

กระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งจากหญ้าแฝก
ชุมชน OTOP บ้านปากโทก อ.เมือง จ.พิษณุโลก

พรชัย ปานพุง^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก ตำบลปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร จำนวน 150 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านตลาด และ ผู้ผลิต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็นการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝกในด้านวัสดุ กรรมวิธีการผลิต รูปทรง โครงสร้าง ลวดลาย ผลิตภัณฑ์ประเภทโคมไฟของใช้ จำนวน 3 แบบ นำผลข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มหัตถกรรมกรรมบ้านปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ แจกัน พัด หมวก กล่องกระดาษชิชู ถาดใส่ผลไม้ สานด้วยลวดลายพิกุล ลายน้ำไหล ลายสองลายไขว้ ลายดอก การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.56 (S.D. = 1.16) อยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจในด้านความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D. = .77) อยู่ในระดับ มาก

คำสำคัญ : กระบวนการสร้างสรรค์, ผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก, ของตกแต่ง, ของใช้

¹ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

* ผู้นิพนธ์หลัก e-mail : young_blood3@hotmail.co.th

THE CREATIVE PROCESS TO INCREASE THE VALUE OF THE PRODUCTS AND OUR COMMUNITY OF VETIVER OTOP BAN PAKTHOK, MUANG PHITSANULOK

Pornchai Pantung^{1*}

Abstract

The purposes of this research were 1. To study the identity product model vertiver Pak Thok District, Pitsanulok Province. 2. To develop of vertiver Product. 3.To satisfaction rating costomer product vetiver. The sampling of this study consisted of 150 foreign tourists travelling in Wat Phra Sri rattana Mahathat Worawihan, experts in design, marketing specialist, and manufacturers. A questionnaire were, development of grass products in materials, production process, shape, structure. Patterns. used as research tools. The results data analysis were percentage, mean, and standard deviation

The results were that the model original products of handicrafts Ban Pak Thok Pitsanulok, including a vases, blown, Hats, Paper Box Shish, fruit tray weave pattern Pikul, flow watermark , two striped, cross pattern” and striped flowers. Development Lamp product form model 1 with an average 4.56 (SD = 1.16) in the most satisfying aesthetic averaged 4.15 (SD = .77) at The High Level.

Keywords : Creative Process, Vetiver Product, Decoration, Wares

¹Department of Industrial Product Design, Faculty of Industrial Technology, Pibulsongkram Rajabhat University

* Corresponding author, e--mail : young_blood3@hotmail.co.th

บทนำ

ตำบลปากโทก เป็นชุมชนที่อยู่ไม่ไกลจากอำเภอเมือง อาชีพมีทั้งทำนา ทำไร่ ทำสวน และรับจ้าง เป็นชุมชนที่มีการรวมกลุ่มกันหลากหลาย ทั้งในส่วนของโรงสีข้าว กลุ่มเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มหญ้าแฝก สำหรับกลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝกได้รับรหัสเบียนที่ 6-65-01-10/1-0021 ในระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เป็นกลุ่มที่มีการจัดตั้งกลุ่มงานหัตถกรรมเช่นการแปรรูปหญ้าแฝกให้เป็นเครื่องใช้สอย เช่น แจกกัน หมวก โคมไฟ เป็นต้น ในส่วนของการจัดการท่องเที่ยว นั้น กลุ่มมีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

รูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมบ้านปากโทก ส่วนใหญ่จะเกิดจากทักษะเดิมที่ได้สืบทอดกันมา จากงานจักสานเครื่องมือเครื่องใช้ในครอบครัว ปัจจุบันได้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์แต่ก็เป็นเพียงการนำรูปแบบจากที่อื่นมาปรับปรุง ดังนั้นรูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝกของกลุ่มจึงไม่มีแตกต่างกับท้องตลาดทั่วไป ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าสนใจ รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝก บ้านปากโทกเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก และทางกลุ่มยังมีศูนย์ที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนกับนักออกแบบควรมีเข้าไปพัฒนาส่งเสริมคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้ดีขึ้น จากการสำรวจและสอบถาม สิ่งที่กลุ่มต้องการคือ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มีรูปแบบที่ทันสมัย รูปทรงมีความแตกต่างกับปัจจุบัน และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค จากประเด็นดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ที่กลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝก บ้านปากโทกจะได้รับ โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้า ตำบลปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ ศึกษากลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝกบ้านเลขที่ 8 หมู่ 4 ตำบลปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำนวนสมาชิกทั้งหมด 13 คน การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝกในด้านวัสดุกรรมวิธีการผลิต รูปทรง โครงสร้าง ลวดลาย ผลิตภัณฑ์ประเภทโคมไฟของใช้ จำนวน 3 แบบ ผู้ผลิตกลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝก บ้านปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ จำนวน 3 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านตลาด จำนวน 3 คน ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวชิราวุฒวิหารที่เข้ามาบริเวณร้านขายของที่ระลึกจำนวน 150 คน

2. **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัย โดยสร้างขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องในกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งจากหญ้าแฝก ชุมชน OTOP บ้านปากโท อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 สัมภาษณ์ผู้ผลิตในกลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝกบ้านเลขที่ 8 หมู่ 4 ต.ปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยแบบสอบถามไม่มีโครงสร้างแน่นอน (Unstructured Interview) ไม่มีการกำหนดคำตอบไว้แน่นอน คำถามที่ใช้และลำดับคำถามเปลี่ยนแปลงและยืดหยุ่นได้ ผู้ถามและตอบมีความอิสระ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่กำหนดไว้

ส่วนที่ 2 ร่างแบบภาพและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบประกอบกับแบบสอบถามเพื่อสื่อสารแนวคิดในการออกแบบให้กับผู้ผลิต ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด รับรู้เข้าใจในรูปแบบที่พัฒนาแล้ว และนำผลความคิดเห็นที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ในการผลิตได้จริง เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ที่กำหนดไว้

ส่วนที่ 3 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบประกอบกับแบบสอบถามเพื่อสื่อสารถึงความพึงพอใจผู้บริโภคและผู้จัดจำหน่ายและข้อเสนอแนะ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ที่กำหนดไว้

วิธีการสร้างเครื่องมือ (แบบสอบถาม)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก
2. กำหนดประเด็นและจำนวนข้อของการแสดงความคิดเห็นและแบบประเมิน
3. สร้างแบบประเมินเกี่ยวกับการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก

4. นำแบบประเมินขึ้นเสนอต่ออาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หรือความเหมาะสมสอดคล้องระหว่างข้อความใบแบบประเมินกับคำนิยามศัพท์เฉพาะที่กำหนดไว้โดยใช้วิธีหาค่า (Index of Congruent: IOC) และความถูกต้องของภาษาและเนื้อหาการวิจัย โดยข้อคำถามที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าข้อคำถามนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหาสามารถนำไปใช้ได้

5. ปรับปรุงแบบประเมินตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความถูกต้อง และนำไปใช้เก็บต่อไป

6. การสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล คือ การสนทนาโดยการกำหนดประเด็น การสัมภาษณ์เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ กรรมวิธีการผลิต จุดบันทึก และบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ไว้เพื่อใช้เป็นข้อมูล

3. ขั้นตอนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งตามลำดับขั้นตอนการพัฒนารูปแบบได้ดังนี้

- ขั้นที่ 1. วิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม
- ขั้นที่ 2. ศึกษาแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝกประเภทโคมไฟ
- ขั้นที่ 3. ร่างแบบภาพพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝกประเภทโคมไฟ
- ขั้นที่ 4. สร้างต้นแบบและแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ
- ขั้นที่ 5. วิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อกระบวนการผลิต และความเป็นไปได้ในการผลิต
- ขั้นที่ 6. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์เดิมกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว

4. การรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลในการสังเกตการณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝกของกลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝกบ้านปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ลงในสมุดบันทึกกับการถ่ายภาพ เพื่อช่วยในการบันทึกข้อมูลมาสรุปและจัดหมวดหมู่ ใช้แบบสอบถามประกอบกับภาพต้นแบบจำลอง สอบถามในประเด็นการพัฒนางานออกแบบในการผลิต กรรมวิธีในการผลิต และใช้แบบสอบถามประกอบกับต้นแบบ สอบถามในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในงานออกแบบ

5. วิเคราะห์ข้อมูล

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกลักษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก บ้านปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก แล้วสรุปหาแนวทางการคิดเห็น ความเป็นไปได้ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป

5.2 วิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝกหลังจากพัฒนาแล้ว โดยนำมูลค่าได้มาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.3 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วสรุปหาแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	แปลความ
4.50 – 5.00	ดีมาก
3.50 – 4.49	ดี
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิจัยในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกสถานที่ในการปฏิบัติงานวิจัยที่ห้องปฏิบัติการ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เป็นสถานที่ทำการทดลองเนื่องจากเป็นสถานที่ทำงานและมีอุปกรณ์สำหรับทำการวิจัยครั้งนี้ และกลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝก บ้านปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นสถานที่ที่ผู้วิจัยได้ไปทำการศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาเอกลักษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้า ตาบลปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

1.1 **วัสดุ** หญ้าแฝกที่กลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝกบ้านปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกใช้เป็นแฝกพันธุ์สงขลา ลักษณะของหญ้าแฝกพันธุ์สงขลา การปลูกเป็นกอห่างกันประมาณ 1 เมตร x 1 เมตร ในพื้นที่ว่างเปล่าหรือพื้นที่ดอนที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ เจริญเติบโตเองตามธรรมชาติ ไม่ได้ใช้ปุ๋ยแต่อย่างใด เพราะการใช้ปุ๋ยจะทำให้ใบมีความเหนียวน้อย กรอบ และเปราะหักได้ง่าย หญ้าแฝกที่นำมาใช้ในการผลิต หลังจากอายุครบ 45 – 60 วัน จะตัดระดับความสูงของต้นหญ้าแฝกประมาณ 20 เซนติเมตร จากพื้น ลักษณะของโคนใบถึงปลายใบมีขนาดความยาว ประมาณ 130 – 160 เซนติเมตร มีการแตกกอในลักษณะวงกลม หลังจากการเก็บเกี่ยวใบหญ้าแฝกจะแห้งใบใหม่ขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงทำให้มีวัสดุในการผลิตตลอด กาบใบหญ้าแฝกมีความหนา ผิวเป็นมัน เรียบเหนียว เมื่อโดนความชื้นหรือน้ำจะนุ่มง่ายต่อการขึ้นรูป หญ้าแฝกที่มีการนำไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์มีอายุประมาณ 45 – 60 วัน กลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝกบ้านปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกมีวัสดุผสมเพื่อความสวยงามของผลิตภัณฑ์และความเหมาะสมในการผลิตได้แก่ ตันกอกฝ้าฉีกแล้วตากแดดและนำมาย้อมสีสังเคราะห์ ซึ่งวัสดุที่หาได้ง่าย ตันกอกคุณสมบัติมีความเหนียว และนุ่มเมื่อโดนความชื้น เหมาะกับงานจักสาน สามารถย้อมสีติดได้ง่าย และมีผิวความมันเรียบ

1.2 กรรมวิธีการผลิต

1.2.1 นำหญ้าแฝกไปตากแดดให้แห้งประมาณ 3 วัน

1.2.2 ตัดส่วนของยอดใบออก ส่วนที่นำมาใช้ในการผลิตจะมีความสูงประมาณ 45 – 50

เซนติเมตร

1.2.3 นำส่วนที่ใช้ในการขึ้นรูปมาทำการตกแต่งโดยใช้เข็มหมุดกรีดเอาคมของหญ้าแฝกออก

1.2.4 ส่วนที่เหลือจากการกรีดดอกสามารถนำไปปั่นเกลียวเป็นเชือกใช้ในการขึ้นรูปโคมไฟ แจกัน หมวก และอื่นๆ

1.2.5 นำหญ้าแฝกที่ตกแต่งไปแช่น้ำ นำหญ้าแฝกมาใช้ถักพลาสติกคลุมไว้ เพื่อให้มีความชื้นตลอดเวลาในการผลิต หญ้าแฝกที่คลุมไว้ควรประมาณให้พอกับการขึ้นรูปชิ้นงาน ถ้ามากเกินไปจะทำให้หญ้าแฝกอ่อนเกินไป หรือมีเชื้อราได้ นำหญ้าแฝกที่ได้ไปขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝกส่วนใหญ่แล้วจะใช้หม้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา


1.2.6 หลังจากขึ้นรูปเสร็จแล้วนำผลิตภัณฑ์ไปเข้าเตาอบก้ามะถัน เพื่อกันเชื้อรา มอดใช้เวลาในการการอบแต่ละครั้งจะนำผลิตภัณฑ์ใส่ในตู้อบให้เต็มชั้นวางผลิตภัณฑ์แล้วนำเตาถ่านใส่ไปในเตาอบแล้วใช้ก้ามะถันประมาณ 3 ซ่อนโต๊ะ ใส่ลงในเตาถ่าน แล้วอบทิ้งไว้ประมาณ 12 ชั่วโมง ช่วงระยะเวลาในการอบจะเริ่มช่วงเย็นและเปิดเตาอบอีกครั้งในช่วงเช้าเพราะสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปตากแดดเพื่อไล่ความชื้น

1.2.7 นำผลิตภัณฑ์ออกจากเตาอบไปตากแดดประมาณ 5 ชั่วโมง (มีแสงแดดดี)

1.2.8. ผลิตภัณฑ์ที่ตากแดดจนแห้งแล้วก็นำไปเคลือบด้วยสเปรย์เคลือบเงา การทาแลคเกอร์จะทำให้ผลิตภัณฑ์กรอบ ยืดหยุ่นไม่ดี

1.3 รูปทรง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝกบ้านปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก มีลักษณะดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์รูปทรงผลิตภัณฑ์เดิม

	<p>ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่นำมาสานหม้อ รูปทรงที่นำมาใช้จะเป็นรูปทรงแจกันเป็นส่วนใหญ่ และมีรูปทรงอื่นๆ เช่น โองังใบเล็ก ซึ่งลูกค้าจะเป็นผู้นำให้สานหม้อ</p>
---	---

ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์รูปทรงผลิตภัณฑ์เดิม (ต่อ)

	<p>ผลิตภัณฑ์พัด รูปทรงของพัดที่กลุ่มหัตถกรรมบ้าน โทกนิยมทำ ได้แก่ พัดรูปหัวใจ กับรูปทรงใบไม้</p>
	<p>ผลิตภัณฑ์ประเภทหมวก รูปทรงของหมวกหมวก รูปทรงของหมวกแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็น ส่วนของตัวหมวกมีความกว้างประมาณ 20 – 25 เซนติเมตร สูงประมาณ 20 เซนติเมตร มีลักษณะ ของรูปทรงเหมือนไซ้ คือด้านหลังจะกว้าง ด้านหน้า จะแคบ ส่วนที่ 2 เป็นส่วนของปีกหมวก มีลักษณะ ผายกลางออกจากตัวหมวกประมาณ 15 เซนติเมตร</p>
	<p>กล่องกระดาษทิชชู มีรูปทรงเป็นทรงกระบอก ฝาปิด เปิดได้ง่าย บริเวณฝามีรูสำหรับดึงกระดาษทิชชูออก ได้</p>
	<p>ผลิตภัณฑ์ถาดใส่ผลไม้ รูปทรงจะเป็นทรงกลม ปาก ถาดกว้างกว่าก้นถาด ความสูงประมาณ 10 เซนติเมตร มีขนาดแตกต่างกันออกไปตามความ ต้องการของลูกค้า</p>

2. ผลการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก

การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก ผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน ด้านการตลาด จำนวน 3 ท่าน โดยเป็นอาจารย์สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม และผู้ผลิตกลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝกบ้านแสงดาว ตำบลปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อแสดงความคิดเห็นในด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านรูปร่าง และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่

ตารางที่ 3 แสดงผลสรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่ง ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านตลาด ผู้ผลิตกลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝกบ้านปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก (n = 3)

รูปแบบผลิตภัณฑ์	ผู้เชี่ยวชาญด้าน ออกแบบ			ผู้เชี่ยวชาญ ด้านตลาด			ผู้ผลิต		
	\bar{X}	S.D	ระดับ	\bar{X}	S.D	ระดับ	\bar{X}	S.D	ระดับ
 รูปแบบที่ 1	4.67	.58	มากที่สุด	4.00	1.73	มาก	5.00	.00	มากที่สุด
 รูปแบบที่ 2	4.33	.58	มาก	3.67	1.15	มาก	4.00	1.00	มาก
 รูปแบบที่ 3	3.33	.58	ปานกลาง	3.00	1.73	ปานกลาง	3.67	.58	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านตลาด และผู้ผลิต ให้ความสนใจและข้อคิดเห็นผลิตภัณฑ์โคมไฟ รูปแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ที่ 4.56 (S.D. = 1.16) อยู่ในระดับ มากที่สุด รูปแบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 4.00 (S.D. = .91) อยู่ในระดับ มาก และ รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 3.33 (S.D. = .96) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

3. ผลการประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์หิ้วผ้าแฝก

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบและได้นำมาผลิตเป็นกระเป่าและโคมไฟ ผู้วิจัยได้ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร ดังตารางที่ 4



(1)



(2)

ภาพที่ 2 แสดง (1) รูปแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟต้นแบบที่พัฒนาแล้ว (2) การให้แสงสว่างจากโคมไฟ

ตารางที่ 4 แสดงผลสรุปการประเมินความพึงพอใจผู้บริโภค ที่เป็นนักท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร (n = 150 คน)

ประเด็น	\bar{X}	S.D	ระดับ
1. ด้านหน้าที่ใช้สอย	3.97	.77	มาก
2. ด้านความสะดวกสบายในการใช้	3.98	.74	มาก
3. ด้านสวยงาม	4.15	.77	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าความพึงพอใจผู้บริโภค ที่เป็นนักท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนมหา ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในด้านสวยงามมีค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D. = .77) อยู่ในระดับ มาก ด้านความสะดวกสบายในการใช้มีค่าเฉลี่ย 3.98 (S.D. = .74) อยู่ในระดับ มาก ด้านหน้าที่ใช้สอยเฉลี่ย 3.97 (S.D. = .77) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. เอกลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้า ต่าบลปากโทก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลิตภัณฑ์เดิมแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ แจกกัน พัด หมวก ก่อ่งกระดาศษทชชช และถาดใส่ผลไม้ ลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์จะเน้นการสานทอหุ้มเครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบสามารถหาได้ในท้องถิ่นในจังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดสุโขทัย ซึ่งเป็นแหล่งผลิต ลวดลายการสานที่เป็นที่นิยมจะเป็นการสานผสมผสานกันตามผู้ผลิตจะออกแบบ ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ได้แก่ ลายพิกุล ลายน้ำไหล ลายสอง ลายไขว้ ส่วนลายดอกจะสานเฉพาะการสานพัด วัสดุที่นำมาใช้จะเป็นหญ้าแฝกพันธุ์สงขลา ซึ่งผู้ผลิตได้ปลูกไว้ใช้เอง

2. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝกประเภท โคมไฟ ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และผู้ผลิต ให้ความคิดในด้านประโยชน์ใช้สอย รูปแบบผลิตภัณฑ์ระเป่าโคมไฟที่ออกแบบมีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสม รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่สะดวกต่อการบำรุงรักษาและมีความปลอดภัยในขณะที่ใช้งาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ระเป่า มีความสะดวกต่อการพกพาและการใช้ รูปแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟ มีความเหมาะสมกับการนำไปตกแต่งและการใช้ประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย 4.22 (S.D = .63) อยู่ในระดับมาก ซึ่ง นวลน้อย บุณวงศ์ (2542 : 96) กล่าวว่า หน้าที่ใช้สอยถือเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกที่ต้องคำนึงผลิตภัณฑ์ทุกชนิดต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้คือสามารถตอบสนองต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบาย ผลิตภัณฑ์นั้นถือว่ามีประสิทธิภาพใช้สอยดี (High Function) แต่ถ้าหากผลิตภัณฑ์ใดไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์นั้นก็ถือว่ามีประสิทธิภาพใช้สอยไม่ดีเท่าที่ควร (Low Function)

3. ความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก ประเภทโคมไฟ ในด้านความสวยงาม ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่แตกต่างจากที่อื่น ลวดลายของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผลิตภัณฑ์มีการผสมผสานกับวัสดุอื่นได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D = .77) อยู่ในระดับ มาก ซึ่งสอดคล้องกับ รจนา จันทราสา (2554 : 74) ได้กล่าวถึงความสวยงาม ไว้ว่า ความสวยงามน่าใช้ ผู้ออกแบบจะสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามได้การจัดองค์ประกอบศิลปะระหว่างรูปทรง สี ลวดลาย ผิวสัมผัสให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตา มีความแปลกใหม่เป็นที่น่าชื่นชมใช้ในการสร้างความมีคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ หรือเรื่องราวประวัติเป็นมาของผลิตภัณฑ์มีคุณค่า การสร้างสรรค์ความสวยงามจากธรรมชาติของวัสดุ สี พื้นผิว ลาย คุณสมบัติเฉพาะมีความงามจากความประณีต ความชำนาญของฝีมือช่างผู้ผลิต ที่มีทักษะในการสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอเกี่ยวกับงานวิจัย

ผลการวิจัยเหมาะสมกับการนำไปใช้เป็นตัวแบบให้กลุ่มชน ซึ่งได้ผ่านกระบวนการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านตลาด และความพึงพอใจผู้บริโภคซึ่งมีความสนใจผลิตภัณฑ์โคมไฟ นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบในรูปแบบอื่นๆ โดยนำอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาพัฒนาให้เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหัตถกรรมหญ้าแฝก

ข้อเสนอแนะในการทำการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยต่อไปควรนำผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นมาเป็นโครงสร้างในการสานเช่น พลาสติกที่ใช้แล้วเพื่อเป็นการนำวัสดุเหลือใช้กลับมาก่อให้เกิดประโยชน์ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ในการทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วย อันเกิดจากเพื่อนร่วมงานที่ให้ความช่วยเหลือ อาจารย์ผู้บังคับบัญชา ที่ช่วยแนะนำจนทำให้เกิดประโยชน์ต่อตัวนักวิจัยเอง และยังช่วยส่งเสริมการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนในท้องถิ่นจนสามารถนำไปใช้ประโยชน์สูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- จิระวดี วชิรานนท์. (2547). การศึกษางานหัตถกรรมพื้นบ้านในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับการพึ่งตนเองในระดับครัวเรือนของสมาชิกกลุ่มทอผ้าในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต (ศิลปศึกษา). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธวัชชัย แสงน้ำเพชร และคณะ. (2551). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หญ้าแฝก. คณะอุตสาหกรรม-สิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- นवलน้อย บุญวงศ์. (2539). หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รจนา จันทราสา. (2554). หญ้าแฝก ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ : ดี-วิทย์
- วนิดา กำพลรัตน์. (2543). การผลิตกระดาษเชิงหัตถกรรมจากใบหญ้าแฝก. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร-มหาบัณฑิต (คหกรรมเพื่อพัฒนาชุมชน). มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- เอกวิทย์ ณ ถกลาง. (2544). ภูมิปัญญาทักษิณ. ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์.
- อุดมศักดิ์ สาริบุตร. (2549). เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์