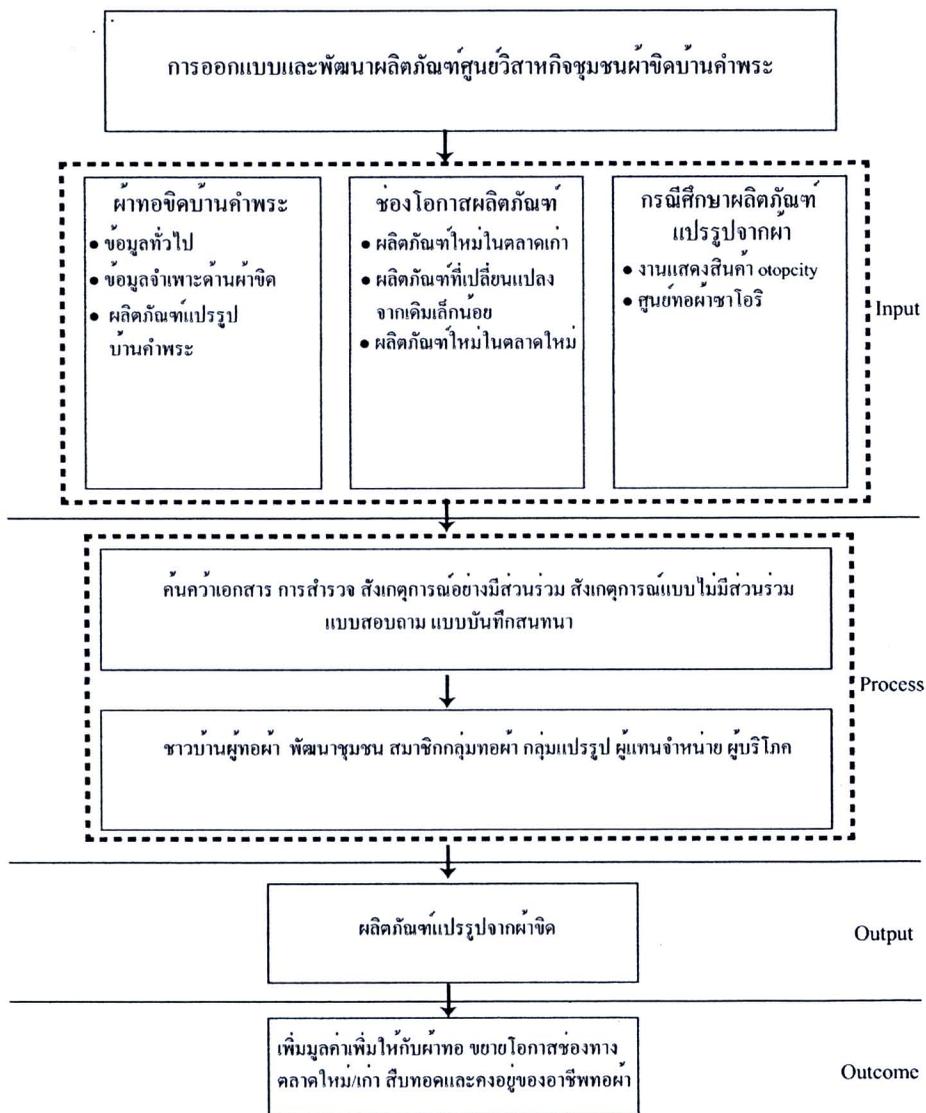


บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

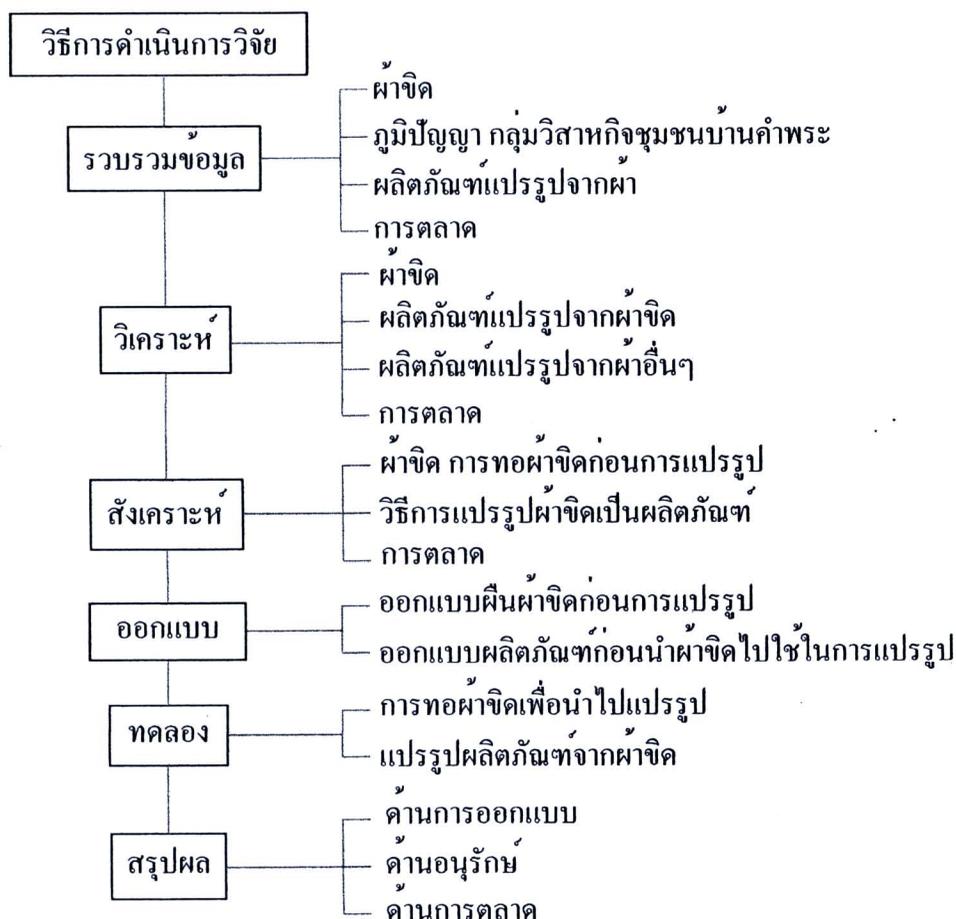
การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ศูนย์วิสาหกิจชุมชนผ้าชิตบ้านคำพระ อำเภอหัวตะพาน จังหวัดอำนาจเจริญ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีผู้วิจัยที่ทำหน้าที่เป็นนักออกแบบ ภายใต้ศักยภาพการผลิตและคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาในการย้อมสีธรรมชาติและการทอผ้าชิตของชาวบ้านในชุมชนบ้านคำพระ และสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเอง โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 กำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวความคิดในการวิจัยได้นำมาออกแบบวิธีการดำเนินการวิจัยเพื่อให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ โดยมีขอบเขตและการลำดับขั้นในการดำเนินการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงวิธีการดำเนินการวิจัย

3.2 วิธีการในการรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน

วิธีการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ ด้วยวิธีการและที่มาดังนี้

3.2.1 ความเป็นมาของผ้ามัด

1) โดยได้จากหนังสือและวารสารที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับผ้าทอ โดยเนื้อหาจะอธิบายผ้าทอแต่ละประเภท และมีผ้าทอลายมัดประกอบอยู่ภายใน

2) ศึกษาจากอินเทอร์เน็ต

3) ศึกษาจากการลงพื้นที่จริง โดยได้ทำการศึกษาจากชุมชนทอผ้ามัดในอีสานที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน เช่น อำเภอศรีฐาน จังหวัดยโสธร อำเภอกำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์

อำเภอนาคู จังหวัดอำนาจเจริญ

3.2.2 การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอได้ทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าในอินเทอร์เน็ต นิตยสารวารสารการออกแบบ
- 2) จากกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าชนิดในชุมชนบ้านคำพระ
- 3) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าในร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้า ห้างสรรพสินค้า
- 4) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าในอินเทอร์เน็ต นิตยสารวารสารการออกแบบ
- 5) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าในงานโอท็อป (Otop) City วันที่ 14-21 ธันวาคม

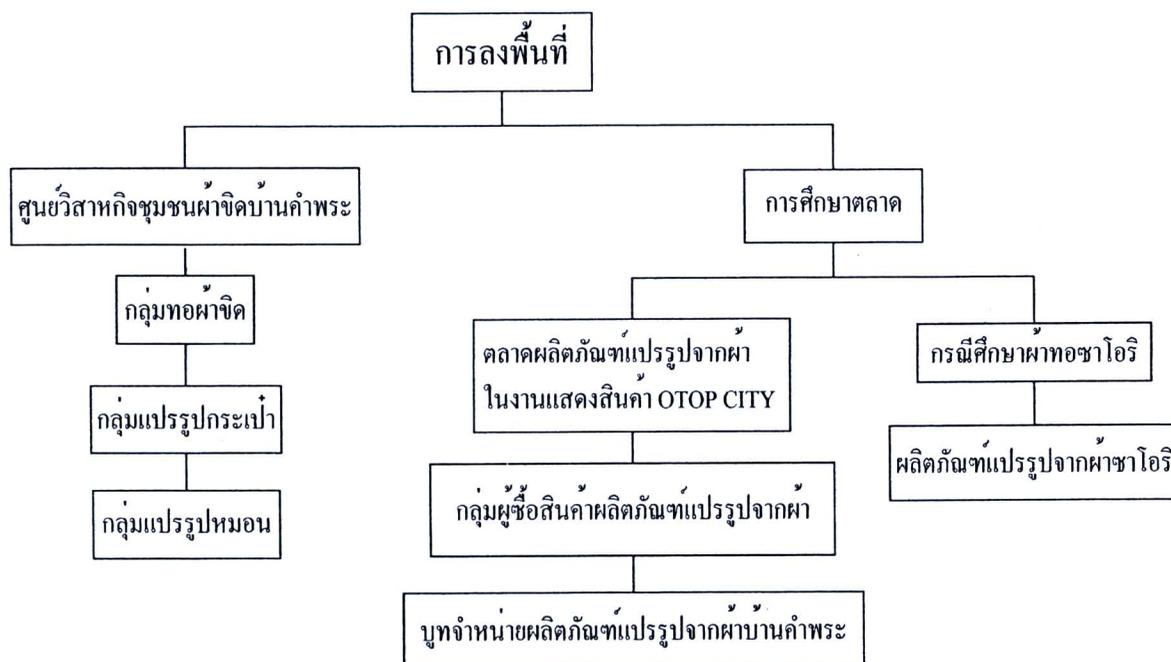
2550 ณ อาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร

- 6) ตัวอย่างการทอและการแปรรูปผ้าทอซาโอริ อ.ตะกั่วป่า จ.พังงา
- 7) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอที่ศูนย์พัฒนารักษ์ อ. โขงเจียม จ.อุบลราชธานี

3.2.3 การตลาด

- 1) ศึกษากระแสนิยมในปัจจุบันจากการศึกษาภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าในอินเทอร์เน็ต นิตยสารวารสารด้านแฟชั่นในปัจจุบันและรูปแบบในอนาคต
- 2) การสังเกตการณ์กับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผ้า จากการสังเกตในงานแสดงสินค้า ร้ายจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทั้งในห้างสรรพสินค้าและร้านโอท็อปในแต่ละจังหวัด

3.3 การลงพื้นที่



แผนภาพที่ 4 แสดงการลงพื้นที่สำรวจข้อมูล

3.3.1 การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลได้แยกประเด็นการเก็บข้อมูลด้วยการลงพื้นที่ได้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลดังนี้

- 1) จาการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง
- 2) การสังเกตการณ์

โดยได้ทำการสัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด 20 คน เป็นตัวแทนกลุ่มทอผ้าและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ ณ บ้านคำพระตำบลหัวตะพาน อำเภอหัวตะพาน จังหวัดอำนาจเจริญ ดังนี้

- (1) กลุ่มทอผ้าซิดเมตร สัมภาษณ์แม่หนูจร บัวหล้า ผู้เชี่ยวชาญทอผ้าซิด



ภาพที่ 15 สัมภาษณ์แม่หนูจร บัวหล้า ตัวแทนผู้ทอผ้าซิด

- (2) กลุ่มทอตุ่งซิด สัมภาษณ์นางปราณี จารุจิตร ผู้เชี่ยวชาญการทอผ้าซิดตุ่ง

(3) กลุ่มทอผ้าซิดคลุมไหล่ ผ้าพันคอ สัมภาษณ์นางวาสนา สาสาร ผู้เชี่ยวชาญการทอผ้าซิดคลุมไหล่ ผ้าพันคอ

(4) กลุ่มแปรรูปกระเป๋าจากผ้า สัมภาษณ์คุณแม่สมจิตร ประธานกลุ่มแปรรูปกระเป๋าผ้าซิด



ภาพที่ 16 สัมภาษณ์การทำต้นแบบกระเป๋า คุณแม่สมจิตรประธานกลุ่มแปรรูปกระเป๋าผ้าซิด

(5) กลุ่มแปรรูปหมอน สัมภาษณ์ นางทรงสร บุญมา หัวหน้ากลุ่มแปรรูป

หมอนชนิด



ภาพที่ 17 สัมภาษณ์ข้อมูลการทำหมอนจาก นางทรงสร บุญมา

3.4 การลงพื้นที่เพื่อศึกษาตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า

เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าจิด ให้ตอบสนองต่อกลุ่มตลาดใหม่ และผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดเดิม โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้า และผู้ซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า รวมทั้งการสังเกตการณ์กับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผ้า จากกรณีศึกษาที่ได้ลงไปเก็บข้อมูลดังนี้

3.4.1 ตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า ในงานแสดงสินค้า OTOPI CITY ครั้งที่ 5 ผลิตภัณฑ์แห่งภูมิปัญญา 80 พรรษา เทิดไท้องค์ราชัน ในวันที่ 14-21 ธันวาคม 2550 อาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร



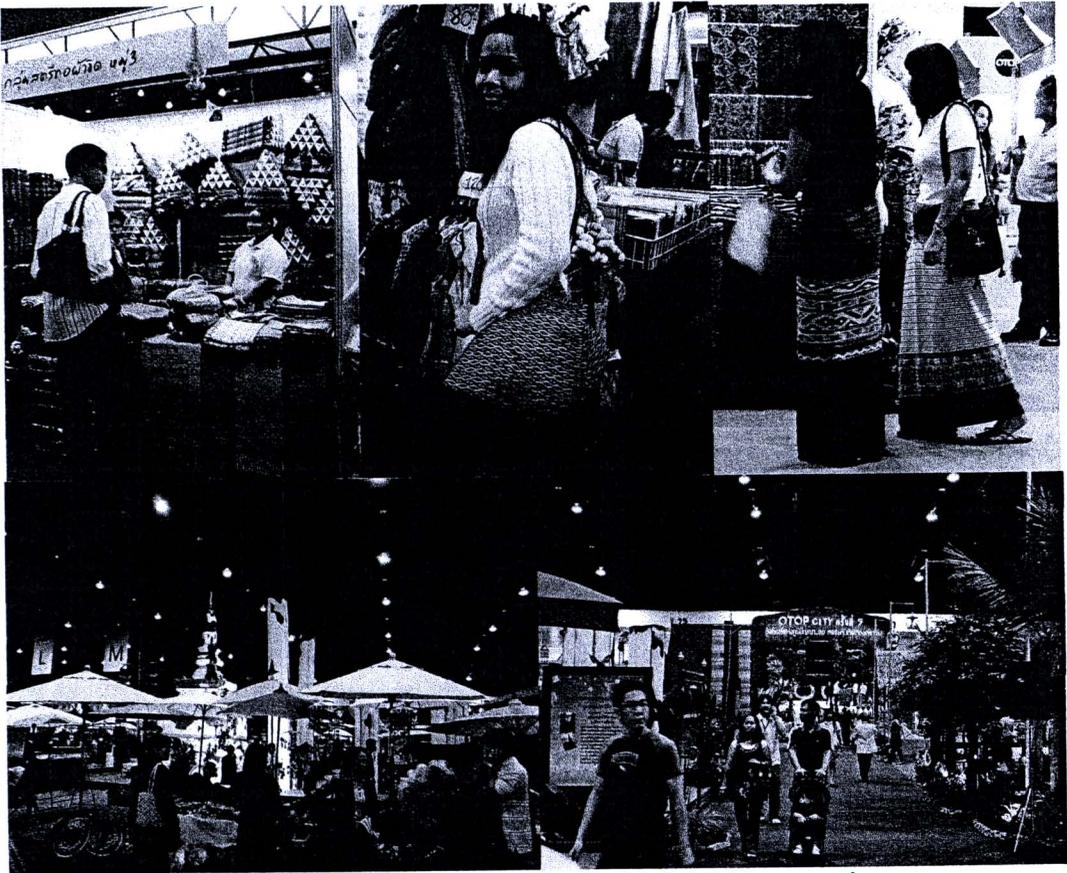
ภาพที่ 18 งานแสดงสินค้า OTOPI CITY ครั้งที่ 5 อาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 19 ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าในงานแสดงสินค้า OTOP CITY ครั้งที่ 5 อาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร

จากการลงพื้นที่ เพื่อศึกษาตลาดผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอมือ พบว่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าส่วนใหญ่ เป็นของใช้ในบ้าน กระเป๋า และเสื้อผ้า ซึ่งง่ายต่อการขายและการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจะเป็นผลิตภัณฑ์จากภาคเหนือที่มีรูปแบบการสื่อความหมายที่ชัดเจน ง่ายต่อการจดจำและมีเอกลักษณ์ที่เด่นชัด ผลิตภัณฑ์ผ้าส่วนใหญ่จะข้อมีธรรมชาติ ลวดลายบนผลิตภัณฑ์นั้นใช้น้อยแต่เป็นจุดเด่นและสวยงาม

3.4.2 กลุ่มผู้ซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า การสังเกตการณ์กับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผ้า และผู้ซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า ในงานแสดงสินค้า OTOP CITY ครั้งที่ 5 อาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 20 กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าในงานแสดงสินค้า OTOP CITY ครั้งที่ 5 อาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร

จากการลงพื้นที่เพื่อศึกษาสังเกตการณ์กลุ่มผู้ซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า มีกลุ่มผู้นิยมผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าจำนวนไม่มาก โดยพบเห็นวัยกลางคน วัยทำงานเป็นส่วนใหญ่โดยที่เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า ต่างแสดงตัวตนในการเป็นผู้นิยมผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า โดยการสวมใส่ เครื่องแต่งกายที่มีกลิ่นอาย ของการเป็นผู้อนุรักษ์นิยมแต่ยังคงความร่วมสมัยให้เห็นในงานจำนวนมาก



3.4.3 บูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าบ้านคำพระได้เข้าร่วมการจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้า OTOP CITY ครั้งที่ 5 อาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 21 บูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า บ้านคำพระในงานแสดงสินค้า OTOP CITY ครั้งที่ 5 อาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร

จากการสังเกตการณ์ในงานแสดงสินค้า OTOP CITY ครั้งที่ 5 นี้พบว่าบูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าบ้านคำพระ ได้รับความสนใจจากคนที่เข้าร่วมงานน้อยมาก จากการสังเกตพบว่า ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปหมอน กระเป๋าที่ล้วนแล้วแต่ใช้ผ้าโรงงานและไม่มีเอกลักษณ์ของลายที่ชัดเจน ทำให้ไม่เป็นที่สนใจ แตกต่างจากร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าของกลุ่มอื่นๆ ที่ใช้ผ้าทอมือ ใช้ผ้าย้อมสีธรรมชาติ ย้อมคราม หรือเอาเอกลักษณ์อื่นๆ มาสร้างความแตกต่างเฉพาะให้กับกลุ่ม

3.4.4 กรณีศึกษาผ้าทอซาโอริ เนื่องจากในงาน OTOP CITY ได้สังเกตกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าในกลุ่มวัยกลางคน วัยทำงาน นิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปที่หลากหลาย จึงได้ไปลงพื้นที่ศึกษาการทอและการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอซาโอริที่ อำเภอดงขี้เหล็ก จ.พังงา ศิลปะการทอผ้าแบบซาโอริเป็นการทอผ้ารูปแบบใหม่ของชาวญี่ปุ่น ที่สะท้อนให้เห็นแนวคิด “แนวคิดความเป็นอิสระ” เพราะผู้ทอผ้าทุกคนสามารถเป็นศิลปินที่มีเสรีในการแสดงออกได้อย่างแท้จริงตามบุคลิกลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล โดยไม่จำกัดเพศและการศึกษา การทอผ้าซาโอริ จึงเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับทุกคน แม้กระทั่งผู้พิการที่บกพร่องทางด้านสติปัญญา ก็สามารถ

สร้างสรรค์ผลงานด้วยจินตนาการออกมาจากใจอย่างอิสระ โดยไม่ต้องคำนึงถึงรูปแบบใดๆ ในด้านของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าของซาโอรินั้น เป็นตัวอย่างที่ดีของการนำผ้าทอมือไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างหลากหลาย แม้ว่าผ้าทอจะไม่ใช้การย้อมสีธรรมชาติ หรือการทอเองก็ไม่มีกระบวนการที่ยุ่งยากแต่สิ่งที่น่าสนใจมาเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ คือความหลากหลายของรูปแบบและความอิสระของลายผ้าที่จะมีโอกาสซ้ำกันได้น้อยมาก เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดเรื่องลวดลายนั่นเอง



ภาพที่ 22 ศึกษาแนวคิดและกระบวนการทอผ้าซาโอริที่

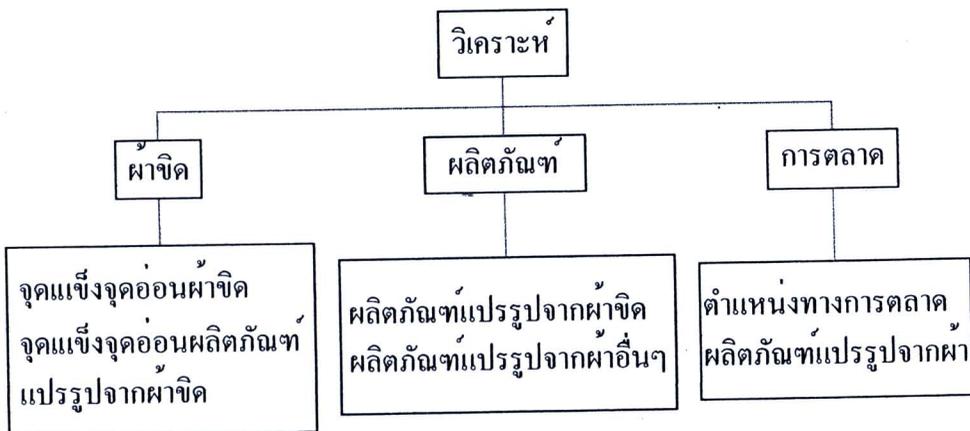
ผ้าซาโอริสามารถนำไปแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายรูปแบบเช่น เสื้อยืดปักลายผ้าทอซาโอริ กระเป๋าสะพาย ข่าม กระเป๋าถือ กระเป๋าใส่เครื่องสำอาง กระเป๋าใส่ปากกาดินสอ กระเป๋าใส่เศษสตางค์ กระเป๋าใส่พาสปอร์ต กระเป๋าธนบัตร ที่ใส่โทรศัพท์มือถือ ที่คั่นหนังสือ พวงกุญแจ ที่รองแก้ว เข็มขัด พัดและซองใส่พัด กระเป่ารูด ซองใส่แว่นตา ซองใส่กระดาษทิชชู ก่องใส่กระดาษทิชชู เป็นต้น ผ้าทอซาโอริสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอซาโอริจึงมีความโดดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัว



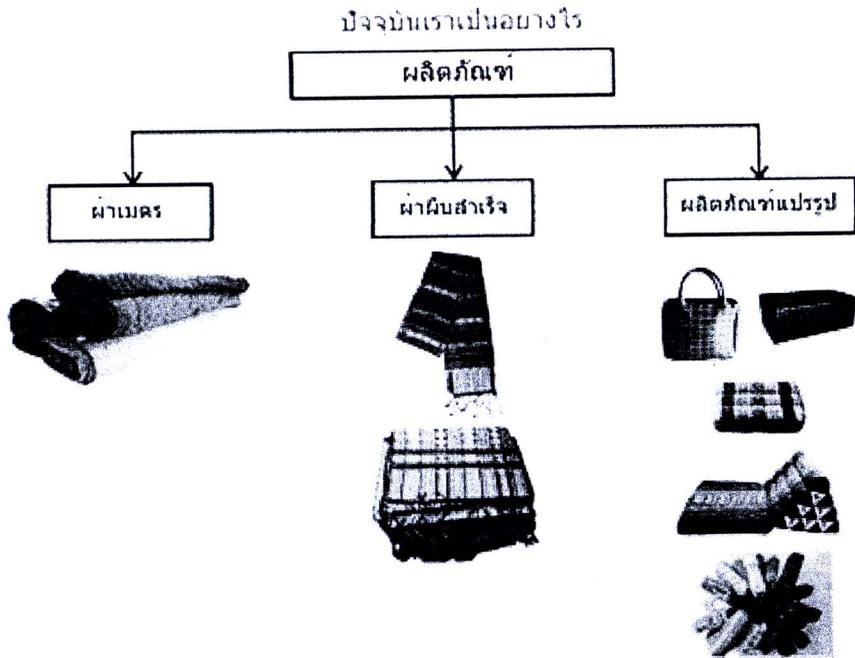
ภาพที่ 23 ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอซาโอริ

3.5 การวิเคราะห์

จากการศึกษารวบรวมข้อมูล และการลงพื้นที่ สามารถนำข้อมูลต่างๆมาวิเคราะห์ได้
ดังนี้



แผนภาพที่ 5 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิเคราะห์

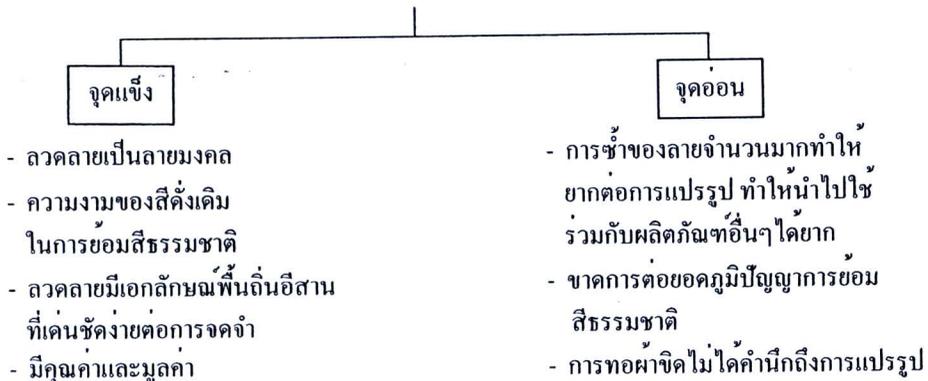
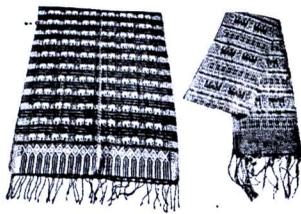


แผนภาพที่ 6 แสดงการจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์บ้านคำพระในปัจจุบัน

3.5.1 การวิเคราะห์ผ้าซิดแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 หัวข้อคือวิเคราะห์ผ้าซิดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าซิด โดยการใช้การเปรียบเทียบจุดแข็งจุดอ่อน

1) การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนผ้าซิดบ้านคำพระ

วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนผ้าซิดบ้านคำพระ



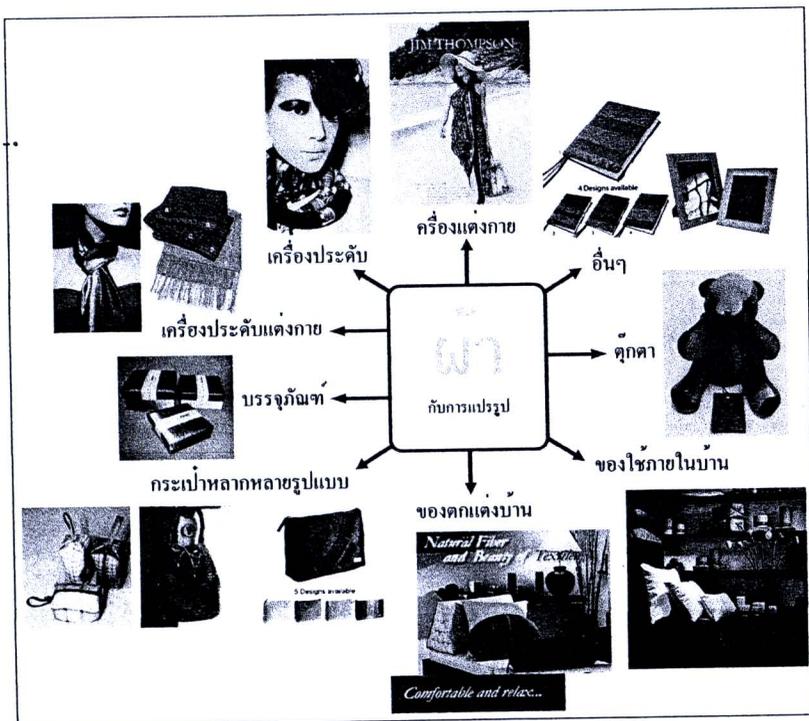
แผนภาพที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบจุดแข็งจุดอ่อนผ้าซิด

2) การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าจิดบ้านคำพระ

วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าจิดบ้านคำพระ

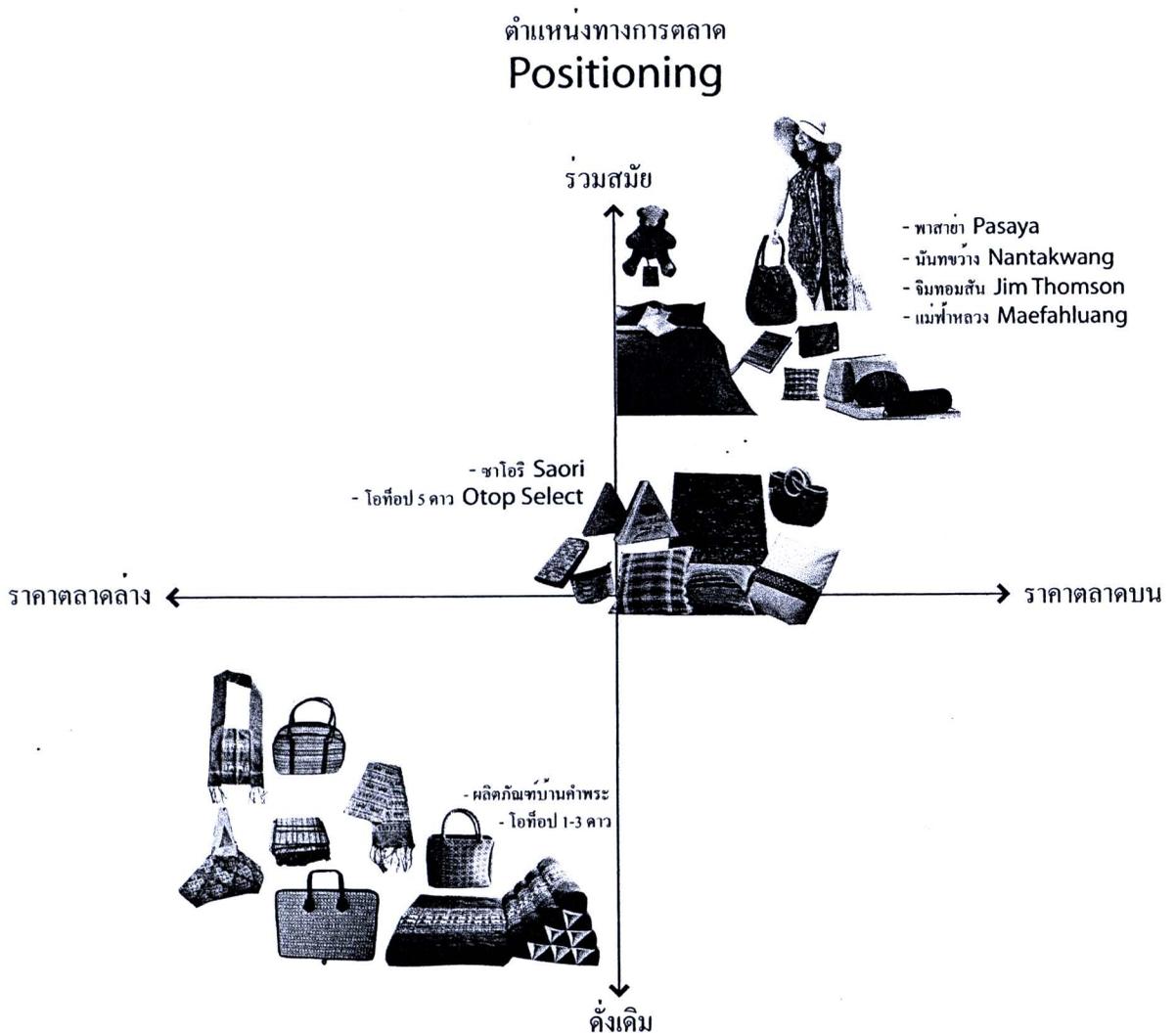


แผนภาพที่ 8 แสดงการเปรียบเทียบจุดแข็งจุดอ่อนผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าจิด



ภาพที่ 24 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าจิดและผ้าอื่นๆ

3.5.2 วิเคราะห์ตลาด จากการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด สามารถนำมาวิเคราะห์ การตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ดังนี้

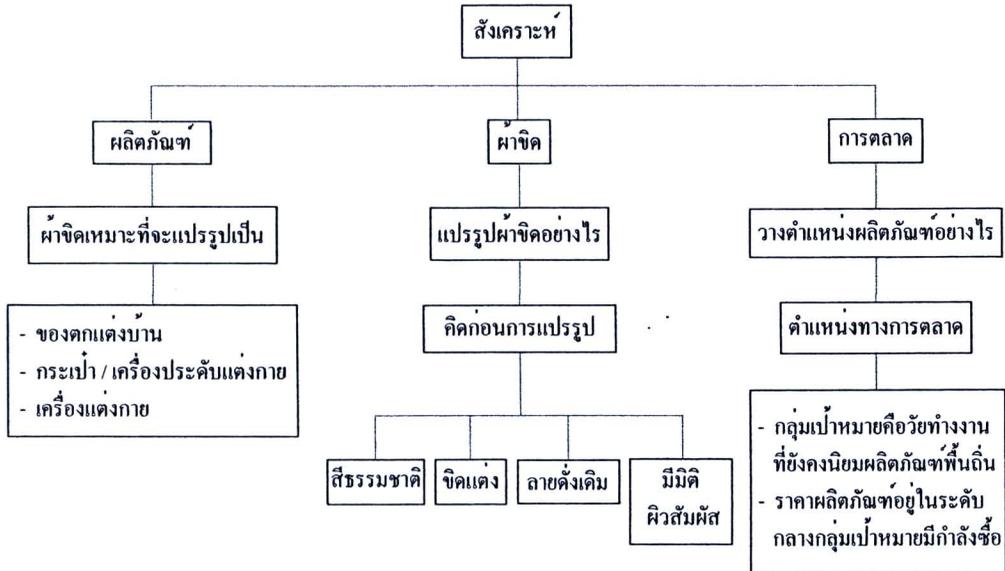


แผนภาพที่ 9 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์บ้านคำพระ

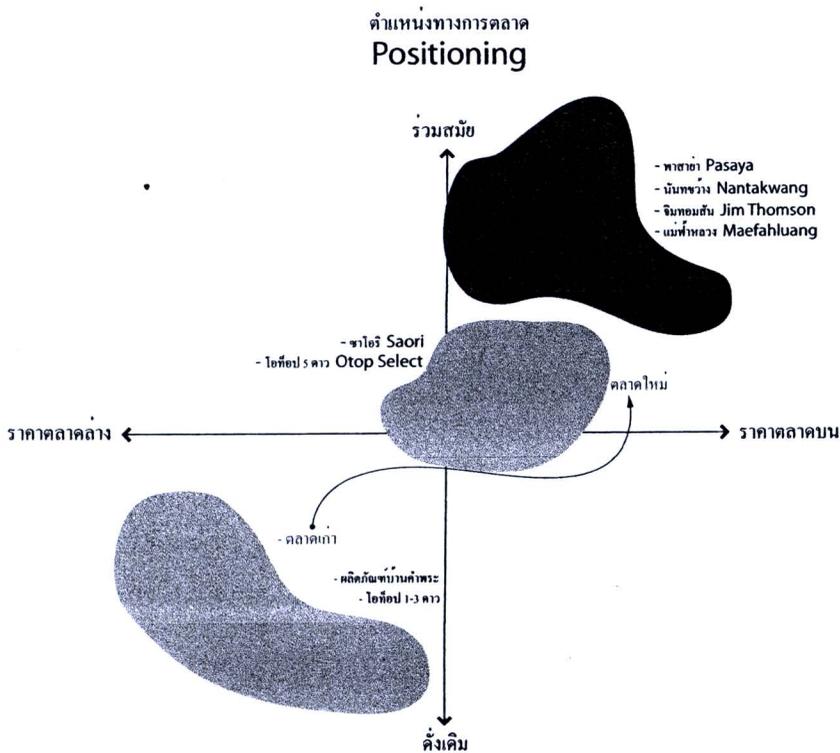
จากการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าในตลาดในปัจจุบันสามารถแบ่งได้ 3 กลุ่มใหญ่โดยใช้กรอบการแบ่งจากรูปแบบและราคาโดยพบว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า 1) ในกลุ่มตลาดราคาถูกจำนวนมากที่แบ่งปันกันเองในกลุ่ม Otop 1-3 ดาว ซึ่งส่วนใหญ่จะยังคงรูปแบบลวดลายสีสันทั้งเดิม ย้อมสีเคมีและจำหน่ายได้ในเฉพาะกลุ่มราคาลด 2) ในกลุ่มตลาดกลางที่สามารถตอบสนองกลุ่มที่มีกำลังซื้อในระดับกลาง เป็นวัยทำงานที่ยังคณิยมผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยแต่ต้องการเอกลักษณ์เฉพาะตัวอยู่บ้าง พบว่าผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ยังไม่มีให้เห็น และตอบสนองให้กับกลุ่มนี้ได้มากนัก ที่พบเห็นได้จากการลงพื้นที่ศึกษาเช่น Otop 5 ดาว ผลิตภัณฑ์ซาโอริ เป็นต้น 3) ในส่วนของตลาดบนราคาสูงจะเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในด้านการ

ออกแบบ การผลิต และการตลาดที่สามารถตอบสนองให้กับกลุ่มนิคมผลิตภัณฑ์จากผ้าร่วมสมัย มี กลิ่น ใจของการอนุรักษ์อยู่บ้างสามารถใช้ในวิถีชีวิตของคนเมืองได้ เป็นผู้มีกำลังซื้อสูง ผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มนี้ได้แก่ Pasaya นันทขั้วาง แม่ฟ้าหลวง จิมทอมสัน เป็นต้น

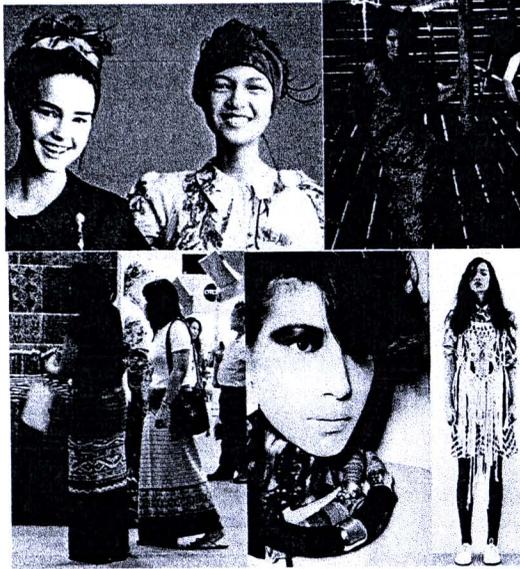
3.6 การสังเคราะห์



แผนภาพที่ 10 กรอบแนวคิดการสังเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์



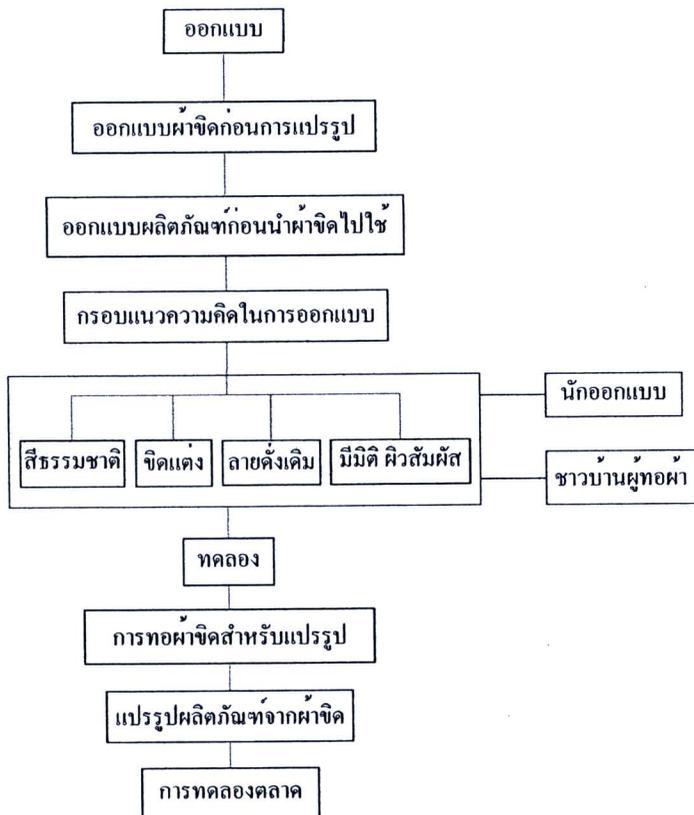
แผนภาพที่ 11 กำหนดตำแหน่งทางการตลาด



ภาพที่ 25 แสดงกลุ่มเป้าหมายในตลาดใหม่

3.7 การออกแบบ

หลังจากได้ทำการศึกษาข้อมูลทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลแล้วนั้นได้มา
กำหนดแนวทางการออกแบบดังนี้



แผนภาพที่ 12 แสดงกรอบแนวความคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 26 นักออกแบบกับชาวบ้านผู้ทอผ้าร่วมกันออกแบบผ้าทอ

3.8 การทดลองแบบมีส่วนร่วมในกระบวนการทอผ้าจิดและการแปรรูปผลิตภัณฑ์

หลังจากการได้กรอบแนวทางการพัฒนาข้างต้นแล้วนั้นได้นำกรอบแนวคิดในการออกแบบมาทำการทดลอง ภายใต้คำถามการทดลองต่างๆ ดังนี้

3.8.1 การทดลองครั้งที่ 1

ตารางที่ 2 การทดลองครั้งที่ 1

คำถามในการทดลอง	จะสามารถทอผ้าจิดสำหรับนำมาใช้ในการตกแต่งเฉพาะจุดได้หรือไม่อย่างไร
ทดลองทอผ้าจิดแต่ง	
กระบวนการทดลองแปรรูปกระเป๋ากิจจากจิดแต่ง	

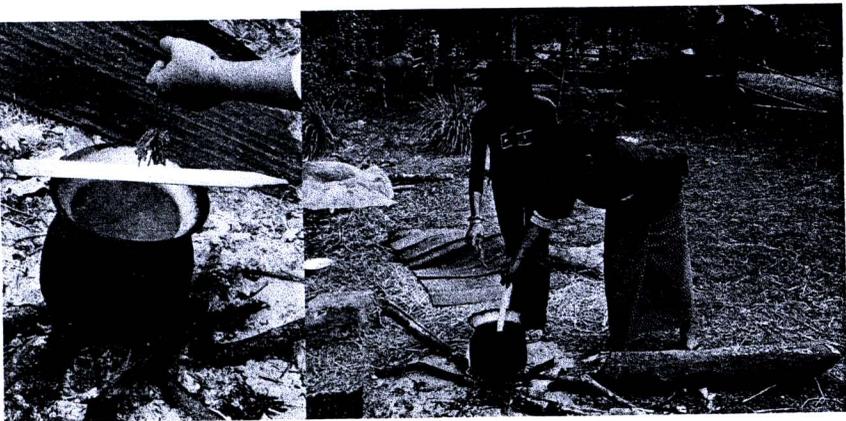
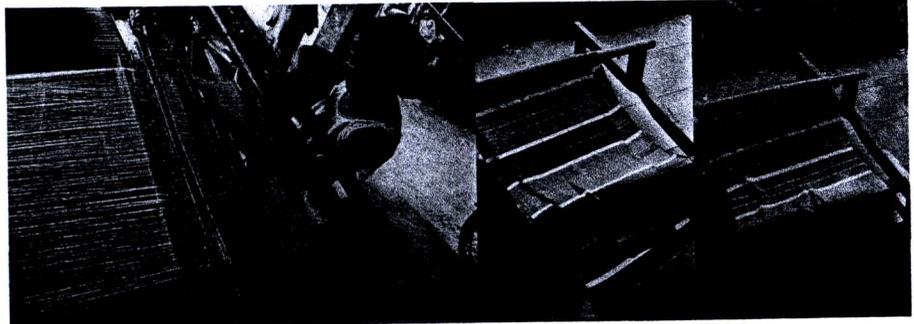


ตารางที่ 2 การทดลองครั้งที่ 1 (ต่อ)

กระบวนการ การทดลอง แปรรูป หมอนจาก จิดแตง	
--	---

3.8.2 การทดลองครั้งที่ 2

ตารางที่ 3 การทดลองครั้งที่ 2

คำถามใน การทดลอง	หากยังคงใช้จังหวัดลพบุรีแบบที่นิยมทำอยู่ในปัจจุบันแต่เปลี่ยนเป็นการกลับไปสู่การย้อมสีธรรมชาติจะทำให้เกิดผลที่แตกต่างในการนำไปแปรรูปหรือไม่อย่างไร
ทดลองย้อม สีธรรมชาติ	ผ้าจิดรูปแบบดั้งเดิมที่ปัจจุบันย้อมสีเคมีแต่นำมาทดลองย้อมสีธรรมชาติ ภายใต้รูปแบบเดิม 
ทดลองทอ รูปแบบเดิม สีธรรมชาติ	

ตารางที่ 3 การทดลองครั้งที่ 2 (ต่อ)

<p>กระบวนการทดลองแปรรูปหมอนจากผ้าทอมือ ย้อมสีธรรมชาติ</p>	
---	---

3.8.3 การทดลองครั้งที่ 3

ตารางที่ 4 การทดลองครั้งที่ 3

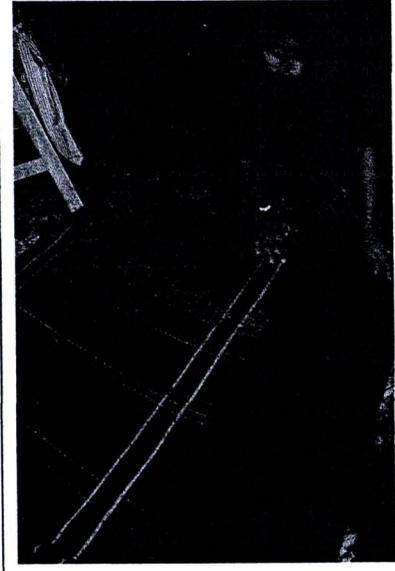
<p>คำถามในการทดลอง</p>	<p>แต่เดิมนิยมทอในส่วนของลายผ้าจิดให้โดดเด่นออกมาจากผิวผ้า ที่บางครั้งทำให้ยากต่อการนำไปใช้ จึงทำให้เกิดแนวคิดแนวทางในการทอส่วนของลายให้กลมกลืนกันไปกับพื้นผ้า หากมองให้ดีๆ แล้วจุดที่ทอจิด ย่อมมีความเด่นชัดด้วยตัวของจิดอยู่แล้ว แต่หากทดลองให้ลายจิดกลมกลืนกันไปกับพื้นผ้าและมีมิติมากขึ้นจะมีลักษณะอย่างไร</p>
<p>ทดลองทอผ้าจิดแบบมีมิติผิวสัมผัส</p>	<p>ลดความโดดเด่นของลายให้ลายจิดกลมกลืนกันทั่วพื้นผ้า โดยการใช้เส้นยืนมั่วเส้นพุ่งมั่วทอลงไปในพื้นผ้ารวมทั้งในช่วงการเก็บลายจิด และเพิ่มมิติให้กับพื้นผ้าโดยใช้ฝ้ายเงินทั้งพื้นและทอขย่มลงไปในตัวจิดเพื่อให้เกิดมิติที่มีผิวสัมผัสและกลมกลืนกันทั้งพื้นผ้า</p> 

ตารางที่ 4 การทดลองครั้งที่ 3 (ต่อ)

<p>การทดลอง นำไปแปร รูปเป็น เครื่องแต่ง กาย</p>	
---	---

3.8.4 การทดลองครั้งที่ 4

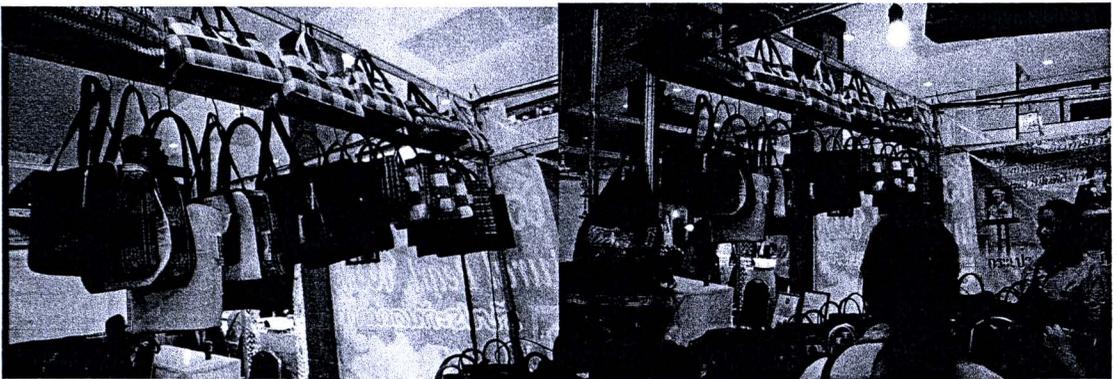
ตารางที่ 5 การทดลองครั้งที่ 4

<p>คำถามใน การทดลอง</p>	<p>ทดลองผ้าจิด โดยคำนึงถึงลายที่จะเกิดขึ้นจากด้านหลังของผ้าจิด ที่ปกติไม่ได้มองเห็นจะมีลักษณะอย่างไร</p>
<p>การทดลอง ทอผ้า</p>	
<p>ทดลองนำมา แปรรูปเป็น เครื่องแต่ง กาย</p>	<p>ทดลองนำมาแปรรูปเป็นเครื่องแต่งกาย โดยทดลองเลือกใช้ทั้งด้านหน้าและด้านหลังของผ้าจิด</p> 

3.9 การทดลองตลาด

การทดลองตลาด จากการศึกษากลุ่มตลาดจากข้อมูลที่กล่าวไปแล้วนี้และได้กำหนดตำแหน่งทางการตลาดไว้ที่กลุ่มตลาดกลางแล้วนั้น เนื่องด้วยกลุ่มสมาชิกแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าบ้านคำพระ ยังคงต้องจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในตลาดเก่าอยู่นั้นทำให้เกิดแนวทางในการทดลองผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ ในกลุ่มตลาดดังต่อไปนี้

3.9.1 ตลาดเดิมกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้ทำการทดลองตลาดเดิมด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ ในการออกบูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปกระเป๋าบ้านคำพระในงาน OTOP เมืองใต้สู่แดนอีสาน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ณ หอประชุมไพโรพะยอม วันที่ 18-26 กุมภาพันธ์ 2552 โดยได้สังเกตการณ์ และสอบถามกลุ่มลูกค้าเดิมกับผลิตภัณฑ์ต้นแบบตัวใหม่



ภาพที่ 27 การทดลองตลาดเดิมด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่

3.9.2 ผลิตภัณฑ์ใหม่ บนตลาดใหม่ จากการกำหนดแนวความคิดในการออกแบบที่กล่าวแล้วข้างต้นนั้น ได้กำหนดตำแหน่งการตลาดที่กลุ่มลูกค้าระดับกลาง ในวัยกลางคน วัยทำงานแล้วนั้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าเดิมในศูนย์ วิสาหกิจชุมชนบ้านคำพระนั้นจะเน้นผลิตภัณฑ์กระเป๋าและหมอนเป็นส่วนใหญ่ การกำหนดผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดใหม่ ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายร่วมสมัย ของระดับคอกแต่งบ้านนั้น ได้นำไปทดลองวางตลาด ในสถานที่จัดจำหน่ายที่แตกต่างออกไปจากร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP โดยทั่วไป เช่น ร้านพันชาติ ร้านระหว่างทาง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น