

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษรีแปรรูปจากฝั่ชุมชนบ้านกุดกะเสียน  
ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ

มิถุนายน 2555

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษรีแปรรูปจากฝื่อชุมชนบ้านกุดกะเสียน  
ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ

มิถุนายน 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลจากฝั่ชวมชนบ้านกุดกะเสียน  
ต.เซื่องโน อ.เซื่องโน จ.อุบลราชธานี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ

มิถุนายน 2555

รัตต์ัญญู ศิลาบุตร. (2555). การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี. ปริญญาโท ศป.ม. (นวัตกรรมการออกแบบ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สีนีนารถ เลิศไพโรว์ลัย.

การศึกษาและพัฒนากระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการผลิตกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี และเพื่อพัฒนารูปแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสารและภาคสนาม ทั้งแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบสรุปผล จากนั้นประเมินผลงานการออกแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ และปรับปรุงแก้ไขให้เกิดความสมบูรณ์ ตลอดจนสร้างแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อแบบร่างที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน

ผลการวิจัยพบว่า กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี โดยส่วนใหญ่มีรูปทรงสี่เหลี่ยม และสีของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เกิดจากการย้อมสีเคมี (สีย้อมกก) ลักษณะโทนสีเป็นสีสดใส ในด้านของลวดลายแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ลายพื้น ได้แก่ ลายพื้นแดง ลายพื้นเขียว เป็นต้น 2) ลายสลับ ได้แก่ ลายแดง-ดำ ลายตะแคง ลายพริกไทย เป็นต้น 3) ลายผสม ได้แก่ ลายลูกโซ่ ลายก้างปลา ลายดอกจันทร์ ด้านกระบวนการผลิตและเทคนิคการสร้างสรรคพบว่า กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือใช้กรรมวิธีการทอผือเป็นผืนเสื่อ จากนั้นนำไปตัดขึ้นรูปตามแบบ ตกแต่งขอบด้วยผ้ากุน ประกอบหูหิ้วหรือสายกระเป๋าโดยใช้จักรอุตสาหกรรม และขึ้นรูปทรงกระเป๋าด้วยการสอยมือ ซึ่งผู้วิจัยยังได้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นกระเป๋าสตรี 2012 (Fashion trends 2012) และทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมด้วย เพื่อใช้เป็นแนวทางและกรอบแนวคิด ซึ่งใช้เป็นตัวกำหนดในด้านรูปทรง ด้านสีส้น และเทคนิคการสร้างสรรคกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ โดยได้นำผลการศึกษาและผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาทดลองพัฒนารูปแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ โดยเน้นแนวทางหลักในการพัฒนาด้านความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ซึ่งประกอบด้วยแบบร่าง จำนวน 15 ชุด (Collections) และคัดเลือกสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้เชี่ยวชาญให้เหลือเพียง 3 ชุด (Collections) จากนั้นประเมินแบบโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ท่าน เพื่อคัดเลือกให้เหลือเพียง 1 ชุด (Collection) ซึ่งผลการประเมินปรากฏว่า ชุดที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในเกณฑ์ดี ชุดที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อยู่ในเกณฑ์ดี ชุดที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อยู่ในเกณฑ์ดี จากนั้นนำมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

และได้เป็นกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ชุดที่ 4 โดยประเมินประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญอีกครั้ง ซึ่งผลการประเมินปรากฏว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 อยู่ในเกณฑ์ดี จากนั้นนำไปสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 1 ชุด (Collection) มี 3 ชิ้นงาน ประกอบด้วย กระเป๋าหูหิ้ว, กระเป๋าสะพายและกระเป๋าถือ และประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภค ปรากฏว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 อยู่ในเกณฑ์ดี โดยการออกแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อนั้น ผู้บริโภคพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อทั้งทางด้านรูปแบบและลวดลายที่สวยงาม สร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิมที่มีอยู่ มีความประณีต และมีความละเอียดในการตัดเย็บ เหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน อีกทั้งผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อสามารถเป็นแนวทางในการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นได้และมีความเป็นเอกลักษณ์และแสดงถึงศิลปะท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี



STUDY AND DEVELOPMENT OF THE WEAVING BAGS PRODUCTS FROM COARSE  
BULRUSH OF BAN KUDKRASIAN AMPHOE KHUANG NAI,  
UBON RATCHATHANI



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Fine Arts Degree in Design Innovation  
at Srinakharinwirot University

June 2012

Rattanyoo Silabut. (2012). Study and Development of the Weaving Bags Products from Coarse Bulrush of Ban Kudkrasian Amphoe Khuage Nai, Ubon Ratchathani. M.F.A. (Design Innovation). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Dr.Koraklod Kumsook, Assist, Prof. Sineenath Lertpraiwan.

The objectives of the study and development of the weaving bags products from Coarse Bulrush of Ban Kudkrasian, Khuang Nai District, Ubon Ratchathani province were to investigate model and process, and develop the weaving bags products from Coarse Bulrush of Ban Kudkrasian, Khuang Nai District, Ubon Ratchathani province serve need of the consumer. The interview schedule and questionnaire were collected the field data and collected the data from the documents. The evaluation of satisfaction was designed for the consumer needs including the design evaluation was designed by the experts.

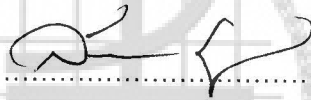
The result of the study found that majority of sample of Ban Kudkrasian, Khuang Nai District, Ubon Ratchathani were rectangular form, chemical dying and various design. The design was divided into 3 groups 1) plane design were red plane design, green plane design etc. 2) alternative design were red-black, oblique, pepper etc. 3) mixdesign were chain design, fish bone design, moon flower design etc. The weaving bags products used the weaving as the mat, the cutting as the form, decorate by the cloth, complement by industrial serving machine, the bags used handmade. The fashion trends 2012 of weaving bags products and theory of design by handmade was conducted. The result and analysis was tested for develop the weaving bags products focusing on the benefit and the beauty. Which consisted of 15 collections classify as the type of the bags such as tote bags, Clutch bags, messenger bags. The evaluator The expert evaluated for 3 collections. The expert evaluated the product, and improve for 1 collection only. Under suggestion which associated to consumer needs. The study should be guideline of profession income and develop the weaving bags products.

ปริญญานิพนธ์  
เรื่อง

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลแปรรูปจากฝื่อ ชุมชนบ้านกุดกระเสียน  
ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี

ของ  
รัตต์ชญ์ ศิลปาบุตร

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ  
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ




คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย


( รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล )

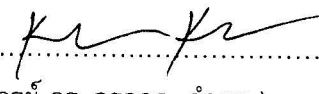
วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. 2555

กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

  
..... ประธาน  
( อาจารย์ ดร. กรกมล คำสุข )

  
..... ประธาน  
( รองศาสตราจารย์จันทร์จรัส ศรีศิริ )

  
..... กรรมการ  
( อาจารย์ ดร. กรกมล คำสุข )

  
..... กรรมการ  
( อาจารย์ ดร. อธิพัชร์ วิจิตสถิตรัตน์ )



## ประกาศศุภการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ ด้วยความอนุเคราะห์อย่างสูงจากท่าน อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข ประธานควบคุมปริญญาโท และผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ เลิศไพโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษา ข้อชี้แนะ และความช่วยเหลือ ทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.วิเทพ มุสิกะปานและอาจารย์คณะศิลปกรรมศาสตร์ทุกท่าน ที่ให้ความกรุณาในการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของวิทยานิพนธ์ รวมทั้งขอขอบพระคุณในความเอื้อเฟื้อ ของอาจารย์เกษร ปานชล ที่ได้ให้สัมภาษณ์และให้ความรู้ คำแนะนำต่างๆ จนกระทั่งบรรลุผลสำเร็จ เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณคุณแม่อำไพ อาจเอี่ยม ประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์ทอเสื่อผืน และท่านสมาชิก ทุกท่านที่สละเวลาเพื่อให้ความสะดวก และความช่วยเหลือในด้านข้อมูลต่างๆ เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณญาติคนใกล้ชิดทุกท่านและพี่ๆ น้องๆ Absolute yoga ที่ให้คำแนะนำและเป็น กำลังใจตลอดมา รวมถึงผู้ที่เอื้อประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในการกรุณา ของทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ท้ายที่สุดนี้ คุณความดีและกุศลที่พึงบังเกิดมีจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ เป็นผลมาจากความ เมตตากรุณา เสียสละทรัพย์และเวลาของบิดา มารดา ผู้คอยให้กำลังใจ จึงขอยกคุณความดี เหล่านั้น เป็นเครื่องบูชาพระคุณ ด้วยความเคารพและสักการะยิ่ง

รัตต์บุญญา ศิลานบุตร

# สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ .....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	2
	ข้อตกลงเบื้องต้น .....	3
	ความสำคัญของการวิจัย .....	3
	ขอบเขตของงานวิจัย .....	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
	กรอบแนวความคิดในการวิจัย .....	5
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	7
	อุตสาหกรรมในครัวเรือน .....	7
	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับฝ้าย .....	12
	ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนบ้านกุดกะเสียน ต.เซียงโน อ.เซียงโน จ.อุบลราชธานี .....	18
	ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากฝ้าย บ้านกุดกะเสียน.....	25
	แนวคิดและทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์.....	29
	แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	52
	แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	61
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	63
3	วิธีดำเนินการวิจัย .....	65
	การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	65
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	65
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	71
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	94
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	96
อภิปรายผล.....	100
ข้อเสนอแนะ.....	102
บรรณานุกรม .....	103
ภาคผนวก .....	107
ภาคผนวก ก.....	108
ภาคผนวก ข.....	112
ภาคผนวก ค.....	117
ภาคผนวก ง.....	121
ภาคผนวก จ.....	124
ภาคผนวก ฉ.....	130
ภาคผนวก ช.....	132
ภาคผนวก ซ.....	142
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์ .....	144

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 สรุปคุณสมบัติข้อดี – ข้อเสียของฝื่อ.....	72
2 ผลวิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ แบบสอบถาม .....	73
3 ผลวิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 2 ความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคต่อ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ .....	75
4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินผลที่มีผลต่อกระเป๋าสตรี แปรรูปชุดที่ 1 .....	86
5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินผลที่มีผลต่อกระเป๋าสตรี แปรรูปชุดที่ 2 .....	87
6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินผลที่มีผลต่อกระเป๋าสตรี แปรรูปชุดที่ 3 .....	89
7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินผลที่มีผลต่อกระเป๋าสตรี แปรรูปชุดที่ 4 .....	91
8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินผลความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ .....	92
9 สรุปคุณสมบัติข้อดี – ข้อเสียของฝื่อ .....	97

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวความคิด.....	1
2 กกสามเหลี่ยมหรือสี่เหลี่ยม.....	13
3 บ้านกุดกระเสียน ตำบลเชียงใน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี.....	15
4 ผลิตภัณฑ์เสื้อฝ้าย.....	20
5 ผลิตภัณฑ์แปรรูปเสื้อฝ้าย.....	20
6 รูปแบบและการใช้สีผสมผสานของงานแฟชั่นในปัจจุบัน.....	26
7 วัฒนธรรมพื้นถิ่นกับงานแฟชั่นในปัจจุบัน.....	26
8 รูปแบบและสีสันทันของกระเป๋าสตรีในปัจจุบัน.....	27
9 แนวคิดด้านสีกับวัฒนธรรมพื้นถิ่น.....	28
10 แบบจำลองการเกี่ยวโยงกันระหว่างประโยชน์ใช้สอยกับปัจจัยด้านอื่นๆ.....	40
11 สรุปแนวทางและกรอบแนวคิดการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝ้าย	83
12 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปชุดที่ 1 .....	84
13 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปชุดที่ 2 .....	84
14 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปชุดที่ 3 .....	85
15 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปชุดที่ 4 .....	90

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการเปลี่ยนแปลงของสังคมอย่างรวดเร็วในครึ่งศตวรรษที่ผ่านมาด้านอุตสาหกรรม ที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีและวิทยาการใหม่ๆ มากขึ้น ความจำเป็นของการใช้ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยตรงในชีวิตประจำวันจึงลดน้อยลง การที่ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งแสดงถึงเอกลักษณ์และวิถีชีวิตของคนในชุมชนจะคงอยู่และสืบต่อภูมิปัญญาได้นั้น จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย โดยมีการพัฒนารูปแบบ รูปทรงและขนาดให้แตกต่างไปจากเดิม เหมาะกับประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น แต่ที่สำคัญก็คือนำภูมิปัญญา และเอกลักษณ์ท้องถิ่นเอาไว้ด้วย (กัลยาณี ปฎิมาพรเทพ. 2548: 210 ; มนตรา พงษ์นิล. 2548: 19) ซึ่งผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาแต่ละประเภทมีศักยภาพและโอกาสขยายตัวแตกต่างกัน ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาที่มีโอกาสขยายตัวและสร้างรายได้ควรได้รับการส่งเสริมภายใต้สภาวะปัจจุบัน เช่น การทอผ้าไหม และผ้าฝ้าย การจักสานผักตบชวา การทอเสื่อ ถือเป็นโอกาสสร้างงานจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่บ้านสตรีในชนบท และถ้าผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพที่ดีเป็นที่ต้องการของตลาดก็จะสามารถให้ผลตอบแทนสูงขึ้น ซึ่งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรมีการดัดแปลงผลิตภัณฑ์หรือปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพให้เหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ โดยจำเป็นต้องมีการพัฒนาและส่งเสริมวัตถุดิบในท้องถิ่นให้มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังรวมถึงการพัฒนาการตลาดโดยเน้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตในเมืองและชุมชนผู้ผลิต เพื่อทำให้เกิดแหล่งรับซื้อหรือแหล่งจำหน่าย แหล่งถ่ายทอดข่าวสาร ตลาดสินค้า และเทคโนโลยีการผลิตจากผู้ประกอบการในเมืองไปสู่ผู้ประกอบการในชนบทอีกทางหนึ่ง (ล้นทม สุทธิ. 2543: 37-38)

จังหวัดอุบลราชธานีถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีภูมิปัญญาแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนโดดเด่นเป็นอันดับต้นๆ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งชุมชนบ้านกุดกระเสียน หมู่ที่ 11 ต.เชียงใน อ. เชียงใน จ.อุบลราชธานี เป็นหมู่บ้านที่มีการทอเสื่อฝื่อที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวิถีชีวิตของคนอีสานค่อนข้างชัดเจน เนื่องจากเสื่อเป็นสิ่งของเครื่องใช้ที่อยู่คู่กับคนอีสานมาตั้งแต่โบราณ โดยประชาชนส่วนใหญ่ในชุมชน มีอาชีพหลักทำนา หากเว้นว่างจากการทำนาจะมีการนำฝื่อที่เกิดขึ้นจำนวนมากในบริเวณชุมชน จนกลายเป็นวิชาชีพในหนองน้ำ มาทอทำเป็นเสื่อเพื่อเก็บไว้ใช้สอยในครัวเรือนและเป็นของฝากแก่ผู้ที่มาเยือน จนในปี พ.ศ. 2545 กลุ่มแม่บ้านในชุมชนได้หันมาจัดตั้งกลุ่มทอเสื่อฝื่อขึ้น โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเข้ามาให้ความช่วยเหลือทั้งในด้านการผลิต, การตลาด,

เงินทุนหมุนเวียน และได้ให้ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์และเทคนิคต่างๆ โดยมีการตัดเย็บเป็น กระเป๋า ของใช้ อาทิ เสื้อผ้า แผ่นรองจาน แผ่นรองแก้ว ถังขยะ ตะกร้า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแบ่ง ออกเป็นสี่หอจากมือ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมือ ซึ่งผลการบริหารจัดการของกลุ่ม จุดแข็งคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลายที่สวยงาม มีเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่น กระบวนการผลิตไม่กระทบต่อ สิ่งแวดล้อม, ความเข้มแข็งของกลุ่ม เนื่องจากกลุ่มมีการเพิ่มจำนวนสมาชิกอย่างต่อเนื่องทำ คักยภาพเพียงพอต่อการผลิตสินค้า วัตถุประสงค์มีปริมาณมาก จุดด้อยหรือปัญหาที่พบ คือขาดช่องทางการ จัดจำหน่ายที่หลากหลาย ขาดการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ ขาดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ขาดนวัตกรรมใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ความต้องการของกลุ่ม คือ ความต้องการ รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาด และต้องการแสวงหาตลาดใหม่ เพิ่มขึ้น (แม่อำไพ อาจเอี่ยม ประธานกลุ่ม: บทสัมภาษณ์)

ปัญหาของรูปแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมือข้างต้นที่ได้มาจากองค์ความรู้ที่เกิดจากการ ฝึกอบรมตามนโยบายของภาครัฐ อาจทำให้เกิดความซ้ำซ้อนของผลิตภัณฑ์ และไม่สามารถสร้าง แตกต่างจากคู่แข่งในท้องถิ่นอื่นที่มีผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกันได้ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ต้องเผชิญกับการ แข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง อีกทั้งผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมือยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจ และไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นว่าการสร้างความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์ น่าจะเป็นการสร้างความแตกต่างและสร้างทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค (เจษฎา พัฒรานนท์, 2553: 196) จึงได้เลือกศึกษารูปแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือ เนื่องจากในปัจจุบันมีรูปแบบไม่หลาก หลาย ไม่ทันสมัยนัก อีกทั้งยังไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มสตรียุคใหม่และ ชาวต่างชาติ ส่งผลให้การจำหน่ายทำได้ยากเกิดภาวะไม่คุ้มทุน เพื่อจะช่วยเหลือปัญหาของท้องถิ่น และเป็นการสร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็งเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน และยกระดับมาตรฐานสินค้าหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพทั้งตลาดในและต่างประเทศ สามารถเป็นแนวทางช่วย กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชน เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งจุดมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือ ชุมชน บ้านกุดกระเสียน ต.เซียงโน อ.เซียงโน จ.อุบลราชธานี
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือ ชุมชนบ้านกุดกระเสียน ต.เซียงโน อ.เซียงโน จ.อุบลราชธานี ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

### ข้อตกลงเบื้องต้น

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ชุมชนบ้านกุดกระเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาในประเด็นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบทั้งด้านความสวยงามและด้านประโยชน์ใช้สอย โดยมีการใช้วัสดุอื่นร่วมในการผลิต เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทั้งด้านความสวยงามและด้านประโยชน์ใช้สอย โดยกำหนดแบบร่างกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ จำนวน 15 ชุด (Collections) ภายใต้แนวคิด ทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์และแนวโน้มแฟชั่นกระเป๋าสตรี 2012 (Fashion trends 2012) ในช่วง Spring/Summer และสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ จำนวน 1 ชุด (Collection) ประกอบด้วย 3 ชิ้นงาน

### ความสำคัญของการวิจัย

1. ได้กระบวนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ และใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาอาชีพและเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่น
2. เป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการ สามารถใช้เป็นแนวทางในการเรียนการสอนเกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ชุมชนบ้านกุดกระเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี โดยกำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการลงสำรวจพื้นที่ อันเป็นข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ, รูปแบบผลิตภัณฑ์, กระบวนการและเทคนิคการแปรรูปผลิตภัณฑ์, แนวโน้มแฟชั่นกระเป๋าสตรี 2012 (Fashion trends 2012), หลักการออกแบบแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์

#### **ขั้นตอนที่ 2** สร้างแบบสอบถาม

2.1 แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยแบ่งเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 รูปแบบและประเภทของกระเป๋าสตรีที่แปรรูปจากฝื่อ, ลวดลายที่เลือกใช้ในการผลิตกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ



ประเด็นที่ 2 วัตถุประสงค์และการเลือกใช้วัสดุอื่นร่วมในการผลิตกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

ประเด็นที่ 3 เทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานและแนวทางการพัฒนา

2.2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อและความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อในปัจจุบัน จากกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 100 คน โดยมุ่งเน้นแนวทางหลักด้านความสวยงามและด้านประโยชน์ใช้สอย

2.3 แบบประเมินผลิตภัณฑ์ โดยผู้เชี่ยวชาญ โดยคำนึงถึง 2 หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 1. หลักเกณฑ์ทางด้านการออกแบบ โดยพิจารณาด้านความสวยงามและด้านประโยชน์ใช้สอย 2. หลักเกณฑ์ทางด้านการผลิต โดยพิจารณาด้านวัสดุและด้านขั้นตอน กรรมวิธีการผลิต

2.4 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

**ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ**

**ขั้นตอนที่ 4 ประเมินแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ**

**ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ** รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ชุมชนบ้านกุดกระเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย จำนวน 15 ชุด (Collections)

**กลุ่มตัวอย่างคือ** แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ชุมชนบ้านกุดกระเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี ที่ได้ทำการออกแบบโดยผู้วิจัย และให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกโดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 ชุด (Collections) จากรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

## ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ แบบร่างของผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากฝื่อที่ออกแบบโดยผู้วิจัย
2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีที่ได้จากการออกแบบ ได้แก่ ด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านความสวยงาม

2.2 ความคิดเห็นและความพึงพอใจที่ได้จากแบบสอบถาม

## นิยามศัพท์เฉพาะ

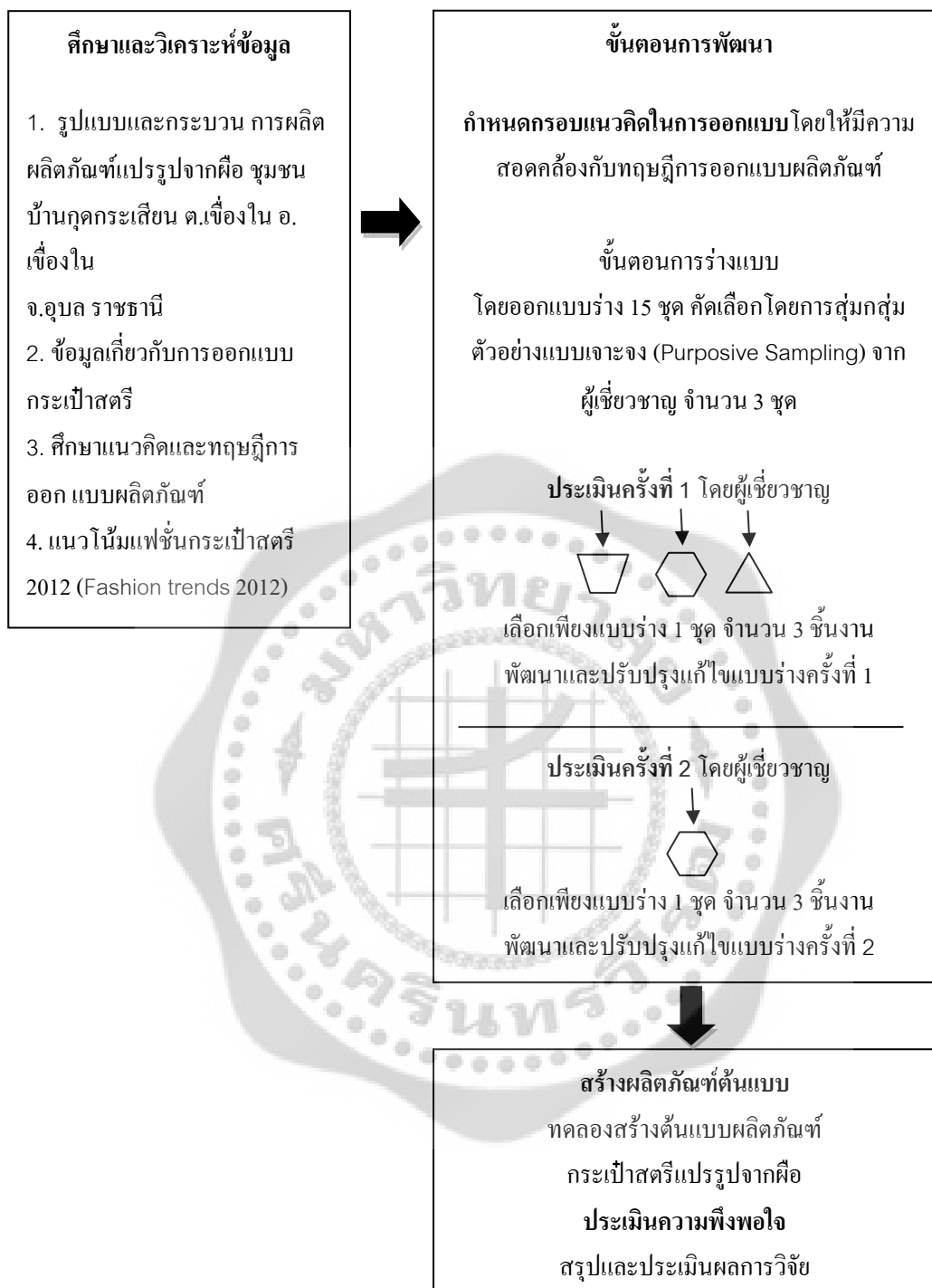
**ฝื่อ** หมายถึง ฝิ่นน้ำที่ชอบขึ้นตามพื้นที่ลุ่มต่ำมีน้ำแช่ขัง เช่น บึง หนอง กุด หรือตามคู คลองตามข้างถนนหนทางทั่วไป สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีได้

**ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากฝื่อ** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านกุดกระเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี ที่ใช้ฝื่อเป็นวัตถุดิบสำคัญ โดยใช้กรรมวิธีการทอฝื่อให้เป็นผืน และนำมา ตัดแปลงโดยผ่านกระบวนการตัดเย็บเป็นเสื้อ กระเป๋าสตรี กระเป๋าสะพาย ก่องใส่กระดาดาชิซซู ก่องใส่เอกสาร ตะกร้า

**กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ** หมายถึง กระเป๋าถือหรือกระเป๋าสะพายที่ใช้ฝื่อทอ มาตัด เย็บขึ้นรูป โดยมีการใช้วัสดุอื่นร่วมในการผลิต เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทั้งด้านประโยชน์ใช้สอยและ ความสวยงาม

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ชุมชน บ้านกุดกระเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี โดยมุ่งเน้นประเด็นด้านประโยชน์ใช้สอยและ ความสวยงาม เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิด

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยได้เรียงลำดับหัวข้อไว้ดังนี้

1. อุตสาหกรรมในครัวเรือน
2. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผ้า
3. ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนบ้านกุคกะเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี
4. ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าชุมชนบ้านกุคกะเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี
5. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีในปัจจุบันและแนวโน้มแฟชั่นกระเป๋าสตรี 2012 (Fashion trends 2012)
6. แนวคิดและทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์
7. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคกับการออกแบบ
8. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
9. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. อุตสาหกรรมในครัวเรือน

อุตสาหกรรมในครัวเรือน หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าอุตสาหกรรมในครอบครัวจะทำกันในครัวเรือนของชาวชนบทเป็นส่วนใหญ่ และมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนไทยในชนบทควบคู่กับการทำการเกษตรกรรมมาอย่างยาวนาน ทั้งลักษณะงานที่ทำเป็นอาชีพหลัก และอาชีพรองจากเกษตรกรรม ซึ่งในปีหนึ่งๆ มีเวลาว่างจากการเกษตร ประมาณ 3-4 เดือน ประชาชนจึงใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยผลิตสิ่งของเพื่อใช้สอยในครัวเรือนขึ้นใช้เอง เพราะสามารถหาวัตถุดิบในการผลิตได้ง่ายในท้องถิ่นที่เกิดจากความสมบูรณ์ของธรรมชาติผสมผสานกับภูมิปัญญาที่ได้รับจากการสั่งสมและถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ

##### 1.1 ความหมายของอุตสาหกรรมในครัวเรือน

รัตน์ะ อุตยผล (2523: 3) ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมในครอบครัว (Cottage industry) ว่าเป็น อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานในครอบครัวทำกิจการที่ใช้ความชำนาญเฉพาะอย่าง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ส่วนมากมักจะใช้ในครอบครัวที่เหลือจึงนำออกขายบ้าง ทั้งอาจจะใช้เครื่องฟუნ

แรง เข้าช่วยด้วยก็ได้ อุตสาหกรรมในครอบครัวนี้มักใช้เวลาว่างจากการทำไร่ ทำนา หรือจากงานประจำตัว หรืออาจจะใช้เวลาทั้งหมดประกอบเป็นอาชีพก็ได้

“อุตสาหกรรมครัวเรือน” วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี ให้ความหมายว่า อุตสาหกรรมการผลิตง่ายๆ เล็กๆ มักทำกันในครอบครัวหรือหมู่บ้าน ไม่ใช่แรงงาน ทุนและปัจจัยมาก แต่มักจะได้กำไรต่ำ อุตสาหกรรมจำพวกนี้มีตัวอย่างเช่น หัตถกรรมจักสาน เซรามิก ถ้วยโถโอชามต่างๆ รวมไปถึงสินค้าประเภทอาหารบรรจุถุงหรือหีบห่อที่มีเยื่อหุ้มบางชนิด และสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิต ภัณฑ์บางชนิดก็ถือเป็นอุตสาหกรรมครัวเรือนด้วย

อุตสาหกรรมในครัวเรือน หมายถึง อุตสาหกรรมที่ทำกันภายในครอบครัว ในบ้านที่อยู่อาศัยเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานคนเป็นส่วนใหญ่ ผลิตภัณท์ที่ใช้ความชำนาญทางฝีมือ

อุตสาหกรรมในครอบครัว เป็นอุตสาหกรรมที่ทำกันในครัวเรือน หรือภายในบ้าน ใช้แรงงานคนในครอบครัวเป็นหลัก บางทีอาจใช้เครื่องจักรขนาดเล็กช่วยในการผลิตใช้วัตถุดิบ วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นมาเป็นปัจจัยในการผลิตอุตสาหกรรมในครัวเรือน ได้แก่ การทอผ้า การจักสาน การทำร่ม การทำอิฐมวลเบา ฯลฯ ลักษณะการดำเนินงาน ไม่เป็นระบบเท่าใดนัก รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีแบบง่าย ๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีการลงทุนไม่มากนัก

อุตสาหกรรมในครอบครัว (Home or Cottage Industry) หมายถึงกิจการที่ทำกันขึ้นภายในครอบครัวหรือภายในครัวเรือน มักจะเป็นประเภทหัตถกรรม ถ้าจะมีการใช้เครื่องจักรบ้างก็ขนาดเล็ก ผลิตใช้เองในครอบครัว เหลือจึงจำหน่ายเป็นอาชีพ เช่น การทำร่ม การจักสาน การทอผ้าไหม การแปรรูปอาหาร เครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณท์ OTOP ประจำจังหวัดต่างๆ ตั้งแต่ระดับ 3 ดาวถึง 5 ดาว

การสำรวจลักษณะอุตสาหกรรมในครัวเรือนในประเทศไทยของ โรเบิร์ต เจ คลาร์ก (Robert J. Clark) หัวหน้าผู้เชี่ยวชาญขององค์การสหประชาชาติ ได้สรุปลักษณะของอุตสาหกรรมในครัวเรือนไว้ ดังนี้

1. เป็นงานทำกันอยู่ภายในอาคารของบ้าน หรือภายนอกอาคาร และอยู่ใกล้บ้านเรือน และอาคารไม่มีลักษณะที่จะเรียกได้ว่าเป็นโรงงานอุตสาหกรรม
2. ส่วนใหญ่เป็นงานที่ใช้เวลาว่างจากการประกอบอาชีพหลัก โดยหวังประโยชน์ เพื่อนำส่วนที่เกินความต้องการขายเพื่อหารายได้พิเศษสำหรับครอบครัว
3. โดยปกติจะใช้แรงงานของตนเอง หรือสมาชิกในครอบครัวซึ่งทุกคนแบ่งรายได้มากน้อยตามส่วนของการขายสินค้า และในกรณีที่มีการจ้างแรงงานจากบุคคลภายนอกก็เป็นการจ้างงานแบบชั่วคราวไม่มีการจ้างประจำ

4. วัตถุประสงค์ที่เข้มงวดจะเป็นสิ่งที่ทำได้ หรือผลิตขึ้นเองได้ในภูมิฬานานั้นๆ กรรมวิธีการผลิตมักจะเป็นกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมล่ำสมัย ใช้แรงงานหรือฝีมือมนุษย์เป็นล่ำคัญ ตามธรรมชาติ มักจะไม่ได้ใช้เครื่องจักร หรือเครื่องทุ่นแรงแบบทันสมัยหรือถ้ามีก็มีน้อย

## 1.2 ประเภทของอุตสาหกรรมในครัวเรือน

อุตสาหกรรมในครัวเรือนอาจแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

1. หัตถกรรมเกี่ยวกับเส้นใย ได้แก่ ฟันเชือกด้วยมือ
2. การแกะสลักไม้ การแกะสลักงาช้าง การทำรองเท้าและการกลึงไม้
3. การสานหมวก เช่น งอบ หมวกทำด้วยปอแก้วและไม้ไผ่
4. การทอเสื่อ ทอเสื่อกก เสื่อล่ำแพน
5. หัตถกรรมโลหะ เช่น การทำเครื่องเงิน เครื่องทองลงหิน และเครื่องถม
6. เครื่องปั้นดินเผา
7. หัตถกรรมประดิษฐ์จากเปลือกหอย
8. การประดิษฐ์ไม้ไผ่หรือหวาย เครื่องเงิน จักสานต่างๆ
9. เครื่องมือเครื่องใช้ในการเกษตร เช่น การทำ วนาไถนาและเคียว
10. ประดิษฐ์เครื่องเด็กเล่น
11. การทำลูกไม้ประดับ เสื่อผ้า เย็บปักถักร้อยและการฝีมืออื่นๆ
12. เครื่องทอ เช่น การทอปอ อวน ทอผ้าและไหม
13. การทำชิ้นส่วนของเครื่องจักร
14. การมวนบุหรี่ด้วยมือ
15. การอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆที่ทำกันภายในบ้านโดยอาศัยเครื่องจักรเดินด้วย

กำลังคนล้วนหรือกำลังไฟฟ้า (Robert Clark J.: 10 อ้างอิงจากจันทรจิรา ใสสิตคุณ. พ.ศ.2545: 20)

## 1.3 บทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมในครัวเรือน

อุตสาหกรรมในครัวเรือนถือเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมอย่างหนึ่งที่รัฐบาลและเอกชนมุ่งให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมการผลิต เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ การศึกษาและวิจัยอุตสาหกรรมในครัวเรือนก็เป็นการศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจทางด้านอุตสาหกรรมในระดับปฐมภูมินั่นเอง ปัจจุบันอุตสาหกรรมในครัวเรือนได้เข้ามามีบทบาทล่ำคัญต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่น และของประเทศด้วย และยิ่งนับวันกลับทวีความล่ำคัญมากยิ่งขึ้นและเจริญก้าวหน้าไปตามล่ำดับ (อันธิกา สุปรียศิลป์; และชลธิภา นิภารักษ์. 2528: 4)

จากการสำรวจการประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2542 พบว่ามีครัวเรือนที่ประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือนทั้งสิ้น 1.2 ล้านครัวเรือน และเมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2538 ซึ่งมีครัวเรือนที่ประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือนเพียง 0.97 ล้านครัวเรือน แล้วเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 21.5 และเมื่อพิจารณาทั้งประเทศในปี พ.ศ. 2542 มีครัวเรือนที่ประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ของครัวเรือนทั้งสิ้น ซึ่งมากกว่าปี พ.ศ. 2538 ที่มีอัตราร้อยละ 6.5 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2542: 15)

อุตสาหกรรมในครัวเรือนได้พัฒนาตัวเองจนกระทั่งมีบทบาทในการพัฒนาชนบทมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ จึงถูกจัดเป็นอุตสาหกรรมชนบทประเภทหนึ่งที่สามารถเป็นแหล่งรองรับแรงงาน และสร้างรายได้ให้แก่ชาวชนบทในสัดส่วนที่สูง การส่งเสริมให้ประชากรในชนบทประกอบอาชีพ อุตสาหกรรมในครัวเรือน จึงเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยลดปัญหาการว่างงาน รวมถึงลดการอพยพและเคลื่อนย้ายแรงงาน (จันทร์จิรา โสสิตคุณ. 2545: 1) ซึ่งบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่มีในปัจจุบัน คือ

1. เป็นการสร้างประโยชน์และเพิ่มมูลค่าให้วัตถุดิบ เนื่องจากการนำวัตถุดิบมาประดิษฐ์ให้เป็นสิ่งของหรือเป็นสินค้าจะช่วยให้วัตถุดิบนั้นเป็นประโยชน์และมีค่าขึ้น เช่น ต้นกก ปอ กาบกล้วย นำมาทอเป็นเสื่อ กระเป๋าสตรี การจักสานไม้ไผ่ เป็นภาชนะใช้งานในชีวิตประจำวันของชาวบ้าน เช่น ช่าง ตะกร้า กระบุง เป็นต้น
2. ช่วยเพิ่มรายได้ของครอบครัว และโดยส่วนรวมเป็นการเพิ่มพูนรายได้ของชาติ การทำอุตสาหกรรมในครัวเรือน สามารถจำหน่าย ช่วยทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น หรือถ้าประดิษฐ์ใช้เองทำให้เป็นการประหยัดรายจ่ายในครัวเรือนอีกทางหนึ่ง
3. ช่วยรักษาศิลปะหัตถกรรมของชาติมิให้เสื่อมสูญ นอกจากนี้ยังถือว่าเป็นการรักษาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นอีกด้วย ทั้งนี้เพราะงานหัตถกรรมมีใช้เป็นเพียงงานฝีมือที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อการประดับประดาที่สวยงามเท่านั้น แต่หัตถกรรมของชุมชนท้องถิ่น มักจะมีวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจง หรือเป็นสัญลักษณ์ของความเชื่อในวิถีการดำรงชีวิตของชาวบ้าน คุณค่าของงานหัตถกรรมจึงมีทั้งในส่วนของประโยชน์ใช้สอยและคุณค่าของงานศิลปะ ที่สะท้อนถึงขนบธรรมเนียมและความเชื่อของชุมชนนั้นๆ
4. ช่วยให้มีวิธีการผลิตที่ทันสมัย คือ เมื่อกิจการผลิตสินค้าเป็นที่นิยมของตลาด มีความต้องการในตลาดเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตก็ต้องพยายามหาวิธีที่ทำให้ผลิตสินค้าได้มากขึ้นโดยใช้เครื่องจักร เครื่องทุ่นแรง เป็นการขยายกิจการ
5. เป็นการช่วยพัฒนาฝีมือสมาชิกครอบครัว โดยการฝึกอาชีพให้แก่บุตรหลานให้มีส่วนร่วมประกอบอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัว

6. เมื่อหมู่บ้านใดอยู่ดีกินดี มีอาชีพ และไม่มีเวลาว่างมากอาจเป็นสิ่งหนึ่งที่จะช่วยขจัดปัญหาอาชญากรรมได้ (รัตนะ อุทัยผล. 2523: 7-8)

#### 1.4 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมในครัวเรือน

อันธิกา สุปรียาศิลป์ และชลิฎา นิภาภักษ์ (2528: 4) พบว่าอุตสาหกรรมในครัวเรือนของประเทศได้มีความเจริญก้าวหน้าไปอย่างมากก็ตาม นั้นไม่ได้หมายความว่าไม่มีปัญหาอุปสรรคเกิดขึ้น ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนได้ตระหนักถึงปัญหาและอุปสรรคและความยุ่งยากที่เกิดขึ้นของอุตสาหกรรมดังกล่าวเป็นอย่างดี เช่น

1. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตส่วนมากเป็นเครื่องมือแบบง่าย ๆ ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงเช่น การทำเครื่องปั้นดินเผา การทำร่มกระดาษสา การทอผ้าไหม การทอเสื่อ เป็นต้น
2. มีการใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นหรือแหล่งใกล้เคียง
3. ปริมาณหรือจำนวนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในครอบครัว บางประเภทมีจำนวนมากขึ้น แต่บางประเภทอื่น ๆ มีคุณภาพที่ดีกว่า ราคาถูกกว่า ทำให้ผู้ผลิตงานอุตสาหกรรมในครัวเรือนลดลง
4. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือนส่วนมากไม่มีความรู้ด้านการตลาด และขายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อในพื้นที่ในราคาต่ำทำให้ผู้ผลิตเสียเปรียบพ่อค้าคนกลางและอยู่ได้ อธิพิลของพ่อค้าคนกลาง
5. ขาดเงินลงทุนในการทำอุตสาหกรรมในครัวเรือน แม้ว่าจะมีฝีมือและเครื่องมือเครื่องใช้แต่ส่วนมากประสบปัญหาขาดเงินลงทุนที่จะทำการผลิตให้ดีขึ้น

รัตนะ อุทัยผล (2523: 18-19) พบว่าปัญหาที่ผู้ผลิตอุตสาหกรรมในครัวเรือนประสบมีความแตกต่างกันตามประเภทอุตสาหกรรม สำหรับปัญหาของอุตสาหกรรมในครัวเรือนของไทยตามที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและผู้เชี่ยวชาญระหว่างประเทศได้ทำการสำรวจและศึกษาแล้วประกอบด้วย

1. ขาดแคลนเงินลงทุนที่จะใช้ในการขยายหรือปรับปรุงกิจการให้ทันสมัย
2. ขาดความชำนาญในการจัดการ เช่น การจัดการทางด้านการผลิต การเงิน
3. ขาดความรู้ทางวิชาการ
4. ประสบปัญหาเกี่ยวกับการตลาด การใช้วัตถุดิบในการผลิต
5. ประสบปัญหาเกี่ยวกับการแข่งขันกับอุตสาหกรรมที่ใหญ่กว่า
6. ประสบปัญหาเรื่องการขยายกิจการ



## 1.5 นโยบายและทิศทางการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมในครัวเรือน

คณะกรรมการนโยบายบรรเทาปัญหาการว่างงานแห่งชาติ ได้ทำการสำรวจประชากรและกำลังแรงงานไทยปี 2540 แสดงให้เห็นว่ากำลังแรงงานที่มีงานทำในภาคเกษตรมีจำนวนอยู่ประมาณ 16.61 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 51.19 ของกำลังแรงงานที่มีงานทำทั่วประเทศจำนวน 32.45 ล้านคน แรงงานภาคเกษตรเหล่านี้เป็นแรงงานที่ว่างงานนอกฤดูกาลเกษตรในแต่ละปี แรงงานจำนวนหนึ่งได้แสวงหางานอื่นๆ นอกพื้นที่การขยายอุตสาหกรรมในหมู่บ้าน จะช่วยบรรเทาปัญหาการว่างงานตามฤดูกาลของชาวชนบทและเป็นการสร้างโอกาสการมีงานทำให้กับชาวชนบท อุตสาหกรรมในครัวเรือนหลายประเภทสามารถให้ผลตอบแทนค่อนข้างสูง และก่อให้เกิดรายได้แก่ครัวเรือนเป็นการเพิ่มรายได้และมีงานทำให้แก่ชาวชนบท ซึ่งอุตสาหกรรมในครัวเรือนแต่ละประเภทมีศักยภาพและโอกาสขยายตัวแตกต่างกัน อุตสาหกรรมในครัวเรือนที่มีโอกาสขยายตัวและสร้างรายได้ควรได้รับการส่งเสริมภายใต้สภาวะปัจจุบัน เช่น การทอผ้าไหม และผ้าฝ้าย การจักสาน ผักตบชวา การทอเสื่อ ถือว่าเป็นโอกาสสร้างงานจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่บ้านสตรีในชนบท และถ้าผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพที่ดี รูปแบบเป็นที่ต้องการของตลาดก็จะสามารถให้ผลตอบแทนต่อแรงงานสูงขึ้น ซึ่งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรมีการดัดแปลงผลิตภัณฑ์และปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบให้เหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ โดยจำเป็นต้องมีการยก ระดับฝีมือของผู้ผลิตและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการผลิต การพัฒนาและส่งเสริมวัตถุดิบในท้องถิ่นให้มีคุณภาพนอกจากนี้ยังรวมถึงการพัฒนาการตลาดโดยเน้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตในเมืองและครัวเรือนผู้ผลิตในหมู่บ้านด้วยงานส่งเสริมระบบจ้างทำของ เพื่อทำให้เกิดแหล่งรับซื้อหรือแหล่งจำหน่ายอุตสาหกรรมในครัวเรือนและการถ่ายทอดข่าวสารตลาดสินค้า และเทคโนโลยีการผลิตจากผู้ประกอบการในเมืองไปสู่ผู้ประกอบการในชนบทอีกทางหนึ่ง (ลั่นทม สุทธิ. 2543: 37-38)

## 2. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับฝื่อ

### 2.1 ลักษณะทั่วไปของฝื่อ

ฝื่อ ซึ่งมีชื่อเรียกต่างกันไปตามท้องถิ่น ในพื้นที่ภาคกลางเรียกว่า กกสามเหลี่ยม กกตะกลับ, กกตาแดง, กกปรีอ พื้นที่ภาคเหนือ เรียกว่ามะนิ้วหรือมะเนี้ยว ส่วนในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเรียกว่า กกควาย ปรีอ, ฝื่อ เป็นพืชจำพวกไม้ล้มลุก พบได้ในเขตร้อนและเขตเส้นศูนย์สูตรของทวีปเอเชีย นอกจากนี้ยังถือว่าเป็นวัชพืชชนิดหนึ่ง ซึ่งมักขึ้นในนาข้าวและตามแหล่งน้ำทั่วไป สามารถเติบโตได้ดีโดยเฉพาะในดินชื้นแฉะในนาหว่านน้ำตม นาดำและนาหว่านข้าวแห้ง เป็นวัชพืชที่อาจทำให้ต้นข้าวล้มและผลผลิตลดลงได้ จากการทดลองพบว่า กกฝื่อ 100 ต้นต่อ

ตารางเมตร จะทำให้ผลผลิตข้าวลดลง 49-84 % แต่ถ้ามีถึง 300 ต้นต่อตารางเมตร จะทำให้ผลผลิตลดลงถึง 57-90% นอกจากนี้ความเสียหายจะเพิ่มมากขึ้น หากดินมีความอุดมสมบูรณ์สูง (เอกสาร: จดหมายข่าวสำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 9 จ.อุบลราชธานี)

## 2.2 ข้อมูลทางพฤกษศาสตร์



ภาพประกอบ 2 กกสามเหลี่ยม หรือ กกผือ

ที่มา: [http://bangkrod.blogspot.com/2011/05/blog-post\\_7330.html](http://bangkrod.blogspot.com/2011/05/blog-post_7330.html)

ผือ หรือ กกสามเหลี่ยมใหญ่ (ชื่อวิทยาศาสตร์: *Scirpus grossus*, อังกฤษ: coarse bullrush, greater club rush) เป็นพืชใบเลี้ยงเดี่ยวอยู่ในวงศ์กก มีอายุยืนหลายฤดู ลำต้นมีลักษณะเป็นสามเหลี่ยม เจริญเติบโตเป็นกอ มีลำต้นใต้ดินแตกไหลได้ พุ่มสูงตั้งแต่ 1-2 เมตร ใบของกกสามเหลี่ยมใหญ่ค่อนข้างแข็ง แผ่นใบแคบ มีลักษณะเรียวยาวเป็นรูปใบหอก ยาวประมาณ 50-100 เซนติเมตร

ชอบใบเรียบ ดอกออกเป็นช่อชนิดโคริม์ ประกอบด้วยช่อดอกย่อยจำนวนมาก ดอกย่อยไม่มีก้านดอก เกิดลักษณะเวียนรอบก้านดอกอย่างหนาแน่น เมื่อยังเป็นดอกอ่อนจะมีสีเหลืองอ่อนอมเขียว แต่เมื่อแก่จะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาล ดอกออกช่วงเดือนเมษายนถึงกรกฎาคม แต่อาจถึงเดือนตุลาคมได้ ขยายพันธุ์โดยใช้ไหลหรือเมล็ด พบในบริเวณที่มีน้ำขัง อ่างเก็บน้ำ บ่อเลี้ยงปลา และ

ตามคลองส่งน้ำ พบได้ตั้งแต่ประเทศตุรกี อินเดีย บังคลาเทศ เนปาล ปากีสถาน ศรีลังกา ภูฏาน จีน (มณฑลกว่างตู่และเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง) ญี่ปุ่น ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ มาเลเซีย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม ฟิลิปปินส์ รวมทั้งประเทศไทยซึ่งพบได้ทุกภาค โดยพบมากในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มหาสารคาม ขอนแก่น กาฬสินธุ์ และหนองคาย (กองส่งเสริมเทคโนโลยี. 2535: 5-8)

### 2.3 ประโยชน์และโทษของฝือ

**ประโยชน์ของฝือ หรือกกสามเหลี่ยมใหญ่** ใช้ในการจักสาน การทอ ซึ่งในภาคอีสาน ถือเป็นวัตถุดิบที่มีคุณประโยชน์ในการทอเสื่อ จักสานเป็นฝ้ายบ้าน ฝ้ายเพดานหรือหลังคาบ้าน นอกจากนี้ยังสามารถทำเป็นตะกร้าและกระเป๋าก็ได้ เส้นฝือจะมีคุณสมบัติที่ต่างจากเสื่อที่ทอจากกกชนิดอื่นคือ เมื่อใช้ไปนาน ๆ เสื่อฝือจะหนานุ่ม แบนออกและเรียบขึ้นกว่าเดิม เสื่อฝือชนิดนี้เหมาะในการปูนอนในฤดูหนาว เพราะจะให้ความอบอุ่นกว่าเสื่อกกชนิดอื่น ส่วนการโค้งงอตัวจะดีกว่าเสื่อกกชนิดอื่นเช่นกัน

**โทษของฝือ หรือกกสามเหลี่ยมใหญ่** ถือว่าเป็นวัชพืชชนิดหนึ่ง ซึ่งเมื่อขึ้นในพื้นที่ใช้สอย เช่น นาข้าว อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่ต้นข้าวได้ ดังนั้นจึงต้องมีการป้องกันและกำจัดด้วยวิธีต่างๆ ดังนี้

- การล่อให้กกสามเหลี่ยมใหญ่ (ฝือ) งอก โดยการไถน้ำเข้านาแล้วขังไว้ 3 วัน ต่อมาจึงระบายน้ำออกทิ้งไว้ในสภาพดินขึ้นประมาณ 1-2 สัปดาห์ กกสามเหลี่ยมใหญ่ (ฝือ) เริ่มงอกขึ้นมาเป็นจำนวนมาก แล้วจึงค่อยไถกลบทำลาย และเตรียมดินใหม่โดยทำให้ดินเรียบสม่ำเสมอ แล้วเอาน้ำเข้านา (หลังหว่านข้าวแล้วงอก 7 วัน) โดยขังน้ำให้สูงกว่า 2 เซนติเมตร ระดับน้ำจะควบคุมกกสามเหลี่ยมใหญ่ (ฝือ) ไม่ให้เจริญเติบโตขึ้นมาได้ แต่ต้นที่งอกออกมาก่อนหน้าการขังน้ำจะสามารถเจริญเติบโตต่อไปได้

- ระดับน้ำที่ท่วมยอดกกสามเหลี่ยมใหญ่ (ฝือ) สามารถทำให้เน่าตายได้

- การหว่านข้าวให้สม่ำเสมอไม่ปล่อยให้ว่าง จะช่วยควบคุมจำนวนของกกสามเหลี่ยมใหญ่ (ฝือ) ได้

- การกำจัดโดยการถอนด้วยมือ ให้ทำในช่วงที่กกสามเหลี่ยมใหญ่ (ฝือ) กำลังแตกกอ (ข้อมูล: กรมการข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์)

สรุปว่า ซึ่งคนที่ไม่ได้มีความผูกพันหรือใช้ประโยชน์จากกกสามเหลี่ยมใหญ่ (ฝือ) ก็จะถือว่ากกสามเหลี่ยมใหญ่ (ฝือ) เป็นวัชพืช แต่สำหรับคนลุ่มน้ำมูนตอนกลาง ฝือเป็นพืชทรงคุณค่าระหว่างฤดูฝนของทุกปี ชาวบ้านจะพากันไปเก็บ ฝือที่มีลำต้นสวยงาม มาสอยผืนแดดมัดเก็บไว้ในที่

แห่ง ยามฤดูเก็บเกี่ยวลู่ลวง เกือบทุกไต้ถุนเรือนจะมีกิจกรรม "ตำสาต" หรือทอเสื่อ เอาไว้ปูนั่ง ใช้กันในครอบครัว หมู่ญาติ เป็นของฝากผู้มาเยือน ถวายวัดทำบุญในเทศกาลต่างๆ และบางทีก็มีเหลื่อสำหรับขายมีรายได้จุนเจือครอบครัว ตามวิถีชีวิตคนในภาคอีสาน

### 3. ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านกุดกะเสียน ต.เซียงโน อ.เซียงโน จ.อุบลราชธานี

#### 3.1 สภาพโดยทั่วไป

บ้านกุดกะเสียน ตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มมีน้ำเพียงพอแก่การประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีแม่น้ำชีไหลผ่าน ทำให้มีความอุดมด้วยพืชผลทางการเกษตรและปลาแม่น้ำ พื้นที่ทั้งหมด จำนวน 4,687 ไร่ แบ่งเป็นที่อยู่อาศัย 100 ไร่ ที่ทำการเกษตร 3,000 ไร่ พื้นที่ป่าชุมชน 1,587 ไร่



ภาพประกอบ 3 บ้านกุดกะเสียน ต.เซียงโน อ.เซียงโน จ.อุบลราชธานี

ที่มา: <http://www.thaitambon.com/tambon/ttambon.asp?ID=340401>

#### 3.2 ที่ตั้งและอาณาเขต

บ้านกุดกะเสียน หมู่ที่ 11 ตำบลเซียงโน อำเภอเซียงโน จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของอำเภอ ระยะทางห่างจากอำเภอ 6.5 กิโลเมตร การคมนาคมระหว่างหมู่บ้านถึงอำเภอเดินทางสะดวก โดยมีถนนหลวงแผ่นดิน สายบ้านสว่าง- เมืองน้อย

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	บ้านสว่าง หมู่ที่ 5 ตำบลเชียงใน
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ลำน้ำชี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	บ้านกุดตะกั่ว หมู่ที่ 4 ตำบลสร้างถ่อ
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	หมู่ที่ 10 ตำบลเชียงใน

### 3.3 ประวัติของหมู่บ้าน

ประมาณ พ.ศ. 2301 มีหมู่บ้านแห่งหนึ่งตั้งอยู่บนฝั่งซ้ายของแม่น้ำชี ห่างจากอำเภอเชียงใน ในปัจจุบันไปทางทิศใต้ประมาณ 6 กิโลเมตร หมู่บ้านแห่งนี้มีประมาณ 20 ครอบครัวหัวหน้าหมู่บ้านชื่อ ตาปุ๋ย หมู่บ้านที่ตั้งขึ้นจึงให้ชื่อตามหัวหน้าหมู่บ้านว่า บ้านท่าตาปุ๋ย ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านนั้นนับถือศาสนาพุทธ เชื่อว่าอพยพมาจากหนองบัวลำพู จังหวัดอุดรธานี ต่อมาเมื่อจำนวนครอบครัวเพิ่มมากขึ้น เห็นว่าไม่มีสถานที่ที่จะประกอบกรบําเพ็ญกุศลจึงได้พร้อมกัน สร้างวัดขึ้นที่ริมฝั่งแม่น้ำชี แต่ไม่ทราบว่ามีใครเป็นเจ้าของ การทำมาหากินในสมัยนั้น พืชพันธุ์ธัญญาหารอุดมสมบูรณ์ ประชาชนประกอบอาชีพทางการเกษตรและจับสัตว์น้ำเป็นหลัก ต่อมาได้เกิดโรคไข้ทรพิษระบาดทำให้ประชาชนล้มตายและเกิดความหวาดกลัว พ่อเฒ่าเขียวซึ่งเป็นหัวหน้าหมู่บ้านในขณะนั้นจึงปรึกษารือกันกับลูกบ้านเพื่อหาสถานที่ตั้งหมู่บ้านแห่งใหม่ เห็นว่าบริเวณป่าทางทิศเหนือของที่ตั้งหมู่บ้านเดิมซึ่งเป็นที่ทำไร่ของพ่อเฒ่าเขียว เป็นสถานที่เหมาะสมจึงพร้อมกันอพยพตั้งหมู่บ้านใหม่ ณ บริเวณดังกล่าว และตั้งชื่อหมู่บ้านว่า บ้านเหล่าเฒ่าเขียว หมู่บ้านแห่งนี้ตั้งอยู่นานประมาณ 20 ปี เนื่องจากสถานที่ตั้งหมู่บ้านอยู่ใกล้ป่าที่ที่ชุกชุมไปด้วยสัตว์ร้ายนานาชนิด พออย่างเข้าฤดูฝนประชาชนเจ็บป่วยเป็นโรคไข้ป่าและล้มตายมาก จึงต้องแสวงหาที่ตั้งหมู่บ้านใหม่ที่ปลอดภัย เห็นบริเวณฝั่งซ้ายของลำห้วยเรือซึ่งห่างจากที่ตั้งหมู่บ้านเดิมไปทางทิศเหนือประมาณ 2 กิโลเมตรมีที่แห่งหนึ่งเป็นบริเวณเนินสูง มีต้นประดู่เป็นจำนวนมาก มีความเหมาะสมที่จะเป็นสถานที่ตั้งหมู่บ้าน จึงอพยพไปตั้งหมู่บ้านในบริเวณนั้น และตั้งชื่อหมู่บ้านว่าบ้านโนนดู่ หัวหน้าหมู่บ้านในสมัยนั้นไม่ปรากฏชื่อหมู่บ้านแห่งนี้ตั้งอยู่นานประมาณ 20 ปี พอฤดูแล้งขาดแคลนน้ำดื่ม น้ำใช้ถึงมีก็อยู่ห่างไกลต้องนำเอาน้ำจากลำห้วยเรือไปดื่มและใช้ ชาวบ้านได้รับความยากลำบากเมื่อเป็นเช่นนั้นจึงแสวงหาที่ตั้งหมู่บ้านแห่งใหม่อีก เห็นว่าบริเวณทางทิศตะวันออกของที่ตั้งหมู่บ้านเหล่าเฒ่าเขียวเดิม มีความเหมาะสมเพราะอยู่กึ่งกลางระหว่างลำน้ำชีกับลำห้วย ประกอบกับมีหนองบึงที่มีปลาอาศัยอยู่ชุกชุม ในบริเวณนี้มีบึงใหญ่แห่งหนึ่ง เรียกว่ากุดโดน น้ำในกุดโดนนี้แต่เดิมไหลมาจากหนองพืหนองน้อย ตำบลยางซึ้ง และเชื่อว่ามีควมศักดิ์สิทธิ์ จึงย้ายกลับมาตั้งหมู่บ้านในบริเวณนี้ เรียกชื่อหมู่บ้านว่า บ้านกุดโดน ทุกปีพออย่างเข้าเดือนมีนาคมและเมษายน หัวหน้าหมู่บ้านกุดโดน (ตาแสง) จะประกาศให้หมู่บ้านใกล้เคียง เช่น

บ้านเชียงใน กุดตาก้า สร้างถ่อ คำสมอ ศรีสุข คุชาด จานเชื่อง ได้มาจับปลาในบึงแห่งนี้ ทุกๆ ปี ต่อมาปีหนึ่งชาวบ้านใกล้เคียงได้มาจับปลาในบึงแห่งนี้ เช่นทุกปี ได้มีชาวบ้านสร้างถ่อคนหนึ่ง ทอดแหลงไปไม่สามารถดึงแหขึ้นมาได้จึงดำน้ำลงไปพบวัตถุอย่างหนึ่งไม่สามารถปลดออกจากแห ได้จึงช่วยกันดึงแหขึ้นมาบนเรือ วัตถุดังกล่าวติดขึ้นมาด้วย มีรูปร่างคล้ายกะลอม (เกเชียร) ตักน้ำ ทำด้วยไม้เนื้อแข็งอย่างดีข้างนอกติดด้วยทองคำเปลวสวยงามมาก จึงนำของนั้นมาแจ้งต่อตาแสง บ้านกุดโดน และตาแสงได้นำของสิ่งนั้นไปมอบให้แก่นายอำเภอเชียงใน เพื่อประกาศหาผู้เป็นเจ้าของต่อไป ย้อนหลังกลับไปประมาณ 3 ปี เจ้าเมืองยศ (จังหวัดยโสธรในปัจจุบัน) พร้อมด้วยข้าราชการบริพารได้นำเงินค่าส่วย และไปให้ทำสัตย์ตีม่น้ำพิพัฒน์สัตยาที่มณฑลอุบลราชธานีหากลับได้ แวะพักแรมที่บริเวณหนองพี หนองน้อย พวกข้าราชการบริพารได้เอาเกเชียร (มีลักษณะเหมือนบาตร พระมีสาย 4 สาย มีฝาปิด ใช้ใส่น้ำสำหรับแขกหรือพระผู้ใหญ่เป็นของโบราณมี 2 ชนิดคือ ทำด้วย ไม้เนื้อดีอย่างหนึ่ง อีกอย่างหนึ่งทำด้วยโลหะ เช่น นาก เงิน ทองคำ) ไปตักน้ำที่หนองน้ำดังกล่าวมี บ่อบ่อหนึ่ง มีน้ำใสสะอาด น้ำพุอยู่ตลอดเวลา จึงนำเกเชียรไปตักน้ำในบ่อนั้น เผอิญเกเชียรได้หลุด มือจมลงไปใบบ่อช่วยกันหาเท่าไรก็ไม่พบ เมื่อนายอำเภอประกาศไปยังเมืองต่างๆ เจ้าเมืองยศได้ ทราบข่าวจึงส่งคนมาขอดู ก็รู้ว่าเป็นเกเชียรที่ใช้ตักน้ำ ในบ่อหนองพีหนองน้อย และจมหายไป นายอำเภอจึงคืนให้เจ้าเมืองยศไป นายอำเภอเห็นว่า เพื่อให้เป็นศิริมงคล จึงเปลี่ยนชื่อ กุดโดน เป็น กุดเกเชียร แล้วเปลี่ยนชื่อบ้านกุดโดนเป็นบ้านกุดเกเชียรด้วย ต่อมาในสมัยจอมพล แปลก พิบูลย์สงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีการเปลี่ยนแปลงการเขียนหนังสือไทยเสียใหม่ คำว่าเกเชียร จึงเปลี่ยนเป็นกะเสียน บ้านกุดเกเชียร จึงเปลี่ยนเป็นบ้านกุดกะเสียน ตั้งแต่วันนั้นเป็น ต้นมาจนถึงปัจจุบันนี้

#### 3.4 ประชากร

จำนวนครัวเรือน 232 ครัวเรือน ประชากรรวม 1,149 คน เป็นชาย 433 คน เป็นหญิง 487 คน มีอาชีพทำนาเป็นหลัก อาชีพเสริมหรือรายได้เสริมนั้นมาจาก กลุ่มอาชีพภายในหมู่บ้าน ได้แก่

- 1) ชื่อสถาบันการเงินชุมชนกุดกะเสียนร่วมใจ ชื่อประธานนายสมาน ทวีศรี
- 2) ชื่อกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ชื่อประธานนายสมาน ทวีศรี
- 3) ชื่อกลุ่มศูนย์สาธิตการตลาด ชื่อประธานกลุ่มนายนิคม ครองยุติ
- 4) ชื่อกลุ่มโรงสีข้าว ชื่อประธานกลุ่มนายนวล อาจเอี่ยม
- 5) ชื่อกลุ่มทอเสื่อฝื่อ ชื่อประธานกลุ่มนางอำไพ อาจเอี่ยม
- 6) ชื่อกลุ่มเลี้ยงโค ชื่อประธานกลุ่มนายประเสริฐ มั่นหมาย
- 7) ชื่อกลุ่มทำน้ายาล้างจาน น้ายาสระผม ชื่อประธานกลุ่มนางสำรอง ครองยุติ

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| 8) ชื่อกลุ่มเพาะเห็ด                       | ชื่อประธานกลุ่มนายประสพชัย วรรณพัฒน์ |
| 9) ชื่อกลุ่มฌาปนกิจสงเคราะห์บ้านกุศกะเสียน | ชื่อประธานกลุ่มนายสมาน ทวีศรี        |
| 10) ชื่อกลุ่มเกษตรกรทำนา                   | ชื่อประธานกลุ่ม นายปรีชา ครองยุติ    |
| 11) ชื่อกลุ่มสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ               | ชื่อประธานกลุ่ม นายระวี พันธุ์ศิริ   |
| 12) ชื่อกลุ่มจักสาน                        | ชื่อประธานกลุ่ม นายสี ครองยุติ       |

#### 4. ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากฝอย

##### 4.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากฝอย

กลุ่มทอเสื่อฝอยเริ่มแรกเกิดจากการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มแม่บ้านปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เมื่อปี พ.ศ. 2529 - 2533 จากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมก็ได้มีผู้มาให้ความรู้ในเรื่องการทอผ้าไหมก็กระตุก ทำลวดลายด้วยตัวหนังสือลงในผ้าไหมที่ทอ แต่กลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหมไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เพราะมีภูมิอากาศร้อนจัดในหน้าแล้งทำให้ไหมตัวอ่อนตาย และใบหม่อนที่ปลูกก็ไม่มีใบ จึงเลิกล้มไป จนในปี พ.ศ. 2545 กลุ่มแม่บ้านได้หันมาจัดตั้งกลุ่มทอเสื่อฝอยขึ้น สมาชิกก่อตั้งทั้งหมด 30 คน นางสาวอำไพ อัจฉริยม เป็นประธานกลุ่ม นางสาวรอง ครองยุติ เป็นรองประธานกลุ่ม การดำเนินงานเป็นไปอย่างถ้อยทีถ้อยอาศัย จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากกลุ่มภายในและภายนอกหมู่บ้าน และเป็นที่ยินยอมของตลาด เนื่องจากชาวอีสานส่วนใหญ่นิยมปูเสื่อนอน รับประทานอาหาร นั่งเล่น สำหรับปูเสื่อเพื่อต้อนรับแขกที่มาเยี่ยมเยียน รวมทั้งใช้เป็นของฝากของกำนัลให้แก่ญาติพี่น้องที่นับถือ รักใคร่ ใน พ.ศ.2546 กลุ่มอาชีพทอเสื่อฝอย ได้รับงบประมาณสนับสนุนกลุ่มจากสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จำนวน 1,700,000 บาท เพื่อสร้างศูนย์อาชีพสตรี ประชาชนในหมู่บ้านร่วมแรง ร่วมใจกันบริจาคที่ดินให้แก่หมู่บ้าน เพื่อใช้ในการสร้างศูนย์ฯ ในปีถัดมากรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นได้สนับสนุนงบประมาณในการจัดซื้อวัสดุในการทอเสื่อ จำนวน 50,000 บาท ส่งผลให้กลุ่ม มีวัสดุ อุปกรณ์ในการทอเสื่อ จนสามารถเพิ่มปริมาณการผลิต เพิ่มช่องทางการตลาดและพัฒนาเสื่อฝอยให้เป็นเสื่อไฉ่ยุงโดยใช้ตะไคร้หอมเป็นส่วนผสมของวัตถุดิบในการทอเสื่อทำให้เสื่อกกบ้านกุศกะเสียนสามารถจำหน่ายได้ราคาที่สูงขึ้น เป็นที่ยินยอมและรู้จักอย่างกว้างขวาง และในปีพ.ศ. 2551 กลุ่มสตรีทอเสื่อบ้านกุศกะเสียน ได้มีโอกาสเข้ารับการอบรมซึ่งจัดโดยมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ทำให้มีความรู้ในการแปรรูปเสื่อ จึงได้นำความรู้มาแปรรูป โดยตัดเย็บเป็นกระเป๋าถือสตรี กระเป๋าสะพาย กล่องใส่กระดาษทิชชู กล่องใส่เอกสาร หมวก ฯลฯ โดยได้รับการสนับสนุนจักร จำนวน 5 เครื่อง จากองค์การบริหารส่วนตำบล นายธนพล ครองยุติ ผู้ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มอาชีพสตรีทอเสื่อกก ซึ่งปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบล คอยให้การส่งเสริม สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มสตรีทอเสื่อฝอย มีที่เลี้ยงให้

คำแนะนำ และเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้กลุ่มมีความเคลื่อนไหวมีการพัฒนากลุ่ม และผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันกลุ่มสตรีทอเสื้อผ้ามียุคสมาชิกทั้งสิ้น 57 คน มีเงินทุนมากกว่า 100,000 บาท สมาชิกมีรายได้เสริมเฉลี่ย 3,000 บาท ปัญหาที่กลุ่มสตรีทอเสื้อผ้ออกกประสบอยู่ปัจจุบันคือ เนื่องจากกลุ่มสตรีทอเสื้อผ้อได้พัฒนาการแปรรูปเสื้อ ตัดเย็บเป็นกระเป๋า ของใช้ ยังมีจุดอ่อนเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงาม ทันสมัย ควรสนับสนุนให้เยาวชนเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่ม ซึ่งเยาวชนคนรุ่นใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถออกแบบ ลวดลาย สี สัน ให้เป็นที่นิยมในสไตล์วัยรุ่น สามารถให้คำแนะนำ และพัฒนา สี สัน รูปแบบ และลวดลายของกระเป๋าถือสตรีให้มีความทันสมัยเป็นที่ต้องการของตลาด รวมถึงสร้างเครือข่ายการตลาดร่วมกับชุมชนข้างเคียง เช่นบ้านปะอาวซึ่งเป็นกลุ่มสตรีทอผ้าและแปรรูปเป็นกระเป๋าถือ มีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์และเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวมากมาย สามารถเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้นักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองได้เป็นอย่างดี ทั้งยังสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในการออกแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ร่วมกันได้

#### 4.2 ประเภทของรูปแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผืน

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผืนของชุมชนบ้านกุดกะเสียน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบพืชธรรมชาติประเภทเส้นใยที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีคุณสมบัติเหนียว ทนทาน โดยใช้วิธีการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการทอ และตัดเย็บ อาจใช้วิธีใดวิธีหนึ่ง หรือใช้หลายวิธีผสมผสานกัน เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีประโยชน์ใช้สอย และเพิ่มความสวยงาม ซึ่งประเภทรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. **ผลิตภัณฑ์เสื้อทอ** ใช้วิธีการทอเสื้อโดยใช้ก๊และพืม ราษฎรชนบททั่วไปนิยมทอเสื้อมากกว่าการสานเสื้อ โดยมี 2 ลักษณะคือ เสื้อชั้นเดียว และเสื้อสองชั้น เสื้อทั้งสองมีลักษณะที่แตกต่างกันที่การร้อยเส้นยืนในก๊ทอเสื้อ เสื้อชั้นเดียวจะร้อยเส้นยืนทุกเส้น สามารถทยอยถอดออกเป็นลวดลายได้ เสื้อมีความแน่น ค่อนข้างแข็ง การใช้งานทนทาน ส่วนเสื้อสองชั้น การร้อยเส้นยืนในก๊จะเว้นช่องสลับกัน เสื้อมีเนื้อหนา และนิ่มกว่า ใช้เป็นเสื้อปูนอนบางที่เรียกเสื้อลูกฟูก

2. **ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บจากเสื้อผืน** เนื่องจากตลาดผลิตภัณฑ์เสื้อทอมีมากขึ้นทั้งในระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือนตามหมู่บ้าน และระดับโรงงานอุตสาหกรรม ทอเสื้อ จึงได้มีการแข่งขันขยายตลาดการใช้เสื้อมากยิ่งขึ้น โดยการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเสื้อ ให้มีประโยชน์ใช้สอยมากยิ่งขึ้น และใช้วิธีการตัดเย็บด้วยจักรอุตสาหกรรม โดยก๊นริมของผ้า และนำมาสอยติดกัน ขึ้นรูปทรงต่างๆ เช่น เสื้อพับได้ กระเป๋าถือ กล่องใส่กระดาษทิชชู หมวก

ฯลฯ (อำไพ อาจเอี่ยม. สัมภาษณ์: 2554)





ภาพประกอบ 4 ผลิตภัณฑ์เสื่อผืน

#### 4.3 กระบวนการขั้นตอนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผืน

อำเภอ อ่างเคี่ยม (2554: สัมภาษณ์) กล่าวว่า กระบวนการขั้นตอนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผืน มีกระบวนการขั้นตอนการแปรรูปเช่นเดียวกันกับกก ดังต่อไปนี้

##### 1. การเก็บเกี่ยว

1) ระยะเวลาเก็บเกี่ยว เมื่อต้นกกที่มีอายุได้ประมาณ 120 - 150 วัน ก็ตัดได้ หรือเมื่อพอกกนั้นแก่พอตัดแล้ว สังเกตได้คือ กกมีดอกออกสีจะเหลือง โดยมากมักจะตัดกกกันในช่วงปลายฤดูฝน ความยาวของต้นกกนั้นจะยาวที่สุดประมาณ 220 เซนติเมตร

2) การตัดกก ใช้มีดขอบางๆ ที่เรียกว่า “เคียวตัดกก” เกี้ยวให้ต้นกกขาดเพียงหน้าดิน ใช้แขนโอบแล้วเกี่ยวเมื่อได้หนึ่งโอบแขน กระทั่งโคนให้เสมอกัน ใช้มือจับปลายต้นกกกกระยะจากโคนต้นประมาณ 1 เมตร สลัดหญ้าต้นกกที่แห้งหรือต้นที่เน่าทิ้งไป แยกวางไว้เป็นกอง กองหนึ่งประมาณเกือบวงโอบแขน เมื่อนำขึ้นจากนาก็จัดการมัดตามทีกองไว้ และแบกขนขึ้นจากนา

3) การสลัดก เป็นการจัดแยกขนาดตามความยาวของต้นกก การสลัดจะเอาต้นที่ยาวออกจากมัดก แล้วสลัดเอาที่ยาวลดหลั่นกันลงไปเป็นคั่นๆ นับตั้งแต่ 10 คีบ ลงมาจนถึง 5 คีบ (คีบหนึ่งยาวประมาณ 20 เซนติเมตร) แล้วมัดไว้ตามขนาดต่างๆ ตัดดอกกทั้งๆ แล้วนำไปจักเป็นเส้นก

2. การจักก เมื่อเราตัดกมาแล้วเอามารดน้ำให้ชุ่ม ปิดกันแดดป้องกันต้นกเขียวแห้ง จากนั้นก็นำต้นกให้มัดมาจัก โดยใช้มีดจักกซึ่งมีลักษณะเป็นมีดปลายแหลมขนาดเล็กผ่าต้นกออกมาเป็นเสี้ยวๆ ให้มีขนาดเท่าๆ กัน แล้วชูดเอาไส่ในของกกออก

วิธีจัก

- 1) นั่งลงตรงกองกตรงส่วนโคน หันหน้าเข้าหากองก
- 2) จักกด้วยมือซ้ายตรงห่างจากโคนต้นประมาณ 1 คีบ ดึงมาใกล้ตัว
- 3) แหวงด้วยใบมีดปลายซึ่งอยู่ในมือขวาตรงที่ใกล้ๆ กับมือจัก กะแบ่งให้ได้ขนาดตามความชำนาญ ส่วนมากกต้นหนึ่งๆ จักแบ่ง 4 เส้น ต้นใหญ่แบ่ง 4 - 5 เส้น
- 4) เขี่ยดมือขวากรีดใบมีดไปจนสุดปลายกหรือถ้าไม่สุดก็เขี่ยดมือซ้ายไปที่จักก ช่วยด้วย รอยจักจะขาดแยกไปตามเส้นเนื้อของต้นก
- 5) เมื่อจักได้รอบต้นแล้ว ก็ตัดใส่ในตรงที่ห่างจากรอยแหวงกรีดประมาณ 1 คีบทิ้ง
- 6) ฟุงกที่กรีดส่วนปลายลำต้นเสร็จแล้วนี้ไปกองไว้ทางซ้ายมือด้านข้างรวมไว้เป็นกองกะว่าได้ขนาดรวบด้านปลายได้กำมือใหญ่แล้ว
- 7) รวบปลายผูกด้วยไม้กไว้เป็นกำ
- 8) แล้วย่อนไปเอาใส่ทางหัวกออกโดยกรีดตามรอยกรีดเดิม โดยแยกที่ที่กรีดได้หมดแล้วไว้บนตักเมื่อหมดกำที่รวบไว้ก็เอาไปตากแดดเลย แล้วก็ตั้งหน้ากรีดต้นกส่วนที่ยังเหลือต่อไปทำอย่างนี้จนหมดต้นกที่ตัดมาครั้งหนึ่งๆ
- 9) นำกที่กรีดสำเร็จที่มัดปลายรวมไว้นี้ไปตากผึ่งแดดบนราวไม้ไผ่ โดยตากแขวนคร่อมเส้นกไว้บนราว

3. การตากก (การผึ่งเส้นกให้แห้ง) นำเส้นกที่จักแล้วมาผึ่งให้แห้ง โดยแผ่เส้นกบางๆ ไว้บนพื้นดินหรือหมั่นพลิกกลับวันละ 2-3 ครั้ง ตากติดต่อกันประมาณ 3-5 วัน จนกแห้งสนิท ซึ่งสังเกตได้จากเส้นกเปลี่ยนเป็นสีขาวนวล ไม่มีสีเขียวปน เส้นกจะม้วนตัวเอาผิวดำด้านนอกออกทำให้ดูเป็นมันเรียบสวยงาม กที่แห้งสนิทจะเก็บไว้ได้นานไม่มีเชื้อราขึ้น

การผึ่งเส้นกในลักษณะต่างๆกัน บางรายใช้ผึ่งเกลี่ยกระจายไปบนราวไม้ไผ่ในแนวนอนหรือบางรายใช้ผึ่งราบแบบชาวบาน ประเภทมัดรวบหัวด้านหนึ่งไว้ กที่ผึ่งโดยวิธีแขวนราวนี้

เมื่อส่วนหัวแห้งมีสีขาว ก็ผูกรวบแล้วแก้ด้านปลายปล่อยให้กระจายออกแล้วแขวนผึ่งราวโดยเอาหัวขึ้น ถ้าแดดดีๆ ประมาณ 5-6 แดด(วัน) ก็ใช้ได้

#### ข้อควรระวังในการตากกก

1) การตากกกกลางแดดนั้นจะทำให้กกแห้งเร็วและกคนั้นมีวันตัวเร็วขึ้น กกแห้งดีแล้วนี้ต้องมัดเป็นมัดๆ เก็บไว้ ปิดให้ดีอย่าให้ขึ้นจนเปื่อยได้ กกแห้งดีจะเก็บไว้ค้างปีนานเท่าไรก็ไม่เสียไม่เปื่อย

2) การตากกกด้วยการผึ่งลมนั้นจะแห้งช้าและบางที่อาจไม่มีวันตัวทั้งหมด และในคอกำที่ถูลมได้วันนั้นไม่ค่อยแห้งแล้วเก็บไว้ 2 คืน ก็จะมีราขึ้นในคอกำก ทำให้กคนั้นเปื่อยได้ง่าย ฉะนั้นการตากกกในวิธีควรระวัง

3) การตากกกที่จะทำการย้อมสีต่างๆ คราว ควรตากโดยใช้กับราวไม้หรือราวเชือกซึ่งให้ตั้งกับหลักเสา หรือต้นไม้ที่มีความแน่นพอ และการตากให้ตากโดยเอาโคนห้อยลงมาเพื่อจะได้ความห่อตัวของกคนั้นเร็วขึ้น

4) การตากกก เมื่อเห็นว่าแห้งดีแล้ว ควรเก็บไปมัดไว้ให้เรียบร้อย อย่าให้ถูกน้ำในขณะที่ยังมีได้ทำการย้อม เพราะจะทำให้กคนั้นขึ้นราเสียไป

5) การนำกกมาทำการทอทุกครั้ง ต้องใช้น้ำพรมให้เปียกพอสมควรแล้วควรรหาผ้าชุบน้ำให้เปียกมาคลุมกอีกครึ่งหนึ่ง เพื่อให้กคนั้นมีความอ่อนตัวอยู่เสมอหรือจะใช้กาบกล้วยมาห่อหุ้มก็ได้

6) การนำกกไปแช่น้ำเพื่อทำการทอนั้น ไม่ควรนำไปแช่น้ำให้มากเกินไป ควรให้มีจำนวนเพียงพอที่จะทอในวันนั้น เพราะในเมื่อทำการทอในวันนั้นไม่หมดแล้ว จะทำให้กคนั้นเสียได้ง่าย

#### 4. การย้อมสีกก

1) การหล่อนกก เป็นการมัดกกเป็นกำๆ ก่อนการย้อม ภาษาพื้นบ้านเรียกว่า “หล่อนกก” คำนี้อาจจะเป็นภาษาญวนก็ได้ (เพราะการทำเลื้อนี้เริ่มมาจากญวนที่มาตั้งถิ่นฐานในจันทบุรี การมัดกกนี้มัดเป็นกำทางปลายของเส้นกกห่างจากสุดปลายประมาณ 1 นิ้วฟุต ความโตของกำเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 1 นิ้วฟุตเหมือนกัน ก่อนมัดต้องกระทุ้งโคนกกให้ปลายเสมอกัน เมื่อมัดแล้วให้สลัดเส้นกกที่ไม่ถูกมัดออก แล้วเก็บรวบรวมมัดอีกเป็นกกขนาดสั้นต่อไป

2) การแช่น้ำ ก่อนที่จะทำการย้อมต้องนำกกที่หล่อน (มัด) ไปแช่น้ำให้ท่วมกก ใช้เวลาประมาณ 10 - 12 ชั่วโมง ทั้งนี้เพื่อให้เส้นกกบานเต็มที่ เมื่อเวลาเอาลงย้อมสีจะได้ติดทั่วถึงทั้งเส้นกก เมื่อแช่น้ำได้ตามเวลาสมควรแล้ว นำมายังเตาย้อม ที่ตั้งน้ำก่อไฟไว้แล้ว หม้อที่จะใช้ย้อมสีกนั้นต้องเป็นภาชนะปากกว้างๆ สะดวกแก่การเอากกลงไปย้อม ภาชนะที่นิยมใช้กันมากคือ กะละมัง

อุณหภูมิเย็บขนาดใหญ่ หรืออาจจะใช้ปืนน้ำมันพีชเปิดปากทางนอน เวลาเย็บจะใช้สักก็หม้อก็เย็บได้ตามแต่ต้องการของผู้เย็บ

3) การใช้สี สีที่ใช้ในการย้อมนั้น ต้องเป็นสีย้อมแพรวหรือสีย้อมหนัง เพราะผิวของกมมีลักษณะมันเหมือนแพรวหรือหนัง ถ้าหากใช้สีย้อมด้ายไม่ได้ผลเท่าที่ควร มีขายตามท้องตลาดทั่วไป ราคาขาย 350 - 600 บาท ต่อกิโลกรัม แล้วแต่ชนิดของสีว่าเป็นสีอะไร สีเหลืองอ่อนมีราคาถูกกว่าสีอื่น จะต้องเอาเส้นกกแช่สีในน้ำเดือดนานกว่าสีอื่น ถ้าต้องการให้เส้นกกจับสีเร็วเวลาผสมสีใช้สีม่วงผสมเล็กน้อย ปัจจุบัน เพื่อความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้บางร้านก็มีสีที่ผสมแล้วจำหน่าย

4) วิธีการย้อม เมื่อเห็นว่าน้ำเดือดแล้ว ตักสีที่ต้องการใส่ลงในน้ำเดือดในอัตราส่วน 1 ช้อน กาแฟตอกก 1 กำ เอากกที่แช่น้ำแล้วลงในหม้อที่ย้อมจะมากขึ้นตามแต่ความกว้างใหญ่ของหม้อ ระวังอย่าให้แน่นนัก สีจะจับกไม่ทั่วถึง เวลาเอากลงในหม้อ น้ำจะหยุดเดือด เมื่อน้ำเดือดก็พลิกก เติมสี เติมน้ำเล็กน้อย เมื่อน้ำเดือดอีกครั้ง ให้แช่กในน้ำเดือดสักพักหนึ่งก่อนที่จะเอากออกจากหม้อย้อม ผู้ย้อมต้องสังเกตด้วย สีจับเส้นกทั่วถึงหรือไม่ก่อนเอาออกจากหม้อ เมื่อนำกออกจากหม้อแล้วเติมน้ำให้ปริมาณคงเดิม ใสสีแล้วทำตามขั้นตอนเดิม นำกที่ย้อมแล้วไปตากบนราวไม้ไผ่โดยแยกก้ากเป็น 2 ส่วน แขนงไว้บนราวกลางแจ้ง ประมาณ 1 วันก็จะแห้งสนิท

## 5. กระบวนการทอ

### 5.1 เครื่องใช้ อุปกรณ์ในการทอเสื่อ

- 1) กกย้อมสีต่างๆ เช่น สีแดง สีนํ้าเงิน สีดำ สีเขียว สีเหลือง เป็นต้น
- 2) เส้นเอ็นปอ ใช้สำหรับชิง ได้มาจากการนำเนื้อเยื่อของเปลือกกระเจามาฉีกเป็นเส้นฝอย เล็กๆ แล้วนำมาปั่นให้เป็นเกลียวต่อให้ยาวติดต่อกัน
- 3) ฟืม คือ เครื่องมือที่กระทบเส้นกให้แน่น ยาวเท่ากับขนาดกว้างของผืนเสื่อที่ทอ ประกอบด้วยช่องฟันฟืมและรูฟันฟืมสลักกันไปทั้งสองด้าน
- 4) ไม้ส่งเส้นก หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “ไม้พุ่ง” ทำด้วยไม้ยาวพอที่จะส่งเส้นกได้ตลอดความกว้างของผืนเสื่อ ปลายเรียวเหมือนปากกา สำหรับฟันเส้นก เพื่อในขณะที่ส่งเส้นกเมื่อชักไม้กลับมาเส้นกจะได้ไม่กลับตามออกมา
- 5) ไม้ทำคาน ต้องใช้ 4 ท่อน แบ่งออกเป็น ท่อนใหญ่ 2 ท่อน ใช้ผูกติดกับเสาหลักเป็นคานเรียกว่า “คานตาย” ส่วนคานอีก 2 ท่อน ใช้สำหรับผูกมัดเส้นเอ็นปอสามารถเลื่อนเข้า – ออกได้เรียกว่า “คานเป็น”
- 6) เกลียวเร่ง ใช้สำหรับผูกมัดระหว่างคานเป็นกับคานตาย เพื่อหมุนเกลียวเร่งเข้าหากันให้เส้นเอ็นชิงนั้นมีความตึงอยู่เสมอ (อาจใช้เชือกแทนก็ได้)

7) ไม้รองคานหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “ไม้ตุ๊กตา” ทำจากไม้กว้างประมาณ 3 นิ้ว ยาวประมาณ 10 นิ้ว ด้านล่างเรียบใช้ตั้งกับพื้น ด้านบนเป็นง่ามใช้รองรับคานเป็นให้สูงขึ้นจากพื้น มีจำนวน 4 อัน

8) ไม้ขัดเอ็น ใช้ไม้ไผ่เหลาให้บางพอประมาณ กว้างประมาณ 2 ซม.ยาวตามความเหมาะสม ใช้สำหรับขัดเส้นเอ็น ก่อนที่จะส่งเส้นกกเส้นแรกและเส้นต่อๆ ไปจำนวนต้นละ 2 อัน

9) เทียน, ขี้ผึ้ง สำหรับทาเอ็นเพื่อให้เกิดความลื่นของเส้นเอ็น เป็นการเบาแรงในการกระทบ

10) น้ำ เตรียมไว้สำหรับชุบ ปลายกกทั้งสองข้าง เพื่อให้เส้นกกนิ่ม สะดวกในการพันกับไม้ฟูกก

## 5.2 การร้อยเส้นเอ็น

การร้อยเส้นเอ็นนี้มีต่างๆกันหลายชนิด แล้วแต่ลวดลายของเสื่อ เช่น

1) เสื่อชั้นเดียว ที่จริงควรเรียกว่า “เสื่อลายขัด” เห็นจะถูกต้องกว่า การร้อยเส้นเอ็น เสื่อชั้นเดียว ร้อยทุกพื้นพืมและรูพืมโดยไม่มีเว้น คือ ร้อยจากช่องพืมพืมไปหาพืมพืม สลับกันไปตลอดความยาวของตัวพืม

2) เสื่อ 2 ชั้น เสื่อสองชั้นนี้ต้องใช้พืมที่มีพืมเล็กกว่าพืมชั้นเดียว ทอเป็นลวดลายได้หลายชนิด เป็นต้นว่า ลายตาหมากรุก ลายตาสมุก ลายตาเกล็ดกระ และลายตาเกล็ดเต่า เป็นต้น วิธีการร้อยเส้นในลายต่างๆ ไม่เหมือนกัน

## 6. วิธีการทอเสื่อ

การทอนี้ต้องใช้ 2 คนด้วยกัน คนหนึ่งเป็นคนกระทบ อีกคนหนึ่งเป็นคนฟูกเส้นกก คนทอ มีหน้าที่พลิกพืมให้คว่ำหงายและกระทบเส้นกก พร้อมกับการคอยสังเกตลักษณะของเส้นกกที่กระทบกันนั้น ขาด โค้งงอหรือไม่ ผู้ฟูกให้สีหรือเปลี่ยนสีที่ถูกต้องหรือไม่ ผู้ฟูกมีหน้าที่ส่งเส้นกกตามจังหวะหงายและคว่ำพืม พร้อมด้วยการทำลวดลายของผืนเสื่อ การชิงเส้นเอ็นเพื่อการทอ ส่วนใหญ่ การชิงครั้งหนึ่งจะทอเป็นเสื่อได้ 2 ผืน เมื่อทอเสร็จแล้วก็จะจำหน่ายให้กับกลุ่มเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เสื่อ

## 7. การสร้างลวดลายบนผืนเสื่อ

ลายพื้นฐานของเสื่อคือ เป็นลายขัด เพียงแต่ใช้การสลับสีของเส้นกก ทำให้เกิดเป็นลวดลายที่สวยงาม เรียกว่า “ตา” ลายของเสื่อพอ จำแนกออกเป็นลายหลักๆ ได้ดังนี้

1) ลายพื้น หมายถึงการใช้สีกกสีเดียว ฟูกสลับการคว่ำหงายของพืมติดต่อกัน ก็จะได้เป็นสีพื้น เช่น พื้นเขียว พื้นแดง พื้นขาว เป็นต้น

2) ลายไหลหรือลายน้ำไหล หมายถึง การใช้กนกสองสี พุงสลับกับคว่ำพิม 1 สี หงายพิม 1 สี ก็จะได้ทางสีสลับกันตามเส้นเอ็นที่ขึง

3) ลายสลับ หมายถึง การใช้กนกสองสีหรือจะเป็นสามสีก็ได้ สีหนึ่งจะเป็นสีพื้น อีกสองสีจะเป็นสีทำตา การพุงจะใช้สีทำตาพุงสลับกันกับสีพื้น เวลาจะสลับตาก็พุงสีพื้นติดต่อกัน 2 เส้น ตาของเสื้อก็จะสลับ ลายสลับที่นิยมทอกันทั่วไป ได้แก่ ตาแดงดำ ตาแขก ตาตะแคง ตาพริกไทย ตาสอดไส้ เป็นต้น

4) ลายผสม หมายถึง การทอเป็นตาใหญ่ๆ ที่ผสมผสานกันของทั้งสามลายที่กล่าวแล้วข้างต้น ได้แก่ ตาลูกโซ่ ตาก้างปลา ตาไม้กางเขน ตาดอกจันทร์ เป็นต้น ลวดลายเสื้อที่ออกมาแต่ละผืน ล้วนเกิดจากจินตนาการความคิดของผู้ทอ ในการใช้สีสลับสี การผสมผสานกันด้วยลายต่างๆ ทำให้เกิดเป็น “ตา” บนผืนเสื้อ มีชื่อเรียกตามความคิดและความเข้าใจของผู้ทอ ไม่มีชื่อที่แน่นอน และตายตัว

## 5. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีในปัจจุบันและแนวโน้มแฟชั่นกระเป๋าสตรี 2012 (Fashion trends 2012)

### 5.1 แฟชั่นกับวัฒนธรรมพื้นถิ่น

ความสุนทรีย์ของวัฒนธรรมกับแฟชั่นไม่ใช่แค่ภาพลักษณ์แบบชนเผ่า แต่ถือเป็นทักษะฝีมือเชิงช่างที่ผู้บริโภคมองหา อีกทั้งกลิ่นอายแบบวินเทจ ยังแสดงถึงช่วงเวลาของความล้ำค่าของอดีต

แฟชั่นแบบหัตถศิลป์ที่ผูกตีความใหม่ โดยหยิบลวดลายและเทคนิคการมัด ถัก ทอ บวกกับวัสดุพื้นถิ่นแปลกใหม่



ภาพประกอบ 6: รูปแบบและการใช้สีผสมผสานของงานแฟชั่นในปัจจุบัน

ที่มา: เอกสารจากศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center - TCDC). (2554) เรื่องเจาะเทรนด์โลก แฟชั่น วัสดุ เทคโนโลยี พื้นที่ และการใช้ชีวิต

เสน่ห์ของแฟชั่นที่ย้อนกลับไปค้นหาองค์ความทรงจำในอดีต สะท้อนความเป็นผู้หญิงผ่านช่วงเวลา



ภาพประกอบ 7: วัฒนธรรมพื้นถิ่นกับงานแฟชั่นในปัจจุบัน

ที่มา: เอกสารจากศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center - TCDC). (2554) เรื่องเจาะเทรนด์โลก แฟชั่น วัสดุ เทคโนโลยี พื้นที่ และการใช้ชีวิต

## 5.2 เทรนด์สี

จากศตวรรษที่ยี่สิบการพัฒนาในแฟชั่นของกระเป๋าเริ่มมีบทบาทมากขึ้น มีความหลากหลาย กระเป๋าที่ไม่จะเป็นต้องตรงกับเสื้อผ้า ปีสงครามจากทศวรรษที่ 1940 เห็นความจำเป็นที่ต้องใช้ความหลากหลายของวัสดุ ที่เกิดจากการขาดทรัพยากรแบบดั้งเดิม และแบบพลาสติก วัสดุธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น จะเห็นจากการปรับปรุงของสไตลิสต์ศิลปิน และด้วยความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการนำองค์ประกอบใหม่และสิ่งทอเข้ามาใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานและกระบวนการผลิต เพื่อตอบสนองของอรรถประโยชน์ กระเป๋าที่สมบูรณ์แบบในอุดมคติเป็นสิ่งจำเป็นมากสำหรับสตรีเป็นการส่วนตัว เพื่อแสดงถึงบุคลิกภาพและสไตล์ รสนิยมเฉพาะบุคคล อาจออกแบบโดยเพิ่มสไตล์และรูปแบบฟังก์ชันการใช้งาน



ภาพประกอบ 8 รูปแบบและสีสันทันของกระเป๋าสตรีในปัจจุบัน

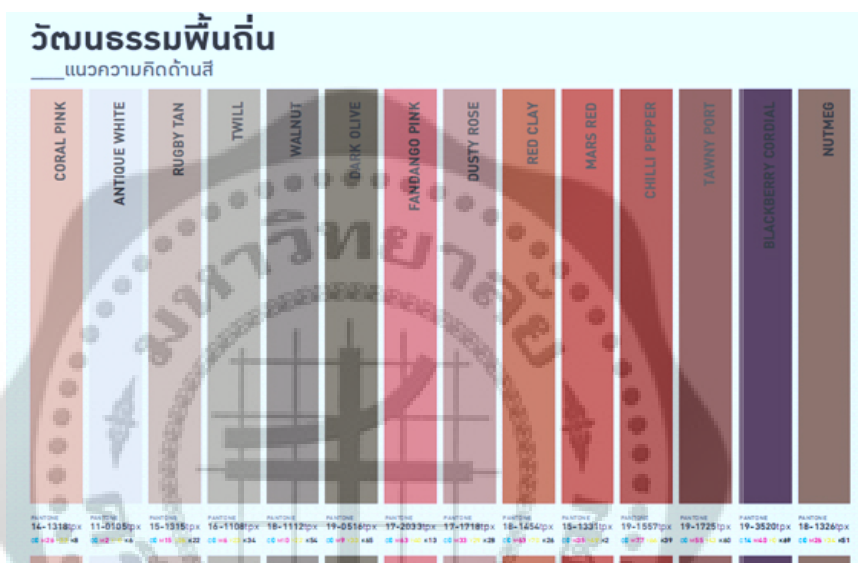
ยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย หรือข้าวของเครื่องใช้ เครื่องประดับต่างๆ จำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนออกแบบให้ตรงตามรสนิยมของผู้คนในสังคมยุคนั้นๆ โดยเรื่องราวของสี มีองค์กรที่ใช้ชื่อว่า อินเตอร์คัลเลอร์ ซึ่งได้รวบรวมผู้เชี่ยวชาญด้านสีของแต่ละประเทศทั่วโลกมาคาดการณ์เทรนด์สีล่วงหน้าในอนาคต ถึงตอนนี้มีการพูดถึงสีในฤดูกาล ออกท์ม-วินเทอร์ ปี 2012-2013 แล้ว ซึ่งจะเป็นสีในโทนมืด แต่มีเงาของความสว่างเพื่อกระตุ้นอารมณ์เพื่อสนองให้เห็นถึงความหวังที่ยังมีอยู่

นายประดิษฐ์ รัตนวิจิตรศิลป์ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยแฟชั่นแห่งประเทศไทย หนึ่งในเดียวของคนไทยที่มีส่วนร่วมในการประชุมเรื่องเทรนด์สีโลก กล่าวว่า นอกจากข้อมูลเรื่องสีแล้วข้อมูลด้านวัสดุ พื้นผิวสัมผัส เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญจำเป็นต้องพิจารณาควบคู่กันไป อย่างที่คาดการณ์ไว้จะมีลักษณะที่เรียบง่าย นุ่มนวล



แต่ก่อนที่จะไปถึงช่วงฤดูกาล ออกท์ม-วินเทอร์ ปี 2012-2013 ปลายปีนี้ถ้าใครไม่yantตกเทรนด์ก็อย่าลืมจับตากลุ่มสีโทนมืดที่มีสีแดงผสม ซึ่งให้ความรู้สึกออกแนวครามาน่าตื่นเต้น ,กลุ่มสีธรรมชาติเขียวมะกอกผสมโลหะที่ออกแนววาว และกลุ่มสีโทนวานออกแนวผู้ใหญ่

อินเตอร์คัลเลอร์ เป็นองค์กรที่ทำการวิจัยสำรวจและประชุมกำหนดค่าเทรนด์สีกลางล่วงหน้า 2 ปี เพื่อให้ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมต่างๆ นำไปใช้สำหรับการออกแบบ หรือเตรียมผลิตสินค้าวางตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทันท่วงที รู้อย่างนี้แล้วอย่างลืมเตรียมตัวให้พร้อมเพื่อรับเทรนด์สีใหม่กันเลย



ภาพประกอบ 9 แนวคิดด้านสีกับวัฒนธรรมพื้นถิ่น

ที่มา: เอกสารจากศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center - TCDC). (2554) เรื่องเจาะเทรนด์โลก แฟชั่น วัสดุ เทคโนโลยี พื้นที่ และการใช้ชีวิต

องค์กรวิจัยกำหนดเทรนด์สีกำหนดเทรนด์สีปี 2012-2013 คือ สีโทนมืด แต่มีเงาของความสว่างเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความหวังที่ยังมีอยู่ (เจาะเทรนด์โลก. แฟชั่น วัสดุ เทคโนโลยี พื้นที่ และการใช้ชีวิต. TCDT: กรุงเทพฯ; 2554)

## 6. ทฤษฎีและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

### 6.1 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

**หน้าที่ใช้สอย** ถือเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกที่ต้องคำนึงผลิตภัณฑ์ทุกชนิดต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้คือสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบายผลิตภัณฑ์นั้นถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยดี (HIGH FUNCTION) แต่ถ้าหากผลิตภัณฑ์ใดไม่สามารถสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์นั้นก็จะถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยไม่ดีเท่าที่ควร (LOW FUNCTION) ซึ่งเรื่องหน้าที่ใช้สอยนับว่าเป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อนซับซ้อนมากผลิตภัณฑ์บางอย่างมีประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้คนที่ทั่วไปทราบเบื้องต้นว่ามีหน้าที่ใช้สอยแบบนี้แต่ความละเอียดอ่อนที่นักออกแบบได้คิดออกมานั้นได้ตอบสนองความสะดวกสบายอย่างเต็ม

**ความปลอดภัย** สิ่งที่อำนวยความสะดวกได้มากเพียงใดย่อมจะมีโทษเพียงนั้น ผลิตภัณฑ์ให้ความสะดวกต่างๆ มักจะเกิดจากเครื่องจักรกลและเครื่องใช้ไฟฟ้าการออกแบบควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ต้องแสดงเครื่องหมายไว้ให้ชัดเจนหรือมีคำอธิบายไว้

**ความแข็งแรง** ผลิตภัณฑ์จะต้องมีความแข็งแรงในตัวของผู้ผลิตหรือโครง สร้างเป็นความเหมาะสม ในการที่นักออกแบบรู้จักใช้คุณสมบัติของวัสดุและจำนวนหรือปริมาณของโครงสร้าง ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการรับน้ำหนัก เช่น โต๊ะเก้าอี้ ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนักอีกทั้งต้องไม่ทิ้งเรื่องของความสวยงามทางศิลปะ เพราะมีปัญหาว่าถ้าใช้โครงสร้างให้มากเพื่อความแข็งแรง จะเกิดสวนทางกับความงามนักออกแบบจะต้องเป็นผู้ตั้งเอาทั้งสองสิ่งนี้เข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ ส่วนความแข็งแรงของตัวผลิตภัณฑ์เองนั้นก็ขึ้นอยู่กับรูปแบบรูปร่างและการเลือกใช้วัสดุและประกอบกับการศึกษาข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต้องรับน้ำหนักหรือกระทบกระแทกอะไรหรือไม่ในขณะที่ใช้งานก็จะต้องทดลองประกอบหรือออกแบบไปด้วยแต่อย่างไรก็ตาม ความแข็งแรงของโครงสร้างหรือตัวผลิตภัณฑ์นอกจากเลือกใช้ประเภทของวัสดุโครงสร้างที่เหมาะสมแล้วยังต้องคำนึงถึงความประหยัดควบคู่กันไปด้วย

**ความสะดวกสบายในการใช้** นักออกแบบต้องศึกษาวิชากายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับสัดส่วน ขนาดและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งจะประกอบด้วยความรู้ทางด้านขนาดสัดส่วนมนุษย์ (ANTHROPOMETRY) ด้านสรีระ ศาสตร์ (PHYSIOLOGY) จะทำให้ทราบ ขีดจำกัด ความสามารถของอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายมนุษย์ เพื่อใช้ประกอบการออกแบบ หรือศึกษาด้านจิตวิทยา (PSYCHOLOGY) ซึ่งความรู้ในด้านต่างๆ ที่กล่าวมานี้ จะทำให้นักออกแบบ ออกแบบและกำหนดขนาด (DIMENSIONS) ส่วนโค้ง ส่วนเว้า ส่วนตรง ส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อย่างพอเหมาะกับการใช้งานหรืออวัยวะของมนุษย์ที่ใช้ก็จะ

เกิดความสะดอกส่ายในการใช้การไม่เมื่อยมือหรือเกิดการล้าในขณะที่ใช้ไปนานๆผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาวิชาดังกล่าวก็จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใช้ต้องใช้ช่วยวางกายไปสัมผัสเป็นเวลานาน

**ความสวยงาม** ผลิตภัณฑ์ในยุคปัจจุบันนี้ความสวยงามนับว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหน้าที่ใช้สอยเลยความสวยงามจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเพราะประทับใจส่วนหน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่ต้องใช้เวลาอีกระยะเวลาหนึ่ง คือใช้ไปเรื่อยๆ ก็เกิดข้อบกพร่องในหน้าที่ใช้สอยให้เห็นภายหลัง ผลิตภัณฑ์บางอย่างความสวยงามก็คือหน้าที่ใช้สอยนั่นเอง เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ของขวัญตกแต่งต่างๆ ซึ่งผู้ใช้ซื้อเกิดความประทับใจในความสวยงามของผลิตภัณฑ์ความสวยงามจะเกิดมาจากสิ่งสองสิ่งด้วยกันคือ รูปร่าง (FORM) และสี (COLOR) การกำหนดรูปร่างและสี ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่เหมือนกับการกำหนด รูปร่าง สีได้ตามความนึกคิดของจิตรกรที่ต้องการ แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นในลักษณะศิลปะอุตสาหกรรมจะทำตามความชอบความรู้สึกนึกคิดของนักออกแบบแต่เพียงผู้เดียวไม่ได้ จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานรูปร่างและสีสนให้เหมาะสม

ด้วยเหตุของความสำคัญของรูปร่างและสีที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ นักออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษาวิชาทฤษฎีหรือหลักการออกแบบและวิชาทฤษฎีสีซึ่งเป็นวิชาทางด้านของศิลปะแล้วนำมาประยุกต์ผสมใช้กับศิลปะทางด้านอุตสาหกรรมให้เกิดความกลมกลืน

**พอสมควร** ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาขายนั้นย่อมต้องมีข้อมูลด้านผู้บริโภคและการตลาดที่ได้ค้นคว้าและสำรวจแล้ว ผลิตภัณฑ์ย่อมจะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นคนกลุ่มใดอาชีพฐานะเป็นอย่างไร มีความต้องการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นี้เพียงใด นักออกแบบก็จะเป็นผู้กำหนดแบบผลิตภัณฑ์ประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อได้ การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมกับผู้ซื้อนั้นก็อยู่ที่การเลือกใช้ชนิดหรือเกรดของวัสดุ และเลือกวิธีการผลิตที่ง่ายรวดเร็วเหมาะสม

**การซ่อมแซมง่าย** หลักการนี้คงจะใช้กับผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อนอะไหล่บางชิ้นย่อมต้องมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือการใช้งานในทางที่ผิดนักออกแบบย่อมที่จะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้นตลอดจนถอดสกรูเพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝาครอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ง่าย

**วัสดุและวิธีการผลิต** ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ผลิตด้วยวัสดุสังเคราะห์อาจมีกรรมวิธีการเลือกใช้วัสดุและวิธีผลิตได้หลายแบบแต่แบบหรือวิธีใดถึงจะเหมาะสมที่สุด ที่จะไม่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าที่ประมาณจะนั้น นักออกแบบคงจะต้องศึกษาเรื่องวัสดุและวิธีผลิตให้ลึกซึ้ง

โดยเฉพาะวัสดุจำพวกพลาสติกในแต่ละชนิด จะมีคุณสมบัติทางกายภาพที่ต่างกันออกไป เช่นมี ความใส ทนความร้อน ผิวมันวาว ทนกรดต่างได้ดี ไม่ลื่น เป็นต้น ก็ต้องเลือกให้คุณสมบัติดังกล่าว ให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่พึงมีอยู่ในยุคสมัยนี้มีการบรรจกรงค์ช่วยกันพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมด้วยการใช้วัสดุที่นำกลับมาหมุนเวียนมาใช้ใหม่ ก็ยังทำให้นักออกแบบย่อมต้องมีบทบาท เพิ่มขึ้นอีกคือเป็นผู้ช่วยพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ที่ เรียกว่า รีไซเคิล

**การขนส่ง** นักออกแบบต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง การขนส่งสะดวกหรือไม่ ระยะเวลาใกล้หรือระยะไกลกินเนื้อที่ในการขนส่งมากน้อยเพียงใดการขนส่งทางบกทางน้ำหรือทาง อากาศต้องทำการบรรจุหีบห่ออย่างไรถึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เกิดการเสียหายชำรุดขนาดของตู้ คอนเทนเนอร์บรรจุทุกสินค้าหรือเนื้อที่ที่ใช้ในการขนส่งมีขนาด กว้าง ยาวสูง เท่าไหร่ เป็นต้น นัก ออกแบบก็ควรที่จะคำนึงถึงเรื่องการขนส่งตั้งแต่ขั้นตอนของการออกแบบกันเลย คือ ออกแบบให้มี ขึ้นส่วน สามารถถอดประกอบได้ง่ายสะดวก เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กที่สุดสามารถบรรจุได้ในลังที่เป็นขนาดมาตรฐานเพื่อการประหยัดค่าขนส่งเมื่อผู้ซื้อซื้อไปก็สามารถที่จะขนส่งได้ด้วยตนเองนำ กลับไปบ้านก็สามารถประกอบขึ้นส่วนให้เข้ารูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวกด้วยตนเอง

## 6.2 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ (THE PROCESS OF PRODUCT DESIGN)

การออกแบบผลิตภัณฑ์คือการกำหนดรูปแบบของผลิตภัณฑ์ หรือผลของการสร้างรูปวัตถุ ให้เกิดเป็นลักษณะต่าง ๆ ออกมาให้สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ ผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏเห็นเป็น รูปร่างลักษณะที่มองเห็น (Visual Form) ดังกล่าวนั้นจะต้องผ่านกระบวนการต่างๆ ทาง การ ออกแบบ (Design process) และการผลิต (production) มาก่อนซึ่งต้องมีลำดับขั้นตอนและการ แก้ปัญหา (Problem - Solving) กันอย่างเนื่องจนให้สามารถสนองความต้องการทั้งทางหน้าที่ทาง กายภาพ (Physical Function) และสื่อความหมายทางการสร้างสรรค์ได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปแล้ว คนส่วนใหญ่จะพิจารณาเรื่องของ การ ออก แบบ ใน แ่งของสีและรูปร่าง เนื่องจากว่าสีและรูปร่างเป็นลักษณะของการออกแบบที่มองเห็นได้อย่างโดดเด่นซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค แต่ก็มักนึกกันต่อไปว่าสีสันทและรูปร่าง เท่านั้นหรือที่จะเป็นหลักใหญ่ใจความของการออกแบบ ในการออกแบบสีและรูปร่างของผลิตภัณฑ์ แน่นนอนย่อมจะต้องมี "ศิลปะ" เข้ามาเกี่ยวข้องแต่ "ศิลปะ" และ "การออกแบบ" ก็ยังแตกต่างกันด้วย เหตุที่ว่าเรื่องของศิลปะนั้นในแง่ของผู้บริโภคยังคงจะมีวัตถุประสงค์คลุมเครือแต่สำหรับเรื่องการ ออกแบบแล้ว คุณจะมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ่มชัดเจนนมากกว่าตามหลัก 5 W และ 2 H คือ Why?, WHO?, WHERE, HOW?, HOW, MUCH? คือออกแบบไปทำไม เพื่อใครเมื่อไร ที่ไหน อะไร

อย่างไร และมูลค่าเท่าไร ดังนั้นเมื่อมีการ "ออกแบบ" สีสันและรูปร่างของผลิตภัณฑ์จึงต้องพิจารณาตามเจตนาดังกล่าวนี้ด้วยดังนั้นเมื่อนักออกแบบจะเริ่มงานออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สิ่งสำคัญจึงอยู่ที่จะต้องรู้จักนำเอาวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ว่ามานั้นผสมผสานความคิดกัน เพื่อให้สินค้าที่มีสีสันและรูปทรงที่เหมาะสม

การออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นกระบวนการดำเนินงาน อาจะสลับซับซ้อนมีความยุ่งยาก และอาศัยข้อมูลประกอบหลายระดับขึ้นอยู่กับว่า วัตถุประสงค์ของการออกแบบนั้นมีความต้องการ และการลงทุนในระดับใดซึ่งอาจจะเป็นการผลิตรายย่อยแบบกึ่งอุตสาหกรรมหรือระบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีระบบสายงานและกำลังการผลิตจำนวนมากๆ ก็เป็นได้แต่ในที่นี้ผู้เขียนใครขอเสนอรูปแบบของกระบวนการออกแบบที่เป็นระบบตามแบบอุตสาหกรรมที่เน้นการผลิตเป็นจำนวนมากๆซึ่งในกระบวนการทำงานการออกแบบและการผลิตนั้นจำเป็นต้องมีการปรึกษาหรืออาศัยข้อมูลต่างๆที่แน่นอนมากมายมาประกอบการพิจารณาตัดสินใจ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการในการผลิตออกมา

ในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์มักจะประกอบขึ้นด้วย 2 กระบวนการคือ

**กระบวนการของการศึกษาวิจัยเบื้องต้น** (Process of Preliminary Research) เป็นกระบวนการอันดับแรกของการเตรียมแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการค้นคว้าวิจัย และข้อมูลจากด้านต่างๆ เพื่อนำมากำหนดเป็นมโนทัศน์ (Concept) ของผลิตภัณฑ์อันได้แก่

1) การกำหนดนโยบาย (Policy Formulation) ได้แก่การตั้งวัตถุประสงค์ของการผลิต, กลยุทธ์ทางการค้า, ขอบเขตของ วัน /เวลาการลงทุน และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดจนการกำหนดสถานะของผลิตภัณฑ์ (Situation) ที่จะผลิตนั้น ๆ ด้วย

2) ความต้องการด้านโครงสร้าง (Structural Requirements) ได้แก่การกำหนดโครงสร้างและหน้าที่ทางกายภาพ (Physical Structural Function) ของผลิตภัณฑ์ว่าจะทำอะไรได้บ้าง (What it HAS TO DO) มีรูปร่างอย่างไร รูปแบบ (STYLE) สมัยใหม่ที่เรียบง่าย หรือมีการตกแต่งลวดลายตามสไตล์งานหัตถกรรมส่วนประกอบในโครงสร้างมีการรับน้ำหนัก หรือเอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้อย่างไร ฯลฯ เช่น การกำหนดความต้องการทางโครงสร้างของผลิตภัณฑ์เก้าอี้ว่านอกจากจะแข็งแรงใช้นั่งได้แล้วจึงยังสามารถปรับพนักพิงหลังให้เอนนอนได้ด้วย เป็นต้น

3) ความต้องการด้านการสื่อสารความหมาย (COMMUNICATIVE REQUIREMENTS) โดยปกติแล้วผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จออกมาโครงสร้างทางรูปร่างหน้าตาของผลิตภัณฑ์จะเป็นสื่อแสดงความหมายแทนตัวของมัน ให้ผู้ใช้ทราบโดยทันทีอยู่แล้ว ว่ามันคืออะไรและใช้ในภารกิจแบบไหน เพราะมนุษย์เราเกิด การเรียนรู้เคยเห็นเคยใช้มาแล้วดังนั้นจึงง่ายแก่การรับรู้หรือการ

ระลึกขึ้นมาได้ง่าย แต่ในบางกรณีผู้ผลิตและผู้ออกแบบต้องการสร้างความแปลกใหม่ในรูปร่างลักษณะของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นกลยุทธ์ทางการค้าให้สามารถดึงดูดความสนใจผู้ใช้ให้เกิดความรู้สึกใหม่ด้วยการใช้รูปลักษณะอื่นๆ สีสัณและโครงสร้างที่แปลกไปจากมโนทัศน์เดิม และในขณะเดียวกันก็ต้องการใช้ข้อมูลข้อความต่างๆ เพื่อเห็นการบอกกล่าวให้ทราบถึง ชนิดประเภท วิธีการใช้ ตลอดจนเครื่องหมายการค้า ตราสัญลักษณ์ผู้ผลิตเข้ามาช่วยสื่อความหมายในตัวผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้วย ดังนั้นความต้องการด้านสื่อความหมาย จึงเป็นไปอย่างควบคู่กันกับโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ซึ่งจะขาดเสียมิได้

4) การศึกษาชนิดและประเภทของวัสดุ (Materials) ที่จะนำมาใช้ทำเป็นผลิตภัณฑ์นักออกแบบจึง ควรศึกษาเกี่ยวกับชนิด รูปร่าง และขนาดต่างๆ ของวัสดุที่มีขายในท้อง ตลาด หรือแหล่งของวัตถุดิบสามารถจัดหาได้ง่ายหรือไม่ มีจำนวนและปริมาณเท่าใดมีคุณสมบัติและโครงสร้างทาง กายภาพในแต่ละชนิดเป็นอย่างไร ฯลฯ ทั้งนี้ก็เพื่อว่าผู้ออกแบบจะได้เลือกใช้วัสดุได้ถูกต้องกับชนิดของงานสามารถกำหนดหรือชื่อวัสดุได้ถูกต้องตามแบบที่ต้องการ เช่นการทดสอบ การรับน้ำหนักของวัสดุ ความทนทานต่อการตัด, โคน, งอหรือง่ายต่อการขึ้นรูป เป็นต้น

5) การศึกษากระบวนการผลิต (Production Process) การศึกษาขั้นนี้นับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญที่นักออกแบบจำเป็นต้องศึกษาถึงความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ในกรรมวิธีของการสร้าง ผลิตภัณฑ์อันจะต้องศึกษาเกี่ยวกับเทคนิควิธีการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเช่นเทคนิคการจัดทำ (Technical Performance)

6) การศึกษาเศรษฐศาสตร์ (Economics) เป็นการศึกษาพื้นฐานการใช้จ่ายตลอดจนศึกษาวิธีประหยัดและการลงทุนการผลิตในปัจจุบันต่างๆ ที่จะต้องนำมาประเมินราคาพร้อมกับราคาขายผลิตภัณฑ์ อันได้แก่

- วิธีการนำวัสดุมาใช้ให้สิ้นเปลืองน้อยที่สุด (Minimum wastage from raw material)

- วิธีการประหยัดในวิธีการผลิตและกระบวนการทางโครงสร้าง (Economy of

Production method and Structural Process)

- วิธีการประหยัดในการเก็บรักษา, การบรรจุ และการขนส่ง (Economy of Storage/Packing Transport)

7) การศึกษาขนาดสัดส่วนในการอำนวยความสะดวกสบายด้านต่างๆ (Size Operational Ergonomics) อันได้แก่การศึกษาขนาดสัดส่วนของมนุษย์ (Human scale) การวัดขนาดของผู้ใช้และการเคลื่อนไหวของมนุษย์ (Users' measurements and Human movement) เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการออกแบบและการกำหนดรูปร่างรูปทรงตลอดจนส่วนประกอบต่าง ๆ ของ

มนุษย์ เช่น การถือ การจับ นั่ง เดิน ยืน นอนในขณะที่เกิดพฤติกรรมร่วมกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากจะศึกษาถึงขนาดสัดส่วนสรีระร่างกายของมนุษย์แล้วนักออกแบบยังจะต้องศึกษาขนาดสัดส่วนของสิ่งแวดล้อมต่างๆ รอบกาย (Environmental Scale) เช่น สภาพธรรมชาติ ขนาดบ้านเรือน ที่พักอาศัยสัดส่วนในการขนส่ง การเก็บรักษา การบรรจุตลอด จนน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตออกมาอีกด้วย

#### 8) การสำรวจและวิจัยถึงความต้องการของผู้ใช้ (Consumer Requirements)

- ความต้องการของผู้ใช้หรือผู้บริโภค (Consumer/User Needs)
- จุดมุ่งหมายเฉพาะทางการตลาด (Specific Market Destination)
- ระดับชนชั้นในสังคม (Social Class Group)
- กลุ่มอายุหรือเพศของผู้ใช้ (Age/Sex Group)
- ระดับรายได้ (Income Group)
- ระยะเวลาหรืออายุของผลิตภัณฑ์ (Intended duration of Product) เช่น ใช้ชั่วคราว (Short term) ถาวร (Permanent) หรือใช้หมดไป (Disposable)
- สถานที่นำไปใช้ (Operational Location) ซึ่งต้องทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปจะนำไปใช้ในสถานที่ใดและภาวะการณ์เช่นไร
- พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behaviors)

9) การศึกษากฎหมายและหลักสุขอนามัยสภาพแวดล้อมด้านกฎหมายจะต้องศึกษาถึงข้อบัญญัติต่างๆ กฎหมายลิขสิทธิ์การคุ้มครองผลงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์การประกันสินค้า ตราเครื่องหมาย ผลิตภัณฑ์ ฯลฯ นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงสุขภาพอนามัยอันเนื่องมาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเช่น อันตรายจากวัตถุที่มีพิษการบาดเจ็บอันเนื่องมาจากโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ตลอดจนการเกิดมลภาวะต่อสภาพแวดล้อมอีกด้วย

จากขั้นตอนและวิธีการต่างๆ ที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าขั้นของการกำหนดรูปแบบทางมโนทัศน์ (concept) ของผลิตภัณฑ์นั้นต้องอาศัยข้อมูล และประสบการณ์ด้านต่างๆ มาประกอบเป็นแนวความคิด (Idea) เพื่อการสร้างสรรค์ ที่มากมายหลายด้าน มีความสลับซับซ้อน และเกี่ยวพันกับบุคลากรผู้ชำนาญการต่างๆ มากมายในอันที่นำมาใช้กำหนดแบบการสื่อความหมายความเข้าใจซึ่งกันและกันในขั้นตอนของการออกแบบและการผลิตต่อไป

## กระบวนการออกแบบ THE PROCESS OF DESIGN

หลังจากที่นักออกแบบได้ศึกษาข้อมูลได้แนวคิดของชนิดและประเภทของผลิตภัณฑ์แล้ว นักออกแบบจึงดำเนินการออกแบบโดยมีลำดับขั้นตอนของการทำงานคือ

1. การพัฒนาแนวความคิดของการออกแบบด้วยการสร้างสรรค์ Concept ออกมาในรูปแบบของหน้าที่การใช้งานและรูปทรง ซึ่งอาจจะเริ่มต้นด้วยการร่างภาพอย่างหยาบๆ (Rough Sketch) หรือทดลองสร้างหุ่นจำลองขึ้นมาอย่างง่าย ๆ (Model Making) เพราะลักษณะของ ผลิตภัณฑ์นั้น บางครั้งการเขียนแสดงให้เห็นเป็นเพียง 2 มิติ นักออกแบบอาจจะผิดพลาดในเรื่องของขนาดสัดส่วน รูปร่างและโครงสร้างที่แท้จริงไปหรือผู้ร่วมงานไม่อาจจะมองภาพออกและไม่เข้าใจใน concept ที่แสดงไว้ ดังนั้นการสร้างหุ่นจำลองประกอบหรืออธิบายแบบในรูปแบบ 3 มิติจะทำให้ง่ายแก่การมองและช่วยให้ผู้อื่นเข้าใจในแนวความคิดได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังเป็นการศึกษาทดลองรูปแบบของโครงสร้าง และรูปร่างคร่าวๆ ที่มีส่วนร่วมในการให้คำปรึกษาในกระบวนการออกแบบ ซึ่งในการสร้าง หุ่นจำลองง่าย ๆ นี้ส่วนใหญ่มักใช้วัสดุที่สามารถดัดแปลงรูปได้ง่ายรวดเร็ว เช่น ใช้ดินเหนียวดิน น้ำมัน หรือกระดาษ เป็นต้น การออกแบบในขั้นนี้ จึงกล่าวได้ว่าเป็นขั้นของการศึกษาปัญหาและ พัฒนาแนวความคิดเบื้องต้น (Preliminary Ideas) เพื่อกำหนดปัญหาโดยชี้เฉพาะในสิ่งที่ต้องการ (Problem Definition By Identification of Needs) อันได้แก่

- 1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Collect data and Information)
- 1.2 การวิเคราะห์และประเมินข้อมูลที่ได้มา (Assess/Analyse information)
- 1.3 ตั้งรายการของความจำเป็นเป็นลำดับขั้นตอน (Establish and list Needs in order of Priority)
- 1.4 ตั้งเกณฑ์สำหรับการประเมินผล (Establish Criteria for Evaluation)

2. ขั้นตอนการพัฒนาแบบ (Design Refinement) คือขั้นตอนของการขัดเกลาแบบร่างที่ จะต้องมีการทดลอง ทดสอบ แนวความคิดอย่างจริงจังพิจารณาตัดสินว่าจะยอมรับไม่ยอมรับหรือ ต้องแก้ไขปรับปรุงแบบอย่างไรถ้าไม่ผ่านการยอมรับก็ต้องกลับไปเริ่มต้นใหม่ ถ้าผ่านการยอมรับ ก็ต้องเข้าสู่ขั้นการพัฒนาแบบด้วยการรายละเอียดของการจัดทำ (Expand Performance Specification) เช่น

- 2.1 พัฒนาส่วนปลีกย่อยของแบบ (Develop detailed design)
- 2.2 จัดเตรียมข้อมูลเอกสารประกอบการออกแบบ (Prepare design documentation)
- 2.3 คิดเทคนิคการจำทำและคำนวณต้นทุน (Predict technical performance and product costs)



ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในแง่ของการผลิต (Feasibility Study) ว่าแบบที่เลือกขึ้นมาพิจารณานั้นมีความเหมาะสมและสัมพันธ์กันใน ขนาด สัดส่วน โครงสร้าง หน้าที่ใช้สอย วัสดุกรรมวิธีการผลิต การลงทุนและการจัดการด้านอื่นๆ มากน้อย เพียงใด เช่น

- ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างสวยงามดีแต่ใช้วัสดุสิ้นเปลืองมากหรือเกิดเศษวัสดุโดยเปล่าประโยชน์ มากเกินไปโดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุสำเร็จรูป ในลักษณะคงรูปและจำกัดขนาด ดังเช่นแผ่นผนัง แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะ ท่อ แท่ง ท่อน แผ่นไม้ เป็นต้นดังนั้นนักออกแบบจึงต้อง ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับข้อจำกัดของวัสดุดังกล่าวด้วย

- ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างของส่วนยื่น (Spine) ส่วนเว้า (Curve) หรือลวดลายมากมายเกินไป อาจไม่เหมาะสมกับการสร้างแม่พิมพ์หรือการขัดเกลา (Finishing) ครั้งสุดท้ายทำให้เสีย เวลา เสียค่าใช้จ่ายสูงซึ่งก็หมายถึงต้นทุนการผลิตและการผลิตและราคาจำหน่ายต่อหน่วยจะ สูงขึ้นตามไปด้วยโดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ที่ต้องขึ้นรูปด้วยการหล่อการฉีดวัสดุเหลวเข้าไปใน แม่พิมพ์เช่น แก้ว หรือโลหะ เป็นต้น ดังนั้น นักออกแบบก็ต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ของกำลังการผลิต กรรมวิธีตลอดจนเรื่องจักรกลต่างๆ ในโรงงานผลิตด้วย

- ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างดีแข็งแรงทนทานใช้วัสดุได้เหมาะสมแต่อาจจะมีน้ำหนักมาก หรือมีขนาดสัดส่วนที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการบรรจุ การเก็บรักษา การขนส่ง การกำจัดซาก ซึ่งอาจจะ ต้องมีการใช้วัสดุอื่นแทนหรือดัดแปลงโครงสร้างให้มีน้ำหนักเบาลงแต่ยังคงรักษาความแข็งแรงและ รับน้ำหนักได้เช่น เดิมหรือไม่ก็ปรับปรุงให้มีโครงสร้างที่ง่ายต่อการเก็บรักษาสามารถเรียงซ้อนหรือ เรียงบรรจุได้อย่างประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง เป็นต้น

- ภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้างของโต๊ะที่สามารถแปรผันขนาดรูปร่างส่วน ประกอบ และวัสดุ เพื่อหาความเหมาะสมสัมพันธ์กันระหว่างโครงสร้าง -ขนาด - น้ำหนัก - วัสดุ ที่มี ประสิทธิภาพและความงามที่ปรากฏออกมาได้ดีกว่า

การให้ข้อมูลหรือรายละเอียดประกอบการออกแบบดังกล่าวจึงเท่ากับว่าเป็นการนำเสนอ เพื่อการตัดสินใจในเบื้องต้น (Preliminary Decision) ที่ผู้ออกแบบจะต้องสื่อแสดงรายละเอียดของ ความคิดและมโนภาพต่างๆ เพื่อการชี้แจงให้ผู้อื่นได้ทราบถึงลักษณะของรูปลักษณะหน้าตา (Feature) สี (Color) ขนาดสัดส่วน (Proportion) ของผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นหรือนำไปพัฒนาแบบ ด้วยการเขียนแบบสร้างจริง (Working Drawing) เพื่อการผลิตจริงในลำดับต่อไป

### การนำเสนอผลงานการออกแบบ (Design Presentation)

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่นักออกแบบ ผู้ร่วมงาน ที่ปรึกษาและผู้ผลิตมีความเห็นชอบในแบบที่แก้ไขและพัฒนาแบบแล้ว ผ่านขั้นตอนการตัดสินใจที่แน่นอนแล้ว ในลำดับต่อมานักออกแบบจะต้องมีการนำเสนอแบบจริงที่จะต้องนำมาซึ่งการสื่อความหมายความเข้าใจ อ่านแบบได้ และมีรายละเอียดประกอบอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่ออธิบายแบบหรือทำเสนอต่อผู้ที่จะต้องเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตหรือร่วมออกแบบซึ่งอาจจะได้แก่ ผู้ผลิต วิศวกร นักการตลาด นักกฎหมาย ช่างเทคนิค ช่างฝีมือและทีมงานฝ่ายโรงงานการผลิต ฯลฯ ให้เกิดความเข้าใจในแบบที่ทำเสนอได้ตรงกันจบจนสิ้นกระบวนการ

### กระบวนการผลิต (Production)

ในกระบวนการผลิตนี้ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายผลิตที่ได้รับงานเขียนแบบที่นักออกแบบนำเสนอมาให้แล้วซึ่งต้องดำเนินการผลิตตามแบบและข้อกำหนดต่างๆ ในรายละเอียดที่อธิบายประกอบไว้ หน้าที่ของนักออกแบบผลิตภัณฑ์ ในขั้นตอนนี้จึงมีเพียงเป็นผู้ควบคุมคุณภาพการผลิตคอยติดตามแก้ปัญหาหรือข้อข้องใจที่ไม่แจ่มชัดที่อาจจะสื่อความหมายไม่ตรงกันทั้งนี้ก็เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จออกมามีคุณค่าและเป็นไปตามความต้องการที่กำหนดร่วมกันไว้

### การประเมินค่า (Appraisal)

ในขั้นนี้เป็นขั้นตอนสุดท้ายในกระบวนการผลิตและออกแบบผลิตภัณฑ์ในอันที่จะต้องมีการประเมินค่าของผลงานออกแบบว่าเมื่อสร้างจริงและนำไปใช้แล้วเกิดผลเช่นไร ต้นทุนการผลิตทั้งหมดเสียค่าใช้จ่ายเท่าและการกำหนดราคาขายเท่าใดจึงจะเหมาะสม ดังนั้นหลักการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์การขนส่ง การบรรจุหีบห่อ และปัจจัยพิเศษอื่น ๆ จะเข้ามาเกี่ยวข้องและปะทะสัมพันธ์ในกระบวนการสุดท้ายนี้ ผลที่ได้รับจากการประเมินค่า ประเมินราคาจึงเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานทั้งหมดที่ดำเนินมาและจะมีค่าต่อการนำกลับไปปรับปรุงหรือข้อควรพิจารณาในการผลิตและออกแบบอีกต่อไปหลักเกณฑ์ในการประเมินค่างานออกแบบพิจารณาได้ตามหลักการดังต่อไปนี้

1) Functional คือการพิจารณาตามหน้าที่ใช้สอยที่ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะและลักษณะตามที่ได้กำหนดไว้ ได้แก่

- หน้าที่การใช้งาน
- ความสะดวกสบาย
- ความปลอดภัย

- ความเหมาะสมกับภาวการณ์ใช้งาน
  - ประโยชน์ใช้สอย
- 2) Structure คือการพิจารณาตามโครงสร้างโดยพิจารณาถึง รูปร่างลักษณะน้ำหนัก, ความแข็งแรงทนทานมีความคงทนในการใช้สอยมากน้อยเพียงใด
- 3) Durability คือการพิจารณาถึงอายุหรือระยะเวลาของผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ในการออกแบบว่ามีความเหมาะสมประหยัดคุ้มค่า กับระยะเวลาและการใช้นานเพียงใด
- 4) Ergonomic คือการพิจารณาถึงการเอื้ออำนวยความสะดวกสบายของงานออกแบบที่มีผลต่อการทำไปใช้และความเหมาะสมกับสรีระร่างกายสัดส่วนหรือความเคลื่อนไหวของมนุษย์
- 5) Production คือการพิจารณาถึงคุณภาพของการผลิต เช่น
- ความประณีตเรียบร้อยของผลงาน
  - มีการประสานงานที่ดี
  - แบบและรายละเอียดถูกต้องตามที่กำหนด
  - คุณภาพของผลผลิต
- 6) Economics เป็นการพิจารณาถึงต้นทุนการผลิตเศรษฐกิจของการลงทุน ความคุ้มค่าหรือผลกำไร เป็นต้น
- 7) Association คือการพิจารณาในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องว่าผลงานที่ออกแบบมานั้นสามารถสื่อความหมายได้ดี ต่อผู้ใช้ผู้พบเห็นมีการเผยแพร่การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันอย่างไรได้ผล
- 8) Aesthetic คือการพิจารณาด้านความงามของผลิตภัณฑ์ เช่น โครงสร้าง สัดส่วน สีสี้น การดึงดูด ความสนใจต่อผู้ใช้ ฯลฯ เป็นต้น

### 6.3 แนวทางในการสร้างสรรค์งานออกแบบผลิตภัณฑ์

#### การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้โดนใจผู้บริโภค

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยรูปแบบในการพัฒนาอาจเป็นด้านบรรจุภัณฑ์ หรือตัวผลิตภัณฑ์อาหารก็ได้ งานพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็น อาศัยทั้งระบบและกลยุทธ์ ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ (วิชัย, 2550) การสร้างแนวความคิดผลิตภัณฑ์เป็นขั้นตอนเริ่มต้นสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยการเข้าถึงความต้องการหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง การค้นหาความต้องการของผู้บริโภค จำเป็นต้องอาศัยเทคนิคต่างๆ การเลือกใช้เทคนิคใดนั้น ขึ้นกับการพิจารณาความเหมาะสม เช่น

วัตถุประสงค์ในการสำรวจงบประมาณ ระยะเวลาและความรู้ความเข้าใจในเทคนิคของผู้ดำเนินงาน ดังนั้นจึงนำเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint analysis) เทคนิคคานโน (Kano model) และวิธีแฟลชโพรไฟล์ (Flash profile) มาใช้เพื่อค้นหาความต้องการของผู้บริโภคสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำเกลือแร่เพื่อสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Product concept development) ทั้งนี้เครื่องดื่มน้ำเกลือแร่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสทางธุรกิจสูง มีคู่แข่งในตลาดน้อย กลุ่มผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มที่เล่นกีฬา ออกกำลังกายและผู้สูญเสียเหงื่อเนื่องจากการทำกิจกรรมต่างๆ

### **การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางความงาม**

รูปลักษณ์ที่ดึงดูดตานับเป็นหัวใจพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์บางประเภทประเด็นในการพิจารณาเลือกซื้อของผู้บริโภค อาจไม่ใช่เรื่องของสมรรถนะหรือคุณสมบัติพิเศษโดดเด่นสำหรับการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้น แต่กลับเป็นความพึงพอใจในความงามของรูปโฉมภายนอกเป็นประเด็นสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ แนวคิดนี้มีลักษณะที่สนองตอบค่านิยมในสังคมมากกว่าความจำเป็นหรือความต้องการขั้นพื้นฐาน สอดคล้องกับสุภาษิตไทยที่ว่า ไก่งามเพราะขน คนงามเพราะแต่ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องประดับ เสื้อผ้า ของขวัญ เพอร์ซิเจอร์ และของตกแต่งบ้าน เป็นต้น

### **ความเหมาะสมกับสรีระของผู้ใช้งาน**

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสรีระของผู้ใช้งานมาก่อนสิ่งอื่นใด รูปแบบของผลิตภัณฑ์จะเป็นไปในลักษณะที่จูงใจให้เกิดการตอบสนองทางกายภาพที่ดี ไม่ก่อให้เกิดความเมื่อยล้าได้ง่าย กระชับได้ส่วนกับสรีระ เป็นต้น

### **การออกแบบที่เน้นการประหยัดเนื้อที่**

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงการประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง การจัดเก็บ และการพกพาเป็นสำคัญ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จะก่อให้เกิดการประหยัดเนื้อที่ได้านั้น มักจะเป็นไปในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่พับได้ ซ้อนได้ ยืดหดได้ ถอดประกอบได้ เป็นต้น

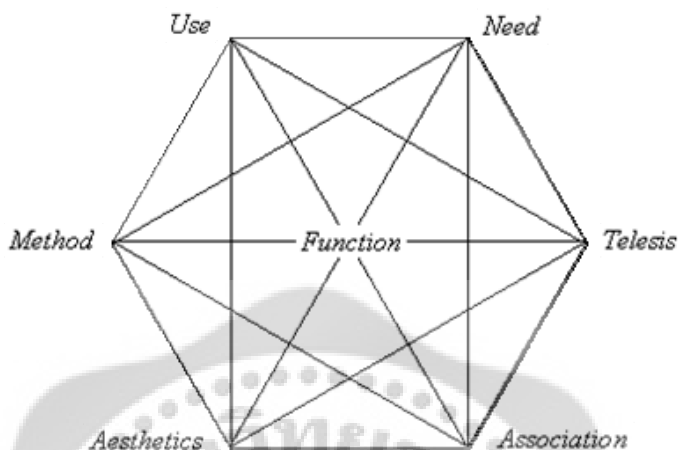
### **การออกแบบที่เน้นความคล่องตัวในการใช้งาน**

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นการแก้ปัญหาด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความคล่องตัวและสะดวกมากขึ้น รูปแบบของผลิตภัณฑ์มักเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม และวิถีการดำเนินชีวิตทั้งทางงานและส่วนตัว ควบคู่กับความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี

## การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย

แบบจำลองการเกี่ยวโยงกันระหว่างประโยชน์ใช้สอยกับปัจจัยด้านอื่นๆ

(The function complex)



ภาพประกอบ 10 แบบจำลองการเกี่ยวโยงกันระหว่างประโยชน์ใช้สอยกับปัจจัยด้าน

ที่มา: <http://www.gotoknow.org/blogs/posts/388729>อื่นๆ

จากภาพของ Function complex ทำให้มองเห็นความเกี่ยวโยงกันระหว่างประโยชน์ใช้สอยในการออกแบบกับปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ได้ภาพชัดเจนขึ้น โดยประกอบด้วย

1) ความจำเป็น (Need) การออกแบบนั้นควรเกิดขึ้นจากความจำเป็นที่แท้จริง ไม่ใช่เกิดขึ้นเพื่อสนองเพียงความต้องการเท่านั้น ถึงแม้ว่าการออกแบบสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับความพอใจต่อความรู้สึกของมนุษย์มากขึ้นก็ตาม แต่ฐานะทางเศรษฐกิจโดยรวมของผู้บริโภคยังคงบีบบังคับให้ต้องเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ตามจำเป็นในการแก้ปัญหาเป็นส่วนใหญ่

2) จุดมุ่งหมาย (Telesis) การออกแบบนั้นจะต้องมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน เช่น เสื้อผ้าที่ทำด้วยกระดาษออกแบบมาอย่างสวยงาม ราคาถูก และไม่ต้องการเก็บรักษา จุดประสงค์เพื่อจะได้เปลี่ยนรูปแบบสม่ำเสมอ หรือการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีอายุสำหรับการใช้สอยที่ตายตัว โดยผู้ใช้ไม่ต้องคำนึงถึงการซ่อมแซมหรือดูแลรักษาใดๆ ทั้งสิ้น เมื่อครบอายุการใช้งานตามที่ระบุไว้ให้เลิกใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไป เช่น ประเพณีการสร้างบ้านดั้งเดิมของชาวญี่ปุ่นจะขึ้นอยู่กับขนาดเสื้อ 3'6 ฟุต ซึ่งทำด้วยฟางที่อัดแน่นปิดคลุมด้วยหวายสาน ด้านข้างมัดไว้ด้วยผ้าแถบสีดำ เสื้อนั้นจะถูกนำมาต่อกันในรูปแบบซ้ำๆ (modular) จุดมุ่งหมายก็เพื่อที่จะช่วยในการเก็บเสียงและรักษาความสะอาด โดยฝุ่นหรือผงต่างๆ จะตกลงไปชั้นในของเสื้อ เสื้อนั้นจึงทำหน้าที่เสมือนหนึ่งเป็นเครื่องดูด

ฝุ่น แล้วเสื้อจะถูกเปลี่ยนใหม่เป็นระยะเวลาสม่ำเสมอ อีกตัวอย่างหนึ่งคือ การรวมบรรยากาศการออกแบบที่ต่างวิถีชีวิตเข้าด้วยกัน เช่น แบบตะวันออกรวมกับแบบตะวันตก จุดมุ่งหมายก็เพื่อต้องการแสวงหาประสบการณ์และสภาพชีวิตที่มีเสน่ห์แปลกออกไปจากธรรมดาที่คุ้นเคย

3) การสื่อความหมาย (Association) ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดในการออกแบบและความสัมพันธ์ของจิตใต้สำนึกระหว่างผู้ใช้งับงานออกแบบนั้น ควรสะท้อนคุณค่าที่ดีบางประการได้ เช่น แก้วอีนมมอมองของคนรุ่นใหม่ จะไม่ใช่เป็นเพียงที่สำหรับนั่งเท่านั้น แต่จะต้องเพียบพร้อมไปด้วยความสวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย แข็งแรง สามารถที่จะขนย้ายหรือเป็นอะไรที่ดีๆ อื่นๆ อีกได้

4) ความสุนทรีย์ (Aesthetic) เป็นเครื่องมือที่ช่วยแสดงความจริงในการจัดรูปทรงและสี ทำให้เกิดความพอใจ เกิดอารมณ์ เกิดความตื่นเต้นและความสุขรื่นเริงได้ ความสุนทรีย์นั้นไม่มีมาตรฐาน การตัดสินขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความชอบส่วนตัว แต่โดยธรรมชาติแล้วการรับรู้ด้านความงามของมนุษย์มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ส่วนความรู้สึกรอคอยใจจากสิ่งต่างๆ ที่ดูง่าย ๆ แต่งดงามที่เรียกว่าความสละสลวย (Elegance) มักเป็นการลดทอนความยุ่งเหยิงให้ง่ายเข้าจนเป็นแบบที่สมบูรณ์แบบ (Near-perfect) องค์ประกอบของความงามนั้นมีอยู่หลายอย่าง เช่น รูปลักษณ์ วัสดุที่ใช้ วิธีการทำ ฯลฯ

5) วิธีการ (Method) เป็นวิธีดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกันของวัสดุ (Material) เครื่องมือ/เครื่องจักร (Tool/Machine) และกรรมวิธี (Process) การออกแบบควรมีความซื่อสัตย์ต่อคุณค่าตามสภาพที่แท้จริงของวัสดุนั้นๆ โดยไม่ทำให้ค่าของวัสดุนั้นด้อยลงไป ควรหลีกเลี่ยงการใช้วัสดุชนิดหนึ่งเพื่อเลียนแบบวัสดุอีกชนิดหนึ่ง เช่น คานเหล็กที่ใช้สีทาทำให้ออกเหมือนไม้ ขวดพลาสติกที่ออกแบบให้เหมือนขวดแก้วที่มีราคาแพง เป็นต้น การเลือกใช้วัสดุต้องเลือกวัสดุที่ใช้งานได้ดีกว่าถูกกว่ามาแทนวัสดุที่แพงกว่า และไม่ควรรู้วัสดุกับเครื่องมือ/เครื่องจักร หรือวิธีการที่ไม่เหมาะสม ซึ่งจะก่อให้เกิดเสียเวลาและค่าใช้จ่ายสูงขึ้น

6) การใช้งาน (Use) การออกแบบนั้นต้องสามารถใช้งานได้ดีและได้สัดส่วน เช่น ขวดบรรจุยาเม็ด ควรออกแบบให้เทยาออกได้ที่ละเม็ด ขวดหมึกไม่ควรล้มคว่ำง่าย ประโยชน์ใช้สอยขั้นพื้นฐานของรถยนต์ นอกจากจะเป็นยานพาหนะแล้ว ยังต้องเป็นเครื่องวัดฐานะและเป็นสถานที่ส่วนตัวในการประกอบกิจกรรมต่างๆ เช่น ดูหนัง ฟังเพลง รับประทานอาหาร แต่งตัว ขนย้ายสัมภาระ ฯลฯ

### ความสัมพันธ์กันระหว่างรูปลักษณ์กับพฤติกรรมการใช้งาน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่อาศัยการมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างรูป ลักษณ์กับ พฤติกรรมการใช้งานที่ตอบรับกัน เช่น การรวมเอาผลิตภัณฑ์ที่มีตำแหน่งการใช้งานเดียวกันเข้าด้วยกัน แต่คงไว้ซึ่งประสิทธิภาพของการใช้สอยเดิม ข้อเด่นของแนวคิดนี้คือเกิดความเรียบง่ายและสร้างความประหลาดใจเมื่อพบเห็นได้มาก

### การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางวัสดุ

ความงามที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่า และการรับรู้ถึงคุณค่าได้ด้วยสัมผัส ทำให้ผู้บริโภคหลายคนหลงใหลในเนื้อแท้ของวัสดุที่ไร้การแต่งเติม แนวคิดนี้เน้นการแสดงเนื้อแท้และคุณลักษณะพิเศษของวัสดุอย่างเปิดเผย ให้แง่คิดในด้านปรัชญาและสัจธรรมที่ลุ่มลึก อีกทั้งยังเป็นการขยายการใช้ประโยชน์จากวัสดุให้กว้างขึ้นอีกด้วย

### การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นความเป็นธรรมชาติ

ปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีแนวโน้มต้องการหวนคืนสู่อ้อมกอดของธรรมชาติ เพราะต้องการความสงบ ผ่อนคลาย และที่พักทางใจในการฟื้นฟูความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ และคนอีกส่วนหนึ่งเชื่อว่าวัตถุดิบจากธรรมชาติคือความสด สะอาด บริสุทธิ์ และมีคุณค่าที่จะทำให้สุขภาพของเราแข็งแรง ดังนั้นความนิยมในตัวผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยให้เราได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้นนั้น ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ยังคงเป็นกระแสนิยมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ถึงแม้ว่าจะมีช่วงเวลาของการชะงักหรือห่างเหินบ้าง แต่ท้ายที่สุดมนุษย์กับธรรมชาติก็มิอาจแยกขาดจากกันได้

### การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดที่เรียกกันทั่วไปว่าผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green product) นั้น มีสาเหตุมาจากพฤติกรรม การบริโภคของมนุษย์ ที่มีแนวโน้มการบริโภคที่เร็วขึ้น เบื่อแล้วทิ้ง ทำให้เกิดขยะมากมายที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่ผลิตภัณฑ์นั้นยังไม่เสีย หรือชำรุด เพียงบางส่วนซึ่งสามารถซ่อมแซมใช้ใหม่ได้

จากแนวคิดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กลายเป็นแรงกดดันให้ทุกฝ่ายต่างต้องมีจิตสำนึก ในการสร้างสรรค์วงจรสภาพแวดล้อมที่สมดุลให้แก่สังคมส่วนรวม ดังนั้นในขั้นตอนของ กระบวนการออกแบบ นักออกแบบสามารถเลือกใช้แนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

- 1) ออกแบบให้สามารถถอดออกเป็นชิ้นๆ เพื่อง่ายต่อการถอดประกอบ ง่ายต่อการขนส่ง และง่ายต่อการนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycle)
- 2) เลือกใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้หรือสามารถย่อยสลายได้ เป็นการแก้ปัญหาทางด้านนิเวศวิทยา หรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น Bio-polymer
- 3) ใช้วัสดุในท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อลดการใช้พลังงานในการเคลื่อนย้าย
- 4) ใช้วัสดุหรือพลังงานในการผลิตให้น้อยลง
- 5) เปลี่ยนพฤติกรรมกรบริโภคของมนุษย์ให้บริโภคช้าลง (Slow-Flow)
- 6) ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความทนทานใช้งานได้นานขึ้น เช่น กันน้ำ ทนกระแทก เปลี่ยนเฉพาะฝาครอบแทนการทิ้งทั้งชิ้น
- 7) ผลิตภัณฑ์หนึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปใช้เป็นผลิตภัณฑ์อีกอย่างได้ หรือเป็นลักษณะเอนกประสงค์ เช่น เตียงเด็กเมื่อเด็กโตขึ้นไม่ได้งานแล้ว สามารถปรับเปลี่ยนเป็นโซฟาหรือโต๊ะเขียนหนังสือได้ ทิวเมื่อเสียแล้วถอดจอกว้างกลายเป็นตู้เก็บของที่วางซ้อนกันได้
- 8) ให้ความสำคัญต่อคุณค่าทางจิตใจ เช่น ทำให้เกิดความรัก ความผูกพัน ความทรงจำที่ดี จนทำให้ไม่ทิ้งผลิตภัณฑ์นั้น เช่น พิมพ์ภาพสัญลักษณ์ ข้อความหรืออื่นๆ ไว้ให้สามารถรำลึกหรือเชื่อมโยงความทรงจำที่ดีได้

ผลิตภัณฑ์แนวคิดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นสิ่งดี แต่ในแง่ของการเลือกบริโภค ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม ยังมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้อุปกรณ์ การจะประสบความสำเร็จทางการตลาด ต้องสามารถเปรียบเทียบกับคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้งานกับผลิตภัณฑ์เดิม เช่น ประหยัดกว่า ปลอดภัยกว่า ราคาถูกกว่า เป็นต้น

### การออกแบบผลิตภัณฑ์ตลาดเฉพาะกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์หลายอย่างออกแบบมาเพื่อ ใช้กับกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง โดย เฉพาะหรือใช้ในบางสถานที่เท่านั้น แต่สำหรับผลิตภัณฑ์บางอย่างก็เหมาะสมกับการใช้งานในบางกลุ่มคน เช่น สุขภัณฑ์สำหรับเด็ก โทรศัพท์สำหรับคนตาบอด เป็นต้น

จุดมุ่งหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม ก็เพื่อจะหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับคู่แข่งรายใหญ่ที่มุ่งสู่ตลาดหลัก ซึ่งเป็นการทำตลาดที่วัดกันด้วยปริมาณมาก (Economies of scale) ทั้งในการผลิต การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ช่องว่างการตลาดที่มุ่งสร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์ออกจากตลาดใหญ่ ยังมีโอกาสอีกมาก แต่เราต้องทำความเข้าใจลูกค้าอย่างจริงจังและรวดเร็วกว่าคู่แข่ง ต้องเรียนรู้ถึงพฤติกรรมของลูกค้า ทักษะคติ การตัดสินใจและวิถีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) มาเป็นปัจจัยสำคัญของการกำหนด



ทิศทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มนั้น การเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงทาง ด้านวิถีการ ดำเนินชีวิตของกลุ่มต่างๆ ยังช่วยให้ค้นพบถึงความต้องการที่ซ่อนอยู่ในใจของลูกค้า และสามารถที่จะตอบสนองของลูกค้าได้รวดเร็ว และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่แตกต่างได้

### การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สนองตอบวิถีชีวิตคนเมือง

การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม ระบบและวิถี การดำเนินชีวิตของมนุษย์ที่หลากหลายและละเอียดอ่อนขึ้น ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้ บรรลุจุดประสงค์ทางการตลาดสมัยใหม่ได้นั้น ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแง่มุมที่กว้างขึ้น ทั้งในแง่ของความสะดวก สบายในการใช้งาน ขนาด ที่กะทัดรัด การเคลื่อนย้ายที่สะดวก ความสุขทางใจที่ได้รับจากการใช้หรือมีไว้ในครอบครอง รวมทั้ง ค่านิยมทางสังคม และอื่นๆ อย่างเหมาะสมในหลายๆ ด้าน เช่น

1. ความเชื่อว่าตนเป็นผู้มีวิถีชีวิตที่ทันสมัย เป็นลักษณะของการดำเนินชีวิตที่เคียงข้าง กับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการออกแบบ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีการดำเนิน ชีวิตของคนเป็นอย่างมากวิวัฒนาการดังกล่าวมีทั้งผลดีและผลเสียควบคู่กันไป ตัวอย่างเช่น การ สื่อสารด้วยโทรศัพท์ เคลื่อนที่ที่ถ่ายภาพได้ บอกพิกัดตำแหน่งด้วยสัญญาณดาวเทียม รับส่งอีเมล และท่องอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา การฟังเพลงจากเครื่องเล่น MP3 การชมภาพยนตร์โปรดจาก เครื่องเล่น DVD ขนาดพกพาน้ำหนักเบา แก้วเบียร์ที่สามารถส่งสัญญาณวิทยุไปบอกบาร์เทนเดอร์ ให้มาเติมเบียร์เพิ่มแบบอัตโนมัติ ตู้ยาที่สามารถเตือนผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี ให้หยิบยาแต่ละขวดได้ อย่างถูกต้องตามลำดับ เป็นต้น

2. ความคิดก้าวหน้า เป็นความคิดที่ไม่หยุดอยู่กับที่ก้าวขยับไปข้างหน้าตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น หน้าหลักของนาฬิกาเดิมเป็นเพียงการบอกเวลาและวันที่เท่านั้น ก็ค่อยๆ พัฒนา เพิ่มเติมให้สามารถจับเวลาได้ เทียบเวลาสองประเทศ ตั้งปลุกและคุณสมบัติเพิ่ม เต็มตามมาอีก มากมาย เช่น ตรวจวัดชีพจร ความดันโลหิต และสารพัดหน้าที่ตามมาอย่างไม่ขาดสาย

3. อิทธิพลของแนวโน้มทางการออกแบบ (Trends) เป็นการคาดเดาที่ถูกออกแบบเตรียมไว้ล่วงหน้า มีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของกลุ่มบุคคลให้คล้ายตามกัน ตัวอย่าง แนวโน้ม ได้แก่

- 1) คนเมืองย้ายที่อยู่บ่อยตามหน้าที่การงาน เครื่องใช้สอยต่างๆ ที่ออกแบบมาใหม่นั้น ควรมีน้ำหนักเบาเพื่อสะดวกต่อการขนย้าย และเนื่องจากที่อยู่อาศัยมีขนาดเล็กลง เครื่องใช้สอย ต่างๆ จึงควรมีขนาดเล็กตามหรือสามารถพับเก็บได้เพื่อประหยัดเนื้อที่

2) ครอบครัวขนาดเล็กถึงกลาง มักอยู่ตัวคนเดียวหรือ 2 คน มีบุตร 1 คน แก้เหงาด้วยการ เล่นหรือคุยคนเดียว การใช้ชีวิตประจำวันค่อนข้างนึกถึงตนเองเป็นหลัก มีนิสัยทำอะไรตามใจตนเองมากขึ้น มีความพอใจกับสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต มีส่วนประกอบของความคิดริเริ่ม ส่วนตัวและสนุกสนานร่วมด้วย

3) การนำสิ่งตรงข้ามมาใช้ร่วมกัน (The Fusion of Opposite) เป็นการผสมสิ่งที่คุณ เหมือนจะแตกต่างกันคนละขั้วเข้าด้วยกัน เช่น แสงสว่างกับความมืด การผสมผสานของสไตล์ย้อน ยุคกับสไตล์ร่วมสมัย หรือการผสมผสานเทคโนโลยีเข้ากับธรรมชาติ (Neo Nature)

4) การใช้สีเส้นที่สดใส หลากสี หรือสีที่แตกต่างกันมาใช้ร่วมกัน ทำให้เกิดความรู้สึก สนุกสนานมีชีวิตชีวามากขึ้น เพื่อชดเชยวิถีชีวิตจริงที่วุ่นวาย รีบเร่ง และเคร่งเครียด

5) สไตล์เรียบง่าย (Minimalist) เป็นรูปแบบที่ดูเรียบง่ายแต่ให้ความสะดวก สบาย เพราะทุกวันนี้คนเราทำงานหนักมากขึ้น จึงต้องการผ่อนคลายมากขึ้นเช่นกัน ยิ่งสิ่งรอบตัวมีความ ซับซ้อนมากขึ้น เราก็ยิ่งแสวงหาความเรียบง่ายมากขึ้น เพื่อชดเชยชีวิตชีวาสร้างความสะดวกและ สนุกสนานให้ชีวิตในทุกวิถีทาง

4. ภาวะเศรษฐกิจ การเมือง และสิ่งแวดล้อม ในภาวะความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจ ความตึงเครียดทางการเมือง และความรู้สึกที่ไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้ผู้คนถอยหาที่ พักใจ หลีกหนีหามุมสงบส่วนตัว บ้านจึงกลายเป็นบังเกอร์ของคนยุคใหม่ให้ชุ่มหลบความวุ่นวาย ใช้ สร้างฝันและโลกในอุดมคติ การแสวงหาความเพลิดเพลินในทุกประสาทรู้ทั้ง ภาพ เสียง กลิ่น รส สัมผัส รวมถึงศิลปะ ปรัชญา รายละเอียดที่ลึกซึ้ง ล้วนเป็นองค์ประกอบของชีวิตที่คนยุคใหม่ แสวงหา จากการที่ผู้บริโภคหันเข้าหาความบันเทิงภายในบ้าน ซึ่งดูจะปลอดภัยและสบายใจที่สุดใน ยุคนี้ ทำให้เกิด Audio visual products ที่เรียกว่า "เทคโนโลยี เพื่อความบันเทิงในครัวเรือน" ออกมามากมาย

### การออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะเชิงชวน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ในลักษณะเชิงชวนหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการ ตอบสนองร่วมบนแนวคิดเดียวกัน ประกอบด้วย

1) การเชิญชวนด้านเหตุผล (Rational appeal) เป็นการนำเสนอแนวคิดเพื่อสร้างความ สนใจส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยพยายามแสดงว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาใหม่นั้น จะให้ประโยชน์ อะไรแก่ผู้ใช้ เช่น ประหยัดน้ำมันกว่า กินไฟน้อยกว่า ทนทานกว่า น้ำหนักเบากว่า พกพาสะดวก กว่า ติดตั้งหรือใช้งานง่ายกว่า เป็นต้น

2) การเชิญชวนด้านอารมณ์ (Emotional appeal) เป็นการนำเสนอแนวคิด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดอารมณ์ความรู้สึกที่พึงพอใจเมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่นั้น เช่น เกิดการผ่อนคลาย เกิดความตื่นตัวเร้าใจ เกิดความสนุกสนาน เกิดความมั่นใจ เกิดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น

3) การเชิญชวนด้านศีลธรรม (Moral appeal) เป็นการนำเสนอแนวคิด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้สึกว่าเหมาะสมเมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่นั้น เช่น มีส่วนช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติ มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม เกิดความรักครอบครัว เกิดความรักชาติ เป็นต้น

### การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม

ระบบสังคมและวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับผู้บริโภคในสังคมนั้น และมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมการแสดงออกของผู้บริโภคแต่ละคน โดยปกติผู้บริภคยอมแสดงพฤติกรรมไปในทางที่สังคมต้องการ เพื่อให้ตนเองได้อยู่ในสังคมนั้นต่อไป ดังนั้นก่อนที่จะทำการออกแบบอะไร นักออกแบบต้องพิจารณาระบบสังคมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายว่า สังคมนั้นมีพฤติกรรมในการแสดงออกและการอยู่ร่วมกันอย่างไร มีการปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมประเพณีกันอย่างไร เพื่อสรุปประเด็นมาสร้างสรรค์ผลงานให้เหมาะสมและเกิดการยอมรับ

ถ้าวัฒนธรรมคือจุดสร้างความแตกต่าง การใส่จุดเด่นของวัฒนธรรมประจำชาติในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ นอกจากจะทำให้เกิดเอกลักษณ์ทางรูปลักษณะที่แตกต่างแล้ว ยังเพิ่มมิติคุณค่าทางวัฒนธรรมและความหมายให้กับชิ้นงานด้วย ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกทางความคิดที่มีต่อสินค้านั้นๆ แตกต่างกันไป ดังคำเปรียบเปรยที่ว่าชื่อผลิตภัณฑ์อเมริกาเหมือนชื่อความฝัน (ความก้าวล้ำทางเทคโนโลยี) ชื่อผลิตภัณฑ์ฝรั่งเศสเหมือนชื่อความหรูหรา (ความมีรสนิยมและประวัติความเป็นมา) ชื่อผลิตภัณฑ์ญี่ปุ่นเหมือนชื่อความคิดและความสมบูรณ์แบบ (ความเอาใจใส่ในรายละเอียด)

ปัจจุบันการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกันเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และได้รับการยอมรับมากขึ้นเป็นลำดับ จนเกิดเป็นแนวทางการออกแบบที่เรียกว่า การไขว้ข้ามของวัฒนธรรม (Cross culture) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการดำเนินชีวิตของคนหลายๆ ชาติผสมปนเปกัน เช่น ตะวันออกกับตะวันตก เช่นกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ฯลฯ จนเกิดเป็นความกลมกลืนในรูปแบบใหม่ที่แปลกตา เสน่ห์ลึกลับของการออกแบบตามแนวคิดนี้ คือ ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่แตกต่างจากวัฒนธรรมเดิมที่เคยถือปฏิบัติอยู่

### การออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดของ Kenya Hara

การออกแบบในหัวข้อ Haptic เป็นการใช้นิ้วสัมผัสจากความรู้สึกกระตุ้นประสาทสัมผัส สร้างความรู้สึกแปลก ตื่นตัว อยากสัมผัสหรือการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะการสื่อสารแบบตรงมาตรงไประหว่างผู้ใช้กับตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความรู้สึก ชบช่น มีความสุขที่ได้รับจากการใช้งานผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบ รูปร่างรูปทรงหรือการใช้ลักษณะพื้นผิว โดยใช้วัสดุใหม่ๆ มาสร้างงานออกแบบผู้ใช้อาจเกิดอารมณ์ ความรู้สึกจากการมองเห็น การสัมผัสเป็นประสบการณ์ใหม่ในการรับรู้เชื่อมโยงกับตัวผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ผู้ที่พบเห็นหรือผู้ใช้ได้รับ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างไปจากสิ่งที่พบในชีวิตประจำวัน

### การออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดของ Naoto Fukasawa

การออกแบบในหัวข้อ Super Normal (เหนือกว่าปกติ) Naoto ใช้แนวคิดกับสิ่งที่เป็นปกติธรรมดาในชีวิตประจำวัน และการใส่ใจในรายละเอียดของการออกแบบสิ่งของที่ดูธรรมดากับการสร้างสรรค์งานที่ไม่ยึดยึดความพิเศษ ความเป็นแฟชั่นหรือประโยชน์ใช้สอยที่เกินความจำเป็นในการใช้งานแต่สิ่งที่คุณคิดว่าอะไรที่จะทำให้ผู้ใช้เกิดความประทับใจจากประสบการณ์เดิมที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน เช่น สิ่งที่คุณออกแบบได้แนวคิดจากการนำรูปทรงเก่ามาใช้แต่มีการพัฒนารูปแบบภายนอกหรือการเปลี่ยนแปลงวัสดุใหม่ในการออกแบบทำให้ผู้พบเห็นเกิดความประทับใจเกิดความรู้สึกดีจากประสบการณ์เดิมที่เคยสัมผัสและความรู้สึกในแง่บวกเมื่อได้ใช้งานทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีกว่าเดิมที่เคยใช้ในอดีต

### การออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดของ TRIZ

TRIZ มาจากภาษารัสเซียว่า Teoriya Resheniya izbretatelskikh Zadatch แปลเป็นภาษาอังกฤษว่า Theory of Solution of Inventive Problems หมายถึง ทฤษฎีการแก้ปัญหาเชิงนวัตกรรม ทฤษฎีนี้ค้นพบโดย เจนริค อัลทชูลเลอร์ (Genrich Alshuller) ซึ่งได้มาจากข้อสรุปของการศึกษาสถิติที่นำมาจัดระเบียบนับพันๆ รายการ ประกอบด้วย 40 หลัก การ ดังนี้

1) การแบ่งออกเป็นส่วนๆ (Segmentation) ได้แก่ แบ่งวัตถุออกเป็นหน่วยอิสระ ทำเป็นแบบพับเก็บได้ เช่น ไฟสัญญาณจราจรที่ใช้งานชั่วคราวแบบพับงอได้ ทำให้ประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง

2) การสกัดออก (Extraction) ได้แก่ คัดเอาส่วนที่ไม่จำเป็นหรือเป็นลักษณะเฉพาะออก หรือในทางกลับกันให้คัดเอาส่วนที่จำเป็นหรือเป็นลักษณะเฉพาะออก เช่น พัดลมที่ไม่มีตะแกรงครอบ เพราะใช้ใบพัดที่ทำจากผ้าหรือโฟม แทนใบพัดที่ทำจากโลหะหรือพลาสติกแข็ง

3) คุณสมบัติประจำตัว (Local Quality) ได้แก่ เปลี่ยนวัตถุหรือโครงสร้างภายนอกจากสิ่งที่เป็นเนื้อเดียวกันให้ต่างกันเฉพาะส่วน ส่วนที่เป็นวัตถุต่างกันจะให้การงานที่ต่างกัน เช่น เครื่องฟอกอากาศที่ประกอบด้วยฟิลเตอร์ 2 ชั้น ชั้นนอกสำหรับกรองฝุ่น ชั้นในสำหรับดักจับเชื้อโรค

4) การรวมเข้าเป็นหน่วยเดียวกัน (Consolidation) ได้แก่ เชื่อมต่อวัตถุที่เหมือนกันหรือการทำงานที่ต่อเนื่องกัน ใช้วิธีจัดการไปพร้อมกัน เช่น กล้องถ่ายรูปที่รวมเข้ากับโทรศัพท์มือถือโดยใช้แบตเตอรี่ร่วมกัน

5) การใช้งานอเนกประสงค์ (Universality) ได้แก่ สร้างสมรรถนะหลายๆอย่างเข้าไปในวัตถุเดียวกัน จนตัดส่วนที่ไม่จำเป็นออกไปได้ เช่น หมวกของสุภาพสตรีที่ใช้เป็นกระเป๋าถือชั่วคราวได้ด้วย

6) การซ้อนกัน (Matrioshika) ได้แก่ นำวัตถุชิ้นหนึ่งไปใส่ในวัตถุอีกชิ้นหนึ่ง แล้วนำวัตถุนั้นไปใส่ในวัตถุนั้นที่สามและต่อไปเรื่อยๆ สอดวัตถุอื่นเข้าไปในวัตถุที่มีรูกลวง เช่น ถังเก็บน้ำที่ทำเป็นโครงสร้างซ้อนเพื่อแยกเก็บน้ำมันได้น้ำที่จำเป็น โครงสร้างซ้อนเพื่อแยกเก็บน้ำมันแต่ละประเภทโดยไม่ปะปนกัน

7) การคานน้ำหนักกัน (Counterweight) ได้แก่ ชดเชยน้ำหนักของวัตถุหนึ่งโดยรวมวัตถุนั้นเข้ากับวัตถุอีกอย่าง ทำให้เกิดแรงยกขึ้นหรือทำให้วัตถุลอยขึ้นได้ ชดเชยน้ำหนักของวัตถุโดยใช้คุณสมบัติเชิงพลศาสตร์ของอากาศหรือของเหลว ทำให้เกิดแรงปฏิกิริยาได้กลับเช่น พู่กันที่มีลูกลอยติดไว้ที่ด้าม ทำให้สามารถวางตั้งในถ้วยน้ำได้

8) การกระทำด้านทานก่อน (Prior Counteraction) ได้แก่ วางน้ำหนักแรงดึงต้านทานใส่วัตถุไว้ก่อน เพื่อชดเชยความเค้นที่มากเกินไป เช่น แกนของกังหันที่ทำด้วยท่อหลายชั้นจากโลหะผสม จะมีแรงบิดในทิศทางที่ตรงข้ามกับการหมุน ทำให้มีความแข็งแรงเพิ่มขึ้น และลดน้ำหนักของวัสดุลงได้ จะมีแรงบิดในทิศทางที่ตรงข้ามกับการหมุน ทำให้มีความแข็งแรงเพิ่มขึ้น และลดน้ำหนักของวัสดุลงได้

9) การกระทำก่อน (Prior Action) ได้แก่ ทำการเปลี่ยนแปลงที่ต้องการกับวัตถุล่วงหน้าทั้งหมดหรือบางส่วน ติดตั้งอุปกรณ์ไว้ล่วงหน้า เพื่อให้สามารถใช้งานได้ที่ทันทีจากตำแหน่งที่สะดวกที่สุด เช่น กระเบื้องที่ทำร่องหรือรอยปรุไว้ ทำให้หักได้โดยไม่ต้องใช้เลื่อย

10) บั๊องกันไว้ก่อน (Cushion in Advance) ได้แก่ เตรียมมาตรการฉุกเฉินไว้ล่วงหน้าเพื่อชดเชยความน่าเชื่อถือต่ำของวัตถุ เช่น ขวดใส่ยาเม็ดที่เทยาออกได้ที่ละเม็ด

11) ศักยภาพเท่ากัน (Equipotentiality) ได้แก่ เปลี่ยนเงื่อนไขการทำงานให้ไม่ต้องมีการยกวัตถุขึ้นๆ ลงๆ เช่น รถบรรทุกท่อคอนกรีตขนาดใหญ่ที่ใช้วิธีสอดคานเข้าภายในท่อ แล้วยกขึ้นเหนือพื้นเล็กน้อย แทนการยกท่อวางไว้บนรถที่มีชั้นตอนยุ่งยากและใช้แรงยกมากกว่า

12) กลับทิศทาง (Do it in Reverse) ได้แก่ ทำสิ่งที่ตรงกันข้ามกับสิ่งที่ถูกกำหนดไว้ ทำให้ขึ้นส่วนของวัตถุหรือสภาพแวดล้อมที่เคลื่อนที่ได้นั้นอยู่กับที่ และทำให้สิ่งที่อยู่กับที่นั้นเคลื่อนไหวจับวัตถุพลิกกลับหัว เช่น สระสำหรับฝึกว่ายน้ำที่ทำให้น้ำไหลวนในขณะที่คนว่ายน้ำอยู่กับที่

13) ความเป็นทรงกลม (Spheroidality) ได้แก่ เปลี่ยนเส้นตรงให้เป็นเส้นโค้ง เปลี่ยนผิวแบนให้เป็นผิวทรงกลม เปลี่ยนลูกบาศก์ให้เป็นลูกบอล เปลี่ยนการเคลื่อนที่ในแนวเส้นตรงให้เป็นการหมุนแบบเคลื่อนที่ เช่น แปรงทาสีแบบลูกกลิ้งทำให้การทาสีเกิดความต่อเนื่อง สะดวกรวดเร็วกว่าแปรงขนทั่วไป

14) ความเป็นพลวัต (Dynamicity) ได้แก่ เปลี่ยนคุณลักษณะของวัตถุหรือสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อทำให้เกิดการทำงานที่สัมพันธ์กันได้ เช่น รถยนต์ที่แบ่งเฟรมออกเป็น 2 ส่วน ใช้วิ่งบนผิวถนนที่ขรุขระได้ดีกว่าเฟรมเดี่ยว

15) การเปลี่ยนไปสู่มิติใหม่ (Transition into a New Dimension) ได้แก่ เปลี่ยนการเคลื่อนที่หรือตำแหน่งของวัตถุจาก 1 มิติ เป็น 2 มิติ และ 2 มิติ เป็น 3 มิติ เที่ยงวัตถุหรือวางตะแคงใช้ประโยชน์จากพื้นที่ผิวของด้านตรงข้าม สะท้อนลำแสงไปยังด้านข้างหรือฝั่งตรงข้ามของวัตถุ เช่น ร่องเท้าแตะที่ติดขนแปรงดูดฝุ่นไว้ใต้พื้นรองเท้า เมื่อใส่เดินแล้วจะช่วยทำความสะอาดพื้นบ้านไปในตัว

16) การสั่นสะเทือนเชิงกล (Mechanical Vibration) ได้แก่ ใช้ประโยชน์จากการแกว่ง ถ้ามีการแกว่งอยู่แล้วให้เพิ่มความถี่ให้สูงขึ้น เช่น หม้อหุงต้มอาหารที่ใช้การสั่นแบบปั่นป่วนหรือแบบคลื่นความถี่ต่ำไปกระตุ้นจะทำให้อาหารสุกเร็วขึ้น

17) การกระทำเป็นจังหวะ (Periodic Action) ได้แก่ แทนที่การกระทำแบบต่อเนื่องด้วยการกระทำแบบเป็นจังหวะ ถ้าการกระทำนั้นเป็นจังหวะอยู่แล้วให้เปลี่ยนความถี่ ในช่วงหยุดพักระหว่างจังหวะให้เป็นประโยชน์ เช่น สปริงเกอร์ที่ฉีดน้ำเป็นฝอยออกมาเป็นจังหวะ ช่วยลดความเสียหายของหน้าดินได้มาก

18) ความต่อเนื่องของการกระทำที่เป็นประโยชน์ (Continuity of Useful Action) ได้แก่ ขึ้นส่วนทุกชิ้นของวัตถุจะต้องทำงานอย่างต่อเนื่องเต็มกำลัง กำจัดช่วงหยุดพักและช่วงจังหวะระหว่างกลางไปให้หมด เปลี่ยนการเคลื่อนที่แบบกลับไปกลับมาเป็นการเคลื่อนที่แบบหมุน เช่น จักรยานที่สลับการทำงานระหว่างเท้าปั่นกับเบตเตอร์ โดยเบตเตอร์นั้นจะถูกซาร์ทไปพร้อมกับการปั่น แต่เมื่อผู้ขี่บีคัทเท้า เบตเตอร์ก็จะจ่ายไฟให้มอเตอร์ทำการปั่นจักรยานแทนสลับกันไปมา

19) การป้อนกลับ (Feedback) ได้แก่ ใช้ระบบป้อนกลับ ถ้ามีระบบป้อน กลับอยู่แล้วให้ลองปรับเปลี่ยน เช่น การใช้วาล์วลูกกลอยควบคุมการเปิดปิดน้ำที่ไหลเข้ามาโดยอัตโนมัติ จะช่วยรักษาระดับน้ำในถังพักให้คงที่ได้ตลอดเวลา

20) ตัวประสาน-ตัวกลาง (Mediator) ได้แก่ ใช้ระบบป้อนกลับ ถ้ามีระบบป้อนกลับ ถ้ามีระบบป้อนกลับอยู่แล้วให้ลองปรับเปลี่ยน เช่น การเคลือบผิวด้านในของวัตถุที่มีรูปทรงสลับซับซ้อน จะใช้อากาศอัดผสมสารเคลือบฉีดเข้าไปยังผิวในของวัตถุนั้น

21) การบริการด้วยตัวเอง (Self Service) ได้แก่ วัตถุให้บริการหรือดำเนินการซ่อมแซมตนเอง ใช้วัสดุหรือพลังงานที่เป็นของเสีย เช่น ทำให้มีช่องว่างระหว่างตัวขัดกับสายพาน เศษผงที่ตกลงไปจะทำให้ช่องว่างเล็กลง และเพิ่มการเสียดสีในการทำความสะดวกสายพาน ทำให้ไม่ต้องเปลี่ยนตัวขัดตลอดอายุการใช้งาน

22) การใช้แล้วทิ้ง (Dispose) ได้แก่ ใช้วัตถุที่มีราคาถูกแทนวัตถุที่มีราคาแพง โดยยอมลดความทนทานหรือลดคุณสมบัติบางอย่างลง เช่น กางเกงในแบบใช้แล้วทิ้งที่ทำจากกระดาษ

23) การแทนระบบเชิงกลด้วยระบบอื่น (Replacement of Mechanical System) ได้แก่ แทนระบบเชิงกลด้วยระบบแสง เสียง ความร้อน กลิ่น สนามไฟฟ้า สนามแม่เหล็ก หรือ สนามแม่เหล็กไฟฟ้าให้มีปฏิสัมพันธ์กับวัตถุ เช่น เครื่องสำรวจไฟที่ใช้ระบบแสงและเสียงในการบอกเตือน โดยที่ไฟจะกระพริบถี่ขึ้นและเสียงจะดังมากขึ้นเมื่อไฟสำรวจใกล้หมด

24) โครงสร้างที่ควบคุมด้วยลมหรือของไหล (Pneumatic or Hydraulic Construction) ได้แก่ แทนชิ้นส่วนที่เป็นของแข็งของวัตถุด้วยก๊าซหรือของเหลว ชิ้นส่วนเหล่านี้อาจทำให้พองขึ้นด้วยอากาศ น้ำ หรือของไหลอื่นๆ เช่น ถังลมที่สวมกับเท้าเพื่อยึดเท้าให้อยู่กับที่แทนการเข้าเฝือก

25) เยื่อที่ยืดหยุ่นได้หรือฟิล์มบาง (Flexible Membranes or Thin Films) ได้แก่ เปลี่ยนโครงสร้างปกติทั่วไปเป็นเยื่อยืดหยุ่นหรือฟิล์มบาง แยกวัตถุออกจากสภาพแวดล้อมภายนอกโดยการใช้เยื่อยืดหยุ่นหรือฟิล์มบาง เช่น หลอดไฟที่เคลือบผิวด้วยแผ่นฟิล์มบางๆ จะช่วยทำให้ไม่แตกกระจายเมื่อถูกกระแทก

26) การเลียนแบบ (Copying) ได้แก่ ใช้ของที่ง่ายและราคาถูกแทนของที่เปราะบางหรือของที่ใช้เวลานาน เช่น ขวดน้ำดื่มที่ทำจากพลาสติก PET จะมีความใสและแตกหักยากกว่าขวดที่ทำจากแก้ว

27) การเปลี่ยนสี (Changing of Color) ได้แก่ เปลี่ยนสีของวัตถุหรือสภาพแวดล้อม เปลี่ยนระดับความโปร่งแสงของวัตถุหรือสภาพแวดล้อมให้มองเห็นได้ง่าย ใช้สารเติมแต่งที่มีสีเพื่อสังเกตวัตถุหรือกระบวนการซึ่งมองเห็นได้ยาก หากมีการใช้สารเติมสีอยู่แล้ว ให้ใช้สารเรืองแสงหรือสารที่เรืองรอยช่วย เช่น ผ้าพันแผลที่ทำด้วยวัสดุโปร่งใส จะทำให้มองเห็นรอยแผลได้ง่าย

28) วัสดุผสม (Composite Material) ได้แก่ เปลี่ยนจากวัสดุเนื้อเดียวเป็นวัสดุผสม เช่น กระดานที่ใช้ผงแม่เหล็กกับเม็ดสีแทนหมึกในการเขียนโดยใช้สนามแม่เหล็ก

29) ชิ้นส่วนที่ถูกคัดออกหรือเสื่อมสภาพลง (Rejecting and Regenerating Parts) ได้แก่ หลังจากที่ชิ้นส่วนบางอย่างได้ทำหน้าที่ของตนเองเสร็จสิ้นลงแล้วหรือไม่ได้ใช้งานอีกต่อไป ชิ้นส่วนนั้นจะถูกคัดออกโดยกระบวนการทำลาย ละลาย ระบาย หรือถูกดัดแปลงไปในระหว่างกระบวนการทำงาน ชิ้นส่วนของวัตถุที่ถูกใช้หมดไประหว่างการดำเนินงานควรถูกนำกลับมาใช้ใหม่อีก เช่น ภาชนะใส่อาหารแบบใช้แล้วทิ้งที่ทำจากส่วนผสมของมันเป็นสำปะหลัง จะสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ

30) ความไม่สมมาตร (Asymmetry) ได้แก่ เปลี่ยนรูปแบบสมมาตร (ลักษณะเหมือนกันบนสองข้างของแกนกลาง) ของวัตถุให้เป็นแบบไม่สมมาตร ถ้าวัตถุเป็นแบบไม่สมมาตรอยู่แล้วให้เพิ่มความไม่สมมาตรมากขึ้น เช่น อุปกรณ์จ่ายไฟที่ประกอบด้วยลูกกลิ้งโค้งออกและเว้าเข้าอย่างละลูก ทำให้ลูกกลิ้งไม่สมมาตรตามแกน Y วิธีนี้จะได้ผลผลิตสูงและคุณภาพดี

31) การแปลงลักษณะสมบัติ (Transformation of Properties) ได้แก่ เปลี่ยนสถานะทางกายภาพของระบบ เปลี่ยนความเข้มข้นหรือความหนาแน่น เปลี่ยนระดับความยืดหยุ่น เปลี่ยนอุณหภูมิหรือปริมาตร เช่น เครื่องวัดอุณหภูมิร่างกายที่ใช้หลักการสะท้อนคลื่นที่หูจะสร้างความรำคาญให้กับเด็กน้อยกว่าชนิดอมใต้ลิ้น หรือชนิดแปะที่หน้าผาก

32) สภาพแวดล้อมเฉื่อย (Inert Environment) ได้แก่ เปลี่ยนสภาพแวดล้อมปกติเป็นสภาพแวดล้อมเฉื่อย เต็มสารที่เป็นกลางหรือสารแต่งเข้าไปในวัตถุ ดำเนินการในสุญญากาศ เช่น กระจกน้ำแข็งที่ใช้โฟมเป็นผนังกันจะรักษาความเย็นภายในได้นานกว่า

33) การเปลี่ยนสถานะ (Phase Transition) ได้แก่ ใช้ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนสถานะของวัตถุ เช่น การเปลี่ยนแปลงของปริมาตร การปล่อยหรือดูดความร้อน ฯลฯ เช่น การขึ้นรูปท่อโลหะโดยทำให้น้ำในท่อโลหะเกิดการแข็งตัว จะดันให้ท่อโลหะมีรูปร่างเหมือนกับแม่พิมพ์

34) การขยายตัวเนื่องจากความร้อน (Thermal Expansion) ได้แก่ ใช้การขยายหรือหดตัวของวัตถุจากการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ ใช้วัตถุต่างชนิดที่มีค่าสัมประสิทธิ์การขยายตัวเนื่องจากความร้อนต่างกัน เช่น โลหะไบเมทัลลจะมี การงอตัวเมื่ออุณหภูมิเปลี่ยนไป จึงได้นำมาใช้ทำเทอร์โมมิเตอร์

35) การเติมออกซิเจนอย่างเร่งรัด (Accelerated Oxidation) ได้แก่ เปลี่ยนการเติมออกซิเจนจากระดับหนึ่งไปสู่ระดับที่สูงขึ้นอีก เช่น เครื่องเติมอากาศจะทำหน้าที่เพิ่มออกซิเจนในบ่อน้ำเสีย เพื่อกระตุ้นการทำงานของแบคทีเรียที่ทำให้น้ำสะอาด

36) กระทำเพียงบางส่วน หรือกระทำมากเกินไป (Partial or Excessive Action) ได้แก่ ถ้าเป็นการยากที่จะสร้างผลลัพธ์หรือยเปอร์เซ็นต์ ก็พยายามทำให้ได้ผลที่ใกล้เคียงที่สุด เช่น การเคลือบ



สารในร่องของโลหะแผ่น ในชั้นต้นผิวหน้าของโลหะแผ่นจะถูกเคลือบไว้ด้วยสารเคลือบทั้งหมด ส่วนที่เกินนั้นจะถูกขัดหรือกลิ้งออกไป ให้เหลือไว้เฉพาะส่วนที่ต้องการในภายหลัง

37) เร่งรัดงาน (Rushing Through) ได้แก่ ทำงานที่อันตรายหรือเสี่ยงภัยด้วยความเร็วสูง เช่น ใช้เรืออีกลำงัดหรือบันทึทก่อนไม่ให้อึดด้วยความเร็วสูง จะสามารถนำท่อนไม้ลงจากเรือได้อย่างปลอดภัย และด้วยมุมเอียงที่น้อยกว่า

38) การเปลี่ยนอันตรายให้เป็นประโยชน์ (Convert Harm into Benefit) ได้แก่ ใช้ประโยชน์จากปัจจัยอันตราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องสภาพแวดล้อมให้เกิดผลในทางบวก ใช้ปัจจัยที่เป็นอันตรายรวมเข้ากับปัจจัยอีกอย่างเพื่อหักล้างกัน เพิ่มระดับชั้นของการกระทำที่มีอันตรายถึงจุดที่เล็กเป็นอันตราย เช่น ให้สารละลาย ที่เป็นกรดและด่างไหลสลับกันในท่อ เนื่องจากสารละลายที่เป็นด่างจะสร้างตะกอนขึ้นภายในผิวของท่อ ส่วนสารละลายที่เป็นกรดจะกัดกร่อนผิวของท่อ

39) วัสดุที่มีรูพรุน (Porous Material) ได้แก่ ทำให้วัตถุเป็นรูพรุนหรือใช้ส่วนประกอบย่อยที่มีรูพรุนเสริมเข้าไป ถ้าวัตถุมีรูพรุนอยู่แล้วให้ใส่สารที่ต้องการใช้ไว้ในรูพรุนนั้นล่วงหน้า เช่น ในระบบไฮดรอลิก น้ำมันจะถูกบีบผ่านแผ่นที่มีรูพรุนซึ่งทำหน้าที่เป็นวาล์วควบคุม

40) ความเป็นเอกพันธ์ (Homogeneity) ได้แก่ วัตถุซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กับวัตถุหลัก ควรทำจากวัสดุอย่างเดียวกัน หรือวัสดุที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกัน เช่น การหลอมละลายออกซิเจนที่อยู่ในสภาพแข็งตัว (เย็นจัด) จะใช้ก๊าซออกซิเจนช่วยเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการปนเปื้อน (บัญชา ธนบุญสมบัติ. หลักการสร้างสรรคณ์วิศวกรรมจากรัสเซีย, 2553 อ้างจากพรหมพงษ์ ลิ้มโชคอนันต์. 2552)

## 7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior)

มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้หลายท่านด้วยกัน ได้แก่ Engle, Blackwe และ Miniard กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง “กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาและการบริโภคใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นต้องอาศัยกระบวนการ การตัดสินใจ เข้าร่วมเพื่อให้กิจกรรมนั้นลุล่วง”

เสรี วงษ์มณฑา (2548: 32-46) กล่าวว่า พฤติกรรมบริโภค คือ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองของความต้องการของตนเองได้

## 7.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรม (behavior) หมายถึง การกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองสิ่งเร้า ซึ่งอาจสังเกตเห็นได้โดยตรงหรือทางอ้อมบาง ลักษณะอาจสังเกตเห็นได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือช่วยหรือต้องใช้เครื่องมือช่วย (ลักษณะ สรีวิวัฒน์, 2544) ส่วน ไพบูลย์ เทวรักษ์ (2537) กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึงอากัป กิริยา ทั้งมวลของบุคคล ทั้งที่เราสามารถสังเกตเห็นได้ด้วยประสาทสัมผัสโดยตรงหรือโดยอ้อม และทั้งที่รู้ตัว หรือไม่รู้จัก โดยทั่วไปพฤติกรรมแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่บุคคลมีอยู่ในใจตนเอง ยากที่ผู้อื่นจะรู้ได้ถ้าไม่แสดงออกมาให้ปรากฏ พฤติกรรมภายนอก เป็น พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมาแล้วผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้

ผู้บริโภค (consumer) หมายถึง ผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อการใช้ส่วนตัว ใช้ในครอบครัว หรือเป็นของกำนัลสำหรับเพื่อน เป็นการซื้อของบุคคลเพื่อการบริโภคขั้นสุดท้ายซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย (Schiffman&Kanuk, 1994) และ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้ให้ความหมายของผู้บริโภคว่า คือผู้ที่มีความต้องการซื้อ (need) มีอำนาจซื้อ (purchasing power) ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (using behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (searching) การซื้อ (purchasing) การใช้ (using) การประเมินผล (evaluating) และการใช้จ่าย (disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรือหมายถึงกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล เมื่อทำการประเมินผล การจัดหา (acquiring) การใช้ (using) และการใช้จ่าย (disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Engel, Blacwell&Miniard, 1993 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) ดังนั้นจะเห็นว่าการศึกษากฎพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาวิชาการที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากรเกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะเสนอขายนั้นใครคือลูกค้า (who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (what) ทำไมจึงซื้อ (why) ซื้ออย่างไร (how) ซื้อเมื่อไร (when) ซื้อที่ไหน (where) ซื้อแล้วใช้บ่อยเพียงใด (how often) ใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ (who)

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman; & Kanuk, 1987) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึงพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอย ผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา แสดงให้เห็นว่าการที่บุคคลแสดงสิ่งใดจะต้องมีสิ่งที่เป็นสาเหตุหรือตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม ส่วน พิบูล ที่ปะปาล (2534,) ได้นำคำกล่าวของ Harold J. Leavitt ซึ่งเขียนเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ไว้ว่า ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมออกมาต้องมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นเสียก่อน ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวอาจจะเรียก

กว่า กระบวนการของพฤติกรรม (process of behavior) และกระบวนการของมนุษย์มีลักษณะคล้ายกัน 3 ประการ ดังนี้

1. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (behavior is caused) ซึ่งหมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมานั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ทำให้เกิด และสิ่งที่เป็นสาเหตุก็คือ ความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวนั่นเอง

2. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (behavior is motivated) นั่นคือ เมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้น ก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจ (motivation) ให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมไปสู่เป้าหมาย (behavior is goal-directed) หมายถึง ความว่า การที่เราแสดงพฤติกรรมออกมา ย่อมมิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจากจุดหมายหรือไรทิศทาง ตรงกันข้ามกลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอน เพื่อบรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน

จากคำนิยามดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พฤติกรรมหมายถึงการแสดงออกของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ผู้บริโภคหมายถึงผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อใช้ส่วนตัวหรือเพื่อผู้อื่น พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา ส่วนกระบวนการของพฤติกรรมมีลักษณะต่างๆ คือ พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิดจะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมายหรือกล่าวได้ว่าพฤติกรรมต่างๆ ที่มนุษย์ได้แสดงออกมามีเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรม

## 7.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ มีผู้ให้ความหมายของ "ความพึงพอใจ" ซึ่งมีลักษณะเป็น "แนวคิด" สรุปได้ดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 45) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า

อภิรักษ์ จันตะนี (2547: 34) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า หมายถึง ความพึงพอใจที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้สินค้าหรือบริการที่มุ่งหมายหรือตั้งใจไว้ ถ้าเมื่อได้รับสินค้าหรือบริการแล้วจะเกิดความพึงพอใจ ยิ่งได้รับสินค้าหรือบริการที่ดีขึ้นก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น แต่ถ้าได้รับสินค้าหรือบริการต่ำกว่าที่ตั้งใจไว้ ก็จะทำให้ความพึงพอใจลดลงไป

โวลแมน (Wolman. 1973: 384) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายของความต้องการ หรือ แรงจูงใจ ของตนได้รับการตอบสนอง

วรูม (Vroom. 1964: 99) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจ ในสิ่งหนึ่ง ที่สามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมี ส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะในด้านการบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทักษะใน ด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกจากการได้รับการตอบสนองจากผู้ ให้บริการอย่างเสมอภาค รวดเร็ว ทันต่อความต้องการ และให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีวัตถุประสงค์ อย่างเพียงพอต่อการใช้งาน ผู้ใช้บริการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการให้บริการ

### 7.3 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 192) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าในการที่ ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดสินค้านั้นจะต้องมีกระบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติ หลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ดังนี้ การมองเห็นปัญหาการแสวงหา ภายใน การแสวงหาภายนอก การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ทัศนคติหลังการซื้อ

อภิรักษ์ จันตะนี (2547: 18) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการตัดสินใจว่า เป็นการเลือกวิธีที่ จะตัดสินใจของลูกค้ำหรือผู้บริโภค เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุด เช่น การตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้ามา บริโภค จึงต้องพิจารณาถึง "อรรถประโยชน์หรือความพอใจ" ที่ลูกค้ำจะได้รับเป็นสำคัญ ส่วนความ พึงพอใจในการใช้บริการนั้น เป็นความพึงพอใจที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไปในแต่ละสาขาที่ ให้บริการ เช่นความพึงพอใจที่ไปใช้บริการจากหน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจ จะต้องแตกต่างกับ การใช้บริการจากธนาคารหรือร้านอาหาร ฯลฯ เป็นต้น

ชูชัย เทพสาร (2546: 8) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นการกระทำอย่างรอบคอบในการเลือก จากทรัพยากรที่เรามีอยู่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ จากความหมายของ การตัดสินใจมีแนวคิด 3 ประการ คือ

1. การตัดสินใจ ถ้าหากมีสิ่งเลือกเพียงสิ่งเดียวการตัดสินใจย่อมเป็นไปได้
2. การตัดสินใจเป็นกระบวนการด้านความคิด ทั้งจะต้องมีความละเอียด สุขุม รอบคอบ เพราะอารมณ์และองค์ประกอบของจิตได้ล้าก็มีอิทธิพลต่อกระบวนการความคิดนั้น
3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของการกระทำที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ และความสำเร็จที่ ต้องการและหวังไว้

**กระบวนการตัดสินใจซื้อ (decision process)** หมายถึง ขั้นตอนการเลือกซื้อสินค้าจากสองทางเลือกขึ้นไป (Schiffman & Kanuk, 1994) ในการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดๆ จะต้องมีการบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

1. การมองเห็นปัญหา (perceived problem) การที่มนุษย์มีชีวิตสุขสบายไม่มีปัญหาที่ไม่คิดที่จะหาสิ่งใดมาแก้ปัญหาชีวิตของตน ด้วยเหตุนี้นักการตลาดจึงต้องพยายามที่จะจัดปัญหาให้ผู้บริโภคเกิดปัญหา ซึ่งปัญหาก็คือความแตกต่างระหว่างสภาพอันเป็นอุดมคติ (ideal) กับสภาพอันเป็นจริง (reality) นักการตลาดที่เก่งจะทำให้การมองเห็นปัญหานั้นกลายเป็นแรงจูงใจ (motive) ขึ้นในตัวผู้บริโภคและกลายเป็นความเครียด (tension) ทำให้ต้องค้นหาหนทางลดความเครียดให้ได้ ขั้นตอนการตัดสินใจจะดำเนินไปสู่ขั้นต่อไป

2. การแสวงหาภายใน (internal search) เมื่อเกิดปัญหาก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไขภายใน นั่นคือการล้วงลึกเข้าไปในความทรงจำของตน ด้วยขั้นตอนนี้เองทำให้นักการตลาดต้องพยายามที่จะทำให้สินค้าของตนประทับอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค และจะต้องเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคระลึกได้เป็นยี่ห้อต้นๆ (top of mind brand) หรือระลึกได้ก่อนยี่ห้ออื่นๆ ดังนั้นนักการตลาดจะต้องหากกลยุทธ์ในการโฆษณาสินค้า เช่น การสร้างความรู้ในการโฆษณา ต้องมีโฆษณาที่ประทับใจ และมีข่าวประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอทั้งนี้เพื่อให้สินค้านั้นติดตาติดใจผู้บริโภคเป็นยี่ห้อต้นๆ แล้วระลึกถึงด้วยความพึงพอใจอันจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในทันที ถ้าผู้บริโภคยังไม่ตัดสินใจซื้อเนื่องจากยังไม่พอใจยี่ห้อที่จำได้และยังไม่ยกเลิกการหาซื้อก็จะเกิดขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

3. การแสวงหาภายนอก (external search) เมื่อผู้บริโภคต้องการใช้สินค้าที่ตัวเองจำได้หรือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่จำได้ไม่เพียงพอ ก็จะเริ่มแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากภายนอก ด้วยวิธีการต่อไปนี้

3.1 การหาข้อมูลจากการไปดูโฆษณา ดังนั้นนักการตลาดควรเลือกหาโฆษณาในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม ต้องรู้ว่าช่วงเวลาใดควรจะโฆษณาสินค้า หรือสื่อใดมีความเหมาะสมที่จะใช้ในการโฆษณาสินค้าของตน

3.2 การไปแหล่งขาย เมื่อผู้บริโภคไม่พอใจสิ่งที่ตนเองจำได้จึงต้องไปหาซื้อสินค้าสิ่งสำคัญในจุดนี้คือสินค้าจะต้องมีวางขาย ณ จุดขาย เพราะผู้บริโภคได้เปิดโอกาสให้แล้ว นอกจากนั้นการจัดวางนำเสนอสินค้า (display) ก็ต้องเด่นชัดและมีการบริการที่ดีจากผู้ขายจึงจะทำให้การแสวงหาภายนอกในครั้งนี้เป็นประโยชน์แก่สินค้า

3.3 การหาข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ ผู้บริโภคสามารถหาข้อมูลด้วยวิธีอื่น เช่น การโทรศัพท์พูดคุยกับบริษัทหรือร้านค้า การหาข้อมูลจากพนักงานขาย หรือการไต่ถามจากผู้อื่นที่เคยใช้สินค้ามาแล้ว เป็นต้น

4. การประเมินทางเลือก (evaluation) เมื่อผู้บริโภครับรู้สินค้าที่หือต่างๆ แล้วก็นำมาประเมินว่าสินค้าใดดีกว่ากันในแต่ละด้าน ความสำคัญในขั้นนี้ก็คือต้องให้จุดเด่นของสินค้า (feature) ตรงกับมาตรการ (criteria) ในการเลือกซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าผู้บริโภคใช้มาตรฐานอะไรในการตัดสินใจซื้อสินค้าแต่ละประเภท เช่น คนที่ซื้อเสื้อผ้ามักดูที่รูปแบบและสีสันทันแต่บางคนอาจจะดูยี่ห้อด้วย ดังนั้นการติดโลโก้ (logo) ของยี่ห้อไว้ตามปกเสื้อ ตามกระเป๋ ตามแขน จึงกลายเป็นเรื่องสำคัญที่จะตอบสนองของคนกลุ่มนี้ เรื่องเหล่านี้หากเจ้าของสินค้าสร้างจุดเด่นขึ้นมาเองตามใจชอบ ไม่ได้ศึกษาในเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภค โอกาสที่จะได้รับการเลือกก็ยากขึ้นการขายก็ยากขึ้นเพราะจะต้องไปเปลี่ยนใจผู้บริโภคให้เปลี่ยนมาตรการในการเลือกซื้อเพื่อให้สอดคล้องกับจุดเด่นที่มี เมื่อผู้บริโภคได้พิจารณาแล้วก็ถึงขั้นการตัดสินใจซื้อ

5. การตัดสินใจซื้อ (decision making) ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเชื่อในการตัดสินใจ ทั้งนี้เพราะจะต้องเลือกว่าสินค้าที่ซื้อจะดีเหมือนคำโฆษณาหรือไม่ หรือจะมีคุณภาพคุ้มค่าคุ้มราคาหรือไม่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะติดอยู่กับสินค้าที่ตนเองมีความเคยชิน ดังนั้นสินค้าใหม่ๆ ที่จะนำเสนอขึ้นมาต้องหาทางในการเร่งรัดให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจและตัดสินใจซื้อสินค้าของตน มีวิธีการกระตุ้นการตัดสินใจ ดังนี้

5.1 การสร้างความแตกต่าง (differentiation) นักการตลาดจะต้องทำให้สินค้าของตนมีความเด่นชัด มีรูปแบบและเนื้อหาเฉพาะตัวแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่งให้ชัดเจนที่สุด ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคเร่งรัดในการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

5.2 การลดอัตราเสี่ยงในความรู้สึกของผู้บริโภค (reduced perceived risk) ในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ผู้บริโภคจะรู้สึกมีความเสี่ยงในเรื่องความคุ้มค่าหรือคุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคเร่งรัดการตัดสินใจต้องทำให้ไม่รู้สึกเสี่ยงมากนัก วิธีการหรือสิ่งที่จะลดความเสี่ยงได้แก่ ความมีชื่อเสียงของบริษัท ประสบการณ์การผลิตสินค้า ภาพพจน์ของตราสินค้า ภาพพจน์ของพนักงานขาย ภาพพจน์ของกลุ่มเป้าหมาย การรับประกันสินค้า ทั้งหมดนี้คือวิธีการที่จะลดอัตราความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในความรู้สึกของผู้บริโภคเพื่อทำให้มีการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

5.3 การสร้างสิ่งล่อใจ (incentives) ได้แก่วิธีการลดแลกแจกแถม ที่ทำขึ้นเป็นการส่งเสริมการขาย หากสิ่งล่อใจกำหนดให้มีระยะเวลาหรือของมีจำนวนจำกัด ย่อมทำให้ผู้บริโภคลังเลใจอยู่ไม่ได้เพราะเกรงว่าจะหมดเขตของการให้สิ่งล่อใจเหล่านั้น ดังนั้นในบางครั้งต้องอาศัยการส่งเสริมการขาย (sales promotion) เป็นส่วนหนึ่งในการเร่งรัดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

6. ทักษะทัศนคติหลังซื้อ (post-attitudes) เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและนำสินค้าไปใช้แล้ว ผู้บริโภคก็ต้องประเมินว่าสินค้านั้นดีหรือไม่ดีอย่างไร แล้วก็จะเกิดทัศนคติหลังจากการใช้ว่าพอใจหรือไม่ ทักษะทัศนคติเหล่านี้มีความสำคัญมากเพราะเป็นประสบการณ์ตรงซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบสินค้านั้น หากผู้บริโภคมีความพอใจหลังการใช้โอกาสความสำเร็จของสินค้าก็จะมีมาก เพราะผู้บริโภคจะซื้อซ้ำ แต่ถ้าผู้บริโภคไม่พอใจหลังการใช้ นอกจากไม่ซื้อซ้ำแล้วยังอาจเกิดความรู้สึกไม่ประทับใจให้บุคคลอื่นรับรู้ด้วย ซึ่งจะทำให้ผู้ที่ยังไม่เคยใช้สินค้านั้นดองกล่าวไม่ยอมทดลองใช้สินค้านั้นเลย

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การตัดสินใจ คือ การเลือกหนทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือการตกลงใจในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั่นเอง ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป มีขั้นตอนในการพิจารณาหลายอย่าง ได้แก่ การมองเห็นปัญหา การแสวงหาภายใน การแสวงหาภายนอก การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และทัศนคติหลังซื้อ ดังนั้นการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดจะต้องมีกระบวนการตั้งแต่ต้นไปจนถึงขั้นสุดท้าย จากแนวคิดการตัดสินใจ สรุปได้ว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด โดยมีปัจจัย คือ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า สังคมและกลุ่มทางสังคม ทัศนคติของผู้บริโภค เวลาและโอกาส

### **ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค**

ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อและใช้บริการของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ โดยที่เราสามารถแบ่งปัจจัยที่จะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ออกเป็น 2 ประการ ได้แก่

**ปัจจัยภายใน (Internal Factors)** ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ หรือความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ การรับรู้

1. ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (wants) และความปรารถนา (Desires) ความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนา เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ ซึ่งเราจะใช้คำว่าความต้องการในการสื่อความเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ความต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลจะเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ คือ เมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการ ไม่ว่าจะในด้านร่างกายหรือจิตใจขึ้น บุคคลก็จะหาทางที่จะสนองความจำเป็นหรือ

ความต้องการนั้นๆ เราอาจจะกล่าวได้ว่า ความต้องการของมนุษย์ หรือความต้องการของผู้บริโภค เป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุคใหม่ และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาด (Market concepts)

2. แรง จูงใจ (Motive) เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางกายหรือในจิตใจขึ้น และหากปัญหานั้นไม่รุนแรงเขาอาจจะปล่อยวาง ไม่คิด ไม่ใส่ใจ หรือไม่ทำการตัดสินใจใดๆ แต่หากปัญหานั้นๆ ขยายตัวหรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้น เขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหานั้นๆ นั้น ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่เรา ต้องศึกษาถึงความต้องการ และความคิดของผู้บริโภค เพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคให้ได้

3. บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนา ขึ้นมาจาก ความ คิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่างๆ ระยะเวลาและแสดงออกมาในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบในการสนอง (Reaction) ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นลักษณะการตอบสนองในรูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำจะแสดงออก หรือตอบสนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็นเมื่อมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ในขณะที่ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอแนะความคิดเห็นและรับอิทธิพลจากผู้อื่นได้ง่าย จะมีลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น

4. ทักษะคติ (Attitude) เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยทักษะคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล ดังนั้น เมื่อเราต้องการให้บุคคลใดๆ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทักษะคติของเขาก่อน แต่ในความเป็นจริงทักษะคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในจิตใจ ดังนั้น การปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค ย่อมกระทำได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจ แรงพยายาม และระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนาน

5. การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น ก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่ผู้บริโภค คือ ต้องการให้เกิดการรับรู้ก่อน โดยการสร้างภาพพจน์ของสินค้าหรือองค์การให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการสร้างการยอมรับได้เท่ากับเป็นการสร้างยอดขายนั่นเอง

6. การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลทั้งที่เกิดจากการรับรู้และประสบ - การณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะยาว ดังนั้น หากมีการรับรู้ แต่ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างคงที่ ก็ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้



### ปัจจัยภายนอก (External Factors)

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

1. สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อ (purchasing power) ของผู้บริโภค ทั้งในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. ครอบครัว (Family) การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งครอบครัวจะมีผลต่อพฤติกรรมบุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่นๆ เนื่องจากบุคคลจะใช้ชีวิตในวัยเด็ก ซึ่งเป็นวัยซึมซับและเรียนรู้ลักษณะอันจะก่อให้เกิดเป็นนิสัยประจำ (Habits) ของบุคคลไปตลอดชีวิต เป็นต้น
3. สังคม (Social) กลุ่มสังคมรอบๆ ตัวของบุคคลมีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นในทิศทางเดียวกัน เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่า กระบวนการ- การขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมของสังคม (Social Values) และความเชื่อ (Believes) ทำให้ต้องศึกษาถึงลักษณะของสังคม เพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ โดยเฉพาะบรรทัดฐาน (Norms) ที่สังคมกำหนด
4. วัฒนธรรม (Culture) เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับปฏิบัติมา เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรม เพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยวัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน (Basic values) การรับรู้ (Perception) ความต้องการ (Wants) และพฤติกรรม (Behaviors) จึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต (Lifestyles) ที่ค่อนข้างใหญ่ในสังคมยอมรับ ประกอบด้วย ค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมในการใช้วัตถุหรือสิ่งของ หรือแม้กระทั่งวิถีคิดก็เป็นวัฒนธรรมด้วย
5. การติดต่อธุรกิจ (Business Contact) หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้นๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อยๆ ก็จะมีความคุ้นเคย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น ดังนั้นธุรกิจจึงควรเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand Contact) นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น ได้รู้จักสัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง การสร้างให้บุคคลเกิดการเปิดรับ (Exposure) มากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น ตามหลักจิตวิทยาที่มีอยู่ว่าความคุ้นเคยนั้นก่อให้เกิดความรัก

6. สภาพแวดล้อม (Environment) การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความแปรปรวนของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ผลกระทบของปรากฏการณ์ El Ninyo และ La Nina เป็นต้น ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน

เราจะเห็นว่าปัจจัยแวดล้อมภายนอกจะมีความสำคัญและอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ เพียงแต่องค์ประกอบแต่ละตัวจะมีความรุนแรง และผลกระทบในมิติที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรที่จะต้องตื่นตัวและตระหนักถึงความสำคัญโดยติดตามตรวจสอบและวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อสินค้าและบริการของอย่างต่อเนื่อง (ธงชัย สันติวงษ์: พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด, 2546)

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขาย คือค้นหาลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับผู้ขาย คือ ทำให้ทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้า เพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นหมายได้ถูกต้อง โดยลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

## 8. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ธุรกิจบริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัดจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการขาย (promotion) และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยเครื่องมือเพิ่มเติมประกอบด้วย บุคคล (people) การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence and presentation) และกระบวนการ (process)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคาคุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์และราคา (price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อสินค้า

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยแผนการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้าและการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องสื่อสารเพื่อความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิดเพื่อจูงใจให้ความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมกรซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมกรซื้อ

5. บุคคล (People) หรือ พนักงาน (employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันอยู่ คู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (customer satisfaction)

จากสาระที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ส่วนประสมการตลาดมี 4 อย่าง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ซึ่งหมายถึงสินค้าหรือบริการ ผลิตภัณฑ์ที่จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรซื้อของผู้บริโภคต้องมีความใหม่ ความสลับซับซ้อน และต้องมีคุณภาพที่คนรับได้ ราคา หมายถึงสิ่งที่บุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มาซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปของเงินตรา ราคาจึงกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญซึ่งผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสินค้า การจัดจำหน่าย หมายถึงช่องทางที่ใช้เคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์การไปยังตลาด การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจและเป็นการเตือนความทรงจำลูกค้า จะเห็นได้ว่าส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมาก

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixes) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด การที่จะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จได้นั้นขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของ ตลาดเป้าหมายและให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 53-55, 434-436)

## 9. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชูศักดิ์ เพรสคอตท์ และคณะ ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนางานหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อการสร้างงานและรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่างานหัตถกรรมที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสนับสนุนและส่งเสริมให้เป็นอาชีพหลักต่อไปได้โดยถือเกณฑ์ด้านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ความสามารถของประชาชน การสร้างรายได้ การตลาดสินค้าหัตถกรรมมี 3 ประเภทคือ งานทอผ้า ทอเสื่อ และจักสาน การดำเนินการผลิตสินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่จะทำภายในตัวบ้านใช้เครื่องมือ อุปกรณ์อย่างง่าย ๆ วัตถุดิบที่ซื้อ หรือผลิตได้ในหมู่บ้าน และการผลิตยังประสบปัญหาหลายประการ เช่นการขาดแคลนวัตถุดิบ วัตถุดิบยังมีราคาสูง แรงงานมีความรู้ ความสามารถในการผลิตต่ำ ขาดแคลนเงินทุนที่จะนำมาใช้จ่ายทางการผลิต (ชูศักดิ์ เพรสคอตท์; และคณะ. 2533: บทคัดย่อ)

เกศริน โฉมตระการ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของผู้บริโภค จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP 2 ครั้ง/เดือน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณภาพและความสวยงามของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก

ปนัดดา พูนทองกลาง (2548) การศึกษาผลิตภัณฑ์ที่ทำจากต้นกกของกลุ่มทอเสื่อบ้านระกาศ หมู่ที่ 4 ตำบลบ้านระกาศ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มเป้าหมายมีปัญหาการขาดความรู้และทักษะในการปรับปรุงพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ การขาดแคลนเงินทุน และการบริหารจัดการกลุ่มยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้นสมาชิกกลุ่มจึงมีความต้องการพัฒนาความรู้และทักษะเพิ่ม (2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สมาชิกเลือกใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (2.1) การศึกษาดูงาน (2.2) การเชิญวิทยากรมาอบรมความรู้ และสาธิตเทคนิควิธีการผลิต (2.3) การให้กลุ่มสมาชิกได้ฝึกปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามต้นแบบด้วยตนเอง มีการปรับปรุงการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ และ (2.4) การติดตามและเสริมแรงจากผู้วิจัยเป็นระยะๆ (3) ผลการประเมินประสิทธิผลของยุทธศาสตร์การพัฒนา พบว่าสมาชิกกลุ่มทอเสื่ออกสามารถผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีขึ้น สามารถออกแบบและจัดทำสิ่งของเครื่องใช้ได้มากขึ้นกว่าเดิม 6 รูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่มีประโยชน์ใช้สอยเพิ่มมากขึ้น

และชิ้นงานที่ผลิตมีความสวยงาม ประณีต คงทน และคุณภาพดีขึ้นกว่าเดิม (4) ผลการประเมิน การพัฒนาระบบบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มสามารถจัดระบบข้อมูลการผลิตและการจำหน่ายได้ดี ขึ้น ส่วนในด้านอื่นๆ ยังไม่สามารถเปลี่ยนแปลงจากเดิมมากนักเพราะเป็นกลุ่มขนาดเล็กยังต้องการ ความยืดหยุ่นสูง และ (5) จากการประเมินความพึงพอใจและเจตคติของกลุ่มทอเสื่อกก พบว่า ทุกคนมีความพึงพอใจที่ได้เข้าร่วมโครงการวิจัยและพัฒนา มีเจตคติที่ดีต่ออาชีพของตนเองมากขึ้น รวมทั้งสามารถชักจูงให้สมาชิกใหม่เพิ่มขึ้นได้อีก 3 คน



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลแปรรูปจากฝ้าย และพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลแปรรูปจากฝ้าย ชุมชนบ้านกุดกระเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากรที่ใช้ในการวิจัย** คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลแปรรูปจากฝ้าย ชุมชนบ้านกุดกระเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย จำนวน 15 ชุด (Collections)

**กลุ่มตัวอย่าง** คือ แบบร่างผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลแปรรูปจากฝ้าย ชุมชนบ้านกุดกระเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี ที่ได้ทำการออกแบบโดยผู้วิจัย และคัดเลือกโดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ชุด จากรูปแบบผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลแปรรูปจากฝ้าย

#### 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำหลักทฤษฎีและแนวความคิดออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นตัวกำหนดประเด็นคำถามในสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

##### 2.1 แบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็น โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากฝ้าย (วัตถุดิบเส้นใย) จำนวน 2 ท่าน โดยประเด็นคำถามแบบ

สัมภาษณ์สอดคล้องกับกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งแบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 รูปแบบและประเภทของกระเป๋าสตรีที่แปรรูปจากฝื่อ, ลวดลายที่เลือกใช้ในการผลิตกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

ประเด็นที่ 2 วัตถุประสงค์และการเลือกใช้วัสดุอื่นร่วมในการผลิตกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

ประเด็นที่ 3 เทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานและแนวทางการพัฒนา

## 2.2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภค

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคและผู้ที่สนใจกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ เป็นการสร้างกรอบแนวคิดเพื่อโจทย์ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงและความต้องการพัฒนา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

**ตอนที่ 1** ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ โดยมีเกณฑ์การประเมินแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

## 2.3 แบบประเมินผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบประเมินผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อที่ออกแบบโดยผู้วิจัย โดยทำการประเมินแบบ 2 ครั้ง เพื่อหารูปแบบที่จะนำไปผลิตเป็นชิ้นงานต้นแบบ โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญ โดยเป็นการประเมินแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิคเคอร์ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 114) ดังนี้

- 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
- 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
- 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับพอใช้

2	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับควรปรับปรุง
1	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้
กำหนดเกณฑ์ การแปลความหมาย ข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยต่างๆ ดังนี้		
	ค่าเฉลี่ยระหว่าง	ความหมาย
4.51 – 5.0		ผลการประเมินในระดับดีมาก
3.51 – 4.50		ผลการประเมินในระดับดี
2.51- 3.50		ผลการประเมินในระดับพอใช้
1.51 – 2.50		ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
1.00 – 1.50		ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบปลายเปิด สำหรับผู้ตอบแบบประเมินแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะต่างๆ

#### 2.4 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบประเป่าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบประเป่าสตรีแปรรูปจากฝื่อ โดยเป็นการประเมินแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิคอร์ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 114) ดังนี้

5	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดีมาก
4	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดี
3	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับพอใช้
2	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับควรปรับปรุง
1	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

กำหนดเกณฑ์ การแปลความหมาย ข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยต่างๆ ดังนี้		
	ค่าเฉลี่ยระหว่าง	ความหมาย
4.51 – 5.0		ผลการประเมินในระดับดีมาก
3.51 – 4.50		ผลการประเมินในระดับดี
2.51- 3.50		ผลการประเมินในระดับพอใช้
1.51 – 2.50		ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
1.00 – 1.50		ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้



### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา ดังนี้

1. เก็บข้อมูลภาคเอกสาร จากสืบค้นและเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร จากหนังสือ ตำราวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. เก็บข้อมูลภาคสนาม จากการลงพื้นที่สำรวจ การสัมภาษณ์ และการถ่ายภาพนิ่ง และการแจกแบบสอบถาม

### 4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตงานวิจัย แบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน

**ตอนที่ 1** กระบวนการสร้างแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ, แบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคและผู้ที่สนใจกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ เป็นการสร้างกรอบแนวคิดเพื่อโจทย์ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงและความต้องการพัฒนา

1. ศึกษาวิธีการ ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภค
2. การสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคและผู้ที่สนใจกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

**ตอนที่ 2** กระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

1. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม มาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มแฟชั่นกระเป๋าสตรี 2012 (Fashion trends 2012) เพื่อใช้เป็นแนวทางและกรอบแนวคิดในการออกแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

**ตอนที่ 3** กระบวนการออกแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

1. ออกแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ 15 ชุด (Collections) ประกอบด้วย 45 ชิ้นงาน โดยค่านึงจาก 2 หลักเกณฑ์ ดังนี้

1.1 หลักเกณฑ์ทางการออกแบบ (Design Aspect) ประกอบด้วย

- ด้านความงาม (Aesthetic Function)
- ด้านประโยชน์ใช้สอยกายภาพ (Practical Function)

1.2 หลักเกณฑ์ทางการผลิต (Production Aspect) ประกอบด้วย

- ด้านวัสดุ (Material) ที่ใช้ในการผลิต
- กรรมวิธีการผลิต (Process)

**ตอนที่ 4** กระบวนการคัดเลือก หรือตรวจแบบร่างของกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

จากแบบร่างกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ จำนวน 15 ชุด (Collections) ประกอบด้วย 45 ชิ้นงาน คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญให้เหลือเพียง 3 ชุด (Collections) ปรับปรุงแก้ไขและประเมินแบบจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ท่าน เพื่อคัดเลือกให้เหลือเพียง 1 ชุด (Collection) ตามความเหมาะสม ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ 1 ชุด (Collection) ประกอบด้วย 3 ชิ้นงาน โดยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ 3 หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ หลักเกณฑ์ทางด้านการออกแบบ หลักเกณฑ์ทางด้านการผลิต และหลักเกณฑ์ทางด้านประโยชน์ใช้สอย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบประเมินเสนอต่อกรรมการผู้ควบคุมปริญญาโทเพื่อตรวจสอบความถูกต้องจากคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ ประธาน กรรมการ
2. ตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้เชี่ยวชาญด้านแบบสอบถามอีกครั้ง โดยมีคุณสมบัติทางการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป
3. ประเมินแบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี โดยมีคุณสมบัติทางการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือมีประสบการณ์ในการทำงานด้านการออกแบบกระเป๋ามากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 5 ท่าน

**ตอนที่ 5** กระบวนการในการปรับปรุงแก้ไขแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ จากการประเมินแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ นำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำชี้แนะที่ได้จากการประเมินแบบครั้งที่ 1 และ 2

**ตอนที่ 6** กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ โดยนำแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อที่สรุปจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ มาสร้างสรรค์เป็นผลงานต้นแบบ

**ตอนที่ 7** กระบวนการวัดคุณภาพ โดยประเมินผลจากการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจโดยมุ่งประเด็นทางด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย เพื่อประเมินผลการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการประเมินประสิทธิภาพของแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

**สถิติพื้นฐาน** ได้แก่

1. ค่าคะแนนเฉลี่ย ใช้สูตร (บุญเชิด ภิญญอนันต์พงษ์. 2521: 36)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย  
 $\Sigma X$  แทน ค่าผลรวมคะแนนทั้งหมด  
 $N$  แทน ค่าจำนวนข้อมูลทั้งหมด

## 2. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$S.D = \sqrt{\frac{\Sigma(x - \bar{X})^2}{N}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
 $N$  แทน จำนวนคะแนนในกลุ่ม  
 $\Sigma X$  แทน ผลรวม  
 $X$  แทน คะแนนแต่ละตัว  
 $\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการผลิตกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ เพื่อพัฒนารูปแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ต.เซียงใน อ.เซียงใน จ.อุบลราชธานี ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

#### 4.1 วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นกระเป๋าสตรี 2012 (Fashion trends 2012) สรุปได้ดังนี้

1. ด้านลักษณะโครงสร้างรูปแบบกระเป๋าจำแนกได้เป็น 1) กระเป๋าถือที่มีสายคาดมือ (Handle wristlets), 2) กระเป๋าเข็มขัดหรือกระเป๋าคาดสะโพก (Belt bags), 3) กระเป๋าเดินทาง (Duffel bags), 4) กระเป๋าทรงย้อนยุค (Vintage cases), 5) กระเป๋าสะพายยุค 70 หรือกระเป๋าทรงอ้านม้า (70's bags), 6) กระเป๋าทรงกล่อง (Boxed bags), 7) กระเป๋าหิ้ว (Totes bags) ซึ่งลักษณะโครงสร้างรูปแบบจะเน้นในเรื่องของความเป็นเหลี่ยม มุม รูปทรงชัดเจน ดูมีมิติ หรือเป็นโครงสร้างในลักษณะเปิด มองทะลุด้านในของกระเป๋าในลักษณะโปร่งแสง โปร่งใส
2. ด้านสีสันทันของกระเป๋า สรุปเป็น 3 ลักษณะ คือ โทนสีมืดที่มีสีแดงผสม โทนสีธรรมชาติ และโทนสีอ่อนหวาน เป็นการนำสีสดใสมาผสมด้วยสีขาว แนวสีพาสเทล เพื่อลดความสดใสจัดจ้านลง
3. ด้านวัสดุและเทคนิคการสร้างสรรค์ สรุปได้ว่า วัสดุที่ใช้จะเน้นในลักษณะพื้นผิวที่มีความแวววาว ระยิบระยับ คล้ายอัญมณีหรือโลหะผสม โดยมีทั้งวัสดุหนัง ผ้า และเส้นใย ด้านเทคนิคในการสร้างสรรค์พบว่าจะเน้นเทคนิคที่ทำให้เกิดริ้วรอย สะท้อนถึงความเก๋ย้อนยุค เช่นการถัก, ทอ, มัดย้อม, งานประติ๊ด, การพิมพ์, การขัดสี

#### 4.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากฝื่อ (วัตถุดิบเส้นใย) จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ นางเกสร บานชล และ นางสาวอัมไพ อาจเอี่ยม พบว่า

1. ด้านรูปแบบและลวดลาย โดยส่วนใหญ่มีรูปทรงสี่เหลี่ยม ซึ่งจำแนกได้เป็น กระเป๋าหิ้ว และกระเป๋าสะพาย 2 ประเภทเท่านั้น และสีของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เกิดจากการย้อมสีเคมี (สีย้อมกก) ลักษณะโทนสีเป็นสีสดใส ในด้านของลวดลายแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ลายพื้น ได้แก่ ลายพื้นแดง

ลายพื้นเขียว เป็นต้น 2) ลายสลับ ได้แก่ ลายแดง-ดำ, ลายตะแคง, ลายพริกไทย เป็นต้น 3) ลายผสม ได้แก่ ลายลูกโซ่, ลายกำปลา, ลายดอกจันทร์ เป็นต้น ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับอีกหลายชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใกล้เคียงกัน เนื่องจากลวดลายส่วนใหญ่ในปัจจุบันสร้างขึ้นจากพิมพ์ (เครื่องมือที่ใช้กระทบเส้นผืนให้แน่น มีความยาวหลายขนาด) และลวดลายต่างๆ ส่วนใหญ่ มีชื่อเรียกตามความคิดและความเข้าใจของผู้ทอ ทำให้ไม่มีชื่อที่แน่นอนและตายตัว

2. ด้านวัตถุดิบ พบว่า ผืน มีคุณสมบัติเหนียว โค้งตัวได้ ถ้าแห้งจะกรอบ ฉีกขาดง่าย มีข้อจำกัดในเรื่องของความกว้างและพับงอ สรุปลักษณะเป็นข้อดี ข้อเสีย ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 สรุปลักษณะข้อดี – ข้อเสียของผืน

ข้อดี	ข้อเสีย
1. ผืนที่ทอสามารถดัดโค้งได้ มีความแข็งแรง	1. มีข้อจำกัดในเรื่องของความยาวและขนาดของลำต้น
2. ผืนเหมาะแก่การทอเป็นแผ่น หรือผืน	2. เส้นผืนที่ทำการจัก เมื่อทิ้งไว้นานๆจะกรอบแห้ง ฉีกขาดหรือหักงอได้ง่าย
3. ขึ้นเองได้ตามธรรมชาติในปริมาณมาก	3. ผืนที่ผ่านกระบวนการแปรรูปแล้วมีข้อจำกัดในการจัดรูปทรง ไม่สามารถพับได้โดยตรง
4. มีอายุการเก็บรักษายาวนาน	4. ในขั้นตอนการตากต้องใช้เวลาและขึ้นอยู่กับสภาพ แวดล้อมด้วย เพราะส่งผลในด้านของสีของเส้นผืน
5. สามารถทนต่อความชื้นที่เกิดจากน้ำได้	
6. ผืนที่แห้งแล้วจะมีสีขาวนวลสวยงามมาก (ต้องตากด้วยแดดจัดๆ) สามารถนำมาข้อมสี เพื่อความสวยงาม	

4.2.3 ด้านกระบวนการผลิตและเทคนิคการสร้างสรรค์พบว่า กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ใช้กรรมวิธีการทอผืนเป็นผืนเส้น จากนั้นนำไปตัดขึ้นรูปตามแบบ ตกแต่งขอบด้วยผ้ากุน ประกอบหูหิ้วหรือสายกระเป๋าโดยใช้จักรอุตสาหกรรม และขึ้นรูปทรงกระเป๋าด้วยการสอยด้วยมือ

#### 4.3 ผลวิเคราะห์จากแบบสอบถามความคิดเห็นผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน สรุปได้ดังนี้

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามและความต้องการของผู้บริโภคและผู้ที่สนใจกระเป๋าสตริแปรรูปจากฝื่อ

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม		
โสด	55	55
สมรส	45	45
รวม	100	100
2. ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม		
25 – 25 ปี	2	2
25 – 30 ปี	34	34
31 – 35 ปี	49	49
36 – 40 ปี	10	10
40 ปีขึ้นไป	5	5
รวม	100	100
3. การศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-
ปริญญาตรี	74	74
ปริญญาโท	25	25
ปริญญาเอก	1	1
รวม	100	100
4. อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม		
ข้าราชการ	40	40
รัฐวิสาหกิจ	1	1
พนักงานเอกชน	45	45
ธุรกิจส่วนตัว	12	12
อื่นๆ	2	2
รวม	100	100

## ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2	2
10,001 – 20,000 บาท	35	35
20,001 – 30,000 บาท	48	48
30,001 – 40,000 บาท	10	10
40,001 บาทขึ้นไป	5	5
รวม	100	100

## สรุปผลข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามความคิดเห็น ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าได้ดังนี้

1. เพศหญิงที่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 55
2. เพศหญิงที่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 45
3. ช่วงอายุ 31-35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49
4. ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74
5. อาชีพ พนักงานเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48

จากตาราง 2 สรุปผลได้ว่า เป็นเพศหญิงสถานะโสด ร้อยละ 55 สมรส ร้อยละ 45 และอยู่ในช่วงอายุ 31-35 ปีมากที่สุด ร้อยละ 49 ระดับปริญญาตรี และเป็นพนักงานเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 45 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 48

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภค  
ต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ในความคิดเห็นของท่าน ลักษณะรูปทรงของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ (กกสามเหลี่ยม) ในปัจจุบันมีความหลากหลายมากน้อยเพียงใด		
น้อยที่สุด	70	70
น้อย	28	28
ปานกลาง	2	2
มาก	-	-
มากที่สุด	-	-
รวม	100	100
2. ในความคิดเห็นของท่าน รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ (กกสามเหลี่ยม) ในปัจจุบันมีความร่วมสมัยมากน้อยเพียงใด		
น้อยที่สุด	75	75
น้อย	25	25
ปานกลาง	-	-
มาก	-	-
มากที่สุด	-	-
รวม	100	100



ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ในความคิดเห็นของท่าน ลักษณะลวดลายและสีเส้นที่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเป๋าสตริแปรรูปจากฝือ		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	2	2
มาก	23	23
มากที่สุด	75	75
รวม	100	100
3. ในความคิดเห็นของท่าน ลักษณะลวดลายและสีเส้นที่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเป๋าสตริแปรรูปจากฝือ		
3.1 ลายพื้น		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	2	2
มาก	23	23
มากที่สุด	75	75
รวม	100	100
3.2 ลายไหลหรือลายน้ำไหล		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	12	12
มาก	38	38
มากที่สุด	50	50
รวม	100	100

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3.3 ลายสลัป		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	1	1
ปานกลาง	30	30
มาก	13	13
มากที่สุด	56	56
รวม	100	100
3.4 ลายผสม		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	17	17
มาก	20	20
มากที่สุด	63	63
รวม	100	100
4. ท่านจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานจากฝ้าย(กกสามเหลี่ยม) โดยพิจารณาจากองค์ประกอบในด้านใดบ้าง		
4.1 รูปแบบสวยงามดูใจ		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	-	-
มาก	21	21
มากที่สุด	79	79
รวม	100	100

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4.2 ลาดลายและสีสันโดดเด่นสะดุดตา		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	-	-
มาก	36	36
มากที่สุด	64	64
รวม	100	100
4.3 ความเหมาะสมในการใช้งาน		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	4	4
มาก	26	26
มากที่สุด	70	70
รวม	100	100
5. ประเภทของกระเป๋าที่ท่านเลือกซื้อ		
5.1 กระเป๋าหิ้ว		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	-	-
มาก	20	20
มากที่สุด	80	80
รวม	100	100

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5.2 กระเป๋าหนีบ/กระเป๋าถือ		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	3	3
มาก	25	25
มากที่สุด	72	72
รวม	100	100
5.3 กระเป๋าเดินทาง		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	26	26
มาก	41	41
มากที่สุด	33	33
รวม	100	100
5.4 กระเป๋าถือเล่น		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	35	35
มาก	40	40
มากที่สุด	25	25
รวม	100	100

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5.5 กระเป๋าสะพาย		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	10	10
มาก	15	15
มากที่สุด	75	75
รวม	100	100
5.6 กระเป๋าทรงแจกัน		
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	4	4
มาก	36	36
มากที่สุด	60	60
รวม	100	100

**สรุปผลข้อมูลความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี  
แปรรูปจากฝื่อ พบว่า**

1. ลักษณะรูปร่างของผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากฝื่อในปัจจุบันมีความหลากหลาย อยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด ร้อยละ 70
2. รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากฝื่อในปัจจุบันมีความร่วมสมัยมากน้อยเพียงใด อยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด ร้อยละ 75
3. ลักษณะลวดลายและสีสันทันที่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด จำนวน 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับแรกลายพื้น ร้อยละ 75 รองลงมาคือลายผสม ร้อยละ 63 และลายสลับ ร้อยละ 56

4. ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากมือโดยพิจารณาจากองค์ประกอบในด้านรูปแบบสวยงามใจเป็นอันดับแรก ร้อยละ 79 รองลงมาความเหมาะสมในการใช้งาน ร้อยละ 70 และลวดลายและสีสันทัดเด่นสะดุดตา ร้อยละ 64

5. ประเภทของกระเป๋าที่ได้รับความนิยมอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด จำนวน 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับแรกกระเป๋าหิ้ว ร้อยละ 80 รองลงมาคือกระเป๋าสะพาย ร้อยละ 75 และกระเป๋าหนีบ/กระเป๋าถือ ร้อยละ 72

จากตาราง 3 สรุปผลได้ว่า ลักษณะรูปทรงของกระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือในปัจจุบันไม่มีความหลากหลาย มีให้เลือกซื้อน้อยมาก, รูปแบบของกระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือในปัจจุบันยังไม่มี ความทันสมัย, ลวดลายและสีสันทัดเด่นสะดุดตา ร้อยละ 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับแรกลายพื้น ร้อยละ 75 รองลงมาคือลายผสม ร้อยละ 63 และลายสลับ ร้อยละ 56 และองค์ประกอบปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากมือโดยพิจารณาในด้าน รูปแบบสวยงามใจเป็นอันดับแรก ร้อยละ 79 รองลงมาความเหมาะสมในการใช้งาน ร้อยละ 70 และลวดลายและสีสันทัดเด่นสะดุดตา ร้อยละ 64 ประเภทที่ได้รับความนิยมและต้องการมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับแรกกระเป๋าหิ้ว ร้อยละ 80 รองลงมาคือกระเป๋าสะพาย ร้อยละ 75 และกระเป๋าหนีบ/กระเป๋าถือ ร้อยละ 72

#### 4.4 วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีในการออกแบบ

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางและกรอบแนวคิดในการออกแบบร่างกระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือ ในสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน โดยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ด้านความงามและหลักเกณฑ์ด้านประโยชน์ใช้สอย ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

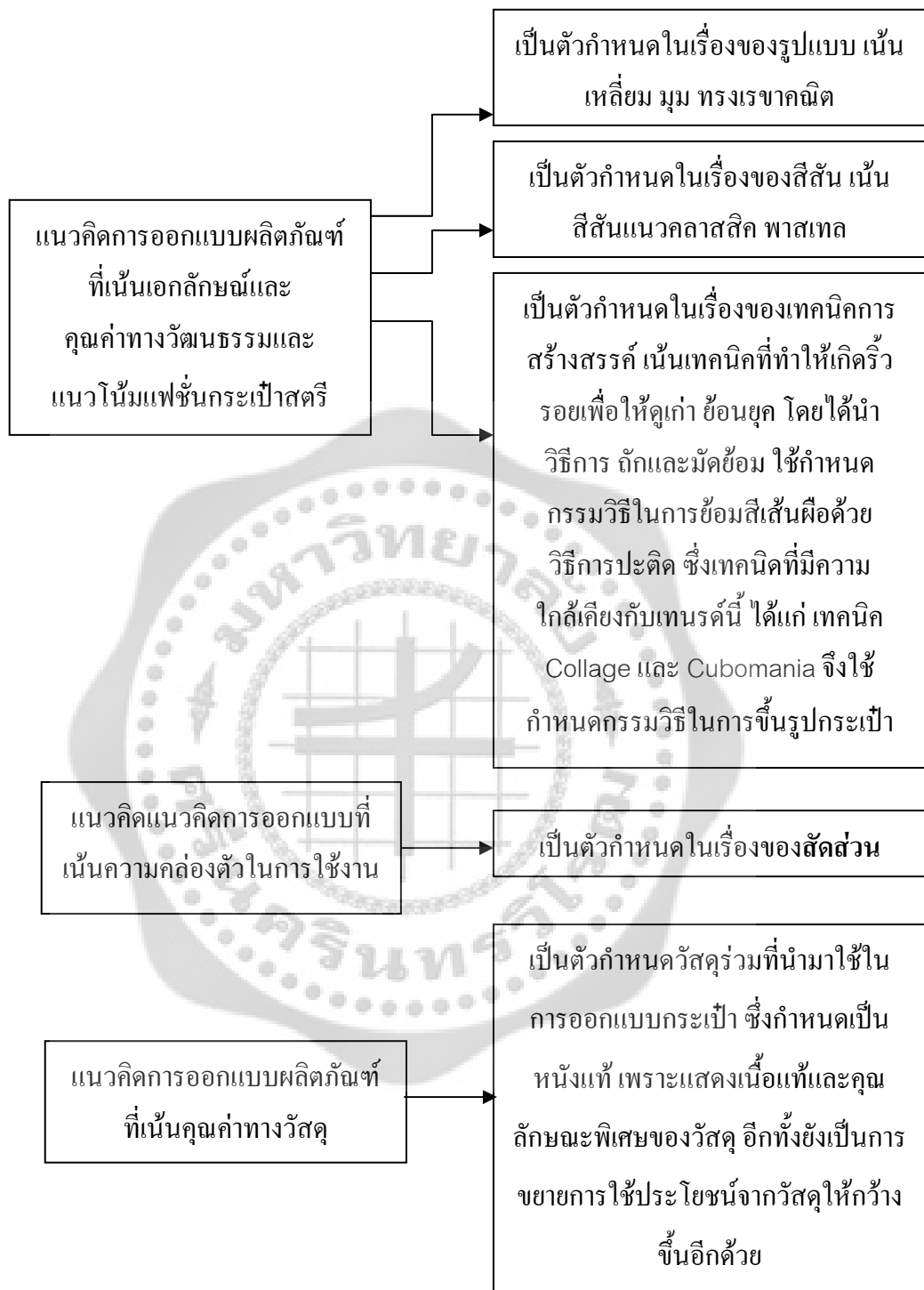
1. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งแนวคิดนี้ถือว่าการออกแบบคือจุดสร้างความแตกต่าง การใส่จุดเด่นของวัฒนธรรมประจำชาติในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ นอกจากจะทำให้เกิดเอกลักษณ์ทางรูปลักษณะที่แตกต่างแล้ว ยังเพิ่มมิติคุณค่าทางวัฒนธรรมและความหมายให้กับชิ้นงานด้วย ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกทางความคิดที่มีต่อสินค้านั้นๆ แตกต่างกันไป ปัจจุบันการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกันเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และได้รับการยอมรับมากขึ้นเป็นลำดับ จนเกิดเป็นแนวทางการออกแบบที่เรียกว่า การไขว้ข้ามของวัฒนธรรม (Cross culture) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการดำเนินชีวิตของคนหลายๆ ชาติผสมปนเปกัน จนเกิดเป็นความกลมกลืนในรูปแบบใหม่ที่แปลกตา เสน่ห์เล็กๆ ของการออกแบบตามแนวคิดนี้ คือผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่แตกต่างจากวัฒนธรรมเดิมที่เคยถือปฏิบัติอยู่ ซึ่งแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยเลือกใช้เทรนด์

แฟชั่นในการออกแบบ เนื่องจากเทรนด์มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของคนหลายๆ ชาติ ซึ่งหากสร้างจุดเด่นของวัฒนธรรมประจำชาติร่วมกับเทรนด์แฟชั่นจะเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรมและตรงตามความต้องการของคนส่วนใหญ่ โดยผู้วิจัยใช้แนวโน้มแฟชั่นกระเป๋าสตรี 2012 (Fashion trends 2012) เป็นตัวกำหนดในด้านรูปทรง ด้านสีสันทัน และเทคนิคการสร้างสรรค์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผ้า

2. แนวคิดการออกแบบที่เน้นความคล่องตัวในการใช้งาน เพื่อให้เป็นตัวกำหนดในเรื่องของสัดส่วน เนื่องจากแนวคิดนี้เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นการแก้ปัญหาด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความคล่องตัวและสะดวกมากขึ้น รูปแบบของผลิตภัณฑ์มักเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม และวิถีการดำเนินชีวิตทั้งทางการทำงานและส่วนตัว ควบคู่กับความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี

3. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางวัสดุ ซึ่งใช้เป็นตัวกำหนดวัสดุร่วมที่นำมาใช้ในการออกแบบเพื่อผลิต แนวคิดนี้เน้นการแสดงเนื้อแท้และคุณลักษณะพิเศษของวัสดุอย่างเปิดเผย อีกทั้งยังเป็นการขยายการใช้ประโยชน์จากวัสดุให้กว้างขึ้นอีกด้วย

จากผลวิเคราะห์ข้อมูล และแนวคิดในการออกแบบ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผ้า จำนวน 15 ชุด (Collections) และคัดเลือกแบบเจาะจงโดยผู้เชี่ยวชาญ ให้เหลือเพียง 3 ชุด (Collections) ซึ่งได้สรุปแนวทางและกรอบแนวคิดการออกแบบ ดังภาพประกอบต่อไปนี้



ภาพประกอบ 11 สรุปแนวทางและกรอบแนวความคิดการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูจากฝื่อ

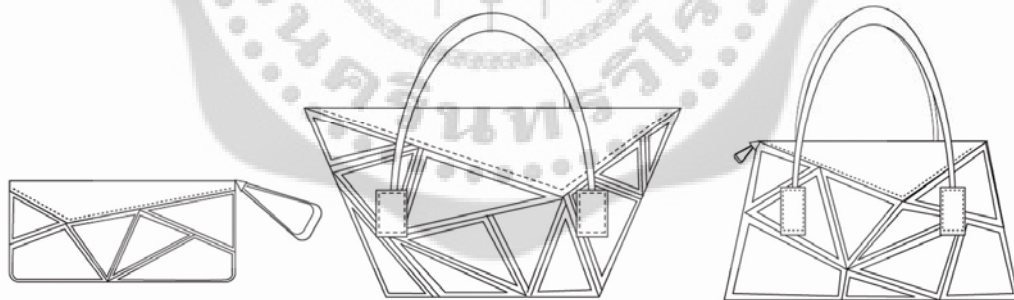


**ชุดที่ 1 (Collection1)** ใช้วิธีการตัดเสื้อเป็นผืนเดียว โดยไม่มีการเชื่อมต่อด้านกันกระเป๋า ส่วนด้านข้างใช้หนังมาเป็นส่วนประกอบ โดยเน้นการปรับรูปทรงกระเป๋าด้านเพื่อเพิ่มพื้นที่ใช้สอยได้มากขึ้น รูปทรงกระเป๋าใช้รูปทรงเรขาคณิตแบบสี่เหลี่ยม ซึ่งสอดคล้องกับเทรนด์ แฟชั่นในปี 2012 ซึ่งโครงสร้างรูปแบบจะเน้นในเรื่องของความเป็นเหลี่ยม มุม มีรูปทรงชัดเจน ทำให้ดูมีมิติ



ภาพประกอบ 12 : แบบร่างผลิตกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ชุดที่ 1 (Collection 1)

**ชุดที่ 2 (Collection 2)** ออกแบบโดยเทคนิค ภาพปะติด หรือ คอลลาจ เป็นวิธีการหนึ่งของเทรนด์ แฟชั่นในปี 2012 โดยนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบกระเป๋า โดยเน้นการนำเศษวัสดุเหลือใช้จากการแปรรูปผืน



ภาพประกอบ 13 แบบร่างผลิตกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ชุดที่ 2 (Collection 2)

**ชุดที่ 3 (Collection 3)** ออกแบบโดยนำแนวคิด Cubomania หรือการตัดภาพต่างๆ ออกเป็นสี่เหลี่ยมจตุรัสเล็กๆ หลายชิ้น แล้วนำมาเรียงกันใหม่ เพื่อให้เกิดลวดลายแปลกใหม่ และนำมาประยุกต์ใช้ในออกแบบกระเป๋าและใช้วิธีการเย็บสี่เหลี่ยมเล็กแต่ละชิ้นติดกัน ให้ออกมาคล้ายกับการชุนเสื้อผ้าเก่าเป็นการสร้างให้เกิดวิวัฒนาการ และตกแต่งด้วยมุดเงิน ให้เกิดความแวววาว เข้ากับเทรนด์แฟชั่น 2012 สะท้อนถึงความเก๋ย้อนยุค



ภาพประกอบ 14 แบบร่างผลิตกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ชุดที่ 3 (Collection 3)

#### 4.5 การประเมินแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญ

การประเมินแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยนำเสนอผลการวัดประสิทธิภาพของแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ครั้งที่ 1 จำนวน 3 ชุด (Collections) ประกอบด้วย กระเป๋าหูหิ้ว, กระเป๋าสะพาย, กระเป๋าหนีบ/กระเป๋าถือ จำนวนทั้งหมด 9 ชิ้นงาน โดยคำนึงจากหลักเกณฑ์ด้านการออกแบบหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ได้ผลปรากฏดังนี้

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการประเมินผลที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระดาษรีแปรรูปจากฝื่อ ชุดที่ 1 (Collection 1)

ประเด็นการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับเกณฑ์
<b>หลักเกณฑ์ทางการออกแบบ</b>			
1. รูปแบบสวยงามทันสมัย	4.40	0.55	ดี
2. รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน แข็งแรงทนทาน	3.60	0.55	ดี
3. สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย	3.80	0.45	ดี
4. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากรูป แบบเดิมๆ	4.40	0.55	ดี
5. รูปแบบของกระดาษสามารถตอบสนองการใช้งาน ได้จริงในชีวิตประจำวัน	3.80	0.84	ดี
<b>หลักเกณฑ์ทางการผลิต</b>			
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืน สวยงาม	3.60	0.55	ดี
2. รูปแบบของกระดาษง่ายต่อการผลิตขึ้นรูป	3.20	0.45	พอใช้
3. รูปแบบมีความสอดคล้องกับเทคนิคการขึ้นรูปของ ท้องถิ่น	3.80	0.45	ดี
4. มีการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า	3.80	0.45	ดี
5. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์	3.60	0.55	ดี
ผลการประเมินรวม	3.80	0.19	ดี

**สรุปผลการประเมินผลิตภัณฑ์กระดาษรีแปรรูปจากฝื่อ ชุดที่ 1 (Collection 1)**

1. รูปแบบสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.40
2. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิมๆ มีค่าเฉลี่ย 4.40
3. สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.80
4. รูปแบบของกระดาษสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 3.80
5. รูปแบบมีความสอดคล้องกับเทคนิคการขึ้นรูปของท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.80
6. มีการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย 3.80

7. รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน แข็งแรงทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.60
8. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืนสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.60
9. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 3.60
10. รูปแบบของกระเป๋าอำนวยความสะดวกการผลิตชิ้นรูป มีค่าเฉลี่ย 3.20

จากตาราง 4 สรุปได้ว่า แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อชุดที่ 1 (Collection 1) โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี มีค่าเฉลี่ย 3.80

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการประเมินผลที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ชุดที่ 2 (Collection 2)

ประเด็นการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับเกณฑ์
<b>หลักเกณฑ์ทางการออกแบบ</b>			
1. รูปแบบสวยงามทันสมัย	4.20	0.45	ดี
2. รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน แข็งแรงทนทาน	3.80	0.84	ดี
3. สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย	3.80	0.84	ดี
4. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากรูป แบบเดิมๆ	4.60	0.55	ดีมาก
5. รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งาน ได้จริงในชีวิตประจำวัน	4.00	0.71	ดี
<b>หลักเกณฑ์ทางการผลิต</b>			
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืน สวยงาม	4.00	0.00	ดี
2. รูปแบบของกระเป๋าอำนวยความสะดวกการผลิตชิ้นรูป	3.60	0.89	ดี
3. รูปแบบมีความสอดคล้องกับเทคนิคการขึ้นรูปของ ท้องถิ่น	3.60	0.55	ดี
4. มีการใช้วัสดุดีอย่างคุ้มค่า	4.00	0.00	ดี
5. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์	4.00	0.71	ดี
ผลการประเมินรวม	3.96	0.34	ดี

### สรุปผลการประเมินผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ชุดที่ 2 (Collection 2)

1. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิมๆ มีค่าเฉลี่ย 4.60
2. รูปแบบสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.20
3. รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 4.00
4. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืนสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.00
5. มีการใช้วัสดุอย่างคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย 4.00
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 4.00
7. รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน แข็งแรงทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.80
8. สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.60
9. รูปแบบของกระเป๋าต่อการผลิตขึ้นรูป มีค่าเฉลี่ย 3.60
10. รูปแบบมีความสอดคล้องกับเทคนิคการขึ้นรูปของท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.60

จากตาราง 5 สรุปได้ว่า แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อชุดที่ 2 (Collection 2)

โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี มีค่าเฉลี่ย 3.96



ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการประเมินผลที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี  
แปรรูปจากฝื่อ ชุดที่ 3 (Collection 3)

ประเด็นการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับเกณฑ์
<b>หลักเกณฑ์ทางด้านการออกแบบ</b>			
1. รูปแบบสวยงามทันสมัย	3.80	0.45	ดี
2. รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน แข็งแรงทนทาน	3.40	0.55	ดี
3. สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย	3.80	0.84	ดี
4. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากรูป แบบเดิมๆ	3.40	0.55	ดีมาก
5. รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งาน ได้จริงในชีวิตประจำวัน	3.80	0.45	ดี
<b>หลักเกณฑ์ทางด้านการผลิต</b>			
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืน สวยงาม	3.40	0.55	ดี
2. รูปแบบของกระเป๋าง่ายต่อการผลิตขึ้นรูป	3.60	0.55	ดี
3. รูปแบบมีความสอดคล้องกับเทคนิคการขึ้นรูปของ ท้องถิ่น	3.20	0.45	พอใช้
4. มีการใช้วัสดุดิบอย่างคุ้มค่า	3.20	0.45	พอใช้
5. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์	3.80	0.45	ดี
ผลการประเมินรวม	3.54	0.23	ดี

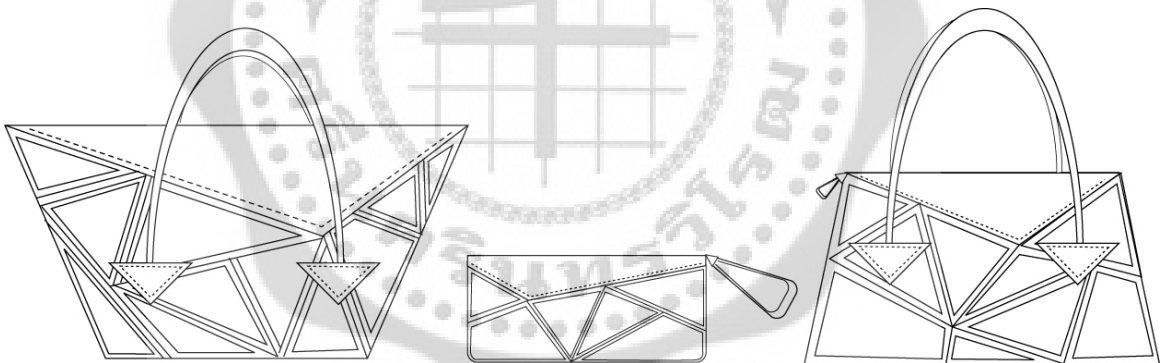
**สรุปผลการประเมินผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ชุดที่ 2 (Collection 2)**

1. รูปแบบสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.80
2. สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.80
3. รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 3.80
4. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 3.80
5. รูปแบบของกระเป๋าง่ายต่อการผลิตขึ้นรูป มีค่าเฉลี่ย 3.60
6. รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน แข็งแรงทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.40

7. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิมๆ มีค่าเฉลี่ย 3.40
8. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืนสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.40
9. รูปแบบมีความสอดคล้องกับเทคนิคการขึ้นรูปของท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.20
10. มีการใช้วัสดุดีอย่างคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย 3.20

จากตาราง 6 สรุปได้ว่า แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือชุดที่3 (Collection 3) โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี มีค่าเฉลี่ย 3.54

จากผลการประเมินการวัดประสิทธิภาพของแบบร่างกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือครั้งที่ 1 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือชุดที่ 2 (Collection 2) มีคะแนนรวมมากที่สุด จึงนำไปปรับปรุงและพัฒนาตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ มีคำแนะนำว่าต้องคำนึงถึงขนาดของชิ้นผือที่ต้องตัดเพื่อต่อแต่ละชิ้นด้วย เพราะหากขนาดเล็กเกินไปจะทำให้เกิดการแตกลุ่ยในช่วงมุมสามเหลี่ยมได้ง่าย และในส่วนของหูหรือสายกระเป๋านั้น แนะนำให้ปรับปรุงให้มีรูปทรงเป็นสามเหลี่ยมเพื่อให้กลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในภาพรวม ปรากฏผลดังภาพประกอบ 15



ภาพประกอบ 15 แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ ชุดที่ 4 (Collection 4)

ผลการประเมินวัดประสิทธิภาพของแบบร่างกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ ครั้งที่ 2 ปรากฏผลดังตาราง 7

ตาราง 7 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการประเมินผลที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระดาษรีแปรรูปจากฝื่อ ชุดที่ 4 (Collection 4)

ประเด็นการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับเกณฑ์
<b>หลักเกณฑ์ทางด้านการออกแบบ</b>			
1. รูปแบบสวยงามทันสมัย	4.80	0.45	ดีมาก
2. รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน แข็งแรงทนทาน	4.40	0.55	ดี
3. สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย	4.60	0.55	ดีมาก
4. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากรูป แบบเดิมๆ	4.60	0.55	ดีมาก
5. รูปแบบของกระดาษสามารถตอบสนองการใช้งาน ได้จริงในชีวิตประจำวัน	4.60	0.55	ดีมาก
<b>หลักเกณฑ์ทางด้านการผลิต</b>			
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืน สวยงาม	4.20	0.45	ดี
2. รูปแบบของกระดาษง่ายต่อการผลิตขึ้นรูป	4.20	0.84	ดี
3. รูปแบบมีความสอดคล้องกับเทคนิคการขึ้นรูปของ ท้องถิ่น	4.00	0.71	ดี
4. มีการใช้วัสดุดิบอย่างคุ้มค่า	3.80	0.84	ดี
5. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์	4.60	0.55	ดีมาก
ผลการประเมินรวม	4.38	0.30	ดี

**สรุปผลการประเมินผลิตภัณฑ์กระดาษรีแปรรูปจากฝื่อ ชุดที่ 4 (Collection 4)**

1. รูปแบบสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.80
2. สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.60
3. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิมๆ มีค่าเฉลี่ย 4.60
4. รูปแบบของกระดาษสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 4.60
5. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 4.60
6. รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน แข็งแรงทนทาน มีค่าเฉลี่ย 4.40



7. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืนสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.20
8. รูปแบบของกระเป๋าจ่ายต่อการผลิตชิ้นรูป มีค่าเฉลี่ย 4.20
9. รูปแบบมีความสอดคล้องกับเทคนิคการขึ้นรูปของท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.00
10. มีการใช้วัสดุดีอย่างคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย 3.80

จากตาราง 7 สรุปได้ว่า แบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือชุดที่ 4 (Collection 4) มีค่าเฉลี่ย 3.54 ดังนั้นประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี

#### 4.6 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือ

ประเด็นการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับเกณฑ์
1. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือมีรูปแบบและลวดลายที่สวยงาม	4.29	0.50	ดี
2. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือสามารถเป็นแนวทางในการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นได้	4.19	0.51	ดี
กระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือสร้างความแตกต่างและแปลกใหม่จากรูปแบบเดิม	4.25	0.56	ดี
กระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน	4.29	0.48	ดี
กระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือมีความเป็นเอกลักษณ์และแสดงถึงศิลปะท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี	3.75	0.50	ดี
กระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือมีความประณีตและมีความละเอียดในการตัดเย็บ	3.78	0.61	ดี
ผลการประเมินรวม	4.38	0.30	ดี

#### สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือ

1. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากมือมีรูปแบบและลวดลายที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.29

2. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝ้ายมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.29
3. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝ้ายสร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิม มีค่าเฉลี่ย 4.25
4. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝ้ายสามารถเป็นแนวทางในการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นได้ มีค่าเฉลี่ย 4.17
5. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝ้ายมีความประณีตและมีความละเอียดในการตัดเย็บ มีค่าเฉลี่ย 3.78
6. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝ้ายมีความเป็นเอกลักษณ์และแสดงถึงศิลปะท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.75

สรุปได้ว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝ้าย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.30 อยู่ในเกณฑ์ดี สามารถสร้างความแตกต่างทางด้านรูปแบบ, มีความโดดเด่น แปลกใหม่, มีความสวยงาม และมีประสิทธิภาพด้านการใช้งานได้อย่างเหมาะสม เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งสามารถส่งเสริมรายได้และพัฒนาอาชีพในท้องถิ่นได้



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ และพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ชุมชนบ้านกุดกระเสียน ต.เซียงโน อ.เซียงโน จ.อุบลราชธานี ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการในการวิจัยครั้งนี้ คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย 15 ชุด (Collection)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน ได้แก่

**ตอนที่ 1** กระบวนการสร้างแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ, แบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคและผู้สนใจกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ เป็นการสร้างกรอบแนวคิดเพื่อโจทย์ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงและความต้องการพัฒนา

1.1 ศึกษาวิธีการ ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภค

1.2 การสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคและผู้สนใจกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

**ตอนที่ 2** กระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

2.1 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม มาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

2.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มแฟชั่นกระเป๋าสตรี 2012 (Fashion trends 2012) เพื่อใช้เป็นแนวทางและกรอบแนวคิดในการออกแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

**ตอนที่ 3** กระบวนการออกแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

3.1 ออกแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ 15 ชุด (Collections) ประกอบด้วย 45 ชิ้นงาน โดยค่านึงจาก 2 หลักเกณฑ์ ดังนี้

3.1.1 หลักเกณฑ์ทางด้านการออกแบบ (Design Aspect) ประกอบด้วย

- ด้านความงาม (Aesthetic Function)

- ด้านประโยชน์ใช้สอยกายภาพ (Practical Function)

3.1.2 หลักเกณฑ์ทางด้านการผลิต (Production Aspect) ประกอบด้วย

- ด้านวัสดุ (Material) ที่ใช้ในการผลิต

- กรรมวิธีการผลิต (Process)

**ตอนที่ 4** กระบวนการคัดเลือก หรือตรวจแบบร่างของกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ จากแบบร่างกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ จำนวน 15 ชุด (Collections) ประกอบด้วย 45 ชิ้นงาน คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญให้เหลือเพียง 3 ชุด (Collections) ปรับปรุงแก้ไขและประเมินแบบจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ท่าน เพื่อคัดเลือกให้เหลือเพียง 1 ชุด (Collection) ตามความเหมาะสม ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ 1 ชุด (Collection) ประกอบด้วย 3 ชิ้นงาน โดยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ 2 หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ หลักเกณฑ์ทางการออกแบบ หลักเกณฑ์ทางการผลิต

**ตอนที่ 5** กระบวนการในการปรับปรุงแก้ไขแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ จากการประเมินแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ นำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำชี้แนะที่ได้จากการประเมินแบบครั้งที่ 1 และ 2

**ตอนที่ 6** กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ โดยนำแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อที่สรุปจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ มาสร้างสรรค์เป็นผลงานต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

**ตอนที่ 7** กระบวนการวัดคุณภาพ โดยประเมินผลจากการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจโดยมุ่งประเด็นทางด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย เพื่อประเมินผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 ผู้บริโภคหรือผู้ที่สนใจกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ และแบบประเมินรูปแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นประกอบด้วย 2 ตอน ได้แก่

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญโดยการประเมินแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิเคอร์ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540: 114) ดังนี้

- 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
- 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
- 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับพอใช้
- 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับควรปรับปรุง
- 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

กำหนดเกณฑ์ การแปลความหมาย ข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยต่างๆ ดังนี้  
ค่าเฉลี่ยระหว่าง ความหมาย

4.51 – 5.0 ผลการประเมินในระดับดีมาก

3.51 – 4.50 ผลการประเมินในระดับดี

2.51- 3.50 ผลการประเมินในระดับพอใช้

1.51 – 2.50 ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง

1.00 – 1.50 ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

**ตอนที่ 2** เป็นแบบปลายเปิด สำหรับผู้ตอบแบบประเมินแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ จากนั้นนำผลการวิจัยและพัฒนากระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืนที่ได้วิเคราะห์ เพื่อตรวจสอบสมมติฐานต่อไป

### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ข้อมูลด้านรูปแบบ ลวดลาย คุณสมบัติของวัสดุ และเทคนิคการสร้างสรรค์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ชุมชนบ้านกุดกระเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี พบว่า

1.1 ด้านรูปแบบและลวดลาย โดยส่วนใหญ่มีรูปทรงสี่เหลี่ยม ซึ่งจำแนกได้เป็น กระเป๋าหิ้วและกระเป๋าสะพาย 2 ประเภทเท่านั้น และสีของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เกิดจากการย้อมสีเคมี (สีย้อมกก) ลักษณะโทนสีเป็นสีสดใส ในด้านของลวดลายแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ลายพื้น ได้แก่ ลายพื้นแดง ลายพื้นเขียว เป็นต้น 2) ลายสลับ ได้แก่ ลายแดง-ดำ, ลายตะแคง, ลายพริกไทย เป็นต้น 3) ลายผสม ได้แก่ ลายลูกโซ่, ลายกำปลา, ลายดอกจันทร์ เป็นต้น ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับอีกหลายชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใกล้เคียงกัน เนื่องจากลวดลายส่วนใหญ่ในปัจจุบันสร้างขึ้นจากพิมพ์ (เครื่องมือที่ใช้กระทบเส้นผืนให้แน่น มีความยาวหลายขนาด) และลวดลายต่างๆ ส่วนใหญ่ มีชื่อเรียกตามความคิดและความเข้าใจของผู้ทอ ทำให้ไม่มีชื่อที่แน่นอนและตายตัว

1.2 ด้านวัสดุ พบว่า วัสดุหลักที่ใช้คือ ผืน มีคุณสมบัติเหนียว โค้งตัวได้ ถ้าแห้งจะกรอบ ฉีกขาดง่าย มีข้อจำกัดในเรื่องของความกว้างและพับงอ สรุปคุณสมบัติเป็นข้อดี ข้อเสีย ดังแสดงในตารางที่ 9

ตาราง 9 คุณสมบัติ ข้อดี ข้อเสีย ของวัตถุดิบผืน

ข้อดี	ข้อเสีย
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผืนที่ทอสามารถตัดโค้งได้ มีความแข็งแรง</li> <li>2. ผืนเหมาะแก่การทอเป็นแผ่น หรือผืน</li> <li>3. ขึ้นเองได้ตามธรรมชาติในปริมาณมาก</li> <li>4. มีอายุการเก็บรักษายาวนาน</li> <li>5. สามารถทนต่อความชื้นที่เกิดจากน้ำได้</li> <li>6. ผืนที่แห้งแล้วจะมีสีขาวนวลสวยงามมาก (ต้องตากด้วยแดดจัดๆ) สามารถนำมาย้อมสีเพื่อความสวยงาม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีข้อจำกัดในเรื่องของความยาวและขนาดของลำต้น</li> <li>2. เส้นผืนที่ทำการจัก เมื่อทิ้งไว้นานๆจะกรอบแห้ง ฉีกขาดหรือหักงอได้ง่าย</li> <li>3. ผืนที่ผ่านกระบวนการแปรรูปแล้วมีข้อจำกัดในการจัดรูปทรง ไม่สามารถพับได้โดยตรง</li> <li>4. ในขั้นตอนการตากต้องใช้เวลาและขึ้นอยู่กับสภาพ แดด ลม ด้วย เพราะส่งผลในด้านของสีของเส้นผืน</li> </ol>

1.3 ด้านกระบวนการผลิตและเทคนิคการสร้างสรรค์พบว่า กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืนใช้กรรมวิธีการทอผืนเป็นผืนเส้น จากนั้นนำไปตัดขึ้นรูปตามแบบ ตกแต่งขอบด้วยผ้ากุน ประกอบหูหิ้วหรือสายกระเป๋าโดยใช้จักรอุตสาหกรรม และขึ้นรูปทรงกระเป๋าด้วยการสอยด้วยมือ

2. ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มแฟชั่นกระเป๋าสตรี 2012 (Fashion trends 2012) สรุปได้ดังนี้

2.1 ด้านลักษณะโครงสร้างรูปแบบกระเป๋าจำแนกได้เป็น 1) กระเป๋าถือที่มีสายคาดมือ (Handle wristlets), 2) กระเป๋าเข็มขัดหรือกระเป๋าคาดสะโพก (Belt bags), 3) กระเป๋าเดินทาง (Duffel bags), 4) กระเป๋าทรงย้อนยุค (Vintage cases), 5) กระเป๋าสะพายยุค 70 หรือกระเป๋าทรงอ้ามน้ำ (70's bags), 6) กระเป๋าทรงกล่อง (Boxed bags), 7) กระเป๋าหิ้ว (Totes bags) ซึ่งลักษณะโครงสร้างรูปแบบจะเน้นในเรื่องของความเป็นเหลี่ยม มุม มีรูปทรงชัดเจน ทำให้ดูมีมิติ (ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์มติชน)

2.2 ด้านสีสันทองกระเป๋า สรุปเป็น 3 ลักษณะ คือ โทนสีมืดที่มีสีแดงผสม, โทนสีธรรมชาติ และโทนสีอ่อนหวาน เป็นการนำสีสดใสมาผสมด้วยสีขาว แนวสีพาสเทล เพื่อลดความสดใสจัดจ้านลง

2.3 ด้านวัสดุและเทคนิคการสร้างสรรค์ สรุปได้ว่า วัสดุที่ใช้จะเน้นในลักษณะพื้นผิวที่มีความแวววาว ละเอียดเรียบ คล้ายอัญมณีหรือโลหะผสม โดยมีทั้งวัสดุหนัง, ผ้า และเส้นใย ด้านเทคนิคในการสร้างสรรค์พบว่าจะเน้นเทคนิคที่ทำให้เกิดริ้วรอย สะท้อนถึงความเก่าช้วนยุค เช่น การถัก, ทอ, มัดย้อม, งานประติต, การพิมพ์, การขัดสี

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือในปัจจุบัน โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองพร้อมอธิบายข้อมูลประกอบรูปภาพเมื่อมีคำถามจากผู้กรอกแบบสอบถามโดยได้รับแบบสอบถามทั้งหมดคือครบสมบูรณ์ คิดเป็น 100% จำนวน 100 ชุด เป็นการสร้างกรอบแนวความคิด เพื่อเป็นโจทย์ใกล้เคียงกับผู้บริโภคกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ สรุปผลได้ดังนี้

ผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ ตอนที่ 1 พบว่า เป็นเพศหญิงที่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 55 เพศหญิงที่มีสถานภาพ คิดเป็นร้อยละ 45 ช่วงอายุ 31-35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49 ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74 อาชีพ พนักงานเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48 ตอนที่ 2 พบว่า ลักษณะรูปร่างของผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากผือในปัจจุบันมีความหลากหลาย อยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด ร้อยละ 70 รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากผือในปัจจุบันมีความร่วมสมัย อยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด ร้อยละ 75 ลักษณะลวดลายและสีสันทันที่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด จำนวน 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับแรกลายพื้น ร้อยละ 75 รองลงมาคือลายผสม ร้อยละ 63 และลายสลับ ร้อยละ 56 ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากผือโดยพิจารณาจากองค์ประกอบในด้าน รูปแบบสวยถูกใจเป็นอันดับแรก ร้อยละ 79 รองลงมาความเหมาะสมในการใช้งาน ร้อยละ 70 และลวดลายและสีสันทันโดดเด่นสะดุดตา ร้อยละ 64 ประเภทของกระเป๋าที่ได้รับคามนิยมอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด จำนวน 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับแรกกระเป๋าหิ้ว ร้อยละ 80 รองลงมาคือกระเป๋าสะพาย ร้อยละ 75 และกระเป๋าหนีบ/กระเป๋าถือ ร้อยละ 72

4. ผลการประเมินแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญครั้งที่ 1 จำนวน 3 ชุด (Collections) สรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินแบบร่างกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ ชุดที่ 1 (Collection 1) พบว่า รูปแบบเหมาะสมทันสมัย มีความแตกต่างไปจากรูปแบบเดิม มีค่าเฉลี่ย 4.40 รูปแบบมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 4.40 สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัยมีค่าเฉลี่ย 3.80 รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงทนทานแข็งแรง มีค่าเฉลี่ย 3.80 ความยุ่งยากซับซ้อนในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.80 ใช้ต้นทุนน้อย ค่าเฉลี่ย 3.80 กรรมวิธี รูปทรง

และขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.60 วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม กลมกลืนสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.60 ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 3.60 กรรมวิธี จำนวน ขั้นตอนในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.20 ผลการประเมินรวม ชุดที่ 1 (Collection 1) มีค่าเฉลี่ย 3.80 อยู่ในเกณฑ์ดี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินแบบร่างกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ชุดที่ 2 (Collection 2) พบว่า รูปแบบมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 4.60 รูปแบบเหมาะสมทันสมัย มีความแตกต่างไปจากรูปแบบเดิม มีค่าเฉลี่ย 4.20 รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงทนทานแข็งแรง มีค่าเฉลี่ย 4.00 วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืนสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.00 ใช้ต้นทุนน้อย มีค่าเฉลี่ย 4.00 ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 4.00 รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.80 สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.80 กรรมวิธี จำนวนขั้นตอนในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.60 ความยุ่งยากซับซ้อนในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.60 ผลการประเมินรวม ชุดที่ 2 (Collection 2) มีค่าเฉลี่ย 3.96 อยู่ในเกณฑ์ดี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินแบบร่างกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ชุดที่ 3 (Collection 3) พบว่า รูปแบบเหมาะสมทันสมัย มีความแตกต่างไปจากรูปแบบเดิม มีค่าเฉลี่ย 3.80 สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.80 รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงทนทานแข็งแรง มีค่าเฉลี่ย 3.80 ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 3.80 กรรมวิธี จำนวนขั้นตอนในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.60 รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.40 รูปแบบมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.40 วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืนสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.40 ความยุ่งยากซับซ้อนในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.20 ใช้ต้นทุนน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.20 ผลการประเมินรวม ชุดที่ 3 (Collection 3) มีค่าเฉลี่ย 3.54 อยู่ในเกณฑ์ดี

จากการประเมินแบบร่างครั้งที่ 1 โดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการคัดเลือกให้เหลือ 1 ชุด และนำไปพัฒนาต่อ โดยปรับปรุงแก้ไขเป็นแบบร่างชุดที่ 4 ประเมินตามหลักเกณฑ์ด้านการออกแบบและหลักเกณฑ์ด้านการผลิต พบว่า ประสิทธิภาพของกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน รูปแบบที่มีระดับคะแนนมากที่สุดคือ ชุดที่ 2 (Collection 2)

5. ผลการประเมินแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญครั้งที่ 2 จำนวน 1 ชุด (Collection) เพื่อเก็บข้อมูลและปรับปรุงแก้ไข เพื่อสร้างต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ตามหลักเกณฑ์ด้านการออกแบบและหลักเกณฑ์ด้านการผลิต สรุปได้ดังนี้ รูปแบบเหมาะสมทันสมัย มีความแตกต่างไปจากรูปแบบเดิม มีค่าเฉลี่ย 4.80 สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.60 รูปแบบมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 4.60 รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริง



ทนทานแข็งแรง มีค่าเฉลี่ย 4.60 ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 4.60 รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.40 วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืนสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.20 กรรมวิธี จำนวนขั้นตอนในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 4.20 ความยุ่งยากซับซ้อนในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 4.00 ใช้ต้นทุนน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.80 ผลการประเมินรวม มีค่าเฉลี่ย 4.38 อยู่ในเกณฑ์ดี

6. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน จำนวน 100 คน ตามหลักเกณฑ์ด้านการออกแบบและหลักเกณฑ์ด้านการผลิต อยู่ในเกณฑ์ดี สรุปผลได้ดังนี้ กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืนมีรูปแบบและลวดลายที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.29 กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืนสามารถเป็นแนวทางในการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นได้ มีค่าเฉลี่ย 4.29 กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืนสร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิม มีค่าเฉลี่ย 4.25 กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืนมีรูปแบบแปลกตาเหมาะสมกับยุคสมัยปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.17 กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืนมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.78 กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืนมีความเป็นเอกลักษณ์และแสดงถึงศิลปะท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.75 ผลการประเมินรวม มีค่าเฉลี่ย 4.38 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.30 อยู่ในเกณฑ์ดี

## อภิปรายผล

ผลการวัดประสิทธิภาพโดยรวมของกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบมีประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์ด้านการออกแบบและหลักเกณฑ์ด้านการผลิต อยู่ในเกณฑ์ระดับดีอันเนื่องมาจาก

1. หลักเกณฑ์ด้านการออกแบบ ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ด้านความสวยงามและด้านประโยชน์ใช้สอย มีผลประเมินโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี พบว่า กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืนมีรูปแบบสวยงามทันสมัย และสร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิมๆ อีกทั้งยังมีสีสันและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ Kenya Hara ที่กล่าวไว้ว่าการออกแบบรูปร่างรูปทรงหรือการใช้ลักษณะพื้นผิว โดยใช้วัสดุใหม่ๆ มาสร้างงานออกแบบ ผู้ใช้อาจเกิดอารมณ์ ความรู้สึกจากการมองเห็น การสัมผัสเป็นประสบการณ์ใหม่ในการรับรู้เชื่อมโยงกับตัวผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ผู้ที่พบเห็นหรือผู้ใช้ได้รับ สามารถสร้างความแตกต่างไปจากสิ่งที่พบในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับจารุพรรณ ททรัพย์ปรง (2548: 6) ที่ว่า การออกแบบผลผลิตตามแนวคิดใหม่ที่มีความโดดเด่น สวยงาม ทันสมัย จะสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเพื่อใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อ แนวคิดแปลกใหม่ที่สร้างสรรค์ขึ้นย่อมส่งผลต่อการต่อยอดและพัฒนาการออกแบบต่อไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน แข็งแรงทนทาน

สอดคล้องกับที่ ริชาร์ด สุขสด (2544: 138) ที่ว่าวัสดุในการทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ ต้องมีความเหมาะสมกับผู้ใช้ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ นักออกแบบควรพิจารณาถึงวัสดุชนิดต่างๆ ที่จะนำมาออกแบบว่ามีสภาพทางกายอย่างไร ข้อดีข้อเสียของวัสดุนั้น จะได้ออกแบบสอดคล้องกับความสะดวกในการผลิตความแข็งแรง และสวยงามกลมกลืนสัมพันธ์กันระหว่างรูปทรงกับวัสดุ รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับที่ จารุพรรณ ทรัพย์ปรง (2548: 5) ที่ว่า งานออกแบบที่ดีต้องตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ตั้งอยู่บนรากฐานการดำเนินชีวิตในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตรูปแบบของสิ่งที่ทำการออกแบบจึงต้องเป็นผลผลิตที่สามารถใช้งานได้จริงตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้น

2. หลักเกณฑ์ด้านการผลิต ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ด้านวัสดุและด้านขั้นตอนกรรมวิธีการผลิต มีผลประเมินโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี พบว่า รูปแบบของกระเป๋าย่อยต่อการผลิตขึ้นรูป และมีเทคนิควิธีการขึ้นรูปความสอดคล้องกับกรรมวิธีของท้องถิ่น อีกทั้งมีการใช้วัสดุดีอย่างคุ้มค่า สอดคล้องกับเอกชาติ จันอุไร และคณะ ที่ได้เอาใบลานมาออกแบบและพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ โดยส่วนหนึ่งของงานวิจัยได้ใช้เศษวัสดุที่เหลือจากการเลื่อยใบลาน เช่น ก้านลานและขอบใบลานมาพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์อื่นได้อีกหลายประเภท ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดของการใช้วัสดุดีเป็นการส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืนมีวัสดุที่ใช้ในการผลิตเหมาะสมกลมกลืนสวยงาม สอดคล้องกับ สกนธ์ ภูงามดี (2545: 86) ที่ว่าความประสานกลมกลืนกันต้องจัดให้อยู่ในระดับพอดี หากจัดให้มีมากเกินไปอาจทำให้ผลงานไม่น่าสนใจเท่าที่ควร แต่หากมีน้อยเกินไปผลงานชิ้นนั้นก็ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร และมีความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ของกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน สอดคล้องกับแนวคิดของนวนน้อย บุญวงษ์ (2545: 123) ที่ว่าลักษณะงานออกแบบที่ดีควรมีความสอดคล้องกับตลาด มีราคาที่เหมาะสมสามารถแข่งขันได้เป็นอย่างดี มีการออกแบบอย่างรอบคอบไม่ขัดกับกฎระเบียบข้อบังคับที่ใช้กันเป็นมาตรฐานสากลและต้องสอดคล้องกับรูปแบบทันสมัยเหมาะสมกับปัจจุบัน ทั้งนี้เรื่องค่าแรงงานและเรื่องต้นทุนของกระเป๋าจ้างงาน ต้นทุนกระเป๋าแต่ละใบพร้อมกับการจ้างงาน อยู่ในระดับที่ไม่แพงมากนัก ซึ่งถือว่าคุ้มค่ากับการทำวิจัยในครั้งนี้ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน มีความแตกต่างจากกลุ่มของกระเป๋าที่ใกล้เคียงที่อยู่ในท้องถิ่นทั้งทางด้านรูปแบบ ลวดลายและสี ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์ความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน และยังมีรูปแบบที่เหมาะสมกับยุคปัจจุบัน

3. ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากการออกแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน โดยรวมผู้บริโภคพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืนมีรูปแบบและลวดลายที่สวยงาม สร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิมที่มีอยู่ มีความประณีตและมีความละเอียด

ในการตัดเย็บ เหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน อีกทั้งผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝือสามารถเป็นแนวทางในการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นได้และมีความเป็นเอกลักษณ์และแสดงถึงศิลปะท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ คณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2546: 1-3) ที่กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของลูกค้า และประสบผลสำเร็จในการจำหน่ายในท้องตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยจะต้องอาศัยเทคนิควิธีการต่างๆ ในการปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการพัฒนาทั้งทางด้านตลาด และสีเส้นควบคู่ไปกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางที่ก่อให้เกิดความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม
2. ควรมีการพัฒนาการย้อมสีฝือ เนื่องจากการย้อมสีในแต่ละครั้ง มีค่าสีที่ไม่แน่นอนก่อให้เกิดปัญหา ในการเลือกวัสดุเพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ในจำนวนมาก
3. ควรมีการพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่น ให้เกิดความชำนาญในการผลิตกระเป๋าควบคู่กับการพัฒนารูปแบบกระเป๋า เพื่อสร้างรูปแบบที่หลากหลาย และส่งเสริมให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นชุมชน
4. ควรส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มทอเสื่อฝือเป็นผู้เผยแพร่ถ่ายทอดความรู้ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้กับเยาวชนหรือผู้ที่สนใจกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝือ จะนำไปสู่การพัฒนาของชุมชนที่กว้างและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
5. ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมความรู้แก่สมาชิกกลุ่มทอเสื่อฝือทั้งทางด้านปฏิบัติและศึกษาดูงานให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวัดจากธรรมชาติในท้องถิ่น เพื่อประยุกต์ใช้ร่วมกับการทอฝือ
2. ควรมีการศึกษาเทคนิคการขึ้นรูปกระเป๋าจากวัสดุอื่น เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการแปรรูปกระเป๋าจากฝือ
3. ควรมีการศึกษาวีธีการขึ้นรูปกระเป๋าของวัสดุเส้นใยอื่น เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากระเป๋าจากเส้นใยฝือ



## บรรณานุกรม

- กัลยาณี ปฎิมาพรเทพ. (2548). การวิจัยและพัฒนาเพื่อแก้ปัญหาชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษาชุมชนไม้เรียง อ.ฉวาง จ.นครศรีธรรมราช. ใน ภูมิปัญญากับการสร้างพลังชุมชน. หน้า 209-240. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- เกศริน โฉมตระการ. (2551). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของผู้บริโภค จังหวัดสมุทรปราการ. ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. ถ่ายเอกสาร.
- แก้้วทะนง สอนสังข์. (2546). การศึกษางานหัตถกรรมกระจูดในจังหวัดนราธิวาส พัทลุง และสุราษฎร์ธานี. ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (ศิลปศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในครอบครัว (2545). การออกแบบผลิตภัณฑ์กระจูด. สำนักงานกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในครอบครัว กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- จันทร์จิรา โสสิตคุณ. (2545). การวิเคราะห์ที่ตั้งอุตสาหกรรมในครัวเรือนในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (ภูมิศาสตร์อุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. ถ่ายเอกสาร.
- เจษฎา พัฒรานนท์. (2553). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา กลุ่มจักสานใบกะพ้อ ตำบลทุ่งโพธิ์ อำเภोजุฬารามณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช. ปริญญาานิพนธ์ ปศ.ม. (นวัตกรรมการออกแบบ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศักดิ์ เพรสคอร์ท; และคณะ. (2533). รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนางานหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อการสร้างงานและรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชินอรุณ กวีธาดำรงเดช. (2548). ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมต่างประเทศของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: ประชุมช้าง.

- ปนัดดา พูนทองกลาง. (2548). *การศึกษาผลิตภัณฑ์ที่ทำจากต้นกกของกลุ่มทอเสื่อบ้านระภาค. ปรินญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. ถ่ายเอกสาร.*
- พรหมพงษ์ ลิ้มโชคอนันต์. (2552). *การพัฒนาซอฟต์แวร์การแปรหน้าที่เชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- มณฑล ศาสนนันท์. (2550). *การออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมและวิศวกรรมย่อย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- มนตรา พงษ์นิล. (2548). *ภูมิปัญญาควานพะเยา: บนเส้นทางผลิตภัณฑ์ชุมชนกับคนกินน้ำแม่เดียวกัน. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).*
- รัตนะ อุทัยผล. (2523). *หัตถกรรมประจำถิ่น. กรุงเทพฯ: หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู, ลันทม สุทธิ. (2543). ดัชนีชี้วัดความสำเร็จของกลุ่มอุตสาหกรรมในครัวเรือน: ศึกษาเฉพาะกรณีเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดิน. วิทยานิพนธ์ สศ.ม (สังคมสงเคราะห์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธีระพิมพ์ และไซเท็กซ์.*
- . (2541). *กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.*
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center - TCDC). (2554). *เจาะเทรนด์โลกแฟชั่น วัสดุ เทคโนโลยี พื้นที่ และการใช้ชีวิต. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในครอบครัว กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.*
- สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ; พิชัย สดภิบาท. (2552). *วัสดุพื้นถิ่นภาคกลางที่ใช้ในการผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.*
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2540). *รายงานเชิงวิเคราะห์เรื่องลักษณะของครัวเรือนอุตสาหกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือน. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.*
- . (2542). *รายงานการสำรวจการประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือน พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.*
- สุชาดา อรุณรัถถาวร. (2546, เมษายน). *โครงการความร่วมมือจากศูนย์ฯ อาเซียน-ญี่ปุ่น นิทรรศการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ งานแสดงสินค้า The 55<sup>th</sup> Tokyo International Spring Show 2003. ระหว่าง 19-20 กุมภาพันธ์ 2546 ณ เมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ผู้ส่งออก. ปีแรก: 78-82.*

- สุเทพ สุสาสนี. (2553). การศึกษาลิขิตภัณฑ์จากกกในตำบลบางสระแก้ว อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี. ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (ศิลปศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อันธิกา สุปรียศิลป์; และชลธิภา นิการักษ์. (2528). การศึกษาอุตสาหกรรมในครัวเรือนเชียงใหม่ และลำพูน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เอกสารประกอบผลการดำเนินกิจกรรม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านกุดกระเสียน หมู่ที่ 11 ตำบล เชื่องใน. (2549). อุบลราชธานี.
- อำไพ อัจฉริยม. (2554) สัมภาษณ์โดย รัตต์ญญู ศิลานบุตร. ที่ศูนย์ฝึกอาชีพกลุ่มทอเสื่อฝือ บ้านกุดกระเสียน ต.เชื่องใน อ.เชื่องใน จ.อุบลราชธานี. เมื่อ 13 มกราคม 2554.





ภาคผนวก





ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

## แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิล

วัน/เดือน/ปี..... / ผู้ให้สัมภาษณ์.....

1. ปัจจุบันผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลมีรูปทรงกี่แบบ อะไรบ้าง

- 1) .....
- 2) .....
- 3) .....
- 4) .....
- 5) .....

2. ปัจจุบันประเภทของผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลมีกี่ประเภท อะไรบ้าง และมีลักษณะอย่างไร

- 1) .....
- 2) .....
- 3) .....
- 4) .....
- 5) .....

3. ลวดลายที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลมีลวดลายอะไรบ้าง

- |          |          |
|----------|----------|
| 1) ..... | 6).....  |
| 2) ..... | 7).....  |
| 3) ..... | 8).....  |
| 4) ..... | 9).....  |
| 5) ..... | 10)..... |

4. สีของผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิล ได้มาจากกรรมวิธีใด มีสีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

5. คุณสมบัติของฝือโดยทั่วไปในความคิดเห็นของท่านเป็นอย่างไร  
 ข้อดี

.....

.....

.....

ข้อจำกัด

.....

.....

.....

6. กรรมวิธีผลิตและเทคนิคการสร้างสรรค์ กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝือมีกระบวนการ  
 อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

7. ในการพัฒนากระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝือท่านคิดว่าควรได้รับการพัฒนาด้านใดบ้าง  
 อย่างไร

.....

.....

.....

8. ในการพัฒนากระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝือ หากมีการผสมผสานวัสดุอื่นร่วมด้วย  
 เพื่อให้เกิดคุณค่าทางความงามและประสิทธิภาพด้านประโยชน์ใช้สอย ท่านคิดว่าควรเลือกใช้วัสดุ  
 ใดได้บ้าง เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

9. ข้อดีและข้อจำกัดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากฝื่อที่ผ่านมาเป็น  
อย่างไร

ข้อดี

.....  
.....  
.....  
.....

ข้อจำกัด

.....  
.....  
.....  
.....

10. ปริมาณเศษวัสดุที่เหลือใช้ในการแปรรูปเสื่อฝื่อ มีปริมาณมากน้อยเพียงใด

.....  
.....  
.....  
.....

11. เศษวัสดุที่เหลือใช้จากการแปรรูปเสื่อฝื่อ มีการนำไปใช้ประโยชน์หรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

12. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อประโยชน์แก่การทำวิจัยในครั้งนี้อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....



ภาคผนวก ข  
(แบบสอบถามความคิดเห็น)

## แบบสอบถามความคิดเห็น เรื่องการศึกษาและพัฒนากระเป๋าสตริ แปรรูปจากฝื่อ บ้านกุดกะเสียน ต.เขื่องใน อ. เขื่องใน จ.อุบลราชธานี

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้มีความประสงค์จะสำรวจเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบกระเป๋าสตริแปรรูปจากฝื่อ โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

**ตอนที่ 1** ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็น

**ตอนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตริแปรรูปจากฝื่อ

ทั้งนี้ ฝื่อ หรือกกสามเหลี่ยม เป็นพืชตระกูลเดียวกับกก ใช้ประโยชน์ในการจักสาน และการทอเสื่อ ซึ่งเส้นฝื่อเมื่อมีการใช้งานเป็นระยะเวลาานาน จะมีความหนา นุ่ม มีลักษณะแบน ออกและเรียบขึ้นกว่าเดิม

**ตอนที่ 1** ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็น

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  และเติมค่าลงในช่องว่าง

**สถานภาพ**

โสด

สมรส

**อายุ**

22-25 ปี

25-30 ปี

31-35 ปี

36-40 ปี

40 ปีขึ้นไป

**อาชีพ**

รับราชการ

รัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ .....

**ระดับการศึกษา**

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

**รายได้ต่อเดือน**

8,000-10,000 บาท

10,001-20,000 บาท

20,001-30,000 บาท

30,001-40,000 บาท

40,001 ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องลำดับที่เหมาะสมตามความคิดเห็นของท่าน

ประเด็นสำรวจความคิดเห็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ในความคิดเห็นของท่าน ลักษณะรูปร่างของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ(กกสามเหลี่ยม) ในปัจจุบันมีความหลากหลายมากน้อยเพียงใด					
2. ในความคิดเห็นของท่าน รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ(กกสามเหลี่ยม) ในปัจจุบันมีความร่วมสมัยมากน้อยเพียงใด					
3. ในความคิดเห็นของท่าน ลักษณะลวดลายและสีสันทันที่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ					
3.1 ลายพื้น 					
3.2 ลายไหลหรือลายน้ำไหล 					
3.3 ลายสลัป 					
3.4 ลายผสม 					

ประเด็นสำรวจความคิดเห็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ท่านจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากฝื่อ(กกสามเหลี่ยม) โดยพิจารณาจากองค์ประกอบในด้านใดบ้าง					
4.1 รูปแบบสวยถูกใจ					
4.2 ลวดลายและสีสันโดดเด่นสะดุดตา					
4.3 ความเหมาะสมในการใช้งาน ความทนทาน ใช้งานได้นาน					
5. ประเภทของกระเป๋าที่ท่านเลือกซื้อ					
5.1 กระเป๋าหิ้ว 					
5.2 กระเป๋าหนีบหรือกระเป๋าถือ 					
5.3 กระเป๋าเดินทาง 					



ประเด็นสำรวจความคิดเห็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5.4 กระเป๋าถือเล่น 					
5.5 กระเป๋าสะพาย 					
5.6 กระเป๋าทรงแจกัน 					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่สละเวลาในตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ค

แบบประเมินประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ

## แบบประเมินประสิทธิภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝอย

ชื่อ.....วัน/เดือน/ปี.....

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความคิดเห็น 5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = ควรปรับปรุง 1 = ใช้ไม่ได้

ประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝอย ชุดที่ 1 (Collection 1)



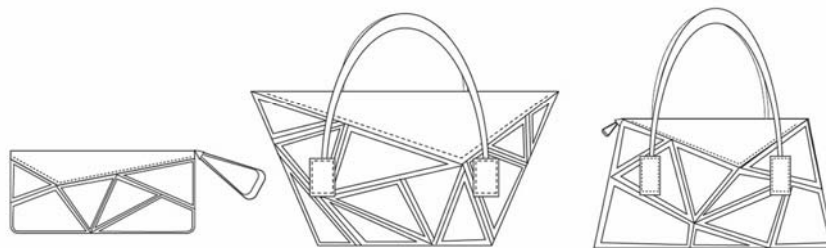
ประเด็นในการประเมินรูปแบบ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>หลักเกณฑ์ทางการออกแบบ</b>					
1. รูปแบบสวยงามทันสมัย					
2. รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งานเชิงแรงทนทาน					
3. สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย					
4. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิมๆ					
5. รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน					
<b>หลักเกณฑ์ทางการผลิต</b>					
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืนสวยงาม					
2. รูปแบบของกระเป๋าง่ายต่อการผลิตขึ้นรูป					
3. รูปแบบมีความสอดคล้องกับเทคนิคการขึ้นรูปของท้องถิ่น					
4. มีการใช้วัสดุดีอย่างคุ้มค่า					
5. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์					

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

## ประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ชุดที่ 2 (Collection 2)



ประเด็นในการประเมินรูปแบบ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>หลักเกณฑ์ทางการออกแบบ</b>					
1. รูปแบบสวยงามทันสมัย					
2. รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งานเชิงแรงงาน					
3. สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย					
4. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิมๆ					
5. รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน					
<b>หลักเกณฑ์ทางการผลิต</b>					
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืนสวยงาม					
2. รูปแบบของกระเป๋าง่ายต่อการผลิตขึ้นรูป					
3. รูปแบบมีความสอดคล้องกับเทคนิคการขึ้นรูปของท้องถิ่น					
4. มีการใช้วัสดุอย่างคุ้มค่า					
5. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์					

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

## ประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ ชุดที่ 3 (Collection 3)



ประเด็นในการประเมินรูปแบบ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>หลักเกณฑ์ทางการออกแบบ</b>					
1. รูปแบบสวยงามทันสมัย					
2. รูปทรงและขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งานเชิงแรงงาน					
3. สีและลวดลายสวยงามเข้ากับยุคสมัย					
4. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากรูปแบบเดิมๆ					
5. รูปแบบของกระเป๋าสามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน					
<b>หลักเกณฑ์ทางการผลิต</b>					
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสมกลมกลืนสวยงาม					
2. รูปแบบของกระเป๋าต่อการผลิตขึ้นรูป					
3. รูปแบบมีความสอดคล้องกับเทคนิคการขึ้นรูปของท้องถิ่น					
4. มีการใช้วัสดุอย่างคุ้มค่า					
5. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์					

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....



ภาคผนวก ง

แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ  
กระดาษรีไซเคิลแปรรูปจากฝ้าย

แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตริ  
แปรรูปจากฝื่อ บ้านกุดกะเสียน ต.เขื่องใน อ. เขื่องใน จ.อุบลราชธานี

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบประเมิน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  และเติมค่าลงในช่องว่าง

สถานภาพ	<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
อายุ	<input type="checkbox"/> 22-25 ปี	<input type="checkbox"/> 25-30 ปี
	<input type="checkbox"/> 31-35 ปี	<input type="checkbox"/> 36-40 ปี
	<input type="checkbox"/> 40 ปีขึ้นไป	
อาชีพ	<input type="checkbox"/> รับราชการ	<input type="checkbox"/> รัฐวิสาหกิจ
	<input type="checkbox"/> ธุรกิจเอกชน	<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว
	<input type="checkbox"/> อื่นๆ .....	
ระดับการศึกษา	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
	<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก
รายได้ต่อเดือน	<input type="checkbox"/> 8,000-10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,001-20,000 บาท
	<input type="checkbox"/> 20,001-30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 30,001-40,000 บาท
	<input type="checkbox"/> 40,001 ขึ้นไป	

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องลำดับที่เหมาะสมตามความคิดเห็นของท่าน

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อมีรูปแบบและลวดลายที่สวยงาม					
2. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อสามารถเป็นแนวทางในการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นได้					
3. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อสร้างความแตกต่างและแปลกใหม่จากรูปแบบเดิม					
4. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน					
5. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อมีความเป็นเอกลักษณ์และแสดงถึงศิลปะท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี					
6. กระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อมีความประณีตและมีความละเอียดในการตัดเย็บ					

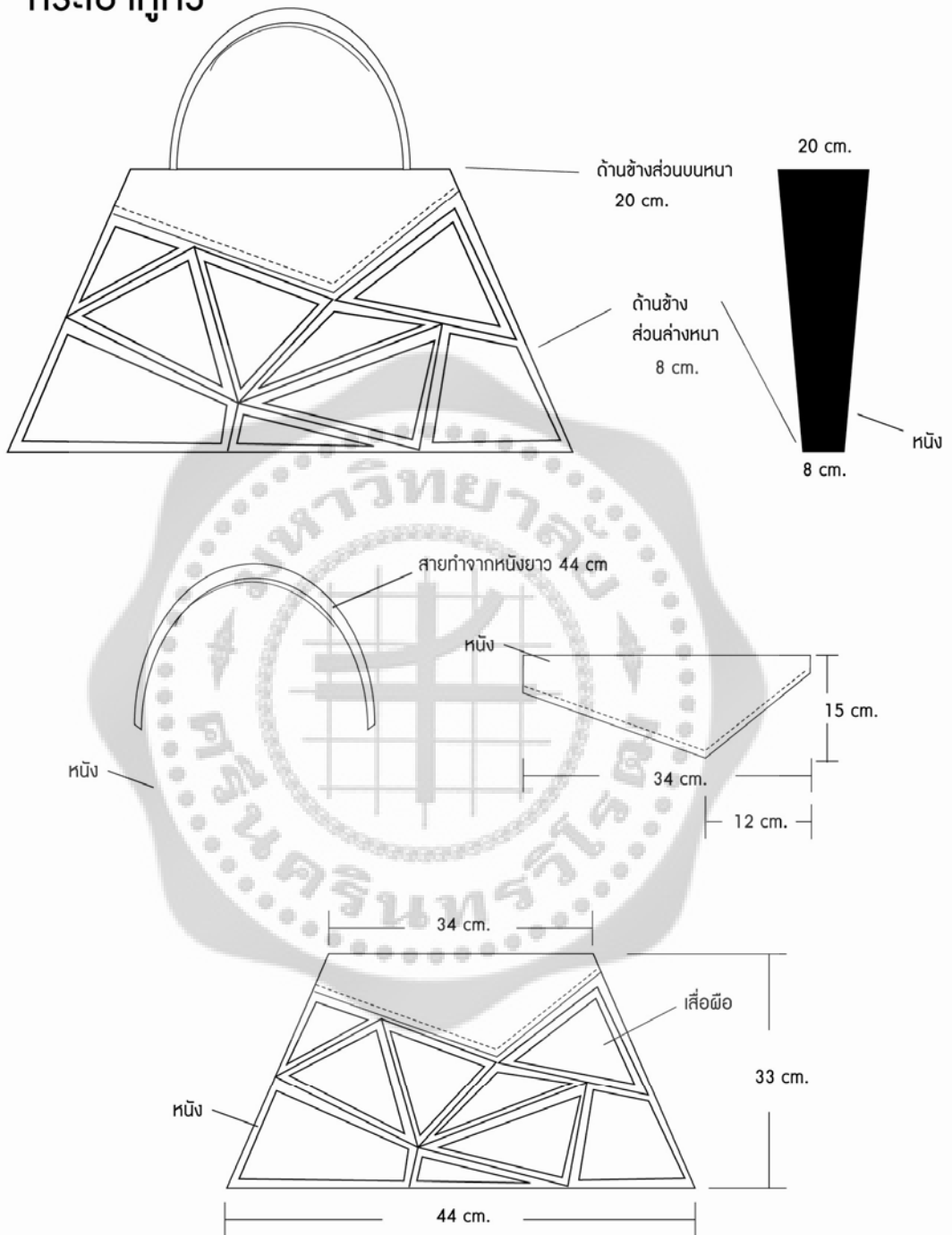




ภาคผนวก จ

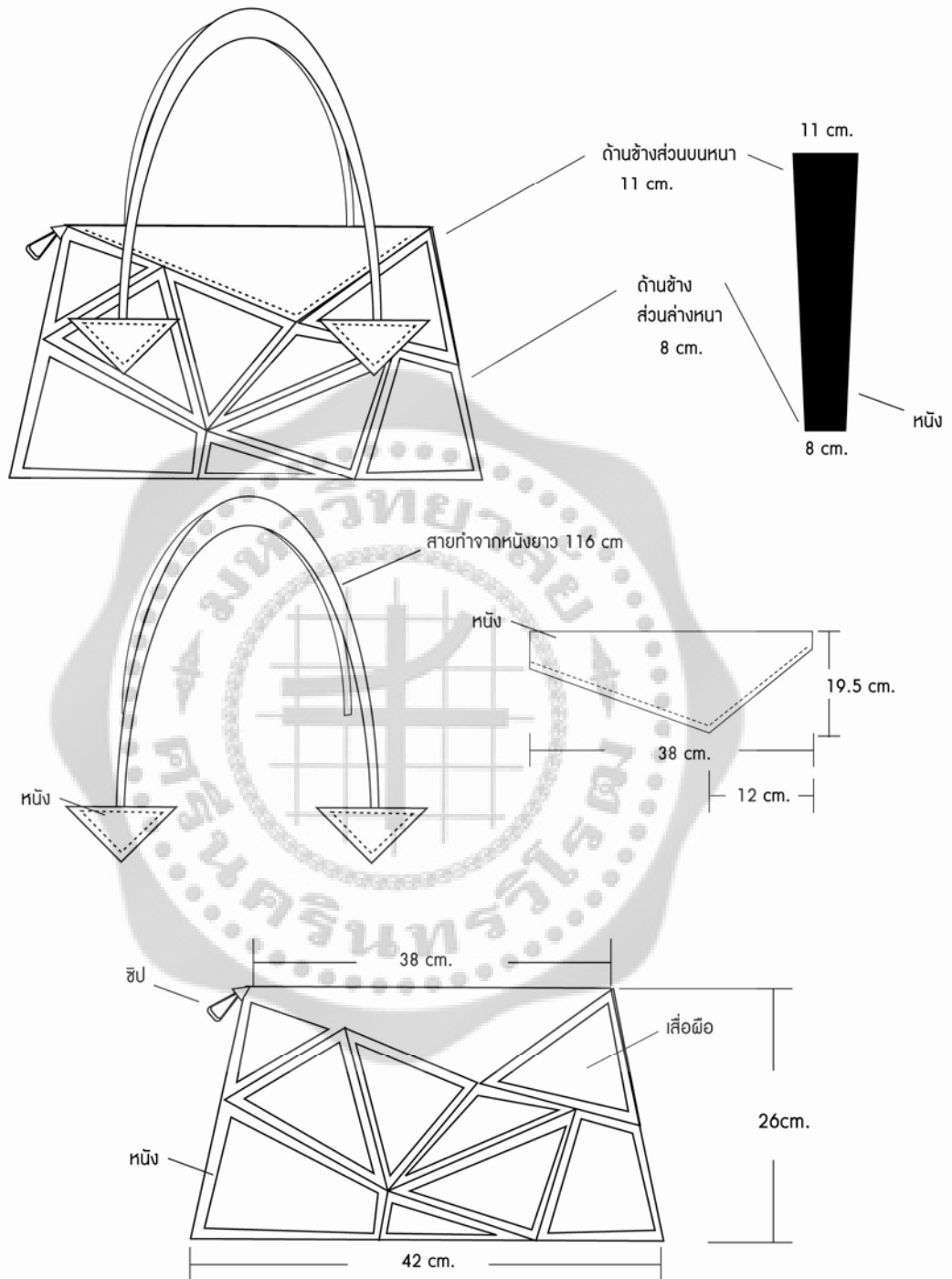
ภาพผลิตต้นแบบกระดาษสตรีแปรรูปจากฝือ

# กระเป๋าหูหิ้ว



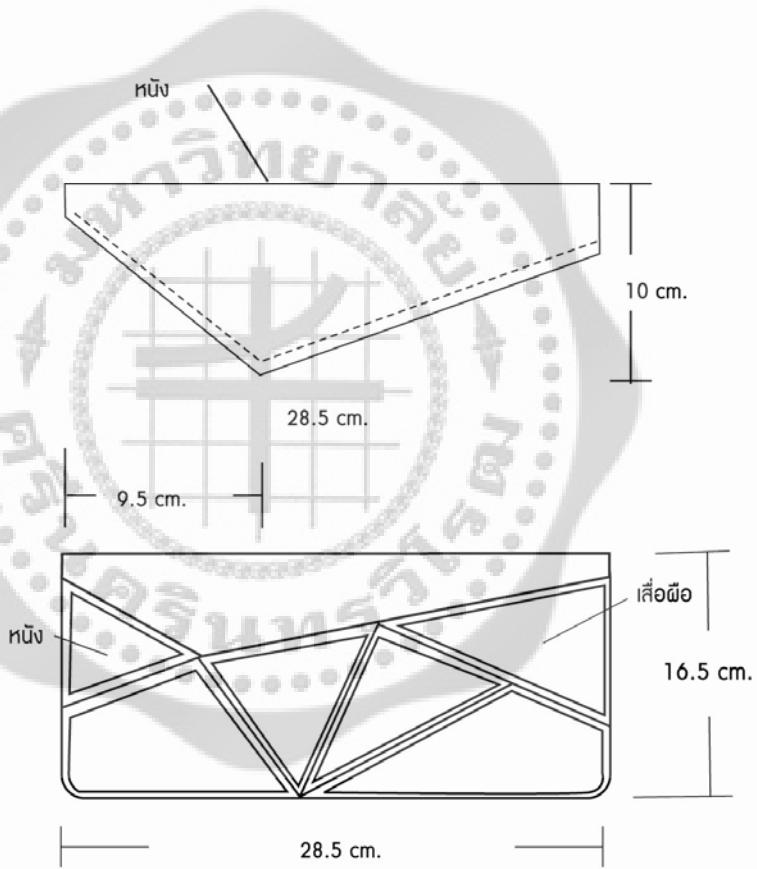
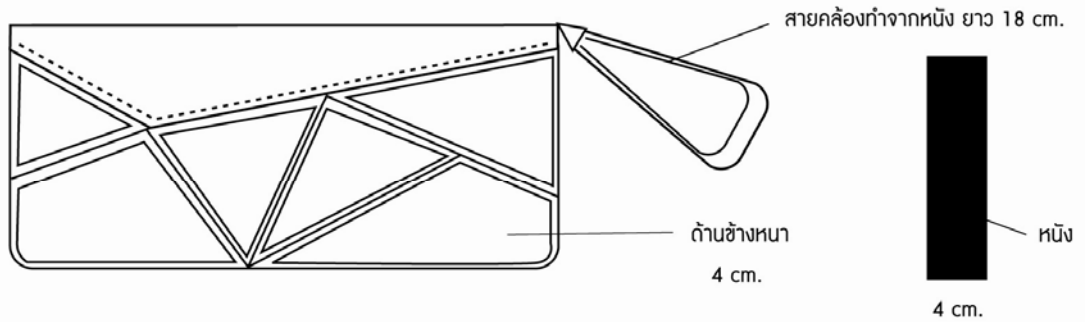
ภาพสัดส่วนผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผืน ประเภทกระเป๋าหูหิ้ว

# กระเป๋าสะพาย



ภาพสัดส่วนผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ประเภทกระเป๋าสะพาย

# กระเป๋าหนีบ



ภาพสัดส่วนผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ประเภทกระเป๋าหนีบ



ภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากฝื่อ ประเภทกระเป๋าหิ้ว



ภาพสัดส่วนผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผิอประเภทกระเป๋าหนัง และกระเป๋าสะพาย



ภาคผนวก จ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อ	ผศ. สีนีนาท เลิศไพโรจน์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	8/21 หมู่ 8 บางนา 30 ถ.บางนา-ตราด เขตบางนา กรุงเทพฯ
ตำแหน่งที่ทำงาน	คณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์
ชื่อ	นางเกษร บานชล
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	โรงเรียนบ้านดงสำราญ อ.กุดชุม จ.ยโสธร
ตำแหน่งที่ทำงาน	ครูชำนาญการพิเศษ
ชื่อ	นางสาวอำไพ อัจฉิยม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	ศูนย์ฝึกอาชีพกลุ่มทอเสื่อฝื่อ บ้านกุดกะเสียน หมู่ 11 ต.เขื่อง อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี
ตำแหน่งที่ทำงาน	ประธาน กลุ่มทอเสื่อฝื่อบ้านกุดกะเสียน
ชื่อ	นางสำรอง ครองยุติ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	ศูนย์ฝึกอาชีพกลุ่มทอเสื่อฝื่อ บ้านกุดกะเสียน หมู่ 11 ต.เขื่อง อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี
ตำแหน่งที่ทำงาน	รองประธาน กลุ่มทอเสื่อฝื่อบ้านกุดกะเสียน
ชื่อ	นางจันทร์ ครองยุติ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	ศูนย์ฝึกอาชีพกลุ่มทอเสื่อฝื่อ บ้านกุดกะเสียน หมู่ 11 ต.เขื่อง อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี
ตำแหน่งที่ทำงาน	การตลาด กลุ่มทอเสื่อฝื่อบ้านกุดกะเสียน
ชื่อ	นางรุ่งทิพย์ ครองยุติ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	ศูนย์ฝึกอาชีพกลุ่มทอเสื่อฝื่อ บ้านกุดกะเสียน หมู่ 11 ต.เขื่อง อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี
ตำแหน่งที่ทำงาน	กรรมการ กลุ่มทอเสื่อฝื่อบ้านกุดกะเสียน





ภาคผนวก ช

หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ



ที่ ศธ 0519.9 / 1925

คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กทม.10110

30 ธันวาคม 2553

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ข้อมูลและขออนุญาตถ่ายภาพ

เรียน คุณเกษร บานชล (ครูชำนาญการพิเศษ : โรงเรียนบึงดงตำราญ อ.กุดชุม จ.ยโสธร)

ด้วยคณะศิลปกรรมศาสตร์ร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำหนดให้นิสิตที่เข้าเรียนระดับปริญญาโททำงานวิจัยเพื่อจัดทำปฏิญญานิพนธ์ตามหลักสูตร ในการนี้นิสิตเมื่อจบการศึกษา และสามารถนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีการเก็บข้อมูลสำหรับการจัดทำงานวิจัย และหน่วยงานของท่านเป็นองค์กรที่ให้ข้อมูลของเสียมือ ซึ่ง นางสาวรัตติญญา ศิลาบุตร สนใจศึกษาข้อมูลเพื่อจัดทำปฏิญญานิพนธ์ เรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลจาก ฝัสดูมขนบ้านกุดกะเสียน ตำบลเขื่องใน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดอุบลราชธานี ดังนั้นทางคณะฯ จึงใคร่ขออนุญาต แก่ นางสาวรัตติญญา ศิลาบุตร ขอสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลและถ่ายภาพ เกี่ยวกับข้อมูลเสียมือ เพื่อประกอบการทำวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตแก่นิสิตด้วย ขอขอบคุณ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนาถ เลิศไพโรจน์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์



ที่ ศธ 0519.9 / 1925

คณะศิลปกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กทม.10110

30 ธันวาคม 2553

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ข้อมูลและขออนุญาตถ่ายภาพ

เรียน คุณอำไพ อางเอียด (ประธานกลุ่มทอเสื่อผืนบ้านกุดกะเสียน : ศูนย์ฝึกอาชีพกลุ่มทอเสื่อผืน  
บ.กุดกะเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี)

ด้วยคณะศิลปกรรมศาสตร์ร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำหนดให้  
นิสิตที่เข้าเรียนระดับปริญญาโททำงานวิจัยเพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตร ในกรณีนี้นิสิตเมื่อจบ  
การศึกษา และสามารถนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีการเก็บข้อมูลสำหรับการ  
การจัดทำงานวิจัย และหน่วยงานของท่านเป็นองค์กรที่ให้ข้อมูลของเสื่อผืน ซึ่ง นางสาวรัตติญญา  
ศิลาบุตร สนใจศึกษาข้อมูลเพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี  
แปรรูปจาก ผื่อ ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ตำบลเขื่องใน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี ดังนั้นทางคณะฯ  
จึงใคร่ขออนุญาต แก่ นางสาวรัตติญญา ศิลาบุตร ขอสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลและถ่ายภาพ เกี่ยวกับ  
ข้อมูลเสื่อผืน เพื่อประกอบการทำวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตแก่นิสิตด้วย ขอขอบคุณ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ เลิศไพโรจน์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

ที่ ศธ 0519.9 / 1926



คณะศิลปกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กทม.10110

30 ธันวาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณเกษร บานชล (ครูชำนาญการพิเศษ : โรงเรียนบ้านดงสำราญ อ.กุดชุม จ.ยโสธร)

ด้วยคณะศิลปกรรมศาสตร์ร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำหนดให้  
นิสิตที่เข้าเรียนระดับปริญญาโททำงานวิจัยและจัดทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตร เพื่อจบการศึกษา และ  
สามารถนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีการเก็บข้อมูลสำหรับการจัดทำงานวิจัย  
จึงต้องมีผู้เชี่ยวชาญสำหรับสำหรับตรวจเครื่องมือวิจัย คณะศิลปกรรมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็น  
ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำวิจัย ดังนั้นทางคณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
ตรวจสอบแบบประเมินและแบบสัมภาษณ์ สำหรับการวิจัยของนางสาวรัตต์ตัญญู ศิลปาบุตร สำหรับการวิจัย  
วิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจาก ฝือ  
ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ตำบลเชียงใน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ เลิศไพโรจน์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์



ที่ ศธ 0519.9 / 1926

คณะศิลปกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กทม.10110

30 ธันวาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณอำไพ อัจฉริยม

(ประธานกลุ่มเสื้อมือบ้านกุดกะเสียน : ศูนย์ฝึกอาชีพกลุ่มทอเสื้อมือ บ.กุดกะเสียน ต.เซียงใน  
อ.เซียงใน จ.อุบลราชธานี)

ด้วยคณะศิลปกรรมศาสตร์ร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำหนดให้  
นิสิตที่เข้าเรียนระดับปริญญาโททำงานวิจัยและจัดทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตร เพื่อจบการศึกษา และ  
สามารถนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีการเก็บข้อมูลสำหรับการจัดทำงานวิจัย  
จึงจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญสำหรับสำหรับตรวจเครื่องมือวิจัย คณะศิลปกรรมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็น  
ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำวิจัย ดังนั้นทางคณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
ตรวจสอบแบบประเมินและแบบสัมภาษณ์ สำหรับการวิจัยของนางสาวรัตติกานต์ ศิลานบุตร สำหรับการวิจัย  
วิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีแปรรูปจาก ผือ  
ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ตำบลเซียงใน อำเภอเซียงใน จังหวัดอุบลราชธานี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนาถ เลิศไพโรจน์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

ที่ ศธ 0519.9/ 1926



คณะศิลปกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กทม.10110

30 ธันวาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณสำรอง ครองยุติ

(รองประธานกลุ่มเสื่อฝ้ายบ้านกุดกะเสียน : ศูนย์ฝ้ายอาชีพกลุ่มทอเสื่อฝ้าย บ.กุดกะเสียน ต.เซียงใน อ.เซียงใน จ.อุบลราชธานี)

ด้วยคณะศิลปกรรมศาสตร์ร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำหนดให้ นิสิตที่เข้าเรียนระดับปริญญาโททำงานวิจัยและจัดทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตร เพื่อจบการศึกษา และสามารถนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีการเก็บข้อมูลสำหรับการจัดทำงานวิจัย จึงต้องมีผู้เชี่ยวชาญสำหรับสำหรับตรวจเครื่องมือวิจัย คณะศิลปกรรมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำวิจัย ดังนั้นทางคณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแบบประเมิน สำหรับการวิจัยของนางสาวรัตตัญญู ศิลานุตร สำหรับการวิจัยวิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลแปรรูปจาก ฝ้าย ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ตำบลเซียงใน อำเภอเซียงใน จังหวัดอุบลราชธานี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนาถ เลิศไพรวัง)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์



ที่ ศธ 0519.9 / 1926

คณะศิลปกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กทม.10110

๓๐ ธันวาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณจันทร์ ครองยุติ

(การตลาด กลุ่มทอเสื้อผ้าบ้านกุดกะเสียน : ศูนย์ฝึกอาชีพกลุ่มทอเสื้อผ้า บ.กุดกะเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี)

ด้วยคณะศิลปกรรมศาสตร์ร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำหนดให้ นิสิตที่เข้าเรียนระดับปริญญาโททำงานวิจัยและจัดทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตร เพื่อจบการศึกษา และสามารถนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีการเก็บข้อมูลสำหรับการจัดทำงานวิจัย จึงต้องมีผู้เชี่ยวชาญสำหรับสำหรับตรวจเครื่องมือวิจัย คณะศิลปกรรมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำวิจัย ดังนั้นทางคณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแบบประเมิน สำหรับการวิจัยของนางสาวรัตตัญญู ศิลานุตร สำหรับการวิจัยวิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลแปรรูปจาก ฝื่อ ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ตำบลเขื่องใน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ เลิศไพโรจน์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

ที่ ศธ 0519.9/ 1926



คณะศิลปกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กทม.10110

30 ธันวาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณรุ่งทิพย์ ครองยุติ

(กรรมการ กลุ่มทอเสื้อผ้าบ้านกุดกะเสียน : ศูนย์ฝึกอาชีพกลุ่มทอเสื้อผ้า บ.กุดกะเสียน ต.เขื่องใน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี)

ด้วยคณะศิลปกรรมศาสตร์ร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำหนดให้ นิสิตที่เข้าเรียนระดับปริญญาโททำงานวิจัยและจัดทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตร เพื่อจบการศึกษา และสามารถนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีการเก็บข้อมูลสำหรับการจัดทำงานวิจัย จึงต้องมีผู้เชี่ยวชาญสำหรับสำหรับตรวจเครื่องมือวิจัย คณะศิลปกรรมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำวิจัย ดังนั้นทางคณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแบบประเมิน สำหรับการวิจัยของนางสาวรัตตัญญู ศิลานบุตร สำหรับการวิจัยวิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษรีแปรรูปจาก ฝื่อ ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ตำบลเขื่องใน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ เลิศไพโรจน์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์



ที่ ศธ 0519.9/ 1926



คณะศิลปกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กทม.10110

30 ธันวาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนาถ เลิศไพโรจน์

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ด้วยคณะศิลปกรรมศาสตร์ร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำหนดให้  
นิสิตที่เข้าเรียนระดับปริญญาโททำงานวิจัยและจัดทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตร เพื่อจบการศึกษา และ  
สามารถนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีการเก็บข้อมูลสำหรับการจัดทำงานวิจัย  
จึงจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญสำหรับสำหรับตรวจสอบเครื่องมือวิจัย คณะศิลปกรรมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็น  
ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำวิจัย ดังนั้นทางคณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
ตรวจสอบแบบประเมินและแบบสัมภาษณ์ สำหรับการวิจัยของนางสาวรัตต์ญญา ศิลานุตพร สำหรับการวิจัย  
วิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษรีแปรรูปจาก ฝั  
อชุมชนบ้านกุดตะเคียน ตำบลเชียงโน อำเภอเชียงโน จังหวัดอุบลราชธานี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนาถ เลิศไพโรจน์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

ที่ ศธ 0519.9 / 1926



คณะศิลปกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กทม.10110

30 ธันวาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ

เรียน อาจารย์รวิเทพ มุสิกะปาน

รองคณบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ด้วยคณะศิลปกรรมศาสตร์ร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำหนดให้  
นิสิตที่เข้าเรียนระดับปริญญาโททำงานวิจัยและจัดทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตร เพื่อจบการศึกษา และ  
สามารถนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีการเก็บข้อมูลสำหรับการจัดทำงานวิจัย  
จึงจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญสำหรับสำหรับตรวจสอบเครื่องมือวิจัย คณะศิลปกรรมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็น  
ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำวิจัย ดังนั้นทางคณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
ตรวจสอบแบบประเมินและแบบสัมภาษณ์ สำหรับการวิจัยของนางสาวรัตต์ญญา ศิลานบุตร สำหรับการวิจัย  
วิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลแปรรูปจาก ผี  
ชุมชนบ้านกุดกะเสียน ตำบลเขื่องใน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ เลิศไพโรจน์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์



ภาคผนวก ซ

ภาพร่างชุดกระเป๋าสตรีแปรรูปจากผือ





## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาวรัตต์ัญญา ศิลานบุตร  
วันเดือนปีเกิด 13 ตุลาคม พ.ศ. 2527  
สถานที่เกิด จังหวัดศรีสะเกษ  
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 338 ซ.กสิกร 1 ถนนกสิกร ตำบลโพธิ์ อำเภอเมือง  
จังหวัดศรีสะเกษ 33000  
โทร. 081 171 6869  
อีเมล: zalimtimzum@hotmail.com

### ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2550 วิทยาการสารสนเทศ (วท.บ.) สาขา สื่ออิเล็กทรอนิกส์  
จาก มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จ.มหาสารคาม  
พ.ศ. 2555 ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (ศป.ม.) สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ  
จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

