

การศึกษาและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากกระจูด
สำหรับบุรุษกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายจักสานบ้านกวี มาบเหลาชะโอน
อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

A study and Development of processed bag products from krajood for
men in the Generation Y Baan Kawee Basketry Map Lao Cha-on Klaeng
District Rayong Province

พนม จงกล^{1*} ณภัค แสงจันทร์² ภันทิรา เสาวคนธ์³

Phanom Chongkon^{1*}, Napak Sangchan², Phanthira Saowakon³

^{1,2,3} สาขาวิชาการออกแบบสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

^{1,2,3} Creative design Faculty of Industrial Technology Rambhai Barni Rajabhat University

*Corresponding author. E-mail: phanom.c@rbru.ac.th

Received: November 18, 2024

Revised: December 08, 2024

Accepted: December 16, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้คือ 1) เพื่อศึกษางานหัตถกรรมกระจูดจักสานบ้านกวี 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาเครื่องประกอบการแต่งกายจากงานหัตถกรรมกระจูด จักสานบ้านกวี มาบเหลาชะโอน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ประธานกลุ่มจักสานบ้านกวี มาบเหลาชะโอน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง 2) กลุ่มผู้บริโภคในเพจ Facebook “กระเป๋าผู้ชาย” สำหรับกลุ่มบุรุษเจนเนอเรชั่นวาย จำนวน 88 คน ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามความคิดเห็น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ 3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน โดยเครื่องมือที่ผู้วิจัยนำมาใช้ คือ แบบประเมินด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นค่าความพึงพอใจประเมินแบบร่างจากผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ โดยกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ เพื่อประเมินข้อมูลจากแบบสอบถาม และหาข้อสรุปที่เป็นแนวทางในการออกแบบ

ผลการศึกษาพบว่าหัตถกรรมกระจูดจักสานบ้านกวี คุณสมบัติวัสดุเติบโตในพื้นที่ชุ่มน้ำซึ่งมีความทนทานและยืดหยุ่น ลวดลายของการสานกระจูดมักสะท้อนถึงธรรมชาติ รูปแบบสินค้าที่ได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะเครื่องประกอบการแต่งกายประเภทกระเป๋า ข้อมูลที่ได้มาจากแบบสัมภาษณ์ประธานกลุ่มจักสานบ้านกวี ได้ทราบถึงความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานโดยใช้ลวดลายการสานโดยมีชุมชนมีส่วนร่วม ผลจากการสอบถามกลุ่ม

ตัวอย่างผู้บริโภค กลุ่มผู้ชายเจนเอเรชั่นวายมักมีลักษณะการเลือกกระเป๋าที่ผสมผสานระหว่างฟังก์ชันการใช้งาน ความสวยงาม และการแสดงออกถึงตัวตนยังสะท้อนถึงวิถีชีวิตที่คล่องตัวและมุ่งเน้นความทันสมัยมี พบว่าจากการเลือกซื้อกระเป๋าจะคำนึงถึงราคา แบรินด์ รูปทรง ขนาด ลวดลาย โทนสีดำ และวัสดุที่ทนทาน ผลจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างเลือกกระเป๋าประเภทที่เหมาะสมกับการใช้งาน โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบกระเป๋าจากความต้องการของผู้บริโภค โดยจะออกแบบ 1 คอลเลคชั่น ประกอบไปด้วย 5 ชิ้น คือ กระเป๋าสะพายใบใหญ่ กระเป๋าสะพายใบเล็ก กระเป๋าทรงกระเป๋าทรงเอนกประสงค์ (Tote Bag) กระเป๋าคาดอก และกระเป๋าสตางค์ โดยจะใช้โทนสีเป็นโทนสีดำเป็นหลักวัสดุที่ใช้จะเป็นผ้าและหนังสีดำ และใช้ลวดลายการจักสานแบบลายขัดสองสลับสีที่เป็นสีขาวดำ และใช้อุปกรณ์เสริมเป็นอะไหล่สีเงินเพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์การออกแบบ Quiet Luxury เป็นแนวคิดการออกแบบที่มุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ความหรูหราโดยไม่แสดงออกอย่างเด่นชัด ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการสไตล์ที่เรียบง่าย แต่แฝงด้วยความประณีตและคุณภาพสูง คุณค่าของวัสดุและการตัดเย็บจากนั้นออกแบบร่างจำนวน 3 คอลเลคชั่น ประกอบด้วย 5 ชิ้น และเลือก 1 คอลเลคชั่น โดยปรับตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปผลิตต้นแบบ ผลการประเมินแบบร่างของการออกแบบกระเป๋าแปรรูปจากกระจูดสำหรับบุรุษกลุ่มเจนเอเรชั่นวายพบว่า แบบร่างที่มีคะแนนการประเมินสูงสุดคือ แบบร่างคอลเลคชั่นที่ 2 มีระดับการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยรวม 4.53 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.69

คำสำคัญ: การพัฒนา, ผลิตภัณฑ์กระเป๋า, หัตถกรรมกระจูด, กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

Abstract

The purposes of this study 1) to study the woven sedge handicraft of Ban Kawi, 2) to design and develop clothing accessories from the sedge handicraft of Ban Kawi, Map Lao Cha-on, Klaeng District, Rayong Province, with 3 populations and samples as follows: 1) Key informants: the president of the Ban Kawi Weaving Group, Map Lao Cha-on, Klaeng District, Rayong Province 2) Men's bag consumer group on the Facebook page for Generation Y men, 88 people, using accidental sampling. The tool used by the users is a questionnaire to use the data as a guideline for product design. 3) A group of 3 product design experts. The research tool used is an evaluation form by product design experts. The data is analyzed as satisfaction scores from experts. The data is analyzed using statistics of mean, standard deviation, and percentage. The scoring criteria are set as a 5-level evaluation scale to evaluate the data from the questionnaire and find a conclusion that can be used as a guideline for design.

The results of the study found that the data obtained from the interview form of the president of the Ban Kawi Weaving Group revealed the need for product development. The

study studied information on the concept and process of designing woven handicraft products using weaving patterns with community participation. The results of the consumer sample survey found that when choosing a bag, the price, brand, shape, size, pattern, black tone, and durable material were taken into account. The results of the survey selected the type of bag that was appropriate for the usage. The researcher designed the bag based on the needs of the consumers. One collection was designed, consisting of 5 items: a large shoulder bag, a small shoulder bag, a tote bag, a crossbody bag, and a wallet. The main color tone was black. The materials used were black fabric and leather. The weaving pattern was a two-tone black and white alternating pattern. Silver accessories were used to be consistent with the Quiet Luxury trend (VOGUE, 2021). Three collections were designed, consisting of 5 items, and one collection was selected, adjusted according to the suggestions of experts, to be used in the production of a prototype. The evaluation results of the draft of the bag design made from sedge for Generation Y men found that the draft with the highest evaluation score was the draft of Collection 2, which was evaluated at a very appropriate level with an average score of 4.53 and a standard deviation of 0.69.

Keywords: Development, bag products, seagrass handicrafts, Generation Y group

1. บทนำ

จากนโยบายรัฐบาลของ วช. สำหรับปีพ.ศ. 2558-2559 มีการทำกิจกรรมส่งเสริม และสนับสนุนชุมชนที่มุ่งเป้าตอบสนองความต้องการในการพัฒนาประเทศ ด้านวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) มุ่งเน้นการวิจัยที่มีผลผลิตที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์อุตสาหกรรม 1.เพื่อก่อให้เกิดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่สำคัญในด้านต่าง ๆ ในการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ เชิงอุตสาหกรรม เชิงสาธารณะ เชิงวิชาการและอื่น ๆ เช่น หัตถกรรม ตามลำดับความสำคัญ 2.เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพ ลดต้นทุนของกระบวนการผลิตทางการเกษตรและอุตสาหกรรมและเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยแก่สังคมได้อย่างเหมาะสม 3.เพื่อให้เกิดการวางแผนและกลยุทธ์การส่งเสริมและพัฒนา กลุ่มโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)วิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ทำให้มีวิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นมากมายโดยวิสาหกิจชุมชนจักสานบ้านกวีก็เป็นอีกหนึ่งชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลตามโครงการดังกล่าว รวมทั้งยังได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมชุมชนภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ทำให้มีผลิตภัณฑ์สินค้าเกิดขึ้นส่วนมากจะเป็นเครื่องประกอบการแต่งกายประเภทกระเป๋าปรับเปลี่ยนโดยเฉพาะกระเป๋าสะพาย ที่เป็นเอกลักษณ์ในชุมชนจักสานบ้านกวี [1]

บ้านมาบเหลาชะโอน หมู่ที่ 5 ตำบลชากพง อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง เป็นอีกหนึ่งหมู่บ้านโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ถูกพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง โดดเด่นในด้านเป็นหมู่บ้านหัตถกรรมรวมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการจักสานอีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าทิวทัศน์โดยรอบบริเวณหมู่บ้านทั้งดงาม ยิ่งเมื่อขึ้นไปยังโบสถ์หินอ่อนบนยอดเขาที่อลังการ จะสามารถมองเห็นชายทะเลและหมู่เกาะบริเวณหาดวังแก้ว แหลมแม่พิมพ์ แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของเมืองระยอง รวมถึง บึงน้ำสาธารณะขนาดใหญ่ ที่ชื่อ “บึงสำนักใหญ่” หรือหนองจำรุง มีพื้นที่ 3,871 ไร่ อุดมสมบูรณ์ไปด้วยปลาน้ำจืดนานาชนิดและมีต้นกระจุตขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยบ้านมาบเหลาชะโอนเป็นหมู่บ้านที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนแบบเรียบง่าย ใช้ภาษาท้องถิ่นในการสื่อสาร และอาหารพื้นบ้านที่เน้นอาหารทะเลที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งจากที่รอบบึงสำนักใหญ่มีต้นกระจุตขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงถูกนำมาใช้ประโยชน์อย่างหลากหลายภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยแต่เดิมชาวบ้านใช้ประโยชน์จากต้นกระจุต ในการผูกมัดสิ่งของต่าง ๆ สานเป็นเสื่อและกระสอบใส่น้ำตาล เพื่อเป็นของบรรณาการ มาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา นับเป็นเวลากว่า 200 ปี มาแล้วดังนั้น การสานเสื่อกระจุต จึงเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวบ้านมาบเหลาชะโอน ที่สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบันโดยได้จัดตั้งกลุ่มจักสานกระจุตขึ้น เมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2544 วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความสามัคคี และนำวัตถุดิบ ที่มีมากมายมาแปรรูป เพิ่มมูลค่า ทำให้ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จักสานกระจุตประเภทหลากหลายประเภทกระเป๋าสาน, ประเภทกล่อง, ประเภทตะกร้า และประเภทอื่น ๆ และทางชุมชนสามารถออกแบบสินค้าตามที่นักท่องเที่ยวต้องการได้อีกด้วย [2]

หลังจากได้มีการลงพื้นที่ในชุมชนจักสานบ้านกวีและสัมภาษณ์นายมนตรี ยิ้มเย็น หรือประธานวิสาหกิจชุมชน จักสานบ้านกวี ได้เล่าถึงความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนรวมทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยผลิตภัณฑ์เดิมส่วนใหญ่การเน้นเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าของผู้หญิงเป็นหลัก โดยมีรูปแบบกระเป๋าที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นกระเป๋าสะพาย, กระเป๋าหิ้วและอื่น ๆ มากมาย ประมาณ 40-50 รูปแบบ จากการที่สัมภาษณ์ประธานกลุ่ม ปัจจุบันชุมชนมีความต้องการในการขยายตลาดสินค้าของกลุ่มผู้ชาย เนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าผู้ชายหรือนักท่องเที่ยวต่างชาตินักขึ้น ทางชุมชนจึงอยากพัฒนารูปแบบกระเป๋าที่เหมาะสมสำหรับผู้ชายขึ้นมาเพื่อขยายตลาดและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่และมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เพื่อจำหน่ายในชุมชนและส่งออกต่างประเทศ [3]

ดังนั้น จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการแก้ปัญหาในด้านของการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสำหรับกลุ่มผู้ชายเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและตรงตามความต้องการของชุมชน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษางานหัตถกรรมกระจุตจักสานบ้านกวี มาบเหลาชะโอน อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง
- 2.2 เพื่อออกแบบและพัฒนาเครื่องประกอบการแต่งกายจากงานหัตถกรรมกระจุต จักสานบ้านกวี มาบเหลาชะโอน อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง

3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

3.1.1 ศึกษาข้อมูลงานหัตถกรรมการจักสานกระจูดกลุ่มบ้านกวี มาบเหลาชะโอน จังหวัดระยอง

3.1.2 ศึกษาข้อมูลการออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกายประเภทกระเป๋

3.1.3 ศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 กลุ่มที่ 1 กลุ่มจักสานบ้านกวี

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้นำกลุ่มจักสานบ้านกวี มาบเหลาชะโอน จังหวัดระยอง จำนวน 1 คน

3.2.2 กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้บริโภค

1) ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคจากเพจ “กระเป๋ผู้ชาย” จำนวน 786 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคจากเพจ “กระเป๋ผู้ชาย” โดยการสุ่มแบบบังเอิญ โดยเจาะจงกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ช่วงมีอายุ 25-40 ปี จำนวน 88 คน

3.2.3 กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีประสบการณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 10 ปี โดยการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 3 คน

3.3 ขอบเขตด้านการออกแบบ

ออกแบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกาย ประเภทกระเป๋าสำหรับผู้ชายสำหรับบุรุษกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มีทั้งหมดจำนวน 3 คอลเลกชัน คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปผลิต จำนวน 1 คอลเลกชัน

4. ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 การแปรรูปผลิตภัณฑ์กระจูด [2] กระจูด หรือ *Lepironia articulata* เป็นพืชในตระกูลเดียวกับกกที่เติบโตในพื้นที่ชุ่มน้ำตามธรรมชาติ โดยเฉพาะภาคตะวันออกและภาคใต้ของประเทศไทย ด้วยลักษณะลำต้นทรงกระบอกยาวและเหนียวเมื่อแห้ง ชาวบ้านนิยมนำมาสานเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ในภาคใต้และจังหวัดระยอง กระบวนการแปรรูปเริ่มจากการคัดเลือกกระจูดตามขนาด นำไปคลุกน้ำโคลนแล้วตากแห้ง 2-3 วัน และเก็บไว้อีก 4-5 วันเพื่อให้กระจูดคลายตัว เมื่อต้องการใช้นำไปตากน้ำค้าง 1 คืน แล้วทิ่มหรือทุบให้แบนด้วยสากตำข้าว จากนั้นจึงนำไปย้อมสีโดยทับด้วยลูกกลิ้งหนัก และแช่น้ำสีที่ต้มจนเดือดแล้วประมาณ 2-3 นาที ก่อนจะนำไปผึ่งแดด ขณะย้อมต้องควบคุมเวลาให้เท่ากันทุกครั้งเพื่อให้ได้สีสม่ำเสมอ ส่วนการสานกระจูดนั้นทำเป็นลายต่าง ๆ ตามทักษะของผู้สาน ลายพื้นฐานคือการสานด้วยลายสอง หากเป็นเสื้อจะเริ่มต้นจากริมและสานไปยังอีกด้านหนึ่งโดยใช้เทคนิคสอดขัดกัน สอดขัดทแยง หรือขัดเป็นวง [4]

4.2 แนวคิดทฤษฎีและพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายและแนวโน้มในการออกแบบแฟชั่น 2024 สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย (เจนเนอเรชั่นวาย) หรือ Millennials ซึ่งเกิดในช่วงปี 1981-1996 พวกเขามีความเป็นเอกลักษณ์ในด้านการเลือกสรรผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่เน้นคุณค่าของแบรนด์ การใช้ชีวิตที่ยั่งยืน

และการสร้างภาพลักษณ์ที่สะท้อนตัวตน ผู้บริโภคกลุ่มนี้เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อเปลี่ยนไปจากยุคก่อนหน้า Millennials มักมองหาเสื้อผ้าที่สอดคล้องกับความเชื่อและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม พวกเขาชื่นชอบสินค้าที่มีการผลิตด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นการใช้วัสดุรีไซเคิลหรือการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น [6] จากแนวโน้มการออกแบบแฟชั่นในปี 2024 จึงต้องตอบโจทย์ความต้องการของ เจนเนอเรชันวาย โดยเน้นไปที่ความยั่งยืนและนวัตกรรมในกระบวนการผลิต นักออกแบบแฟชั่นได้เริ่มหันมาใช้วัสดุทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ใยไม้ไผ่ หรือวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ และสามารถย่อยสลายได้ นอกจากนี้ยังมีการใช้เทคโนโลยีอย่างการพิมพ์ 3 มิติเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ลดการเสียทรัพยากร นักออกแบบยังเน้นการสร้างแฟชั่นที่สามารถใช้งานได้ยาวนานและปรับเปลี่ยนตามสไตล์ผู้สวมใส่ได้หลากหลาย ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ การออกแบบแฟชั่นในปี 2024 สำหรับผู้บริโภคกลุ่ม เจนเนอเรชันวาย คาดว่าจะเน้นไปที่การสื่อสารคุณค่าและความยั่งยืนผ่านผลิตภัณฑ์ โดยใช้กระบวนการและวัสดุที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นักออกแบบต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มนี้ซึ่งให้ความสำคัญกับเรื่องราวและคุณค่าเบื้องหลังของผลิตภัณฑ์ การมีส่วนร่วมของ เจนเนอเรชันวาย ต่อแบรนด์จึงเป็นมากกว่าแค่การซื้อสินค้า แต่ยังรวมถึงการสนับสนุนแนวคิดและการใช้ชีวิตที่ยั่งยืนที่แบรนด์ถ่ายทอดออกมา

4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น [7] อรรถ วานิชกร (2559) ได้กล่าวถึงกรอบแนวคิดทฤษฎีในการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ดังนี้

1) กลยุทธ์การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมจากภูมิปัญญา คือ การออกแบบเพื่อต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่อาศัยแนวคิดต่าง ๆ เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าสู่ชุมชนและผู้บริโภค

2) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา กล่าวถึง การเข้าใจถึงกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อการออกแบบได้อย่างเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละท้องถิ่น และยังคงเอกลักษณ์และคุณค่าของท้องถิ่นไว้ได้

5. ขั้นตอนวิธีการดำเนินงานวิจัย

5.1 ขั้นตอนที่ 1 ทำการสัมภาษณ์กลุ่มจักสานบ้านกวี โดยผู้นำกลุ่มจักสานที่มาจากเหล่าชาโพน จังหวัดระยอง เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งใช้การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบกระเป๋าสำหรับบุรุษกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ขั้นตอนนี้เน้นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับหัตถกรรมจักสานกระจูดโดยการใช้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด (Open-end Form) สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบความเรียง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบกระเป๋าที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

5.2 ขั้นตอนที่ 2 การเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคสำหรับการออกแบบกระเป๋าสำหรับบุรุษกลุ่มเจนเนอเรชันวาย โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ติดตามในเพจ “กระเป๋าผู้ชาย” จำนวน 88 คน เฉพาะเจาะจงกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ช่วงมีอายุ 25-40 ปี จากกลุ่มประชากรทั้งหมด 786 คน โดยใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วย

สูตรหาโร ยามาเน ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% และความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นและรายการตรวจสอบ (Check-list) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ในรูปแบบสถิติ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการออกแบบในขั้นตอนต่อไป

5.3 ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนการออกแบบกระเป๋านี้เริ่มจากการนำข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคมาวิเคราะห์แนวโน้มการออกแบบสำหรับปี 2024 และสร้างแบบร่างกระเป๋าจำนวน 3 คอลเล็กชัน จากนั้นทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบมากกว่า 5 ปี ซึ่งคัดเลือกโดยวิธีการเจาะจงการประเมินใช้เครื่องมือแบบประเมินแบบร่าง (Rating Scale) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์การประเมินดังนี้ 4.51 – 5.00 หมายถึง ความเหมาะสมระดับมากที่สุด, 3.51 – 4.50 หมายถึง ความเหมาะสมระดับมาก 2.51 – 3.50 หมายถึง ความเหมาะสมระดับปานกลาง, 1.51 – 2.50 หมายถึง ความเหมาะสมระดับน้อย 1.00 – 1.50 หมายถึง ความเหมาะสมระดับน้อยที่สุด ผลจากการประเมินนี้จะนำไปใช้ในการคัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมที่สุด ก่อนนำไปผลิตเป็นต้นแบบจำนวน 1 คอลเล็กชัน โดยผลิตจริงจำนวน 5 ชิ้น และสรุปผลและอภิปรายผล

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

6.1 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มจักสานบ้านกวีพบว่า กลุ่มจักสานนี้มีประวัติความเป็นมาที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ โดยยังคงสานต่อภูมิปัญญานี้มาจนถึงปัจจุบัน การทำงานของกลุ่มจักสานบ้านกวีได้เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการส่งเสริมและมีโอกาสพัฒนาต่อเนื่อง ในการทำงานภายในกลุ่มจะมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากกลุ่มที่ทำหน้าที่เตรียมเส้นกระจุตเพื่อให้พร้อมสำหรับขั้นตอนถัดไป จากนั้นจะมีการย้อมสีเส้นกระจุต ซึ่งมีการใช้สีทั้งแบบเคมีและสีธรรมชาติ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์กระจุตของจังหวัดระยองมีเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตท้องถิ่นและธรรมชาติในพื้นที่ โดยใช้วัตถุดิบกระจุตที่เติบโตในพื้นที่ชุ่มน้ำซึ่งมีความทนทานและยืดหยุ่น พร้อมกับกระบวนการผลิตที่อาศัยภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมาตลอดหลายของกระจุตมักสะท้อนถึงธรรมชาติ และมีการปรับให้ร่วมสมัยด้วยการใช้สีจากธรรมชาติและ การออกแบบที่ตอบโจทย์ตลาดปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ของระยองจึงโดดเด่นในด้านความพิถีพิถัน รูปแบบที่เรียบง่าย และความยั่งยืน แตกต่างจากพื้นที่อื่นด้วยสัมผัสที่นุ่ม ลวดลายที่ประณีต และการปรับตัวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในตลาดสากล เช่น ลายขัดสอง ลายขอ ลายเลขห้า ลายตัวเอส ลายช้าง ลายหัวใจ ลายตะกร้อ ลายตาราง ลายดาว ลายปลาตะเพียน ลายดอกพิกุล และลายแบบผสมผสาน ซึ่งทั้งหมดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มจักสานบ้านกวี ส่วนในกระบวนการออกแบบและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้น ประธานกลุ่มผู้มีประสบการณ์กว่า 20 ปีจะเป็นผู้กำหนดลวดลายหลัก ด้วยความเชี่ยวชาญ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์มีความเป็นเอกลักษณ์และคุณภาพสูง

จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มจักสานบ้านกวีแสดงความสนใจในการขยายตลาดสินค้ากลุ่มผู้ขาย อาจสะท้อนถึงความต้องการในการเพิ่มฐานลูกค้าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น กลุ่มผู้ขายมีความต้องการสินค้าที่เน้นฟังก์ชันการใช้งาน ความเรียบง่าย และความทนทาน ซึ่งอาจตอบโจทย์ด้วยการ

ออกแบบกระเป๋าหรือสินค้าแฟชั่นที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของพวกเขา เช่น กระเป๋าสะพาย กระเป๋าเอกสาร หรือกระเป๋าเดินทางที่ใช้วัสดุจากกระจุดผสมผสานกับอะไหล่โลหะหรือหนังเพื่อเพิ่มความทันสมัย



ภาพที่ 1 การลงพื้นที่

ที่มา: ผู้วิจัย

6.2 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า จากการสอบถามข้อมูลความต้องการผู้บริโภคเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อกระเป๋าด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 88.7 โดยปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อ ได้แก่ พิจารณารูปทรง คิดเป็นร้อยละ 67.8 พิจารณาจากสีสันทัน คิดเป็นร้อยละ 40.9 พิจารณาจากลวดลาย คิดเป็นร้อยละ 36.4 พิจารณาจากราคา คิดเป็นร้อยละ 54.5 พิจารณาจากยี่ห้อ/แบรนด์ คิดเป็นร้อยละ 31.8 พิจารณาวัสดุ คิดเป็นร้อยละ 35.2 และพิจารณาจากการตัดเย็บ คิดเป็นร้อยละ 30.7 โดยรูปแบบกระเป๋าที่เหมาะสมสำหรับ 4 ลำดับ ได้แก่ กระเป๋าเป้ (Backpack) คิดเป็นร้อยละ 38.6 กระเป๋าสตางค์ (Bifold Wallet) คิดเป็นร้อยละ 36.4 กระเป๋าสะพายข้าง (Messenger Bag) คิดเป็นร้อยละ 22.7 กระเป๋าทรงกระเป๋าถือเอนกประสงค์ (Tote Bag) คิดเป็นร้อยละ 14.8 และกระเป๋าคาดอก (Belt Bag) คิดเป็นร้อยละ 12.5 โดยมีโทนสีหลักเป็นสีดำ คิดเป็นร้อยละ 69.3 และลายจกสานที่ได้รับความนิยมคือ ลายขัดสองแบบ สลับสี คิดเป็นร้อยละ 34.1

จากการศึกษาความแตกต่างระหว่างกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติและคนไทยในการเลือกซื้อสินค้าจากบทสัมภาษณ์ ลูกค้าชาวไทยอาจเน้นความเรียบง่าย ราคาเข้าถึงได้ และการใช้งานในชีวิตประจำวัน ส่วนชาวต่างชาติอาจสนใจเรื่องคุณค่าทางวัฒนธรรม วัสดุธรรมชาติ โดยเฉพาะลูกค้าญี่ปุ่นที่ชื่นชอบงานสีธรรมชาติเป็นอย่างมาก รวมไปถึงรูปแบบการออกแบบที่แปลกใหม่ที่สะท้อนเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

ด้านแนวคิดในการออกแบบ

ผู้ชายเจนเอเรชั่นวายเลือกกระเป๋าที่ตอบโจทย์การใช้งานในชีวิตประจำวัน เช่น ใส่แล็ปท็อป อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ หรือของใช้จำเป็น พร้อมสะท้อนความเป็นผู้ใหญ่และความมั่นใจในรสนิยมตามแนวคิด Quiet Luxury กระเป๋าแบบนี้เน้นคุณภาพและรายละเอียดที่เรียบง่าย แต่ดูดี โดยไม่ต้องพึ่งพียงความโดดเด่นของแบรนด์ และให้ความสำคัญกับการใช้งานมากกว่ารูปลักษณ์ที่สะดุดตา

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปและออกแบบกระเป๋าใน 3 คอลเลกชั่น โดยพิจารณารูปแบบและคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิรนนท์ สุจิตานนท์ [8] ที่

พบว่า ผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวัยขึ้นชอบสินค้าที่แปลกใหม่ ราคาที่เหมาะสม และความสะดวกสบายในด้านการเลือกซื้อและใช้งาน หลังจากออกแบบเสร็จ ได้มีการประเมินแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค



แนวความคิดในการออกแบบ

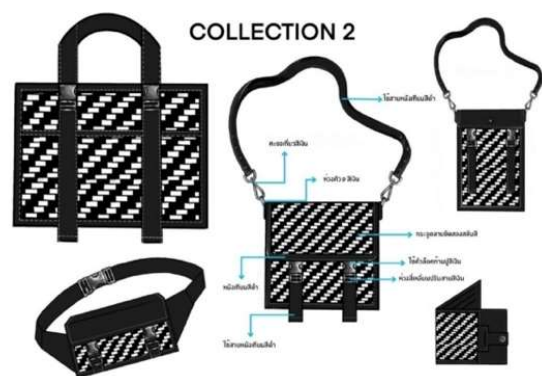
คอลเลคชั่นที่ 1 การออกแบบเน้นความเรียบง่าย ในแบบ Quiet Luxury โดยใช้เทคนิคการตัดเย็บเป็นจุดเด่นหลัก สำหรับรายละเอียดการออกแบบ เช่น ฝากระเป๋าสายสะพายจะเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน อะไหล่จะถูกใช้เฉพาะบริเวณสายสะพายเท่านั้น เพื่อให้ลดรายละเอียดที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นและดึงดูดสายตาได้อย่างเต็มที่

ภาพที่ 2 แบบร่างคอลเลคชั่นที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินแบบร่างคอลเลคชั่นที่ 1

เกณฑ์การประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			$\bar{x}$	s.d.	แปลผล
	1	2	3			
1. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์	5	5	5	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
2. รูปแบบมีความเหมาะสมกับวัสดุ	4	4	5	4.33	0.58	เหมาะสมมาก
3. รูปทรง สี สัน และขนาดมีความสวยงาม	4	4	5	4.33	0.58	เหมาะสมมาก
4. ลดทลายมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับดีไซน์กระเป๋า	5	5	5	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
5. รูปแบบมีความสวยงามทันสมัยและสอดคล้องกับผู้บริโภค	5	5	5	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
ผลรวม				4.00	0.82	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินแบบร่างคอลเลคชั่นที่ 1 อยู่ในระดับความเหมาะสมมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.82



แนวความคิดในการออกแบบ

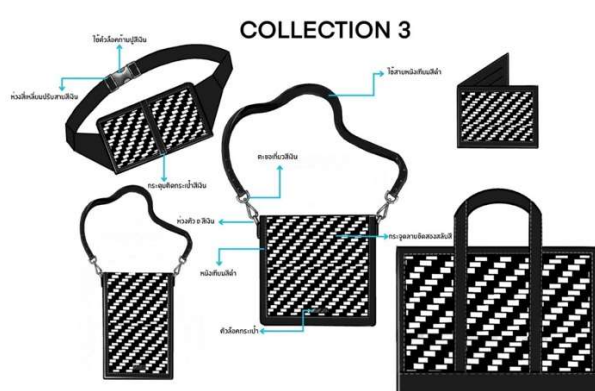
คอลเลคชั่น 2 แสดงถึงความเรียบง่ายในแบบ Quiet Luxury แต่เพิ่มความโดดเด่นด้วยการใช้อะไหล่โลหะรมดำในรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อเสริมความหรูหราและสไตล์ที่ทันสมัย อีกทั้งยังมีการออกแบบสายสะพายให้ยาวเกินออกมาเล็กน้อย เพื่อเพิ่มมิติและเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับสินค้าในคอลเลคชั่นนี้

ภาพที่ 3 แบบร่างคอลเลคชั่นที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินแบบร่างคอลเลคชั่นที่ 2

เกณฑ์การประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			$\bar{x}$	s.d.	แปลผล
	1	2	3			
1.มีความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์	5	5	5	5	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
2.รูปแบบมีความเหมาะสมกับวัสดุ	5	4	5	4.66	0.58	เหมาะสมมากที่สุด
3.รูปทรง สีสัณ และขนาดมีความสวยงาม	5	3	5	4.33	1.15	เหมาะสมมาก
4.ลวดลายมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับดีไซน์กระเป๋า	5	3	5	4.33	1.15	เหมาะสมมาก
5.รูปแบบมีความสวยงามทันสมัยและสอดคล้องกับผู้บริโภค	5	3	5	4.33	1.15	เหมาะสมมาก
ผลรวม				4.53	0.69	เหมาะสมมาก

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินแบบร่างคอลเลคชั่นที่ 2 อยู่ในระดับความเหมาะสมมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.69



แนวความคิดในการออกแบบ

คอลเลคชั่นที่ 3 แสดงถึงความเรียบง่ายตามแนวทาง ในแบบ Quiet Luxury แต่เพิ่มลูกเล่นด้วยการใช้อะไหล่โลหะดำเฉพาะบริเวณสายสะพายเท่านั้น เพื่อสร้างความโดดเด่นอย่างมีจุดโฟกัส นอกจากนี้ ยังเพิ่มแถบที่ติดไปกับกระเป๋าเพื่อสร้างความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกับสายสะพายอย่างกลมกลืน อีกทั้งยังออกแบบให้ไม่มีการใช้อะไหล่สำหรับการเปิด-ปิดกระเป๋า เพื่อเน้นความเรียบง่ายและลวดลายของงานสานอย่างแท้จริง

ภาพที่ 4 แบบร่างคอลเลคชั่นที่ 2

ตารางที่ 3 ผลการประเมินแบบร่างคอลเลคชั่นที่ 3

เกณฑ์การประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			$\bar{x}$	s.d.	แปลผล
	1	2	3			
1.มีความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์	4	5	5	4.66	0.58	เหมาะสมมากที่สุด
2.รูปแบบมีความเหมาะสมกับวัสดุ	4	4	5	4.33	0.58	เหมาะสมมาก
3.รูปทรง สีสัณ และขนาดมีความสวยงาม	3	4	5	4.00	1.00	เหมาะสมมาก
4.ลวดลายมีความเหมาะสมสอดคล้องกับดีไซน์กระเป๋า	4	5	5	4.66	0.58	เหมาะสมมากที่สุด
5.รูปแบบมีความสวยงามทันสมัยและสอดคล้องกับผู้บริโภค	3	2	5	3.33	1.53	เหมาะสมปานกลาง
ผลรวม				4.00	0.97	เหมาะสมมาก

ผลการประเมินแบบร่างคอลเลคชั่นที่ 3 อยู่ในระดับความเหมาะสมมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.97 จากการประเมินรูปแบบทั้ง 3 รูปแบบนั้นมีข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญคือ รูปทรง สีสัณ ควรพัฒนาด้านลวดลายให้มีความหลากหลายเพื่อผสมผสานกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย

และดีไซน์กระเป๋าให้ใช้ได้ใช้ในเชิงพาณิชย์มากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับอริญ วาณิชกร (2559) แนวคิดกลยุทธ์การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมจากภูมิปัญญา [7] คือ การออกแบบงานหัตถกรรมเพื่อต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่อาศัยแนวคิดต่าง ๆ เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าสู่ชุมชนและผู้บริโภค จากนั้นนำรูปแบบแบบร่างคอลเลกชันที่ 2 มีระดับการประเมินอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีคะแนนเฉลี่ยรวม 4.53 นำมาผลิตเป็นต้นแบบ

7. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากกระจูด ควรคำนึงถึงข้อจำกัดด้านความหนาของกระจูด ซึ่งอาจส่งผลต่อการม้วน พับ หรือการออกแบบชิ้นงานที่มีส่วนแคบ ข้อจำกัดเหล่านี้อาจทำให้กระบวนการผลิตยุ่งยากหรือติดขัด นอกจากนี้ ในการออกแบบควรเลือกใช้สีที่ใกล้เคียงกับสีธรรมชาติของกระจูดหรือกระจูดที่ผ่านการย้อมสี เพื่อให้ผลลัพธ์สอดคล้องกับต้นแบบได้มากที่สุด ดังนั้น ควรศึกษาคุณสมบัติและข้อจำกัดของกระจูดอย่างละเอียดก่อนการออกแบบ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไปควรพัฒนาตลาดใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายเพื่อให้สามารถผสมผสานเข้ากับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย นอกจากนี้ควรออกแบบกระเป๋าให้เหมาะสมกับการใช้ในเชิงพาณิชย์ รวมถึงพัฒนาในด้านรูปแบบ วัสดุ ลวดลาย และขนาดของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลงตัวและมีความแข็งแรงยิ่งขึ้น โดยอาจเพิ่มวัสดุเสริมเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความทนทานและใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน

เอกสารอ้างอิง

- [1] มหาวิทยาลัยจันเกษม. (29 มกราคม 2567) วิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME). teacher.chandra. URL. <https://teacher.chandra.ac.th/rdi/images/Downloads/gov-bud/strategic/40.pdf>
- [2] วิกีพีเดีย. (n.d.). เครื่องจักสาน. วิกีพีเดีย. URL. <https://th.wikipedia.org/wiki/เครื่องจักสาน>.
- [3] มนตรี ยิ้มเยื่อน. (2567, ธันวาคม 17). ประธานกลุ่มจักสานบ้านกวี, วิสาหกิจชุมชนจักสานบ้านกวี. สัมภาษณ์.
- [4] Tungsong. (n.d.). ขั้นตอนการผลิตกระจูด. Tungsong. URL. https://www.tungsong.com/NakhonSri/manufacture/bulrush/bulrush_5.html
- [5] MGR Online. (n.d.). จักสานบ้านกวีกระจูดไทยไปโลด ผีมือชาวบ้านขึ้นชั้นอินเตอร์ MGR Online. URL. <https://mgronline.com/smes/detail/9500000064971> 27 มกราคม 256
- [6] TMG thegrowthmaster. (24 มกราคม 2567). รูปแบบการดำเนินชีวิตผู้บริโภคกลุ่ม เจนเนอเรชั่นวาย. TMG thegrowthmaster. URL. <https://thegrowthmaster.com/trends/6-lifestyles-of-generation-y-in-2021>
- [7] อริญ วาณิชกร (2559) การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [8] จิรนนท์ สุจิตานนท์. (2561). รูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้ายุคเจนเนอเรชั่นวายที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี