

ศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปากะฮะญอ สำหรับการออกแบบเครื่องแต่งกาย A STUDY OF IDENTITY IN THE PAKHAYO ETHNIC GROUP FOR CLOTHES DESIGN

นิชกานต์ กุลเมืองน้อย* จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง และธเนศ ภิรมย์การ

Nichakan Kunmaungnoi*, Chaturong Louhapensang, and Thanate Piromgarn

E-mail: nichakanaeye@gmail.com, chaturong@yahoo.com, and thanate.pirom@gmail.com

ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520

Department of Architectural and Design Education, Faculty of Industrial Education and Technology,

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok 10520 Thailand

*Corresponding author E-mail: nichakanaeye@gmail.com

(Received: October 8, 2020; Revised: December 1, 2020; Accepted: December 19, 2020)

ABSTRACT

The study aimed to examine the identity of the Pakakayo ethnic group with the practical applications for Products design. The research objectives were thus 1) to study the Pakakayo ethnic identity for product design 2) to design products from the Pakakayo ethnic identity and 3) evaluate satisfaction of consumer. The data on the Pakakayo ethnic identity were collected from the experts as well and the luminaries in the community areas. Then, the data obtained were analyzed and the Pakakayo ethnic identity derived from such data was applied as a guideline to design products. In the present research study, community-based research methods were used to analyze and select the product patterns, as well as to process the production. The research results showed that had seven unique characteristics, namely, 1) languages, 2) food, 3) traditions, 4) architecture, 5) jewelry, 6) clothes, and 7) musical instruments. From the analysis, it can be concluded that the clothes of the Pakakayo ethnic group could create a clear appeal from the cultural identity, and this could make a good impression for those who had seen them. The clothes of the Pakakayo ethnic group played a role as a means which helped portray the history. The creative techniques used by the Pakakayo ethnic group ranged from discontinuous supplementary weft, twill and satin weaves, embroidery with colorful threads or yarns, decoration with beads – seeds of Job's tears. Also, the identity of the Pakakayo ethnic group was blended as part of the design of each product in order to maintain the primitive form, which was in accordance with the original concepts of the Pakakayo ethnic group

Summary found that format 1 is most suitable. There is a high level of opinion ($\bar{X} = 4.27$, S.D.= 0.67). Next is format 3 is suitable to a large extent ($\bar{X} = 3.82$, S.D.= 0.83). Last is format 2 is suitable to a large extent ($\bar{X} = 3.67$, S.D.= 0.84).

Working consumer 30 persons in BANGKOK. Using accidental sampling selection. There is a high level of satisfaction. 1) Marketing ($\bar{X} = 4.50$, S.D.= 0.59) 2) Product ($\bar{X} = 4.68$, S.D.= 0.58) 3) Price ($\bar{X} = 4.43$, S.D.= 0.59) 4) Place ($\bar{X} = 4.72$, S.D.= 0.47) 5) Promotion ($\bar{X} = 4.24$, S.D.= 0.69)

Keywords: Identity; Pakhayo ethic group; Clothes; Patterns

บทคัดย่อ

การวิจัยศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอที่มีต่อผลิตภัณฑ์ 2) ออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ 3) ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค จากการศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิในพื้นที่ชุมชน เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และสรุปอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยวิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบชุมชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์อัตลักษณ์ เลือกวลิตาย รูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงกระบวนการผลิตผลการวิจัยพบว่า จากการศึกษาลักษณะเด่นทางอัตลักษณ์ทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ ภาษา อาหาร ขนบธรรมเนียมประเพณี สถาปัตยกรรม เครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย และเครื่องดนตรี จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่าการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอสร้างความน่าสนใจจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชัดเจน สร้างความประทับใจได้จากการพบเห็น มีบทบาทเป็นสื่อกลางการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ ลวดลายโบราณบนเครื่องแต่งกาย มีเทคนิคการสร้างลวดลายจากการจัก การทอยกดอก การปักด้วยด้ายหรือไหมพรมหลากสี การปักประดับตกแต่งด้วยเมล็ดลูกเดือย โดยมีการนำอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ เพื่อคงความดั้งเดิมสอดคล้องกับแนวคิดเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ พบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D.= 0.67) รองลงมาคือ รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D.= 0.83) รองลงมาอันดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D.= 0.84)

ผู้บริโภครายทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ท่าน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 1) การตลาด ($\bar{X} = 4.50$, S.D.= 0.59) 2) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.68$, S.D.= 0.58) 3) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.43$, S.D.= 0.59) 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.72$, S.D.= 0.47) 5) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.24$, S.D.= 0.69)

คำสำคัญ: อัตลักษณ์; กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ; เครื่องแต่งกาย; ลวดลาย

1. บทนำ

ปกากะญอเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่อพยพเข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทย เป็นกลุ่มชาวไทยภูเขาอาจแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มย่อย คือ กะเหรี่ยงโปว์ กะเหรี่ยงปกากะญอ กะเหรี่ยงตองสูง และกะเหรี่ยงยะเว กะเหรี่ยงมีภาษาพูดเรียกว่าภาษากะเหรี่ยง และภาษาเขียนเป็นของตัวเอดัดแปลงมาจากภาษาพม่าและภาษาโรมัน มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่เรียบง่ายผูกพันใกล้ชิดธรรมชาติพึ่งพาพึ่งน้ำ ประกอบอาชีพทำไร่ทำนา เลี้ยงสัตว์ ปลูกผักสำหรับทำอาหารมากกว่าการค้า รักสงบ นอบน้อม อยู่กันเป็นกลุ่มเน้นความสามัคคี รักพวกพ้อง กตัญญูต่อบรรพบุรุษ แต่เดิมชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงนับถือผี มีขนบธรรมเนียมจารีตประเพณีการบวงสรวงและเซ่นสังเวยอย่างเคร่งครัด ภายหลังหันมานับถือศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์มากขึ้น แต่ความเชื่อเดิมยังคงมีอยู่ไม่น้อยเชื่อว่าทุกสิ่งในธรรมชาติมีชีวิต มีขวัญและวิญญาณคอยปกปักรักษามนุษย์และธรรมชาติคอยพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีพิธีกรรมที่แสดงถึงความเคารพและกตัญญูต่อธรรมชาติอย่างชัดเจน การแต่งกายประจำชนเผ่าสามารถพบเห็นได้อย่างชัดเจนและยังมีอยู่ 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มกะเหรี่ยงโปว์ และกลุ่มกะเหรี่ยงปกากะญอ [1]

อัตลักษณ์บนเครื่องแต่งกายเป็นลวดลายดั้งเดิมปรากฏบนผ้าทอที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เป็นลวดลายที่พบได้ในกะเหรี่ยงโปว์และปกากะญอแทบทุกพื้นที่ เช่น ลายเป็นสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ลายดอกไม้ ลายเส้นตรง ลายกากบาท มักเกิดจากการสังเกตโดยการใช้จินตนาการ นำเอาลักษณะเด่นจากสิ่งที่พบเห็นในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งพืชพรรณ ดอกไม้ ต้นไม้ สัตว์น้อยใหญ่ ข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน จนถึงประเพณีและคตินิยมของชนเผ่ามาประยุกต์ลงสู่ลวดลายบนผืนผ้า ด้วยเทคนิคการสร้างสรรคัลวดลายที่หลากหลาย ทั้งการทอยกดอก การปักด้วยด้ายหรือไหมพรมหลากสี การปักประดับตกแต่งด้วยเมล็ดลูกเดือย หากพบเห็นผืนผ้าที่มีเอกลักษณ์ในลักษณะเช่นนี้ เราก็สามารถรับรู้ได้ทันทีว่า นี่คือผ้าทอแห่งชนเผ่ากะเหรี่ยง

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอมีวางขายตามท้องตลาดทั่วไป พบเห็นได้ง่ายในรูปแบบของเครื่องนุ่งห่ม ย่าม หมวก ผ้าพันคอ รองเท้า เป็นต้น ผ้าทอจะมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ทั้งลวดลายและสีอย่างธรรมชาติ นำมาทอเป็นผืนก่อนที่จะนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แต่ทว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่รู้จักความหมายของลวดลายบนผลิตภัณฑ์ ซึ่งผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอมีลวดลายโบราณเป็นของตนเองมานานแล้ว มีทั้งเรื่องราว ความหมาย ความสวยงาม ด้วยสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป เยาวชนรุ่นใหม่ได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมจากนอกกลุ่มชาติพันธุ์เป็นการเรียนรู้สิ่งใหม่ ลวดลายบนผืนผ้าทอจึงได้มีการประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัยด้วยการทอเลียนแบบลวดลายที่ผู้ทอได้พบเห็นรอบตัวเกิดเป็นลายใหม่ ทำให้ลวดลายโบราณบนผ้าทอลดน้อยลง

ไปและผู้ที่ทำลวดลายโบราณได้และรู้ถึงความหมายของลวดลายนั้นส่วนมากเป็นคนเก่าแก่ ความเชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอที่เชื่อว่าหากสวมใส่เครื่องนุ่มห่มลวดลายเหล่านี้ก็จะทำให้ชีวิตดีมีความสุข ลวดลายบนผ้าทอเปรียบเสมือนสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ ส่งผลต่อความรู้สึกของผู้ทอและผู้สวมใส่อย่างชัดเจน [2]

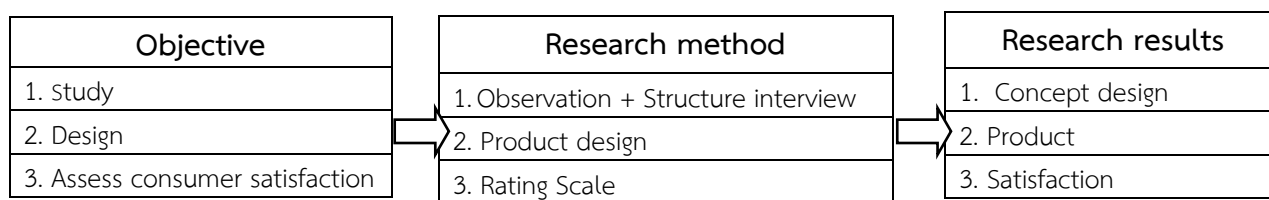
ปัจจุบันมีชุมชนเผ่ากะเหรี่ยงในหลายๆ พื้นที่มีการทอผ้าน้อยลงเนื่องจากต้องใช้เวลาในการทอ ผ้าชิ้นที่ใช้สวมใส่ในชีวิตประจำวันจึงมักนิยมซื้อจากท้องตลาดเพื่อความสะดวกและง่ายต่อการดำเนินชีวิต แต่ก็ยังคงมีอีกหลายพื้นที่ โดยเฉพาะกลุ่มกะเหรี่ยงบนดอยสูงที่ยังคงทอผ้าด้วยตัวเองเพื่อใช้สวมใส่ในครอบครัว และใช้สำหรับพิธีสำคัญตามวัฒนธรรมของชนเผ่า ผ้าทอกะเหรี่ยงมีลักษณะเป็นผ้าทอหน้าแคบที่ใช้เครื่องมือทอแบบหางหลัง หรือที่เรียกกันว่าเกี้ยวผ้าที่ทอจะถูกกำหนดตามความต้องการใช้งานตั้งแต่เริ่มต้นทอ เช่น ผ้าทอสำหรับเสื้อ ผ้าชิ้น ผ้าโพกศีรษะ หรือย่าม

งานวิจัยการศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ เพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและเผยแพร่งานฝีมือ ผสานกับเทคนิคและภูมิปัญญาถูกถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอจึงมีความงดงาม โดดเด่นด้วยสีสันตระการตา และผู้คนทั่วไปยังคงพบเห็นรูปแบบอันเป็นอัตลักษณ์ของเครื่องแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ ด้วยเสื้อหลากสีสันจนเป็นที่ต้องตาต้องใจของคนเมือง นักท่องเที่ยว และชาวต่างชาติ โดยการศึกษาอัตลักษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิในพื้นที่ชุมชนศึกษาแนวทางเพื่อทำการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วม เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันที่มีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปในหลายรูปแบบ สามารถเป็นอาชีพเสริมที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสร้างรายได้และเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอในการออกแบบ
- 2.2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ
- 2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

3. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



รูปที่ 1 ภาพแสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอในการออกแบบ

ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอตลอดจนการวิเคราะห์ถึงลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้นั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้อันได้แก่ อัตลักษณ์ทางกายภาพที่ได้จากวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยพิจารณาจากประวัติศาสตร์ เชื้อชาติ การจัดองค์กรทางสังคมและการปกครอง ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรมที่สำคัญ ที่อยู่อาศัย ภาษาพูด เครื่องแต่งกาย วิถีชีวิต อาหาร รวมไปถึงบริบทโดยรอบที่ทำให้ทราบถึงความสำคัญขององค์ประกอบในด้านต่างๆ จนสามารถนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูล จนได้โครงสร้างเพื่อหาแนวทางสรุปอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของ Leesuwat, W. ที่กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom) ซึ่งสะสมกันมาเป็นเวลานาน ภูมิปัญญานี้มีใช้ความรู้เป็นสิ่งที่สูงกว่าเพราะได้ผ่านการกลั่นกรอง ต้องสะสมมาแต่อดีตจนได้ผลลัพธ์ที่สมบูรณ์กับการใช้สอย สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน แม้จะเป็นเพียงสิ่งธรรมดาสามัญ แต่ถ้าพิจารณาให้ลึกซึ้งแล้วจะเห็นว่าศิลปหัตถกรรมหลายชนิด มีตั้งแต่หัตถกรรมที่สร้างขึ้นด้วยกรรมวิธีที่เรียบง่ายไปจนถึงหัตถกรรมที่มีกรรมวิธีที่ซับซ้อน เป้าหมายของกรอบแนวความคิดนี้ อยู่ในส่วนของการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยนี้ [3]

3.2 กรอบแนวคิดวัตถุประสงค์ 2. ออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

ทฤษฎีการคิดแบบ Lateral Thinking (Lt) การคิดแนวข้างคือการคิดที่หลีกเลี่ยงจากความซ้ำซาก หรือความคิดเดิมๆ รวมถึงความเข้าใจที่มีอยู่เดิมเพื่อค้นหาสิ่งใหม่ๆ โดยปกติแล้วความคิดที่มีอยู่จะสร้างขึ้นจากประสบการณ์เดิมและความเข้าใจที่เคยประสบมา การคิดแนวข้างจึงเป็นวิถีทางในการหลบหนีจากความคิดเดิมเพื่อค้นหาสิ่งใหม่ๆ ที่เรียกว่า “ดีกว่า” การคิดแนวข้างจะเป็นเรื่องการกระตุ้นความคิดอื่นๆ โดยไม่มีกรอบและกฎเกณฑ์สามารถคิดแบบกระโดดข้ามได้โดยไม่ต้องเรียงเป็นลำดับขั้นตอน และเปิดใจรับทุกโอกาสที่เข้ามา การคิดแนวข้างไม่มีการวางแผนหรือคาดเดาและประเภท กล่าวโดยสรุปแล้วการคิดแนวข้างจะใช้ข้อมูลเพื่อก่อให้เกิดการปรับปรุงแบบแผนไม่ใช่เพื่อหาประโยชน์จากข้อมูลนั้นเพียงอย่างเดียวหลักการสำคัญของการคิดแนวข้างคือ “มุมมองที่เรามีต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นเพียงหนึ่งความคิดในหลายๆ มุมมองที่สามารถเป็นไปได้” เป็นการสำรวจมุมมองอื่นๆ โดยไม่ตัดสินว่ามุมมองใดดีที่สุด เป็นเหตุเป็นผลมากที่สุด แต่จะนำทุกมุมมองที่เป็นไปได้มาปรับโครงสร้างความคิดและจัดเรียงข้อมูลที่ได้ใหม่ ตรงกับคำพูดของ Bono, E. D. ที่ว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของการค้นพบที่ยิ่งใหญ่ถูกทำขึ้นโดยผ่านการค้นพบโดยบังเอิญ (serendipity) หรือ “การค้นพบบางสิ่ง ขณะที่กำลังค้นหาบางอย่าง” [4] โดยอยู่ภายใต้หลักการออกแบบ 4 ประการ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม เป้าหมายของกรอบแนวคิดนี้ อยู่ในส่วนของกรอบแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยนี้ [5]

3.3 กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการตลาดคือแนวคิด 4Ps ตามกรอบแนวคิดของ Siriwan, S., Prin, L., Suporn, S., & Ongart, P. [6] ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนผสมการตลาด (Marketing mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเรียกว่า 4Ps

3.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะนำเสนอแก่ตลาด เพื่อให้เกิดความสนใจ ความต้องการเป็นกรรมสิทธิ์การใช้ หรือการบริโภคประกอบด้วยทั้งสินค้าและบริการซึ่งแบ่งได้ 3 ระดับ คือ

3.3.1.1 แก่นผลิตภัณฑ์ หมายถึง วัตถุประสงค์หรือผลประโยชน์สำคัญที่ให้ผู้ซื้อ

3.3.1.2 รูปร่างผลิตภัณฑ์ หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ คือ ระดับคุณภาพ ลักษณะ รูปแบบ ตราผลิตภัณฑ์และการบรรจุหีบห่อ

3.3.1.3 ประโยชน์เพิ่มของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประโยชน์ของผู้ซื้อที่ได้รับนอกเหนือจากประโยชน์สำคัญของผลิตภัณฑ์

3.3.2 ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้อยู่ในรูปแบบของตัวเงิน ซึ่งในการกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของนักการตลาดนั้นจะมีจุดหมายหรือวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันโดยจะสามารถแยกได้ 3 ประการ คือ การตั้งราคาโดยมุ่งกำไร การตั้งราคาโดยมุ่งที่การขายและการตั้งราคาเพื่อคงไว้ซึ่งฐานะเดิม

3.3.3 การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมายหรือผู้บริโภคโดยวิธีการจำหน่ายผ่านคนกลางหรืออาจจะจำหน่าย โดยตรงเพื่อให้ไปยังผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3.3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารจำหน่ายกับกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการรับทราบวัตถุประสงค์หรือแนวคิดในการจำหน่าย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 วิธีดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอในการออกแบบ

4.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอในพื้นที่ชุมชน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในเขตชุมชนพะเดื่อ หมู่ที่ 4 ตำบลพระธาตุผาแดง อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) มีเกณฑ์การคัดเลือกจากปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน โดยอาศัยความรู้ความเข้าใจประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอในพื้นที่สำหรับการรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามด้วยวิธีการสังเกตการณ์ (Observation) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview)

4.1.2 เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth - Interview) โดยการสัมภาษณ์ใช้คำถามเชิงลึกแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น และการสำรวจข้อมูลความคิดเห็น

4.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากศึกษาและข้อมูลที่ได้รับความอนุเคราะห์หน่วยงานและผู้นำชุมชน รวมถึงข้อมูลจากการลงสำรวจพื้นที่ และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างข้างต้น มาทำการจัดลำดับความสำคัญ และความถูกต้อง

สมบูรณ์ของข้อมูล จนทำการวิเคราะห์ สรุปข้อมูลเพื่อค้นหาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอที่ส่งผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา

4.1.4 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ อัตลักษณ์ของผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอ

4.2 วิธีดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอ

4.2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ อาจารย์ประจำสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

4.2.2 เครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยใช้คำถามในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย เพื่อสรุปเป็นแนวคิดโดยใช้หลักการออกแบบคัดเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept generation and selection) ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากนั้นสรุปคำถามประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth-Interview)

4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4.2.4 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอ

4.3 วิธีดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

4.3.1 ประชากร คือ ผู้บริโภค

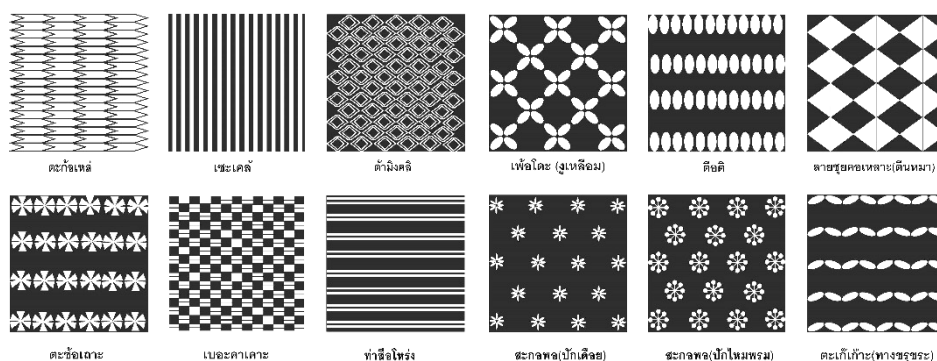
4.3.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ท่าน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

4.3.3 เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามวิธีการแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประเมินตามแบบมาตรฐานค่าระดับ (Rating scale)

4.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

5. ผลการวิจัย

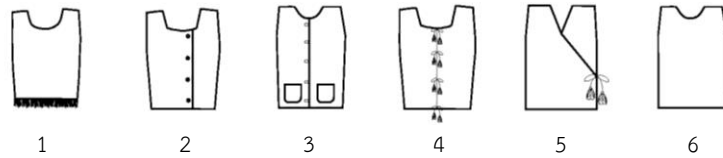
5.1 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอในการออกแบบ กลุ่มกรณีศึกษาอาสาสมัครผู้เชี่ยวชาญทางด้านอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอในพื้นที่ชุมชน พบว่าทุนทางวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอเป็นสื่อการส่งออกทางความรู้ ทักษะ ตลอดจนเครื่องมือ วัตถุ สิ่งประดิษฐ์ และพื้นที่ทางวัฒนธรรม ซึ่งในบางกรณีปัจเจกบุคคลยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ซึ่งถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกคนรุ่นหนึ่ง เพื่อสร้างอัตลักษณ์มีทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ง่าย เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม อาหาร ภาษา สถาปัตยกรรม และเครื่องแต่งกาย [7] จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าเครื่องแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สื่อถึงอัตลักษณ์ตรงตามเงื่อนไขการออกแบบผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยมากที่สุด



รูปที่ 2 ภาพแสดงลวดลายบนเครื่องแต่งกายจากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอ

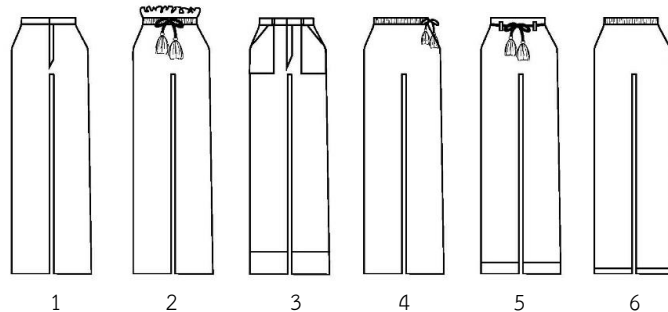
ผลจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอมีลวดลายปักและทอทั้งหมด 12 ลาย ส่วนของลายทอทั้งหมด 6 ลาย คือ ตะก้อเหล่ ลายเซะเคิ้ล ลายต้ามิงคิล ลายตะซ้อเลาะ ลายเบอะคาเคาะ ลายทำฮือโพรง และส่วนลายปักทั้งหมด 6 ลาย คือ ลายเพ้อโคะ ลายคีตติ ลายชุกคองเหลาะ ลายสะกอพอ และลายตะเก็ก๊ะ

5.2 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิด Lateral Thinking (Lt) [4] โดยอยู่ภายใต้หลักการออกแบบ 4 ประการ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม [5] โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยเทคนิคการสร้างสรรค์ผลดลยที่หลากหลาย การทอยกดอกยกกลาย การปักด้วยด้ายหรือไหมพรมหลากสี การปักประดับตกแต่งด้วยเมล็ดลูกเดือย เหมาะสำหรับการนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย โดยมีการนำอัตลักษณ์จากของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้คงความดั้งเดิมสอดคล้องกับแนวคิดเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ



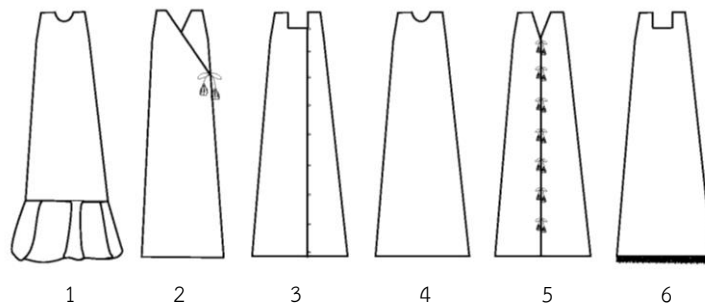
รูปที่ 3 ภาพแสดงแบบร่างเสื้อจากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

จากรูปที่ 3 ภาพแสดงรูปทรงเสื้อที่ได้แรงบันดาลใจมาจากเสื้อผู้ชาย เรียกว่า “เซ กอ” และเสื้อผู้หญิงแต่งงานแล้วเรียกว่า “เซ โม ชู” เป็นเสื้อทรงกระบอกของปกากะญอ



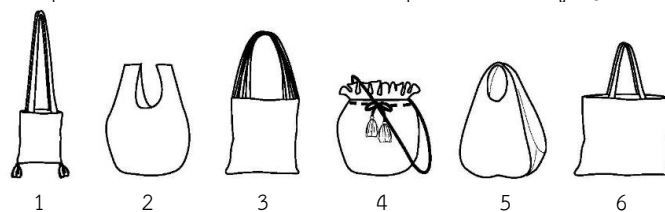
รูปที่ 4 ภาพแสดงแบบร่างกางเกงจากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

จากรูปที่ 4 ภาพแสดงรูปทรงกางเกงที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากกางเกงของผู้ชายปกากะญอหรือกางเกงสะตอมีลักษณะทรงตรง หลวม ขายาวระหว่างน่องถึงข้อเท้า ขอบเอวใหญ่ เป้าต่ำ ปลายขากว้าง



รูปที่ 5 ภาพแสดงแบบร่างชุดกระโปรงจากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

จากรูปที่ 5 ภาพแสดงรูปทรงชุดกระโปรงที่ได้แรงบันดาลใจมาจากชุดกระโปรงของผู้หญิงที่ยังไม่ได้แต่งงานเรียกว่า “เซ วา”



รูปที่ 6 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าจากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

จากรูปที่ 6 ภาพแสดงรูปทรงกระเป๋าที่ได้แรงบันดาลใจมาจากของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ มีรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยม มีหูหิ้ว สะพานไหล่

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์จากแบบร่างทั้งหมด 24 รูปแบบ พบได้ว่ารูปแบบที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ คือ เสื้อ(ทรงตรง) รูปแบบที่ 1 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 6 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 5 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, กางเกง (ทรงตรง) รูปแบบที่ 2 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 6 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 4 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, ชุดกระโปรง(ทรงตรง) รูปแบบที่ 6 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 4 มี 31 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 2 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, กระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า รูปแบบที่ 6 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 3 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 1 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3 จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบร่างรูปทรงผลิตภัณฑ์ที่ได้ค่าคะแนนความสัมพันธ์มากที่สุดมาสร้าง Sketch design ดังนี้



จากรูปที่ 7 ภาพแสดงภาพร่าง (Sketch design) เสื้อ กางเกง ชุดกระโปรง และกระเป๋ ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากเสื้อผู้ชาย เรียกว่า “เซ กอ” และเสื้อผู้หญิงแต่งงานแล้วเรียกว่า “เซ โม่ ชู” รูปทรงกางเกง ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากกางเกงของผู้ชายปกากะญอหรือกางเกงสะตอ รูปทรงชุดกระโปรงจากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากชุดกระโปรงของผู้หญิงที่ยังไม่ได้แต่งงาน เป็นชุดทอทรงกระบอกตรงสีขาวเรียกว่า “เซ วา” รูปทรงกระเป๋ ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ 3 คน					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1 ด้านประโยชน์ใช้สอย						
1.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	2.33	2.08	2.33	2.08	2.33	2.08
1.2 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้หลายครั้ง	4	1.00	3.67	0.58	4.00	0.00
1.3 ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม	4	1.00	3.67	1.15	4.67	0.58
2 ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์						
2.1 ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสม	4.67	0.58	4.33	0.58	4.00	1.00
2.2 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง	4.33	0.58	4.00	1.00	4.00	1.00
2.3 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสีย้อมจากธรรมชาติ	5.00	0.00	3.67	0.58	3.67	1.15
2.4 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า	4.67	0.58	4.00	0.00	3.67	0.58
3 คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ						
3.1 มีคุณค่าในตัวเอง	4.33	0.58	3.67	0.58	3.67	0.58
3.2 วัตถุดิบเหมาะสมกับการผลิต	4.33	0.58	3.67	1.15	4.33	0.58
4 แบบอย่างและวัฒนธรรม						
4.1 แสดงความเป็นอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ	5.00	0.00	4.00	1.00	4.00	1.00
4.2 ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์	4.33	0.58	3.33	0.58	3.67	0.58
เฉลี่ย	4.27	0.69	3.67	0.84	3.82	0.83
ระดับความเห็น	มีความเหมาะสมมากที่สุด		มีความเหมาะสมมาก		มีความเหมาะสมมาก	

จากตารางที่ 1 สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอ พบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.27$, S.D.= 0.67) รองลงมาคือ รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 0.83) รองลงมาอันดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D. = 0.84)

5.3 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) พบว่า



ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอ

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นผู้บริโภค (N=30)	
	$\bar{x}$	S.D.
1 ด้านผลิตภัณฑ์		
1.1 ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง	4.67	0.61
1.2 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.70	0.65
1.3 ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย	4.67	0.48
2 ด้านราคา		
2.1 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.30	0.53
2.2 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	4.57	0.50
2.3 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ	4.43	0.73
3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถวางจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า	4.60	0.56
3.2 ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์	4.83	0.38
4 ด้านการส่งเสริมการตลาด		
4.1 มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์	4.67	0.61
4.2 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ	4.10	0.66
4.3 มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ	3.97	0.81
เฉลี่ย	4.50	0.59
ระดับความเห็น	มีความเหมาะสมมากที่สุด	

จากตารางที่ 2 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอ พบว่า ผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{x} = 4.50$, S.D.= 0.59)

6. สรุปและอภิปรายผล

1) การศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอ พบว่าอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอนั้นมีทั้งสถาปัตยกรรม เครื่องแต่งกาย เครื่องประกอบเครื่องแต่งกาย ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม อาหาร และภาษา ที่สามารถรับรู้จากทางกายภาพได้ชัดเจนที่สุดนั่นคือเครื่องแต่งกายกลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอ เพราะมีลักษณะเด่นตั้งแต่รูปแบบ ลวดลาย สี วัสดุ และกระบวนการผลิตมีคุณสมบัติทางภูมิปัญญา เศรษฐกิจ แบบอย่างและวัฒนธรรม โดยการผลิตด้วยเทคนิคการสร้างสรรค์ลวดลายที่หลากหลาย

ทั้ง การทอยกดอก การปักด้วยด้ายหรือไหมพรมหลากสี การปักประดับตกแต่งด้วยเมล็ดลูกเดือยที่เป็นอัตลักษณ์ตรงตามเงื่อนไข การออกแบบผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยฉบับนี้มากที่สุดมีทั้งหมด 12 ลาย ส่วนของลายทอทั้งหมด 6 ลาย คือ ตะก้อเหล่ ลายเซเคลล์ ลายด้ามิงคลี ลายตะซ้อเกาะ ลายเบอะคาเคาะ ลายท่าสือโหรง และส่วนลายปักทั้งหมด 6 ลาย คือ ลายเพ้อโตะ ลายตือติ ลายซุย คอเหลาะ ลายสะกอพอ และลายตะเก็กะ ศิลปะบนผืนผ้าของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย เน้นความสามัคคี ความมีวินัยในการอยู่ร่วมกันเป็นพวกพ้อง ความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ มีความนอบน้อมและผูกพันกับธรรมชาติได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นวิธีการสร้างสรรค์ให้ก่อเกิดลวดลายและสีสันประกอบบนผืนผ้า ที่อาจไม่เน้นความฉูดฉาดละลานตาเท่ากับชนเผ่าอื่นๆ แต่กลับดึงความเรียบง่ายที่แฝงไปด้วยความละเอียดและประณีตอันเป็นวิถีชนเผ่า ให้กลายเป็นตัวสร้างความโดดเด่นให้กับชิ้นงานผ้าทอปกากะญอ จนเกิดเป็นอัตลักษณ์สะดุดตาและสร้างความจดจำได้ให้กับทุกคนที่พบเห็น ปกากะญอเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความละเอียด มีความประณีตในการทอผ้าอย่างเป็นขั้นตอน อีกทั้งกระบวนการสร้างลวดลายที่ต้องการให้ปรากฏบนผืนผ้า จะถูกกำหนดไว้ตั้งแต่ขั้นตอนของการเรียงด้าย โดยจะใช้เส้นด้ายที่มีสีสันทันและจำนวนตามลวดลายที่ได้กำหนดไว้ วนไปตามหลักไม้ไฟที่นำมาขึ้นเป็นหลักอย่างเป็นระเบียบ เป็นกระบวนการที่สำคัญ หากนับผิดแม้แต่เส้นเดียว ลายผ้าก็จะผิดไปทั้งผืน และเมื่อเข้าสู่กระบวนการทอด้วยกี่เอว ก็จำเป็นที่จะต้องอาศัยการใช้แรงกระแทกจากฝีมือที่คงที่สม่ำเสมอจึงจะทำให้เนื้อผ้าที่เกิดจากการทอเกิดความแน่นเรียบเนียนตลอดทั้งผืน จึงทำให้ลวดลายบนผืนผ้าที่ต้องการปรากฏขึ้นอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ชัดเจน ตามลักษณะการเรียงด้ายและช่วงจังหวะของการทอหรือแม้จะเป็นการสร้างสรรคลวดลายด้วยการปักลูกเดือย ซึ่งเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์การสร้างสรรคลวดลายบนผืนผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ ก็จะต้องมีการกำหนดตำแหน่งการปักตั้งแต่การขึ้นด้ายด้วยเช่นเดียวกัน การเว้นช่องโพหรือการเว้นพื้นที่ว่างของลวดลาย เพื่อเตรียมไว้ปักลูกเดือยอย่างเป็นระเบียบแบบแผน ไม่สะเปะสะปะ ส่งผลให้ลวดลายการปักลูกเดือยเกิดขึ้นเป็นแนวแถวอย่างงดงาม [8]

ปัจจุบัน ลวดลายเอกลักษณ์บนผืนผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ อาจแบ่งได้เป็นลายหลักซึ่งเป็นลายโบราณดั้งเดิมที่สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษหลายชั่วอายุคน เป็นลวดลายที่พบได้ในกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ แทบทุกกลุ่ม เช่น ลายเมล็ดพิททอง ลายใยแมงมุม ลายดวงตา ฯลฯ และลายที่มีการประยุกต์ขึ้นจากลวดลายโบราณดั้งเดิมผสมผสานกับลายที่เกิดจากจินตนาการของบรรพบุรุษของชนเผ่ากะเหรี่ยงในแต่ละกลุ่มแต่ละพื้นที่ ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในรายละเอียดของผู้แต่ละคน

2) การออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ ได้ใช้กรอบแนวความคิด Lateral Thinking (Lt) ของ Bono, E. D. [4] โดยอยู่ภายใต้หลักการออกแบบ 4 ประการ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม [5] สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ พบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.27$, S.D.= 0.67) รองลงมาคือ รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D.= 0.83) รองลงมาอันดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$, S.D.= 0.84) โดยมีการนำอัตลักษณ์ลวดลายบนเครื่องแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เนื่องจากสตรีกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอได้รับการกล่าวขานว่าเป็นผู้มีฝีมือในการทอผ้าที่เก่งที่สุด กลุ่มชาติพันธุ์หนึ่ง มักจะทอเป็นเสื้อผ้าไว้สวมใส่ในชีวิตประจำวันทั้งของตนเองและสมาชิกในครอบครัว หรือทอเก็บไว้ใช้ในงานพิธีสำคัญๆ เช่น งานแต่งงาน งานประเพณีสำคัญต่างๆ จึงมีความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยและเพื่อให้คงความเป็นทุนวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้หลักการออกแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้งเสื้อ กางเกง ชุดกระโปรง และกระเป๋า

3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการตลาดคือแนวคิด 4Ps ตามกรอบแนวความคิดของ Serirat et al. [6] ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเรียกว่า 4Ps พบว่า ผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ท่าน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง ($\bar{x} = 4.67$, S.D.= 0.61) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{x} = 4.70$, S.D.= 0.65) ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย ($\bar{x} = 4.67$, S.D.= 0.48) 2) ด้านราคา ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.30$, S.D.= 0.53) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ($\bar{x} = 4.57$, S.D.= 0.50) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ ($\bar{x} = 4.43$, S.D.= 0.73) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์สามารถวางจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า ($\bar{x} = 4.60$, S.D.= 0.56) ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ ($\bar{x} = 4.83$, S.D.= 0.38) 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.67$, S.D.= 0.61) มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ($\bar{x} = 4.10$, S.D.= 0.66) มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ ($\bar{x} = 3.97$, S.D.= 0.81)

เอกสารอ้างอิง

- [1] Arts and crafts international center. (2014). **Uniqueness and art of hill tribe fabric patterns**. 1st ed. Phra Nakhon Sri Ayutthaya: Siam Color Print. 15-22. (in Thai)
- [2] Ployharnkan, K. (2019). Interview, February 1.
- [3] Leesuwana, W. (1999). **Local arts and crafts**. Bangkok: Compact Print. 122-123. (in Thai)
- [4] Bono, E. D. (2004). **Side thinking: English and Thai**. Translated by Yuda Rakthai. Bangkok: Expert Net. 43-68. (in Thai)
- [5] Yodbangtoei, M. (1995). **Design**. 1st ed. Bangkok: Odeon Store. 72-73. (in Thai)
- [6] Siriwan, S., Prin, L., Suporn, S., & Ongart, P. (1998). **Marketing strategy and marketing management**. 1st ed. Bangkok: Diamond in Business Network. 80. (in Thai)
- [7] Art league centre of thailand. (2540). **CRIS FROM THE HILLS**. Bangkok: Silpasiam. 1-6. (in Thai)
- [8] Pawanrak (Alias). (2006). **KAREN WEAVING**. Vol 2. Lamphun: Lumphun Primary Educationnal Service Area office 2. 1-19. (in Thai)