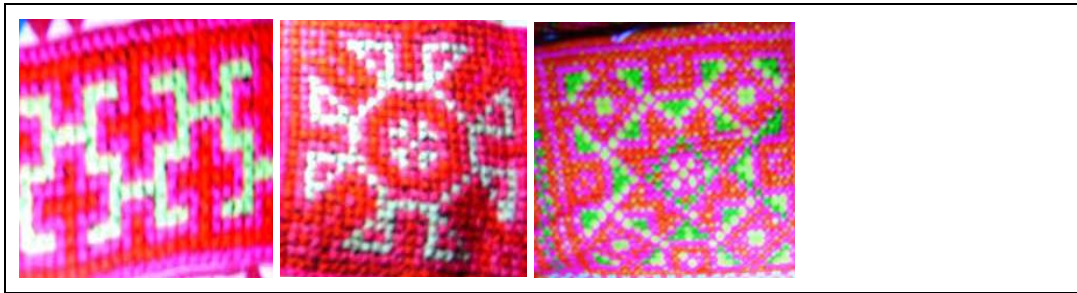
ภาพ 2 แสดงข้อมูลด้านการเขียนลายเทียนขี้ผึ้งที่ใช้ผลิตผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง
ที่มา : นางสาวสุธิษา ศรพรหม, 20 ตุลาคม 2555

ด้านสี คือการทำสีผ้าทอจะให้สีจากครามในการย้อมผ้า สีที่ได้จะออกมาคือสีกรมท่า และสีดำส่วนสีเส้นได้ก็นำมาปักลวดลาย นิยมใช้สี แดง เหลือง ส้ม ฯ



ภาพ 3 แสดงข้อมูลด้านสีเนื้อผ้า และสีด้ายที่ใช้ปักผ้า ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง
ที่มา : นางสาวสุธิษา ศรพรหม, 23 ตุลาคม 2555

ด้านลายปัก คือการปักลวดลายแบบนับช่องแล้วไขว่เส้นด้ายสลับไปมาตามรูปแบบลวดลายที่ต้องการปัก



ภาพ 4 แสดงข้อมูลด้านวิธีปักลาย ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง
ที่มา : เกศินี ศรีรัตน์, 2554

2. ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้งโดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงามทางศิลปะ ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรมสามารถสรุปได้ ดังนี้

ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้งชุมชนหนองหอย ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ตามการวิเคราะห์ตลาด ได้แก่ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆจากนั้นประเมินความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบและการผลิต จำนวน 5 ท่าน

รูปแบบที่ 1 ชุดเบาะรองนั่งและหมอนอิงทรงกลม

กลุ่มผู้ใช้ : บุคคลทั่วไป ใช้สำหรับรองนั่ง รองหลัง และวางแขน ใช้ตกแต่งบ้านอาศัย ผลิตจากผ้าใยถักขึงเขียนลายเขียนแต่งสีด้วยไหมพรม ต่อผ้าพื้นสีขาว และตกแต่งลายปัก ตัดเย็บแบบzipรูดเก็บ



ภาพ 5 รูปแบบการออกแบบที่ 1 ชุดเบาะรองนั่งและหมอนอิงทรงกลม
ที่มา : นางสาวสุธิษา ศรพรหม, 10 ตุลาคม 2556

รูปแบบที่ 2 ชุดเบาะรองนั่งและหมอนอิงทรงดอกไม้

กลุ่มผู้ใช้ : บุคคลทั่วไป ใช้สำหรับรองนั่ง รองหลัง และวางแขน ใช้ตกแต่งบ้านอาศัย ผลิตจากผ้าใยแก้วขนเขียนลายเทียนแต่งสีด้วยไหมพรม ต่อผ้าพื้นสีดำ และตกแต่งลายปัก ตัดเย็บแบบซิปรูดเก็บ



ภาพ 6 รูปแบบการออกแบบที่ 2 ชุดเบาะรองนั่งและหมอนอิงทรงดอกไม้
ที่มา : นางสาวสุธิชา ศรพรหม, 10 ตุลาคม 2556

รูปแบบที่ 3 ชุดเบาะรองนั่งและหมอนอิงทรงเหลี่ยม

กลุ่มผู้ใช้ : บุคคลทั่วไป ใช้สำหรับรองนั่ง รองหลัง และวางแขน ใช้ตกแต่งบ้านอาศัย ผลิตจากผ้าใยแก้วขนเขียนลายเทียนแต่งสีด้วยไหมพรม ต่อผ้าพื้นสีกรม ตกแต่งลายปัก และแต่งมุมด้วยภูจากใยฝ้าย ตัดเย็บแบบซิปรูดเก็บ



ภาพ 7 รูปแบบการออกแบบที่ 3 ชุดเบาะรองนั่งและหมอนอิงทรงเหลี่ยม
ที่มา : นางสาวสุธิชา ศรพรหม, 10 ตุลาคม 2556

ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงามทางศิลปะ ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรมสามารถสรุปได้ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลของการประเมินผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง จำนวน 3 รูปแบบ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณารูปแบบที่มีความเหมาะสม และข้อเสนอแนะเพื่อนำมาพัฒนาสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์

รายการประเมินโดย ผู้เชี่ยวชาญ	รูปแบบที่ 1 (n=5)		ระดับ ความ เหมาะสม	รูปแบบที่ 2 (n=5)		ระดับ ความ เหมาะสม	รูปแบบที่ 3 (n=5)		ระดับ ความ เหมาะสม
	\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.	
1 ประโยชน์ใช้สอย									
1.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา	3.80	0.84	มาก	3.60	0.55	มาก	4.60	0.55	มากที่สุด
1.2 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า	4.20	1.10	มาก	3.80	0.45	มาก	4.60	0.55	มากที่สุด
1.3 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับรูปร่างผลิตภัณฑ์	3.80	0.45	มาก	3.40	0.55	มาก	4.20	0.45	มากที่สุด
รวม	3.93	0.79	มาก	3.60	0.51	มาก	4.47	0.51	มาก
2 ความงามทางศิลปะ									
2.1 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านโครงสร้าง	3.80	0.45	มาก	3.40	0.55	มาก	4.80	0.45	มากที่สุด
2.2 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง	4.00	0.71	มาก	4.00	0.71	มาก	4.60	0.55	มากที่สุด
2.3 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี	3.80	0.45	มาก	3.80	0.45	มาก	4.60	0.55	มาก
2.4 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า	4.40	0.55	มาก	3.40	0.55	ปานกลาง	4.40	0.55	มาก
รวม	4.00	0.54	มาก	3.65	0.56	มาก	4.60	0.52	มากที่สุด

ตาราง 1 (ต่อ)

รายการประเมินโดย ผู้เชี่ยวชาญ	รูปแบบที่ 1 (n=5)		ร ะ ตั บ ความ เหมาะสม	รูปแบบที่ 2 (n=5)		ร ะ ตั บ ความ เหมาะสม	รูปแบบที่ 3 (n=5)		ร ะ ตั บ ความ เหมาะสม
	\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.	
3 คุณสมบัติทางวัสดุ และเศรษฐกิจ									
3.1 มีคุณค่าในตัวเอง	4.20	0.45	มาก	3.80	0.45	มาก	4.60	0.55	มากที่สุด
3.2 เหมาะสมกับการ ผลิต	3.60	0.55	มาก	4.00	0.71	มาก	4.60	0.55	มากที่สุด
รวม	3.90	0.50	มาก	3.90	0.58	มาก	4.60	0.55	มากที่สุด
4 แบบอย่างและวัฒนธรรม									
4.1 แสดงความเป็น อัตลักษณ์ชาติพันธุ์	3.60	0.55	มาก	3.60	0.55	มาก	4.40	0.55	มาก
4.2 ออกแบบได้อย่าง เหมาะสมกับภาพการณ์	4.20	0.45	มาก	4.40	0.55	มาก	4.40	0.55	มาก
รวม	3.90	0.50	มาก	4.00	0.55	มาก	4.40	0.55	มาก
รวม 3 ด้าน	3.95	0.59	มาก	3.75	0.55	มาก	4.53	0.53	มากที่สุด

ด้านประโยชน์ใช้สอย ประเภทที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 มีความเหมาะสมมาก ด้านความงามทางศิลปะ ประเภทที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 มีความเหมาะสมมากที่สุด ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ ประเภทที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.60 ค่า ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 มีความเหมาะสมมากที่สุด และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.40 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ดังตารางที่ 1



ภาพ 8 ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ชุดเบาะรองนั่งและหมอนอิง
ที่มา : นางสาวสุธิษา ศรพรหม, 16 ตุลาคม 2556

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง
สรุปได้ ดังนี้

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลของการประเมินความพึงพอใจของผู้ที่สนใจ ต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

ที่	รายชื่อ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
		n = 32			n = 214		
1. ความสวยงามน่าใช้							
1.1	ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านโครงสร้าง	3.97	0.63	มาก	4.10	0.74	มาก
1.2	ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง	3.72	0.70	มาก	3.90	0.72	มาก
1.3	ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี	4.03	0.50	มาก	4.06	0.63	มาก
1.4	ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า	3.86	0.74	มาก	3.92	0.71	มาก
รวมด้านความสวยงามน่าใช้		3.90	0.64	มาก	4.00	0.71	มาก
2. วัสดุ							
2.1	ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีคุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต	3.90	0.72	มาก	3.90	0.68	มาก
2.2	ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุในท้องถิ่นได้อย่างคุ้มค่า	3.72	0.92	มาก	3.89	0.76	มาก
2.3	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง	3.66	0.86	มาก	3.81	0.75	มาก
รวมด้านวัสดุ		3.76	0.83	มาก	3.87	0.73	มาก
3. ราคาพอสมควร							
3.1	ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา	3.62	0.78	มาก	3.74	0.68	มาก
3.2	ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้คุ้มค่า	3.76	0.91	มาก	3.80	0.75	มาก
3.3	ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมรูปร่างผลิตภัณฑ์	3.48	0.51	ปานกลาง	3.67	0.60	มาก
รวมด้านราคาพอสมควร		3.62	0.73	มาก	3.74	0.60	มาก
รวมทั้ง 3 ด้าน		3.76	0.74	มาก	3.87	0.70	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลของการประเมินความพึงพอใจของผู้ที่สนใจ ต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผลิตผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง จำนวน 32 คน มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.76$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสวยงามน่าใช้ ด้านวัสดุ และด้านราคาพอสมควร สามารถอธิบายโดยแบ่งเป็นรายด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านความสวยงามน่าใช้มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.90$) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.03$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านโครงสร้าง ($\bar{x}=3.97$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.76$) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีคุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต ($\bar{x}=3.90$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุในท้องถิ่นได้อย่างคุ้มค่า ($\bar{x}=3.76$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83

ด้านราคาพอสมควร มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.62$) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=3.76$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา ($\bar{x}=3.62$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้สนใจ จำนวน 214 คน มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสวยงามน่าใช้ ด้านวัสดุ และด้านราคาพอสมควร สามารถอธิบายโดยแบ่งเป็นรายด้านดังต่อไปนี้

ด้านความสวยงามน่าใช้ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.90$) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความงามทางด้านโครงสร้างมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.10$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 รองลงมาคือ ความงามทางด้านสี ($\bar{x}=4.06$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีคุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต ($\bar{x}=3.90$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุในท้องถิ่นได้อย่างคุ้มค่า ($\bar{x}=3.89$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76

ด้านราคาพอสมควร มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.74$) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=3.80$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา ($\bar{x}=3.74$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60

อภิปรายผล

การศึกษาอัตลักษณ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง อัตลักษณ์ด้านการปักผ้า ของชาติพันธุ์เป็นการจำกัดความ ตามนามธรรมในกลุ่มชาติพันธุ์ม้งเขตห้วยเก่านั้น คือ “หญิงอาภัพ” เนื่องจากการดำรงชีวิตของหญิงสาวชาติพันธุ์ม้ง ผู้หญิงจะต้องเป็นคนที่ทำงานในทุกๆด้าน ทั้งงานภายในบ้าน การทำไร่ และรวมไปถึงการดูแลครอบครัว โดยเฉพาะการทอผ้า ปักผ้า ซึ่งเป็นการแสดงออกหน้าตาทางสังคมของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งในงานเทศกาลสำคัญ เช่นงานปีใหม่ม้ง อีกด้วย และการปักผ้าเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษสร้างและคิดค้นขึ้น และสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน และนอกจากทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือนแล้ว ยังสามารถนำมาเป็นอาชีพเสริม การทอผ้าและปักผ้าเป็นการทอและปักที่ซ้ำมาก เนื่องจากอุปกรณ์ที่ใช้มีขนาดเล็กและขั้นตอนในการทำคือผ้าต้องทำจากใยกล้วยง ที่ใช้ส่วนเปลือกของลำต้นมาลอกออกและปั่นเป็นเส้นเพื่อทอเป็นผืนผ้า การเขียนลายเขียนขึ้นผึ้ง คือมีการเขียนเขียนขึ้นผึ้งลงบนพื้นผ้า ตามลวดลายดั้งเดิมแต่โบราณ สืบได้จากครามในการย้อมผ้า สีที่ได้จะออกมาคือสีกรมท่า และสีดำส่วนสีเส้นได้นำมาปักลวดลาย นิยมใช้สีแดง เหลือง ส้ม ขาวลวดลายปัก มาจากการสังเกตสิ่งรอบตัว แล้วนำมาประยุกต์ให้เกิดเป็นลวดลายอัตลักษณ์ผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง โดยการปักลวดลายแบบนับช่องแล้วไขว่เส้นด้ายสลับไปมาตามรูปแบบลวดลายที่ต้องการปัก

การประเมินความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงามทางศิลปะ ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม สามารถอภิปรายผลได้ว่า ผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง รูปแบบ ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมิน 4 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงามทางศิลปะ มีความเหมาะสมมากที่สุดเนื่องจาก ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา และสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดีความงามทางด้านโครงสร้าง และทางด้านรูปทรง มีคุณค่าในตัวเอง และเหมาะสมกับการผลิต และแสดงถึงความ เป็นอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง ซึ่งสอดคล้องกับ มนต์รี ยอดบางเตย (2538) และวิรุณ ตั้งเจริญ(2527) ในการประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์ใช้สอย ต้องพิจารณาจาก ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคาและการใช้งาน ความประณีต

ในการผลิตและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านความสวยงาม พิจารณาจาก ความสวยงามทางด้านรูปทรง โครงสร้าง ด้านลวดลายผ้า และการเลือกใช้สี มีอัตลักษณ์น่าสนใจมีคุณค่าและมีความเหมาะสมตามลักษณะประเภทของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ แก่นจันทร์ มะลิขอ(2546) ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พิจารณาจาก การมีคุณค่าในตัวเอง และเหมาะสมกับการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับ วิรุณ ตั้งเจริญ (2527) ที่กล่าวไว้ว่า ออกแบบแล้ว สามารถผลิตได้สะดวกรวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พิจารณาจากแสดงความเป็นอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง และออกแบบได้อย่างเหมาะสมกับสภาพการณ์ นอกจากการออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์ใช้สอยแล้ว การออกแบบให้มีความเป็น อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง ซึ่งสอดคล้องกับประไพ ทองเชิญ (2549)

การประเมินความพึงพอใจของสนใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง

แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความสวยงามน่าใช้ มีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ สาทร คันธโชติ (2528) ที่กล่าวไว้ว่า การออกแบบ ต้องออกแบบให้ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างขนาด สี สัน สวยงามน่าใช้ ชวนซื้อ ด้านวัสดุ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ประไพ ทองเชิญ (2549) ที่กล่าวไว้ว่า ใช้เส้นใยธรรมชาติ ใช้สีธรรมชาติ ทอด้วยกี่พื้นบ้าน และใช้เครื่องมือที่พัฒนาเป็นเครื่องทุ่นแรงแบบพื้นบ้าน ทำด้วยมือทุกขั้นตอน ผืนผ้ามีเรื่องราว บอกลักษณะเฉพาะถิ่น มีความเป็นกลุ่มเป็นผู้ผลิต กระบวนการผลิตมีความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้ผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม ด้านราคาพอสมควร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ สาทร คันธโชติ (2528) หากเรารู้จักเลือกใช้วัสดุที่ดีแล้ว จะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาพอสมควรตามความต้องการของท้องตลาด

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

สามารถใช้งานได้หลากหลายสถานที่ เช่น การนำไปใช้ร่วมกับเฟอร์นิเจอร์อื่นที่มีอยู่แล้วภายในบ้านพักอาศัย อาทิเช่น การนำเบาะรองนั่งไปวางบนเก้าอี้ไม้ที่มีอยู่แล้วภายในบ้าน หรืออาจจะนำไปเป็นเบาะรองนั่งวางกับพื้นก็ได้ความต้องการของผู้ใช้งานสามารถปรับเปลี่ยนลวดลาย ที่นำมาใช้ได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเทรนด์แฟชั่น ต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และเป็นที่ต้องการของตลาดให้มากขึ้นควรศึกษาร่วมมือกันระหว่าง นักออกแบบ คนในชุมชน และภาครัฐ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

เกศินี ศรีรัตน์. (2554). บทบาทของผ้าปักต่อวิถีชีวิตชาวม้งบ้านหนองหอย ต. แม่แรม อ. แม่ริม จ. เชียงใหม่.

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ประไพ ทองเชิญ. (2549). นี่คือ ผ้าทอพื้นเมือง(โครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการ กำหนดมาตรฐานผ้าทอพื้นเมือง เพื่อสิ่งแวดล้อม)

เชียงใหม่ : วนิดาการพิมพ์.

มนตรี ยอดบางเตย. (2538). ออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

วิรุณ ตั้งเจริญ. (2527). หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ : วิเวลอาร์ต.

สาทร คันธโชติ. (2528). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์

สมรภัช ชัยสิงห์กานนท์ และคณะ. (2550). วัฒนธรรม ความตาย กับความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มอญ โข่ง กะเหรี่ยง ม้ง

เย้า. กรุงเทพฯ : สำนักวิจัยสังคมและสุขภาพ.

สืบสกุล ชื่นชม.(2554).การประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นชุดผ้าฝ้ายเพื่อจำหน่าย

สำหรับผู้ประกอบการชุมชน.บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ผลิตภัณฑ์มวลรวม(GPP)ของจังหวัดภาคเหนือตอนบน ตามราคาประจำปี พ.ศ.2545–2550. กรุงเทพฯ : สำนักงาน

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี.

มูลนิธิโครงการหลวง. (2553).ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย.