

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และศึกษาต้นทุนผ้าทอมือประเภทผ้าพันคอ เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์

THE DEVELOPMENT AND COST STUDY OF HAND-WOVEN MATERIAL SCARF TYPE, TO ADD COMMERCIAL VALUES

บุษบา หินเธาว์^{1*} และรัตนา สิทธีอ่วม¹
Bussaba Hintow and Rattana Sittioum

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอประเภทผ้าพันคอ และ 2) ศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าผู้หญิงที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวหญิงในวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร จำนวน 400 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 3 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 3 คน เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถาม ความคิดเห็นการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ จำนวน 3 แบบ นำมาวิเคราะห์หาร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแบบที่ 3 มากที่สุด ค่าเฉลี่ย คือ 4.06 รองลงมาเป็นรูปแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.04 และรูปแบบที่ 2 ค่าเฉลี่ย 4.02

คำสำคัญ: การพัฒนา ผ้าพันคอ เพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

¹Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน E-mail: Bussaba_took@hotmail.com

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) develop the design of the Hand-woven Material Scarf type and 2) evaluate the consumers' satisfaction towards the product. The samples were 400 women consumers who travel to Wat Phrasi Mahathat Worawiharn, designers, marketing expert. Data were collected by using the questionnaire asking the opinions on the development of 3 shawl designs and analyzed by using percentage, mean and standard deviation.

The findings found that the third development of product designed shawl was at a high level with the mean of 4.06 and minor the first development of product designed shawl was at a high level with the mean of 4.04 and the second development of product designed shawl was at a high level with the mean of 4.02.

Keywords: Development, Scarf, To Add Commercial Values

บทนำ

กลุ่มคนที่ตั้งถิ่นฐานในจังหวัดพิษณุโลก มีทั้งคนที่อาศัยอยู่ดั้งเดิมและกลุ่มคนที่อพยพเข้ามาตั้งหลักแหล่ง ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มชนชาวไทย-ลาว ไทครั้ง ที่ได้อพยพมาสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น กลุ่มชนไทดำหรือลาวโซ่ง ที่อพยพมาจากทางเพชรบุรี กลุ่มชนชาวเขา ได้แก่ ม้ง และกะเหรี่ยง และกลุ่มชนชาวอีสาน กลุ่มชนเหล่านี้มีการทอผ้าเพื่อใช้เองอยู่ดั้งเดิมตั้งแต่บรรพบุรุษ และเมื่ออพยพเข้ามาในประเทศไทยก็ได้นำเครื่องมืออุปกรณ์ทำมาหากินมาด้วย หนึ่งในนั้นคือ อุปกรณ์การทอผ้า เช่นเดียวกับชาวบ้านหมู่บ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น ที่ประวัติมาจากชุมชนบ้านต้นตาล แขวงไชยบุรี สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เดิมเรียกตัวเองว่า “ลาวดำ” เข้ามาอยู่ในประเทศไทยประมาณ 50 ปี กระจายตัวอยู่แถบจังหวัดเพชรบูรณ์ เลย และเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2480 นายแสนสมบัติ จันทรสารี นายบัวพา จันทรทะวงษ์ นายสุข สร้อยเพชร และผู้ติดตามได้เดินทางมาค้าขายและผ่านมาเห็นที่ตั้งของหมู่บ้านม่วงหอมปัจจุบันนี้ มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำไร่นาจ้างพากันอพยพมาอยู่รวมกันมากขึ้นจนกลายเป็นชุมชนขนาดใหญ่ในปัจจุบัน และยังมีการทอผ้าเป็นอาชีพเสริม เมื่อว่างเว้นจากการทำไร่ทำนา กลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอมมีการก่อตั้งขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา (กรมการพัฒนาชุมชน, 2561) โดยเป็นการรวมกลุ่มของกลุ่มสตรีที่ว่างเว้นจากการทำนา ทำไร่ เดิมทีได้ทอผ้าใช้กันภายในบ้านเรือน เนื่องจากเสื้อผ้าอาภรณ์ในสมัยก่อนหาซื้อได้ยาก ต่อมาเมื่อมีคนนิยมสวมใส่กันมากขึ้นจึงได้มีการตั้งกลุ่มขึ้นมาโดยนางเทา นันทแพทย์ เป็นประธานกลุ่มคนแรก และเป็นผู้คิดค้นผ้าลายดอกป๊อบ ดอกไม้สัญลักษณ์ประจำจังหวัดพิษณุโลกเป็นคนแรกของกลุ่มอีกด้วย เดิมทีกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอมมีสมาชิกกลุ่มเพียง 18-19 คนเท่านั้น แต่เนื่องจากยอดจำหน่ายดีเกินคาด ประกอบกับผ้าทอไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด จึงได้มีการชักชวนชาวบ้านรวมทั้งเยาวชนที่สนใจเข้าร่วมกลุ่มเพื่อสร้างอาชีพเสริม จนทุกวันนี้สมาชิกของกลุ่มมีมากถึง 30 คน ต่อมาได้รับการสนับสนุนจากทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

และจากศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพอเพื่อจำหน่าย วัสดุที่ใช้มีทั้งฝ้าย และไหมประดิษฐ์ การผลิตผ้าทอที่นี้ยังใช้องค์ความรู้เดิมของชุมชนและยังมีการสืบทอดทำกันอยู่ในปัจจุบัน โดยมีลายดั้งเดิมกว่า 70 ลาย เช่น ลายข้าวหลามตัด ลายจาน ลายดอกจิก ลายโคมห้า ลายดาวกระจาย ลายร่างแห ลายสายฝน เป็นต้น แต่ก็มีบางประเภทไม่ผลิตแล้ว คือ ผ้าขาวม้า นอกจากจะมีลูกค้าสั่งผลิต และได้มีการเพิ่มลายใหม่ขึ้นมาสำหรับผ้ามัดหมี่ คือลายดอกป๊อป สีขาวในผ้าพื้นสีม่วง ออกแบบโดยลอกเลียนแบบดอกป๊อปที่เป็นดอกไม้สัญลักษณ์จังหวัดพิษณุโลก และการออกแบบลายดอกป๊อปเล็กในผืนผ้าที่มีการเล่นสีไล่ระดับตรงตื้นขึ้น (ทุเรียน พลโยธา, สัมภาษณ์, 2561) ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบของลวดลายผ้าทอได้เปลี่ยนแปลงไปมีการทอลวดลายประยุกต์มากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ซึ่งผ้าทอของที่นี่จะจัดจำหน่ายในราคา เมตรละ 200 บาท และเมื่อขายแล้วและนำมาวัดผลตอบแทนจากการผลิตทั้งกระบวนการผลิตจะได้ค่าแรงอยู่ที่ 80 ต่อวันต่อคน ซึ่งมีมูลค่าน้อยมากเมื่อเทียบกับความยุ่งยากหลายขั้นตอนในการผลิตกว่าจะได้แต่ละผืน ถ้าเป็นเช่นนี้ต่อไปเรื่อย ๆ ภูมิปัญญาการทอผ้านี้อาจจะสูญหายไปเนื่องจากเยาวชนไม่ให้ความสนใจเพราะรายได้น้อยกว่างานอื่น และก็จะอพยพไปทำงานทำต่างถิ่นมากขึ้น หมู่บ้านก็จะเหลือแต่เด็กและคนชรา ซึ่งจะทำให้หมู่บ้านไม่เกิดการพัฒนา ดังนั้นสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอมและคณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าถ้าทำให้ธุรกิจผ้าทอที่ชาวบ้านรวมกลุ่มกันนี้ขายและสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่ชาวบ้าน และเกิดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ คนในชุมชนก็จะไม่ทิ้งบ้านเรือนไปทำงานต่างถิ่น และยังคงสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้าต่อไป ซึ่ง ณิชพัฒน์ วชิรชัยเกียรติ (2552) ได้อธิบายว่า เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถทำให้สินค้าขายได้และตอบสนองความต้องการ รวมถึงการสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้น ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งเรียกว่า 4 P's นอกจากนี้ ขวัญกมล ดอนขวา (2556) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ธุรกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จและเข้มแข็งในระยะยาวก็ต่อเมื่อธุรกิจมีผลผลิต และมีรายได้เข้ามาสม่ำเสมอ คนในชุมชนไม่ทิ้งบ้านเรือนไปทำงานต่างถิ่น ดังนั้น การวางแผนจัดการธุรกิจชุมชนจะต้องมีปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด การจัดการการผลิต และการจัดการการเงินและบัญชี อีกทั้ง สุภัสรา บุญเรือง และคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อในเขตอำเภอเชียงคำจังหวัดพะเยา พบว่า แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อ ผู้บริโภคและผู้ผลิตควรพยายามออกแบบรูปและลวดลายให้กับผ้าทอให้มากขึ้น และควรแปรรูป ผ้าทอไทลื้อเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง เช่น ผ้าพันคอ ผ้ามาลัย ผ้าบุโต๊ะ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ผลิตยังคิดค้นเทคนิคหรือ ลวดลายใหม่ ๆ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ของตน ส่วนด้านราคา ผู้บริโภคและผู้ผลิต ควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของผ้าทอไทลื้อในแต่ละชนิดและขนาด และสามารถต่อรองราคาได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ปัญหาของกลุ่มผ้าทอบ้านม่วงหอม พบว่า ธุรกิจผ้าทอบ้านม่วงหอมอ่อนแอในปัจจัยด้านการผลิต กล่าวคือ ผ้าทอ บ้านม่วงหอม มีรูปแบบไม่หลากหลายและไม่ครอบคลุมความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มวัยต่าง ๆ แต่ผลิตขึ้นสำหรับเฉพาะกลุ่มชนชั้นกลาง ผู้หญิงวัยกลางคนขึ้นไปที่เป็นข้าราชการในจังหวัดพิษณุโลกได้ใช้สินค้าเท่านั้น ดังนั้น จึงต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย สวยงาม แปลกตาไปกว่าเดิม และราคาสูงขึ้น ก็จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้และยังสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ได้เพิ่มขึ้น ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และเมื่อมีการสั่งสินค้าจากลูกค้ามากขึ้นก็สามารถกระจาย

รายได้สู่ชุมชนทุกเพศ ทุกวัย เป็นการเสริมสร้างศักยภาพชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการสร้างความเข้มแข็งการเงินฐานรากตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอประเภทผ้าพันคอ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าผู้หญิงที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือที่พัฒนาขึ้น
3. เพื่อศึกษาต้นทุนของผลิตภัณฑ์ผ้าทอประเภทผ้าพันคอที่พัฒนาขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณโดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้
การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอบ้านม่วงหอมมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 30 คน ในการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากสมาชิกทั้งหมด

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นผู้หญิงอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร และใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ จำนวน 400 คน ซึ่งงานวิจัยนี้เลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจงเป็นผู้หญิงอายุ 35 ปี ขึ้นไป เนื่องจากเป็นวัยทำงานที่นิยมสวมใส่และใช้ผ้าทอในการแต่งกาย และผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรของนักท่องเที่ยวผู้หญิงที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปที่ไหนแน่นอน ดังนั้น จึงคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตรของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2549) ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด

การวิจัยครั้งนี้จะแบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 1 ประเภท ได้แก่ ผ้าพันคอ 3 รูปแบบ ขั้นตอนที่ 2 การทดลองรูปแบบการพัฒนาและประเมินความพึงพอใจผู้บริโภค ขั้นตอนที่ 3 การปรับปรุงรูปแบบการพัฒนา ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาและคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ผ้าทอประเภทผ้าพันคอที่พัฒนาขึ้น โดยแต่ละขั้นตอนมีวิธีการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

เมื่อทราบถึง องค์ความรู้ของการทอผ้า และองค์ความรู้เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าบ้านม่วงหอมแล้ว ให้ช่างทอผ้าบ้านม่วงหอมจำนวน 30 คน ซึ่งเป็นช่างทอในกลุ่มผู้ประกอบการโอท็อปของบ้านม่วงหอม ร่วมกันดำเนินการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าพันคอจำนวน 3 รูปแบบ โดยใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วมระหว่างผู้วิจัย กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอบ้านม่วงหอม และเมื่อออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้วให้คุณทุเรียน พลโยธา ช่างทอผ้าในหมู่บ้านม่วงหอม ทอผ้าพันคอตามต้นแบบที่ออกแบบไว้

ขั้นตอนที่ 2 การทดลองรูปแบบการพัฒนาและประเมินความพึงพอใจ

ภายหลังจากที่ได้พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว ผู้วิจัยจะทำการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและด้านการผลิตตลอดจนลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบ รูปแบบ ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย และประเมินความพึงพอใจผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 การปรับปรุงรูปแบบการพัฒนา

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องกับความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบในด้านต่าง ๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ทำการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความสอดคล้องกับผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2. ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ จำนวน 3 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 3 คน รวมเป็น 6 คน ได้ร่วมกันประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ พงษ์รัตน์ ทวีรัตน์ (2543) ได้กล่าวไว้ว่า การใช้ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเฉพาะเรื่องสามารถใช้ได้อย่างน้อย 3 คนขึ้นไป ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและดุลพินิจในงานนั้น ๆ นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาและพัฒนาเอกลักษณ์ลวดลายบ้านเชียงเพื่อประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูปเพ้นท์บาติก เพื่อพัฒนารูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจังหวัดอุดรธานี ของ รจนา จันทราสา และคณะ (2553) ที่ใช้ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่านและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน 3 ท่าน

ซึ่งในการวิจัยนี้ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้านการออกแบบ ได้แก่ 1) นางพิสมัย อุปศรี ผู้ชนะเลิศการออกแบบผ้าไหมมัดหมี่ประจำปี พ.ศ. 2559 ของอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น 2) อาจารย์จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม และ 3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรชัย ปานทุ่ง อาจารย์สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดพิจารณาตรวจสอบรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นต้นแบบที่ผลิตขึ้นจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พชรา วงศ์แสงเทียน อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม 2) อาจารย์นภากาศ ชลุ่มนาค อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม 3) ดร.สิรินี ว่องวิไลรัตน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

3. สรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

4. จัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอประเภทผ้าพันคอ

5. ให้กลุ่มเป้าหมายประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงพัฒนาขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาและคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ผ้าทอประเภทผ้าพันคอที่พัฒนาขึ้น

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุนจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและสมาชิกของกลุ่มทอผ้าและนำมาวิเคราะห์ต้นทุน โดยต้นทุนจำแนกตามลักษณะส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงทางตรง ค่าใช้จ่ายการผลิต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มชาวบ้านบ้านม่วงหอม
2. แบบสอบถามที่ใช้ในการทดสอบและประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ใหม่
3. แบบประเมินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการตลาด
4. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุนผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้านสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (ประทีป สุวรรณรักษ์, 2542) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.50	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.51 - 2.50	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อย
ค่าเฉลี่ย	2.51 - 3.50	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.51 - 4.50	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก
ค่าเฉลี่ย	4.51 - 5.00	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า คณะผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ 3 รูปแบบ และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการตลาด ได้ข้อคิดเห็นต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าพันคอ ดังนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ให้ความสนใจและข้อคิดเห็นต่อผ้าพันคอรูปแบบที่ 3 มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.33 อยู่ในระดับมาก โดยให้ความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย อยู่ในระดับมาก

ผลการประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอประเภทผ้าพันคอ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ จำนวน 3 รูปแบบ ผู้วิจัยได้นำผ้าพันคอจากการทอของกลุ่ม OTOP บ้านม่วงหอม ไปศึกษาความพึงพอใจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ได้ผลการศึกษารายลำดับตามค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผ้าพันคอ แบบที่ 3



ภาพที่ 1 ภาพผ้าพันคอแบบที่ 3 เป็นผ้าพันที่มีการปักลวดลายดอกไม้ตรงชายผ้ามากที่สุด

ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอยในเรื่องขนาดพอเหมาะ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 และด้านความสวยงามในเรื่องสีสันทน ลวดลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ ผ้าพันคอแบบที่ 1



ภาพที่ 2 ภาพผ้าพันคอแบบที่ 1 เป็นผ้าที่มีลายเส้นตรง

ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอยในเรื่องขนาดพอเหมาะ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 และด้านความสวยงามในเรื่องสีสันทน ลวดลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 และอันดับสุดท้ายคือ ผ้าพันคอ แบบที่ 2



ภาพที่ 3 ภาพผ้าพันคอแบบที่ 2 เป็นผ้าที่มีลายสก๊อตเป็นตารางเส้นเล็กทั้งผืน

ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอยในเรื่องขนาดพอเหมาะ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 และด้านความสวยงามในเรื่องสีสัน ลวดลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายยังให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

รูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ	ข้อเสนอแนะ
รูปแบบที่ 1 	- ส่วนใหญ่ชอบสีสันทันและขนาดของผ้าพันคอ และต้องการให้มีผลิตภัณฑ์หลากหลายโทนสีให้เลือก
รูปแบบที่ 2 	- ควรมีหลายโทนสีให้เลือก และเนื้อผ้าควรนุ่มกว่านี้
รูปแบบที่ 3 	- ส่วนใหญ่ชอบสีสันทัน ขนาดของผ้าพันคอ และเนื้อผ้าที่นุ่มของผ้าพันคอ อีกทั้งต้องการให้มีผลิตภัณฑ์หลากหลายโทนสีให้เลือก โดยออกแบบให้มีหลายสีให้เลือก เช่น สีชมพู สีฟ้า เป็นต้น โดยเฉพาะถ้าย้อมสีธรรมชาติจะดีมาก เพราะไม่ระคายเคืองผิว และยังอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สำหรับผลการศึกษาและคำนวณข้อมูลต้นทุนจากผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภทผ้าพันคอ ที่พัฒนาขึ้นทั้ง 3 รูปแบบ (ผ้าพันคอแบบที่ 1 เป็นผ้าที่มีลายเส้นตรง ผ้าพันคอแบบที่ 2 ผ้าที่มีลาย สก๊อตเป็นตารางเส้นเล็กทั้งผืน และผ้าพันคอแบบที่ 3 เป็นผ้าพื้นมีการปักลวดลายดอกไม้ตรงชายผ้า) พบว่า ผ้าพันคอทั้ง 3 รูปแบบ มีต้นทุนการผลิตต่อ 1 ผืนเท่ากัน ดังรายละเอียดต้นทุนการผลิตต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภทผ้าพันคอ

รายการต้นทุนการผลิต	ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอทอมือ (ต่อผืน)	ร้อยละ ของรายการต้นทุน
1. วัตถุดิบทางตรง 1.1 เส้นฝ้าย (ด้ายยืน ด้ายพุ่ง) 1.2 สีย้อมผ้า 1.3 ด้ายถักตะกอ รวมวัตถุดิบ	52.00 บาท 8.00 บาท 2.00 บาท 62.00 บาท	ร้อยละ 52.81
2. ค่าแรงงานทางตรง 2.1 ค่าแรงทอผ้า รวมค่าแรงงาน	50.00 บาท 50.00 บาท	ร้อยละ 42.59
3. ค่าใช้จ่ายการผลิต 3.1 ค่าน้ำ 3.2 ค่าไฟ 3.3 ค่าเสื่อมราคาโรงเรือน 3.4 ค่าเสื่อมราคาหูก/กี่ทอผ้า 3.5 ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ ในการทอผ้า (ฟืม/ฟันหวี ตะกอ กระสวย) 3.6 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น รวมค่าใช้จ่ายในการผลิต	2.00 บาท 1.00 บาท 0.37 บาท 0.69 บาท 0.34 บาท 1.00 บาท 5.40 บาท	ร้อยละ 4.60
รวมต้นทุนการผลิต	117.40 บาท	ร้อยละ 100

จากตารางที่ 1 ข้อมูลต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภทผ้าพันคอ พบว่า ต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ต่อ 1 ผืน มีต้นทุนการผลิตรวมเท่ากับ 117.40 บาท ซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง (เส้นฝ้าย สีย้อมผ้า และด้ายถักตะกอ) เท่ากับ 62 บาท ค่าแรงทางตรง (ค่าแรงทอผ้า) เท่ากับ 50 บาท และค่าใช้จ่ายการผลิต (ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเสื่อมราคาโรงเรือน หูก/กี่ทอผ้า ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ในการทอผ้า และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ) เท่ากับ 5.40 บาท

จากข้อมูลต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภทผ้าพันคอที่พัฒนาขึ้น จะเห็นได้ว่า ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.81 ของต้นทุนรวม รองลงมาเป็นต้นทุนค่าแรงงาน ร้อยละ 42.59 และน้อยที่สุดจะเป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิต ร้อยละ 4.60

อภิปรายผลการวิจัย

บทสรุปสำคัญจากข้อค้นพบสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอบ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เป็นกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอที่ทอเฉพาะผ้าเป็นผืน ทอเฉพาะเมื่อมีการสั่งผลิตจากลูกค้าเท่านั้น และเมื่อคณะผู้วิจัยได้เข้าไปให้ความรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอร่วมกับกลุ่มผู้ผลิตและนำต้นแบบที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ประเมินพบว่า ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้ความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ ภิรมย์ แก้วมณี (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผ้าคลุมไหล่จากผ้าทอมือกะเหรี่ยง กรณีศึกษา หมู่บ้านกะเหรี่ยง-ตะเพินคู่ หมู่ 5 ตำบลวังยาว อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งผู้ประเมินผลิตภัณฑ์ตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่จากผ้าทอมือกะเหรี่ยงที่ประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม และรูปแบบลวดลายที่ประยุกต์และผสมผสานกันเป็นความสวยงามและคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของส่วนประสมการตลาดที่ ๓ ณัฏฐ์ วชิรชัยเกียรติ (2552) อธิบายไว้ว่า เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถทำให้สินค้าขายได้ และตอบสนองความต้องการ รวมถึงการสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้นประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) โดย อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความใหม่ และมีคุณประโยชน์เข้ากันได้กับความต้องการบางอย่างของผู้บริโภค ก็จะเป็นที่สนใจและต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ นวลน้อย บุญวงศ์ (2542) ที่กล่าวไว้ว่า หน้าที่ใช้สอยถือเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกที่ต้องคำนึงถึง ผลิตภัณฑ์ทุกประเภทต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบาย ผลิตภัณฑ์นั้นจึงจะถือว่า มีประโยชน์ใช้สอยดี อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุรีวรรณ จันทลา และคณะ (2016) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า อันดับแรกผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบโดยทั่วไปที่สำคัญ คือ ประโยชน์ใช้สอยที่จะทำให้ออกแบบผลิตภัณฑ์เกิดความพึงพอใจหรือถูกใจ ซึ่งเป็นประโยชน์ใช้สอยโดยตรงต่อผู้ใช้ที่จะสามารถจับต้องใช้งานได้ตามที่กำหนดไว้ และต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภทผ้าพันคอที่พัฒนาขึ้น จะเห็นได้ว่าต้นทุนวัตถุดิบทางตรงมีจำนวนมากที่สุดของต้นทุนรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธาณินทร์ ไชยเชษฐ์ (2558) ที่ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มผ้าไหมบ้านหนองตาไก่ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ต้นทุนของที่ระลึกที่เป็นผ้าทอมือมีต้นทุนของวัตถุดิบทางตรงมากที่สุด รองลงมาค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต ดังนั้น ผู้ผลิตผ้าทอบ้านม่วงหอมควรหาแนวทางในการลดต้นทุนผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภทผ้าพันคอ โดยเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบทางตรงที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ได้แก่ เส้นไหมประดิษฐ์ และสีย้อมผ้า อาจต้องหันมาใช้สี

จากวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นบ้าง เช่น ใบมะม่วง เปลือกเพกา ดอกดาวเรือง เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 สามารถนำต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอที่พัฒนาขึ้นไปใช้กับกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอม ซึ่งได้ผ่านกระบวนการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และความพึงพอใจของผู้บริโภคแล้ว

1.2 กลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ควรสนับสนุนให้สมาชิกกลุ่มปลูกฝ้าย และนำวัสดุจากธรรมชาติในท้องถิ่นมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผ้าทอประเภทผ้าพันคอ เพื่อลดต้นทุน

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 กรมการพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก ควรเข้ามามีส่วนส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรผู้ผลิตผ้าทอของบ้านม่วงหอมให้มีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รูปแบบหลากหลายเข้ากับลูกค้าทุกเพศทุกวัย และมีคุณภาพได้มาตรฐานตามความต้องการของผู้บริโภค

2.2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก ควรพัฒนาความรู้ผู้ผลิตผ้าทอบ้านม่วงหอมด้านขายผ่านการตลาดออนไลน์ เช่น ร้านค้าออนไลน์ที่รู้จักโดยทั่วไปของผู้บริโภค และควรมีการส่งเสริมให้มีการขยายตลาดไปสู่ตลาดภายในและภายนอกประเทศ

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

3.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการลดต้นทุนผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภทผ้าพันคอ โดยเฉพาะต้นทุน วัตถุดิบทางตรงที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทุกปี

3.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสีย้อมจากวัสดุธรรมชาติเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์

กิตติกรรมประกาศ

ในการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี อันเกิดจากป่าทุเรียน พลโยธา ประธานกลุ่ม OTOP ผ้าทอบ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อนร่วมงาน นักศึกษา ที่ให้ความช่วยเหลือ จนทำให้เกิดประโยชน์ต่อตัวสมาชิกกลุ่มผ้าทอบ้านม่วงหอม นักวิจัย และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ที่ให้ทุนสนับสนุนการทำวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). แผนชุมชนบ้านม่วงหอม การประเมินสถานการณ์พัฒนาหมู่บ้านพัฒนาชุมชน อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2556). การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

- จวีร์วรรณ จันทลา วลี สงสูงค์ เพ็ญสินี กิจคำ และสุริรัตน์ วงศ์สมิง. (2016). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University. 9(2): 82-98.
- ณธิพัฒน์ วชิรชัยเกียรติ. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนดนตรีสากลของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทุเรียน พลโยธา. (2561, 15 กันยายน). ประธานกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอม อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก. สัมภาษณ์.
- ธานินทร์ ไชยเชษฐ์. (2558). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองตาไ้ จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. 9(19), 51-61.
- นวนน้อย บุญวงศ์. (2542). หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประทีป สุวรรณรักษ์. (2542). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. บุรีรัมย์: ครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภิรมย์ แก้วมณี. (2555). การพัฒนาผ้าคลุมไหล่จากผ้าทอมือกะเหรี่ยง กรณีศึกษาหมู่บ้านกะเหรี่ยง-ตะเพินคู่ หมู่ 5 ตำบลวังยาว อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี. ปริญญาคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รจนา จันทราสา กนิษฐา เรื่องวรรณศักดิ์ และภาณุ พัฒนปณิพิงศ์. (2553). การศึกษาและพัฒนาเอกลักษณ์ลวดลายบ้านเชียงเพื่อประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูปพื้นที่บาติกเพื่อพัฒนารูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจังหวัดอุดรธานี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุภัสรา บุญเรือง จารุรัตน์ ธนุสิงห์ ภควรรณ อินทรา สุลิมาศ และคำมุงอินทรา มุงเมือง. (2559). แนวทางการพัฒนาตลาดผ้าทอไทลื้อในเขตอำเภอเชียงคำจังหวัดพะเยา. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก. 2(2), 109-121.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.