

การศึกษาศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อการออกแบบพัฒนาเครื่องประกอบการแต่งกาย Study of Ethnic Tailue Cultural Art for Accessory Product Design

รัชฎา วงศ์อนันต์¹ อุดมศักดิ์ สาริบุตร² และจตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง³
Ratsada Wong a nan¹, Udomsak Saributr² and Chaturong Louhapensang³

¹นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ ค.อ.ม. (สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
²รองศาสตราจารย์ ³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
beseete-best@hotmail.co.th, ksudomsa@kmitl.ac.th, and chaturong@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษาศิลปวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อจำนวน 4 จังหวัด คือ พะเยา เชียงราย เชียงใหม่ และ น่าน ใช้เกณฑ์การคัดเลือกโดยการสุ่มแบบเจาะจงโดยใช้แบบสัมภาษณ์มาเป็นข้อมูลเพื่อวิเคราะห์หาแนวทางประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่วนขั้นตอนการพัฒนาและออกแบบใช้กระบวนการวิเคราะห์ทฤษฎีการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพเพื่อให้มาซึ่งรูปแบบของผลิตภัณฑ์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบประเมินผลการออกแบบนำข้อเสนอแนะมาพัฒนาเพื่อสร้างต้นแบบของผลิตภัณฑ์และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยการศึกษาศิลปวัฒนธรรมไทลื้อจากการสัมภาษณ์ลงพื้นที่ภาคสนามได้ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลโดยทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจเชิงลำดับ (Analytic Hierarchy Process) พบว่าสิ่งที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อคือด้านผ้าทอที่มีความเหมาะสมนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกาย พบว่าผู้เชี่ยวชาญที่ให้ค่าคะแนน กระเป๋าสตรีรูปแบบที่ 1 มากที่สุดมีค่าเท่ากับ ($\bar{x} = 4.69, S.D.=0.454$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่นำมาประยุกต์ใช้กับลวดลายของผ้าทอไทลื้อลายน้ำไหลสีสันสดใสที่สื่อถึงความบันเทิงลักษณะของศิลปหัตถกรรมผ้าทอไทลื้อ ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายและผลการประเมินความพึงพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายจำนวน 100 คน พบว่าค่าคะแนนด้านประโยชน์ใช้สอย มีความเหมาะสมมาก ($\bar{x} = 4.14, S.D.=0.62$) ด้านความงามและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีความเหมาะสมมาก ($\bar{x} = 4.07, S.D.=0.62$) ด้านราคาที่เหมาะสม มีระดับความเหมาะสมมาก ($\bar{x} = 3.85, S.D.=0.65$) ด้านคุณค่าและความงามศิลปวัฒนธรรม ความเหมาะสมมากอยู่ที่ ($\bar{x} = 3.95, S.D.=0.60$) ด้านส่งเสริมการขายมีความเหมาะสม ($\bar{x} = 3.55, S.D.=0.76$)

คำสำคัญ: ศิลปวัฒนธรรม กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ออกแบบ ผลิตภัณฑ์ เครื่องประกอบการแต่งกาย

Abstract

This purposes of this research are 1) Study of Ethnic Tailue Cultural Art. 2) Design the product according to the Cultural Art of Tailue. 3) Assess satisfaction with the products. This study applied mixed methodology research method by collecting data from Tailue people in 4 Thailand provinces including Payao, Chiangrai, Chiangmai and Nan, selected by Purposive Sampling Method. The data is used to analyze the application of products. The process development and design use the process analysis, product design theory. Experts reviewing, evaluating design proposals come to develop a prototype and assessed. Consumer satisfaction was examined and analyzed by using percentage and standard deviation.

The results showed from interviews has been analyzed by Analytic Hierarchy Process that the prominent cultural art of Tailue, it shows Find the identity of Tailue's fabric is appropriate applied to in product design

clothing accessory. Experts that provides the score Women handbag Model 1 which featured a three - bag set decorated with unique and colorful water-flow graphic hand woven textile gained the highest mean score ($\bar{X} = 4.69$, $SD. = .045$). The consumer satisfaction toward the handbag utilization was at an excellent level ($\bar{X} = 4.14$, $SD. = 0.62$). The uniqueness and local aesthetic value was at an excellent level ($\bar{X} = 4.07$, $SD. = 0.62$). The price suitability was at an excellent level ($\bar{X} = 3.85$, $SD. = 0.65$). The traditional and cultural value was at an excellent level ($\bar{X} = 3.95$, $SD. = 0.60$). The marketing promotion was at a high level ($\bar{X} = 3.55$, $SD. = 0.76$).

Keywords : Cultural; Ethnic Tailue; Design; Products; Accessory

1. ความเป็นมาและความสำคัญ

ไทลื้อ เป็นกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งในสิบสองปันนา ดินแดนทางตอนใต้ของมณฑลยูนนาน สาธารณะรัฐประชาชนจีนเป็นกลุ่มชนชาติไทขนาดใหญ่ ที่อาศัยกระจายอยู่แถบเอเชียโดยเฉพาะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในแถบที่ตั้งตระนาวศรีขึ้นไปตามพรมแดนเข้าเขตรัฐฉานและรัฐแสนหวีติดกับบริเวณแม่น้ำโขงและได้อพยพเข้ามาในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย มีชุมชนไทลื้อกระจัดกระจายอยู่ในพื้นที่ตามจังหวัดต่างๆ คือ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน เชียงราย และ พะเยา [1]

ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นคือการใช้ภาษาไทลื้อ มีวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ เช่น การแต่งกายของหญิงชายไทลื้อ การทอผ้าอันถือว่าเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านอีกอย่างหนึ่ง ที่ได้ส่งสมัญญามาจากบรรพบุรุษที่มีการพัฒนาเรียงลำดับไปพร้อมกับการสร้างบ้านแปงเมืองเช่นเดียวกับประวัติศาสตร์แต่ละยุคสมัยบ่งบอกถึงวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมลงบนผืนผ้าแสดงให้เห็นถึงความเป็นปึกแผ่นและความเจริญรุ่งเรืองของชาวบ้านที่บรรพบุรุษได้ส่งมอบมาส่งผ่านมาหลายชั่วอายุคน จนเกิดเป็นการรังสรรค์ลวดลายถักทออันวิจิตรงดงาม [2]

จากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ลงพื้นที่สังเกตและ สัมภาษณ์ตามหมู่บ้านไทลื้อของแต่ละจังหวัดทางภาคเหนือตอนบน ผู้วิจัยพบว่าศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อคือการทอผ้า และ ภาษาที่เป็นเอกลักษณ์ จากการสัมภาษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทลื้อเป็นคนรุ่นหลัง ได้สืบทอดศิลปวัฒนธรรมมาจากบรรพบุรุษยังถือคติความเชื่อดั้งเดิมบ้าง สิ่งที่สืบทอดมาเห็นได้ชัดนั่นก็คือ ภาษา ทอผ้าและการแต่งกายไทลื้อ ผ้าก็เข้าไปมีส่วนร่วมทำงานพิธีกรรม ซึ่งคำนึงถึงเรื่องการใช้สอยในชีวิตประจำวันมากกว่าการค้าขาย ปัจจุบันที่มีวิถีชีวิตต่างจากเดิมทำให้ศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมเลือนหาย ซึ่งได้สอดคล้องกับแนวความคิดของสิริวรรณ วงศ์ทัต [3] กล่าวว่า ผ้าไทยเป็นศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่บ่งบอกถึงความรุ่งเรืองของวัฒนธรรมประจำชาติ และความคิดสร้างสรรค์ของคนในชาติแสดงถึงภูมิปัญญาอันชาญฉลาดของคนไทยในอดีตที่ได้คิด

ประดิษฐ์สรรค์สร้างขึ้นและสืบทอดมาถึงปัจจุบัน ดังนั้นเราชาวไทยจึงควรช่วยกันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประจำชาตินี้ไว้ เพื่อความภาคภูมิใจแก่นุชนไทยรุ่นหลังสืบต่อไป

ผู้วิจัยต้องการศึกษาศิลปวัฒนธรรม ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อด้านประวัติความเป็นมาของศิลปวัฒนธรรมในอดีตจนถึงปัจจุบันว่ามีเปลี่ยนแปลงอย่างไร จากการลงพื้นที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามหัวข้อศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ศาสนา ความเชื่อพิธีกรรม สถาปัตยกรรม อาหาร การแต่งกาย รวมถึงทอผ้า พบว่าสิ่งที่น่าสนใจคือผ้าทอไทลื้อเพราะผ้าทอแต่ละพื้นที่มีความต่างกันในเรื่องลวดลาย สี สัน และเทคนิคการทอโดยทำการศึกษาและเปรียบเทียบ จุดเด่นของผ้าทอเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้กับทุกกลุ่มประชากร

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ
- 2.2 เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ
- 2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์

3. กรอบแนวคิด

1. กรอบแนวความคิดด้านศิลปวัฒนธรรม ของเอกวิทย์ ณ ถลาง [4]
2. กรอบแนวความคิดด้านศิลปพื้นบ้าน ของ วัฒนะ จุฑะวิภาต [5]
3. กรอบแนวความคิด ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจเชิงลำดับขั้น (Analytic Hierarchy Process : AHP) ของวิฑูรย์ ต้นศิริคงคลัง [6]
4. กรอบแนวความคิดด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของนิรัช สุดสังข์ [7]
5. กรอบแนวความคิดด้านการออกแบบอุตสาหกรรมของอุดมศักดิ์ สาริบุตร [8]
6. กรอบแนวความคิดเทคนิค QFD (Quality function deployment) ของ ดร.มณฑลลี ศาสนนนท์ [9]

7. กรอบแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด แพลและ
เรียบเรียงโดยเมธา ฤทธานนท์ [10]

4. ขอบเขตของการวิจัย

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ ต้นแบบตัวผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการ
ศึกษา ศิลปวัฒนธรรม ของ กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มี
ต่อตัวผลิตภัณฑ์

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

5.1 เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์การลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรม
ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ 4 หัวข้อคือ สถาปัตยกรรม อาหาร
ประเพณีพิธีกรรม และผ้าทอเครื่องแต่งกาย

2) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการขอหนังสือราชการเพื่อ
ขอความร่วมมือระหว่างการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างใน
ชุมชนไทลื้อเลือกแบบเจาะจง บันทึกข้อมูลด้วยสมุด เครื่อง
บันทึกเทป และการถ่ายภาพนิ่ง

3) การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการประมวลผล สร้างแนวคิดจาก
การสัมภาษณ์ จากกลุ่มทอผ้าไทลื้อและปราชญ์ชาวบ้านโดย
วิเคราะห์เนื้อหาประมวลผ่านกระบวนการ AHP เพื่อช่วยใน
การตัดสินใจ เลือกข้อมูลที่มีความเหมาะสมเพื่อเป็นแนวคิดใน
การนำมาประยุกต์ออกแบบผลิตภัณฑ์

5.2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์

1) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

ศึกษาหาความต้องการผลิตภัณฑ์ ที่มีความเหมาะสมกับ
ข้อมูล จากการศึกษาศิลปวัฒนธรรมไทลื้อ มาประยุกต์ใช้
จากนั้นร่างแบบผลิตภัณฑ์เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมให้
ผู้เชี่ยวชาญแนะนำเพื่อนำมาพัฒนา

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 2.1 แบบสอบถามความต้องการ ของผู้บริโภคประเภท
ผลิตภัณฑ์ ที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทลื้อที่สอดคล้องกับศิลปวัฒนธรรมในระบบอินเทอร์เน็ต จำนวน 100 คน
- 2.2 แบบสอบถามการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่อง
ประกอบการแต่งกายจากการศึกษาศิลปวัฒนธรรมกลุ่มชาติ
พันธุ์ไทลื้อจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 5 คน

3) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สร้างแบบสอบถาม ประเมินหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

ข้อคำถามกับโครงสร้างกรอบแนวคิดเนื้อหา (Index of item
Objective Congruence : IOC) แบบประเมินประเภท
มาตราวัดประมาณค่า 5 ระดับ โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน
พบว่ามีความเที่ยงเท่ากับ 0.7 สามารถใช้ในการประเมินได้

4) การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามไปสอบ
ถามความต้องการ และประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการออกแบบ และด้านผ้าทอไทลื้อ จำนวน 5 คน

5) การวิเคราะห์ข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มี
ต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องประกอบการแต่งกาย
ที่ได้จากการศึกษาศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ โดย
ใช้ค่าสถิติค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

5.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์

แบบสอบถามหาความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่ม
เป้าหมายที่มีความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จำนวน 100
คน จากระบบอินเทอร์เน็ตที่มีความสนใจในศิลปวัฒนธรรม
ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ โดยใช้ค่าสถิติค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

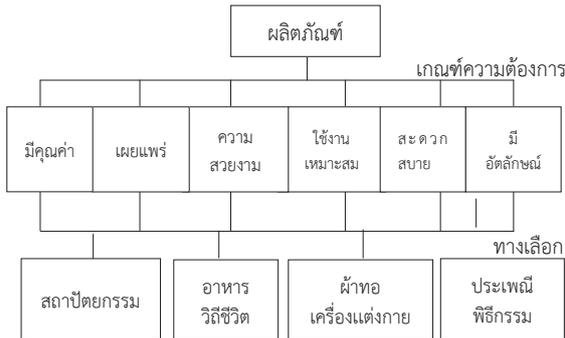


รูปที่ 1 แสดงขั้นตอนการศึกษาเพื่อประยุกต์สู่แนวทางการออกแบบ

6. ผลการวิจัย

6.1 ผลการศึกษาศิลปะวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ

ผลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างของชาวไทลื้อเลือกแบบเจาะจง สามารถแจกแจงด้านเนื้อหาได้ทั้ง 4 ด้าน จากนั้นนำข้อมูลมาสรุป หาค่าความสำคัญของข้อมูล ที่ได้จากระบวนการ (AHP) [6] ได้ดังนี้



รูปที่ 2 แสดงแผนผังโครงสร้างขั้นตอนการลำดับชั้นความสำคัญ

ตารางที่ 1 แสดงตารางคำนวณหาลำดับความสำคัญทั้งหมดของข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการที่เหมาะสม

	คุณค่า (4.5)	เผยแพร่ (6)	สวยงาม (8.2)	ใช้งาน (5.9)	สะดวกสบาย (4.8)	อัตลักษณ์ (5.3)	(รวม)
สถาปัตยกรรม (0.48)	2.16	7.68	3.9	2.8	2.3	2.5	21.34
ผ้าทอ (3.2)	14.4	19.2	26.2	18.9	15.4	17	111.1
อาหารวิถีชีวิต (2)	9	32	16.4	11.8	9.6	10.6	89.4
ประเพณี (1.2)	5.4	19.2	9.8	7.1	5.8	6.4	53.7
พิธีกรรมความเชื่อ (1.45)	6.5	23.2	11.9	8.6	7	3.3	60.5

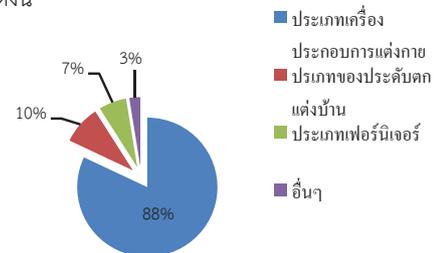
จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ลำดับความสำคัญลำดับชั้นมากเป็นอันดับแรก คือ ผ้าทอ มากที่สุด สอดคล้องกับความต้องการด้านการเผยแพร่ รองลงมาด้านอาหารวิถีชีวิต ประเพณีพิธีกรรมความเชื่อ และสถาปัตยกรรม คะแนนทั้ง 5 ด้านมีความแตกต่างกันจึงมีเหตุผล ที่จะเลือกข้อมูลด้านผ้าทอ และเครื่องแต่งกายมาเป็นแนวทางในการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์

จากผลวิเคราะห์สรุปได้ว่า ผ้าขึ้นไทลื้อในจังหวัดน่านมีการทอเทคนิคมัดหมี่ในจังหวัดพะเยา อำเภอยางคำและเชียงม่วน มีการทอที่ต่างจากน่าน ชินมีโครงสร้างตามแบบมาตรฐานของชินดำ และมีผ้าขึ้นที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นคือ ชินที่มีลายขนาดเล็กตรงกลางตัวชิน ทอด้วยเทคนิคการเกาะลักษณะคล้ายสายน้ำ เรียกกันว่าลายผักแว่นสีที่นิยมคือสีเขียวและสีชมพูสด ผ้าขึ้นไทลื้อในจังหวัดเชียงราย บ้านศรีดอนชัย เด่นด้านลวดลายที่ทอด้วยเทคนิคการเกาะเป็นลายขนาดใหญ่ ประมาณ 10-15 เซนติเมตรเน้นสีสดใส

จากแผนผังโครงสร้าง หาลำดับความสำคัญของข้อมูลด้านศิลปะวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ในรูปแบบแผนภูมิโครงสร้างลำดับชั้น ชั้นบนสุดคือเป้าหมาย (ผลิตภัณฑ์) ระดับชั้นที่สอง คือเกณฑ์ความต้องการมีอยู่ 6 ข้อ ระดับชั้นที่สามคือเนื้อหาข้อมูล จากนั้นนำมาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ ที่ละคู่จากปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเกณฑ์การตัดสินใจ ในแต่ละลำดับชั้น ในรูปแบบของมาตราส่วนของความพึงพอใจ AHP จะใช้ตัวเลข 1-9 แทนวิธีการเปรียบเทียบตัวเลข 1 ถึง 9 นี้ แสดงมาตราส่วนวัดความแตกต่างระหว่าง 2 ปัจจัยที่ถูกเปรียบเทียบ จากนั้นนำค่าคะแนนความเกณฑ์ความต้องการคูณกับคะแนนเกณฑ์ทางเลือก จะได้ตารางคำนวณหาลำดับความสำคัญทั้งหมดของข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการที่เหมาะสม

6.2 ผลการศึกษาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากศิลปะวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม จากระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อหาความต้องการของผู้บริโภคประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับผ้าทอ ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อจำนวน 100 คน ดังนี้



รูปที่ 3 แสดงประเภทผลิตภัณฑ์

จากรูปที่ 3 พบว่าความคิดเห็น ต่อผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องประกอบเครื่องแต่งกายมีภาพรวมมากที่สุดคือจำนวนร้อยละ 88 รองลงมาคือประเภทของตกแต่งบ้านจำนวนร้อยละ 10

ประเภทเฟอร์นิเจอร์จำนวนร้อยละ 7 อันดับสุดท้ายคืออื่นๆ จำนวนร้อยละ 3

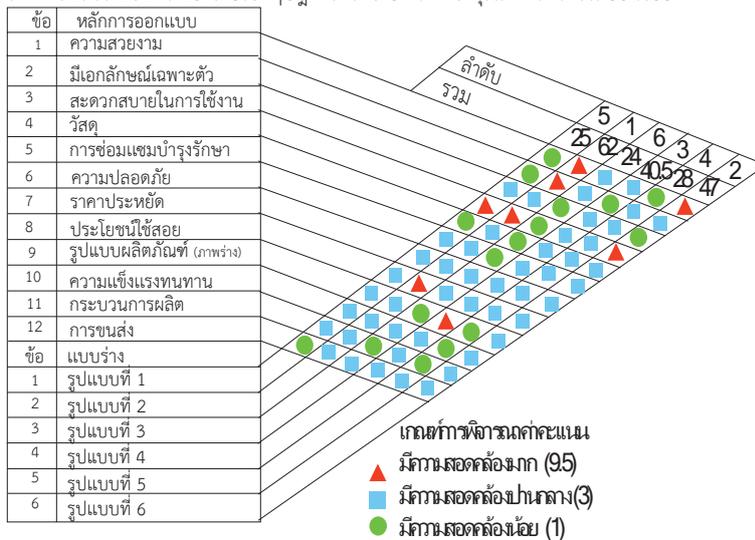
6.2.1 จากการรอบแนวความคิดเทคนิค QFD (Quality function deployment) [9] การกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาให้มีความสอดคล้องความต้องการของผู้บริโภคมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ เครื่องประกอบการแต่งกายโดยใช้แผนภาพเชื่อมโยงถ่ายทอดความต้องการของลูกค้า โดยใช้แผนผัง (House of Quality)

สรุปได้ว่า Performance measures 1) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ 2) น้ำหนักของสินค้า 3) ขนาด 4) ความคงทน เป็นตัวชี้วัดสมรรถนะเรื่องการใช้งาน Size of reange เป็นตัวชี้วัดในด้านสีสันทันที่สวยงามมีเอกลักษณ์สอดคล้อง มีความหลากหลายในพื้นที่การนำไปใช้งาน ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับด้านรูปแบบกับขนาดของตัวผลิตภัณฑ์ Technical detail จะชี้วัด

ในด้าน เทคนิคและรูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์จะบอกถึง ลักษณะ รูปแบบ รูปร่าง รูปทรง ลวดลายที่ผ่านการวิเคราะห์ที่จะนำมาตกแต่งเพื่อสื่อให้เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยลือรวมถึงวัสดุและจำนวนการตกแต่งเพื่อให้เกิดความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งค่าคะแนนด้านรูปแบบมีค่าคะแนนมากที่สุด

6.2.2 ทำการออกแบบร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประกอบการแต่งกาย จากการศึกษาศิลปินวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทยลือ จากการประยุกต์ใช้การกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ วิศวกรรมย้อนรอย [9] สร้างเกณฑ์การออกแบบผลิตภัณฑ์นำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ ในการวิเคราะห์การพัฒนา รูปแบบเครื่องประกอบการแต่งกายประเภทกระเป๋าสตรี จำนวน 3 แบบ ให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 5 คน

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กระเป๋าโดยใช้ทฤษฎีการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพวิศวกรรมย้อนรอย



จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่ากรออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ที่เหมาะสมที่สุด 3 รูปแบบดังนี้



รูปที่ 4 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ 1



รูปที่ 6 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ 3



รูปที่ 5 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ 2

ผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบประเมินความเหมาะสม ในด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบอุตสาหกรรม และคุณค่าความงาม แสดงเป็นค่าเฉลี่ยรวมได้ ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงผลการประเมินผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญคนที่	รูปแบบผลิตภัณฑ์					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ผู้เชี่ยวชาญ 1	3.46	0.67	4.54	0.52	4.09	0.62
ผู้เชี่ยวชาญ 2	5.16	0.86	3.45	0.33	4.53	0.53
ผู้เชี่ยวชาญ 3	4.50	0.49	3.72	0.42	3.05	0.64
ผู้เชี่ยวชาญ 4	4.74	0.60	3.39	0.49	2.51	0.83
ผู้เชี่ยวชาญ 5	3.96	0.71	3.09	0.68	3.36	0.80
ค่าเฉลี่ยรวม	4.36	0.67	3.71	0.57	3.51	0.69

จากตารางวิเคราะห์ที่ 4 พบว่า กระเป๋าสตรี รูปแบบที่ 1 ได้คะแนนเฉลี่ยรวมและเบี่ยงเบนมาตรฐานมากที่สุดมีค่าเท่ากับ ($\bar{X} = 4.36$, S.D.= 0.67) กระเป๋าสตรี รูปแบบที่ 2 มีค่าเท่ากับ ($\bar{X} = 3.71$, S.D.= 0.57) กระเป๋าสตรี รูปแบบที่ 3 มีค่าเท่ากับ ($\bar{X} = 3.51$, S.D.= 0.69)



รูปที่ 7 แสดงรูปแบบความคิดในการออกแบบกระเป๋าสตรี

ผลการประเมินด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจ ต่อรูปแบบ 1 มากที่สุดได้คะแนนเฉลี่ยมากที่สุดมีค่าเท่ากับ ($\bar{X} = 4.69$, S.D.= 0.454) ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบโดยใช้รูปแบบและลวดลายที่สอดคล้องกับแนวความคิดที่ได้แรงบันดาลใจจากนกยูง ที่สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ โดยตัดทอนสัดส่วนจากรูปทรงเรขาคณิต จากการลำแพนหางของนกยูงซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ

ตารางที่ 3 แสดงระดับความพึงพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบตกแต่งกายจากการศึกษาศิลปวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ

ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	n =100		ความพึงพอใจ
	\bar{X}	S.D.	
ด้านประโยชน์ใช้สอยและความน่าสนใจ			
1. ผลิตภัณฑ์มีพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสม	4.36	0.59	มาก
2. ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า (ใช้งานได้หลากหลายโอกาส)	4.27	0.60	มาก
3. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามน่าใช้สอย	4.37	0.63	มาก
4. รูปแบบของผลิตภัณฑ์สามารถช่วยยกระดับด้านรสนิยมให้ผู้ใช้งาน	4.06	0.61	มาก
5. ผลิตภัณฑ์พกพาง่ายสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.21	0.64	มาก
6. มีความปลอดภัยในการนำไปใช้งาน	4.06	0.61	มาก
7. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสมกับช่วงกลุ่มวัยรุ่นวัยทำงาน	3.94	0.63	มาก
8. ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างรูปทรงที่สวยงาม	3.92	0.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14	0.62	มาก

ด้านความงามเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น			
9. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบเหมาะสมกับการประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์จากผ้า	4.15	0.57	มาก
10. ผลิตภัณฑ์มีองค์ประกอบของลวดลายผ้าทอไทลื้อที่เหมาะสม	4.02	0.63	มาก
11. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบสีสันทันสมัยเหมาะสมแก่การนำไปใช้งาน	4.11	0.58	มาก
12. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามแสดงให้เห็นอัตลักษณ์ไทลื้อ	4.02	0.60	มาก
13. ผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริมความเป็นอัตลักษณ์ไทลื้อได้อย่างเหมาะสม	4.09	0.71	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07	0.62	มาก

ด้านราคาที่เหมาะสม (ราคาประมาณ 500 -1500 บาท)			
14. สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม	3.95	0.53	มาก
15. ราคามีความเหมาะสมสามารถแข่งขันในตลาดได้	3.71	0.71	มาก
16. ราคามีความเหมาะสมสอดคล้องกับวัสดุ	3.90	0.70	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85	0.65	มาก

ด้านคุณค่าและความงามด้านศิลปวัฒนธรรม			
17. ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ	4.00	0.53	มาก
18. การนำผ้าทอมาประยุกต์ใช้เป็น การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์	4.05	0.60	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ด้านส่งเสริมการขาย			
19. ผลิตภัณฑ์นี้สามารถเผยแพร่ความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อได้เหมาะสม	3.81	0.66	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95	0.60	มาก
20. ส่งเสริมการขายมีของแถมของขวัญ	3.69	0.59	มาก
21. ลูกค้าสามารถรับรู้การส่งเสริมการขายได้หลากหลายช่องทาง	3.61	0.75	มาก
22. มีการบริการหลังการขายให้ลูกค้า	3.80	0.93	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70	0.76	มาก

สรุป ค่าความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 100 คน ด้านประโยชน์ใช้สอย มีระดับความเหมาะสมมากอยู่ที่ระดับ ($\bar{X}=4.14$, $S.D.=0.62$) ด้านความงามและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีระดับความเหมาะสมมากอยู่ที่ระดับ ($\bar{X}=4.07$, $S.D.=0.62$) ด้านราคาที่เหมาะสม มีระดับความเหมาะสม อยู่ที่ ($\bar{X}=3.85$, $S.D.=0.65$) ด้านคุณค่าและความงามศิลปวัฒนธรรม มีระดับความเหมาะสม อยู่ที่ ($\bar{X}=3.95$, $S.D.=0.60$) ด้านการส่งเสริมการขาย มีระดับความเหมาะสมอยู่ที่ ($\bar{X}=3.55$, $S.D.=0.76$)

7. อภิปรายและสรุปผล

ผลการวิเคราะห์การศึกษาศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ เพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องประกอบการแต่งกาย พบว่า ผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อมีความสำคัญมากที่สุดที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตรงกับแนวคิดของสิริวรรณ วงศ์ทัต [3] ด้านผ้าไทยที่เป็นศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ที่บ่งบอกถึงความรุ่งเรืองสื่อถึงความคิดสร้างสรรค์ แสดงถึงภูมิปัญญาอันชาญฉลาดของคนในอดีตที่ได้คิดประดิษฐ์ สร้างสรรค์ขึ้นและสืบทอดมาถึงปัจจุบันด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้แนวทางการวิเคราะห์ผล ด้านอัตลักษณ์โดดเด่นของผ้าทอ คือเทคนิคการแกะลวดใช้สีสันทัดใสรูปร่างเรขาคณิตคล้ายลายน้ำไหลที่แสดงให้เห็นความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อโดยในการออกแบบจะเลือกใช้เฉดสีลวดลายและเทคนิคการทอของผ้าทอบ้านศรีดอนชัย จังหวัดเชียงรายมาประยุกต์ใช้ในตัวผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องประกอบการแต่งกาย ประกอบด้วย กระเป๋า รองเท้าและผ้าพันคอ ให้เกิดความสวยงามสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์เผยแพร่ และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อสอดคล้องกับแนวคิดงานวิจัยของสุธาสินี บุรีคำพันธ์ [12] ด้านแนวความคิดด้านอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นการเผยแพร่ให้แก่บุคคลทั่วไปได้รู้จักและเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความภูมิใจในบ้านเกิดสอนให้คนรุ่นหลังสืบทอดต่อไป

8. ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เพื่อการส่งเสริมกลุ่มฝีมือของชุมชนให้มีความยั่งยืนและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อให้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในรูปแบบที่ยุคสมัยใหม่สามารถเข้าถึงได้ง่าย
2. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไปผลิตภัณฑ์ที่ดีควรมีการคำนึงถึงการใช้งานได้นานและการบำรุงรักษา จึงต้องมีการวิเคราะห์ หาวัสดุมาผสมผสาน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความทนทานและใช้งานได้นาน

เอกสารอ้างอิง

- [1] บุญช่วย ศรีสวัสดิ์. 2547. **ไทยสิบสองปันนาเล่ม 1**. กรุงเทพฯ : สยาม.
- [2] ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล. 2551. **มรดกวัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ**. เชียงใหม่ : มูลนิธิโตโยต้า แห่งประเทศไทย ุฒิปันนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ
- [3] สิริวรรณ วงศ์ทัต. 2554. **ผ้าไทย. ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน.วารสารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา : สืบค้น** วันที่ 8 มิถุนายน 2558 จาก <http://www.thaistudies.chula.ac.th/databas e/m13-05-detail.php?id=8972> Wongtat.S.2011. Thailand Fabric. Arts and Crafts. *Journal of the Humanities, Social Sciences undertakings University*. Retrieved on June, 2558 from. <http://www.thaistudies.chula.ac.th/databas e/m13-05-detail.php?id=8972> .
- [4] เอกวิทย์ ฌ กลาง. 2546. **ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการความรู้**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์.
- [5] วัฒนะ จุฑะวิภาต. 2545. **ศิลปะพื้นบ้าน**. กรุงเทพฯ : สิปประภา.
- [6] วิฑูรย์ ต้นศิริคงคล. 2542. **AHP กระบวนการตัดสินใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก**. กรุงเทพฯ : กราฟิก แอนด์ ปริ้นตัง.
- [7] นิรัช สุดสังข์. 2548. **ออกแบบอุตสาหกรรมระบบและวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

- [8] อุดมศักดิ์ สาริบุตร. 2549. **เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- [9] มณฑลีส ศาสนนันท์ . 2550. **การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างสรรค่นวัตกรรมและวิศวกรรมย้อนรอย**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [10] ฟิลิปคอตเลอร์ . 2550. **การตลาดฉบับคอตเลอร์กลยุทธ์สร้างความเป็นเลิศทางการตลาด, แพลและเรียบเรียงโดย เมธา ฤทธานนท์**. กรุงเทพฯ: พิมพ์ศ พรินติ้ง.
- [11] สุธาสินี บุรีคำพันธ์ . 2556. การศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมชุมชนย่านวัดพระธาตุหรือภูชัยเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สาธารณะ **วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม**, 13(2), น 81-88.
Bureekhampun.S . 2013. A Study on the Cultural landscape of Wat Phra That Hariphunchai Community to Design Public Facility. **Journal of Industrial Education**, 13(2), p 81-88.