

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าฝ้ายแกมแพร กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง

received 19 FEB 2021 revised 23 JAN 2023 accepted 14 MAR 2023

นิตดาวดี บุญญะเดโช

อาจารย์ ดร. สาขาวิชาแฟชั่น สิ่งทอ และเครื่องตกแต่ง
วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

กรกมล คำสุข

อาจารย์ ดร. สาขาวิชาแฟชั่น สิ่งทอ และเครื่องตกแต่ง
วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รวิเทพ มุสิกะปาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาแฟชั่น สิ่งทอ และเครื่องตกแต่ง
วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานกลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง 2. ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าฝ้ายแกมแพร กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง ที่มีรูปแบบร่วมสมัยเหมาะสมกับความต้องการผู้บริโภคปัจจุบัน โดยคัดเลือกแบบร่างจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและสิ่งทอ จำนวน 4 คน และกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กระเป๋าชาวไทย จำนวน 103 กลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษา พบว่า 1. ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็งเกิดจากความร่วมมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสระแก้ว 3 กลุ่ม คือ กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง กลุ่มทอผ้าพื้นบ้านไททรงาม และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักผ้าฝ้ายบ้านเนินเหล่า โดยการน้อมนำศาสตร์พระราชาที่ทรงตระหนักถึงศักยภาพของ “หญ้าแพรก” ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าเครื่องหนังภายใต้แบรนด์ BURAWA ผสมผสานวัสดุหนังวัวเข้ากับผ้าฝ้ายในชุมชน เช่น ผ้าขาวม้าที่ทอตนเองในจังหวัด และการใช้หญ้าแพรกทอผสมฝ้ายในพื้นที่ “ลายเกล็ดเต่า” เป็นลวดลายพื้นบ้านโบราณที่ได้รับความนิยม เนื่องจากมีความสวยงาม ประณีตและต้องใช้ทักษะความชำนาญของช่างทอเป็นพิเศษ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของกลุ่ม คือ กระเป๋าสะพาย กระเป๋าตังค์ และกระเป๋าใส่เหรียญ ที่ทำจากหนังผสมผ้าฝ้ายแกมแพร ราคาตั้งแต่ 80 - 3,500 บาท สินค้าที่ขายดีที่สุด ได้แก่ กระเป๋าสะพายฝ้ายทอแพร สินค้าที่ขายได้น้อยที่สุด ได้แก่ กระเป๋าหนังแท้ทั้งใบ รูปแบบผลิตภัณฑ์มีไม่หลากหลายนักเนื่องจากสมาชิกกลุ่มเป็นผู้สูงอายุที่ไม่ถนัดทำงานยากจึงเน้นรูปแบบที่เรียบง่าย 2. ผลการออกแบบผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกแนวคิดจากคอลเลคชั่นที่ 2 โดยประยุกต์เทคนิคการทอจากลายดอกแก้วด้วยหญ้าแพรกผืนเป็นเกลียวร่วมกับการนำเทคนิคการเสริมต้นนูนสร้างลวดลายเครื่องหนังจากคอลเลคชั่นที่ 3 นำมาพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยคัดเลือกรูปแบบที่มี

ระดับความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุด จำนวน 6 รูปแบบ จากผลการประเมินต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 20 รูปแบบ มาพัฒนาการออกแบบ (ร่าง) ต้นแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุดต่อภาพรวมคอลเลกชันกระเป๋า ผู้บริโภคพึงพอใจต่อรูปแบบที่ 5 กระเป๋าสะพายข้าง มากที่สุด ร้อยละ 35.9 รองลงมา รูปแบบที่ 1 กระเป๋าถือ ร้อยละ 24.2 รูปแบบที่ 3 กระเป๋าใส่เหรียญตักแต่งกระเป๋าหลัก ร้อยละ 11.7 รูปแบบที่ 4 กระเป๋าใส่นามบัตรตกแต่ง ร้อยละ 11.7 รูปแบบที่ 2 กระเป๋าทรงถัง ร้อยละ 10.7 และ รูปแบบที่ 6 กระเป๋าสะพายข้างสองชั้น ร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์กระเป๋า, ผ้าฝ้ายแกมแพร, กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง

Design and Development of Bag Products from Cotton-Vetiver Grass Fiber Blend, Boonpeng Leather Group

Naddawadee Boonyadacho

Ph.D. Lecturer,

Department of Fashion, Textiles and Accessories

College of creative industry, Srinakarinwirot University

Koraklod Kumsook

Ph.D. Lecturer,

Department of Fashion, Textiles and Accessories

College of creative industry, Srinakarinwirot University

Ravitep Musikapan

Assistant professor, Ph.D.

Department of Fashion, Textiles and Accessories

College of creative industry, Srinakarinwirot University

Abstract

The objectives of this study were (1) to study the background and basic information of Boonpeng Leather Group and (2) to design and develop bag products from cotton-vetiver grass fiber blend for Boonpeng Leather Group in a contemporary style to meet the needs of today's consumers. The bag designs were selected by 4 experts in fashion and textile with at least 10 years of experience using purposive sampling technique and by 103 Thai customers who were selected using convenience sampling, a non-probability sampling technique, via online questionnaire.

The results showed that (1) the community enterprise products of Boonpeng Leather Group are the results of the cooperation of 3 community enterprises in Sa Kaeo Province, which are Boonpeng Leather Group, Sai Ngam Weaving Group and Ban Noen Lao Vetiver Grass Fiber Handicraft Product Group by implementing King's Bhumibol Sufficiency Economy Philosophy emphasizing the potential of "vetiver grass". Vetiver grass fibers are used and developed into leather bags under the brand "BURAWA" by combining cow leather and local fabrics such as woven loincloth and cotton-vetiver grass fiber blend produced within the province. The products of this group are developed focusing on using local materials available in Sa Kaeo Province and ancient pattern called "Turtle Scale". This pattern is popular pattern among

consumers due to its beauty, sophistication and special skills of the weavers are also required in the production. The main products of the group are shoulder bags, wallets or coin purses made from leather and cotton-vetiver grass fiber blend priced between 80-3,500 Baht. The best-selling products are shoulder bags made from cotton-vetiver grass fiber blend, while the least-selling products are genuine leather bags. However, there are only a few bag designs since the members are all elderly who are not good at complicated works, this group therefore mainly focuses on the simple designs. (2) In this study, the majority of experts selected the design concept from Collection 2, in which Jok weaving technique was used to create orange jasmine pattern using twined ropes made from vetiver grass fibers in combination with embossed leather pattern from Collection 3 in order to develop into different designs. A total of 20 designs with high to highest level of satisfaction were used and developed into 6 bag designs. According to the online survey, it was found that consumers were satisfied with the collection overview. The majority of consumers were satisfied with the shoulder bag design (Design 5, 35.9%), followed by handbag design (Design 1, 24.2%), coin purse design (Design 3, 11.7%), card holder design (Design 4, 11.7%), bucket bag design (Design 2, 10.7%) and double layer shoulder bag design (Design 6, 5.8%), respectively.

Keywords: Bag products, Cotton vetiver grass blend, Boonpeng leather group

บทนำ

“หญ้าแฝก” พืชใบเลี้ยงเดี่ยวตระกูลหญ้าชนิดหนึ่ง เช่นเดียวกับข้าวโพด ข้าวฟ่าง อ้อย ซึ่งพบกระจายอยู่ทั่วไปหลายพื้นที่ตามธรรมชาติ หญ้าแฝกเป็นหญ้าที่ขึ้นเป็นกอ ห่อเบียดกันแน่น ใบของหญ้าแฝกมีลักษณะแคบยาว ขอบขนานปลายสอบแหลม ด้านท้องใบจะมีสีจางกว่าด้านหลังใบ มีรากเป็นระบบรากฝอยที่สานกันแน่นยาวหยั่งลึกในดิน มีข้อดอกตั้ง ประกอบด้วยดอกขนาดเล็ก ดอกจำนวนครึ่งหนึ่งเป็นหมัน ถือเป็นต้นหญ้าที่ให้คุณอนันต์ทั้งในการบำรุงรักษาฟื้นฟูหน้าดินให้อุดมสมบูรณ์ ดังพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในหลวงรัชกาลที่ 9 ความตอนหนึ่งตรัสไว้ ณ ศาลาเริง วังไกลกังวล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2546 ว่า “ให้ใช้หญ้าแฝกในการพัฒนา ปรับปรุงบำรุงดิน ฟื้นฟูดินให้มีความอุดมสมบูรณ์ และแก้ปัญหาดินเสื่อมโทรมดำเนินการขยายพันธุ์ ทำให้มีกล้าหญ้าแฝกเพียงพอด้วย ที่สำคัญต้องไม่ลืมหน้าที่ของหญ้าแฝก ในการอนุรักษ์ดินและน้ำ และเพื่อการรักษาดิน ให้ทุกหน่วยงานและหน่วยงานราชการที่มีศักยภาพในการขยายพันธุ์ ให้ความร่วมมือกับกรมพัฒนาที่ดิน ในการผลิตกล้าหญ้าแฝก และแจกจ่ายกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เพียงพอ” (Research and Development for Land Management Division 2019, online)

บุญเพ็ง ระบุว่า ประธานกลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว เห็นถึงความสำคัญของหญ้าแฝกตามแนวพระราชดำริของในหลวงรัชกาลที่ 9 จึงคิดและนำเสนอให้กลุ่มทอผ้าพื้นบ้านไททรงาม กลุ่มทอผ้าที่มีความเชี่ยวชาญในการทอผ้าฝ้าย ให้ทอผ้าฝ้ายแกมแฝก เพื่อนำมาแปรรูปเป็นกระเป๋า ของแต่งบ้าน เกิดเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าของสิ่งของเครื่องใช้จากการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมสิ่งทอจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ภายใต้แบรนด์ BURAWA แต่ทว่ายังขาดทักษะการออกแบบและพัฒนารูปแบบที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มียังไม่หลากหลาย (Rawa and Rawa 2019, Interview) จากที่กล่าวมาผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญมรดกจากผืนดินเพื่อนำมาประยุกต์เข้ากับงานแฟชั่นสิ่งทอ เพื่อสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าที่มีความร่วมสมัยตรงตามความต้องการของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน สามารถเข้าถึงและจับต้องได้ง่าย นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง สามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์โดดเด่นด้วยนวัตกรรมสิ่งทอของกลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง เพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ร่วมกับชุมชน อันจะก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ยกกระดับฐานะความเป็นอยู่และเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างความมั่นคง มั่งคั่งให้กับบุคคลในท้องถิ่นพัฒนาเขตเศรษฐกิจในตัวเมืองต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานกลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าฝ้ายแกมแฝก กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง ที่มีรูปแบบร่วมสมัยเหมาะสมกับความต้องการผู้บริโภคปัจจุบัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องหนังบุญเพ็ง ผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคชาวไทย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำกลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง ได้แก่ 1. นายบุญเพ็ง ระบุว่า และ 2. นางสุนิตา ระบุว่า

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น มีประสบการณ์ทางด้านแฟชั่นและสิ่งทอไม่ต่ำกว่า 10 ปี โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 4 คน ประกอบด้วย ที่ปรึกษาโครงการและผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่น 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รวิเทพ มุสิกปาน รองคณบดีฝ่ายกิจการพิเศษและประธานหลักสูตร แฟชั่นสิ่งทอและเครื่องตกแต่ง วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่น 2. ดร.นัทธกร อุมาศิลป์ อาจารย์สาขาวิชาการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย 3. กัญจน์ชญา จันทรงชี อาจารย์ประจำสาขานฤมิตศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอ 4. แพรวา รุจิณรงค์ นักออกแบบสิ่งทอและเจ้าของเต็มเต็มสตูดิโอ

กลุ่มผู้บริโภคชาวไทย จากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ด้วยการแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์จำนวนอย่างน้อย 100 กลุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 (R1: Research ครั้งที่ 1) สัมภาษณ์ข้อมูลพื้นฐาน วิเคราะห์ปัญหา ที่ได้จากการลงพื้นที่จริง ทบทวนวรรณกรรม ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ศึกษาและรวบรวมองค์ความรู้ข้อมูลพื้นฐานบริบททั่วไป ความต้องการ ปัญหาที่มาของกลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง สัมภาษณ์เชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ลักษณะคำถามแบบปลายเปิดเพื่อสัมภาษณ์เจาะลึก จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

2. ศึกษาและรวบรวม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. กำหนดกรอบแนวคิดรูปแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ขั้นตอนที่ 1 (R1)

ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด เพื่อสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไป ข้อมูลพื้นฐานสถานประกอบการ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ส่วนที่ 3 ตลาดเป้าหมายและแผนการตลาด และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขั้นที่ 2 (D1: Development ครั้งที่ 1) ออกแบบและพัฒนาแบบ (ร่าง) กระเป๋าจากผ้าฝ้ายเกมแฟก กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง ตรวจสอบคุณภาพแบบ (ร่าง)

1. สร้างแบบ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คอลเลคชั่น คอลเลคชั่นละ 6 แบบ โดยให้มีแนวคิดและแรงบันดาลใจที่แตกต่างกัน
2. ประเมินผลแบบ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม อภิปรายและวิเคราะห์ข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อนำไปผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง
3. วิเคราะห์ผลการประเมินเพื่อเลือกแบบ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า
4. แก้ไขปรับปรุงแบบ (ร่าง) เพื่อนำพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ขั้นตอนที่ 2 (D1)

แบบสอบถามความคิดเห็นแบบ (ร่าง) ผลิตภัณฑ์ ด้านการออกแบบ การใช้งาน แนวคิดและการสื่อความหมายแบบ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าและแฟชั่น มีประสบการณ์ทางด้านการออกแบบไม่ต่ำกว่า 10 ปี โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 4 คน โดยผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน และมีรูปแบบคำถามดังนี้ ส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อแบบ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์ และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขั้นที่ 3 (R2: Research ครั้งที่ 2) ประเมินผลความพึงพอใจและรับรองคุณภาพแบบ (ร่าง) ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากการนำผลขั้นตอนที่ 2 มาปรับปรุงแก้ไข

1. แบบ (ร่าง) ต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า จำนวน 6 รูปแบบ
2. ตรวจสอบความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อแบบ (ร่าง) ต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องหนังและแฟชั่น
3. ตรวจสอบความพึงพอใจผู้บริโภคจากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ด้วยแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์จำนวนอย่างน้อย 100 กลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ขั้นตอนที่ 3 (R2)

1. แบบสอบถามตรวจสอบความพึงพอใจต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า จากกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย จากการสุ่ม

ตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากการแจกแบบสอบถามผ่านทาง online จำนวน 100 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจ ที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า โดย แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อแบบ (ร่าง) ต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า และส่วนที่ 3 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

ขั้นที่ 4 (D2: Development ครั้งที่ 2) สรุปผลการดำเนินงาน นำเสนอและเผยแพร่

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานกลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง

วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง สถานที่ตั้ง เลขที่ 221 หมู่ที่ 1 ถนน ตำบลโนนหมากเค็ง อำเภอดอนจาน จังหวัดสระแก้ว ก่อตั้งโดย นายบุญเพ็ง ระว่า ประธานกลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง และนางสุนิตา ระว่า ผลการสัมภาษณ์ นายบุญเพ็ง ระว่า และนางสุนิตา ระว่า (Rawa and Rawa 2019, Interview) สามารถสรุปวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง จังหวัดสระแก้ว น้อมนำศาสตร์พระราชาทรงตระหนักถึงศักยภาพของ “หญ้าแฝก” จึงได้ต่อยอดผลิตภัณฑ์โดยการนำหญ้าแฝกมาเป็นแรงบันดาลใจในการทำเป็นกระเป๋าเครื่องหนังภายใต้ Brand BURAWA ผสมผสานวัสดุหนังวัวเข้ากับผ้าทออัตลักษณ์ภายในชุมชน เช่น ผ้าขาวม้าที่ทอกันเองในจังหวัด และการใช้หญ้าแฝกทอผสมฝ้ายจากในพื้นที่ และมุ่งเน้นใช้ของที่สามารหหาได้จากจังหวัดสระแก้วให้ได้มากที่สุด ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นกระเป๋าสะพาย กระเป๋าสตางค์ และกระเป๋าใส่เหรียญที่ทำจากหนังผสมหญ้าแฝก ราคาตั้งแต่ 80 - 3,500 บาท สินค้าที่ขายดีที่สุด ได้แก่ กระเป๋าสะพายฝ้ายทอแฝก สินค้าที่ขายได้น้อยที่สุด ได้แก่ กระเป๋าหนังแท้ทั้งใบ รางวัลมาตรฐานรับรอง ได้แก่ รางวัลสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ รางวัล OTOP 5 ดาว และรางวัลกลุ่มกระเป๋าผ้าและฝ้ายทอแฝก กลุ่มสืบทอดแบบ ปริมาณการผลิตต่อเดือน เพียง 3 - 4 ใบ เนื่องจากเป็นงานที่ใช้ฝีมือแรงงานที่ชำนาญ ปัญหาหรืออุปสรรคในการผลิตหรือการดำเนินงาน ได้แก่ ปัญหาด้านจำนวนแรงงานที่ผลิตมีจำนวนน้อย ทำให้ไม่สามารถรองรับกับความต้องการหรือคำสั่งซื้อในปริมาณมากได้ รวมไปถึงปัญหาด้านการออกแบบรูปแบบและการผลิตสินค้า เนื่องจากสมาชิกกลุ่มเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ถนัดทำงานยาก ๆ จึงเน้นรูปแบบที่เรียบง่ายและไม่ทันสมัยมากนัก ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาหลักของกลุ่มในตอนี้ และต้องการให้หน่วยงานเข้ามาช่วยพัฒนารูปแบบให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น หน่วยงานภาครัฐที่คอยให้การสนับสนุน ได้แก่ กรมการพัฒนาชุมชน หน่วยงานมหาวิทยาลัยที่ให้การสนับสนุน ได้แก่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ลูกค้าในอดีตส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติมากกว่าชาวไทยแต่ในปัจจุบันกลุ่มลูกค้ามีทั้งกลุ่มชาวไทยและชาวต่างชาติเท่า ๆ กัน โดยกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะเป็นชาวยุโรป บรูไน และชาวอาหรับ คู่แข่งที่มีผลิตภัณฑ์ตลาดเป้าหมายเดียวกัน คือ กลุ่มกระเป๋าที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น กระเป๋ากาบกล้วย และกระเป๋าผักตบชวา สัญลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่อยากนำเสนอ ได้แก่ ดอกแก้ว ดอกไม้ประจำจังหวัดสระแก้ว หรือลายอื่น ๆ ที่สามารถสื่อถึงจังหวัด

สระแก้วได้ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านอื่น ๆ ได้แก่ ต้องการให้พัฒนาหญ้าแฝกให้มีความแข็งแรงมากขึ้น หรือนำเทคโนโลยีด้านอื่น ๆ มาปรับปรุงสมบัติต่าง ๆ เช่น การเคลือบให้แข็งแรงหรือสามารถกันน้ำได้ เพิ่มสีสันทะลุกลายอื่น ๆ ด้วยเทคนิคใหม่ ๆ เช่น การเอาแฟกมาสร้างลายมัดหมี่แทนการย้อม หรือนำหญ้าแฝกมารวมกันเป็นแผ่นแล้วพิมพ์ลายให้เกิดลวดลายของหญ้าแฝกให้คล้ายกระเป๋ายาวที่มีลายใบไม้เฉพาะเห็นชัดเจน เป็นต้น รวมไปถึงอยากให้เด็กรุ่นใหม่ที่มีจินตนาการสร้างสรรค์ กลับมาใช้ของไทยที่มาจากช่างฝีมือท้องถิ่นเพื่อช่วยกันสืบสานงานอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

2. ผลการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋ายาวจากผ้าฝ้ายแกมแฟก

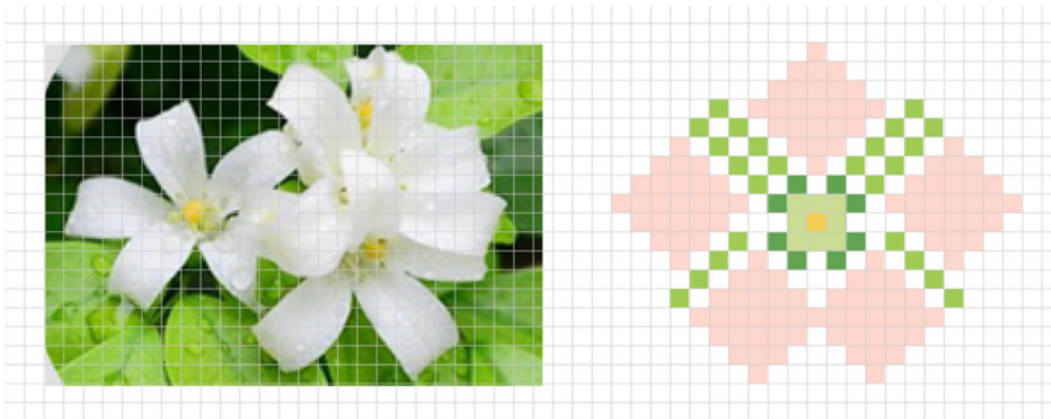
ผู้วิจัยได้นำแนวทางการออกแบบจากแนวโน้มการออกแบบงานหัตถศิลป์ประจำปี ค.ศ. 2020 ของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) จากหนังสือข้อมูลวิจัย SACICT Craft Trend 2020 (The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization) 2019, 32 - 33) มาใช้เป็นตัวกำหนดการออกแบบคอลเลกชันกระเป๋ายาวจากผ้าฝ้ายแกมแฟก กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง จากการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็งต้องการนำเสนอกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ และอยากให้มีรูปแบบสีสันทันที่แตกต่างไปจากรูปแบบเดิม ผู้วิจัยจึงนำร่องการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มผู้บริโภค Anti-boring ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ชีวิตอย่างมีความสุขและสร้างสรรค์สนุกสนาน มีอัตลักษณ์ ชอบเป็นจุดสนใจโดดเด่น กล้าเพื่อฝันทำในสิ่งที่เป็นไปได้ไม่ได้ให้เกิดขึ้นจริง ชอบคิดนอกกรอบและวิ่งหนีความน่าเบื่อ กล้าทดลอง (Experiment) มักมองโลกในแง่ดี (Positive) มีจินตนาการ เพื่อฝัน (Fantasy) การสนใจและใส่ใจในอัตลักษณ์ชนเผ่า (Tribal) โดยเลือกใช้ เทรนด์ Happiness Play ที่มีแนวโน้มการออกแบบที่เต็มไปด้วยอิสระ และนำเสนอเทคนิคและวัสดุใหม่ แสดงออกถึงความสนุกสนาน สดใสมีชีวิตชีวา มองโลกในแง่ดี เปี่ยมไปด้วยจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ การหล่อหลอมวัฒนธรรมที่นำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัยน่าตื่นตาตื่นใจ ใช้สีสันทันที่สะดุดตา ตรงตามกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยสอดแทรกเทคนิคการใช้หญ้าแฝกบนผืนผ้า และออกแบบรูปทรงกระเป๋ายาวจากแนวโน้มกระแสนิยมในปัจจุบัน จำนวน 4 คอลเลกชัน ดังต่อไปนี้

คอลเลกชันที่ 1 ใช้ผ้าฝ้ายแกมแฟกลายเกล็ดเต่าเส้นยืนสีเหลืองคู่กรมท่า ทอฝ้ายเส้นพุ่งด้วยสีน้ำเงินกรมท่า คู่กับแฟกสีเหลือง เสริมเทคนิคทอแทรกหญ้าแฝกที่ถูกดัดแปลงถักเปียและย้อมสีชมพูเข้ม เหลือง น้ำเงิน เข้าไปในตามจุดต่าง ๆ ของบริเวณหนังแท้เพิ่มความโดดเด่นด้วยคู่สีที่ตัดกันทำให้ดูสนุกสนาน โดยในคอลเลกชันนี้มีกระเป๋ายาว 6 รูปแบบ ประกอบไปด้วย กระเป๋ายาวทัก กระเป๋ายาวสะพายไหล่ กระเป๋ายาวสะพายข้าง กระเป๋ายาวคาดอก กระเป๋ายาวคาดเอว และกระเป๋ายาวคาดศีรษะ



ภาพที่ 1 (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลคชั่นที่ 1
(© Naddawadee Boonyadacho 20/05/2020)

คอลเลคชั่นที่ 2 สร้างลวดลายดอกแก้วสัญลักษณ์ประจำจังหวัดสระแก้วบนตารางกราฟ เพื่อทอลวดลายลงบนผืนผ้าด้วยวิธีการจกลายดอกแก้วด้วยหญ้าแฝก สลับหนังแท้ด้วยสีสนสไตให้ดูสนุกสนานมากขึ้น โดยในคอลเลคชั่นนี้มีกระเป๋าประกอบไปด้วย กระเป๋าถือ กระเป๋าคอลเลคชั่น กระเป๋าสะพายข้าง กระเป๋าจิบ กระเป๋าเสริมตกแต่งเข็มขัด



ภาพที่ 2 ลายดอกแก้วสำหรับทอจก
(© Naddawadee Boonyadacho 20/05/2020)



ภาพที่ 3 (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลคชั่นที่ 2
(© Naddawadee Boonyadacho 20/05/2020)

คอลเลคชั่นที่ 3 นำผ้าฝ้ายแกมแฟกคล้ายกาบยาง ลวดลายที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคของแบรนด์ Burawa ทอแทรกเส้นพุ่งด้วยแฟกพื้นถักเปีย ใช้โทนสีเอิร์ธโทนสลับสีสดใส สร้งลายเส้นทแยงจากหนังแท้เสริมหนุนเพื่อ ตกแต่งตัวกระเป๋าตามแบบ โดยในคอลเลคชั่นนี้มีกระเป๋าประกอบไปด้วย กระเป๋าสะพายข้าง



ภาพที่ 4 นำผ้าฝ้ายแกมแฟกคล้ายกาบยางทอแทรกเส้นพุ่งด้วยแฟกพื้นถักเปีย
(© Naddawadee Boonyadacho 20/05/2020)



ภาพที่ 5 (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลคชั่นที่ 3
(© Naddawadee Boonyadacho 20/05/2020)

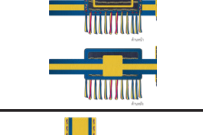
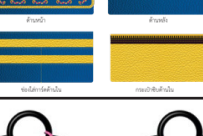
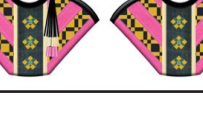
จากนั้นผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและสิ่งทอได้ทำการประเมินแบบ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อวิเคราะห์หารูปแบบที่มีความเหมาะสม ในการนำไปผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลความพึงพอใจต่อแบบ (ร่าง) คอลเลคชั่นกระเป๋า

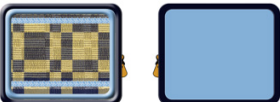
ความพึงพอใจต่อแบบ (ร่าง) คอลเลคชั่นกระเป๋า	ผลการประเมิน		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลคชั่นที่ 1			
1.1 แนวคิดการออกแบบคอลเลคชั่น	3.50	0.57	พึงพอใจมาก
1.2 รูปแบบลวดลาย สี สัน มีความเหมาะสม	4.00	0.81	พึงพอใจมาก
1.3 ความพึงพอใจต่อภาพรวมต้นแบบผลิตภัณฑ์	3.75	0.50	พึงพอใจมาก
2. (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลคชั่นที่ 2			
2.1 แนวคิดการออกแบบคอลเลคชั่น	4.75	0.50	พึงพอใจมากที่สุด
2.2 รูปแบบลวดลาย สี สัน มีความเหมาะสม	4.25	0.50	พึงพอใจมาก
2.3 ความพึงพอใจต่อภาพรวมต้นแบบผลิตภัณฑ์	4.25	0.50	พึงพอใจมาก
3. (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลคชั่นที่ 3			
3.1 แนวคิดการออกแบบคอลเลคชั่น	4.0	0.00	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบลวดลาย สี สัน มีความเหมาะสม	4.25	0.50	พึงพอใจมาก
3.3 ความพึงพอใจต่อภาพรวมต้นแบบผลิตภัณฑ์	4.25	0.50	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 1 พบว่าด้านแนวคิดการออกแบบคอลเลกชันที่พึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์ กระเป๋าคอลเลกชันที่ 2 (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลกชันที่ 3 และ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า คอลเลกชันที่ 1 ค่าเฉลี่ยที่ 4.75, 4.00 และ 3.50 ตามลำดับ ด้านรูปแบบลวดลาย สีส้น มีความเหมาะสม ได้แก่ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลกชันที่ 2 (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลกชันที่ 3 และ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลกชันที่ 1 ค่าเฉลี่ยที่ 4.25, 4.25 และ 4.00 ตามลำดับ ด้านความพึงพอใจ ต่อภาพรวมต้นแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลกชันที่ 2 (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์ กระเป๋าคอลเลกชันที่ 3 และ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคอลเลกชันที่ 1 ค่าเฉลี่ยที่ 4.25, 4.25 และ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลความพึงพอใจต่อแบบ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า

ความพึงพอใจต่อแบบ (ร่าง) คอลเลกชันกระเป๋า		ผลการประเมิน		
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1		4.50	0.57	พึงพอใจมากที่สุด
2		3.25	0.50	พึงพอใจปานกลาง
3		4	0.81	พึงพอใจมาก
4		2.75	0.50	พึงพอใจปานกลาง
5		3	0.00	พึงพอใจปานกลาง
6		2.75	0.50	พึงพอใจปานกลาง
7		3.75	0.50	พึงพอใจมาก
8		4.75	0.50	พึงพอใจมากที่สุด

ตารางที่ 2 ผลความพึงพอใจต่อแบบ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า [ต่อ]

ความพึงพอใจต่อแบบ (ร่าง) คอลเลคชั่นกระเป๋า		ผลการประเมิน		
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
9		3.00	0.81	พึงพอใจปานกลาง
10		3.75	0.5	พึงพอใจมาก
11		3.50	0.57	พึงพอใจมาก
12		3.25	0.50	พึงพอใจปานกลาง
13		4.50	0.57	พึงพอใจมากที่สุด
14		4.00	0.00	พึงพอใจมาก
15		4.75	0.50	พึงพอใจมากที่สุด
16		4.75	0.50	พึงพอใจมากที่สุด
17		3.75	0.50	พึงพอใจมาก
18		4.00	0.00	พึงพอใจมาก
19		4.25	0.50	พึงพอใจมาก
20		3.75	0.50	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อแบบ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าในหลากหลายรูปแบบ โดยรูปแบบที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ แบบร่างรูปแบบที่ 1, 8, 13, 15, และ 16 ค่าเฉลี่ยที่ 4.50, 4.75, 4.50, 4.75 และ 4.50 ตามลำดับ ความพึงพอใจต่อแบบ (ร่าง) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าในระดับมากที่สุด ได้แก่ แบบร่างรูปแบบที่ 3, 7, 10, 11, 14, 17, 18, 19 และ 20 ค่าเฉลี่ยที่ 4.00, 3.75, 3.75, 3.50, 4.00, 3.75, 4.00, 4.25 และ 3.75 ตามลำดับ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ได้แก่ ในอนาคตอยากให้มีการศึกษากลุ่มผู้บริโภคชาวต่างชาติเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ฐานข้อมูลความต้องการนำมาพัฒนาต่อไป ด้านรูปแบบกระเป๋ามีขนาดกำหนดที่ชัดเจน หรือร่างรูปแบบเทียบขนาดผู้บริโภคที่ทำให้เห็นขนาดอ้างอิงในการใช้งานจริงได้ ด้านแนวคิดถือได้ว่าเป็นแนวทางในการพัฒนาลดทอนและรูปแบบของผลิตภัณฑ์โอท็อปที่สามารถเพิ่มมูลค่าได้จริง

จากนั้นผู้วิจัยได้นำผลวิเคราะห์จากข้างต้น โดยนำแนวคิดของคอลเลกชั่นที่ 2 การใช้เทคนิคทอแฝกจกลายดอก แก้วสลับลายเกล็ดเต่ากบายางผสมผสานเทคนิคการถักเปียทอพุ่งแทรกบางจุด ตกแต่งด้วยเสริมหนุนกระเป๋าเพื่อเพิ่มมิติ โดยคัดเลือกรูปแบบกระเป๋าที่ได้ระดับความพึงพอใจมากที่สุด จำนวน 6 รูปแบบ มาใช้ในการพัฒนา และมีการทดลองปรับสีสันทันชุดหนึ่งที่ใช้เพิ่มเติม จากนั้นผู้วิจัยได้ให้กลุ่มทอผ้าบ้านไทรงามทดลองทอผ้าตามแบบที่ได้ทดลองออกแบบลดทอนไว้ ดังนี้



ภาพที่ 6 ลวดลายดอกแก้วผ้าฝ้ายแกมแฝก
(© Naddawadee Boonyadacho 01/06/2020)



ภาพที่ 7 ผ้าฝ้ายแกมแฝกผสมเทคนิคการทอจกลายดอกแก้วและทอแทรกเปียแฝก
(© Naddawadee Boonyadacho 23/06/2020)



ภาพที่ 8 ร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 1
(© Naddawadee Boonyadacho 30/06/2020)



ภาพที่ 9 ร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 2, 3, 4
(© Naddawadee Boonyadacho 30/06/2020)



ภาพที่ 10 ร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 5
(© Naddawadee Boonyadacho 30/06/2020)



ภาพที่ 11 ร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 6
(© Naddawadee Boonyadacho 30/06/2020)

ผู้วิจัยตรวจสอบความพึงพอใจต่อแบบ (ร่าง) ต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ า จากกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากการแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ โดยรวบรวมตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน 2563 ถึงวันที่ 5 กรกฎาคม 2563 มีจำนวนที่ตอบกลับทั้งสิ้น 103 กลุ่มตัวอย่าง ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพทั่วไป	ร้อยละ
เพศ	
ชาย	26.2
หญิง	73.8
อายุ	
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	38.8
31 - 40 ปี	38.8
41 -50 ปี	5.9
51 ปีขึ้นไป	16.5
วุฒิการศึกษา	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.9
ปริญญาตรี	45.6
ปริญญาโท	38.8
ปริญญาเอก	10.7

ตารางที่ 3 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม [ต่อ]

สถานภาพทั่วไป	ร้อยละ
อาชีพ	
นักเรียน / นักศึกษา	10.7
พนักงานบริษัทเอกชน	35.0
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	28.2
ธุรกิจส่วนตัว	19.4
อื่น ๆ (พนักงานมหาวิทยาลัย)	6.7
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	11.7
15,001 - 30,000 บาท	36.9
30,001 - 50,000 บาท	31.1
มากกว่า 50,000 บาท	20.3

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73.8 อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี และอายุ 30 - 40 ปี มีจำนวนเท่ากันที่ ร้อยละ 38.8 อายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 16.5 ตามลำดับ วุฒิการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 45.6 และปริญญาโท ร้อยละ 38.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 35.0 และ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 28.2 ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 36.9 และ 30,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 31.1 มากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลความพึงพอใจภาพรวมคอลเลกชันกระเป๋า

ระดับความพึงพอใจภาพรวมคอลเลกชันกระเป๋า	ผลการประเมิน		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปทรงมีความสวยงาม ร่วมสมัย	4.37	0.73	พึงพอใจมาก
2. ขนาดมีความเหมาะสม ส่งเสริมรูปแบบการใช้งานในปัจจุบัน	4.26	0.87	พึงพอใจมาก
3. เป็นต้นแบบที่แตกต่างและสร้างสรรค์	4.48	0.78	พึงพอใจมาก
4. ความเหมาะสมในการเลือกใช้วัสดุ	4.39	0.74	พึงพอใจมาก
5. ลวดลาย สี สีสันสวยงาม มีความเหมาะสมกับรูปแบบกระเป๋า	4.39	0.63	พึงพอใจมาก
6. ส่งเสริมและเพิ่มมูลค่างานหัตถกรรมการทอผ้า	4.74	0.50	พึงพอใจมากที่สุด
7. ความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋า	4.24	0.80	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ด้านรูปทรงมีความสวยงาม ร่วมสมัย มีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.37 ด้านความเหมาะสม ส่งเสริมรูปแบบการใช้งานในปัจจุบัน มีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.26 ด้านเป็นต้นแบบที่แตกต่างและสร้างสรรค์ มีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.48 ด้านความเหมาะสมในการเลือกใช้วัสดุ มีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.39 ด้านลวดลาย สี สีสันสวยงาม มีความเหมาะสมกับรูปแบบกระเป๋า มีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.39 ด้านส่งเสริมและเพิ่มมูลค่างานหัตถกรรมการทอผ้า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยที่ 4.74 ด้านความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋ามีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.24 โดยรวมผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุดต่อภาพรวมคอลเลกชันกระเป๋าจากผ้าฝ้ายแกมแพร

ตารางที่ 5 ผลความพึงพอใจต่อรูปแบบกระเป๋า

รูปแบบที่พึงพอใจมากที่สุด	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1 กระเป๋าถือ	24.2
รูปแบบที่ 2 กระเป๋าทรงถึง	10.7
รูปแบบที่ 3 กระเป๋าใส่เหรียญตกแต่งกระเป๋าหลัก	11.7
รูปแบบที่ 4 กระเป๋าใส่นามบัตรตกแต่งกระเป๋าหลัก	11.7
รูปแบบที่ 5 กระเป๋าสะพายข้าง	35.9
รูปแบบที่ 6 กระเป๋าสะพายข้างสองชั้น	5.8

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคพึงพอใจต่อรูปแบบที่ 5 กระเป๋าสะพายข้าง มากที่สุด ร้อยละ 35.9 รองลงมา รูปแบบที่ 1 กระเป๋าทู ร้อยละ 24.2 รูปแบบที่ 3 กระเป๋าใส่เหรียญตกแต่งกระเป๋าหลัก ร้อยละ 11.7 รูปแบบที่ 4 กระเป๋าใส่นามบัตรตกแต่งกระเป๋าหลัก ร้อยละ 11.7 รูปแบบที่ 2 กระเป๋าทรงถัง ร้อยละ 10.7 และ รูปแบบที่ 6 กระเป๋าสะพายข้างสองชั้น ร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้ สวย สีสันสะดุดตา รูปทรงควรเข้ากับการแต่งตัวได้ ทุกสไตล์ แนะนำทำสายกระเป๋าเป็นคอลเลคชั่นหลายสีเพื่อให้สามารถปรับใช้ได้หลายแบบ ควรมีกระเป๋าสีสุภาพ พื้นฐานทั่วไป อาทิ สีครีม ดำ ขาว เป็นต้น ทรงฐานกระเป๋ารูปแบบที่ 1 สวยงามแต่ฐานแคบเกินไปอาจจะบรรจุของได้น้อย การจับคู่สีในการออกแบบกระเป๋าสวยงามร่วมสมัย อยากให้เพิ่มรูปแบบกระเป๋าขนาดใหญ่และกระเป๋าสะพายหลัง ราคาและความทนทานมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพราะกระเป๋าลักษณะนี้ อาจถือได้เป็นครั้งคราวขึ้นกับเสื้อผ้าที่สวมใส่โดยภาพรวมส่งเสริมการใช้วัสดุชุมชนได้ดีมาก สามารถเพิ่มมูลค่าได้ จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการขึ้นต้นแบบกระเป๋ารูปแบบที่ได้ออกแบบไว้ ดังนี้



ภาพที่ 12 ต้นแบบผลิตภัณฑ์

(© Naddawadee Boonyadacho 30/07/2020)



ภาพที่ 13 ต้นแบบผลิตภัณฑ์

(© Naddawadee Boonyadacho 30/07/2020)



ภาพที่ 14 ต้นแบบผลิตภัณฑ์

(© Naddawadee Boonyadacho 30/07/2020)



ภาพที่ 15 ต้นแบบผลิตภัณฑ์

(© Naddawadee Boonyadacho 30/07/2020)

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานกลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง พบว่า ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง เป็นความร่วมมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสระแก้ว 3 กลุ่ม คือ กลุ่มทอผ้าพื้นบ้านไทรงาม กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักแกลบ้านเนินเหล้า น้อมนำศาสตร์พระราชาทิทรงตระหนักถึงศักยภาพของ “หญ้าแฝก” จึงได้ต่อยอดผลิตภัณฑ์โดยการนำหญ้าแฝก มาเป็นแรงบันดาลใจในการทำเป็นกระเป๋าเครื่องหนังภายใต้ Brand BURAWA ผสมผสานวัสดุหนังวัวเข้ากับผ้าภายในชุมชน เช่น ผ้าขาวม้าที่ทอกันเองในจังหวัด การใช้หญ้าแฝกทอผสมผ้าในพื้นที และมุ่งเน้นใช้ของที่สามารถหาได้จากจังหวัดสระแก้ว ลวดลายผ้าพื้นโบราณที่เรียกว่า “ลายเกล็ดเต่า” เป็นลวดลายที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากมีความสวยงาม ประณีตและต้องใช้ทักษะความชำนาญของช่างทอเป็นพิเศษ โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของกลุ่ม คือ กระเป๋าสะพาย กระเป๋าสตางค์

และกระเป๋าสีเหลือง ที่ทำจากหนังผสมผ้าฝ้ายแกมแพร ราคาตั้งแต่ 80 - 3,500 บาท สินค้าที่ขายดีที่สุด ได้แก่ กระเป๋าสะพายฝ้ายทอแพร สินค้าที่ขายได้น้อยที่สุด ได้แก่ กระเป๋าทรงแท่งใบ รางวัลมาตรฐานรับรอง ได้แก่ รางวัลสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รางวัล OTOP 5 ดาว และรางวัลกลุ่มกระเป๋าสีและฝ้ายทอแพร กลุ่มสิบต้นแบบ ปริมาณการผลิตต่อเดือน 3 - 4 ใบ เนื่องจากเป็นงานที่ใช้ฝีมือแรงงานที่ชำนาญ ปัญหาหรืออุปสรรคในการผลิตหรือการดำเนินงาน ได้แก่ ปัญหาด้านจำนวนแรงงานที่ผลิตน้อย ทำให้ไม่สามารถรองรับกับความต้องการหรือคำสั่งซื้อในปริมาณมากได้ รวมไปถึงปัญหาด้านการออกแบบรูปแบบและการผลิตสินค้า เนื่องจากสมาชิกกลุ่มเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ถนัดทำงานยาก ๆ จึงเน้นรูปแบบที่เรียบง่ายและไม่ทันสมัยมากนัก จากออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสีจากผ้าฝ้ายแกมแพร กลุ่มเครื่องหนังบุญเพ็ง ที่มีรูปแบบร่วมสมัยเหมาะสมกับความต้องการผู้บริโภคปัจจุบัน พบว่า รูปแบบการสร้างลวดลายคอลเลคชั่นที่ 2 การประยุกต์การทอจกลายดอกแก้ว ด้วยหญ้าแฝกเป็นเกลียว ร่วมกับการนำเทคนิคการทอแทรกเปียกด้วยเส้นพุ่ง ร่วมกับการเสริมต้นนูนเครื่องหนังเพื่อสร้างลวดลายบนเครื่องหนังจากคอลเลคชั่นที่ 3 มีความเหมาะสมในการนำมาพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์มากที่สุด จากผลการประเมินต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 20 รูปแบบ มาพัฒนาการออกแบบ (ร่าง) ต้นแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุด ต่อภาพรวมคอลเลคชั่นกระเป๋าสี ผู้บริโภคพึงพอใจต่อรูปแบบที่ 5 กระเป๋าสะพายข้างมากที่สุด ร้อยละ 35.9 รองลงมา รูปแบบที่ 1 กระเป๋าทรงแท่ง ร้อยละ 24.2 รูปแบบที่ 3 กระเป๋าสีเหลืองตกแต่งกระเป๋าสี ร้อยละ 11.7 รูปแบบที่ 4 กระเป๋าสีนามบัตรตกแต่ง ร้อยละ 11.7 รูปแบบที่ 2 กระเป๋าทรงถัง ร้อยละ 10.7 และ รูปแบบที่ 6 กระเป๋าสะพายข้างสองชั้น ร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากหลักการออกแบบของ ประสพ ลิ้มมอดภัย (Leemuadpai 2001, 47 - 60) กล่าวถึงความจำเป็นที่จะต้องใช้ความรู้พื้นฐานด้านการออกแบบเป็นสำคัญ เพื่อนำไปต่อยอดในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังได้ โดยต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการออกแบบในเรื่องของการใช้เส้น รูปทรง สีและแรงบันดาลใจเป็นหลัก ควรคำนึงถึงหน้าที่ใช้สอย ความปลอดภัย ความแข็งแรง ความสะดวกสบายในการใช้ ความสวยงาม ราคาจำหน่ายที่เหมาะสม วัสดุและวิธีผลิต และการขนส่ง การออกแบบเพื่อแสดงออกถึงสุนทรียศาสตร์ทางด้านศิลปะมีหลักเกณฑ์ ดังนี้ 1. ความเป็นเอกภาพ (Unity) คือ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเชื่อมโยงกันได้เพราะจะช่วยให้ชิ้นงานมีเอกลักษณ์ 2. ความสมดุล (Balancing) คือ มีความสมดุลกันในงานด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นสมดุลในลักษณะเท่ากัน สมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน และสมดุลในลักษณะจุดศูนย์กลาง 3. ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts) คือ เป็นการแสดงความสัมพันธ์กัน ได้แก่ การเน้นจุดสนใจ จุดสำคัญรอง จังหวะ ความแตกต่าง และความกลมกลืน เห็นได้ว่าหลักการข้างต้นสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบให้ได้มาซึ่งลวดลายและรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม รวมไปถึงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสีที่ทำจากสิ่งทอ โดยสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (Foundation for Industrial Development 2020, online) สามารถสร้างมาตรฐานขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อให้ชุมชนสามารถปรับใช้ให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น เริ่มจาก 1. ขั้นตอนการเตรียมงาน เตรียมวัตถุดิบ ตรวจสอบ และคัดเลือกคุณภาพของวัตถุดิบให้เหมาะกับกระเป๋าสีที่จะทำการผลิตและตรงกับ

ความต้องการที่วางแผนงานเอาไว้ จากนั้นทำแพทเทิร์นและตัดวัสดุที่จะใช้ทำกระเป๋าคตามแพทเทิร์นที่กำหนด ส่งต่อไปที่แผนกหนังให้ช่างหนังทำการลอกแบบ ถ่ายแบบ เย็บให้เป็นไปตามแบบที่กำหนด 2. ขั้นตอนประกอบชิ้นส่วนต่าง ๆ นำวัสดุผ้าหรือหนังที่ผ่านการตัดเย็บ จากขั้นตอนการเตรียมงาน มาประกอบเข้ากับอุปกรณ์หรือวัสดุอื่น ๆ ตามที่ออกแบบไว้ และ 3. ขั้นตอนการตรวจสอบเพื่อตรวจสอบคุณภาพและตกแต่งความเรียบร้อย โดยการทำความสะดวก ตกแต่งให้สวยงาม และแก้ไขจุดบกพร่อง ก่อนนำไปบรรจุหีบห่อเตรียมพร้อมสู่การจำหน่าย ได้เป็นแนวทางให้ผู้วิจัยได้ทดลองออกแบบลวดลายดอกแก้ว และใช้วัสดุที่โดดเด่น ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและน่าสนใจมากยิ่งขึ้นการออกแบบลวดลายใหม่คอลเลคชั่นที่ 2 ได้แก่ ลายดอกแก้ว และใช้เทคนิคการทอจกด้วยแฝก และทอแทรกด้วยเปียแฝกนั้น สามารถสร้างความแตกต่างจากลวดลายเดิมได้ แต่ต้องใช้ความชำนาญและช่างทอที่มีความสามารถมาก ใช้เวลานานและทำให้มูลค่าต้นทุนสูงขึ้น การนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่สามารถใช้ได้ง่ายในชีวิตประจำวันและรูปแบบที่มีความทันสมัยจะทำให้มีความหลากหลายของผู้บริโภค การเสริมเทคนิคเสริมจากคอลเลคชั่นที่ 3 ทำให้ผลิตภัณฑ์กระเป๋ามีความน่าสนใจและแตกต่าง เห็นได้จากระดับความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ผลการออกแบบร่างต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าทัง 6 รูปแบบหลังจากการพัฒนาในขั้นตอนที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคพึงพอใจต่อภาพรวมคอลเลคชั่นกระเป๋าด้านฝ้ายแกมแฝกในระดับมากที่สุด โดยรูปแบบที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุด คือ กระเป๋าสะพายข้างรูปแบบที่ 5 แต่บางส่วนยังมีความต้องการผลิตภัณฑ์กระเป๋ามีขนาดใหญ่ขึ้น และกระเป๋าสะพายหลังที่สามารถบรรจุสัมภาระได้มากตรงตามรูปแบบการใช้ชีวิตในปัจจุบัน ในด้านวิชาการผู้สนใจสามารถประยุกต์องค์ความรู้ที่ได้เพื่อเป็นแนวทางการต่อยอดภูมิปัญญาผ้าทอไทยสู่ผลิตภัณฑ์กระเป๋าร่วมสมัยเสริมสร้างเป็นอาชีพก่อเกิดรายได้แก่คนในชุมชน ทั้งยังเป็นกรณีศึกษาเพื่อใช้ทางด้านการเรียนการสอนและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล คำสำคัญต่าง ๆ ต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. นักวิจัย หน่วยงาน หรือผู้ประกอบการสามารถนำแนวทางการออกแบบไปใช้ได้ แต่เนื่องด้วยความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยอยู่ตลอดเวลา จึงควรมีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบอย่างต่อเนื่อง
2. ผลการพัฒนาเห็นได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋โดยใช้กระแสนิยมมาใช้ในการหาแนวทางออกแบบสามารถพัฒนาการออกแบบให้ตรงตามความต้องการและเหมาะสมของผู้บริโภค
3. สามารถนำไปประยุกต์ใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น ของแต่งบ้าน เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรพัฒนาปรับปรุงวัสดุให้มีสมบัติพิเศษเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าทอกันน้ำ ผ้าทอทำความสะอาดตัวเอง เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยสำหรับสินค้าประเภทเครื่องหนัง หรือสินค้าของที่ระลึกจากแหล่งท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ร่วมด้วย
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการนำผ้าทอชนิดอื่น ๆ ที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋า เพื่อหาความเหมาะสมแต่ละรูปแบบและการใช้งาน
4. ควรเพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าให้มีความหลากหลาย โดยอ้างอิงรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการร่วมด้วย
5. ควรมีการทำวิจัยเพื่อการทดสอบตลาด (Market Testing) ในลำดับต่อไป โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Beachhead Segment) เป็นสำคัญ และควรระบุกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการทดสอบความพึงพอใจให้ชัดเจนและเจาะจงมากยิ่งขึ้น

References

- Foundation for Industrial Development. “‘utsāhakam Khrūang Nang Læ Rōngthao (Krapao Thī Tham Čhāk Sing Thō). [Leather and footwear industry (textiles bag)].” Thaitextile. Accessed January 27, 2020. <https://thaitextile.org/th/insign/detail.558.1.0.html>.
- Leemuadpai, P. *Khrūang Nang Phūnthān. [Basic leather goods]*. Bangkok: Odeon Store, 2001.
- Rawa, B. and Rawa, S. Interview by Wisalphokha, N. and Boonpeng Leather Group, November 20, 2019.
- Research and Development for Land Management Division. “Yā Fæk Chalœm Phra Kīat. [Vetiver Grass of Honor].” Accessed June 2, 2019. https://www.ddd.go.th/link_vetiver/index.htm.
- The Support Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization). *Næonōm Kān ‘ōkbæp Ngān Hatthasin pī Khō sō 2020. [SACICT Craft Trend 2020]*. Bangkok: Sunta, 2019.