

**การออกแบบและพัฒนาชุดแต่งกายจากผ้าทอวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร  
บ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี**

**THE DESIGN AND DEVELOPMENT OF WOVEN-FABRIC CLOTHES OF THE  
COMMUNITY ENTERPRISE OF FARMERS' HOUSEWIFE GROUP IN NONG  
SAWAN VILLAGE, UDON THANI PROVINCE**

ธีระยุทธ เฟื่องชัย และ พนาทร พลัดสุวรรณ

Teerayut Pengchai and Panadorn Pludsuwan

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี  
Product Design Faculty of Human and Society, Udon Thani Rajabhat University

**บทคัดย่อ**

การออกแบบและพัฒนาชุดแต่งกายจากผ้าทอวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานีมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาวิเคราะห์บริบทผลิตภัณฑ์ชุมชนทอผ้าทอวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดแต่งกายจากผ้าทอชุมชน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อชุดแต่งกายจากผ้าทอที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่สมาชิกกลุ่มชุมชนทอผ้าและผู้สนใจผลิตภัณฑ์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ชุมชนทอผ้าทอวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี มีศักยภาพในการทอผ้าได้ทั้งผ้ามัดหมี่ ผ้าขิด ผ้ายกดอก มีลวดลายมัดหมี่ที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะ แต่มีจุดด้อยที่ผลิตภัณฑ์ผ้าผืนราคาจำหน่ายต่ำ การแปรรูปผลิตภัณฑ์เข้ากับกลุ่มทอผ้าอื่นทำให้ประสบปัญหาในการจำหน่าย 2) การออกแบบชุดแต่งกายเป็นเสื้อแจ๊คเก็ต เน้นไปที่ตลาดวัยรุ่น วัยทำงานโดยใช้แรงบันดาลใจจากลวดลายเพชรที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มมาใช้ในการออกแบบรูปแบบและลวดลาย 3) การนำผลิตภัณฑ์ชุดแต่งกายไปสอบถามความพึงพอใจจากผู้สนใจผลิตภัณฑ์สรุปได้ว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ได้แก่ ด้านประโยชน์ใช้สอย (ค่าเฉลี่ย = 4.11) ด้านความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย = 4.18) ด้านศักยภาพในการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.19)

**คำสำคัญ:** ชุดแต่งกาย, ผ้าทอ, ลวดลายเพชร, วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองสวรรค์

## Abstract

The design and development of woven-fabric clothes of the community enterprise of farmers' housewife group in Nong Sawan in Udon Thani aimed to: 1) to investigate the weaving-community product contexts of the community enterprise of farmers' housewife group in Nong Sawan in Udon Thani, 2) to design and develop the woven-fabric-clothes products of the community enterprise of farmers' housewife group in Nong Sawan in Udon Thani, and 3) to evaluate the users' satisfaction towards the designed and developed woven-fabric clothes. The sample in this study consisted of the weaving community enterprise as well as the users. In addition, the research instruments were interview and questionnaire regarding the satisfaction. The data was analyzed by employing descriptive statistics including percentage, average as well as standard deviation.

The results elucidated that 1) the community enterprise of farmers' housewife group in Nong Sawan village, Udon Thani province had a potential to weave Mudmee fabric, Khit fabric and Yokdok fabric which all of them had a unique pattern based on each identity. However, they had been presenting some weaknesses in terms of low price and monotonous repetitive design that entailed difficulties on distribution. 2) The design and development of jacket emphasizing the market of teenagers as well as working people by applying an inspiration from the characteristics of diamond representing the group identity to create the new pattern. 3) The findings of users' satisfaction on the designed and developed clothes demonstrated that there were a high level of the utility

(an average = 4.11), the beauty (an average = 4.18) as well as the distribution potential (an average = 4.19).

**Keyword:** Clothes, Woven Fabric, Diamond Pattern, Community Enterprise of Farmers' Housewife Group in Nong Sawan Village

## บทนำ

จังหวัดอุดรธานีนับได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีวิถีวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวและโบราณวัตถุที่มีชื่อเสียงเป็นมรดกโลก นอกจากนั้นจังหวัดอุดรธานียังเป็นจังหวัดที่มีการทอผ้ามาตั้งแต่ครั้งบรรพบุรุษโดยเฉพาะอย่างยิ่งการทอผ้าฝ้ายและผ้าไหม จนสามารถกล่าวได้ว่าอาชีพการทอผ้าไม่เพียงแต่อาชีพเสริมของชาวบ้านเท่านั้นแต่ยังถือเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดอุดรธานี ดังจะเห็นได้จากคำขวัญประจำจังหวัดที่ได้ยกเอาเอกลักษณ์ด้านการทอผ้าที่โดดเด่นมายกย่องอย่างปรากฏในคำขวัญประจำจังหวัดว่า “หนองประจักษ์คู่เมือง ลือเลื่องแหล่งธรรมะ อารยธรรมบ้านเชียงมรดกโลกห้าพันปี ธานีผ้าหมี่ขิด ธรรมชาติเนรมิตทะเลบัวแดง” จังหวัดอุดรธานีจึงเป็น “ธานีผ้าหมี่ขิด” ถือว่าการทอผ้าเป็นหนึ่งในวิถีวัฒนธรรมชุมชนที่ปฏิบัติกันเป็นจารีตมาจนถึงปัจจุบัน ถือเป็นแหล่งอารยธรรมดั้งเดิมที่มีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสั่งสมมาเป็นระยะเวลาช้านาน โดยเฉพาะในด้านการผลิตผ้าทอมือพื้นเมืองซึ่งได้ปัจจุบันได้กลายมาเป็นสินค้าที่สร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนได้เป็นอย่างดี ทำให้ในปัจจุบันมีชาวบ้านและกลุ่มชุมชนทอผ้าที่ผลิตผ้าทอมือจำหน่ายเป็นจำนวนมากทั้งในรูปแบบอาชีพเสริมและอาชีพหลัก

ชุมชนทอผ้าทอวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2549 ในระยะเริ่มต้นมีสมาชิก 20 คน รวมกลุ่มกันผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือสินค้า OTOP จำหน่ายโดยผลิตสินค้าแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารแต่เนื่องจากประสบปัญหาในการผลิต วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารมีอายุในการเก็บรักษาสั้นเสียเร็ว จึงเริ่มเปลี่ยนมาทำการผลิตผ้าทอพื้นเมืองจำหน่ายจากการที่ในชุมชนชาวบ้านมีการทอผ้าใช้เองมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายายแล้วจึงมีทักษะและความชำนาญในการทอผ้าทั้งผ้ามัดหมี่ ผ้าขิด จึงเปลี่ยนมารวมกลุ่มกันผลิตผ้าทอจำหน่ายประกอบกับช่วงระยะเวลาที่ผ่านมารัฐบาลมีนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จึงเข้าร่วมโครงการและได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจาก

หน่วยงานภาครัฐมาโดยตลอด ซึ่งได้รับการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นกระเป๋า เสื้อและชุดแต่งกายเป็นหลัก อย่างไรก็ตามทางกลุ่มชุมชนประสบปัญหาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื่องจากผลิตภัณฑ์แปรรูปมีรูปแบบคล้ายคลึงกันกลับผู้ผลิตสินค้าจากชุมชนผู้ผลิตผ้าทออื่น การผลิตแปรรูปสินค้าออกมาแล้วไม่รู้ว่าจำหน่ายให้ใครโดยกลุ่มตลาดเดิมยังเป็นการผลิตสำหรับกลุ่มคนที่ทำงานในภาครัฐการ รัฐวิสาหกิจหรือองค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งมีความดีในการซื้อต่อน้อย อีกทั้งยังขาดความรู้ความเข้าใจในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจึงเป็นการผลิตแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพื่อรอให้มีผู้มาซื้อมากกว่าการผลิตแล้วจำหน่ายให้กลุ่มเป้าหมาย ถึงแม้ทางกลุ่มชุมชนได้สร้างแบรนด์สินค้าของตนเองขึ้นมาเพื่อสร้างการจดจำ แต่ก็ยังถือว่ายังไม่ประสบความสำเร็จด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายอยู่ยังไม่แตกต่างและมีรูปแบบเหมือนกันกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาดทำให้จำหน่ายได้ราคาต่ำ บางครั้งต้องแข่งขันด้านราคากับผู้ประกอบการอื่นทำให้ได้กำไรน้อย

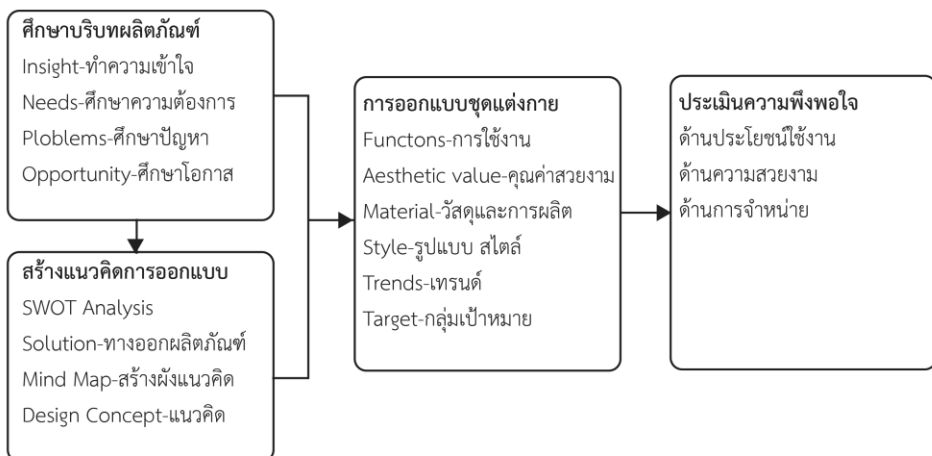
ดังนั้นเพื่อเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอพื้นเมืองให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อโดยการออกแบบพัฒนาจากฐานของศักยภาพและบริบทของความต้องการในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดแต่งกายจากผ้าทอชุมชน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอพื้นเมืองสู่การเป็นสินค้าแฟชั่นที่มีความแตกต่างผ่านกระบวนการพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชนอย่างเป็นระบบตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและแก้ปัญหารูปแบบสินค้าที่คล้ายคลึงกับกลุ่มผู้ผลิตอื่น สร้างรูปแบบและกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้และการจำหน่ายจากกลุ่มเดิมเป็นการช่วยเพิ่มศักยภาพในการจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนา กลุ่มจังหวัดอุดรในการยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางตลาดผ้าทอมือในอนุภูมิภาคุ่มน้ำโขงและตรงตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันต้องการพัฒนาผู้ประกอบการเศรษฐกิจชุมชน พัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของผู้ประกอบการไทย พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากล ยกระดับศักยภาพของสินค้าผ้าทอพื้นเมืองให้มีมูลค่าและศักยภาพในการจำหน่าย การพัฒนากระบวนการสร้างมูลค่าและยกระดับผ้าทอพื้นเมืองของกลุ่มชุมชนให้มีศักยภาพในการช่วยสร้างอาชีพและสร้างรายได้ลงไปสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์บริบทผลิตภัณฑ์ชุมชนทอผ้าทอวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดแต่งกายจากผ้าทอชุมชน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อชุดแต่งกายจากผ้าทอที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่

### กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการศึกษาบริบทของผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมกับสมาชิกจากผ้าทอวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ เพื่อทำความเข้าใจโดยใช้การ SWOT Analysis ศึกษาศักยภาพ ปัญหา ความต้องการ โอกาส ในการพัฒนาและนำมาวิเคราะห์เพื่อสร้างแนวทางการออกแบบ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามแนวทาง นำไปผลิตและนำผลิตภัณฑ์ไปประเมินความพึงพอใจ ดังแผนภูมิ



รูปที่ 1 แสดงแผนภูมิกอบแนวคิดการศึกษาวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเพื่อการออกแบบพัฒนาชุดแต่งกายจากผ้าทอ วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานีได้ดำเนินการวิจัยเป็น ดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษารั้ครั้งนี้มีกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่มประกอบด้วย

- 1.1 กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 20 คน
- 1.2 กลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ผู้ซื้อสินค้าบริเวณที่ทำการกลุ่ม กลุ่มบุคคลทั่วไปที่สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ จำนวน 160 คน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

2.1 การแบบบันทึกข้อมูล แบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในการศึกษาบริบทกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ในด้านศักยภาพด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านปัญหาอุปสรรคและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

2.2 แบบประเมินความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่ ในด้านประโยชน์ในการใช้สอย (Functions) ด้านคุณค่าความสวยงาม (Aesthetics Value) และด้านศักยภาพในการจำหน่าย

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การเก็บข้อมูลในการศึกษาวิเคราะห์บริบทชุมชนทอผ้าทอวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี เก็บข้อมูลโดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มชุมชนในด้านศักยภาพด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านปัญหาอุปสรรคและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

3.3 การดำเนินการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดแต่งกายจากผ้าทอชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี

3.3 การเก็บข้อมูลการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อชุดแต่งกายที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่ โดยใช้แบบประเมินกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ผู้ซื้อสินค้าบริเวณที่ทำการกลุ่ม กลุ่มบุคคลทั่วไปที่สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยการวิเคราะห์เชิงตรรกวิทยาข้อมูลจากเทปบันทึกเสียง การถ่ายภาพ โดยสังเคราะห์เป็นแนวคิดการออกแบบ (Concept Design) เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดแต่งกายจากผ้าทอชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ที่ออกแบบใหม่ โดยใช้การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความเหมาะสมในด้านประโยชน์ในการใช้สอย (Functions) ด้านคุณค่าความสวยงาม (Aesthetics Value) และด้านศักยภาพในการจำหน่าย

#### สรุปผลการวิจัย

1. บริษัทชุมชนทอผ้าทอวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานีจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ร่วมกับกลุ่มสมาชิกภายในกลุ่มแบบมีส่วนร่วมนั้นศึกษาพบว่า ด้านจุดเด่นในด้านความสามารถในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอได้ เช่น ชุดแต่งกาย กระเป๋า มีความสามารถในการทอผ้าได้ทั้งผ้ามัดหมี่ ผ้าขิด ผ้ายกดอก ผ้าขาวม้า มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ประจำกลุ่มคือลายเพชร โดยมีแบรนด์ผ้าทอชื่อ “เพชรแพพิน” นอกจากนี้กลุ่มยังเป็นศูนย์การเรียนรู้ผ้าทอพื้นเมืองอีกด้วย ด้านจุดด้อยคือไม่มีองค์ความรู้ในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอให้แตกต่างจากท้องตลาด เน้นไปที่การจำหน่ายผ้าทอเป็นผืน การแปรรูปเป็นเสื้อผ้าชุดแต่งกายทั้งหมดเป็นแบบชุดของข้าราชการหน่วยงานภาครัฐมากกว่ารูปแบบจิ้งจี้ๆ การแปรรูปเป็นกระเป๋าจำหน่ายได้ราคาต่ำและจำหน่ายภายในชุมชนเป็นหลักการตลาดจึงอยู่ในวงจำกัด โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายในการจำหน่ายเป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐและองค์กรท้องถิ่น วัตถุประสงค์เส้นใยในการทอผ้ายังต้องซื้อจากภายนอกและยังไม่มีผู้เชี่ยวชาญย้อมสีจากธรรมชาติมาก นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคสำคัญอยู่ที่มีกลุ่มชุมชนผลิตผ้าทอในลักษณะเดียวกันซึ่งถือเป็นคู่แข่งในการจำหน่ายเป็นจำนวนมาก ประกอบกับผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีความแตกต่างจากกลุ่มผู้ประกอบการอื่น ช่องทางการจำหน่ายยังไม่กว้างเน้นที่การจำหน่ายตามงานเทศกาลช่วงหน้าหนาวเป็นหลัก กลุ่มผู้ซื้อเป็นกลุ่มเดิมในขณะที่ปัจจุบันคนนิยมซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น แต่หากพิจารณาถึงโอกาสนั้นพบว่าจังหวัดอุดรธานีมี

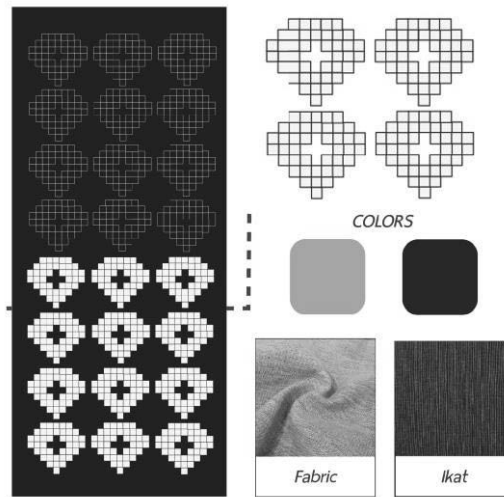
ยุทธศาสตร์ในการมุ่งสู่การเป็นศูนย์การค้าทอในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงจึงมีงบประมาณในการเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนเป็นจำนวนมาก และยังมีช่องทางการจำหน่าย เช่น ร้านประชา รัฐในสนามบินอุดรธานี โครงการโอท็อปนวัตกรรม ประกอบกับในปีที่ผ่านมากระแสความนิยมในการแต่งกายผ้าไทยได้รับความนิยมมากขึ้นโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่หันมานิยมสวมใส่ผ้าไทยเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้จังหวัดอุดรธานียังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก จึงเป็นโอกาสของการพัฒนาให้สามารถตอบโจทย์กับบริบทแวดล้อมได้

2. ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดแต่งกายจากผ้าทอชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี จากการศึกษาวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อย อุปสรรคและโอกาสของผลิตภัณฑ์ผ้าทอ โดยพบว่าทางกลุ่มชุมชนมีจุดเด่นที่สำคัญอยู่ที่ความสามารถในการทอผ้าได้ทุกประเภทโดยเฉพาะผ้ามัดหมี่ มีความสามารถในการกระบวนการตัดเย็บผ้าเป็นอย่างดี ซึ่งสามารถสรุปวิเคราะห์ประเด็นสู่การออกแบบได้ดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ชุดแต่งกายชุดแต่งกายที่ออกแบบ คือ เสื้อแจ็คเก็ต (Jacket) เพื่อต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับผ้าทอ (New Product) ที่มีความแตกต่างจากรูปแบบเดิมที่ทางกลุ่มชุมชนผลิตซึ่งจะเป็นชุดเสื้อซาฟารีหรือเสื้อทำงานของสตรีที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป โดยจากการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการร่วมกับกลุ่มสมาชิกทอผ้าบ้านหนองสวรรค์การแปรรูปผลิตภัณฑ์ดังกล่าวใช้ต้นทุนสูงแต่จำหน่ายได้กำไรน้อยเนื่องจากมีผลิตภัณฑ์แบบเดียวกันเป็นจำนวนมากในตลาด ดังนั้นการออกแบบพัฒนาจึงต้องสร้างสินค้าที่มีความแตกต่าง (Design Deference) เพื่อต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่ามากขึ้น (High Value) โดยออกแบบเสื้อแจ็คเก็ต (Jacket) ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดใหม่สำหรับผ้าทอชุมชนคือเป็นวัยรุ่น Gen-Y ถึงวัยทำงานเป็นคนรุ่นใหม่ Gen-Z โดยนำเสนอในรูปแบบที่มีความเป็นแฟชั่นสามารถสวมใส่ได้ทุกโอกาส

2.2 แรงบันดาลใจในการออกแบบ (Inspiration) จากการวิเคราะห์ร่วมกับชุมชนนั้น ต้องการสร้างความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ (Identity) ของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดกระแสการรับรู้เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองสวรรค์ได้สร้างแบรนด์ “เพชรแพรวพิน” สำหรับใช้เป็นตราสินค้าในการจำหน่ายโดยมาจากลวดลายผ้าที่กลุ่มชุมชนได้สร้างสรรค์ขึ้น คือลวดลายเพชรในผ้ามัดหมี่ ดังนั้นในการออกแบบพัฒนาจึงต้องการให้นำแรงบันดาลใจจากรูปทรงเพชร

มาใช้กับเสื้อแจ๊คเก็ตที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่โดยประยุกต์ให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบของเสื้อแจ๊คเก็ต ส่วนโทนสีเน้นไปที่สีครามซึ่งชุมชนสามารถย้อมได้



รูปที่ 2 แสดงรูปแบบการออกแบบและจัดวางลวดลายจากรูปทรงเพชร

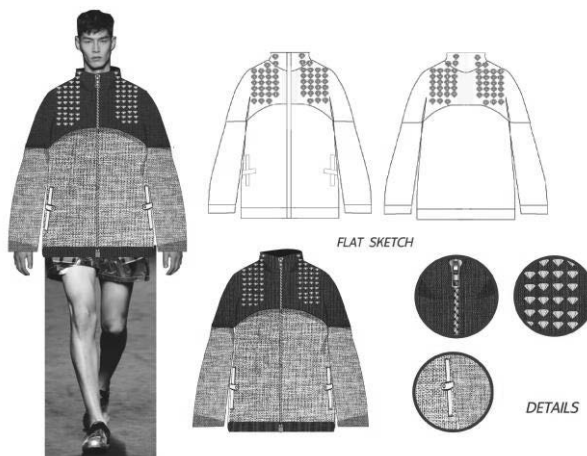
2.3 กลุ่มเป้าหมาย (Target Group) จากกระบวนการผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองสวรรค์ในปัจจุบัน พบว่าการออกแบบผ้าและการแปรรูปผ้านั้นไม่ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายคือผู้ซื้อหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ว่าเป็นกลุ่มใด ส่วนใหญ่เป็นการผลิตจากการไปออกร้านจำหน่ายสินค้าแล้วจดจำรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากผู้ผลิตเจ้าอื่นแล้วมาผลิตในรูปแบบคล้ายคลึงกันจึงทำให้มีปัญหาในการจำหน่ายเนื่องจากสินค้าไม่แตกต่างจากตลาดและกลุ่มผู้ซื้อก็เป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใหญ่ มีผลทำให้กลายเป็นผู้ตามไม่ได้เป็นผู้นำ ดังนั้นการสร้างการจดจำในสินค้าจึงไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากไม่มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างมีความเป็นสินค้าเฉพาะแบรนด์ของตน ในการออกแบบพัฒนาครั้งนี้จึงเป็นการทำให้กลุ่มชุมชนวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนก่อน โดยออกแบบให้กับกลุ่มวัยรุ่น Gen-Y ถึงวัยทำงานเป็นคนรุ่นใหม่ Gen-Z อายุ 20-30 ปี โดยพิจารณาจากเทรนด์ความนิยมการแต่งกายด้วยผ้าไทยร่วมสมัยซึ่งคนกลุ่มนี้ไม่ได้สวมใส่บ่อยนอกจากในวาระที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นการออกแบบเสื้อแจ๊คเก็ต โดยใช้ผ้าทอพื้นเมืองใน

ชุมชนให้สามารถสวมใส่ได้บ่อยขึ้นมีความเป็นแฟชั่นจะทำให้คนรุ่นใหม่หันมาใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนมากขึ้น

2.4 กระบวนการออกแบบ หลังจากได้แนวคิดการออกแบบแล้วได้ทำการจัดทำแบบร่างและนำเสนอแบบร่างจำนวน 7 แบบ ในแนวคิดของการออกแบบเสื้อแจ็คเก็ตโดยประยุกต์ผ้าฝ้ายมัดหมี่จากการลดทอนลวดลายเพชรสำหรับกลุ่มวัยรุ่น Gen-Y ถึงวัยทำงานเป็นคนรุ่นใหม่ Gen-Z อายุ 20-30 ปี ด้านรูปแบบออกแบบให้สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน ใส่ทำงาน ใส่เที่ยว รูปแบบทันสมัยสวยงาม



รูปที่ 3 แสดงการออกแบบพัฒนาเสื้อแจ็คเก็ตจำนวน 7 รูปแบบ



รูปที่ 4 การออกแบบและจัดวางรูปแบบเสื้อแจ็คเก็ต



**รูปที่ 5** ผลิตภัณฑ์เสื้อแจ็กเก็ตเกิดจากผ้าทอวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองสวรรค์

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อเสื้อแจ็กเก็ตที่ผ่านการออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่ โดยมีผู้ตอบจำนวน 160 คน มีผลดังนี้

3. ผลการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อชุดแต่งกายที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่

**ตารางที่ 1** ตารางแสดงความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (N=160)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>1. ด้านประโยชน์ใช้สอย</b>			
1.1 มีความสะดวกสบายในการสวมใส่	4.09	0.74	มาก
1.2 รูปแบบและประโยชน์ของการมีกระเป๋าใส่ของ	4.24	0.85	มาก
1.3 ความสามารถในการกันหนาว กันลมได้ดี	4.39	0.66	มาก
1.4 การตัดเย็บประณีต เรียบร้อย	3.91	0.76	มาก
1.5 สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส	3.93	0.89	มาก
<b>รวมด้านประโยชน์ใช้สอย</b>	<b>4.11</b>	<b>0.79</b>	มาก
<b>2. ด้านความสวยงาม</b>			
2.1 ความสวยงามของลวดลายผ้าที่ออกแบบใหม่	4.24	0.75	มาก
2.2 ความสวยงามของการผสมผสานผ้าในการตัดเย็บ	4.13	0.73	มาก
2.3 ความสวยงามของสีสีนผ้าที่ตัดเย็บ	4.24	0.74	มาก
2.4 ความสวยงามของรูปแบบเสื้อ	4.14	0.66	มาก
2.5 ความสวยงามของการประยุกต์รูปแบบโดยรวม	4.13	0.69	มาก
<b>รวมด้านความสวยงาม</b>	<b>4.18</b>	<b>0.72</b>	

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
3. ด้านศักยภาพในการจำหน่าย			
3.1 ความสามารถในการนำไปจำหน่ายจริง	3.95	0.84	มาก
3.2 ความสามารถจำหน่ายได้ตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด	4.42	0.71	มาก
<b>รวมด้านศักยภาพในการจำหน่าย</b>	<b>4.19</b>	<b>0.81</b>	

จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้านประโยชน์สอยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.11) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก โดยลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านความสามารถในการกันหนาว กันลมได้ดี (ค่าเฉลี่ย=4.39) รองลงมาด้านรูปแบบและประโยชน์ของการมีกระเป๋าใส่ของ (ค่าเฉลี่ย=4.24) ด้านความสะดวกสบายในการสวมใส่ (ค่าเฉลี่ย=4.09) ด้านสามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส (ค่าเฉลี่ย=3.93) และด้านการตัดเย็บประณีต เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย=3.91)

ความพึงพอใจของผู้สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้านความสวยงามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.18) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก โดยด้านความสวยงามของลวดลายผ้าที่ออกแบบใหม่และด้านความสวยงามของสีเส้นผ้าที่ตัดเย็บมีคะแนนสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.24) รองลงมาด้านความสวยงามของรูปแบบเสื้อ (ค่าเฉลี่ย=4.14) ส่วนด้านความสวยงามของการผสมผสานผ้าในการตัดเย็บและด้านความสวยงามของการประยุกต์รูปแบบมีคะแนนเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย=4.13)

ความพึงพอใจของผู้สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้านศักยภาพในการจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.19) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก โดยความสามารถจำหน่ายได้ตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดมีความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย=4.42) และรองลงมาเป็นด้านความสามารถในการนำไปจำหน่ายจริง (ค่าเฉลี่ย=3.95)

### อภิปรายผล

อุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนคือการทำชุมชนผลิตโดยไม่ทราบว่าจะนำไปจำหน่ายอย่างไร ใครเป็นผู้ที่จะซื้อสินค้าของเราจึงทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนยังประสบปัญหาในการจำหน่าย ซึ่งการส่งเสริมให้ชุมชนรวมกลุ่มผลิตสินค้าชุมชนเพียงอย่าง

เดียวทำให้เกิดปัญหาในการจำหน่าย รูปแบบสินค้ามีรูปแบบคล้ายคลึง ดังนั้นการพัฒนาผ้าทอของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองสวรรค์จึงต้องใช้กระบวนการในการวิเคราะห์ศักยภาพตนเองก่อนการนำไปสร้างเป็นแนวทางการออกแบบ (Concept Design) โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ให้ชัดเจนก่อนการออกแบบเพื่อให้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของกมลวรรณ พัทธพรพิพัฒน์ สารสุข (2560) การสร้างแนวทางการออกแบบที่ชัดเจนก่อนการออกแบบจะช่วยให้การออกแบบมีเป้าหมายจะสามารถกำหนดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้

การนำจุดเด่นของลวดลายมัดหมี่ลาย “เพชร” ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองสวรรค์มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลวดลายผ้าทอสำหรับใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าก็เกิดเกิดจากการที่สมาชิกภายในกลุ่มต้องการสร้างคุณค่าจากจุดเด่นของลวดลายผ้าทอตนเองเพื่อสร้างความรับรู้ต่อแบรนด์เพชรแพรวพินให้มากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของ อริญ วานิชกร (2559) กล่าวว่าการออกแบบต้องลดทอนรายละเอียดเพื่อให้ได้รูปร่างรูปทรงที่สวยงามจะเป็นการเพิ่มความหมายแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความโดดเด่นขึ้น และสอดคล้องกับการวิจัยของอรุณวรรณ ตั้งจันทร์และคณะ (2556) ผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอเป็นงานออกแบบประเภทหนึ่งที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมได้ โดยการนำอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ ผสานความงามแห่งศิลปกรรมท้องถิ่นมาใช้สร้างสรรค์ผลงาน ผนวกทักษะเชิงช่างสามารถสร้างคุณค่าและเกิดมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชนได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าก็เกิดเป็นการสร้างความแตกต่าง (Design Deference) ให้กับผลิตภัณฑ์ เป็นการช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่ามากขึ้น (High Value) โดยเน้นไปที่กลุ่มตลาดใหม่สำหรับผ้าทอชุมชนคือเป็นวัยรุ่น Gen-Y ถึงวัยทำงานเป็นคนรุ่นใหม่ Gen-Z โดยนำเสนอในรูปแบบที่มีความเป็นแฟชั่น มีความทันสมัยดึงดูดความสนใจและสามารถสวมใส่ได้ทุกโอกาส สอดคล้องกับการวิจัยของไอรดา สุดสังข์ (2559) ศึกษาการออกแบบและพัฒนาชุดทำงานสตรี พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ต้องมีความดึงดูด มีความทันสมัยมีรูปแบบที่ความน่าสนใจได้สัดส่วนที่สวยงามตรงกับความเหมาะสมในการใช้งานและประโยชน์ใช้สอยสามารถสวมใส่ได้นาน

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการวางกรอบแนวทางการออกแบบพัฒนาเป็นขั้นตอนและชัดเจนโดยนำจุดเด่นด้านทักษะการทอผ้าการสร้างสรรค์

ลวดลายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะและสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์โดยการแสวงหา กลุ่มผู้ใช้ใหม่ๆ นอกเหนือจากกลุ่มผู้ใช้เดิมซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของชนัชฎา จุลลัษเฐียร (2560) ศึกษากลุ่มทอผ้ามัดหมี่ซึ่งมีการพัฒนาลวดลายอยู่อย่างสม่ำเสมอซึ่งเป็นจุดแข็ง สำหรับกลุ่มในการสร้างความสนใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์และกลายเป็นข้อได้เปรียบทางการ แข่งขันเป็นการพัฒนาที่ก่อให้เกิดประโยชน์จริงภายในชุมชนมีความยั่งยืนและยังสามารถก้าว ทันกระแสความนิยมในพลวัตปัจจุบัน

### ข้อเสนอแนะ

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนทอผ้าทอวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรบ้านหนองสวรรค์ จังหวัดอุดรธานี ยังต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ขึ้นนอกจากเสื้อแจ๊คเก็ตแล้วอาจเป็นชุดเสื้อผ้าลำลองรวมไปถึงกระเป๋า หมวก รองเท้า โดย พิจารณาจากเทรนด์ (Trends) และรูปแบบการใช้งาน (Life Style) ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

ในส่วนการสนับสนุนจากภาครัฐในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของสินค้า OTOP ควรให้ความสำคัญกับการสร้างแนวทางการออกแบบสินค้าให้มีความชัดเจนก่อนการพัฒนา ควบคู่ไปกับการตลาดและช่องทางการจำหน่ายมากกว่าการเน้นที่ส่งเสริมให้มีการผลิตใน รูปแบบที่คล้ายคลึงกันซึ่งจะทำให้สินค้าเหมือนๆ กันขาดความโดดเด่นเฉพาะกลุ่มชุมชน

### เอกสารอ้างอิง

- อรุณวรรณ ตั้งจันทระและคณะ. (2556). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอจากผ้าปักชาวเขา เผ่าม้ง จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวิชาการ AJNU ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 ประจำเดือน ตุลาคม 2556 - ธันวาคม 2556
- ชนัชฎา จุลลัษเฐียร. (2560). โหมดัมจากภูมิปัญญาสู่นวัตกรรมการผลิตผ้าทอมือลายมัดหมี่. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม- มิถุนายน 2560
- กมลวรรณ พัทธพรพิพัฒน์ สารสุข. (2560). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการออกแบบ ผลิตภัณฑ์แฟชั่นประเภทกระเป๋าจากเศษผ้า: กรณีศึกษา ผ้าทอไทลื้อบ้านเฮี้ย อำเภอบัว จังหวัดน่าน. วารสารวิจิตรศิลป์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2560

- ไอรดา สุดสังข์. (2559). การออกแบบและพัฒนาชุดทำงานสตรี ด้วยเทคนิคการจับจีบ จากผ้าทอ  
ลายดอกปีบ จังหวัดพิษณุโลก. วารสารวิชาการ AJNU ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2559
- อรัญ วานิชกร. (2559). การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกร  
มหาวิทยาลัย