

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนเมือง พาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี

The Souvenir Product Design of Muang Phan Community Ban Phue

รพีพรรณ ดินโคกสูง, เมธัส นวลมณี, พีรพงษ์ รูปสม,
วัชรระ ดรจำ, อิทธิพร แสงศิลา, พงศกร ควรกล้า, พฤทธิชัย สาลี,
ปริญญา ศรีกาหลง, ตรินติกร เพ็ยอินทร์, กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์
*Raphiphan Dinkhoksung, Methat Nuanmani,
Phiraphong Rupsom, Watchara Doncham, Itthiphon Saengsila,
Phongsakon Khuankla, Phruetthichai Sali, Parinya Sikalong,
Tarintikon Phiain, Kanittha Ruangwanasak
wk.witar@gmail.com*

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Program Product Design, Udon Thani Rajabhat University

บทคัดย่อ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกอัตลักษณ์ชุมชนตำบลเมืองพาน 2) เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน ขอบเขตพื้นที่ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ประกอบไปด้วย 15 หมู่บ้าน จำนวน 7 กลุ่มชุมชน แยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง 6 กลุ่ม และงานจักสาน 1 กลุ่ม สอบถามผู้บริโภค 100 คน ต่อ 1 ผลงาน นักศึกษายุวชนอาสา รวมทั้งสิ้น 900 คน พบว่าอัตลักษณ์ชุมชนเมืองพานที่ชัดเจนที่สุดคือ สถานที่ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทซึ่งสัมพันธ์กับคำขวัญของตำบลเมืองพาน การออกแบบผลิตภัณฑ์สามารถดึงจากรูปร่าง รูปทรงโบราณสถาน ลวดลายผ้าผนังถ้ำ และลายพระพุทธรูปทวารวดี แต่การใช้งานชาวบ้านมีความเชื่อว่าสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทมีความศักดิ์สิทธิ์ โดยเฉพาะหนองอูสา และพระพุทธรูปทวารวดี การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงให้คำเน้นในการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่จำนวน 9 ชุดผลิตภัณฑ์ เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของผู้บริโภคลำดับ 1 คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ ร้อยละ 35.6 ลำดับที่ 2 รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่สวยงาม ร้อยละ 30.2 และลำดับที่ 3 ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 16.8 เมื่อได้รูปแบบที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ทำการผลิตต้นแบบ และนำไปประเมินที่กลุ่มชุมชนด้วยการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ กลุ่มชุมชนได้รับความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของโครงการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.64) ความพึงพอใจต่อภาพรวมการจัดโครงการ ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.86)

คำสำคัญ: ยูวชนอาสา, ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก, อัตลักษณ์ชุมชน

Abstract

The souvenir handicraft product design that convey to the identity of Muang Phan community, Ban Phu Udon Thani Province aims to study and to develop the souvenir handicraft product which is the identity of Muang Pan community and to broadcast the knowledge of the souvenir product design to Muang Phan Community, the scope area of Tambon Muang Phan Aumphur Ban Phue has 15 villages 7 communities split up into 6 groups of the native fabric product and a group of the basketry, to inquire 100 consumers per 1 work of youth volunteer which a total of 900 people had been found obviously the identity of Muang Phan community is Phu Phra Bat Historical Park as the tourism attraction related to Muang Phan district's slogan, The product design could conduce from the shape, the ancient remain outline, cave wall pattern and Pra Put Ta Bat Bua Bok outline, the usability due to the villager has believed about the Pu Pra Bat Historical Park as the tourism attraction has the sacred, especially Ho Nang U-Sa and Pra Put Ta Bat Bua Bok influence to the product design should consider about the usability with appropriately, a new product had been designed as a total of 9 sets, the first reason from the consumer to purchase souvenir product was the product could convey to the tourism attraction as 35.6 percentages, second was the beauty and the new product style as 30.2 percentages and the third was the usability of product as 16.8 percentage, when meet the consumer demand conduce making the prototype and evaluated by the community group through the workshop activity, the satisfaction of the community group had received the knowledge about project content was a high level (mean =4.64), the satisfaction of a total project was the highest level (mean=4.67) and the satisfaction of applying the knowledge for usability was the highest level (mean=4.86).

Keyword: Youth volunteers, Souvenir product, Identity Community

บทนำ

โครงการยุวชนอาสา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีได้ผ่านการคัดสรรจำนวน 3 โครงการ โดยโครงการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : เปิดพื้นที่เชิงวัฒนธรรม น่านวัตวิถีแห่งประชา ตระการตาแสงเสียง ร้อยเรียงอารยธรรม เลิศล้ำภูพระบาท บ้านผือ จังหวัดอุดรธานีเป็น 1 ในโครงการที่ได้รับการอนุมัติ ตามที่จังหวัดอุดรธานีได้พยายามผลักดันให้พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวอนุรักษ์ การบริการ และการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีได้ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลศักยภาพชุมชนในเขตรับผิดชอบ ภายใต้โครงการพลังแผ่นดินพัฒนาถิ่น พัฒนาไทย ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ประจำปีงบประมาณ 2563 นักศึกษาที่ร่วมโครงการและคณะอาจารย์ที่ปรึกษา จึงเล็งเห็นถึงการบูรณาการองค์ความรู้ของศาสตร์ต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เพื่อส่งเสริมและเกื้อหนุนให้เกิดการเปิดพื้นที่เชิงวัฒนธรรม โดยถ่ายทอดผ่านศาสตร์ดนตรี ศิลปะการแสดง เชิดชูผลิตภัณฑ์ชุมชนในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์ และสร้างความเข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์ทางปัญญา เพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน พร้อมทั้งศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวและจัดทำฐานข้อมูลภูมิสารสนเทศการท่องเที่ยว โดยชุมชนได้เรียนรู้ เข้าใจ เข้าถึงและเข้าร่วมการพัฒนาการเปิดพื้นที่ทางวัฒนธรรม ที่ส่งผลการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 อย่างเป็นรูปธรรม

โครงการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: เปิดพื้นที่เชิงวัฒนธรรม น่านวัตวิถีแห่งประชา ตระการตาแสงเสียง ร้อยเรียงอารยธรรม เลิศล้ำภูพระบาท บ้านผือ จังหวัดอุดรธานีเป็นการบูรณาการร่วมกันของนักศึกษา 10 สาขาวิชา ประกอบด้วย สาขานิติศาสตร์ สาขารัฐศาสนศาสตร์ สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาศิลปะการแสดง สาขาวิชาภูมิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา สาขาวิชาทัศนศิลป์ สาขาวิชาดนตรีศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ศูนย์การศึกษาบึงกาฬ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการ คณะวิทยาการจัดการ และสาขาอาหารและบริการ คณะเทคโนโลยี

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกพื้นที่ในประเทศไทย โดยเฉพาะการสื่อถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ชุมชนจะส่งคุณค่าให้แก่ผู้บริโภคหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสวิถีชุมชนเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่พึงระลึกถึงการได้ท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นๆ จึงเกิดแนวทางในการให้นักศึกษามีโอกาสในการเรียนรู้ถึงกระบวนการการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชน สู่แนวทางสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกซึ่งอยู่ภายใต้การรับผิดชอบของสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ โครงการยุวชนอาสา จึงเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ศึกษาวิถีออกแบบ แนวความคิดในการออกแบบวัสดุ กรรมวิธีการผลิตจากชุมชน กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี สร้างอัตลักษณ์รูปแบบของที่ระลึกที่สามารถสื่อถึงชุมชนตำบลเมืองพาน การผลิตที่ยังคงยึดวิถีเดิมและศักยภาพของชุมชนเพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืนตามรอยหัตถกรรมชุมชน สู่แนวทางสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกอัตลักษณ์ชุมชนตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การนำไปสู่ความสำเร็จของการสร้างผลงาน “1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย” โครงการยุวชนอาสา ประจำปีงบประมาณ 2564 พื้นที่เป้าหมายของโครงการคือ ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ในโครงการย่อย : การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี จะเริ่มต้นด้วย การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ คือ เป็นการศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของชุมชนเมืองพาน การศึกษาบริบทชุมชน สถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถมาสร้าง

เป็นฐานแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ และศึกษาทัศนคติความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาได้ เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายต่อไป ดังนั้นจะต้องใช้ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วย

1. ขอบเขตพื้นที่ดำเนินการ ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ประกอบไปด้วย 15 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 1 บ้านจอมศรี, หมู่ 2 บ้านใหม่, หมู่ 3 บ้านโก้ม, หมู่ 4 บ้านหนองกบ, หมู่ 5 บ้านกาลิม, หมู่ 6 บ้านดิว, หมู่ 7 บ้านเมืองพาน, หมู่ 8 บ้านนาแมน, หมู่ 9 บ้านหนองกาลิม, หมู่ 10 บ้านไผ่ล้อม, หมู่ 11 บ้านโคกก่อง, หมู่ 12 บ้านดอนขี้เหล็ก, หมู่ 13 บ้านใหม่, หมู่ 14 บ้านใหม่ และหมู่ 15 บ้านเมืองพาน

2. วิธีดำเนินการ วิธีดำเนินการมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ภาคเอกสาร การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร การศึกษาจากหนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย เอกสารและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต และกำหนดขอบเขตในการวิจัย ติดต่อบริษัทหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมขอหนังสือจากทางมหาวิทยาลัยเพื่อเก็บข้อมูลในพื้นที่วิจัย

เครื่องมือวิจัยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม สัมภาษณ์กลุ่มชุมชนในพื้นที่ตำบลเมืองพาน (สิ่งทอและจักสาน) เพื่อให้ได้ข้อมูลบริบทชุมชน ประวัติความเป็นมาของกลุ่มชุมชน หาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเพื่อเข้าสู่กระบวนการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างสรรค์ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative data Analysis) สร้างภาพร่างงานออกแบบ (Idea Sketch) นำเสนอแบบร่างเพื่อคัดเลือกแบบในการทำแบบร่างสมบูรณ์ (Sketch Design)

เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถามสอบถาม เก็บข้อมูลผู้บริโภค 100 คน ต่อ 1 ผลงานนักศึกษา รวมทั้งสิ้น 900 คน วิเคราะห์ผลความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อแบบร่างสมบูรณ์ นำผลการออกแบบแบบและการวิเคราะห์ นำเสนอกับกลุ่มชุมชน เพื่อสรุปแนวทางการผลิตต้นแบบ สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน และเผยแพร่ผลงานด้วยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแก่กลุ่มชุมชน ประเมินการรับรู้และสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ประเมินผลตอบรับของกลุ่มชุมชนผู้เข้ารับการอบรม และวิเคราะห์ผลการประเมินการรับรู้

ขั้นตอนที่ 3 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

3. แผนผังแสดงการดำเนินงาน



ภาพที่ 1 แผนผังสรุปการดำเนินการของโครงการยุวชนอาสา ประจำปีงบประมาณ 2564

โครงการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: เปิดพื้นที่เชิงวัฒนธรรม นำ นวัตกรรมแห่งประชา ตระการตาแสงเสียง ร้อยเรียงอารยธรรม เลิศล้ำภูพระบาท บ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ซึ่งโครงการการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านผือ อยู่ภายใต้การรับผิดชอบของสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์

สรุปผลการออกแบบ

บ้านตัวเป็นกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม โดยมีคำขวัญว่า “ร้อยลวดลาย ผ้ามัดหมี่หอมมือ กล้วยทอดแสนอร่อย เรียนรู้เกษตรกรรมผสมผสาน เทียวหอนางอุสา กราบพระพุทธรูปบัวบก” ต้นตระกูลของชาวบ้านตัวอพยพมาจากเมืองเชียงขวาง เมื่อครั้งสมัยรัชกาลที่ 1 เนื่องจากมีลำห้วยไหลผ่าน และมี “กุดตัว” ซึ่งมีต้นตัวขึ้นอยู่มาก และได้เรียกเป็นชื่อบ้านตัวมาจนถึงปัจจุบัน

ชาวบ้านตัวในปัจจุบันดำเนินชีวิตด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง มีอาชีพหลัก ทำนา ทำไร่ และอาชีพรอง คือการทำผ้ามัดหมี่ ผลจากการสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แบ่งเป็น 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ได้แก่ กลุ่มสิ่งทอ และกลุ่มจักสาน สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปเพื่อแสดงถึงศักยภาพของทางกลุ่ม ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปข้อมูลพื้นฐานและความต้องการของชุมชนบ้านตัว ตำบลเมืองพาน

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	จุดเด่น-จุดด้อย	ความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่
ประเภทงานผ้าทอพื้นเมือง		
<p>1. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านตัว ประธานกลุ่ม แม่นาง อินทาศรี กลุ่มก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2535 ได้ขึ้นทะเบียน otop มีสมาชิกประมาณ 10 คน เริ่มต้นจากการรวมกลุ่มของสตรีในชุมชนเกิดจากความต้องการที่จะใช้ความสามารถด้านการมัดหมี่ ประกอบกับมีเวลาว่างหลังจากช่วงทำนา ซึ่งมีความรู้ที่ได้รับถ่ายทอดจากพ่อแม่ เพื่อทำเป็นอาชีพเสริม</p> <p>ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ผ้าทอมัดหมี่แบบเมตรตัดชาย 2 เมตร</p>	<p>จุดเด่น จุดเด่นพื้นที่ มีอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท และจุดเด่นกลุ่มชุมชน คือ ผ้าทอมัดหมี่ที่ผลิตเองและจำหน่ายเอง</p> <p>จุดด้อย ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายเพียงอย่างเดียว คือ ผ้าถุงมัดหมี่ทอมือ</p>	<p>กระเป๋าคอ, หมอนรองคอ, กระเป๋าใส่เหรียญ</p>
<p>2. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน ประธานกลุ่ม คือ คุณแม่ จันทร์ทอง สิงหังค์ การก่อตั้งกลุ่มนั้นเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มสตรีในชุมชนที่ว่างจากงานหลักการทำนา มาทอผ้าเพื่อสร้างรายได้เสริมจากการทำนา กลุ่มนั้นไม่ได้อยู่รวมกันแต่ทำงานแบบบ้านตนเอง ได้ก่อตั้งมานานแล้ว เป็นการสืบทอดกันมาเป็นรุ่นๆ</p> <p>ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ผ้าทอมัดหมี่แบบเมตรตัดชาย 2 เมตร</p>	<p>จุดเด่น มีผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลายที่สวยงาม มีการขายผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ตลอด</p> <p>จุดด้อย อุปกรณ์ในการผลิตสินค้าไม่เพียงพอ ยังไม่มีการแปรรูป ช่องทางการขายไม่หลากหลาย ลวดลายไม่เด่นชัด</p>	<p>ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบใหม่ เช่นกระเป๋า พวงกุญแจ ลวดลายผ้ามัดหมี่ลายใหม่</p>

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	จุดเด่น-จุดด้อย	ความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่
<p>3. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ ประธานกลุ่ม คือ บังออน คำบุญ กลุ่มก่อตั้งมาได้มากกว่า 30-40 ปี เป็นการสืบทอดรุ่นต่อรุ่นมาจนมาถึงปัจจุบันสมาชิกของกลุ่มมี 19 คน ขึ้นทะเบียน เป็นกลุ่มชุมชน OTOP</p> <p>ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ราคาต่อเมตร 250 บาท</p>	<p>จุดเด่น มีผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม มีลวดลายที่หลากหลายและมีกำลังในการผลิต</p> <p>จุดด้อย รูปแบบของสินค้าแปรรูป ไม่มีช่องทางการขาย</p>	<p>ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแบบใหม่ เช่น กระเป๋า สมุดโน้ต พวงกุญแจ</p>
<p>4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประธานกลุ่ม คือ วิไลพร สี กลุ่มก่อตั้งมาได้มากกว่า 20-30 ปี เป็นการสืบทอดรุ่นต่อรุ่นมาจนมาถึงปัจจุบันสมาชิกของกลุ่มมี 2-3 คน</p> <p>ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ราคาต่อเมตร 600-700 บาท</p>	<p>จุดเด่น มีผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม และสามารถผลิตเองได้</p> <p>จุดด้อย ไม่มีช่องทางการขายสินค้าออนไลน์</p>	<p>กระเป๋าขนาดเล็ก</p>
<p>5. กลุ่มทอผ้าหนองนาแมน ประธานกลุ่ม คือ นางศรีสมร จันทร์สว่าง กลุ่มหนองนาแมน ก่อตั้งมาได้มากกว่า 30 ปี เป็นการสืบทอดรุ่นต่อรุ่นจนถึงปัจจุบันสมาชิกในกลุ่มมีประมาณ 20 คน ขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มชุมชน OTOP</p> <p>ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ผ้าทอ ผ้าขาวม้า ผ้าห่มเย็บมือ</p>	<p>จุดเด่น มีผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม มีลวดลายที่หลากหลาย</p> <p>จุดด้อย ไม่มีช่องทางการขายสินค้าที่เป็นร้านรวมสินค้า และการขายออนไลน์</p>	<p>กระเป๋าต่างค์ กระเป๋าใส่โทรศัพท์มือถือ กระเป๋าสะพาย (ถุงผ้า)</p>

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	จุดเด่น-จุดด้อย	ความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่
<p>6. กลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ หมู่ 13 ประธานกลุ่ม คือ นาง เวิน บุตรดี ประวัติความเป็นมาของกลุ่มเนื่องจากด้วยกลุ่มทอผ้าของหมู่ 13 เกิดขึ้นจากการรวมตัวของแม่ๆใน ชุมชนเพื่อหารายได้เพิ่มเติมจากเวลาว่าง</p> <p>ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ผ้าฝ้ายทอเป็นผืน</p>	<p>จุดเด่น มีผลิตภัณฑ์ ที่มีความสวยงาม และสีของผ้าที่สด</p> <p>จุดด้อย การผลิตสินค้าล่าช้าไม่ทันกับความต้องการของลูกค้า ไม่มีช่องทางการขายผ่านทางออนไลน์</p>	<p>เสื้อ หมวก กระเป๋า ตะกร้า ผ้า</p>
ประเภทงานจักสาน		
<p>7. กลุ่มจักสานบ้านตี้ว ประธานกลุ่ม นายหนูจันทร์ คำทา ประวัติความเป็นมาเนื่องจากด้วยคุณพ่อหนูจันทร์ท่านได้มีอายุที่มากขึ้นและร่างกายที่เริ่มเสื่อมอายุมาก เลยหันมาทำงานจักสานที่บ้าน ทำเวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และสืบสานวิถีจักสานจากบรรพบุรุษเพื่อให้ ลูกหลานได้เห็นได้เรียนรู้ และเพิ่มรายได้ให้ครอบครัว</p> <p>ผลิตภัณฑ์เดิม ตะกร้ากระติบข้าวหวด และอุปกรณ์จับสัตว์น้ำ</p>	<p>จุดเด่น ผลิตภัณฑ์จักสานได้เองเนื่องจากสืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ ตะกร้าและผลิตภัณฑ์จักสานมีความแข็งแรงทนทาน</p> <p>จุดด้อย ผลิตสินค้าได้น้อย ใช้เวลาในการผลิตมากไม่มีช่องทางการขาย</p>	<p>โคมไฟแจกัน ตะกร้าผ้า พัด และที่รองแก้ว</p>

ผลจากการสัมภาษณ์และสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แบ่งเป็น 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่คาดการณ์ ได้แก่ กลุ่มสิ่งทอ และกลุ่มจักสานนำมาสรุปแนวทางการออกแบบและทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบบร่างหยาบ Idea Sketch เลือกแบบที่เหมาะสมทำแบบร่างสมบูรณ์ Sketch Design และนำแบบร่างสมบูรณ์สอบถามความต้องการผู้บริโภคจำนวน 100 คน สรุปเป็นรายงานได้ดังนี้

1. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านดัว สรุปลักษณะการออกแบบของกลุ่มทอผ้าบ้านดัว ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋า และหมอนรองคอ แรงบันดาลใจจากหอนางอุสา และถ้า พระมาใช้ในการออกแบบ สรุปลักษณะในการออกแบบ ร่าง (Idea Sketch) และสอบถาม ความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 2 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านดัว

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
		\bar{x}	SD.	แปลผล		
	แบบร่างที่ 1					
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก	4.47	0.71	มาก		
	รูปแบบมีความแปลกใหม่ สวยงาม	4.04	0.69	มาก		
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้	4.17	0.76	มาก		
	ความเหมาะสมของวัสดุและ กรรมวิธีการผลิต	4.43	0.64	มาก		
	รวม	4.27	0.70	มาก		
	แบบร่างที่ 2					
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก	4.13	0.61	มาก		
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.82	0.76	มาก		
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้	3.95	0.62	มาก		
	ความเหมาะสมของวัสดุและ กรรมวิธีการผลิต	4.26	0.67	มาก		
	รวม	4.04	0.66	มาก		

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) ข้อเสนอแนะในการออกแบบ ให้คำนึงความแข็งแรงทนทาน และอายุการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ที่ยาวนานขึ้น

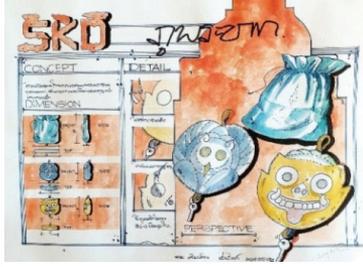
จากแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mockup Model มาตรฐาน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชนปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจแบบกระเป๋าสะพายมากที่สุด



ภาพที่ 2 การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มทอผ้าบ้านตัว และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดย นางสาวรภิพรรณ ดินโคกสูง

2. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋า พวงกุญแจ และซองผ้าใส่แก้ว แรงบันดาลใจจากหอนางอุสา และลายประติมากรรมนูนต่ำที่พระธาตุพนม มาใช้ในการออกแบบ สรุปแนวคิดในการออกแบบ ร่าง (Idea Sketch) สอบถามความต้องการของผู้บริโภค จำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 3 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{x}	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก	4.03	0.74	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่ สวยงาม	3.85	0.84	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้	4.22	0.62	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและ กรรมวิธีการผลิต	3.81	0.72	มาก
	รวม	3.97	0.73	มาก
	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก	3.81	0.72	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.66	0.94	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้	4.11	0.56	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและ กรรมวิธีการผลิต	4.03	0.79	มาก
	รวม	3.90	0.75	มาก

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.97) ข้อเสนอแนะในการออกแบบ ให้พัฒนาการออกแบบให้ทันสมัย ยึดติดกับวัฒนธรรมดั้งเดิม ลองเอามาปรับกราฟิกที่สื่อถึงวัฒนธรรมให้น่ารักและทันสมัยกว่านี้ออกแบบดูไม่เป็นมิตร ไม่ดึงดูดรูปพญานาคดูน่ากลัว จากแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mockup Model มาตรฐาน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชนปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจแบบ

ร่างที่ 2 กระเป๋าใส่แก้วน้ำมากที่สุดจึงทำการพัฒนาแบบให้สัมพันธ์กันกับแบบร่างที่ 1 ประกอบด้วย ถูผ้า กระเป๋าใส่แก้วน้ำ และพวงกุญแจ



ภาพที่ 3 การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดย นายตรินดิกร เพ็ญอินทร์ และนายพฤตศิษย์ สาลี

สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ กระเป๋า พวงกุญแจ และพวงกุญแจแบบกระจกพก แรงบันดาลใจจากหอนางอุสา

ตารางที่ 4 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านนาแมน

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{x}	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.81	0.71	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่สวยงาม	3.59	0.77	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	3.90	0.73	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.95	0.56	มาก
	รวม	3.81	0.69	มาก

	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก	3.63	0.77	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.77	0.73	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้	3.95	0.82	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและ กรรมวิธีการผลิต	3.90	0.59	มาก
	รวม	3.81	0.72	มาก

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 และแบบร่างที่ 2 ผู้บริโภคให้ความสนใจเท่ากันที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ข้อเสนอแนะในการออกแบบ ให้พัฒนาการการออกแบบให้ทันสมัย และดูน่าสนใจขึ้น จึงเลือกผลิตจากแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mock-up Model 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชนปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจกระเป๋าหูรูดมากที่สุด

3. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่ ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าใส่มือถือ ปกสมุดผ้า และพวงกุญแจ แร้งบันดาลใจจากกู่นางอุสา และสอบถามความต้องการของผู้บริโภค 100 คน

ตารางที่ 5 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้ามัดหมี่

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{x}	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.03	0.68	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่สวยงาม	3.64	0.85	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.21	0.81	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.00	0.37	มาก
	รวม	3.97	0.67	มาก
	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.75	0.68	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.67	0.65	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	3.92	0.79	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.10	0.61	มาก
	รวม	3.86	0.68	มาก

จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) จึงนำแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mockup Model มาตรฐาน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจกระเป๋าใส่มือถือมากที่สุด



ภาพที่ 4 การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มทอผ้ามัดหมี่ และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดย นายพงศกร วรรณกล้า

4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋า ปกหมอนอิง และพวงกุญแจ แร้งบันดาลใจภาพเขียนสีที่ โนนสาวเอ้ มาใช้ในการออกแบบ และสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 6 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{x}	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.68	1.21	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่สวยงาม	3.25	1.34	ปานกลาง
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	3.75	1.22	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.81	0.84	มาก
	รวม	3.62	1.15	มาก

	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก	3.75	0.75	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.87	1.08	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้	3.65	1.07	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและ กรรมวิธีการผลิต	3.68	0.94	มาก
	รวม	3.73	0.96	มาก

จากตารางที่ 6 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 2 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) จึงนำแบบร่างที่ 2 ทำการผลิต Mockup Model มาตราส่วน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจรูปแบบของปลอกหมอนอิงมากที่สุด



ภาพที่ 5 การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
ออกแบบโดย นายปริญญา ศรีกาหลง

5. กลุ่มทอผ้าหนองนาแมน สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มทอผ้าหนองนาแมน เป็นการนำผ้ามัดหมี่ และผ้าขาวม้ามาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าใส่เหรียญ กระเป๋าสะพายแบบพับได้ และกระเป๋ายาวใส่ธนบัตร แรงบันดาลใจจากหนองนาแมน มาใช้ในการออกแบบ และสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 7 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้าหนองนาแมน

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{x}	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.00	0.67	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่สวยงาม	3.80	0.88	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.10	0.77	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.91	0.76	มาก
	รวม	3.95	0.77	มาก
	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.91	0.60	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.60	0.83	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.02	0.60	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	3.82	0.73	มาก
	รวม	3.83	0.69	มาก

จากตารางที่ 7 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) จึงนำแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mockup Model มาตรฐาน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจรูปแบบของกระเป๋าใส่ธนบัตรมากที่สุด

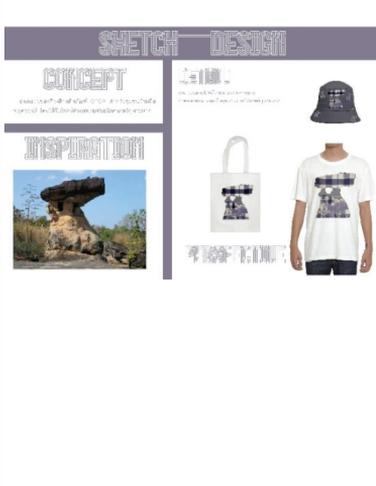


ภาพที่ 6 การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มทอผ้าหนองนาแมน และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดย นายวัชร ตรีจำ

6. กลุ่มทอผ้าบ้านใหม่หมู่ 13 สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ หมู่ 13 ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ลายบนเสื่อยัด กระเป๋า และหมวก แร่งบันดาลใจจาก ลายเขียนสีที่ถ้ำคน และหอนางอุสา มาใช้ในการออกแบบ และสอบถามความต้องการ ของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 8 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มทอผ้าหนองนาแมน

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{x}	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	4.04	0.63	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่ สวยงาม	3.68	0.87	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้	4.09	0.79	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและ กรรมวิธีการผลิต	3.68	0.69	มาก
	รวม	3.87	0.74	มาก

	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก	3.86	0.81	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.59	0.88	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้	4.04	0.63	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและ กรรมวิธีการผลิต	3.86	0.75	มาก
	รวม	3.83	0.76	มาก

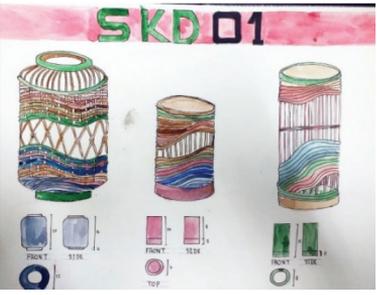
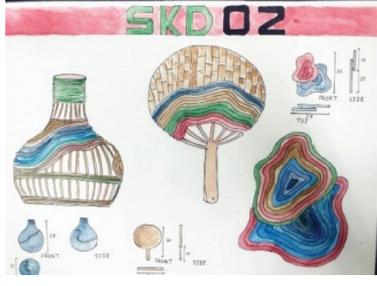
จากตารางที่ 8 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) จึงนำแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mockup Model มาตรฐานส่วน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจรูปแบบของเสื้อยืดมากที่สุด



ภาพที่ 7 การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มทอผ้าบ้านใหม่ห่ม 13 และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ออกแบบโดยนายเมธัส นวลมณี

7. กลุ่มจักสานบ้านดิว สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มจักสานบ้านดิว เป็นการนำงานจักสานไม้ไผ่ มาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน เช่น โคมไฟ แจกันดอกไม้แห้ง Wall art และพัด แร่งบันดาลใจจากพื้นหินที่เกิดจากการกัดกร่อนของน้ำทะเลในพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติภูพระบาท มิติของชั้นหิน มาใช้ในการออกแบบ และสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 9 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มจักสานบ้านดิว

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{x}	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.80	0.60	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่ สวยงาม	3.60	0.80	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้	4.20	0.74	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและ กรรมวิธีการผลิต	4.00	0.44	มาก
	รวม	3.90	0.64	มาก
	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก	3.90	0.70	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.70	1.04	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้	3.60	0.91	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและ กรรมวิธีการผลิต	4.00	1.09	มาก
	รวม	3.80	0.93	มาก

จากตารางที่ 9 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) จึงนำแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mockup Model มาตรฐาน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจรูปแบบของโคมไฟมากที่สุดทั้งโคมไฟแบบร่างที่ 1 และแบบร่างที่ 2

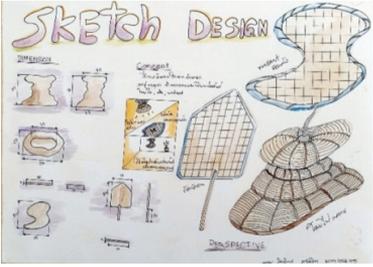


ภาพที่ 8 การปฏิบัติงานร่วมกับกลุ่มจักสานบ้านดัว และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลิก ออกแบบโดย นายพีรพงษ์ รูปสม และนายอิทธิพร แสงศิลา

สรุปแนวทางการออกแบบกลุ่มจักสานบ้านดัว เป็นการนำงานจักสานไม้ไผ่ มาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน เช่น โคมไฟ พัด ภาต และที่รองแก้ว แรงบันดาลใจจากกู่นางอุสา มาใช้ในการออกแบบ และสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 10 ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบกลุ่มจักสานบ้านดัว

แบบร่าง Sketch Design	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{x}	SD.	แปลผล
	แบบร่างที่ 1			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของทีระลิก	3.80	0.60	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่สวยงาม	3.60	0.80	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้	4.20	0.74	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	4.00	0.44	มาก
	รวม	3.90	0.64	มาก

	แบบร่างที่ 2			
	ความมีคุณค่า และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก	3.90	0.70	มาก
	รูปแบบมีความแปลกใหม่	3.70	1.04	มาก
	การสื่อความหมายถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้	3.60	0.91	มาก
	ความเหมาะสมของวัสดุและ กรรมวิธีการผลิต	4.00	1.09	มาก
	รวม	3.80	0.93	มาก

จากตารางที่ 10 สรุปได้ว่าแบบร่างที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) จึงนำแบบร่างที่ 1 ทำการผลิต Mockup Model มาตรฐาน 1 : 1 และนำไปสอบถามกลุ่มชุมชน ปรากฏว่ากลุ่มให้ความสนใจรูปแบบของโคมไฟมากที่สุด

จากการเก็บข้อมูลผู้บริโภค 900 คน สามารถสรุปพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดังนี้ ผู้บริโภคนิยมซื้อเป็นของฝาก ของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่รู้จัก ร้อยละ 67.50 และซื้อเพื่อใช้เอง ร้อยละ 32.20 ราคาสินค้าของที่ระลึกที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ ราคาประมาณ 100-300 บาท ร้อยละ 68.60 ราคาประมาณ 301-500 บาท ร้อยละ 27.40 และราคามากกว่า 500 บาทขึ้นไป ร้อยละ 4.00

เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก



ภาพที่ 9 สรุปเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของผู้บริโภค

จากแผนภูมิสรุปได้ว่าเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของผู้บริโภค ลำดับที่ 1 คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยววันนั้นได้ ร้อยละ 35.6 ลำดับที่ 2 รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่สวยงาม ร้อยละ 30.2 ลำดับที่ 3 ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 16.8 ลำดับที่ 4 ราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ร้อยละ 11.6 และลำดับสุดท้าย คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 5.8

4.2 การเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ ลานเอนกประสงค์ องค์การบริหารส่วนตำบลเมืองพาน จังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีชุมชนเข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 38 คน ผู้ที่สนใจ และนักศึกษาที่สนใจ 47 คน รวมเป็น 85 คน กิจกรรมเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชุมชนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านผือโดยกลุ่มนักศึกษายุวชนอาสาสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จำนวน 9 คน



ภาพที่ 10 การอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตำบลเมืองพาน

ตารางที่ 11 ประเมินผลการเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	SD.	แปลผล
ด้านวิทยากร			
1) การถ่ายทอดความรู้และการอธิบายเนื้อหาของวิทยากรมีความชัดเจน	4.66	0.64	มากที่สุด
2) วิทยากรให้ความรู้ ได้เข้าใจและน่าสนใจ	4.50	0.67	มากที่สุด

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	SD.	แปลผล
3) ใช้เวลาตามที่กำหนดไว้	4.66	0.47	มากที่สุด
4) การยกตัวอย่างประกอบการบรรยาย และลำดับการสาธิต	4.70	0.45	มากที่สุด
5) การตอบข้อซักถามในการฝึกอบรม	4.63	0.48	มาก
รวม	4.63	0.54	มากที่สุด
ด้านความรู้ความเข้าใจ			
11) หลังจากได้รับการอบรมท่านมีความรู้เพิ่มมากขึ้นเพียงใด	4.56	0.55	มากที่สุด
12) ประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการอบรม	4.73	0.44	มากที่สุด
รวม	4.64	0.49	มาก
ด้านการนำความรู้ไปใช้			
13) สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้	4.90	0.30	มากที่สุด
14) สามารถนำความรู้ไปเผยแพร่ / ถ่ายทอดได้	4.83	0.37	มากที่สุด
รวม	4.86	0.33	มากที่สุด

จากตารางที่ 11 สรุปได้ว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 85 คน ผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมด ได้รับความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของโครงการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.64) ความพึงพอใจต่อภาพรวมการจัดโครงการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.86) ชุมชนสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปผลิตเป็นสินค้าของที่ระลึกเพื่อเป็นรายได้เสริมจากงานเกษตร และได้แนวทางในการพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในรูปแบบใหม่ๆ ต่อไป



ภาพที่ 11 ผลงานจากการอบรม ปฏิบัติการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านผือ

อภิปรายและสรุปผล

การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยผู้วิจัยลำดับตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษา และออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกอัตลักษณ์ชุมชนตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี พบว่าอัตลักษณ์ชุมชนเมืองพานที่ชัดเจนที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทซึ่งสัมพันธ์กับคำขวัญของตำบลเมืองพานที่ว่า “ร้อยลวดลายผ้ามัดหมี่หอมมือ กล้วยทอดแสนอร่อย เรียนรู้เกษตรกรรมผสมผสาน เทียวหอนางอุสา กราบพระพุทธรบาทบัวบก” การออกแบบผลิตภัณฑ์สามารถดึงจากรูปร่าง รูปทรงโบราณสถาน ลวดลายผ้าผืนง้ำ และลายพระพุทธรบาทบัวบก แต่การใช้งานชาวบ้านมีความเชื่อว่าสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทมีความศักดิ์สิทธิ์ โดยเฉพาะหอนางอุสา และพระพุทธรบาทบัวบก การนำมาใช้ห้ามออกแบบเป็นผ้าถุงเพราะใช้งานต่ำกว่าเอวซึ่งถือว่าเป็นของต่ำ การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงให้คำนึงในการใช้งานเป็นหลักสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของอ้อยใจ เลิศล้ำ, (2553: 77-82) การศึกษาค้นคว้า เพื่อให้นักออกแบบเข้าใจอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านการศึกษามาอย่างละเอียดในรูปแบบของลวดลายทั้งผลกระทบต่อสังคม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ แรงบันดาลใจ ความเชื่อ แนวโน้ม และศิลปะ ในการสร้างสรรค์งานเพื่อแสดงแนวคิดที่เน้นเรื่องความแปลกใหม่และความสวยงามของผลิตภัณฑ์ และการสร้างสรรค์งานเพื่อประโยชน์ใช้สอย มุ่งหมายการคิดดัดแปลงและสร้างผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน สรุปผลได้ว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ออกแบบใหม่จำนวน 9 ชุดผลิตภัณฑ์ เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของผู้บริโภค ลำดับ 1 คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยววันนั้นได้ ร้อยละ 35.6 ลำดับที่ 2 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่สวยงาม ร้อยละ 30.2 และลำดับที่ 3 ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 16.8 สัมพันธ์กับวัฒนธรรม จุฬะวิภาต (2552: 58-85) ได้กล่าวถึง ศิลปกรรมพื้นบ้านไทย ว่าเป็นศิลปะที่มีรูปแบบและเอกลักษณ์ของตนเอง เป็นการสร้างสรรค์ผลงานที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะอย่าง และมีมือที่ชำนาญ และสอดคล้องกับบทความของ วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2539: 17) กล่าวถึง วัฒนธรรมหัตถกรรม (Handcraft culture) เป็นวัฒนธรรมที่เคียงคู่กับอารยธรรมของมนุษย์มาแต่อดีตจนปัจจุบัน เพราะงานหัตถกรรมมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการดำเนินชีวิต ช่วยให้เกิดความสะดวกสบายและช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ซึ่งวัตถุประสงค์ในการสร้างหัตถกรรมเน้นการใช้สอยเป็นหลัก ปัจจุบันงานหัตถกรรมยังเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการค้าสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนยิ่งขึ้น เมื่อได้รูปแบบที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ทำการผลิตต้นแบบ และนำไปประเมินที่กลุ่มชุมชนด้วย การเผยแพร่องค์ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้แก่กลุ่มชุมชนเมืองพาน จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ ลานเอนกประสงค์ องค์การบริหารส่วนตำบลเมืองพาน จังหวัดอุดรธานี กิจกรรมเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชุมชนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านผือ ผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมด ได้รับความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของโครงการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.64) ความพึงพอใจต่อภาพรวมการจัดโครงการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.86)

เอกสารอ้างอิง

กรมศิลปากร. (2561). **อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท**. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2563. จาก <http://virtualhistoricalpark.finearts.go.th/phuphrabat/index.php/th/>.

มิวเซียมไทยแลนด์. (2562). อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2563. จาก<https://www.museumthailand.com/th/museum/Phu-Phrabat-Historical-Park>.

วัฒน์ จุฑะวิภาต. (2552). ศิลปะพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. (2539). ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: บริษัทคอมแพคท์พรีน จำกัด.

อ้อยใจ เลิศล้ำ. (2553). การพัฒนาการออกแบบ : พื้นฐานการออกแบบสิ่งทอและแฟชั่น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
