

## การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน กลุ่มจักสานบ้านป่าจัว ตำบลทาเหนือ อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

อรณัฐ สุธาคำ<sup>1\*</sup> และ ตรีชฎา สมฟอง<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาการออกแบบ คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มทร.ล้านนา ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ 50300

<sup>2</sup> สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบสร้างสรรค์ คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มทร.ล้านนา ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ 50300

รับบทความ 30 ตุลาคม 2561 ตอบรับบทความ 10 ธันวาคม 2561 เผยแพร่ออนไลน์ 1 กรกฎาคม 2563

© 2020 Rajamangala University of Technology Lanna. All right reserved.

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนบ้านป่าจัว 2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในยุคการตลาด 4.0 3. เพื่อออกแบบป้ายสินค้าของกลุ่มที่สามารถใช้ส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ กลุ่มจักสานบ้านป่าจัว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 17 ราย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านป่าจัว ทาเหนือ จำนวน 50 ราย รวม 67 ราย โดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และ แบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบผลงาน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนหมู่ 4 บ้านป่าจัว เป็นกะเหรี่ยงปกากะญอ หรือ สะกอ มีเอกลักษณ์ของที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของกะเหรี่ยงปกากะญอ ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และการยอมรับร่วมกัน และถือปฏิบัติสืบต่อกันมา จนกลายเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของคนในชุมชน บ้านป่าจัว อาชีพหลักคือ เกษตรกรรม ทำนาปี ละครั้ง อาชีพเสริมกลุ่มผู้หญิงทอผ้าและกลุ่มผู้ชายจักสาน ภาษา ใช้ภาษากะเหรี่ยงในการสื่อสารภายในชุมชน ประธานกลุ่มและสมาชิกบางคนได้เรียนภาษาไทยและพูด อ่าน เขียนภาษาไทยได้ สามารถสื่อสารกับบุคคลภายนอกได้ วัฒนธรรมการแต่งกาย จะแต่งกายชุดกะเหรี่ยง สะพายย่าม เด็กหรือหญิงสาวที่ยังไม่แต่งงานจะใส่ชุดยางขาว ปักลวดลายด้วยเส้นด้ายทอ ไม่ปักลูกเดียว ส่วนผู้หญิงที่แต่งงานแล้วจะใส่เสื้อผ้ามีสีสันทัดที่ตนเอง ปักลวดลายและปักลูกเดียว ผู้ชายทั้งเด็กและผู้ใหญ่จะใส่เสื้อยาง มีสีสันทัด วิถีการดำรงชีวิตความเป็นอยู่ เป็นชนเผ่ากลุ่มอนุรักษ์ที่ยังใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่น รักษาความเชื่อ ประเพณี อาคารบ้านเรือนปัจจุบันจะเป็นเหมือนบ้านพื้นราบ แต่ยังคงมีลักษณะของกะเหรี่ยง คือ สร้างแบบมีการยกพื้นสูงมีใต้ถุนบ้าน เอกลักษณ์ของชนเผ่าจะปรากฏในลวดลายของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและเครื่องใช้สอยในชีวิตประจำวัน ซึ่งได้แก่ เครื่องมือที่ใช้ทำอาหาร เช่น ปลอกมิตพรว้า กระบุงเก็บผัก เก็บกิ่งไม้ทำพิน กระติบข้าวเหนียว เ่งใส่สัตว์เลี้ยง เบ็ด ไก่ และยังพบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาในหมู่บ้านป่าจัว เป็นผู้บริโภคที่นิยมสินค้ากลุ่มชาติพันธุ์ ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อสินค้ากลุ่มชาติพันธุ์ไปใช้ใส่ของ ใช้ในการตกแต่งที่พักอาศัย และ ซื้อเป็นของฝากของที่ระลึก ช่วงที่นักท่องเที่ยวไม่เข้ามาเที่ยวเลย คือ ช่วงฤดูฝน ส่วนฤดูหนาว จะมาเยี่ยมชมมากที่สุด และจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม พบปัญหาของผลิตภัณฑ์จักสานที่จำหน่ายดังนี้ สินค้ามีความประณีตในบางรูปแบบ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบไม่หลากหลาย ไม่มีความแปลกใหม่ และขาดเอกลักษณ์ของชุมชน ผู้วิจัยได้ออกแบบภายใต้กรอบแนวคิด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ มีรูปแบบที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการซื้อของ

นักท่องเที่ยวนิยมสินค้ากลุ่มชาติพันธุ์ และมี ป้ายสินค้า (tag) ที่ช่วยให้จดจำกลุ่มง่ายและสามารถกลับมาซื้อใหม่ได้ โดยใช้หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานสำหรับงานตกแต่งและใช้สอย มีจำนวน 6 รูปแบบ ได้แก่ โคมไฟแขวน ตะกร้าแขวน ตะกร้า กระเป๋า พร้อมป้ายสินค้า ผลการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์และป้ายสินค้า โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ มีความเห็นว่าเหมาะสมระดับมากที่สุด เพราะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและลวดลายเติมๆ ให้เป็นงานที่แปลกใหม่มีความทันสมัย มีเอกลักษณ์ของชุมชน รูปแบบเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ใช้งานสะดวก และมีความเป็นไปได้ในการผลิต

**คำสำคัญ:** ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน, งานหัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์, ป้ายสินค้า, ปกาเกอญอ, เอกลักษณ์ชุมชนกะเหรี่ยง



\*E-mail: [iamajoranoot@gmail.com](mailto:iamajoranoot@gmail.com) 0947098211

\*E-mail: [t.somfong@gmail.com](mailto:t.somfong@gmail.com) 0939645041

## Product Development Innovative Weaving with a Unique Community Bann Pa Ngaew Weaving Group, Tha nua, Mae On District, Chiang Mai

Oranoot Sutakom<sup>1\*</sup> and Treechada Somfong<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Design Division, Faculty of Art and Architecture, Rajamagala University Technology of Lanna, Mueang ChiangMai 50300

<sup>2</sup>Creative Design Division, Faculty of Art and Architecture, Rajamagala University Technology of Lanna, Mueang ChiangMai 50300

Received: 30 October 2018 Accepted: 10 December 2018 Published online: 1 July 2020

© 2020 Rajamangala University of Technology Lanna. All right reserved

---

### Abstract

The objectives of this research were 1) to study the unique community Bann Pa Ngaew. 2) to develop weaving products that meets the needs of customers in the marketing 4.0 3) to design tag for promote the marketing. The samples were the 17 Pa Ngaew weaving group and 50 customers who visit village by the simple random sampling. An interview form and questionnaires and design evaluation form were chosen to be used as a tools for collect data, then analyze by descriptive statistics using percentage mean and content analysis.

The results of research found that the community at Moo 4, Ban Pa Ngaew, are Karen (Pga K'nyau, or Sgaw) It has a unique feature of Karen, It was built on the basis of culture, traditions, ways of life and mutual recognition. It became a culture of living of people in the community. The uniqueness of this community were the main occupation is farming, once a year, the supplement is weaving. A group of women, weaving fabric and men, weaving craft. Karen language used in communication. About dressing culture, baby or unmarried girl will wear white dress, patterned with woven yarn do not embroider the spur. Married women wear colorful clothes, patterned with woven yarn and embroider the spur. Both men and boy will wear colorful Karen men shirt. In addition, they are conservation group that also uses local wisdom. Keeping faith, traditions, buildings, houses are now like urban house. But still, the character of Karen that built with a raised platform under the house. Tribal identity appears in the patterns of clothing, apparel, and everyday utensils, including the tools used to find food, such as crayons, baskets, and vegetables. Keep branches for firewood. Sticky rice Duck with chicken. Moreover, it was found that the tourists come to the village. It is a popular consumer ethnic product. Most of them have demand for ethnic clothing. Used to decorate the shelter and buy souvenirs. The tourists do not visit the village in rainy season, most of them visited in winter. And from interviews, headman and members found that the problem of weaving products are the products are neat in some forms. Products are not varied. No new and lack of identity of the community. The researcher was design 6 patterns under the conceptual framework for product design as uniqueness product, contemporary style and appropriate to ethnic customer

need, and has a tag that easy memorization and re-purchase. Six patterns including hanging lamps, hanging baskets, baskets with tag. The result of design evaluation by the specialist group found that It's suitable with designing, because of the changes and patterns. It is a novelty and modern. Have a unique community The model is suitable for use, usability and feasibility in production.

**Keywords:** Weaving Craft, Innovative Weaving Craft, tag, Pga K'nyau, Karen's Unique Ethnic Group



## 1. บทนำ

โมเดล Thailand 4.0 เป็นแนวนโยบายของรัฐบาลที่จะพัฒนาโลกขับเคลื่อน (Engine of Growth) ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืนให้แก่ประเทศ โดยเปลี่ยนความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของประเทศไทย ได้แก่ ความหลากหลายทางชีวภาพ ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ให้กลายเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันใน 5 กลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 อาหาร เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Food ,Agriculture & Bio-Tech) กลุ่มที่ 2 สาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med) กลุ่มที่ 3 กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ควบคู่ (Smart Device ,Robotics & Mechatronics) กลุ่มที่ 4 ดิจิทัลเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงและบังคับอุปกรณ์ต่าง ๆ ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, Internet of Thing, Artificial Intelligence & Embedded Technology) และกลุ่มที่ 5 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (Creative ,Culture & High Value Service) ทั้งหมดนี้ เพื่อพาประเทศไทยหลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลาง และนำประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม ที่ผ่านมามีการดำเนินงาน Startup Thailand และ Digital Thailand เป็นการประกาศศักยภาพของประเทศไทยอย่างงดงาม เพราะได้แสดงความสามารถและความแข็งแกร่งของธุรกิจไทย ในกลุ่ม Startup ,SMEs และธุรกิจขนาดใหญ่ ในการก้าวสู่เวทีโลก (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559)

เป็นที่ทราบกันดีว่า ชุมชนท้องถิ่นของไทย มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ หากชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็ง ประเทศไทยก็ย่อมเกิดความมั่นคงผาสุก ซึ่งนโยบายสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก ตามแนวทาง “ประชารัฐ” นี้ สามารถตอบโจทย์และกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชน ให้มีความมั่นคงยั่งยืนได้ ปัจจุบันการท่องเที่ยว

เชิงนิเวศ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวกับชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว มีการเตรียมความพร้อมของชุมชน เสริมสร้างศักยภาพของบุคลากร สิ่งแวดล้อม สินค้าชุมชนและการบริหารจัดการในชุมชนให้สามารถดำเนินการได้เอง มีการประสานความร่วมมือกับผู้เกี่ยวข้องฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนเกิดการสนับสนุนให้ชุมชนสามารถจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนได้เอง อันจะส่งผลถึงการพัฒนาศักยภาพทั้งด้านกายภาพและคุณภาพของคนในชุมชน รวมถึงเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งและอยู่ได้อย่างยั่งยืน ( ตำบลแม่ทาเหนือ อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยหมู่บ้าน หมู่1 บ้านแม่ตะไคร้ , หมู่2 บ้านใหม่ , หมู่3 บ้านห้วยบง , หมู่4 บ้านป่าจั่ว , หมู่5 บ้านห้วยยาบ อยู่ในการดูแลของโครงการหลวงแม่ทาเหนือ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ห่างจากอำเภอเมืองเชียงใหม่ประมาณ 70 กิโลเมตร พื้นที่ในหมู่บ้านและบริบทรอบๆ หมู่บ้านมีภูเขาล้อมรอบ ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวเขาเผ่าปกากะญอ(กะเหรี่ยง) ชุมชนในหมู่บ้านป่าจั่วเป็นชุมชนแบบมีส่วนร่วมที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก ชาวบ้านปลูกไม้ไผ่บง ไผ่ชาง จำนวนมากเพื่อใช้เป็นอาหารและนำมาทำข้าว สร้างโรงเรือน ในหมู่บ้านมีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมวิถีชีวิตของชนเผ่ากะเหรี่ยง และเยี่ยมชมอาชีพเสริมของกลุ่ม ซึ่งมีกลุ่มทอผ้า (กลุ่มผู้หญิงกะเหรี่ยง) กลุ่มจักสานไม้ไผ่ (กลุ่มผู้ชายกะเหรี่ยง) ที่ชาวบ้านรวมตัวกัน เป็นกลุ่มงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จักสานตามภูมิปัญญาพื้นถิ่นของตน โดยใช้วัสดุหลักคือไม้ไผ่ ที่ปลูกตามภูเขาในหมู่บ้าน จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว จากการบริการวิชาการของคณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ กลุ่มจักสานงานไม้ไผ่ พบว่า ไม้ไผ่ที่ทำเป็นผิวไม้ไผ่ ชาวบ้านมีความละเอียดในการทำงาน ฝีมือประณีต แต่รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่มีความหลากหลาย สินค้าขาดเอกลักษณ์ของชุมชนที่ส่วนใหญ่เป็นชาวกระเหรี่ยง (สัมภาษณ์ มนตรี อุดดา รองผู้นำชุมชนบ้านป่าจั่ว) ซึ่งโอกาสในการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมให้มีคุณภาพ น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ปัจจัยสำคัญ คือ รูปแบบการดีไซน์ ดังนั้นหากสามารถผลักดันช่างฝีมือในชุมชนที่มีทักษะความชำนาญในการจักสานเกิดการต่อยอดทางความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ที่มีเอกลักษณ์ของชุมชน สามารถตอบโจทย์ความต้องการของสังคมสมัยใหม่ จะส่งผลต่อการขยายโอกาสทางการตลาดได้อย่างกว้างขวาง เนื่องจากความนิยมในผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ หรือ Innovative Craft กำลังเป็นทิศทางที่ตลาดทั้งในระดับภูมิภาคและทั่วโลกต้องการ เพื่อใช้ในการตกแต่งเคหสถานซึ่งขึ้นอยู่กับรสนิยม และความพึงพอใจเป็นสำคัญ (เรวัต สุขสีกาญจน์, 2553)

## 2.วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนบ้านป่าจ๊วที่เป็นกะเหรี่ยง
2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในยุคการตลาด 4.0
3. เพื่อออกแบบป้ายสินค้าของกลุ่มที่สามารถใช้ส่งเสริมการตลาด

## 3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดในการวิจัยมีดังนี้



### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม
- งานหัตถกรรมจักสาน
- เอกลักษณ์ของชุมชน
- งานหัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์
- หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์
- หลักการออกแบบป้ายสินค้าและการออกแบบกราฟิก
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 4.วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนด วิธีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

##### 4.1 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1) กลุ่มจักสานบ้านป่าจ้าว จำนวน 17 ราย ผู้วิจัยกำหนดประชากรจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยได้ลงบริการวิชาการแก่ชุมชนป่าจ้าว ในฐานะผู้สอนของ คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์

2) ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมหมู่บ้าน และผู้บริโภคในชุมชนใกล้เคียง จำนวน 50 ราย โดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling)

##### 4.2 แผนงานวิจัย มี 5 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนบ้านป่าจ้าว หมู่ 4 ต.ทาเหนือ อ.แม่เอน จ.เชียงใหม่

ขั้นตอนที่ 3 สร้างเครื่องมือที่เป็นแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง สำหรับผู้ผลิตกลุ่มจักสานบ้านป่าจ้าว และแบบสอบถาม สำหรับสอบถามนักท่องเที่ยว จากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ค้นหารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์และรูปแบบป้ายสินค้ากลุ่ม ที่จะช่วยส่งเสริมการตลาด

ขั้นตอนที่ 4 ออกแบบและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โคมไฟแขวน แจกันแขวน ตะกร้าแขวน ตะกร้า กระเป๋า ตามกรอบคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนป่าจ้าว ร่างแบบ ทำ Sketch Design จำนวน 6 รูปแบบ

จากนั้น ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบผลิตภัณฑ์จักสาน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน ดังแสดงในตารางที่ 1



รูปที่ 1 งาน Sketch Design ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมหัตถกรรมจักสาน

โคมไฟแขวน แจกันแขวน ตะกร้าแขวน ตะกร้า กระเป๋า ที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนป่าจ้าว

**ตารางที่ 1** แสดงความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องทางด้าน การออกแบบ รูปแบบผลิตภัณฑ์จักสาน ในด้านประโยชน์ใช้สอย มีความเป็นไปได้ในการผลิต มีความทันสมัยและมีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน

- รูปแบบผลิตภัณฑ์ 1 แจกกันแขวน
- รูปแบบผลิตภัณฑ์ 2,6 ตะกร้าแขวน
- รูปแบบผลิตภัณฑ์ 3 กระเป๋า
- รูปแบบผลิตภัณฑ์ 4 ตะกร้า
- รูปแบบผลิตภัณฑ์ 5 โคมไฟแขวน

รายละเอียด	N=3			
	รูปแบบผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD	แปลความ
รูปแบบมีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย	1	5.00	0.00	มากที่สุด
	2,6	5.00	0.00	มากที่สุด
	3	4.66	0.57	มากที่สุด
	4	5.00	0.00	มากที่สุด
	5	5.00	0.00	มากที่สุด
รูปแบบมีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	1	5.00	0.00	มากที่สุด
	2,6	5.00	0.00	มากที่สุด
	3	4.66	0.57	มากที่สุด
	4	4.66	0.57	มากที่สุด
	5	4.66	0.57	มากที่สุด
รูปแบบสามารถใช้งานสะดวก	1	5.00	0.00	มากที่สุด
	2,6	5.00	0.00	มากที่สุด
	3	5.00	0.00	มากที่สุด
	4	5.00	0.00	มากที่สุด
	5	5.00	0.00	มากที่สุด
รูปแบบมีความเป็นไปได้ในการผลิตจริง	1	5.00	0.00	มากที่สุด
	2,6	5.00	0.00	มากที่สุด
	3	5.00	0.00	มากที่สุด
	4	5.00	0.00	มากที่สุด
	5	5.00	0.00	มากที่สุด
รูปแบบมีความทันสมัยและมีเอกลักษณ์ของชุมชน	1	5.00	0.00	มากที่สุด
	2,6	5.00	0.00	มากที่สุด
	3	5.00	0.00	มากที่สุด
	4	5.00	0.00	มากที่สุด
	5	5.00	0.00	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ สรุปได้ว่าในด้านประโยชน์ใช้สอย การผลิต ภาพลักษณ์ และ เอกลักษณ์ของชุมชน รูปแบบ 1 2 4 5 และ 6 มีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 5.00$ ) ส่วนรูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.66$ ) รูปแบบ 1 2 และ 6 มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 5.00$ ) ส่วนรูปแบบ 3 4 และ 5 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.66$ ) และทุกรูปแบบสามารถใช้งานสะดวก มีความเป็นไปได้ในการผลิตจริง มีความทันสมัย และมีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 5.00$ ) ในระดับมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 5 เขียนแบบเพื่อการผลิต ผลิตต้นแบบ นำต้นแบบทดสอบความพึงพอใจของผู้ผลิต และผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานในด้านรูปแบบ และประโยชน์ใช้สอย โดยการสัมภาษณ์อย่างไม่มีโครงสร้าง

#### 4.3 การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยลงเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตนเอง เพื่อให้ชุมชนเข้าใจรากเหง้าของตนเอง และสามารถถ่ายทอด รากเหง้าลงมาบนชิ้นงานของตนเอง

#### 4.4. การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

##### 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

นำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์มาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติวิเคราะห์เชิงเนื้อหา แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปของ การบรรยายเป็นความเรียง

##### 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย แล้วนำเสนอข้อมูล ในรูปของตารางประกอบความเรียง

### 5. ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ข้างต้น ผู้วิจัยได้ดำเนินงานและวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาให้ สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่กำหนดไว้ดังนี้

5.1 การศึกษาเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนบ้านป่าจ้าวที่เป็นกะเหรี่ยง และนำมาเป็นแนวทางนำเสนอเรื่องราวที่ สร้างสรรค์และน่าสนใจในผลิตภัณฑ์ พบว่า หมู่บ้านป่าจ้าว หมู่ 4 ต.ทาเหนือ อ.แม่อน จังหวัดเชียงใหม่มีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญทั้งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ ชนเผ่ากะเหรี่ยงที่อาศัยอยู่ในบ้านป่าจ้าว เป็น ยางขาว หรือ กระเหรี่ยงสะกอ หรือเรียกว่า ปกาเกอญอ มี เอกลักษณ์ของชุมชนที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน ซึ่ง ถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และ การยอมรับร่วมกัน และถือปฏิบัติสืบต่อกันมา จนกลายเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของคนในชุมชนบ้านป่าจ้าว ชุมชนนี้นับถือศาสนาพุทธ จะไปทำบุญตักบาตรตาม ประเพณีและร่วมงานบุญต่างๆ ที่วัดห้วยบงธรรมจาริก ด้าน ประเพณีและความเชื่อของในคนชุมชน นับถือผี ยังมีการ บวงสรวงอย่างเคร่งครัด เอกลักษณ์ที่พบ ได้แก่ มีอาชีพ เกษตรกรรม ทำนาปีละครั้ง อาชีพเสริมกลุ่มผู้หญิงทอผ้าและ กลุ่มผู้ชายจักสาน ภาษา ใช้ภาษากะเหรี่ยงในการสื่อสาร ภายในชุมชน ประธานกลุ่มและสมาชิกบางคนได้เรียน ภาษาไทยและพูด อ่าน เขียนภาษาไทยได้ สามารถสื่อสารกับ บุคคลภายนอกได้ วัฒนธรรมการแต่งกาย จะแต่งกายชุด กะเหรี่ยง สะพายย่าม เด็กหรือหญิงสาวที่ยังไม่แต่งงานจะใส่ ชุดยางขาวปักลวดลายด้วยเส้นด้ายทอ ไม่ปัก ลูกเต๋อย ส่วน ผู้หญิงที่แต่งงานแล้วจะใส่เสื้อผ้ามีสีสันทึบเอง ปักลวดลาย และลูกเต๋อย ผู้ชาย ทั้งเด็กและผู้ใหญ่จะใส่เสื้อยาง มีสีสันทึบ การดำรงชีวิตความเป็นอยู่ อาคารบ้านเรือนปัจจุบันจะเป็น บ้านเหมือนพื้นราบ หรือเหมือนคนพื้นเมือง แต่ยังคงมี ลักษณะของกะเหรี่ยง คือ สร้างแบบมีการยกพื้นสูงมีได้ถุน บ้าน ที่ใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่น รักษาความเชื่อ แม้จะนับถือ ศาสนาพุทธ แต่ความเชื่อเกี่ยวกับผีก็ยังคงมีอยู่ นอกจากนี้ ชาวกะเหรี่ยงป่าจ้าวยังมีงานประเพณีขึ้นบ้านใหม่ งานบุญ ประเพณีปีใหม่ ประเพณีทำไร่หมุนเวียน ซึ่งทำให้เกิดความ ร่วมมือ ทำงานลงแขกร่วมกัน การเลี้ยงสัตว์ถือเป็นวิถีชีวิต ส่วนหนึ่งของชุมชน ส่วนใหญ่จะเลี้ยงเพื่อประกอบพิธีกรรม

และใช้แรงงานเป็นหลัก จะขายหรือฆ่ากินบ้างในยามที่  
ต้องการเงินและส่วนใหญ่สัตว์ที่เลี้ยงจะเป็นวัว ควาย หมู ไก่

**สรุป** เอกลักษณ์ของชนเผ่าจะปรากฏในลวดลาย  
ของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ได้แก่ ลายอิสรระ ลายดอกพริก  
ลายธรรมชาติ และเอกลักษณ์ที่ลายขัดสานจากผนังบ้าน  
จะปรากฏในเครื่องใช้สอย เครื่องมือที่ใช้หาอาหาร ที่ใช้ใน  
ชีวิตประจำวัน ได้แก่ ปลูกมีดพริ้ว กระบุงเก็บผักเก็บกิ่งไม้  
ทำพื้น กระติบข้าวเหนียว เข่งใส่สัตว์เลี้ยง เป็ด ไก่ ซึ่ง  
เอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนที่เป็นลายขัด ผู้วิจัยได้นำมาเป็น  
แนวทางในการสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานและ  
เอกลักษณ์ที่เป็น ลายดอกพริก ได้นำมาเป็นแนวทางในการ  
สร้างสรรค์บนป้ายสินค้า

5.2 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความ  
ต้องการของผู้บริโภคในยุคการตลาด 4.0 พบว่า

5.2.1 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในหมู่บ้านป่าจิว เป็น  
ผู้บริโภคที่นิยมสินค้ากลุ่มชาติพันธุ์ ส่วนใหญ่มีความต้องการ  
ซื้อสินค้ากลุ่มชาติพันธุ์ที่มีประโยชน์ใช้สอย สามารถนำไปใช้  
ในครัวเรือน ใช้ในการตกแต่งที่พักอาศัย และ ซื้อเป็นของ  
ฝากของที่ระลึก ช่วงที่นักท่องเที่ยวไม่เข้ามาเที่ยวเลย คือ  
ช่วงฤดูฝน ส่วนฤดูหนาว จะมาเยี่ยมชมมากที่สุด  
นอกจากนั้นในเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนา  
ผลิตภัณฑ์ใหม่ ยังพบว่า ผู้บริโภคที่นิยมสินค้ากลุ่มชาติพันธุ์  
ต้องการสินค้าหัตถกรรมจักสานที่มีรูปแบบทันสมัย สไตล  
สมัยใหม่หรือร่วมสมัย เรียบง่ายเน้นประโยชน์ใช้สอย  
สามารถใช้งานได้หลายอย่าง ลวดลายบนงานจักสานไม่ต้อง  
มาก ควรเรียบง่ายเพราะลวดลายที่มากเกินไปบนงาน  
จักสานจะดูล้าสมัย ไม่น่าสนใจ ควรมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น  
และจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มจักสาน (คำ ตาหลวง)  
และสมาชิกกลุ่ม สินค้าที่กลุ่มผลิต ได้แก่ กระติบข้าว  
ชะลอมใส่ไก่ กระจาดใส่ของ ตะกร้า ขายเป็นเฉพาะในชุมชน  
ยังไม่มีตลาดภายนอกหมู่บ้าน และพบปัญหาของผลิตภัณฑ์  
จักสานที่จำหน่ายดังนี้ สินค้ามีความประณีตในรูปแบบ  
กระติบข้าว ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบไม่หลากหลาย ไม่มีความ  
แปลกใหม่ ขาดเอกลักษณ์ของชุมชน และพบปัญหา

ผลิตภัณฑ์มีเชื้อรา ชาวบ้านจึงเลือกใช้วัสดุผิวไม้ไผ่ที่สามารถ  
เก็บไว้ได้นาน ไม่ขึ้นราเมื่อถูกความชื้น และผู้วิจัยได้วิเคราะห์  
จุดแข็งจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่มจักสานป่าจิว  
ดังนี้

#### จุดแข็ง (Strength)

1. ผู้ผลิตมีภูมิปัญญาการเลือกวัสดุธรรมชาติ  
และมีความชำนาญในการการจักผิวไม้ไผ่  
เป็นเส้นเล็กๆ และงานสาน
2. การจักดอกผิวไม้ไผ่เส้นเล็ก ฝีมือสาน  
ประณีต
3. วัสดุไม้ไผ่ชาวบ้านปลูกไว้เป็นอาหารและหา  
ได้ง่ายในหมู่บ้าน
4. มีอาคารสถานที่ ที่กลุ่มสามารถรวมตัวกัน  
สร้างงานได้

#### จุดอ่อน (Weakness)

1. ผู้ผลิตมีแต่ผู้สูงอายุ วัยกลางคน คนหนุ่มสาว  
ไม่สนใจสานต่อการจักสาน
2. ผู้ผลิตขาดความรู้เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์  
เคยจักสานรูปแบบใด ก็ทำรูปแบบนั้น  
เรื่อยมา สินค้าไม่โดดเด่นและสร้างการจดจำ  
ให้แก่ลูกค้า
3. ผู้ผลิตยังขาดความรู้เรื่องการย้อมสีและการ  
ป้องกันไม่ให้เกิดเชื้อรา

#### โอกาส (Opportunity)

1. มีนักท่องเที่ยวและหน่วยงานเข้ามาเยี่ยมชม  
วิถีชีวิตของหมู่บ้านป่าจิว
2. กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงาน  
ภาครัฐ เช่น พัฒนาชุมชน อำเภอ
3. แนวโน้มของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน จะเป็น  
สินค้ากลุ่มชาติพันธุ์

#### อุปสรรค (Thread)

1. คู่แข่งขันที่เป็นชุมชนอื่นที่ผลิตสินค้า  
วัฒนธรรม มีการใช้เทคโนโลยีเป็นช่องทาง  
ในการจำหน่าย ซึ่งกลุ่ม จักสานป่าจิวและ

กลุ่มทอผ้าปาจิว เป็นกลุ่มมีแนวคิดอนุรักษ์ ชุมชน อนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม การพัฒนาจะค่อยเป็นค่อยไปอย่างช้าๆ กลัวการเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยี

2. ในภาวะปัจจุบันเศรษฐกิจอยู่ในขั้นตกต่ำ จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

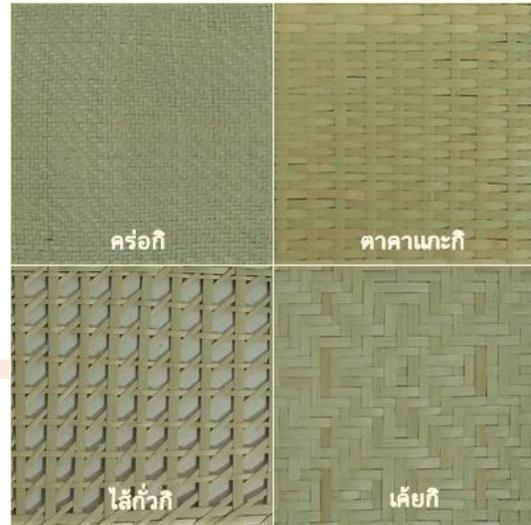
5.2.2 ลวดลายที่พบในผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่ม จักสานปาจิว ภาษาปกากะญอ ลาย ออกเสียงว่า กิ ซึ่งลายที่ผู้ผลิตมีทักษะในการทำงานจักสานมากที่สุด ได้แก่ ตาคาแกะกิ (ลายขัด) ครอ์กิ (ลายสอง, ลายสาม) และ เคียกิ, ไล่กัวกิ (ลายอิสระ-ลายตาหลิ่ว) ซึ่งมีแรงบันดาลใจมาจากธรรมชาติ ทักษะการสานได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ดังแสดงในรูปที่ 2

ในงานจักสานของกะเหรี่ยงชุมชนปาจิว จะเป็นลายละเอียด เรียบง่าย ไม่เน้นลวดลายวิจิตรพิสดารเนื่องจากเน้นประโยชน์ใช้สอย ความแข็งแรง ทนทาน ความงามจะเกิดจากผิวไม้ไผ่ที่ผู้ผลิตจักตอกเป็นเส้นเล็ก ลายสานกลมกลืนกับวัสดุ

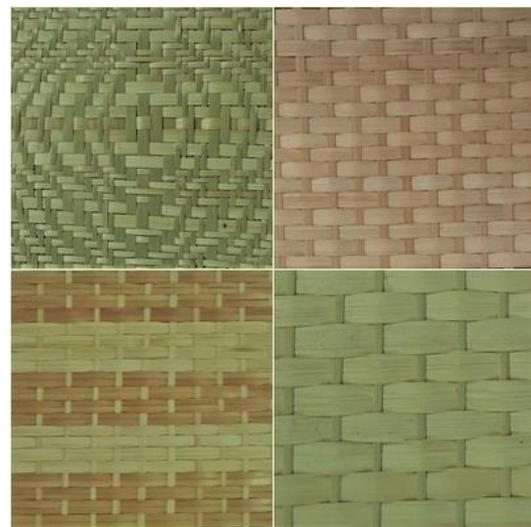
5.2.3 พัฒนาการผลิตภัณฑ์จักสานเชิงสร้างสรรค์ โดยออกแบบภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัย คัดเลือกลายเอกลักษณ์ที่เป็นลายขัด มาสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ ผสานกับแนวคิดหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์นวัตกรรมของ Osborn ใช้เป็นแนวทางในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและลวดลายเดิมๆ ให้เป็นงานที่แปลกใหม่ มีความเป็นไปได้ในการผลิต คือ การใช้เส้นตอกขนาดใหญ่-และขนาดเล็ก สานเป็นลายขัด สลับกับเส้นตอกเส้นเล็ก

บนฐานทักษะฝีมือความชำนาญในการสานของผู้ผลิต ให้มีรูปแบบที่ทันสมัย และปรับเปลี่ยนหน้าที่ของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสังคมบริบทวัฒนธรรมปัจจุบัน (กลุ่มจักสานปาจิวเป็นกลุ่มอนุรักษ์ ใช้ภาษากะเหรี่ยง มากกว่าภาษาพื้นเมือง ดังนั้นการใช้หลักแนวคิดนี้จึงเป็นการสื่อสารที่เข้าใจง่ายและเร็วมากที่สุด ) เช่น จากของใช้กระบุงใส่ของ

เป็น ของตกแต่งแจกันจักสานประดับฝาผนัง จากกระติบข้าว ออกแบบผสานกับผ้าทอຍ้อมธรรมชาติ เป็นกระเป๋า ตะกร้าใส่ของเพิ่มประโยชน์ใช้สอย หูตะกร้าพับได้ สามารถใช้เป็นถาดผลไม้ รับแขกหรือ วางบนโต๊ะอาหาร แข็งใส่ไม้ ถักสานเป็นโคมไฟแขวน ใช้ประโยชน์ภายในบ้านพักอาศัย หรือใช้ตกแต่งร้านอาหาร



รูปที่ 2 ลายที่เป็นเอกลักษณ์บนงานจักสานดั้งเดิมของกลุ่ม



รูปที่ 3 ลายพัฒนา

ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน รูปที่ 4-9 มีดังนี้



รูปที่ 4 โคมไฟแขวน



รูปที่ 6 กระเป๋าจากกระติบข้าว ออกแบบผสมสานกับผ้าทอ  
ย้อมสีธรรมชาติ



รูปที่ 5 ของตกแต่งที่แขวนจักสานประดับฝาผนัง



รูปที่ 7 ของตกแต่งแจกันจักสานประดับฝาผนัง



รูปที่ 8 ตะกร้าใส่ของเพิ่มฟังก์ชัน หูตะกร้าพับได้



รูปที่ 9 ของใช้ตะกร้าจักสานแขวน

5.2.4 การออกแบบป้ายสินค้า เพื่อส่งเสริมการตลาด สร้างความจดจำให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าสามารถกลับมาซื้อสินค้าหรือสั่งซื้อสินค้าตามที่อยู่บนป้ายสินค้าได้ ผู้วิจัยใช้หลักการออกแบบกราฟิกในการออกแบบป้ายสินค้า ผู้วิจัยออกแบบทั้งหมด 3 รูปแบบ โดยใช้ ที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม จัดวางตัวอักษรชื่อกลุ่ม ที่อยู่ของกลุ่ม ซึ่งเป็นการส่งเสริมการตลาดที่ดี ที่จะสร้างความจดจำให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าสามารถกลับมาซื้อสินค้าหรือสั่งซื้อสินค้าตามที่อยู่บนป้ายสินค้า และสมาชิกเลือกรูปแบบที่ 1 สีดำแดง ลายกราฟิกเป็นลวดลายบนผืนผ้า-ลายดอกพริก เพราะสีดำแดงเป็นสีของชนเผ่า สื่อให้ผู้บริโภคที่นิยมสินค้ากลุ่มชาติพันธุ์ เข้าใจง่ายและจดจำ การจัดวางตัวอักษรชื่อกลุ่มมีขนาดใหญ่พอเหมาะและเรียบง่าย อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม มีข้อมูลที่อยู่ที่อยู่ช่วยให้ผู้ซื้อติดต่อกลับมาได้ ภาพลวดลายสื่อให้ผู้บริโภคที่นิยมสินค้ากลุ่มชาติพันธุ์ เข้าใจง่ายและจดจำ ดังแสดงตารางที่ 2 และ รูปที่ 10

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์รูปแบบป้ายสินค้าของสมาชิก จำนวน 6 ท่าน

รายการข้อมูล	รูปแบบที่ 1			รูปแบบที่ 2			รูปแบบที่ 3		
	N=6		ระดับ ความ เห็น	N=6		ระดับ ความ เห็น	N=6		ระดับ ความ เห็น
	X	S.D		X	S.D		X	S.D	
1.รูปแบบป้ายสินค้ามีขนาด เหมาะสม	5.00	0.00	มาก ที่สุด	5.00	0.00	มาก ที่สุด	5.00	0.00	มาก ที่สุด
2.มีความคิดสร้างสรรค์	4.00	0.29	มาก	3.17	0.87	ปาน กลาง	3.17	0.87	ปาน กลาง
3.การจัดองค์ประกอบศิลป์	4.00	0.29	มาก	3.17	0.87	ปาน กลาง	4.00	0.29	มาก
4.ตัวอักษร อ่านง่าย จดจำได้ง่าย	5.00	0.00	มาก ที่สุด	3.17	0.87	ปาน กลาง	3.17	0.87	ปาน กลาง
5.มีความชัดเจนในการสื่อสาร	5.00	0.00	มาก ที่สุด	4.00	0.29	มาก	3.17	0.87	ปาน กลาง
6.มีข้อมูลแสดงรายละเอียด ครบถ้วน	5.00	0.00	มาก ที่สุด	5.00	0.00	มาก ที่สุด	5.00	0.00	มาก ที่สุด
7.ลวดลายกราฟิกมีอัตลักษณ์น่า จดจำ	5.00	0.00	มาก ที่สุด	5.00	0.00	มาก ที่สุด	5.00	0.00	มาก ที่สุด
8.ป้ายสินค้าสวยงาม เรียบง่าย	5.00	0.00	มาก ที่สุด	5.00	0.00	มาก ที่สุด	5.00	0.00	มาก ที่สุด



รูปแบบที่ 1

รูปแบบที่ 2

รูปแบบที่ 3



รูปที่ 10 ป้ายสินค้าเครื่องจักสานของกลุ่มจักสานป่าจู้

## 6. อภิปรายผลการวิจัย

1. กะเหรี่ยงปกากะญอในชุมชนบ้านป่าจู้มีอาชีพเกษตรกรรม ทำนาปีละครั้ง อาชีพเสริมกลุ่มผู้หญิงทอผ้าและกลุ่มผู้ชายจักสาน ภาษา ใช้ภาษากะเหรี่ยงในการสื่อสารภายในชุมชน ประธานกลุ่มและสมาชิกบางคนได้เรียนภาษาไทยและพูด อ่าน เขียนภาษาไทยได้ สามารถสื่อสารกับบุคคลภายนอกได้ วัฒนธรรมการแต่งกาย จะแต่งกายชุดกะเหรี่ยง สะพายย่าม เด็กหรือหญิงสาวที่ไม่แต่งงานจะใส่ชุดอย่างขาว ส่วนผู้หญิงที่แต่งงานแล้วจะใส่เสื้อผ้ามีสีสันที่ทอเอง ปักลวดลายและลูกเดือย ผู้ชาย ทั้งเด็กและผู้ใหญ่จะใส่เสื้ออย่าง มีสีสัน วิธีการดำรงชีวิตความเป็นอยู่ อาคารบ้านเรือนจะเป็นกลุ่มอนุรักษ์ที่ใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่นรักษาความเชื่อ ประเพณี เอกลักษณ์ของชนเผ่าจะปรากฏในลวดลายของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและเครื่องใช้สอยในชีวิตประจำวัน ซึ่งได้แก่ เครื่องมือที่ใช้หาอาหาร เช่น ปลอกมีดพริก กระบุงเก็บผัก เก็บกิ่งไม้ทำฟัน กระติบข้าวเหนียว เหวใส่สัตว์เลี้ยง เป็ด ไก่ เอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนที่เป็นลายขัด ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ที่เป็นผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่ง และเอกลักษณ์ที่เป็น ลายดอกพริก ได้นำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์บนป้ายสินค้า ที่จะช่วยส่งเสริมการตลาดให้กับกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธิษา ทรัพย์หม อุดมศักดิ์ สาริบุตร และพิชัย สดภิบาล (2559) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาเอกลักษณ์ของชนเผ่าม้ง ในการออกแบบเครื่องประดับ พบว่า ชนเผ่าที่มีความโดดเด่นในเรื่องงานหัตถกรรมมากที่สุดคือชนเผ่าม้งและความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนที่สุดของชาวเขาเผ่าม้ง คือ ลวดลายที่ใช้ปักลงบนเสื้อผ้า ลวดลายกันหอย มีเอกลักษณ์มากที่สุด และนำมาออกแบบเครื่องประดับเงินที่เรียบง่ายคงความเป็นเครื่องเงินของชาวเขาเผ่าม้งแต่ออกแบบขึ้นมาใหม่ให้ดูทันสมัยขึ้น

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานที่ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์

จักสานของกะเหรี่ยงปกากะญอ แสดงออกมาในรูปแบบของการสาน ลายขัด และเทคนิคการสาน และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยสร้างสรรค์โดยใช้หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 6 รูปแบบ จากของใช้กระบุงใส่ของเป็น ของตกแต่ง แจกันจักสานประดับฝาผนัง จากกระติบข้าว ออกแบบผสมกับผ้าทอย้อมธรรมชาติ เป็นกระเป๋าถือ จากข่งใส่ไก่ เป็ด เป็นโคมไฟแขวน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปานฉัตร อินทร์คง (2560) ที่กล่าวว่า การปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมธรรมชาติไปสู่ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมที่มีคุณค่าและเพิ่มมูลค่า ด้วยการผสมองค์ความรู้เข้ากับแนวคิดและกรรมวิธีแบบใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทสังคมวัฒนธรรมปัจจุบัน ในการปรับเปลี่ยดังกล่าวสามารถทำได้โดยการเปลี่ยนหน้าที่ ของผลิตภัณฑ์จักสานผสมผสานกับเรื่องราววัฒนธรรม และสอดคล้องกับบทความที่เกี่ยวกับการพัฒนางานหัตถกรรมของ ศูนย์ศิลปาชีพระหว่างประเทศ (2556) ที่กล่าวว่า สินค้าหัตถกรรมที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องไม่เป็นเพียงสินค้าที่ใช้งานหัตถกรรมได้เพียงอย่างเดียวแต่ยังต้องเป็นสินค้าที่ ละเอียดและก่อให้เกิดความรู้สึกรู้สึกแตกต่างแก่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์บางครั้งผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตเล็กน้อยและออกแบบให้มีความทันสมัยถึงแม้ว่าจะต้องจ่ายต้นทุนสูงขึ้นแต่คุณภาพของสินค้าก็ช่วยลดต้นทุนทางเวลาและต้นทุนทางความไม่พอใจของลูกค้าได้ เช่นเดียวกัน รวมถึงสอดคล้องกับคำอธิบาย ของ สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ (2550) ที่กล่าวว่า การเอาภูมิปัญญาพร้อมกับวัสดุและมีมือช่างก่อให้เกิดงานหัตถกรรมที่มีคุณค่า ลักษณะเด่นให้แก่สินค้าชุมชนและสามารถสร้างรายได้กลับสู่ชุมชน

3. ในการออกแบบป้ายสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของกลุ่มจักสานบ้านป่าจั่ว ผู้วิจัยออกแบบทั้งหมด 4 รูปแบบ โดยใช้ ที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม จัดวางตัวอักษรชื่อกลุ่ม ที่อยู่ของกลุ่ม ซึ่งเป็นการส่งเสริมการตลาดที่ดี ที่จะสร้างความจดจำให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าสามารถกลับมาซื้อสินค้าหรือสั่งซื้อสินค้าตามที่อยู่บนป้ายสินค้า และ

สมาชิกเลือกรูปแบบที่ 1 สีดำแดง ลายกราฟิกเป็นลวดลายบนพื้นผ้า-ลายดอกพริก เพราะสีดำแดงเป็นสีของชนเผ่า สีนี้ทำให้ผู้บริโภคที่นิยมสินค้ากลุ่มชาติพันธุ์ เข้าใจง่ายและจดจำการจัดวางตัวอักษรชื่อกลุ่มมีขนาดใหญ่พอเหมาะและเรียบง่าย อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม มีข้อมูลที่อยู่ที่อยู่ช่วยให้ผู้ซื้อติดต่อกลับมาได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของ ชัยรัตน์ อัครวงกูร (2550) ที่กล่าวว่า การสร้างแบรนด์หรือจุดจดจำเพื่อให้ลูกค้าจดจำ จะต้องกะทัดรัด ใช้งานง่าย รูปลักษณ์ของสี จะต้องน่าจดจำ การวางตำแหน่ง แบบอักษร ภาพ และสีที่เลือกใช้ จะต้องมีความเป็นเอกภาพ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำ

## 7. สรุป

1. การวิจัยครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทั้ง 3 ข้อ คือ 1) ได้เอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนบ้านป่าจั่ว
2. ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในยุคการตลาด 4.0
3. ได้ป้ายสินค้าของกลุ่มที่สามารถใช้ส่งเสริมการตลาด

ผลกระทบ (Impact) ของผลการวิจัยในครั้งนี้ คือ

- 1.ยกระดับสินค้าชุมชนสู่ OTOP ด้วยนวัตกรรมที่มุ่งเน้นการใช้วัสดุดิบในท้องถิ่นมาสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นด้วยการใช้เอกลักษณ์ชุมชนร่วมกับความคิดสร้างสรรค์
- 2.ชุมชนมีองค์ความรู้เพิ่มขึ้น มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าวัฒนธรรม สามารถสร้างผลงาน เกิดความมั่นคงและยั่งยืน

## ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาวิจัย เรื่องการศึกษาความคงทนของสีย้อมไม้ไผ่จากวัสดุธรรมชาติ ดินไม้และพืชให้สีในหมู่บ้าน ด้านความคงทนของสีต่อการขัดถูขณะใช้งานหรือการทำความสะอาด ความคงทนของสีต่อแสง เนื่องจากมีป่าไม้ที่สามารถให้สีในการย้อมธรรมชาติมีภายในชุมชนจำนวนมาก เป็นแหล่งวัตถุดิบที่มีมูลค่าของชุมชน ซึ่งจะช่วย

เพิ่มมูลค่าสินค้าด้านวัฒนธรรมของชนเผ่า และลดต้นทุนการผลิตสินค้า

2. ควรส่งเสริมให้กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช. ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่) ซึ่งจะนำไปสู่โอท็อประดับดาวของตำบลทาเหนืออำเภอแม่ฮ่องสอน จะช่วยทำให้ส่งเสริมการตลาด ชุมชนจะมีรายได้เพิ่มขึ้น

3. ควรมีการศึกษาและจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้หัตถกรรมภายในชุมชนป้าจิว ตำบลทาเหนือ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ ภูมิปัญญาพื้นถิ่นให้แก่บุตรหลานของคนในชุมชน

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา แหล่งทุนที่ให้งบประมาณ และขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนหมู่ 4 บ้านป้าจิว ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยเป็นอย่างดี ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบทั้ง 3 ท่าน ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ และประเมินความเหมาะสมของผลงานออกแบบ

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (2560-2579) ออนไลน์ ได้จาก:  
<https://www.nstda.or.th/th/nstda-doc-archives/thailand-40/11661-ministry-of-industry>
- [2] คำ ตาหลวง (ผู้ให้สัมภาษณ์) อรณัฐ สุธาคำ (ผู้สัมภาษณ์), 16 กรกฎาคม 2561.
- [3] ชัยรัตน์ อัสวางกร. (2550). ออกแบบให้โดนใจ. กรุงเทพฯ: วิท อิน บุก.
- [4] นเร ขอจิตต์เมตต์. (2550). Packaging & Design เสกสรรปั้นแต่งบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: ฐานบุ๊ค.

- [5] ปานฉัตร อินทร์คง. 2559. การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม แนวคิด รูปแบบและการวิเคราะห์. กรุงเทพมหานคร: อันลิมิตพรีนติ้ง.
- [6] มนตรี อุดตา (ผู้ให้สัมภาษณ์) ดรีชญา สมฟอง (ผู้สัมภาษณ์), 16 กรกฎาคม 2561.
- [7] เรวัต สุขสิกาญจน์, 2553. “ความเหมือนในความต่าง : หัตถกรรม วัสดุ นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์”.วารสารวิชาการศิลปะและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. 1 (1) : 76-88.
- [8] วชิรินทร์ จรุงจิตสุนทร. (2548). i.d. Story Theory & Concept of Design: หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: แอ็บป้า พรีนติ้ง กรุ๊ปจำกัด.
- [9] ศูนย์ศิลปาชีพระหว่างประเทศ (2556). การพัฒนางานหัตถกรรมสู่อาเซียน. [ออนไลน์] ได้จาก : <http://www.sacict.or.th/scripts/knowledge.php?ntabmenu>.
- [10] สถาพร ตีบุญมี ฌ ชุมแพ (2550). ผลของเทคโนโลยีที่มีต่อการออกแบบ. กรุงเทพฯ : โอเอสพรีนติ้งเฮ้าส์.
- [11] สุธิชา ศรพรหม อุดมศักดิ์ สาริบุตร และพิชัย สดภิบาล.(2559). การวิจัยเรื่องการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. 7 (2) : 111-123.
- [12] สุมิตรา ศรีวิบูลย์. (2547). การออกแบบอัตลักษณ์: Corporate Identity. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:เลิฟแอนด์ลิฟเพรส