การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จากอัตลักษณ์ชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี

Develop Product and Packaging from Local Identity of NONG KHAO, KANCHANABURI

ณพงศ หอมแย้ม*
NAPHOONG HORMYAM*
Corresponding Author Email: bestbauls@gmail.com

วันที่รับบทความ 4 กันยายน 2567
วันที่แก้ไขบทความ 4 ตุลาคม 2567
วันที่ตอบรับบทความ 15 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มีจุดมุ่งหมายในการค้นหา พัฒนาและแสดงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว หมู่บ้านผ้าขาวผ้าร้อยสี หมู่บ้านที่มีชื่อเสียงของอำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์จากชุมชนบ้านหนองขาว 2) เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าของชุมชนบ้านหนองขาวให้สามารถแสดงอัตลักษณ์ชุมชนและสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ชุมชนได้อย่างเหมาะสมโดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ได้แก่ กลุ่มประชากรบุคคลทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับชุมชนบ้านหนองขาว จำนวน 50 คน โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามประเมินต้นแบบลวดลายผ้าขาวม้า และกลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่มประชากรทั้งคนในชุมชนบ้านหนองขาวและบุคคลทั่วไป จำนวน 50 คน โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ในงานวิจัยครั้งนี้ โดยได้ผลการวิจัยสามารถแบ่งสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว ได้ 2 ประเภท คืออัตลักษณ์ที่ จับต้องได้ ได้แก่ ผ้าขาวม้า วัดอินทาราม และพิพิธภัณฑ์บ้านหนองขาว และอัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ความเชื่อเรื่องยาย และประเพณีในวิถีชีวิตท้องถิ่น เริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการบูรณาการลายตาคู่ ลวดลายอัตลักษณ์การทอผ้าขาวม้า หนองขาวเข้ากับลัทธิทางการออกแบบทอเป็นต้นแบบผ้าขาวม้าลายใหม่ จำนวน 3 ลวดลาย ได้แก่ ผ้าขาวม้าลาย ลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) ผ้าขาวม้าลายลัทธิ ป็อป อาร์ต (Pop Art) และผ้าขาวม้าลายลัทธิ

* สาขาวิชาการออกแบบสื่อสาร คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
* Department of Communication Design ay Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University

(Psychedelic) โดยผ้าขาวม้าลายลัทธิ เดอ สไตล์ ได้รับการประเมินความพึงพอใจมากที่สุด มากกว่าผ้าขาวม้าลายลัทธิอื่นด้วยคะแนน 4.78 ผู้วิจัยจึงนำผ้าขาวม้าลัทธิ เดอ สไตล์ นี้เป็นวัสดุหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ ประเภทสินค้าตกแต่งบ้าน คือ หมอนขิดร่วมสมัย และเบาะรองเอนกประสงค์ โดยหมอนขิดได้คะแนนประเมินความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มากที่สุด ที่คะแนน 4.65 และเบาะรองเอนกประสงค์ได้คะแนนประเมินความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ที่คะแนน 4.48 พร้อมออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าผ้าขาวม้าผืนและผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ทั้งสองชิ้น โดยนำอัตลักษณ์ที่จับต้องได้คือ ลวดลายจากผ้าขาวม้า และโครงสีจากอาคารพิพิธภัณฑ์บ้านหนองขาว เป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าผ้าขาวม้าผืน ได้รับคะแนนประเมินความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุดที่คะแนน 4.72 บรรจุภัณฑ์หมอนขิดร่วมสมัย ได้รับคะแนนประเมินความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ที่คะแนน 4.48 และบรรจุภัณฑ์เบาะรองเอนกประสงค์ ได้รับคะแนนประเมินความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ที่คะแนน 4.49

คำสำคัญ: ผ้าขาวม้า / อัตลักษณ์ / ลัทธิการออกแบบ

Abstract

This research aims to find Develop and show the identity of the Ban Nong Khao community. The Hundred Colored Loincloths, The famous village of Tha Muang district, Kanchanaburi. The objectives were 1) to study the identity of Ban Nong Khao community 2) to design product packaging of Ban Nong Khao community to show the community identity and create an image for the community. The samples in the research were divided into 3 groups as follows : The first group consisted of 50 people who were not related to Ban Nong Khao community by using research tools. was a questionnaire evaluating a prototype of a loincloth pattern. The second group was a population group of 50 people in the Ban Nong Khao community and the general public. This According to the research results, the identity of the Ban Nong Khao community can be divided into 2 types ; Tangible identity is Loincloth, Wat Intharam and Ban Nong Khao Museum, and Intangible identities is Belief in grandmothers and Traditions in the local way of life. Started to develop products from the integration of Lai Ta Kau. The identity pattern of weaving loincloth, Nong Khao, matched The Design Cult. Weaved as a prototype of new Loincloths : De Stijl Loincloth, Pop Art Loincloth and Psychedelic Loincloth. More than other cult loincloths with a score of 4.78, this cult De Stijl Loincloth was used as the main material for lifestyle Product development. The category of home decoration products is The Contemporary Khit Pillows. and The Multi-Purpose Cushion. Pillow Khit scored the highest overall satisfaction rating at 4.65 and the Multi-Purpose

Cushion scored the highest overall satisfaction rating at 4.48. Packaging design for both loincloth and lifestyle products, item by bringing a tangible identity is pattern from loincloth, and the color scheme from the Ban Nong Khao Museum building is a guideline for the development of new packaging. The packaging for the loincloth product received the highest overall satisfaction rating of 4.72, The Contemporary Khit Pillows packaging received the highest overall satisfaction rating of 4.48, and The Multi-Purpose Cushion packaging received a high overall satisfaction rating score of 4.49.

Keywords: Loincloths / Identity / Design Cult

บทนำ

ความเป็นมาของบ้านหนองขาวนั้น มีเรื่องเล่าย้อนไปถึงแผ่นดินอยุธยา เสียกรุงศรีอยุธยาเป็นครั้งที่ 2 ชาวบ้านท้องถิ่นเขตเมืองกาญจนบุรี คือชาวบ้านดงรังและบ้านดอนกระเดื่องที่อยู่รายทางผ่านกองทัพพม่าต่างกระจัดกระจาย หลบหนีหลบซ่อนอยู่ตามป่าเขา และเมื่อบ้านเมืองกลับเข้าสู่ความสงบสุขแล้ว ราษฎรทั้ง 2 หมู่บ้าน ได้รวมกันตั้งหมู่บ้านขึ้นใหม่ใกล้กับหนองน้ำใหญ่ เรียกกันว่า หนองหญ้าดอกขาว เนื่องจากมีหญ้าออกดอกสีขาวปกคลุมทั่วบริเวณหนองน้ำ ซึ่งชื่อหนองน้ำได้กลายเป็นชื่อของหมู่บ้านด้วย ต่อมาการเรียกกร่อนลงเหลือเพียง บ้านหนองขาว ทุกวันนี้ร่องรอยของหนองน้ำยังคงปรากฏอยู่ในหมู่ที่ 3 หรือหนองคอกวัว แม้หนองจะถูกกลบถูกถมและกลายเป็นที่ตั้งบ้านเรือน แต่ก็ยังมีสภาพที่เป็นหนองน้ำอยู่ เพราะเมื่อทิ้งไว้สักระยะหนึ่ง ก็จะปรากฏว่ามักมีน้ำเอ่อขังขึ้นมาอยู่เสมอ บ้านหนองขาวเป็นหมู่บ้านใหญ่ ประชากรหนาแน่น จนมีคำกล่าวกันว่า “หมู่บ้านใหญ่ไก่บินไม่ตก” ต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง โดยได้จัดตั้งบ้านหนองขาวขึ้นเป็นตำบลหนองขาว ประกอบด้วย 12 หมู่บ้าน แบ่งเป็นการปกครองในเขตเทศบาล และปกครองโดยองค์การบริหารส่วนตำบล มีวัดเก่าแก่ประจำชุมชนคือ วัดอินทาราม

บ้านหนองขาวเริ่มเป็นที่รู้จัก เมื่อคนต่างถิ่นเดินทางผ่านมาและพบเห็นเข้ากับขบวนแห่นาคของชาวบ้านที่ยิ่งใหญ่ยาวสุดลูกหูลูกตา นาคแต่งกายแปลกตาตามแบบวัฒนธรรมบ้านหนองขาว ชาวบ้านในขบวนต่างสวมใส่เสื้อผ้าหลากสี และงานสงกรานต์ที่มีขบวนแห่เป็นเกวียนเทียมวัวนับ 20 เล่ม แม้เป็นหมู่บ้านเล็กแต่การสืบสานวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าจากรุ่นสู่รุ่นไว้ได้เป็นอย่างดี ชุมชนบ้านหนองขาวยังคงอนุรักษ์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้งประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ได้อย่างสมบูรณ์แบบและหลากหลาย เช่น ภาษาถิ่น การแต่งกาย การประกอบอาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นบ้าน การละเล่นพื้นบ้าน เพลงพื้นบ้าน เพลงเหย่ย การทำบุญเข้าพรรษา งานสงกรานต์ งานเทศน์มหาชาติ และการแสดงทางวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตที่สืบทอดกันมาแต่ครั้งอดีต ที่นี่เขาใส่เสื้อผ้าที่ทอเอง สีสันสดใส เป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมายาวนานและมีชื่อเสียงมาก ผ้าขาวม้าร้อยสี ของดีบ้านหนองขาวที่มีลวดลาย สีสันที่ฉูดฉาดซึ่งเป็นผลผลิต ที่เรียกว่าเป็นหน้าเป็นตาของชุมชนหนองขาว คือ ผ้าขาวม้าตาจัก ที่นี่พิเศษกว่าที่อื่น เพราะมีการเก็บยกลายสาน สวยงาม ซึ่ง

ปัจจุบันนี้ นำมาแปรรูป เช่นเป็นเสื้อ กระเป๋า หมวก เน็คไท ผ้าพันคอ รองเท้า โดยชุมชนบ้านหนองขาว ได้เข้าร่วมเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CIV) โครงการของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ที่มีลักษณะเป็นหมู่บ้านที่นำทุนวัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต มาผนวกอย่างสมดุลกับความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ สินค้าที่ระลึกและรูปแบบการบริการที่สร้างประสบการณ์ใหม่ เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมเป็นผู้ผลักดันและยกระดับหมู่บ้านด้วยตนเอง สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนในระยะยาวต่อไป ซึ่งทางโครงการได้นำร่องหาอัตลักษณ์ของชุมชนและจัดทำสัญลักษณ์ประจำชุมชนพร้อมแผ่นพับสำหรับชุมชน ไว้ส่วนหนึ่ง และได้เข้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบในชุมชนด้วย ทำให้ชุมชนมีผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นที่เรียกว่าผลิตภัณฑ์ไลฟสไตล์ เช่น เสื้อผ้า หมวก หรือร่ม แต่ทั้งนี้รูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าหลักของชุมชน คือผ้าขาวม้าทอผืน และสินค้ารองคือผลิตภัณฑ์ทุกอย่างที่ต่อยอดจากผ้าขาวม้านั้น ยังคงไม่ตอบโจทย์ของการใช้งานที่กว้างขึ้น คนรุ่นใหม่มีความสนใจผ้าขาวม้าแต่รูปแบบของผ้าขาวม้า ไม่ว่าจะเป็นลวดลาย โครงสี หรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอด ไม่ตอบโจทย์กับสังคมปัจจุบันที่กลุ่มเป้าหมาย มีรูปแบบการใช้ชีวิตและไลฟ์สไลต์ที่เปลี่ยนไป อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ที่ใส่ผ้าขาวม้าทอผืนและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องมีรูปแบบไม่เหมาะสมที่สอดรับกับการใช้งาน ในชุมชนใช้กล่องบรรจุภัณฑ์หลายแบบมาก ไม่มีกล่องที่แสดง อัตลักษณ์ร่วมกันในการแสดงความเป็นชุมชนบ้านหนองขาว ทำให้ไม่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ชุมชนได้

ดังนั้นการนำอัตลักษณ์มาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ชุมชนบ้านหนองขาวนั้น จำเป็นต้องมีการออกแบบและนำเสนออย่างเหมาะสม จึงเป็นที่มาของการวิจัยในครั้งนี้เพื่อผลิตผลงานวิจัยออกแบบสร้างสรรค์พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนบ้านหนองขาวเพิ่มความแข็งแรงให้แก่ชุมชนและส่งเสริมให้ชุมชนพร้อมเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CIV) อย่างสมบูรณ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว
2. เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าของชุมชนบ้านหนองขาวให้สามารถแสดงอัตลักษณ์ชุมชนและสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ชุมชนได้อย่างเหมาะสม

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อพัฒนางานออกแบบภายใต้ขอบเขตของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต้น คือ อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว ตัวแปรตาม คือรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านหนองขาว กลุ่มตัวอย่าง คือคนในชุมชนบ้านหนองขาวและบุคคลทั่วไปที่ได้รับการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม แบบประเมิน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ยมาตรฐานและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

1. รวบรวมและศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร จากบทความ งานวิจัย ข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต และข้อมูลจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผ้าขาวม้า ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ ลัทธิทางการออกแบบ บรรจุภัณฑ์และ อัตลักษณ์ชุมชน โดยเน้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผ้าขาวม้าร้อยสีชุมชนบ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นสำคัญ

2. สรุปอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาวที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสาร ประกอบการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มผ้าทอมือบ้านหนองขาว

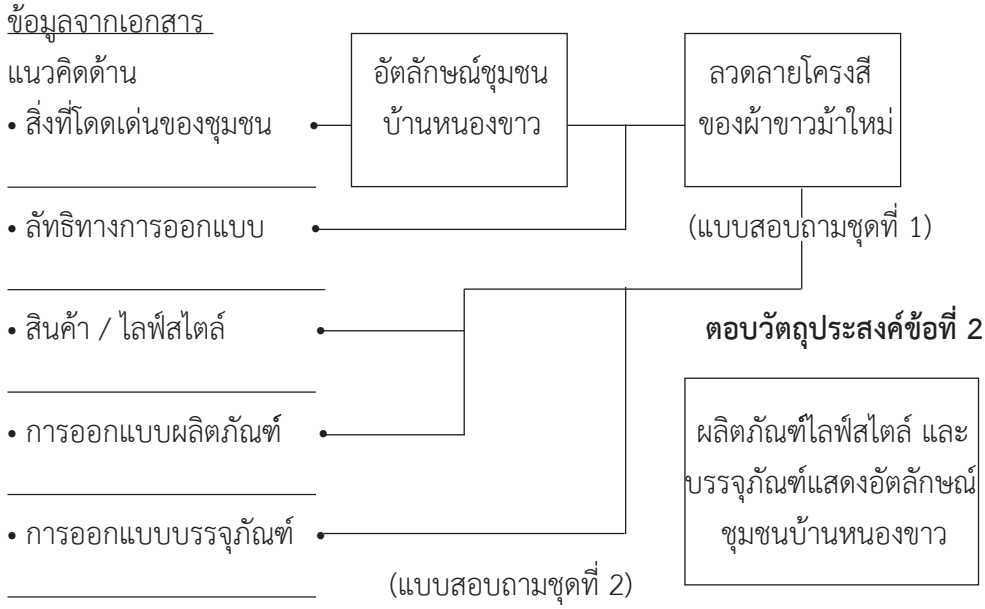
3. บูรณาการแนวคิดในการสร้างสรรค์ลายผ้าขาวม้าใหม่ให้ร่วมสมัย โดยใช้หลักการและแนวทางการออกแบบ ในการวางองค์ประกอบและการใช้สีจากลัทธิทางการออกแบบที่โดดเด่นในประวัติศาสตร์การออกแบบเป็นกรอบในการออกแบบลวดลายและโครงสีในการทอต้นแบบผ้าขาวม้าใหม่ในการวิจัยครั้งนี้

4. ประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบผ้าขาวม้าที่ได้ออกแบบและทอขึ้นใหม่ โดยใช้แบบสอบถามชุดที่ 1 เป็นเครื่องมือในการวิจัย มีกลุ่มประชากรเป็นบุคคลทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับชุมชนบ้านหนองขาวจำนวน 50 คน

5. ออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์จากผ้าขาวม้าลวดลายใหม่และบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อแสดง อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว พร้อมประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์และบรรจุภัณฑ์ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้แบบสอบถาม ชุดที่ 2 เป็นเครื่องมือในการวิจัย มีกลุ่มประชากรเป็นคนในชุมชนบ้านหนองขาวและบุคคลทั่วไปจำนวน 50 คน

6. รายงานผลวิจัย สรุปอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์จากผ้าขาวม้าลวดลายใหม่และบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว

ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1



ภาพที่ 1 ภาพกรอบแนวทางการดำเนินการจัย - ที่มา : โดยผู้วิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ร่วมสมัยขึ้น ตั้งแต่ลวดลายของผ้าขาวม้า รูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านหนองขาว จึงเน้นการวิเคราะห์เพื่อให้ได้แนวทางในการออกแบบที่เป็นรูปธรรม โดยใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากเครื่องมือในการดำเนินการวิจัยประเภทแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ ทั้งข้อมูลความเห็น ความต้องการและการประเมิน วัดค่าเป็นตัวเลขด้วยการหาค่าร้อยละและเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย หาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาสรุปวิเคราะห์ผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามแต่ละชุด และนำผลเชิงปริมาณนั้นมาวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพเพื่อกำหนดแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมให้มีความเป็นรูปธรรมมากที่สุดในการแสดงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาวโดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาวโดยผู้วิจัยศึกษา สรุปต่อยอดจากงานวิจัยและจากเอกสารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับบ้านหนองขาว วิเคราะห์เป็นค่าร้อยละแล้วเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย โดยสิ่งที่โดดเด่นใดที่มีค่าร้อยละมากกว่า 50 ขึ้นไปถือว่านำมาเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาวได้

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อหาแนวทางในการออกแบบลวดลายและโครงสีการทอผ้าขาวม้าใหม่ในการวิจัยครั้งนี้ให้ ร่วมสมัยไปพร้อมกับการแสดงอัตลักษณ์ของบ้านหนองขาว โดยวิเคราะห์และคัดเลือกแนวทางจากแนวคิดเรื่องลัทธิทาง การออกแบบ โดยใช้เกณฑ์ คือ ลัทธิการออกแบบใดที่มีแนวทางในการใช้สีในการออกแบบผลงานมากกว่า 4 สีขึ้นไป จึงนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบลายทอผ้าขาวม้าใหม่ในการวิจัยนี้ได้

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจลวดลายผ้าขาวม้าที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นในรูปแบบและโครงสีใหม่โดยได้แนวทางจากลัทธิทางการออกแบบ นำข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 1 มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมาสรุปวิเคราะห์ผลข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ นำข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 2 มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมาสรุปวิเคราะห์ผลข้อมูล

สรุปผลและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว

ผู้วิจัยได้รวบรวมสิ่งที่โดดเด่นของชุมชนบ้านหนองขาวจากงานวิจัย บทความ และเอกสารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 แหล่งข้อมูลได้แก่ (1) ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8 เรื่อง ข้อมูลชุมชนบ้านหนองขาว โครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CIV) (2) วัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี เรื่อง รายละเอียดข้อมูลชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านหนองขาว (3) บทความวิจัย เรื่อง การสร้างสำนึกท้องถิ่นบ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ในบริบททุนนิยมโลกาภิวัตน์ ของ เบ็ญจมาภรณ์ แดนอินทร์ (4) รายงานวิจัย เรื่อง การสร้างคุณค่า สู่มูลค่า “ผ้าขาวม้าร้อยสี ของดีบ้านหนองขาว” อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ของ พรทิพย์ กำเหนิดแจ้ง

และ (5) บทความวิจัยเรื่องการวิจัยออกแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนโดยแนวคิดการออกแบบรักษ์โลกของชุมชนบ้านหนองขาว อ.ท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ของภัทรพล สุวรรณโฉม แสงโสม จิตต์วารี และภัทราภรณ์ สุวรรณโฉม

ตารางที่ 1 ตารางแสดงสิ่งที่โดดเด่นของชุมชนบ้านหนองขาวจากแหล่งที่มาต่าง ๆ

สิ่งที่โดดเด่น แหล่งที่มา ของชุมชนบ้านหนองขาว	ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8	วัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี	เว็บไซต์ท่องเที่ยว แคนอินทร์	พรทิพย์ กำเหนิดแจ้ง	ภัทรพล สุวรรณโฉม	ความถี่ในการซ้ำข้อมูล	ค่าร้อยละ
• ผ้าขาวม้า	✔	✔	✔	✔	✔	5	100
• วัดอินทาราม	✔	✔		✔		3	60
• บ้านดงตาล	✔					1	20
• บ้านเพลงผ้า	✔					1	20
• พิพิธภัณฑ์บ้านหนองขาว	✔	✔		✔		3	60
• ชุมชนเข้มแข็ง	✔		✔			2	40
• ภาษา สำเนียงท้องถิ่น	✔		✔			2	40
• ศิลปะพื้นถิ่น เพลงเหย่ย ไอ้บุญทอง	✔	✔				2	40
• ความเชื่อ เช่น หม้อยาย	✔	✔	✔	✔	✔	5	100
• ประเพณี เช่น ทำขวัญ		✔		✔	✔	3	60
• อาชีพเกษตรกรรม		✔				1	20
• อาหาร		✔			✔	2	40

ที่มา : โดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2565

จากตารางที่ 1 สามารถสรุปผลสิ่งที่โดดเด่นของชุมชนบ้านหนองขาว โดยใช้เกณฑ์สิ่งที่โดดเด่นใดมีจำนวนความถี่ในการซ้ำของข้อมูลที่มีค่าร้อยละมากกว่า 50 ขึ้นไปถือว่าเหมาะสม สามารถนำมาเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของชุมชนบ้านหนองขาวได้ จึงสรุปได้ว่าอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว โดยเรียงลำดับจากค่าร้อยละจากมากไปหาน้อย ดังนี้

อัตลักษณ์ที่ 1 ได้แก่ ผ้าขาวม้า ผ้าขาวม้าร้อยสี การทอผ้าเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของคนหนองขาว โดยบ้านหนองขาวมีลายดั้งเดิมอยู่ 3 ลวดลาย คือ ลายตาจัก ลายตาคู่ และลายตาหมากรุก ซึ่งมีจุดเด่นคือทุกลายต้องมีตายก โดยลายที่สำคัญคือลายตาจัก มีลักษณะการยกถี่ มีขั้นตอนที่ซับซ้อนจน ส่วนลายตาคู่นั้นจะมีลักษณะการยกห่างกว่า และมีความโดดเด่นในเรื่องของสีสันที่สดใสจากสีของเส้นด้ายไหมประดิษฐ์ นิยมใช้สีตัดกันในการทอ และใช้หลายๆ สีไม่ต่ำกว่า 4-5 สีในผ้า 1 ผืนจึงได้ชื่อว่าเป็นแหล่ง “ผ้าขาวม้าร้อยสี”

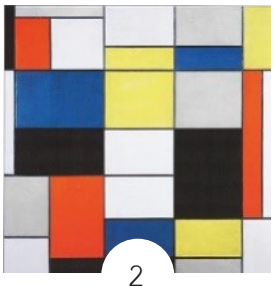
อัตลักษณ์ที่ 2 ได้แก่ ความเชื่อ ชุมชนบ้านหนองขาวมีความเชื่อเรื่องยาย ซึ่งหมายถึงบรรพบุรุษของแต่ละครอบครัว โดยจะใช้ขี้ผึ้งปั้นเป็น รูปคนใส่ในภาชนะรูปทรงต่างๆ เช่น หม้อดินคนหนองขาวเชื่อว่าการรับยายไปอยู่ในบ้านจะช่วยปกป้องคุ้มครองให้ครอบครัว
อยู่เย็นเป็นสุข มีความเจริญรุ่งเรือง

อัตลักษณ์ที่ 3 มีจำนวน 3 สิ่ง ได้แก่ ประเพณี วัดอินทาราม และพิพิธภัณฑ์บ้านหนองขาว (1) ประเพณี ชุมชนบ้านหนองขาวสืบทอดประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต เช่น ประเพณีสงกรานต์บ้านหนองขาว หรือประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาชีพเกษตรกรรมการทำนาของคนในชุมชนบ้านหนองขาว เช่น การทำขวัญข้าว ขวัญยุ้ง (2) วัดอินทาราม หรือเรียกว่า วัดหนองขาว มีอายุกว่าร้อยปีโดยพื้นที่ของวัดวัดเป็นศูนย์รวมของคนในชุมชน เพื่อประกอบพิธีกรรมต่างๆ ทั้งตามประเพณีและความเชื่อ และ (3) พิพิธภัณฑ์บ้านหนองขาว เป็นสถานที่เก็บรวบรวมเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันของคนในชุมชนบ้านหนองขาว จัดแสดงเรื่องราวประวัติความเป็นมาของชุมชนบ้านหนองขาว การแบ่งภูมิประเทศ คนหนองขาว ภูมิปัญญา วิถีชีวิต และการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ อดีต ปัจจุบัน รวมไปถึงแนวทางในอนาคตของชุมชนบ้านหนองขาว

2. ผลการวิเคราะห์ลัทธิในการออกแบบเพื่อนำเป็นแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์ลายผ้าขาวม้า

ผู้วิจัยได้ศึกษาลัทธิในการออกแบบจากแนวคิดประวัติศาสตร์ทางการออกแบบเพื่อวิเคราะห์หาลัทธิใน การออกแบบลายผ้าขาวม้าใหม่ โดยมีแนวคิดหลักในการสร้างสรรค์ลวดลายของผ้าขาวม้า คือผ้าขาวม้าที่มีรูปแบบ ลวดลาย และโครงสีของผ้าขาวม้า แสดงความเป็นสากลร่วมสมัย สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าได้ โดยใช้เกณฑ์คัดเลือกลัทธิในการออกแบบที่มีแนวทางการใช้สีของลัทธิอย่างโดดเด่น มีอัตลักษณ์เป็นที่รู้จัก ใช้สีไม่ต่ำกว่า 4 สีในแต่ละผลงานของลัทธิ ซึ่งสอดคล้องตามแนวทางการใช้โทนสีในการทอผ้าขาวม้าของชุมชนบ้านหนองขาว ที่ในหนึ่งผ้าทอใช้สีของด้ายประดิษฐ์ ไม่ต่ำกว่า 4 สี โดยลัทธิทางการออกแบบที่มีรูปแบบในการใช้สีเข้าเกณฑ์ดังกล่าว มีจำนวน 3 ลัทธิ ได้แก่ (1) ลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) ซึ่งมีรูปแบบการทำงานเป็นแบบนามธรรมที่เรียบง่าย สนใจเรื่องความสัมพันธ์ของเส้นสีและพื้นที่ว่าง ซึ่งได้พัฒนาคลี่คลายมาจากรูปทรงธรรมชาติลดทอนให้เรียบง่ายลงตามลำดับ จนเหลือเพียงรูปทรงเรขาคณิตที่เรียบง่ายโดยปราศจากรูปทรงในธรรมชาติ ใช้เพียง สีดำ สีขาวและแม่สี คือ สีน้ำเงิน สีเหลือง และสีแดง (2)

ลัทธิ ป็อป อาร์ต (Pop Art) หรือศิลปะประชานิยม โดยมีรูปแบบการทำงานมาจากแนวความคิดของสังคมบริโภคและความนิยมในสังคมมาเป็นรูปแบบในการสร้างสรรค์ เช่น การ์ตูน รูปโฆษณาสินค้ารูปถ่ายดารา ตัวอักษรป้ายโฆษณาต่างๆ ต้องการสะท้อนชีวิตในสังคมปัจจุบันให้ยอมรับสิ่งที่มีอยู่ โดยผลงานนิยมใช้เทคนิคและการผลิตเชิงอุตสาหกรรมเข้ามาช่วยสร้างสรรค์ผลงาน เช่น การพิมพ์ การสกรีน มีการถ่ายภาพ และเน้นการใช้สีที่ถูกฉาดบาดตา และ (3) ลัทธิ ไซคีเดลิค (Psychedelic) ได้แนวทางการสร้างสรรค์ผลงานจากอิทธิพลภาพหลอนที่มีรูปแบบที่โดดเด่นมีความเป็นเอกลักษณ์ชัดเจนในการจัดองค์ประกอบภาพที่บิดเบี้ยวซับซ้อนใช้สีสันฉูดฉาด มักมีสัญลักษณ์แฝงถึงเรื่องเสรีภาพสังคมความรักเป็นการแสดงออกถึงความรื่นเริงภายในจิตใจของศิลปิน



2



3



5

ภาพที่ 2 ภาพผลงานลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) ที่มา : https://www.thearto-ry.org/movement/de-stijl/

ภาพที่ 3 ภาพผลงานลัทธิ ป็อป อาร์ต (Pop Art)
ที่มา : https://medium.com/a-history-of-color/origins-of-pop-art-8581ce7487c4

ภาพที่ 4 ภาพผลงานลัทธิ ไซคีเดลิค(Psychedelic)
ที่มา : https://psychable.com/culture/the-psychedelic-history-of-art

ตารางที่ 2 ตารางแสดงเปรียบเทียบการใช้สีในแต่ละลัทธิ

ลัทธิทางการออกแบบ	ตัวอย่างผลงาน	สีที่นิยมใช้	องค์ประกอบ
ลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl)	(ภาพที่ 2)		เส้นตรงแนวตั้ง เส้นตรงแนวนอน สี่เหลี่ยม
ลัทธิ ป็อป อาร์ต (Pop Art)	(ภาพที่ 3)		ภาพพิมพ์ เทคนิคสกรีนฮาพโทน
ลัทธิ ไซคีเดลิค (Psychedelic)	(ภาพที่ 4)		เส้นโค้ง ภาพบิดเบี้ยว นามธรรม เหนือจริง

แนวทางในการวางองค์ประกอบของลวดลายที่เหมาะสมกับการทอผ้าขาวม้าคือลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) ทั้งนี้พิจารณาจากรูปแบบขององค์ประกอบที่ใช้เส้นตั้งเส้นนอนเกิดเป็นช่องตารางเหมือนลวดลายของผ้าขาวม้าที่มีการกำกับ เส้นตั้ง และเส้นนอนในการทอ ผู้วิจัยจึงบูรณาการแนวทางของการออกแบบของลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) ให้เข้ากับการตั้งด้ายยืนในการทอของผ้าขาวม้า โดยการตั้งด้ายยืน 1 ชุดประกอบด้วย สีขาว 12 เส้น สีดำ 24 เส้น สีขาว 16 เส้น สีดำ 32 เส้น สีขาว 20 เส้น และ สีดำ 12 เส้น ตั้งต่อเนื่องซ้ำกันไปจนครบหน้ากว้างของการทอผ้าขาวม้าที่ตั้งไว้ ความกว้างของผ้าทอประมาณ 0.80 เมตร โดยเส้นด้ายยืนนี้ ใช้เป็นได้ด้ายยืนหลักในการทอผ้าขาวม้าตามโครงสีของทั้ง 3 ลัทธิ โดยทั้งหมดทอตามลวดลายตาคู่ ซึ่งเป็นลายอัตลักษณ์ ลายหนึ่งของผ้าขาวม้าบ้านหนองขาว



ภาพที่ 5 ภาพแบบร่างและต้นแบบผ้าขาวม้าทอตามเส้นด้ายยืนตามกำหนด
ที่มา : โดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2565

และการออกแบบเส้นพุ่งในการทอผ้าขาวม้าลายใหม่ในโครงการนี้ แบ่งออกเป็น 3 ลวดลาย คือผ้าขาวม้าลายลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) ผ้าขาวม้าลายลัทธิ ป็อป อาร์ต (Pop Art) และผ้าขาวม้าลายลัทธิ ไซคีเดลิค (Psychedelic) ดังนี้



1. ผ้าขาวม้าลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl)

ทอตามลักษณะลายตาคู่ เป็นลวดลายที่เกิดจากการทอสลับสีหลักโดยใน 1 ชุดจะมีสีด้ายพุ่ง 4 สี คือ แดง 28 เส้น คั่นกลางด้วยเอ็นขาว 4 เส้น ตามด้วยเหลือง 28 เส้นและน้ำเงิน 28 เส้นตามลำดับ โดยรวมผ้าขาวม้าลัทธิเดอ สไตล์ ใช้ด้ายสีทั้งหมด 5 สี ได้แก่ สีดำ สีขาว สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน

ภาพที่ 6 ภาพแบบการกำหนดสีและจำนวนของเส้นด้ายพุ่ง และต้นแบบผ้าขาวม้าลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) ที่มา : โดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2565



2. ผ้าขาวม้าลัทธิ ป็อป อาร์ต (Pop Art)

ทอตามลักษณะลายตาคู่โดยใน 1 ชุดจะมีเส้นด้ายพุ่ง 4 สี คือเขียวตอง 28 เส้นคั่นด้วยเอ็นส้ม 4 เส้น ตามด้วยชมพูเข้ม 28 เส้นและชมพู 14 เส้น ตามลำดับ โดยรวมผ้าของงานลัทธิป๊อปอาร์ตใช้ด้ายสี ทั้งหมด 6 สีได้แก่สีดำ สีขาว สีเขียวตอง สีส้ม สีชมพูเข้ม สีชมพู

ภาพที่ 7 ภาพแบบการกำหนดสีและจำนวนของเส้นด้ายพุ่ง และต้นแบบผ้าขาวม้าลัทธิ ป็อป อาร์ต (Pop Art) ที่มา : โดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2565



3. ผ้าขาวม้าลัทธิ ไซคีเดลิค (Psychedelic)

ทอตามลักษณะลายตาคู่โดยใน 1 ชุดจะมีเส้นด้ายพุ่ง 4 สี คือฟ้า 16 เส้น บานเย็น 28 เส้น ตามด้วย เหลืองเข้ม 28 เส้นและแดง 28 เส้นตามลำดับ โดยรวมผ้าของงานลัทธิป๊อปอาร์ตใช้ด้ายสี ทั้งหมด 6 สีได้แก่สีดำ สีขาว สีฟ้า สีบานเย็น สีเหลืองเข้ม สีแดง

ภาพที่ 8 ภาพแบบการกำหนดสีและจำนวนของเส้นด้ายพุ่ง และต้นแบบผ้าขาวม้าลัทธิ ไซคีเดลิค (Psychedelic) ที่มา : โดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2565

3. ผลการประเมินความพึงพอใจลายผ้าขาวม้าที่ออกแบบสร้างสรรค์ในการวิจัยครั้งนี้

ผ้าขาวม้าที่สร้างสรรค์ใหม่ในครั้งนี้มี 3 รูปแบบ ได้แก่ ผ้าขาวม้าลายลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) ผ้าขาวม้าลายลัทธิ ป็อป อาร์ต (Pop Art) และผ้าขาวม้าลายลัทธิ ไซคีเดลิค (Psychedelic) โดยการประเมินต้นแบบผ้าขาวม้า ทำการประเมินใน 3 ด้าน ได้แก่ ลวดลายมีสีสันสวยงาม ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสะท้อนลัทธิการการออกแบบได้ชัดเจน สรุปผลการประเมินได้ดังนี้ ผ้าขาวม้าลายลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) ได้รับการประเมินความพึงพอใจระดับมากที่สุดใน ทุกด้าน ทั้งสะท้อนลัทธิการการออกแบบได้ชัดเจน ลวดลายมีสีสันสวยงาม และความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และที่คะแนน 4.86, 4.78 และ 4.70 ตามลำดับ

ผ้าขาวม้าลายลัทธิ ป็อป อาร์ต (Pop Art) ได้รับการประเมินความพึงพอใจมากที่สุดในด้านความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่คะแนน 4.60 ลวดลายมีสีสันสวยงามและสะท้อนลัทธิการการออกแบบได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ที่คะแนน 4.45, และ 4.43 ตามลำดับ

ผ้าขาวม้าลายลัทธิ ไซคีเดลิค (Psychedelic) ได้รับการประเมินความพึงพอใจมากที่สุดใน

ด้านลวดลายมีสีสันสวยงามและความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่คะแนน 4.63 และ 4.62 ตามลำดับ และสะท้อนลัทธิการการออกแบบได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ที่คะแนน 4.44

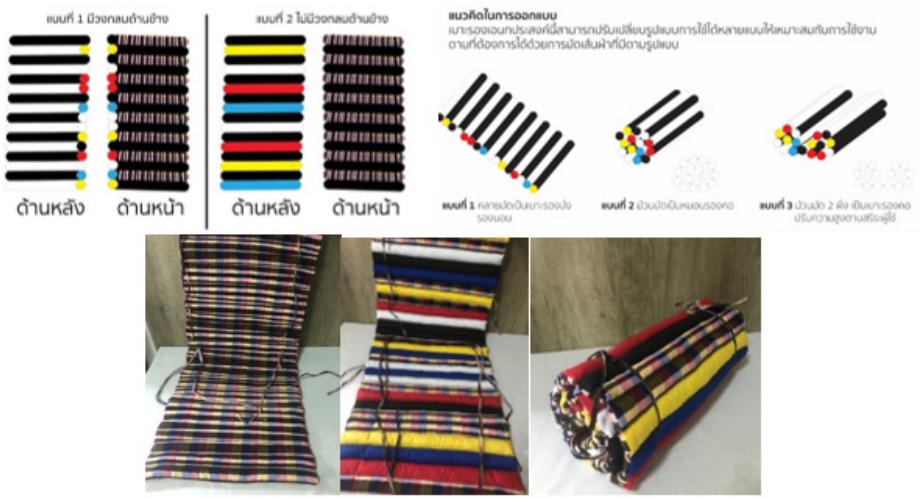
และเมื่อพิจารณาจากคะแนนประเมินโดยรวมทุกประเด็น ผ้าขาวม้าลายลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) ได้รับความประเมินพึงพอใจมากที่สุด ด้วยคะแนน 4.78 อันดับที่ 2 ได้แก่ ผ้าขาวม้าลายลัทธิ ไซคีเดลิค (Psychedelic) มีคะแนนการประเมิน 4.56 และอันดับ 3 ได้แก่ ผ้าขาวม้าลายลัทธิ ป็อป อาร์ต (Pop Art) ได้คะแนนประเมิน 4.49 จึงสามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์คือการนำผ้าขาวม้าลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) เป็นวัสดุหลักในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ไลฟ์สไตล์ ในการวิจัยครั้งนี้

4. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์และบรรจุภัณฑ์

ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ประเภทของตกแต่งบ้าน ที่ออกแบบใหม่ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้ผ้าขาวม้าลาย ลัทธิ เดอ สไตล์ (De Stijl) เป็นวัสดุหลักในการผลิต โดยผู้วิจัยได้ออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์จำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ หมอนขิดและเบาะรองเอนกประสงค์ โดยมีแนวคิดหลักในการสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ให้มีความ ร่วมสมัยเน้นประโยชน์การใช้สอยรองรับความหลากหลายในการใช้งานได้มากขึ้น

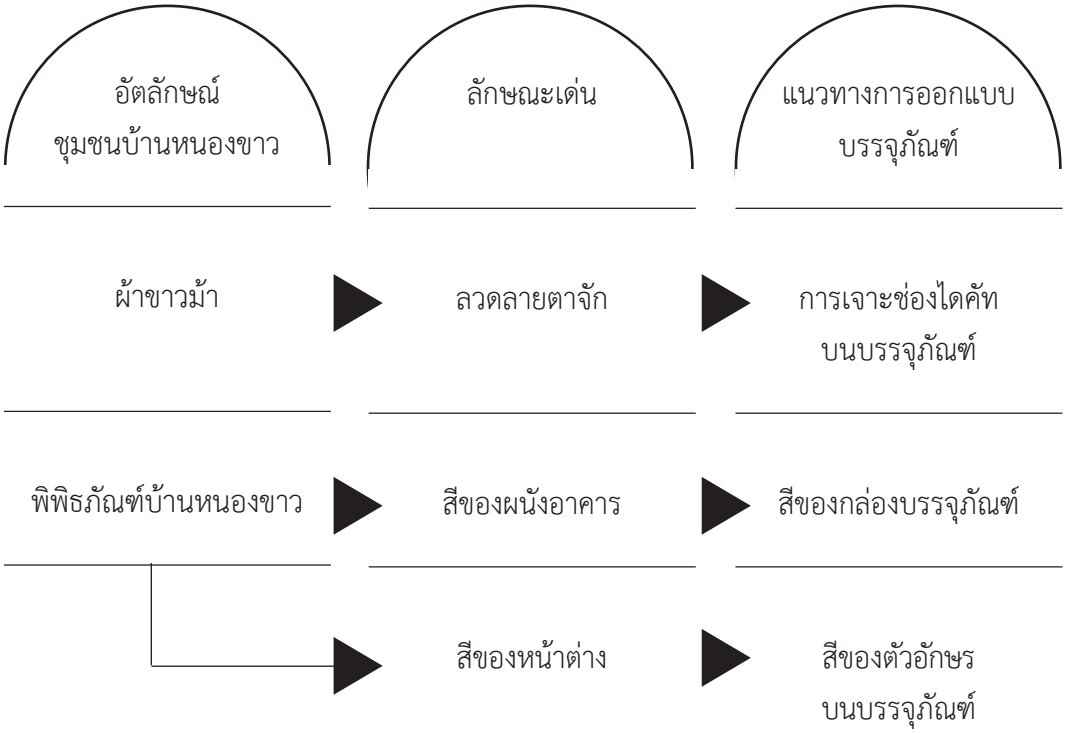


ภาพที่ 9 ภาพแบบร่างและต้นแบบผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ หมอนขิด
ที่มา : โดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2565



ภาพที่ 10 ภาพแบบร่าง และต้นแบบเบาะรองเอนกประสงค์
ที่มา : โดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2565

และผลงานออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองขาว แบ่งเป็น 2 ประเภท คือบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุผ้าขาวม้าเป็นผืน ขนาดประมาณ 0.80 เมตร x 2.10 เมตร และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ หมอนขิด และเบาะรองอเนกประสงค์ โดยแนวคิดในการออกแบบได้นำอัตลักษณ์ที่จับต้องได้ของชุมชนบ้านหนองขาวมาเป็นกรอบสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ในครั้งนี้



ภาพที่ 11 ภาพแนวคิดการนำอัตลักษณ์ชุมชนบ้านหนองขาวมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์
ที่มา : โดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2565



ภาพที่ 12 ภาพแบบร่าง และต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า



ภาพที่ 13 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์และต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ หมอนขิด



ภาพที่ 14 ภาพแบบร่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ เบาะรองเอนกประสงค์
(ภาพที่ 12-14 ที่มา : โดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2565)

การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ประเมินใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการแสดงอัตลักษณ์ ด้านความสวยงาม ด้านการใช้งานและประโยชน์ใช้สอย และด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ชุมชน สรุปผลการประเมินได้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์หมอนขิดได้รับการประเมินความพึงพอใจด้านการแสดงอัตลักษณ์ การใช้งานและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ชุมชนบ้านหนองขาว อยู่ในระดับมากที่สุดที่คะแนน 4.78, 4.71 และ 4.69 ตามลำดับ ความสวยงามอยู่ในระดับมาก ที่คะแนน 4.43 ส่วนผลิตภัณฑ์เบาะรองเอนกประสงค์ได้รับการประเมินความพึงพอใจด้านการแสดงอัตลักษณ์และ

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ในระดับมากที่สุด ที่คะแนน 4.62 และ 4.56 ตามลำดับ การใช้ประโยชน์และความสวยงามอยู่ในระดับมาก ที่คะแนน 4.44 และ 4.30 ตามลำดับ ดังนั้นผลิตภัณฑ์หมอนขิดได้รับการประเมินความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุดที่คะแนน 4.65 และเบาะรองเอนกประสงค์ได้รับความพึงพอใจ ในระดับมากอยู่ที่คะแนน 4.48

การประเมินบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ทั้งบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าขาวม้าผืน และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ โดยประเมินทั้งหมด 7 ด้าน ครอบคลุมส่วนที่เป็นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งรูปแบบ ขนาด การใช้สี การใช้ตัวอักษร การแสดงข้อมูล รวมถึงการแสดงอัตลักษณ์และการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ชุมชนบ้านหนองขาว สรุปผลการประเมินดังนี้

ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยออกแบบใหม่ในครั้งนี้ ในส่วนของบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าขาวม้าผืน ผลการประเมินโดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจมากที่สุดอยู่ที่คะแนน 4.72 และเมื่อพิจารณาจากแต่ละด้านโดยเรียงลำดับคะแนนความพึงพอใจ จากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้ดังนี้ อันดับที่ 1 การบรรจุภัณฑ์สามารถแสดง อัตลักษณ์บ้านหนองขาวได้อยู่ที่คะแนน 4.87 อันดับที่ 2 ด้านบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ชุมชนบ้าน หนองขาวได้อยู่ที่คะแนน 4.85 อันดับที่ 3 รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ที่คะแนน 4.78 อันดับที่ 4 ด้านขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์อยู่ที่คะแนน 4.75 อันดับที่ 5 ด้านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมครบถ้วน อยู่ที่คะแนน 4.70 อันดับที่ 6 ด้านสีสันของบรรจุภัณฑ์สวยงามอยู่ที่คะแนน 4.67 อันดับที่ 7 ด้านรูปแบบตัวอักษรมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ได้คะแนน 4.45

ในส่วนของบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าไลฟ์สไตล์หมอนขิด ผลการประเมินโดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจมากอยู่ที่คะแนน 4.49 และเมื่อพิจารณาจากแต่ละด้านโดยเรียงลำดับคะแนนความพึงพอใจมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ ดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านบรรจุภัณฑ์สามารถแสดงอัตลักษณ์บ้านหนองขาวได้อยู่ที่คะแนน 4.69 อันดับที่ 2 ด้านบรรจุภัณฑ์สามารถแสดงภาพลักษณ์ที่ดีแก่บ้านหนองขาวได้อยู่ที่คะแนน 4.59 อันดับที่ 3 ด้านสีสันบรรจุภัณฑ์สวยงาม อยู่ที่คะแนน 4.51 อันดับที่ 4 ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ที่คะแนน 4.50 อันดับที่ 5 ด้านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมครบถ้วนอยู่ที่ คะแนน 4.48 อันดับที่ 6 ด้านรูปแบบของตัวอักษรมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์อยู่ที่คะแนน 4.38 อันดับที่ 7 ด้านขนาดบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์อยู่ที่คะแนน 4.20 ในส่วนของบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าไลฟ์สไตล์เบาะรองเอนกประสงค์ ผลการประเมินโดยรวมทุกด้าน มีความพึงพอใจมากอยู่ที่คะแนน 4.48 และเมื่อพิจารณาจากแต่ละด้านโดยเรียงลำดับคะแนนความพึงพอใจมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านบรรจุภัณฑ์สามารถแสดงอัตลักษณ์บ้านหนองขาวได้อยู่ที่คะแนน 4.68 อันดับที่ 2 ด้านบรรจุภัณฑ์สามารถแสดงภาพลักษณ์ที่ดีแก่บ้านหนองขาวได้ อยู่ที่คะแนน 4.60 อันดับที่ 3 ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ที่คะแนน 4.53 อันดับที่ 4 ด้านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมครบถ้วนอยู่ที่ คะแนน 4.50 อันดับที่ 5 ด้านสีสันบรรจุภัณฑ์สวยงาม อยู่ที่คะแนน 4.43 อันดับที่ 6 ด้านรูปแบบของตัวอักษรมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์อยู่ที่คะแนน 4.39 อันดับที่ 7 ด้านขนาดบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์อยู่ที่คะแนน 4.25

ข้อเสนอแนะ

1. แนวทางในการสร้างสรรค์รูปแบบของการทอผ้าขาวม้ายังสามารถคิดค้นวิจัยสร้างสรรค์ได้อีกหลายแนวทาง แนวทางในการออกแบบเส้นยืน การกำกับสีของเส้นพุ่ง ยังสามารถพัฒนาและขยายผลได้อีกมาก เพื่อให้ผ้าขาวม้าที่ทอนั้นมีเรื่องราวสร้างจุดขายเพิ่มมูลค่าได้มากขึ้นอีก

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุผ้าขาวม้านั้น ยังสามารถวิจัยให้ผ้าขาวม้านี้เข้าไปเป็นวัสดุหลักในผลิตภัณฑ์อื่นๆ อีกมากมาย ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำเฉพาะสินค้าไลฟ์สไตล์ประเภทเดียว คือสินค้าตกแต่งบ้าน ดังนั้นการวิจัยในอนาคตยังสามารถทดลองใช้วัสดุผ้าขาวม้านี้ทดแทนวัสดุผ้าอื่นๆ ได้ ในผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยแนะนำว่า การวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยจำเป็นต้องลงไปควบคุมทุกขั้นตอนในการผลิตตั้งแต่การเลือกสีเส้นด้าย การขึ้นเส้นยืนที่กี่กระตุกเลย เพราะมุมมองและความเข้าใจบางอย่าง ระหว่างผู้วิจัยกับผู้ทอ บางครั้งเข้าใจคนละแบบกัน ถึงจะทำให้ผ้าขาวม้านี้ไปได้ไกลกว่าที่เป็นอยู่

3. การวิจัยในอนาคตสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าทอท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นนั้น สามารถมีกรอบในการวิจัยได้ทั้งเชิงลึกและกว้างกว่าการวิจัยในครั้งนี้ อาทิเช่น สามารถทำกรอบเชิงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นมาเป็นแรงบันดาลในการการออกแบบเพื่อวัดการรับรู้การเข้าใจของผู้บริโภคต่อท้องถิ่นนั้นๆ หรือลวดลายเป็นบนบรรจุภัณฑ์ที่มาจากท้องถิ่นสามารถสร้างความจดจำต่อท้องถิ่นได้มากน้อยขนาดไหน หรือลวดลายที่มาวัฒนธรรมใดที่สามารถสร้างการจดจำต่อนักท่องเที่ยวได้มากกว่ากัน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

เจนยุทธ ศรีหิรัญ. (2560) การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมสมุนไพรไทย บ้านนาขุม จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 8*(1), 155-168.

ชัยรัตน์ อัศวางกูร. (2548) *การออกแบบให้โดนใจ.* บริษัททั่งฮั่วซินการพิมพ์.

ณัชภัค แซ่มวงษ์. (2554) *การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์ : กรณีศึกษาผ้าขาวม้าร้อยสี บ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัญกาญจนบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ทินวงษ์ รักอิสสระกุล และธัญญธร อินทร์ท่าฉาง. (2556) การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นประจำภาคเหนือตอนล่าง เพื่อการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 33*(1), 93-110.

บัวตะวัน มีเดีย. (2561). หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตัวอย่าง Creative Industry Village : CIV. *อุตสาหกรรมสาร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 60*(ก.ค.-ส.ค.), 7-16.

เบ็ญจมาภรณ์ แดนอินทร์. (2554) การสร้างสำนึกท้องถิ่นบ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ในบริบททุนนิยมโลกาภิวัตน์. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 37*(2), 143-155.

พรทิพย์ กำเหนิดแจ้ง. (2555) *การสร้างคุณค่า สู่มูลค่า "ผ้าขาวม้าร้อยสี ของดีบ้านหนองขาว" อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี.* กลุ่มยุทธศาสตร์และเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี.

ภัทรพล สุวรรณโฉม แสงโสม จิตต์วารี และภัทราภรณ์ สุวรรณโฉม. (2559). การวิจัยออกแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนโดยแนวคิดการออกแบบรักษ์โลกของชุมชนบ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารอรพิมวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, 1*(1), 168-178.

วัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี. (2564). รายละเอียดข้อมูลชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านหนองขาว.

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8. (2564). *ข้อมูลชุมชนบ้านหนองขาว โครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ (CIV).*

ภาษาอังกฤษ

Weigel, R. H., & Newman, L.S. (1976). Increasing attitude-behavior correspondence by broadening the scope of the behavioral measure. Journal of Personal ity and Social Psychology. 33,793-802.

ระบบออนไลน์

กองบรรณธิการ. (2560, 19 สิงหาคม). หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตัวอย่าง Creative Industry Village ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์. สืบค้นจาก https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/QM224p45-48.pdf

ใจภักดิ์ บุรพเจตนา. (2562, 25 กันยายน). *การอนุรักษ์และพัฒนาผ้าขาวม้าร้อยสีของชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี.* สืบค้นจาก http://www.ecard.rmutt.ac.th/index.php/arts/article/view/1817/1179

นฤมล บุญญานิตย์. (2556, 19 สิงหาคม). *ผ้าทอบ้านหนองขาว...ภูมิปัญญาที่ยังดำรง.* สืบค้นจาก http://www.snc.lib.su.ac.th/westweb/?p=2021

BANGKOKBANK SME. (2563). 6 กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์มาแรงจากกระแส New Normal. สืบค้นจาก https://www.bangkokbanksme.com/en/lifestyle-products-new-normal-trend