

การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง Design of Lanna Lantern-Shaped Bag Products from Hmong Ethnic Embroidered Fabric

นรเทพ โปธิเป็ง

แผนกวิชาแฟชั่นและสิ่งทอ ประเภทวิชาอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงราย

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน: นรเทพ โปธิเป็ง Email: norathep@cvc.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง และศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า โดยมีวิธีการดำเนินงาน 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนา ขั้นตอนที่ 2 การสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบ ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินการตัดเย็บต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า และขั้นตอนที่ 4 การสอบถามความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการออกแบบและตัดเย็บผลิตภัณฑ์กระเป๋า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีความสนใจหรือซื้อกระเป๋าผ้าปักชาติพันธุ์ม้งในจังหวัดเชียงราย จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจำนวน 5 รูปแบบ ให้ผู้เชี่ยวชาญเลือก 1 รูปแบบเพื่อใช้ในการตัดเย็บผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้นแบบ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่าการคัดเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ออกแบบที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญคือ แบบร่างที่ 2 ซึ่งเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโคมระยั้งม้งหรือโคมเสมาธรรมจักร ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้งพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.38 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์การใช้งานผลิตภัณฑ์ และด้านแนวคิดของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.60 4.46 และ 4.39 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง กระเป๋าผ้า โคมล้านนา การออกแบบ

Abstract

This research aims to design Lanna lantern-shaped bag products made from Hmong ethnic embroidered fabric and to study the satisfaction of respondents toward the bag design. The research process consists of four steps: Step 1: Designing the Lanna lantern-shaped bag products. Step 2: Gathering expert opinions on the designs. Step 3: Creating prototypes of the bag products and Step 4: Surveying respondents' satisfaction with the design and prototype production. The sample group in this study consisted of 100 consumers in Chiang Rai Province who are interested in or have purchased Hmong

embroidered fabric bags. The research instruments included a satisfaction questionnaire for experts regarding five different Lanna lantern-shaped bag designs. Experts selected one design for prototype production. In-depth interviews and a set of 100 questionnaires were used to analyze the data with statistical software. The statistics used in the analysis were percentage and mean. The research findings revealed that the design sketch of the bag product selected by the experts was Design No. 2, which was inspired by the “Rang Mot Som” lantern or the “Sema Dhammajak” lantern.

The study on the satisfaction of respondents toward the Lanna lantern-shaped bag design made from Hmong ethnic embroidered fabric showed a high level of satisfaction, with an average score of 4.38. When considering each aspect individually: The design/form of the product had an average score of 4.60, the functional usability scored 4.46, and the conceptual idea of the product scored 4.39, respectively.

Keywords: Hmong ethnic embroidery, Cloth bag, Lanna Lantern, Design

1. บทนำ

กระเป๋าถือถือว่าเป็นสิ่งของที่จำเป็นและสำคัญของมนุษย์ในการเก็บสิ่งของสำคัญ ที่ใช้ในการเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งกระเป๋ามีส่วนช่วยในการเก็บสิ่งของมีค่า หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ นอกจากกระเป๋าจะเป็นอุปกรณ์สำหรับใส่สิ่งของ กระเป๋ามีหลายรูปแบบและให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้ตามสมมติฐาน สำหรับกระเป๋าของสตรีมีรูปแบบ และสีสันทันสมัยสวยงาม [1] กระเป๋าผลิตได้จากวัสดุหลากหลายชนิด ทั้งหนังเทียม หนังสัตว์แท้ ผ้า และพลาสติก แต่ละวัสดุสามารถผลิตออกมาได้หลากหลาย แตกต่างกันไปตามดีไซน์ หรือตามแฟชั่นในแต่ละช่วง และระดับคุณภาพราคาผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับฝีมือและความละเอียดในการเย็บ และตามคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต นอกจากนี้ รูปแบบ รูปทรง การออกแบบและดีไซน์ของผลิตภัณฑ์ ยังมีส่วนกำหนดและสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก และเป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์กระเป๋า [2] ซึ่งเทคนิคในการออกแบบกระเป๋านั้นจะแตกต่างกันไปตามวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และลักษณะการใช้งาน

การผลิตโคมเป็นงานศิลปหัตถกรรมแขนงหนึ่งที่อยู่คู่ชาวล้านนามาตั้งแต่โบราณ โคมล้านนาเป็นภูมิปัญญาที่ผสมผสานความเชื่อระหว่างศาสนาพราหมณ์และศาสนาพุทธที่ถูกรังสรรค์ผ่านงานศิลปะเพื่อใช้เป็นเครื่องสักการบูชาพระพุทธเจ้าในประเพณี ยี่เป็งหรือลอยกระทง ตามคติที่ว่า แสงสว่างจากโคมจะช่วยให้ชีวิตตน มีความเจริญรุ่งเรือง โคมล้านนามีการประดิษฐ์ในภาคเหนือตอนบนมี 4 ลักษณะ ได้แก่ โคมแขวน โคมตั้ง โคมถือ และโคมลอย แบ่งเป็น 10 ชนิด ได้แก่ รังมดส้มหรือโคมเสมาธรรมจักร โคมไหหรือโคมเพชร โคมกระจัง โคมดาว โคมเงี้ยว โคมหูกะต่าย โคมบอกหรือโคมกระบอก โคมพัด โคมแอม และโคมญี่ปุ่นหรือโคมหย้อ [3] และมีการประดิษฐ์โคมเฉพาะถิ่น ได้แก่ โคมจิบหรือโคมด้วง และโคมปัก จังหวัดเชียงใหม่ โคมบั้ง จังหวัดน่าน โคมแป้นหรือโคมจ้อ จังหวัดลำปาง ซึ่งโคมล้านนานั้น จัดได้ว่าเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมล้านนาดั้งเดิม แสดงถึงทักษะฝีมือ และภูมิปัญญาอันสะท้อนถึงความคิด การสร้างสรรค์

ประสบการณ์ที่สั่งสม ตลอดจนทัศนคติและความเชื่ออันมีผลกับขนบธรรมเนียมประเพณี ปัจจุบันโคมถูกใช้เป็นเครื่องมือใช้ประดับตกแต่งสถานที่อันแสดงถึงความประณีตละเอียดอ่อน การสร้างภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมล้านนาอย่างมากมาย โดยแสดงผ่านการรับรู้ทางรูปแบบของอัตลักษณ์ดั้งเดิมและผสมผสานให้เข้ากับศิลปวัฒนธรรมสมัยใหม่ [4]

ผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง (Himong's Embroidery) เป็นภูมิปัญญาพื้นถิ่นที่ตกทอดกันมาหลายชั่วอายุคน การปักกลดลายตามภูมิปัญญาพื้นถิ่นมีความประณีตทั้งในการคิดกลดลาย และการปักโดยใช้เวลาวางหลังจากทำงานเกษตรกรรม โดยมีกลดลายที่ถือได้ว่าเป็นของดั้งเดิมและมีการปรับประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับกาลเวลา กลดลายที่ใช้ปักผ้า ได้แก่ ลายก้านต้อหรือถวด ลายเถียนแบบธรรมชาติ ลายก้านหรือลายกันหอย ลายนุหรือลายดาว ลายป้านจ่ายหรือลายที่ปักเป็นดอก ลายเหล่าเซียหรือลายกากบาท และลายไคว้จิวหรือลายกั้งหัน กลดลายที่กล่าวมานี้สตรีชาติพันธุ์ม้งจะคิดขึ้นเองตามความคิดสร้างสรรค์ของผู้ออกแบบ แต่จะยังคงรักษารูปแบบเดิมไว้ อาจมีกลดลายที่คล้ายคลึงกันบ้างเพราะมีรูปแบบพื้นฐานของการปักผ้า คือการปักไขว้ [5] ในด้านกระบวนการผลิตมีวิธีการปักที่หลากหลาย ได้แก่ การปักด้ายหรือไหม การปักลายขัดเดินเส้น การปักไขว้หรือแบบครอสติค การปักลายดอกเย้าหรือปักเครื่องหมายบวก การปักทึบ การปักลูกโซ่ และการปักสอยเป็นภาพวิธีชีวิตชาติพันธุ์ม้งการปะสอย ได้แก่ การปะสอยแบบรูปเรขาคณิต การปะสอยด้วยการตัดผ้าเป็นกลดลายแล้วปะบนผ้าสีต่างกัน และวิธีการแบบผสม ได้แก่ การเขียนเทียนผสมการปะสอย แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้ง ควรเน้นที่คุณค่าและการสร้างมูลค่าเพิ่ม และควรมีการรวบรวมลายผ้าปักม้งเพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนากลดลาย [6] ซึ่งการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าท่าหลากหลายให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ดังนั้นการศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง และศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าท่า ผู้วิจัยมีแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าท่า ด้วยกลยุทธ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาร่วมสมัย วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ และวัสดุจากเส้นใยธรรมชาติผสมใยสังเคราะห์ ส่วนกลดลายผ้าที่นำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าท่าเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง และเน้นความสวยงามร่วมกับประโยชน์ใช้สอย เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์สิ่งทอของไทย และเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์กระเป๋าท่าถือว่าเป็นสิ่งของที่จำเป็นและสำคัญของมนุษย์ในการเก็บสิ่งของสำคัญ ที่ใช้ในการเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งกระเป๋าท่ามีส่วนช่วยในการเก็บสิ่งของมีค่า หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ นอกจากกระเป๋าท่าจะเป็นอุปกรณ์สำหรับใส่สิ่งของ กระเป๋าท่ามีหลายรูปแบบและให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้ตามสมัยนิยม สำหรับกระเป๋าท่าของสตรีมีรูปแบบ และสีสันท่าสวยงาม [1] กระเป๋าท่าผลิตได้จากวัสดุหลากหลายชนิด ทั้งหนังเทียม หนังสัตว์แท้ ผ้า และพลาสติก แต่ละวัสดุสามารถผลิตออกมาได้หลากหลาย แตกต่างกันตามดีไซน์ หรือตามแฟชั่นในแต่ละช่วง และระดับคุณภาพราคาผลิตภัณฑ์กระเป๋าท่าแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับฝีมือและความละเอียดในการเย็บ และตามคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต นอกจากนี้ รูปแบบ รูปทรง การออกแบบและดีไซน์ของผลิตภัณฑ์ ยังมีส่วนกำหนดและสร้างความ

แตกต่างกันให้แก่วัสดุภัณฑ์เป็นอย่างมาก และเป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์กระเป๋า [2] ซึ่งเทคนิคในการออกแบบกระเป๋านั้นจะแตกต่างกันไปตามวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และลักษณะการใช้งาน

2. วิธีการศึกษา

ขั้นตอนการศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้งการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) แบ่งเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

2.1 ขั้นตอนที่ 1 (Research: R1) การศึกษา ค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัยด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า โคมล้านนา และผ้าปักชาติพันธุ์ม้งที่มุ่งเน้นด้านความงาม เรียบง่าย เน้นความคิดสร้างสรรค์มากกว่าผลการตลาด ซึ่งต้องผ่านกระบวนการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นมาลักษณะ และรูปแบบของโคมล้านนา เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ ให้การออกแบบกระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง จำนวน 5 รูปแบบ ออกมาเป็นเครื่องประกอบแต่งกายที่สื่อถึงความโดดเด่น มีอัตลักษณ์ผสมผสานให้เข้ากับศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

2.2 ขั้นตอนที่ 2 (Research: R2) การคัดเลือกการออกแบบกระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง จากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นลายผ้าต้นแบบ ได้แก่ ผู้ออกแบบแฟชั่น จำนวน 7 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ตามคุณสมบัติที่กำหนดคือ ประกอบอาชีพทางด้าน การออกแบบแฟชั่นที่มีประสบการณ์ 5 ปีขึ้นไป

2.3 ขั้นตอนที่ 3 (Development: D1) การดำเนินการตัดเย็บต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง

2.4 ขั้นตอนที่ 4 (Development: D2) การประเมินและปรับปรุงรูปแบบการออกแบบและตัดเย็บผลิตภัณฑ์กระเป๋า โดยสำรวจความพึงพอใจ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีความสนใจหรือซื้อกระเป๋าผ้าปักชาติพันธุ์ม้งในจังหวัดเชียงราย จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะการใช้ชีวิตที่ชอบความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร ชอบความแปลกใหม่ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย เพื่อรายงานผล และปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์เพื่อเผยแพร่

3. ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ผู้วิจัยได้มีวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

3.1 ผลการศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง

3.1.1 การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปทรงของโคมไหมหรือโคมเพชร

ลักษณะของโคมไหหรือโคมเพชร ตัวโคมมีลักษณะเป็นคล้ายไห หรือเรียกว่า โคมเพชร เนื่องจาก ด้านบนหรือปากโคมกว้างกว่าส่วนล่างหรือก้นโคม ด้านบนหักเป็นมุมหกเหลี่ยม ด้านล่างหรือส่วนก้นหักเป็น มุมสี่เหลี่ยม ด้านบนสุดทำเป็นรูปสามเหลี่ยมเป็นหูโคม ตัวโครงโคมทำจากไม้ไผ่กว้างประมาณ 0.5 - 1 เซนติเมตร หนาประมาณ 2 - 4 มิลลิเมตร ประดับตกแต่งด้วยกระดาษสาหรือผ้า และลวดลายพื้นเมืองล้านนา แต่งหางโคมให้งดงามด้วยการตัดกระดาษหรือผ้าเป็นลวดลาย ปัจจุบันมีการนำรูปแบบของโคมไหโคมเพชร มา ทำเป็นโคมไฟประดับบ้านโดยใช้วัสดุผ้าห่มตัวโครง จึงนำโครงสร้างของโคมไหหรือโคมเพชรมาประยุกต์ในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ดังภาพที่ 1



(ก)



(ข)

ภาพที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบที่ 1 (ก) โคมไหหรือโคมเพชร และ (ข) การออกแบบ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปทรงของโคมไหหรือโคมเพชร

3.1.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปทรงของโคมรังมดส้มหรือโคมเสมาธรรมจักร

ลักษณะของโคมรังมดส้มหรือโคมเสมาธรรมจักร มีรูปทรงที่เหมือนรังมดส้มหรือรังมดแดง และรูปทรง เป็นแปดเหลี่ยม จึงเรียกว่า ธรรมจักร โคมรังมดส้มนี้ ใช้ไม้ไผ่เหลาให้เป็นเส้น กว้างประมาณ 0.5 - 1 เซนติเมตร หนาประมาณ 2 - 4 มิลลิเมตร นำมาหักเป็นเหลี่ยม 8 เหลี่ยมหรือตามต้องการ นำมาผูกด้วยด้าย หรือติดกาวยึดให้แน่น เมื่อยึดโครงเสร็จแล้ว นำไม้ไผ่ที่เตรียมไว้มาหักมุมเพื่อทำหูโคมเป็นรูปสามเหลี่ยม นำมาติด กระดาษหรือผ้ารอบโครง ปล่อยให้ส่วนบนไว้เพื่อเป็นช่องใส่ผางประทีป จึงนำโครงสร้างของโคมรังมดส้มหรือโคม เสมาธรรมจักรมาประยุกต์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ดังภาพที่ 2



(ก)



(ข)

ภาพที่ 2 การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสองแบบที่ 2 (ก) โคมรังมดส้มหรือโคมเสมาธรรมจักร และ (ข) การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่งที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปทรงของโคมรังมดส้มหรือโคมเสมาธรรมจักร

3.1.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปทรงของ โคมจิบหรือโคมดั่ง

ลักษณะของโคมจิบหรือโคมดั่ง มีขั้นตอนสำคัญที่สุดคือ การอัดกระดาษหรือจิบกระดาษให้เป็นคลื่นขนาดเล็ก โดยเริ่มจากการพับกระดาษไปมาคล้ายกับพัด และนำมาใส่ในเครื่องมือจิบกระดาษที่ทำจากไม้ และใช้เหล็กปลายแหลมอัดให้เป็นรอยพับ แล้วนำมาติดกับกระดาษแข็งที่ตัดเป็นโครงสร้างสำหรับโคมแต่ละรูปแบบตามต้องการ จึงนำโครงสร้างของโคมจิบหรือ โคมดั่งมาประยุกต์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่งจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ดังภาพที่ 3



(ก)



(ข)

ภาพที่ 3 การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสองแบบที่ 3 (ก) โคมจิบหรือโคมดั่ง และ (ข) การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่งที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปทรงของโคมจิบหรือโคมดั่ง

3.1.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปทรงของโคมแป้นหรือโคมจ้อ

ลักษณะของโคมแป้นหรือโคมจ้อ เป็นโคมที่รูปทรงวงกลม ความหนาประมาณ 2 - 3 นิ้ว ใช้ไม้ไผ่ขัดเป็นวงกลม เพื่อให้ได้รูปทรง ใช้ไม้ไผ่ติดตามแนวขวางเว้นช่องด้านบนเพื่อใส่ผางประทีป ติดกระดาษหรือผ้าตามรูปทรงของไม้ไผ่ นิยมตกแต่งลวดลายด้วยปักนักษัตร จึงนำโครงสร้างของโคมแป้นหรือโคมจ้อมาประยุกต์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ดังภาพที่ 4



(ก)



(ข)

ภาพที่ 4 การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบที่ 4 (ก) โคมแป้นหรือโคมจ้อ [7] และ (ข) การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปทรงของโคมแป้นหรือโคมจ้อ



(ก)



(ข)

ภาพที่ 5 การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบที่ 5 (ก) โคมญี่ปุ่นหรือโคมหย้อ และ (ข) การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปทรงของโคมญี่ปุ่นหรือโคมหย้อ

3.1.5 การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปทรงของโคมญี่ปุ่นหรือโคมหย้อ

ลักษณะของโคมญี่ปุ่นหรือโคมหย้อ เป็นโคมที่ทำเลียนแบบญี่ปุ่น จึงเรียกว่าโคมญี่ปุ่น พับเก็บได้ตามรอยพับ ในท้องถิ่นภาคเหนือตอนบนเรียกโคมชนิดนี้ว่า โคมหย้อ คำว่า หย้อ แปลว่า ทำให้เล็กลง ตัวโคมทำจากกระดาษโคมล้านนาซึ่งมีความมัน เหนียวและสีสดใส การทำมีแม่พิมพ์เป็นแบบหลากหลายตามต้องการ และราคาค่อนข้างจะถูกกว่าโคมทั่วไป จึงนำโครงสร้างของโคมญี่ปุ่นหรือโคมหย้อมาประยุกต์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ดังภาพที่ 5

3.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง

จากการศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง วิเคราะห์และเลือกแบบ จำนวน 5 แบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 7 ท่าน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความเห็นของการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง

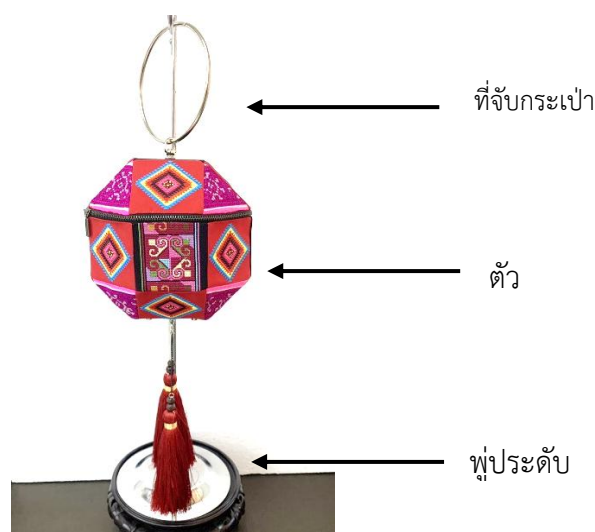
ลำดับที่	แบบที่ 1		แบบที่ 2		แบบที่ 3		แบบที่ 4		แบบที่ 5	
	ผ่าน	ไม่ผ่าน	ผ่าน	ไม่ผ่าน	ผ่าน	ไม่ผ่าน	ผ่าน	ไม่ผ่าน	ผ่าน	ไม่ผ่าน
1	-	✓	✓	-	✓	-	✓	-	-	✓
2	✓	-		✓	-	✓	-	✓	-	✓
3	✓	-	✓	-	-	✓	-	✓	✓	-
4	-	✓	✓	-	✓	-	-	✓	✓	-
5	✓	-	✓	-	-	✓	-	✓	-	✓
6	-	✓		✓	✓		✓		-	✓
7	✓	-	✓	-	-	✓	-	✓	✓	-
ร้อยละ	57.1		71.4		42.8		28.5		42.8	

จากตารางที่ 1 การประเมินความเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง แบบที่ได้รับความนิยมสูงสุดสามารถนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าได้ ได้แก่ แบบที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 71.4 และแบบที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุด ได้แก่ แบบที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 28.5 สอดคล้องกับ [8] รูปแบบกระเป๋าจากผ้านำไปเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง โดยการวิเคราะห์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบด้านลวดลาย ด้านสี และด้านขนาดของกระเป๋า ซึ่งนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้าน [8]

3.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง

ต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง ดังภาพที่ 6 ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ตัดเย็บจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง โดยนำมาตัดเย็บกระเป๋ารูปทรงของโคมล้านนา แบบที่ 2 รูปทรงของโคมรังมดส้มหรือโคมเสมาธรรมจักร โดยประเมินความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 7 ท่าน เพื่อทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดเชียงราย มีส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบดังนี้

- 1) ที่จับกระเป๋าผลิตด้วยหมุดกระเป๋ารูปแบบหมุนได้ คล้องกับห่วงโลหะรูปทรงวงกลมเส้นผ่าศูนย์กลางมีขนาด 15 เซนติเมตร
- 2) ตัวกระเป๋า ตัดเย็บด้วยผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง โดยมีการประกอบชิ้นส่วนแบบตัดสี่เหลี่ยมขนาด 7X7 เซนติเมตร จำนวน 18 ชิ้น และชิ้นส่วนแบบตัดสามเหลี่ยมขนาด 7X8 เซนติเมตร จำนวน 8 ชิ้น
- 3) พู่ประดับกระเป๋า ที่ประดิษฐ์ด้วยพู่ไหมอิตาลี ขนาด 7 เซนติเมตร และลูกปัดไม้ สายพู่ทำด้วยโซ่โลหะ ตัวพู่สามารถถอดประกอบได้



ภาพที่ 6 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง

3.4 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการออกแบบและตัดเย็บผลิตภัณฑ์กระเป๋า รูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแสดงการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ เพื่อนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางและบรรยายประกอบ

ขั้นตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการออกแบบและตัดเย็บผลิตภัณฑ์กระเป๋า
รูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง จำนวน 1 รูปแบบ

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 100 คน พบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาอายุ 50
ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาอายุ 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 22 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด
อายุ 20 – 29 ปี ตามลำดับ อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 56
รองลงมาพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 32 และน้อยที่สุดคืออาชีพ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 12
ตามลำดับ ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71 รองลงมา
ระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11 และน้อยที่สุดระดับ
ต่ำกว่าระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด มีรายได้สูงกว่า
15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมามีรายได้ 10,000 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29 และน้อยที่สุดมี
รายได้ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการออกแบบและ
ตัดเย็บผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ
อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.38 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านแนวคิดของผลิตภัณฑ์ การออกแบบแสดง
ถึงความคิดสร้างสรรค์และแปลกใหม่ ลวดลายที่ใช้มีความเหมาะสมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบมี
ความเชื่อมโยงกับความเป็นไทย การออกแบบสื่อความหมายชัดเจนสอดคล้องกับแนวคิด ค่าเฉลี่ย 4.56 4.44
4.33 และ 4.22 ตามลำดับ ด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ การออกแบบและลวดลายมีความสวยงาม รูปแบบ
กระเป๋ามีความแปลกใหม่และทันสมัย มีความละเอียดประณีตในการตัดเย็บ ความเหมาะสมของโทนสีที่ใช้
ค่าเฉลี่ย 4.73 4.70 4.49 และ 4.47 ตามลำดับ ด้านประโยชน์การใช้งานผลิตภัณฑ์ สามารถนำไปต่อยอดทาง
ธุรกิจได้ ง่ายต่อการดูแลรักษาและการทำความสะอาด กระเป๋ามีความแข็งแรง ใช้งานได้จริง รูปแบบกระเป๋า
เหมาะสมกับการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.67 4.47 4.41 และ 4.30 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ [9] การทำให้สินค้า
เกิดความโดดเด่นด้านลวดลายเดิมที่ได้รับการอนุรักษ์มาประยุกต์ในรูปแบบใหม่ สร้างความหลากหลายให้ผู้
ผู้บริโภคทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น และมีผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคใน
ปัจจุบันที่มีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการประเมิน	จำนวน (n=100)	ร้อยละ
1. อายุ		
20 – 29 ปี	19	19.0
30 – 39 ปี	22	22.0
40 – 49 ปี	34	34.0
50 ปี – ขึ้นไป	25	25.0
รวม	100	100.0
2. อาชีพ		
รับราชการ	56	56.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32	32.0
ธุรกิจส่วนตัว	12	12.0
อื่น ๆ	0	0.0
รวม	100	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าอนุปริญญา	4	4.0
อนุปริญญา	14	14.0
ปริญญาตรี	71	71.0
สูงกว่าปริญญาตรี	11	11.0
รวม	100	100.0
4. รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	0	0.0
5,001 – 10,000 บาท	8	8.0
10,000 – 15,000 บาท	29	29.0
สูงกว่า 15,000 บาท	63	63.0
รวม	100	100.0

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการออกแบบและตัดเย็บผลิตภัณฑ์ กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
1. ด้านแนวคิดของผลิตภัณฑ์			
การออกแบบสื่อความหมายชัดเจนสอดคล้องกับแนวคิด	4.22	0.67	มาก
การออกแบบแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์และแปลกใหม่	4.56	0.53	มากที่สุด
ลวดลายที่ใช้มีความเหมาะสมในการออกแบบผลิตภัณฑ์	4.44	0.73	มาก
การออกแบบมีความเชื่อมโยงกับความเป็นไทย	4.33	0.50	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.39	0.60	มาก
2. ด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์			
รูปแบบกระเป๋ามีความแปลกใหม่และทันสมัย	4.70	0.46	มากที่สุด
การออกแบบและลวดลายมีความสวยงาม	4.73	0.51	มากที่สุด
มีความละเอียดประณีตในการตัดเย็บ	4.49	0.62	มาก
ความเหมาะสมของโทนสีที่ใช้	4.47	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.60	0.59	มากที่สุด
3. ด้านประโยชน์การใช้งานผลิตภัณฑ์			
รูปแบบกระเป๋าเหมาะสมกับการใช้งาน	4.30	0.64	มาก
กระเป๋ามีความแข็งแรง ใช้งานได้จริง	4.41	0.47	มาก
ง่ายต่อการดูแลรักษาและการทำความสะอาด	4.47	0.76	มาก
สามารถนำไปต่อยอดทางธุรกิจได้	4.67	0.54	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.46	0.60	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.38	0.60	มาก

4. สรุปผลการวิจัย

บทความเรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปทรงโคมล้านนาจากผ้าปักชาติพันธุ์ม้ง” มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบกระเป๋าที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโคมล้านนาโดยใช้ผ้าปักของชาติพันธุ์ม้งและศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ โดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D) 4 ขั้นตอน ได้แก่ การศึกษาและออกแบบ การคัดเลือกต้นแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ การตัดเย็บต้นแบบ และการประเมินความพึงพอใจของ

กลุ่มตัวอย่าง 100 คนในจังหวัดเชียงราย ซึ่งผลการศึกษาพบว่ากระเป๋ารูปทรงโคมรังมดส้มหรือโคมเสมาธรรมจักร ได้รับการคัดเลือกเป็นแบบต้นแบบ และได้รับระดับความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านความสวยงาม ความคิดสร้างสรรค์ และการใช้งานจริงซึ่งสามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่เพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจให้แก่ท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- [1] ชมจันทร์ ดาวเดือน. (2558). การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีจากผ้าทอโบราณบ้านผาทั้งจังหวัดอุทัยธานี. วารสารวิชาการ AJNU ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. 6 (1), 121-133.
- [2] พิมพ์พรรณ ธนเศรษฐ (2558). โครงการธุรกิจออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [3] ญาตาวีมินทร์ พีชทองกลาง และประทีป พีชทองกลาง. (2560). โคมล้านนา : รูปแบบการผลิตแบบดั้งเดิมและประยุกต์สมัยใหม่เชิงพาณิชย์. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 43 (2), 187-216.
- [4] อานนท์ พรหม. (2555). การศึกษาโคมผัดล้านนาสู่การออกแบบศูนย์นาฏกรรมแสงเงาร่วมสมัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [5] สไบพิพย์ ตั้งใจ. (2558). การจัดการอนุรักษ์และสืบสานศิลปะผ้าปักของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง บ้านผานกกก ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
- [6] ทองเจือ เขียดทอง. (2558). ผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้ง : การออกแบบเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์. 2 (1), 55-79.
- [7] ธาปกรณณ์ เครือระยา. (2548). รูปแบบโคมกระดาดในวัฒนธรรมล้านนา. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [8] ธวัชชัย แสงน้ำเพชร และวันดี มาตสภิตย์. (2551). การออกแบบและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าไหมสุรินทร์ภายใต้โครงการการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าไหมสุรินทร์ ด้วยภูมิปัญญาพื้นบ้าน สู่ความเป็นสากล. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- [9] เกษม มานะรุ่งวิทย์ และกรชนก บุญทร. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า บ้านมาบหม้อ จังหวัดชลบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. 4 (3), 22-35.