การประยุกต์ลวดลายตีนจกแม่แจ่มสำหรับใช้ในงานถักนิตติ้ง เพื่อสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

The Application of Chok Mae Chaem's Patterns in Creative Knitting for Cultural Heritage

จินตนา อินภักดี และ มยุรี ชมภูงาม

Chintana Inpakdee and Mayuree Chomphungam

ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Home Economics Department, Faculty of Science and Technology,

Chiang Mai Rajabhat University

E-mail: chintana_pha@cmru.ac.th, mayuree_cho@cmru.ac.th

(Received : July 9, 2020 Revised : December 20, 2020 Accepted : December 30, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวคิดการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและโครเชต์บ้านห้วยทราย ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งที่ประยุกต์จากลวดลายตีนจกแม่แจ่มเชิงสร้างสรรค์ และ 3) ทดสอบตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้งที่ประยุกต์จากลวดลายตีนจกแม่แจ่ม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 15 คน 2) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ใช้ในการสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้ง จำนวน 100 คน 3) ผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน และ4) กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทดสอบตลาด จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง แบบสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย แบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญ และแบบสังเกตพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและโครเชต์ ต้องพัฒนาบนพื้นฐานความสามารถเดิมที่สมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่มสามารถทำได้ และนำลวดลายตีนจกแม่แจ่มมาประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้งให้เกิดความแปลกใหม่ โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นภาคเหนือมาสร้างสรรค์ลวดลาย ผสมผสานผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งด้านสีสัน วัสดุ ลวดลาย และขนาดให้เหมาะสมกับการใช้งานจริง สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งที่ประยุกต์จากลวดลายตีนจกแม่แจ่มเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการให้พัฒนาผลิตภัณฑ์มากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ เสื้อ ผ้าคลุมไหล่ หมอนอิง กระเป๋าถือสตรี และชุดบนโต๊ะอาหาร โดยใช้เส้นด้ายฝ้าย กัญชง และเยื่อไผ่ ย้อมสีธรรมชาติในการถักนิตติ้ง ส่วนลวดลายตีนจกแม่แจ่มที่นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ลาย

กุดขอเบ็ด ลายขันเสี้ยนสำ ลายเชียงแสนหงส์ปล่อย และลายนกนอน ในการใส่ลวดลายจกใช้วิธีการปักตามลักษณะโครงสร้างของผ้าถัก เมื่อนำผลิตภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.32±0.51 สำหรับการนำผลิตภัณฑ์ถักนิ้ตติ้งไปทดสอบตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ในระยะเวลา 3 เดือน พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่นำไปทดสอบตลาดและจัดจำหน่ายจริงนั้นเป็นที่ต้องการของตลาด คิดเป็นร้อยละ 81.48 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 80

คำสำคัญ: ผ้าถักนิตติ้ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ มรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

Abstract

The objective of this research is to 1) Study the concept of value creation of knitted fabric products of the Baan Huay Sai Knitting and Crochet Products Group, Huay Sai Subdistrict, Mae Rim District, Chiang Mai Province 2) Develop knitted fabric products that are applied from creative patterns in Mae Chaem 3) Testing the consumer market of knitted products applied from Mae Chaem pattern. The sample group used in this research is 1) 15 people for primary data group to interview; 2) 100 people of the target consumer group are to survey the demand for knitted products; 3) 3 people are the experts used in the evaluation of product quality; 4) 100 people of target group used in market testing. The research instruments were a semi- structured interview, Product demand survey, Product quality assessment by expert and 4) Observation for buying behaviors of consumers. The content analysis method was used to analyze the quantitative data were statistically analyzed for percentage, mean, and standard deviation and the content analysis method was used to analyze the qualitative data.

The analysis results revealed that product value approach of the fabric and crochet product group may be developed on the basis of the same capabilities that most members of the group can do. And apply the pattern from Mae Chaem to be used in knitting to create a novelty and focus on product design that brings local wisdom to create patterns, combine products that meet the needs of customers in terms of color, material, pattern and size to suit their usage. For the development of knitted fabric products that are applied from Mae Chaem creative patterns Consumers want to develop products at the top 5, which are shirts, shawls, cushions, women's handbags and tableware set. By using natural dyed yarn for knitting, including cotton, hemp and bamboo pulp. The pattern of Mae Chaem which is applied in product development is Kood khor bet, Khan Sian Sam, Chiang Saen Hong Ploy

and Nok Non pattern. To put on the pattern, use the embroidery method according to the structure of the knit fabric. When the knitted products by the three experts, it result was found that the average scores were 4.32 ± 0.51. When the knitted products were tested in the market with consumers for a period of 3 months, the products can be sold practically and in the market demand. Accounting for 81.48 percent, higher than the specified 80 percent.

Keywords: Knitted fabric, Development product, Value addition product, Cultural heritage to creativity

บทนำ

ปัจจุบันรัฐบาลพยายามผลักดันนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี มุ่งเน้นภาคบริการ แทนภาคอุตสาหกรรม ที่จะสร้างความมั่งคั่งผ่านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ (Charoenwongsak, 2016, p. 1) ซึ่งวัฒนธรรมเป็นต้นน้ำของห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยสามารถนำทุนวัฒนธรรม เช่น เรื่องราว (Story) และเนื้อหา (Content) ของวัฒนธรรม มาสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ เกิดเป็นสินค้าวัฒนธรรมและทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นแก่สินค้าและบริการอย่างมีคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม การได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องอาศัยทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่มาสร้างสรรค์ให้มีคุณค่า โดยเฉพาะภูมิปัญญาท้องถิ่นด้าน การทอผ้า สำหรับผ้าทอที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ผ้าตีนจกถือเป็นศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นล้านนาที่สืบทอดเป็นมรดกทางวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชาวแม่แจ่มได้อย่างชัดเจน (Teingket, 2002, p. 2) นอกจากหัตถกรรมด้านการทอผ้าแล้ว งานเย็บ ปัก ถัก ร้อย ก็เป็นงานศิลปหัตถกรรมอีกอย่างหนึ่งที่ได้รับความสนใจในกลุ่มสุภาพสตรี กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและโครเชต์บ้านห้วยทราย ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกลุ่มหนึ่งที่มีการผลิตสินค้าเกี่ยวกับการถักนิตติ้ง มีตลาดรองรับทั้งในและต่างประเทศ และได้รับการคัดสรรให้เป็นสินค้าโอทอป ระดับ 4 ดาว (พ.ศ. 2562) (Thongkham, 2018, interview) ซึ่งลวดลายที่ใช้ในการถักเกิดจากโครงสร้างของลายถักที่พบโดยทั่วไป และมีคู่แข่งทางตลาดค่อนข้างสูง อีกทั้งชนิดวัสดุที่ใช้ในการผลิตไม่มีความหลากหลาย หากสามารถพัฒนาลวดลายบนผ้าถักนิตติ้ง และเลือกใช้วัสดุในท้องถิ่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานกับลวดลายตีนจกซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมมาใช้ในการถักนิตติ้ง ส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) และสร้างความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์สู่ตลาด ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการนำลวดลายตีนจกแม่แจ่มมาสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและโครเชต์บ้านห้วยทราย ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นนวัตกรรมใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดเชิงพาณิชย์ ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิง

สร้างสรรค์ ก่อให้เกิดความมั่งคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ภายใต้พื้นฐานศักยภาพของชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ เสริมรายได้ให้กับครอบครัว และการพึ่งพาตนเองในชุมชน ทำให้เกิดการเรียนรู้ด้านการดำรงชีวิตอย่างพอเพียงในชุมชน รวมทั้งส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชนให้เป็นไปอย่างมีเสถียรภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและโครเชต์บ้านห้วยทราย ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งที่ประยุกต์จากลวดลายตีนจกแม่แจ่มเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อทดสอบตลาดผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้งที่ประยุกต์จากลวดลายตีนจกแม่แจ่ม

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา ได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ชาวบ้านชุมชนบ้านห้วยทราย หมู่ 3 บ้านห้วยทราย ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะ เฉพาะผู้ที่เป็นสมาชิกของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและโครเชต์เพื่อสัมภาษณ์ และร่วมอภิปรายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 15 คน
2. กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ใช้ในการสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายตีนจกแม่แจ่ม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะ เฉพาะผู้ที่มีความสนใจในงานหัตถกรรม จำนวน 100 คน
3. ผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผ้าถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายตีนจกแม่แจ่ม จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอ 1 คน และด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 2 คน
4. กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทดสอบตลาด โดยเลือกพื้นที่เป้าหมาย 2 พื้นที่ ได้แก่ 1) ร้านบุญยวง โซนนอร์ทเทิร์นวิลเลจ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต จังหวัดเชียงใหม่ กำหนดระยะเวลาในการทดสอบตลาด 3 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม ถึง 31 ธันวาคม 2562 และ 2) งานแสดงสินค้าสินค้าโอท็อป (OTOP City 2019) ณ อาคารชาแลนเจอร์ 1-3 อิมแพ็ค เมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร โดยตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าและโครเชต์บ้านห้วยทราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง 2) แบบสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย 3) แบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญ และ 4) แบบสังเกตพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนนา (Research and development) แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 (R1) การศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน ขั้นตอนที่ 2 (D1)

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 3 (R2) การทดลองรูปแบบการพัฒนา และขั้นตอนที่ 4 (D2) การปรับปรุงรูปแบบการพัฒนา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 (R1) การศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน

ศึกษาบริบทของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและโครเชต์บ้านห้วยทราย ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ วัสดุและลวดลายที่นำมาใช้ในการประยุกต์ที่ใช้ในการถักนิตติ้ง รวมถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้ง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้ง และสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้ง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในขั้นตอนนี้ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและโครเชต์บ้านห้วยทราย จำนวน 15 คน สำหรับสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT analysis)

ขั้นตอนที่ 2 (D1) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

ดำเนินการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ โดยนำลวดลายตีนจกแม่แจ่มแบบโบราณที่ได้จากการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค และนำไปออกแบบผังลายโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สร้างลวดลายบนผ้าถักนิตติ้งด้วยเทคนิคการปักตามผังลายที่ได้ออกแบบไว้ และใช้วัสดุในการถักนิตติ้ง จำนวน 3 ชนิด ได้แก่ ฝ้าย กัญชง และเยื่อไผ่ ที่ย้อมด้วยสีย้อมธรรมชาติ โดยพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 5 ประเภท ได้แก่ เสื้อ ผ้าคลุมไหล่ หมอนอิง กระเป๋าสตรี และชุดบนโต๊ะอาหาร

ขั้นตอนที่ 3 (R2) การทดลองรูปแบบการพัฒนา

นำต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายตีนจกแม่แจ่มให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน จำนวน 3 คน เพื่อดูความใกล้เคียงของลวดลาย ความสวยงาม ความเหมาะสม ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้ง ตลอดจนประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้น และปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 4 (D2) การปรับปรุงรูปแบบการพัฒนา

นำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปทดสอบตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย จำนวน 100 คน ระยะเวลา 3 เดือน โดยกำหนดเกณฑ์จากยอดจำหน่าย หากผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้มากกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ ขึ้นไป จึงจะถือว่าผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และสามารถพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ได้

การเก็บรวมรวมข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพ เก็บรวมรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

2. ข้อมูลเชิงปริมาณ เก็บรวมรวบข้อมูลโดยใช้แบบประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดเกณฑ์ในการประเมินค่าความพึงพอใจต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ไว้ 5 ระดับ (5=มากที่สุด, 4=มาก, 3 ปานกลาง, 2 น้อย และ 1 น้อยที่สุด) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติบรรยายเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับแบบสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และแบบสังเกตพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติบรรยายเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage)

ผลการวิจัย

การประยุกต์ลวดลายตีนจกแม่แจ่มสำหรับใช้ในงานถักนิตติ้ง เพื่อสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ สรุปผลได้ดังนี้

1. การศึกษาแนวคิดการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้ง (ซึ่งอยู่ในขั้นตอน R1: การศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน) พบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นของที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน โดยผลิตสะสมไว้สำหรับจำหน่ายในงานต่าง ๆ เช่น งาน OTOP City งาน OTOP Mid-Year และงานแสดงสินค้าภายในจังหวัดเชียงใหม่ จากการสังเกตรูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าถัก พบว่า วัสดุที่ใช้ในการถักเป็นเส้นด้ายสำหรับถักย้อมด้วยสีสังเคราะห์ ซึ่งมีทั้งสีสันที่สดใส และสีสันที่เลียนแบบสีธรรมชาติ ส่วนใหญ่เป็นเส้นด้ายฝ้าย และกัญชง ที่ซื้อจากร้านขายส่งในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ของกลุ่ม พบว่า มีความคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนอื่นที่มีการผลิตในรูปแบบเดียวกัน ทั้งด้านรูปแบบ และสีสัน จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความซ้ำซ้อน และผู้บริโภคจึงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดียวกันแต่มีราคาที่ถูกกว่าได้ สะท้อนให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าถักของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและถักโครเชต์ยังขาดการสร้างอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน ดังภาพที่ 1



(a) ผลิตภัณฑ์ผ้ารองจาน (b) ผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดเท้า (c) ผลิตภัณฑ์หมอนอิง (d) ผลิตภัณฑ์เสื้อ (e) ผลิตภัณฑ์กระเป๋า

ผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและถักโครเชต์บ้านห้วยทราย

Figure 1 Knitting products of Ban Huay Sai fabric and crochet products group

(Source: Chintana Inpakdee and Mayuree Chomphungam, 2021)

จากการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก สรุปได้ว่า จุดแข็ง (Strengths) คือ สมาชิกของกลุ่มมีฝีมือ และความประณีตในการสร้างสรรค์ผลงาน ส่งผลให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สามารถผลิตตามออร์เดอร์ของลูกค้า และขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นตัวอย่างให้ลูกค้าได้ สำหรับจุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าถักมีคู่แข่งค่อนข้างเยอะ ในขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นได้คัดลอกรูปแบบมาจากในอินเตอร์เน็ต และนิตยสาร จึงมีความคล้ายคลึงกับกลุ่มอื่น ๆ ส่วนโอกาส (Opportunities) พบว่า ปัจจุบันมีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการส่งเสริมการขาย มีแฟลตฟอร์มการขายออนไลน์ให้เลือกใช้อย่างหลากหลาย ส่งผลให้เกิดกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ และอุปสรรค (Threats) พบว่า กลุ่มผู้บริโภคบางคนมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลายใหม่ๆ แต่การถักนิตติ้งมีข้อจำกัดในการสร้างสรรค์ลวดลายบนผืนผ้า ส่งผลให้ลวดลายที่พัฒนาขึ้นเป็นลวดลายตามโครงสร้างของการถัก ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม โดยนำจุดแข็ง คือ ฝีมือ และความประณีตของชาวบ้านมาต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อแก้ไขจุดอ่อน คือ ผลิตภัณฑ์ที่ลอกเลียนแบบจากแหล่งอื่น ไม่มีอัตลักษณ์ของตนเอง

ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้ง คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานความสามารถของกลุ่ม โดยนำลวดลายจกแม่แจ่มมาประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้งให้เกิดความแปลกใหม่ ผสมผสานผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งด้านสีสัน วัสดุ ลวดลาย และขนาดให้เหมาะสมกับการใช้งานจริง

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายตีนจกแม่แจ่ม ได้ทำการสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์กับกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 100 คน ด้วยแบบสำรวจออนไลน์ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะเฉพาะผู้ที่มีความสนใจในงานหัตถกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 84.00 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 41 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.00 มีพนักงานภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 33.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.00 รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 21.00 ความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้ง ได้แก่ เสื้อ ผ้าคลุมไหล่ หมอนอิง กระเป๋าถือสตรี และชุดบนโต๊ะอาหาร ตามลำดับ ส่วนลวดลายตีนจกแม่แจ่มที่ผู้ตอบแบบสำรวจต้องการให้นำไปประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้งมากที่สุด ได้แก่ ลายนกนอน ลายขันเสี้ยนสำ ลายเชียงแสนหงส์ปล่อย และลายกุดขอเบ็ด ตามลำดับ

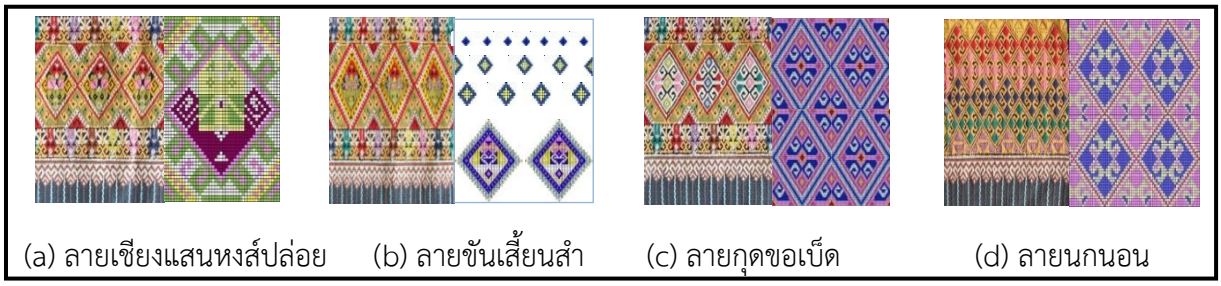
ผู้วิจัยได้นำข้อมูลข้างต้นมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (อยู่ในขั้นตอนที่ 2:D1 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเทรนด์การบริโภคในปัจจุบัน ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นวัสดุที่นำมาใช้ในการถักนิตติ้งจึงเป็นวัสดุ ที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติจากวัสดุในท้องถิ่น ได้แก่ คราม ครั่ง ใบมะม่วง และแก่นขนุน ดังภาพที่ 2



เส้นด้ายย้อมสีธรรมชาติสำหรับขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์

Figure 2 Naturally dyed yarn for product prototyping (Source: Chintana Inpakdee and Mayuree Chomphungam, 2021)

สำหรับขั้นตอนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้ใช้ลายที่ถูกเลือกจากผู้บริโภคในการสำรวจความต้องการ มา 4 ลาย ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปออกแบบผังลายด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดังภาพที่ 3

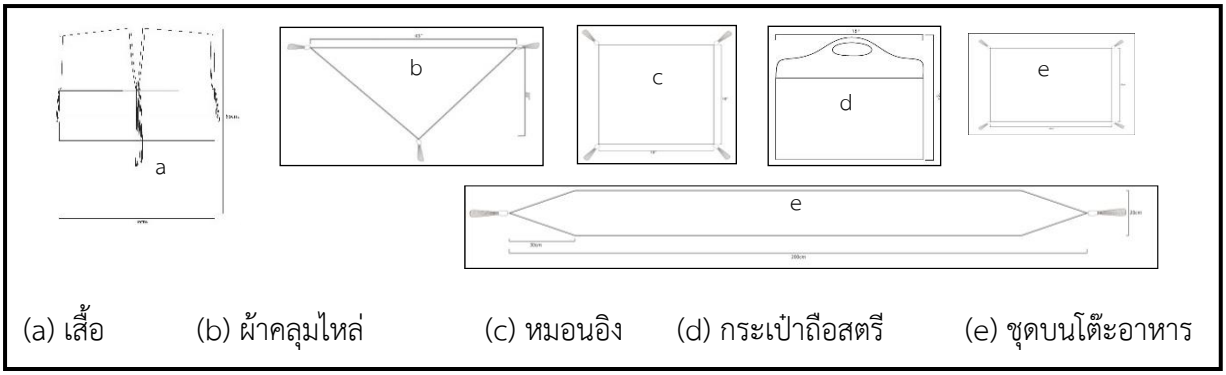


(a) ลายเชียงแสนหงส์ปล่อย (b) ลายขันเสี้ยนสำ (c) ลายกุดขอเบ็ด (d) ลายนกนอน

ลายจกแม่แจ่มจากผ้าทอ และลายที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้ง

Figure 3 Jok Mae Chaem pattern from woven fabric and patterns designed by computer programs for application in knitting (Source: Chintana Inpakdee and Mayuree Chomphungam, 2021)

สำหรับการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ได้ทำการออกแบบประเภทละ 3 แบบร่าง และได้ร่วมกันคัดเลือกแบบร่างกับตัวแทนชุมชน เพื่อนำรูปแบบที่เหมาะสมไปขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์ประเภทละ 1 แบบร่าง ดังภาพที่ 4

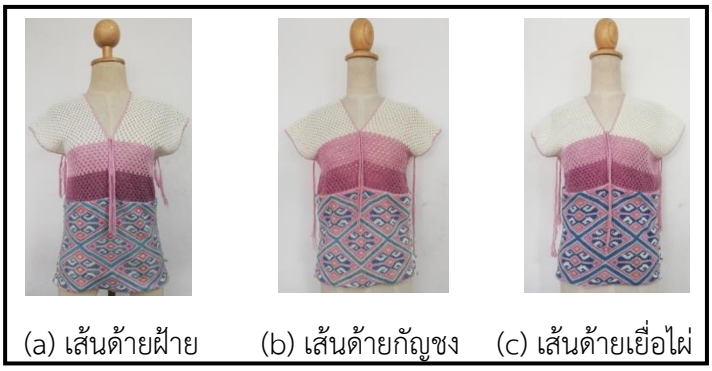


(a) เสื้อ (b) ผ้าคลุมไหล่ (c) หมอนอิง (d) กระเป๋าถือสตรี (e) ชุดบนโต๊ะอาหาร

แบบร่างผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้งทั้ง 5 ประเภท

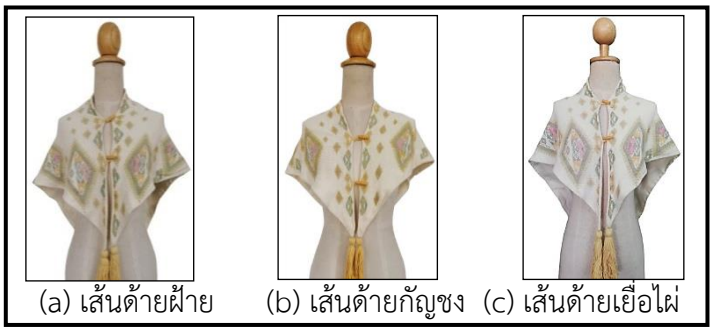
Figure 4 Draft of 5 types of knitted products (Source: Chintana Inpakdee and Mayuree Chomphungam, 2021)

การขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์ใช้วิธีการถักนิตติ้งลายนิต-เพิร์ล ขนาดความกว้างและความยาวตามแบบร่างที่กำหนดไว้ และใส่ลวดลายตีนจกแม่แจ่มบนผ้าถักนิตติ้งใช้เทคนิคการปักตามลักษณะโครงสร้างผ้าถัก ตามผังลายที่ได้ออกแบบไว้ ต้นแบบลิตภัณฑ์ถักนิตติ้งที่สำเร็จแล้ว แสดงดังภาพที่ 5-9



ผลิตภัณฑ์เสื้อถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายกุดขอเบ็ดจากวัสดุ 3 ชนิด

Figure 5 A knitted sweater product made from 3 different materials. (Source: Chintana Inpakdee and Mayuree Chomphungam, 2021)



ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายขันเสี้ยนสำจากวัสดุ 3 ชนิด

Figure 6 A knitted shawl product made from a burlap pattern from 3 different materials. (Source: Chintana Inpakdee and Mayuree Chomphungam, 2021)



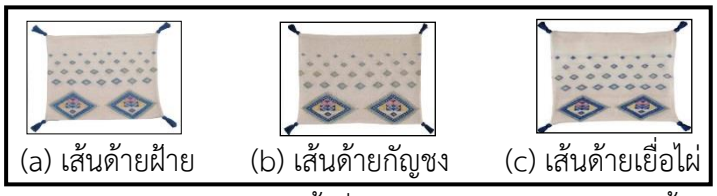
ผลิตภัณฑ์หมอนอิงถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายเชียงแสนหงส์ปล่อยจากวัสดุ 3 ชนิด

Figure 7 A knitted cushion product that is applied from the Chiang Saen Hong pattern released from 3 types of materials. (Source: Chintana Inpakdee and Mayuree Chomphungam, 2021)



ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายนกนอนจากวัสดุ 3 ชนิด

Figure 8 A knitted lady bag product made from 3 kinds of materials. (Source: Chintana Inpakdee and Mayuree Chomphungam, 2021)



ผลิตภัณฑ์ผ้ารองจากและผ้าคาดโต๊ะถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายขันเสี้ยนสำจากวัสดุ 3 ชนิด

Figure 9 Products of knitted tablecloths and table runners that are adapted from the burr pattern from 3 different materials. (Source: Chintana Inpakdee and Mayuree Chomphungam, 2021)

เมื่อนำต้นแบบผลิตภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ (อยู่ในขั้นตอนที่ 3: R2 การทดลองรูปแบบการพัฒนา) จำนวน 3 คน ผลการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้งทั้ง 5 ประเภท ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ถักติ้งของผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	$\bar{X}$±S.D	แปลค่า	รายการประเมิน	$\bar{X}$±S.D	แปลค่า
ผลิตภัณฑ์เสื้อ			**ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี**		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.69±0.47	มากที่สุด	ด้านผลิตภัณฑ์	3.90±0.83	มาก
ด้านความสวยงาม	4.84±0.10	มากที่สุด	ด้านความสวยงาม	3.87±0.73	มาก
ด้านประโยชน์ใช้สอย	4.43±0.13	มาก	ด้านประโยชน์ใช้สอย	3.44±0.82	พอใช้
รวม	**4.65±0.23**	**มากที่สุด**	**รวม**	**3.74±0.79**	**พอใช้**
ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่			**ผลิตภัณฑ์ชุดบนโต๊ะอาหาร**		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.79±0.24	มากที่สุด	ด้านผลิตภัณฑ์	4.50±0.48	มากที่สุด
ด้านความสวยงาม	4.42±0.53	มาก	ด้านความสวยงาม	4.00±0.82	มาก
ด้านประโยชน์ใช้สอย	4.40±0.45	มาก	ด้านประโยชน์ใช้สอย	4.20±0.62	มาก
รวม	**4.54±0.41**	**มากที่สุด**	**รวม**	**4.23±0.64**	**มาก**
ผลิตภัณฑ์หมอนอิง					
ด้านผลิตภัณฑ์	4.58±0.40	มากที่สุด			
ด้านความสวยงาม	4.42±0.53	มาก			
ด้านประโยชน์ใช้สอย	4.33±0.52	มาก			
รวม	**4.44±0.48**	**มาก**			
รวมทั้งหมด	**4.32±0.51**	**มาก**			

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย±ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญให้การประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.32±0.51 เมื่อพิจารณาแต่ละประเภท พบว่า ผลิตภัณฑ์เสื้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือ 4.65±0.23 รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.54±0.41 ส่วนผลิตภัณฑ์หมอนอิง มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.44±0.48 สำหรับผลิตภัณฑ์ชุดบนโต๊ะอาหาร มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.23±0.64 และผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือสตรีมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.74±0.79 อยู่ในระดับพอใช้ นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญยังได้ให้คำแนะนำว่าทั้งผลิตภัณฑ์กระเป๋าและชุดบนโต๊ะอาหารควรตกแต่งสำเร็จ (Finishing) ด้วยสารสะท้อนน้ำ (Water repellence) ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการทำความสะอาดได้อีกระดับหนึ่ง สำหรับผลิตภัณฑ์เสื้อผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้ปรับเพิ่มขนาดเสื้อให้เป็นเสื้อตัวหลวม และผ้าซับในที่ใช้ผ้าฝ้ายเนื้อบางนั้นอาจจะเปลี่ยนเป็นการถักโครเชต์ด้วยเส้นด้ายขนาดเล็กแทน จะช่วยให้เสื้อมีความยืดหยุ่นมากยิ่งขึ้นเวลาสวมใส่ จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญผู้วิจัยได้นำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น และจะได้นำต้นแบบผลิตภัณฑ์ไปสอบถามความพึงพอใจกับกลุ่มผู้บริโภคต่อไป

3. จากการทดสอบตลาด โดยการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จริงในพื้นที่เป้าหมาย เพื่อดูปฏิกิริยาการตอบรับของกับกลุ่มผู้บริโภค 2 พื้นที่ ได้แก่ 1) ร้านบุญยวง จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) งานแสดงสินค้าโอท็อป (OTOP City 2019) ณ อาคารชาแลนเจอร์ 1-3 อิมแพ็ค เมืองทองธานี กรุงเทพฯ ซึ่งออกบูธโดยตัวแทนกลุ่มชุมชนพร้อมกันนี้ได้สังเกตพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้ง จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสังเกต พบว่า ผู้ที่ให้ความสนใจเป็นเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่วัยกลางคนจนถึงวัยสูงอายุ (วัยเกษียณ) สำหรับสีสันของผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคมีความชื่นชอบ และให้การตอบรับดี และบางรายมีความกังกลเกี่ยวกับสีตก จึงไม่กล้าตัดสินใจซื้อ ส่วนลวดลายที่นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสนใจและสอบถามเรื่องราว ที่มา ของผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจซื้อ และไม่ได้ต่อรองราคา เนื่องจากบนผลิตภัณฑ์มีป้ายแท็กที่แสดงถึงเรื่องราว ที่มา และราคา ของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นทั้ง 5 ประเภท สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ 21 ชิ้น ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เสื้อ 3 ตัว ผ้าคลุมไหล่ 3 ผืน ผลิตภัณฑ์หมอนอิง 2 ใบ ผลิตภัณฑ์กระเป๋า 3 ใบ ผลิตภัณฑ์ชุดบนโต๊ะอาหาร 2 ชุด (1 ชุด ประกอบด้วย ผ้าคาดโต๊ะ 1 ผืน ผ้ารองจาน 4 ผืน) รวมยอดจำหน่ายได้ทั้งหมด 23,500 บาท ซึ่งผู้บริโภคจ่ายเป็นเงินสด และโอนผ่านแอบพิเคชัน ส่วนผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายไม่ได้ตามระยะเวลาที่กำหนดเป็นผลิตภัณฑ์หมอนอิงที่ทำจากเส้นด้ายกัญชง จำนวน 1 ใบ ผลิตภัณฑ์ชุดบนโต๊ะอาหารที่ทำจากเส้นด้ายเยื่อไผ่ จำนวน 1 เซท แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายแยกชิ้นมีความคล่องตัวในการจำหน่ายมากว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเป็นชุด สรุปได้ว่า ในระยะเวลา 3 เดือน ผลิตภัณฑ์ที่นำไปทดสอบตลาดและจัดจำหน่ายจริงนั้นเป็นที่ต้องการของตลาด คิดเป็นร้อยละ 81.48 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 80

การอภิปรายผล

1. ผลจากการศึกษาแนวคิดการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและ โครเชต์ มีจุดแข็ง (Strengths) ด้านมีฝีมือ และความประณีตในการสร้างสรรค์ผลงาน สามารถผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า และขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นตัวอย่างให้ลูกค้าได้ ผู้วิจัยจึงได้นำจุดแข็ง และศักยภาพที่ดีของกลุ่มมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อเป็นกุญแจสำคัญในการนำทรัพยากรในตัวบุคคล และทรัพยากรอื่นๆ ที่มีอยู่มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้ สอดคล้องกับ Queen sirikit sericulture office region 2 Udon Thani province (2011, p. 1) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การนำทรัพยากรไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงสุด ทั้งนี้ได้นำทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นดังเช่น ลวดลายบนผ้าทอจกแม่แจ่มมาประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้ง ซึ่งเป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคม และยังธำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ดั้งเดิม สำหรับแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้เปลี่ยนวัสดุที่ใช้ในการถักจากแบบเดิม คือ ใช้เส้นด้ายที่ย้อมสีธรรมชาติ แทนการย้อมด้วยสีสังเคราะห์ ส่งผลให้กลุ่มมีข้อได้เปรียบในด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคมีความนิยมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาขึ้นมานี้ได้ยึดหลักการของ Soodsang (2016, p. 185) คือ ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Innovation product) โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นครั้งแรกที่ยังไม่มีมาก่อนในตลาด ส่งผลให้กลุ่มสามารถลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ทั้งนี้การได้มาซึ่งรูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น ส่วนหนึ่งได้แนวความคิดมาจากรูปแบบเดิม แล้วนำมาพัฒนาให้เข้ากับบทบาทของสังคม เพื่อประยุกต์ใช้ให้เกิดความเหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบัน และอีกส่วนหนึ่งได้มีการปรับรูปแบบให้มีความทันสมัย มุ่นเน้นด้านคุณภาพและมาตรฐานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์สู่สากล พร้อมกันนี้ยังช่วยสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรมในการพัฒนารูปแบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ruttanateerawichien & Toathom (2018) แนวทางการเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีมูลค่าเพิ่ม โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ที่นำอัตลักษณ์ล้านนามาสร้างสรรค์ ผสมผสานเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองลูกค้า คล้ายคลึงกับ (Suwanasree, 2018, p. 22) การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงการพัฒนาให้เป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ นำไปสู่การขยายช่องทางการตลาดต่อไป

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งที่ประยุกต์จากลวดลายตีนจกแม่แจ่ม ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทราบความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ประสบผลสำเร็จและมีคุณภาพที่เป็นมาตรฐานนั้น นอกจากผู้ผลิตจะต้องมีความตื่นตัว ในการค้นคว้า วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องแล้ว ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค สามารถพยากรณ์การตลาดในอนาคตได้ เพื่อให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ตามที่กำหนดไว้ (Suwanasree, 2018, p. 22) โดยผู้ที่ตอบแบบสอบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เนื่องจากผู้หญิงมีความชื่นชอบ และสนใจงานฝีมือมากกว่าผู้ชาย โดยเฉพาะงานฝีมือประเภทงานเย็บปักถักร้อย ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการให้มีการพัฒนาส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นการตอบโจทย์ด้านใช้งานจริง

ในชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Qiu & Chen (2012, p. 122-124) การใช้ประโยชน์ผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้ง เป็นการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป เริ่มจากการใช้งานเพียงอย่างเดียวไปสู่การใช้งานหลากหลายขึ้นจนกลายเป็นวัฒนธรรม สำหรับลวดลายตีนจกที่นำมาประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้งนั้น สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ทั้งกลุ่มลายโคมและลายกุม โดยการลดทอนรายละเอียดและออกแบบให้มีเอกภาพ มีความสมดุลที่สัมพันธ์กลมกลืนกัน (Burapajatana, 2016) การใส่ลวดลายบนผ้าถักนั้นนิยมใช้วิธีทำให้เส้นด้ายคล้องกันเป็นห่วงทั้งผืนผ้า ชุดของเส้นด้ายประกอบด้วยด้ายเส้นเดียว ใช้ถักตามแนวนอน (Weft Knit) หรือเส้นด้ายเป็นกลุ่มใช้ถักเป็นแนวตั้ง (Warp Knit) (Sailasoot, 1996, p. 362) ลักษณะผิวสัมผัสของผ้าถักที่ทำด้วยมือ ไม่มีความสม่ำเสมอเหมือนถักด้วยเครื่อง แต่สามารถสร้างสรรค์ลวดลาย และสีสันให้สดใสได้ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ Čubrid, Kožarid & Matkovid (2015) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mandal (2018) ผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้งด้วยมือนั้นมีเอกลักษณ์ ทั้งนี้ความแตกต่างของราคาผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับคุณภาพของเส้นด้ายที่ใช้ในการผลิต และเลือกวัสดุที่สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น มีคุณสมบัติระบายความร้อนได้ดี จึงเหมาะสำหรับนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในประเทศที่มีสภาพภูมิอากาศร้อนชื้นอย่างประเทศไทย ซึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งทั้ง 5 ประเภท ได้พัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการด้านหน้าที่ใช้สอยเป็นหลัก เนื่องจากหน้าที่ใช้สอยถือเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญอันดับแรกที่ต้องคำนึง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบาย จึงจะถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยดี (Sooksod, 2001, p. 88) แต่ก็ไม่ควรทิ้งความสวยงามทางศิลปะ ดังจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทมีการให้เฉดสีที่สวยงาม และกลมกลืนกัน ส่งผลให้การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับ 4.32±0.51 อยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นสามารถนำไปพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและโครเชต์บ้านห้วยทรายได้

3. การทดสอบตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้งที่ประยุกต์จากลวดลายตีนจกแม่แจ่ม ผลิตภัณฑ์ที่นำไปทดสอบตลาดและจัดจำหน่ายจริงนั้นเป็นที่ต้องการของตลาด คิดเป็นสัดส่วน 81.48 เปอร์เซ็นต์ สูงกว่าที่กำหนดไว้ คือ 80 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นการทดสอบตลาดด้วยวิธีการจำหน่ายจริง ทำให้ทราบจุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ กลุ่มสามารถใช้ข้อมูลเหล่านี้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่ายต่อไป ถึงแม้ว่าการทดสอบตลาดทำให้คู่แข่งขันทราบความเคลื่อนไหว และปรับกลยุทธ์ทางการตลาดได้ก่อน Somboonkul (2018, p. 1) แต่ในความเป็นจริงแล้วผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายตีนจกแม่แจ่ม เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะที่คนทั่วไปสามารถลอกเลียนแบบได้ยาก ดังนั้นจึงเป็นข้อได้เปรียบในการนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดจริง โดยไม่กลัวว่าความลับของการผลิตจะรั่วไหล ในทางตรงกันข้ามการนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาด เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้า แม้จะยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อก็ตาม อีกประการหนึ่งการทดสอบตลาดด้วยการจำหน่ายจริง ทำให้ทราบข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในมุมมองของผู้บริโภคได้หลากหลาย สามารถนำมาปรับใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มได้

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การประยุกต์ลวดลายตีนจกแม่แจ่มสำหรับใช้ในงานถักนิตติ้ง เพื่อสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชาวล้านนา มาต่อยอดเพื่อให้เกิดการสร้างเพิ่มมูลค่าและสร้างความแปลกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้ง โดยใช้เส้นด้ายและย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติ เพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์การบริโภคในปัจจุบัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานศักยภาพของชุมชน ส่งผลให้ชุมชนสามารถผลิต และพึ่งพาตนเองได้ นอกจากนี้การสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน จะช่วยลดการซ้ำซ้อนผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนได้ สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคก่อน เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาดด้วยการนำต้นแบบผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายจริง จึงเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยยืนยันได้ว่าผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้พัฒนาขึ้น สามารถจำหน่ายและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคจริง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การนำสีย้อมธรรมชาติมาใช้ในการย้อมเส้นด้ายสำหรับถักนิตติ้ง ควรสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับคุณภาพของสีย้อมให้กับผู้บริโภค เพื่อลดความวิตกกังวลเรื่องการตกสี
2. การนำเส้นด้ายธรรมชาติมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายตีนจกแม่แจ่ม ได้ใช้เส้นด้ายเบอร์ 10/1 ผ้าถักจึงมีความหนา ควรทดลองใช้เส้นด้ายขนาดเล็ก เพื่อลดความหนาของผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับสภาพอากาศของประเทศไทย
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายตีนจกแม่แจ่มเป็นการปักลายเต็มผืน ส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบต้องใช้เวลาการผลิตนาน และผลิตภัณฑ์มีราคาสูง ดังนั้นควรนำลวดลายไปใช้เพียงเล็กน้อย เพื่อลดเวลาในการผลิต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยถึงแนวทางการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายตีนจกแม่แจ่ม เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ให้สอดคล้องความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสในการจัดจำหน่ายในอนาคต
2. ควรนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้ง เพื่อตกแต่งผลิตภัณฑ์สำเร็จ เช่น สารสะท้อนน้ำ สารหน่วงไฟ และสารแต่งกลิ่น เพื่อเพิ่มประโยชน์ใช้สอยให้กับผลิตภัณฑ์
3. ควรมีการวิจัยบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้ง เพื่อป้องกัน และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่สนใจของผู้บริโภค

องค์ความรู้ใหม่และผลที่เกิดต่อสังคม ชุมชน ท้องถิ่น

การประยุกต์ลวดลายตีนจกแม่แจ่มสำหรับใช้ในงานถักนิตติ้งเป็นการผสมผสานศิลปหัตถกรรมด้านการทอผ้าและการถักเข้าด้วยกัน การสร้างลวดลายบนผ้าถักนิตติ้งเป็นวิธีการปักตามลักษณะของห่วง ซึ่งยังไม่พบว่ามีการผลิตที่ใดมาก่อน เทคนิคนี้จึงเป็นนวัตกรรมใหม่ (Innovation) ที่จะช่วยให้ชุมชนสามารถประยุกต์ลวดลายต่าง ๆ ของผ้าทอมาไว้บนผ้าถักนิตติ้งได้ เพื่อให้เกิดความหลากหลายและมีความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ผลจากการวิจัยทำให้กลุ่มมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของชุมชนอื่น ๆ สะท้อนให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ในระดับครัวเรือน ระดับชุมชน ส่งผลให้เศรษฐกิจในชุนชนดีขึ้น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของชาติ พ.ศ. 2561-2580 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันบนพื้นฐานแนวคิด “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดรับกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ได้

References

Burapajatana, J. (2016). Applying patterns from Identity of Jok woven textiles of Mae Jam to design of cultural textile products for home decoration. *Veridian E-Journal,Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts), 9*(3), 1720-1721. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/90823/71303 (In Thai)

Charoenwongsak, K. (2016). *Cultural Capital with Thailand 4.0*. Retrieved from http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/639453.

Čubrid, S. I., Kožarid, N., & Matkovid, V., M. P. (2015). Knitted patchwork in interior design: Research of matching different textures and colours, *Global Journal on Humanites & Social Sciences*, *1*(1), 378-383.

Mandal, P. (2018). A Study on Traditional Hand Knitted Articles and Its Modernization by Female Craftsman of Manali Village at Himachal Pradesh. *International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology*, *2*(12), 5-12.

Qiu, L. & Chen, X. (2012). The Exploitation of Household Knitting Goods Made of Linen. *Advanced Material Research,* 627(1), 122-124. DOI:10.4028/www.scientific.net/AMR.627.122

Queen Sirikit Sericulture Office Region 2 Udon Thani Province. (2011). *Creating Value Added Sericulture*. Retrieved https://www.gotoknow.org/posts/441611. (In Thai)

Ruttanateerawichien, K., & Toathom, T. (2018). Increasing Competency of Crochet Local Product in Nong-Now with Participation. *Academic Journal Uttaradit Rajabhat University*, *12*(2), 39-52. https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/uruj/article/view/92403/83928 (In Thai)

Sailasoot, A. (1996). *Principle of Fabric.* (10thed.). Bangkok: Tonsai Printing Co., Ltd. (In Thai)

Somboonkul, Y. (2018). *Market Testing.* Retrieved from http://www.stou.ac.th/stouonline /lom/\ data/sms/market/Unit4/MENUUNIT4.htm. (In Thai)

Soodsang, N. (2016). *Design research methodology*. Bangkok: Odeon store. (In Thai)

Suwanasree, S. (2008). *Principles of product development and sensory quality assessment.* Department of Agro-Industry, Faculty of Agriculture Natural Resources and Environment, Naresuan University. (In Thai)

Sooksod, T. (2001). *Industrial design.* Bangkok: O.S. Printing House. (In Thai)

Thongkham, S. (2018). Knitting Production Situation of Ban Huay Sai Community Enterprise. Interview. (In Thai)

Tiengket, N. (2020). *Lai Chok Mae Chaem.* Chiang Mai: Nopburi Printing. (In Thai)