

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

STUDY AND DEVELOPMENT BO-SANG UMBRELLA PRODUCTS
FROM CHIANGMAI PROVINCE



T125742



ภัทรกร ออแก้ว

PATTARAKORN ORKAEW

ฉ.พ.
๑๖๖๖

ทำ id

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....**125742**
รับ เดือน ปี.....**30 ก.ค. 2556**

b.....**125193246**
i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตรอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2554

KMITL-2011-ED-M-222-216

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STUDY AND DEVELOPMENT BO-SANG UMBRELLA PRODUCTS
FROM CHIANGMAI PROVINCE



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
2011
KMITL-2011-ED-M-222-216

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2011

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่
นักศึกษา	ภัทรกร ออแก้ว
รหัสประจำตัว	52630708
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2554
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ

บทคัดย่อ

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษา สํารวจ และรวบรวมข้อมูล ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น (2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย ลวดลาย วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต ให้เหมาะสมกับความต้องการที่มีของผู้ใช้ ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ วิถีชีวิตการทำ ร่มบ่อสร้างไว้ (3) ประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว จากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย คือ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของ ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง จำนวน 180 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว, แบบประเมินความพึงพอใจจากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับกรศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 ขั้นตอน และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปว่า การศึกษา สํารวจ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง “ร่มเชียงใหม่” บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นเชียงใหม่ อันแสดงให้เห็นถึงที่มาของวัฒนธรรมพื้นบ้านและวิถีความเป็นอยู่ ของชนชาวภาคเหนือในอดีตได้เป็นอย่างดี โดยจากการศึกษาประวัติศาสตร์การผลิตร่มของเชียงใหม่ พบว่าชาวเชียงใหม่ได้ผลิตร่มใช้กันมานานกว่า 100 ปีที่ผ่านมาแล้ว ซึ่งแหล่งผลิตร่มส่วนใหญ่จะ กระจายตัวอยู่ในพื้นที่ของอำเภอสันกำแพง ทั้งนี้เนื่องจากอำเภอสันกำแพง มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ เป็นที่ราบลุ่ม ค่อนข้างสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติมากมาย ทำให้จัดหาวัตถุดิบได้ง่าย อีกทั้ง ลักษณะทางกายภาพของชุมชนยังช่วยส่งเสริมให้บางหมู่บ้านมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กระจายอยู่ทั่วไป พื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชนจึงอยู่ในภาคการเกษตร การบริการ และการผลิต งานหัตถกรรมจากวัสดุธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่

การทำร่วมจึงเป็นอาชีพหัตถกรรมหลักของชาวบ้านในอำเภอสนก้าแพง โดยในอดีตหมู่บ้านบ่อสร้างเป็นหมู่บ้านที่มีการทำร่วมกันเป็นอาชีพ ชาวบ้านเกือบทุกคนของหมู่บ้านนี้มีฝีมือในการทำร่วมอย่างสวยงามและคงทน เช่นเดียวกับที่บรรพบุรุษได้ถ่ายทอดเอาไว้ โดยระยะแรกการทำร่วมของบ้านบ่อสร้างทำขึ้นเพื่อใช้งานในชีวิตประจำวันเท่านั้น ต่อมาเมื่อผู้เห็นความสำคัญของการทำร่วมจึงได้พัฒนารูปแบบให้ทันสมัยขึ้น จนปัจจุบันการทำร่วมของบ้านบ่อสร้างได้พัฒนาจากงานฝีมือจากท้องถิ่นมาสู่ระบบอุตสาหกรรมและการค้าขายอย่างเต็มตัว เกือบทุกครอบครัวจะมีการนำร่วมออกมาจำหน่ายจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาจัดหาซื้อไปเป็นของที่ระลึกกันอย่างแพร่หลาย และเนื่องจากร่วมของบ้านบ่อสร้างมีเอกลักษณ์เฉพาะแบบ มีรูปลักษณะที่สวยงาม อีกทั้งการใช้วัสดุที่คงทนทำให้ชื่อเสียงของบ้านบ่อสร้างแห่งนี้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง

การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง พบว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบต้องครอบคลุมทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ ของใช้ ของที่ระลึก ของตกแต่ง โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ มีประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้ได้หลายโอกาส รูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคและประการสำคัญคือ ต้องสื่อความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด นอกจากนี้ยังต้องมีรูปทรงและสวดลายที่สวยงาม มีความเหมาะสมในการเลือกและประยุกต์ใช้วัสดุ มีขนาด สัดส่วน ที่เหมาะสมกับการใช้งาน และมีความเป็นไปได้ในการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ แล้วประเมินผลโดยผู้บริโภค ผลการประเมินพบว่าโดยภาพรวม มีความพึงพอใจในระดับดี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}=4.07$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis	Study and Development Bo-Sang Umbrella Products From Chiangmai Province
Student	Pattarakorn Orkaew
Student ID.	52600708
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Industrial Product Design Technology
Year	2011
Thesis Advisor	Assoc.prof.Udomsak Saributr
Thesis Co-Advisor	Asst.Prof.Dr. <i>Ratthai</i> Porncharoen

ABSTRACT

The objectives of this research “study and development Bo-Sang umbrella products from Chiang Mai province” were to 1) to survey and collect Bo-Sang umbrella products data that be a local wisdom, 2) to develop Bo-Sang umbrella product having pattern, useful, style, material, and methodology of production to be appropriate for the needs of usages that stick with identity and ways of life of umbrella production, and 3) to evaluate satisfaction on Bo-Sang umbrella products that design and develop by producers, distributers, and tourists.

The informants in this research were producers, distributers, and tourists that come to buy products from an industry center for umbrella production 180 people. The equipments used were a questionnaire asking producers, distributers, and a satisfaction evaluation asking producers, distributers and tourists that connection with education and development of Bo-Sang umbrella products in 3-steps. Data were analyzed by a percentage, mean and standard deviation.

The results were as follows: the study and survey of Bo-Sang umbrella products “Chiang Mai Umbrella” told the identity of Chiang Mai background that showed origin of local culture and livelihood of northern people in the past. The study of northern people and umbrella usage it was found that they produced umbrella for 100 years ago. The majority of umbrella production was in the area of San Kamphaeng district. San Kamphaeng has topography low land and rather fertile with several natural resource, providing raw material easy. Characteristic of some villages helped to have tourist attractions locate in the area. The foundation of

social economics was in agriculture, services, and production a hand-made, using natural resources.

Umbrella production was a handicraft career most in San Kamphaeng. In the past Bo-Sang village was the first village that product umbrella. Almost all of Bo-Sang people produced umbrella beautiful and durable as their parents taught. In the first step, Bo-Sang people produced umbrella to use in daily life. Later there were some people seeing the important of umbrella production and to develop the patterns in a new style. The Bo-Sang umbrella productions today had developed from a local handicraft to industry and trade system. Most families took umbrellas for sale. Tourists admired to find umbrellas as souvenir. Due to the Bo-Sang umbrella had specific pattern, a beautiful and used durable materials that made the name of Bo-Sang be known.

The design of Bo-Sang umbrella products, it was found that the products must cover 3 types- appliance, souvenir, and decoration. The product designs were useful and they used in several ways. The styles of usability harmonized with tourists or consumers need. The important was that the product designs told an identity of Chiang Mai. Besides the products must design beautiful in shape and style, chose and applied suitability, the appropriate usage of material for work and possibility of sale. For the purpose that the researcher designed and built the products and had the consumers evaluated. The result of evaluation as overall image showing that the evaluation was grade satisfaction ($\bar{x}=4.07$).

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จด้วยความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ช่วยเหลือให้คำปรึกษา แนะนำและข้อคิดเห็นในการวิจัยเป็นอย่างดีมาตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษางานสำเร็จลุล่วง ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษา

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตระกูลพันธ์ พิชรเมธา หัวหน้า สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนา อาจารย์ ดร.อรนุช สมภักดี และ อาจารย์ ดร.ภาณุพงศ์ จงขานสิทธิไธ ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือโดยให้คำปรึกษาแนะนำตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ ในการสร้างแบบ สัมภาษณ์ แบบประเมินภาพร่าง และแบบประเมินความพึงพอใจ ที่ใช้ในการวิจัย ขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.แสนย์ สายศุภลักษณ์ ที่เป็นผู้ช่วยเหลือในการใช้ภาษาอังกฤษที่ถูกต้องในงานวิจัย

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ อาจารย์ ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง และ อาจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกภูมิจวงศา ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ วิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณผู้ผลิต และผู้จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการ ให้ข้อมูล และตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อกิติพงศ์ ออแก้ว และคุณแม่สุชีลา ออแก้ว ซึ่งเป็นผู้ที่คอยให้ กำลังใจ ช่วยเหลือ รวมถึงอำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล จนวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วง ด้วยดี

นายภัทรกร ออแก้ว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	3
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 เอกลักษณะประจำท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่.....	6
2.2 รมบ่อสร้าง.....	35
2.3 วัสดุ ส่วนประกอบและกระบวนการผลิตรมบ่อสร้าง.....	52
2.4 สินค้าของที่ระลึก พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้บริโภค.....	60
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ.....	69
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	73
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	73
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	75
3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	76
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	78
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	79
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	80
3.7 สรุปขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัย.....	81

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 วิธีดำเนินการวิจัย.....	93
4.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ของ ผู้ผลิตและผู้จำหน่าย.....	93
4.2 ผลการวิเคราะห์การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ของ ผู้บริโภค.....	104
4.3 ผลออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง.....	116
4.4 ผลการประเมินความเหมาะสมของการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	126
4.5 การผลิตชิ้นงานผลิตภัณฑ์ต้นแบบ.....	131
4.6 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ.....	139
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	143
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	143
5.2 อภิปรายผล.....	144
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	145
บรรณานุกรม.....	147
ภาคผนวก.....	150
ภาคผนวก ก แบบสอบถามผู้ผลิต ผู้จำหน่าย.....	151
ภาคผนวก ข แบบสอบถามนักท่องเที่ยว.....	157
ภาคผนวก ค แบบประเมินค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา.....	162
ภาคผนวก ง แบบประเมินภาพจำลองจากผู้เชี่ยวชาญ.....	168
ภาคผนวก จ แบบประเมินความพึงพอใจจากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว.....	174
ภาคผนวก ฉ หนังสือขอความอนุเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย.....	179
ภาคผนวก ช ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ (Sketch Design).....	186
ภาคผนวก ซ ภาพต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ รุ่มบ่อสร้าง.....	189
ภาคผนวก ฌ เอกสารตอบรับการตีพิมพ์ และบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ.....	192
ประวัติผู้เขียน.....	196

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 การจัดสรรพนักงานไปตามฝ่ายต่างๆ.....	40
4.1 ค่าร้อยละของผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างที่จำหน่ายได้มากที่สุด.....	83
4.2 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง.....	83
4.3 ค่าร้อยละของเหตุผลสำคัญหรือวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ซื้อ ตัดสินใจซื้อ.....	84
4.4 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง ควรมีลักษณะ สำคัญอย่างไร จึงเป็นการเพิ่มยอดขาย หรือเพิ่มมูลค่ามากที่สุด.....	84
4.5 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า ร่วมบ่อสร้างขนาดใดจำหน่ายได้มากที่สุด.....	85
4.6 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างควร มีกระบวนการผลิตแบบใด.....	85
4.7 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง.....	87
4.8 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า วัสดุที่ควรนำมาผลิตผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง.....	87
4.9 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ขายผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง โทนสีที่ขายได้มากที่สุด.....	88
4.10 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ขายผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง ลวดลายขายได้มากที่สุด.....	89
4.11 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าควรใช้วัสดุแบบใด หากมีการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ใหม่.....	88
4.12 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง ที่สามารถปรับปรุงและพัฒนาได้.....	89
4.13 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ คิดว่าผู้ซื้อ ซื้อเพื่อนำไปทำอะไรมากที่สุด.....	90
4.14 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ พบปัญหาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง.....	90
4.15 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์.....	91
4.16 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุบรรจุภัณฑ์.....	91
4.17 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่าสิ่งในควรอยู่บนบรรจุภัณฑ์.....	92
4.18 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	93
4.19 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกอายุ.....	93
4.20 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	94
4.21 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	94
4.22 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	95
4.23 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิสำเนา.....	95

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.24 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่.....	96
4.25 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ในแต่ละครั้ง.....	96
4.26 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลหรือวัตถุประสงค์หลักที่เลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง.....	97
4.27 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง.....	98
4.28 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชนิดที่เลือกซื้อ.....	99
4.29 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามขนาดของผลิตภัณฑ์ร่วมที่เลือกซื้อ.....	99
4.30 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง.....	100
4.31 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ควรมีลักษณะสำคัญอย่างไร.....	101
4.32 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัสดุที่ชื่นชอบ ในการผลิตผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง.....	102
4.33 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสีของผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้างที่ชื่นชอบ.....	102
4.34 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลวดลายของผลิตภัณฑ์ร่วมที่ชื่นชอบ.....	103
4.35 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์.....	103
4.36 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุบรรจุภัณฑ์.....	104
4.37 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่าสิ่งในบรรจุภัณฑ์.....	104
4.38 ผลการประเมินความเหมาะสมของการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	121
4.39 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ.....	139

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 สัญลักษณ์ประจำจังหวัดเชียงใหม่.....	9
2.2 พระมหาธาตุพนมหนี่ตล (ซ้าย) และพระมหาธาตุเจดีย์ นภพลภูมิสิริ (ขวา).....	12
2.3 บันไดนาคเจ็ดเศียร.....	13
2.4 ฉัตร ๔ มุม.....	14
2.5 สัตติบัญญัติ หรือ รั้วหอก.....	15
2.6 ไทดอกบัว หรือ ปุระณะฆะภูงะ.....	16
2.7 พระเจดีย์.....	16
2.8 ถนนคนเดินเชียงใหม่.....	17
2.9 อาคารหลักของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี.....	19
2.10 ไม้ค้ำสะหลี (ไม้ค้ำสริมหาโพธิ์).....	22
2.11 ขบวนแม่ญิงงามซิริถีบกางจ้อง.....	23
2.12 การปล่อยโคมลอยในประเพณียี่เป็ง.....	25
2.13 การปล่อยว่าวฮม หรือว่าวควีน.....	26
2.14 การนำพินมาเผา เพื่อให้พระพุทธรเจ้าได้ฝังไฟ.....	27
2.15 วัดพระธาตุดุสิตจอมทองวรวิหาร.....	29
2.16 เครื่องเงินวัวลาย.....	31
2.17 เครื่องเงินชนิดต่างๆ.....	33
2.18 งานไม้แกะสลักของบ้านถวาย.....	34
2.19 ภาพแผนภูมิขององค์กรของกิจการ.....	39
2.20 พัดลวดลายต่างๆ.....	42
2.21 แสดงลวดลายของร่มที่กิจการนำเสนอต่อลูกค้า.....	43
2.22 แสดงรูปแบบของร่มโบราณ.....	43
2.23 แผ่นพับของทางกิจการ.....	55
2.24 แสดงแผนที่ตั้งโรงงานของศูนย์.....	47
2.25 แสดงแผนผังโรงงานพื้นที่ใช้สอยของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง.....	48
2.26 แสดงลักษณะพื้นฐานของร่มบ่อสร้าง.....	54
2.27 แสดงลักษณะเครื่องหมุนอัตโนมัติ.....	56
2.28 แสดงการใช้งานเครื่องหมุนอัตโนมัติ.....	56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.29 การกลึงจะใช้มีดซึ่งมีความคม.....	56
2.30 แสดงขั้นตอนการทำโครงร่ม.....	57
2.31 การร้อยโครงร่มและตุ้มร่ม.....	57
2.32 การผูกด้ายระหว่างโครงร่มและค้ำร่ม.....	58
2.33 ขั้นตอนการหุ้มร่ม.....	59
2.34 ภาพตอนร่มถูกหุ้มเสร็จ.....	59
2.35 การประกอบหัวร่มเข้ากับตัวร่ม.....	59
2.36 แสดงขั้นตอนการเขียนลายบนตัวร่ม.....	60
3.1 แสดงขั้นตอนการศึกษา และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่.....	81
4.1 ไม้ไผ่และไม้เนื้อแข็งที่นำมาผลิตร่มบ่อสร้าง.....	105
4.2 ฉัตร 4 มุม.....	105
4.3 พระธาตุดอยตุงเป็นเจดีย์แห่งแรกของล้านนา.....	106
4.4 ศาสตร์ดาราศาสตร์ของเจ้าผู้ครองนครล้านนาในอดีต.....	106
4.5 ของใช้ในสมัยอาณาจักรล้านนา.....	107
4.6 จิตรกรรมและประติมากรรมภายในวัด.....	107
4.7 นี้อตและสกรูที่นำมาใช้เป็นส่วนประกอบของร่ม.....	108
4.8 ผ้าโพลีเอสเตอร์.....	108
4.9 คัมภีร์โบราณและไม้แผ่น ที่ใช้ประดับสถานที่สำคัญของคนล้านนา.....	109
4.10 แทนวางของใช้ สำหรับขุนนางในสมัยล้านนา.....	109
4.11 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 1.1.....	110
4.12 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 1.2.....	111
4.13 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 1.3.....	112
4.14 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 2.1.....	113
4.15 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 2.2.....	114
4.16 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 2.3.....	115
4.17 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 3.1.....	116
4.18 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 3.2.....	117
4.19 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 3.3.....	118
4.20 ภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 1.....	125

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.21 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2.....	126
4.21 ที่มาของลวดลายเอกลักษณ์.....	127
ช.1 ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ 1.....	174
ช.2 ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ 2.....	175
ช.1 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง ที่ได้ทำการวิจัย.....	177
ช.2 ส่วนของตุ้มรุ่ม ประดับด้วยโลหะดุนลายจำนวน 2 ชิ้น และ ตัวเสียบลือกร่ม.....	177
ช.3 ส่วนหัวรุ่ม ประดับด้วยโลหะดุนลายจำนวน 4 ชิ้น.....	177
ช.4 ด้ามรุ่มทำจากแผ่นโลหะดุนลาย ขึ้นรูปเป็นทรงกระบอก สวมเข้ากับ แกนไม้.....	178
ช.5 หัวรุ่มแบบขอเกี่ยว ใช้สำหรับแขวนผลิตภัณฑ์รุ่ม.....	178
ช.6 ภาพขณะแขวนรุ่ม จะมีจุกไม้กลึงมาใส่ แทนที่ด้ามรุ่มและมือจับ.....	178
ช.7 ภาพรุ่มบ่อสร้างที่แขวน.....	179
ช.8 ลายของรุ่มที่ทำการออกแบบ.....	179

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย สะท้อนถึงความประณีต ความพิถีพิถันในการประดิษฐ์สินค้า และแสดงถึงภูมิปัญญาของชาวบ้านที่สร้างสรรค์ผลงานออกมา โดยจังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นศูนย์กลางแห่งหัตถกรรมไทยภาคเหนือ และอาจกล่าวได้ว่าเป็นเมืองที่มีการผลิตสินค้ามากที่สุดในประเทศไทย โดยสินค้าที่มีชื่อเสียง ได้แก่ เครื่องเงิน เครื่องเงินเครื่องจักรสาน เครื่องปั้นดินเผา ไม้แกะสลัก และของที่ระลึกต่างๆ แต่สิ่งหนึ่งในเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่จะลืมไม่ได้เลย นั่นก็คือ “ร่มเชียงใหม่” ซึ่งบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นเชียงใหม่อันแสดงถึงที่มาของวัฒนธรรมพื้นบ้าน และชีวิตความเป็นอยู่ของชาวภาคเหนือ โคนการทำร่มเชียงใหม่ถือกำเนิดขึ้นที่หมู่บ้านป่อสร้าง อำเภอสันกำแพง เมื่อประมาณ 200 ปี กว่าที่ผ่านมาและเป็นหัตถกรรมในครอบครัวของชาวป่อสร้าง ที่นำชื่อเสียงมาสู่หมู่บ้าน ตั้งแต่หมู่บ้านป่อสร้างยังไม่เป็นที่รู้จักและสนใจมากนัก (สุรเชษฐ์ เรื่องจันทร์. 2547)

ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มป่อสร้าง เป็นหน่วยงานของเอกชนที่เป็นแหล่งผลิตร่มที่ใหญ่ที่สุดในหมู่บ้านป่อสร้าง และจังหวัดเชียงใหม่ (สนั่น เข็มราช. 2550) ถูกจัดตั้งขึ้นในช่วงเวลาที่ชาวบ้านป่อสร้างกำลังจะละทิ้งอาชีพการทำร่ม และหันไปประกอบอาชีพอื่นๆแทน โดยเฉพาะอาชีพการทำไม้แกะสลัก เนื่องจากมีผลกำไรมากกว่า แม้กระทั่งสหกรณ์ทำร่มจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นสหกรณ์ทำร่มที่จัดตั้งขึ้นแห่งแรกของประเทศไทย ก็มีการเปลี่ยนชื่อ สหกรณ์การทำไม้แกะสลักและการทำร่มจังหวัดเชียงใหม่ ยิ่งทำให้เห็นความสำคัญของอาชีพการทำร่มถูกลดลงไปด้วย แต่จากความต้องการอนุรักษ์และส่งเสริมภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป จึงมีการรวมตัวของชาวบ้านกลุ่มหนึ่ง เพื่อก่อตั้งศูนย์รวมในการผลิตและจำหน่ายร่มป่อสร้าง อันจะทำให้อาชีพการทำร่มยังดำรงอยู่ต่อไป โดยใช้ชื่อ “ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มป่อสร้าง” ซึ่งคล้ายกับเป็นหน่วยงานของทางราชการ แต่ความจริงแล้ว การดำเนินการเป็นรูปแบบและการบริหารงานของเอกชนทั้งหมดโดยภายในศูนย์อุตสาหกรรม จะมีการแสดงขั้นตอนการผลิตครบทุกกระบวนการ ซึ่งอาศัยแรงงานจากภายในหมู่บ้านป่อสร้าง และจากหมู่บ้านใกล้เคียง และภายในบริเวณยังมีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ โดยสินค้าที่จำหน่ายจะมาจากการผลิตและรับจากร้านค้าย่อยๆอื่นๆด้วย (กัญญิกา บัวจัน, สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2554) ดังนั้นการจัดตั้งศูนย์อุตสาหกรรมในครั้งนี้ จึงถือเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในท้องถิ่น สามารถยึดเป็นอาชีพหลักได้ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งระบายสินค้าให้แก่ร้านค้ารายย่อย และช่วยยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านป่อสร้าง ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับประเทศอีกด้วย โดยในปี 2549 ที่ผ่านมา ทางศูนย์อุตสาหกรรมมีส่วนช่วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างมาก ที่ทำให้หมู่บ้านก่อสร้าง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมเป็นลำดับที่ 9 จากทั้งหมด 17 แห่ง โดยคิดเป็นร้อยละ 6.35 ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นจำนวน 354,985 คน/ปี มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ 2,766.50 บาท/คน/วัน โดยจำนวนนี้มีค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อของที่ระลึกจำนวน 275,607,372.50 บาท/ปี (ศูนย์บริการออกแบบสินค้าหัตถกรรม คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2549)

แต่จากปัญหาความผันผวนทางการเมือง เศรษฐกิจ ตลอดจนเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น ในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เช่นเดียวกับจังหวัดเชียงใหม่ และหมู่บ้านก่อสร้าง เพราะนักท่องเที่ยวจากภาคพื้นยุโรป อเมริกา รวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางมาท่องเที่ยวกันน้อยลง (สนั่น เข็มราช. 2550) ทำให้รายได้น้อยลงไปเรื่อยๆ จนร้านจำหน่ายร่มก่อสร้างบางแห่ง ต้องปิดตัวลงเพราะเกิดภาวะขาดทุน และหันไปประกอบอาชีพอื่นที่มีผลกำไรหรือสามารถเลี้ยงชีพได้แทน แสดงให้เห็นว่าชาวบ้านก่อสร้าง กำลังจะละทิ้งอาชีพการทำร่มที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านไปอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีการแก้ไขและช่วยเหลือแล้ว เหตุการณ์การละทิ้งอาชีพการทำร่มก็ย่อมจะเกิดขึ้นอีกในอนาคต และในที่สุดอาชีพทำร่มก็จะเป็นอาชีพที่ทุกคนล้มเลิกไปในที่สุด และความรู้ของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์นี้ ก็จะสาบสูญและกลายเป็นเพียงประวัติศาสตร์ไปเท่านั้น ซึ่งจากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวจึงเป็นที่สังเกตได้ว่าผู้ประกอบการในหมู่บ้านก่อสร้างจะสามารถบริหารจัดการ ให้ดำเนินอยู่ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันนั้น จำเป็นต้องมีการบริหารงานในทุกๆด้านเป็นอย่างดี เหมือนกันศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มก่อสร้าง ที่สามารถดำเนินธุรกิจนี้มานานกว่า 30 ปี ก่อตั้งจากช่วงเวลาวิกฤติของหมู่บ้าน ผ่านการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม และวิกฤติการณ์ต่างๆมากมาย แต่ก็ยังคงสืบสานกิจการ และ สืบทองความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ไว้ได้อย่างมั่นคง

จากสภาพปัญหาของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มก่อสร้าง ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษาสำรวจ รวบรวมข้อมูล และออกแบบผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้างให้มีรูปแบบที่น่าสนใจและน่าจดจำมีเอกลักษณ์ความเป็นจังหวัดเชียงใหม่ และมีคุณภาพ ประโยชน์ใช้สอย ลวดลาย มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของผู้ใช้และเข้ากับยุคสมัยและส่งเสริมการผลิตร่มก่อสร้างของชาวล้านนาเพื่อไม่ให้ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษสูญหายไป โดยมุ่งหวังให้ชาวบ้านในชุมชน ช่วยกันสร้างให้เกิดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเอง ให้ถือเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการสร้างกระแสนิยมการใช้สินค้าไทย ถือเป็น การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาซึ่งรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชน สร้างให้เกิดความเข้มแข็ง และส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในระดับรากหญ้าอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษา สํารวจ และรวบรวมข้อมูล ผลิตภัณฑ์ร่ํมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่ํมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีรูปแบบเฉพาะที่แสดงถึง เอกลักษณ์วิถีชีวิตการทำร่ํมบ่อสร้างไว้
3. ประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ร่ํมบ่อสร้าง ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้วจากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายมีระดับความพึงพอใจในคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ร่ํมบ่อสร้าง รูปแบบใหม่ให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้

1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่ํมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิด ดังนี้

การพัฒนาแบบและประโยชน์ใช้สอย ลวดลาย วัสดุและกรรมวิธีผลิตร่ํมบ่อสร้าง โดยใช้กรอบแนวคิดด้านปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบ ซึ่ง นวลน้อย บุญวงษ์ (2539 : 83-108) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบสามารถจำแนกอย่างกว้างๆ ได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.4 .1 ปัจจัยภายในงานออกแบบ เป็นปัจจัยเบื้องต้นทำหน้าที่กำหนด และให้ขอบเขตแก่ งานออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นงาน 2 และ 3 มิติประเภทใดๆ ก็ตาม โดยงานออกแบบนั้นเกิดขึ้นจากการนำวัสดุชนิดต่างๆ มาผ่านกรรมวิธีขึ้นรูปที่เหมาะสมและเป็นไปได้จริงในเวลานั้น เพื่อให้เกิดรูปทรงใหม่ ซึ่งสามารถตอบสนองประโยชน์ตามหน้าที่ใช้สอยได้เป็นอย่างดี ปัจจัยจากภายในทั้ง 3 ประการ คือ วัสดุและกรรมวิธีการผลิต ประโยชน์ใช้สอย และรูปทรงต่างมีความสำคัญและเกี่ยวข้องสัมพันธ์ โดยนักออกแบบเป็นผู้ทำหน้าที่ประสานความสัมพันธ์ระหว่างกันให้เกิดความเหมาะสมสูงสุด

1.4.2 ปัจจัยจากภายนอกงานออกแบบ คือ สภาพแวดล้อมรอบตัวของงานออกแบบก็มีอิทธิพลในการกำหนดหรือให้ขอบเขตแก่งานออกแบบ งานออกแบบชนิดใหม่ที่เกิดขึ้น นักออกแบบจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบซึ่งกันและกัน เพื่อให้สามารถใช้งานร่วมกันกับสิ่งที่มีและเป็นอย่างดี ปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญต่องานออกแบบสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ด้าน คือ การแข่งขันในตลาด ความสามารถเข้ากันได้กับระบบสากล การควบคุมด้านความปลอดภัย และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่” ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตของชนิดสินค้า

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดชนิดของผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง ที่จะนำมาใช้เป็นทางเลือกในการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ก่อนนำผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไปใช้สรุปหาชนิดของสินค้าที่เป็นที่ต้องการสูงสุด เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาในขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่ม ต่อไป

โดยกลุ่มชนิดของผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างที่นำมาศึกษามี ดังนี้

1. ร่มผ้าแพร (Rayon Umbrella) ขนาดต่างๆ
2. ร่มผ้าฝ้ายลงน้ำมัน (Cotton Waterproof Umbrella) ขนาดต่างๆ
3. ร่มกระดาษสา (Sa-Paper Umbrella) ขนาดต่างๆ
4. ร่มกระดาษสาน้ำมันลายจีน (Printed Sa-Paper Umbrella) ขนาดต่างๆ

1.5.2 ขอบเขตของแหล่งที่มาของข้อมูล

ในการศึกษาและพัฒนาของฝากสำหรับผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งที่มาของข้อมูล ในแต่ละขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1.5.2.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ใช้แบบสอบถามด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิดจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 2 กลุ่ม จำนวน 60 ท่าน เพื่อคัดเลือกชนิดของผลิตภัณฑ์ร่มของฝากที่จะนำมาออกแบบ พร้อมนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

1.5.2.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบภาพสเก็ต (Sketch Design) พร้อมข้อเสนอแนะ จากผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน

1.5.2.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมา ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบแบบจำลอง (Model) จากกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ผลิตร่มของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง จำนวน 80 ท่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.3 ขอบเขตในการกำหนดตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ประกอบด้วย

1.5.3.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นหาข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ร่วมก่อสร้างวางจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน

1.5.3.2 ขั้นตอนการออกแบบออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่
ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ผลงานผลิตภัณฑ์ร่วมทั้ง 3 แนวทาง

1.5.3.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบของร่วมก่อสร้างทั้งก่อนและหลังการพัฒนา

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ร่วม

รูปแบบใหม่ หลังการพัฒนา

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จำได้กำหนดความหมายของคำต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ร่วมก่อสร้าง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ร่วม เป็นสินค้าพื้นเมือง ที่ผลิตขึ้นโดยศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมก่อสร้าง บ้านก่อสร้าง อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่

เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หมายถึง รูปแบบและลักษณะที่บ่งบอกถึงท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความแตกต่างไปจากท้องถิ่นอื่นๆทั้งในด้าน ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี งานสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ตลอดจนวิถีชีวิตแบบเดิมๆ เป็นต้น

อัตลักษณ์ หมายถึง ความเป็นลักษณะเฉพาะตัวของกลุ่ม รวมถึงลักษณะเด่นของ วัสดุรูปแบบ ลวดลาย และกรรมวิธีการผลิตร่วมของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมก่อสร้าง

ล้านนา หมายถึง พื้นที่ของจังหวัดภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด ประกอบด้วย 1) เชียงใหม่ 2) เชียงราย 3) ลำพูน 4) ลำปาง 5) แม่ฮ่องสอน 6) พะเยา 7) แพร่ 8) น่าน

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ร่วม ทั้งในด้านการใช้งาน และในด้านการตลาดของผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว

กลุ่มผู้ผลิต หมายถึง กลุ่มคนที่ทำงานในหน้าที่ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต จำหน่าย ขนส่ง จัดเก็บ ในศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมก่อสร้าง

กลุ่มผู้จำหน่าย หมายถึง ร้านค้าที่จัดจำหน่ายของฝากของที่ระลึก จากจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมก่อสร้าง

กลุ่มผู้ซื้อ หมายถึง กลุ่มคนในท้องถิ่น หรือนักท่องเที่ยวที่มามีเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินการวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่” เป็นการศึกษาที่ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะพัฒนารูปแบบของร่มบ่อสร้าง จึงทำการศึกษา สืบหาแหล่งผู้ผลิตและผู้จำหน่าย รูปแบบ ลวดลาย วัสดุและกรรมวิธีการผลิตร่มบ่อสร้าง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยเสนอผลการศึกษา

โดยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า เอกสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

- 2.1 เอกลักษณ์ท้องถิ่นประจำจังหวัดเชียงใหม่
- 2.2 ร่มบ่อสร้าง
- 2.3 วัสดุ ส่วนประกอบของร่มและกระบวนการผลิต
- 2.4 สินค้าของที่ระลึก พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้บริโภค
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 เอกลักษณ์ท้องถิ่นประจำจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาในระดับสูงมีศักยภาพในการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้าน การท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และการลงทุน จนเป็นเมืองเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมมากมาย มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ซึ่งเป็นที่ตั้งของอาณาจักรล้านนาในสมัยโบราณ มีภาษาล้านนา (คำเมือง) เป็นภาษาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างกับจังหวัดอื่น ๆ ทั้งด้านประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม

เมืองเชียงใหม่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานคนเชียงใหม่ได้สั่งสมวัฒนธรรมประเพณีสืบต่อกันมา จากบรรพบุรุษอย่างต่อเนื่องโดยส่วนใหญ่มีความผูกพันกับพุทธศาสนาและความเชื่อดั้งเดิมสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งมีอยู่มากมาย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาลักษณะเฉพาะถิ่นของจังหวัดเชียงใหม่เพื่อนำมาสะท้อนภาพลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างเป็นเอกลักษณ์นี้ไว้บนบรรจุภัณฑ์ของฝาก ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะตามที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ต่างๆ ดังนี้

1. ประวัติศาสตร์
2. สัญลักษณ์และคำขวัญ
3. สถานที่สำคัญ
4. ประเพณีและวัฒนธรรม
5. ศิลปะหัตถกรรม

2.1.1 ประวัติศาสตร์

อาณาบริเวณของเมืองเชียงใหม่ในอดีตเป็นที่ตั้งของเมืองเก่าซึ่งเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนาไทย อันมีนามว่า "นพบุรีศรีนครพิงค์" กษัตริย์ผู้สร้างนครเชียงใหม่ พ่อขุนเม็งรายมหาราช พระองค์ทรงรวบรวมบ้านเล็กเมืองน้อยบนแผ่นดินล้านนาไทย ให้เป็นปฐพีเดียวกัน รวมเป็นอาณาจักรล้านนาไทยอันกว้างใหญ่ไพศาล พระองค์เป็นพระโอรสผู้สืบเชื้อสายมาจากพระเจ้าลาวจก ราช ซึ่งเป็นผู้สร้างอาณาจักรโยนก ในระยะที่พ่อขุนเม็งรายกำลังเรืองอำนาจอยู่ในอาณาจักรล้านนาไทยนั้น พ่อขุนรามคำแหงมหาราชกำลังเรืองอำนาจอยู่ในอาณาจักรสุโขทัย และพ่อขุนงำเมืองกำลังเป็นไปอยู่ที่เมืองพะเยา กษัตริย์ทั้งสามพระองค์นี้เป็นพระสหายสนิทร่วมน้ำสาบานมาด้วยกัน ฉะนั้นเมื่อพ่อขุนเม็งรายรวบรวมเมืองต่าง ๆ ในอาณาจักรล้านนาไทยเป็นปึกแผ่นแน่นหนา หลังจากนั้น พ.ศ. 1824 พระองค์ก็เสด็จกรีธาทัพเข้าตี นครหริภุญไชย ซึ่งมีพญายีบาครองอยู่ และเป็นนครที่มั่นคงแข็งแรงที่สุดทางตอนใต้ได้สำเร็จสมพระราชประสงค์ แล้วเสด็จเข้าประทับอยู่ในนครหริภุญไชยเป็นเวลา สองปี จึงทรงมอบให้อ้ายฟ้าอำมาตย์ครองนครหริภุญไชยแทน ส่วนพ่อขุนเม็งรายได้เสด็จไปสร้างเมืองใหม่ทางทิศตะวันออกของนครหริภุญไชย ครองอยู่ได้สามปีทรงเห็นว่าเมืองใหม่ทำเลไม่เหมาะสมจึงโปรดย้ายราชธานีมาตั้งอยู่ที่แห่งใหม่ริมฝั่งแม่น้ำระมิงค์ มีชื่อว่า "เวียงกุมกาม" (ปัจจุบันอยู่ในตำบลท่าวังตาล อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่) ครองราชย์อยู่ จนถึง พ.ศ. 1835 ก็เกิดนิมิตรประหลาดในพระทัยให้พ่อขุนเม็งรายไปประพาสป่าและทอดพระเนตรพบชัยภูมิที่จัดสร้างเมืองเชียงใหม่ พระองค์โปรดให้สร้างที่ประทับชั่วคราว ณ เวียงเล็ก (เมืองเล็ก) หรือ เวียงเชียงมั่น (คือบริเวณวัดเชียงมั่นในปัจจุบัน) จากนั้นก็โปรดให้ไพร่พลถางป่า และปรับพื้นที่บริเวณเชิงดอยอ้อยช้าง หรือ ดอยสุเทพในปัจจุบัน แล้วโปรดให้เชิญเสด็จพ่อขุนรามคำแหง แห่งกรุงสุโขทัย และพญางำเมืองแห่งนครพะเยา พระสหายร่วมน้ำสาบานมาช่วยพิจารณาการสร้างเมืองใหม่ เมื่อพระสหายทั้ง 2 พระองค์เสด็จมาถึงและได้เห็นชัยภูมิที่ราบอันสมบูรณ์ริมฝั่งแม่น้ำปิงตรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เชิงดอยสุเทพก็พอพระทัย พ่อขุนรามคำแหงถึงกับทรงมีพระดำรัสว่า "เมืองนี้ข้าศึกจะเบียดเบียนกระทำร้ายมิได้ คนไหนมีเงินพันมาอยู่ก็จะมีเงินหมื่น ครั้นมีเงินหมื่นมาอยู่จะมีเงินแสน" ส่วนพระยาจำเมืองถวายความเห็น ว่า "เขตเมืองนี้ดีจริง เพราะเหตุว่าเนื้อดินมีพรรณรังสี 5 ประการ มีชัย 7 ประการ เมืองนี้มีสิทธิ์นักแล" ในที่สุดพ่อขุนเม็งรายก็ทรงดำเนิการสร้างเมืองใหม่โดยให้ขุดคูและสร้างกำแพงเมือง เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า พร้อมทั้งโปรดให้สร้างปราสาท ราชมณเฑียรและบ้านเรือนในปี พ.ศ.1839 พ่อขุนเม็งราย พ่อขุนรามคำแหงและพญาจำเมือง ก็พร้อมใจกันขนานนาม พระนครแห่งใหม่ว่า "นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่" เรียกกันเป็นสามัญว่า "นครพิงค์เชียงใหม่" ต่อจากนั้น พ่อขุนเม็งรายก็ทรงประกอบพิธีปราบดาภิเษกเป็นกษัตริย์ ปกครองอาณาจักรล้านนาไทย ราชธานีอยู่ที่ นครเชียงใหม่ ทรงเป็นต้นราชวงศ์เม็งรายครองราชย์อยู่จน พ.ศ.1860 วันหนึ่งขณะที่พ่อขุนเม็งรายกำลังเสด็จประพาสตลาดกลางนครเชียงใหม่ ได้เกิดฝนตกอย่างหนัก จนอสนีบาตได้ตกลงพระองค์สิ้น พระชนม์เมื่อพระชนมายุได้ 79 พรรษา และมีเชื้อสายของพ่อขุนเม็งรายได้ปกครองอาณาจักรล้านนาไทยต่อเนื่องกันมา

เมืองเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนาไทยสืบต่อกันมาเป็นเวลานาน ตกเป็นเมืองขึ้นของกรุงศรีอยุธยา และประเทศพม่าอยู่หลายยุคหลายสมัย จนครั้งสุดท้ายในสมัยกรุงธนบุรี พระเจ้าตากสินมหาราชทรงคืนนครเชียงใหม่ได้จากประเทศพม่า เมื่อปี พ.ศ. 2317 แล้วทรงกวาดล้างอิทธิพลของพม่าจากล้านนาไทยได้สำเร็จ เมืองเชียงใหม่จึงกลับมาเป็นประเทศราชของกรุงธนบุรี และกรุงรัตนโกสินทร์ จนสมัยสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ได้ทรงสถาปนา "พญาภิบาล" (กาวิละ ณ เชียงใหม่) ขึ้นเป็นเจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ ซึ่งเป็นต้นตระกูล ณ เชียงใหม่ สืบต่อมา 9 พระองค์ มีเจ้านวรัฐเป็นองค์สุดท้ายถึงสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พ.ศ. 2440 ทรงยุบเมืองประเทศราชเข้ากับอาณาจักรไทย แชงการปกครองราชอาณาจักรออกเป็นมณฑล ได้ยกเมืองเชียงใหม่ขึ้นเป็นมณฑลพายัพ และต่อมาภายหลังได้ยกเลิกเมืองเชียงใหม่ จึงเป็นจังหวัดมาจนถึงปัจจุบันนี้ รวมระยะเวลาที่เชียงใหม่ได้เป็นราชธานีอาณาจักรล้านนาไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 1839 จนถึง พ.ศ. 2540 ได้ 700 ปี

2.1.2 สัญลักษณ์และคำขวัญ

(1) ตราประจำจังหวัด เป็นรูปช้างเผือกหันหน้าตรงในเรือนแก้ว ซึ่งมีความหมายตามสัญลักษณ์ ดังนี้

ช้างเผือกหมายถึงช้างที่เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่นำทูลเกล้าถวายแด่พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และได้ขึ้นระวางเป็นช้างเผือกเอกในรัชกาลพระองค์ เรือนแก้วหมายถึงดินแดนที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พระพุทธศาสนาได้มาตั้งมั่นเจริญรุ่งเรืองจนเคยเป็นสถานที่สำหรับทำสังคายนา (คือการชำระ ตรวจสอบความถูกต้อง) พระไตรปิฎกเมื่อพุทธศักราช 202



ภาพที่ 2.1 สัญลักษณ์ประจำจังหวัดเชียงใหม่

ที่มา : th.wikipedia.org

(2) คำขวัญประจำจังหวัด

วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหารเป็นพระอารามหลวง ชั้นโท ชนิดราชวรวิหาร ตั้งอยู่บนยอดดอยสุเทพเป็นหนึ่งในวัดของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความสำคัญมากที่สุด ในวัดมีเจดีย์ทรงเชียงแสนฐานสูงย่อมุมระฆังทรงแปดเหลี่ยมปิดด้วยทองจังโก 2 ชั้นลานเจดีย์เป็นจุดชมวิวทัศนเมืองเชียงใหม่ทางขึ้นเป็นบันไดนาคเจ็ดเศียรก่อปูนสร้างขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 1929 ในสมัยพญาภิรามราชที่ 6 แห่งอาณาจักรล้านนาราชวงศ์เม็งรายพระองค์ทรงได้อัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุองค์ใหญ่ ที่ได้ทรงเก็บไว้สักการบูชาส่วนพระองค์ถึง 13 ปี มาบรรจุไว้ที่นี้ด้วยการทรงอธิษฐานเสี่ยงช้างมงคลเพื่อเสี่ยงทายสถานที่ประดิษฐานพอช้างมงคลเดินมาถึงยอดดอยสุเทพ มันก็ร้องสามครั้ง พร้อมกับทำทักษิณาวัตรสามรอบ แล้วล้มลง พระองค์จึงโปรดเกล้าฯให้ขุดดินลึก 8 ศอก กว้าง 6 วา 3 ศอกหาแท่นหินใหญ่ 6 แท่น มาวางเป็นรูปสี่เหลี่ยมในหลุมแล้วอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุลงประดิษฐานไว้ จากนั้นถมด้วยหินแล้วก่อพระเจดีย์สูง 5 วา ครอบบนนั้นด้วยเหตุนี้จึงห้ามพุทธศาสนิกชนที่ไปนมัสการสวมรองเท้าใน บริเวณพระธาตุและมีสตรีเข้าไปบริเวณนั้น ในปีพ.ศ. 2081สมัยพระเมืองเกษเกล้ากษัตริย์องค์ที่ 12 ได้ทรงโปรดฯให้เสริมพระเจดีย์ให้สูงกว่าเดิม เป็นกว้าง 6 วา สูง 11 ศอก พร้อมทั้งให้ช่างนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทองคำทำเป็นรูปดอกบัวทองใส่บนยอดเจดีย์และต่อมาเจ้าท้าวทรายคำ ราชโอรสได้ทรงให้ตีทองคำเป็นแผ่นติดที่พระบรมธาตุ เป็นที่เคารพบูชาของผู้คนในจังหวัดเชียงใหม่ และนักท่องเที่ยวต่างจังหวัด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นอกจากนี้คนเชียงใหม่ได้ส่งสมวัฒนธรรมประเพณีสืบทอดมาจากบรรพบุรุษอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่มีความผูกพันกับพุทธศาสนาและความเชื่อดั้งเดิม มีประเพณีสำคัญที่เกิดขึ้นในจังหวัดตออยู่ตลอดเวลา เช่น ประเพณียี่เป็งประเพณีนี้มีขึ้นเพื่อเป็นการปลดปล่อยความทุกข์โศกและสิ่งไม่ดีต่างๆ ไปกับโคลมลอยและกระทงที่เรียกว่า “ลอยโขมด” ปัจจุบันประเพณียี่เป็งของเชียงใหม่จัดเป็นงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการจัดประกวดกระทง โคมไฟ และขบวนแห่กระทงใหญ่มีขบวนแห่ไปตามถนนท่าแพนักท่องเที่ยวสามารถร่วมเข้าชมและลอยกระทงได้ริมแม่น้ำปิงตั้งแต่หน้าเทศบาลนครเชียงใหม่เลียบบแม่น้ำไปทางสะพานนครพิงค์จนถึงสะพานนวรัฐ ถ้าอยากเห็นประเพณีแบบดั้งเดิมควรไปทางอำเภอรอบนอกถือเป็นประเพณีที่ทำสืบทอดกันมาเป็นเวลายาวนาน

แม้แต่เรื่องของการท่องเที่ยวธรรมชาติ จังหวัดเชียงใหม่ก็โดดเด่นเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป เพราะจังหวัดเชียงใหม่อุดมไปด้วยธรรมชาติที่งดงาม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่มีมากมาย เช่น ดอยอินทนนท์ น้ำตกลิธิภูมิ อ่างกา น้ำตกแม่ปาน น้ำตกวชิรธาร น้ำตกลิธิภูมิ ผาหมอน ซึ่งเป็นที่รู้จักและนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเที่ยวกันอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี จากความสำคัญในแต่ละด้านที่กล่าวมานี้ ชาวจังหวัดเชียงใหม่ จึงได้นำมาเรียงร้อยคำเป็นคำขวัญประจำจังหวัดว่า

“ดอยสุเทพเป็นศรี ประเพณีเป็นสง่า บุปผชาติล้วนงามตา นามล้ำค่านครพิงค์”

2.1.3 สถานที่สำคัญ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ในที่นี้จะกล่าวถึงสถานที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันเป็นอย่างดี ดังนี้

(1) อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ มีพื้นที่ครอบคลุมอยู่ในท้องที่อำเภอดอยหล่อ อำเภอจอมทองและอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ดอยอินทนนท์แต่เดิมดอยนี้มีชื่อว่า "ดอยหลวง" หรือ "ดอยอ่างกา" ดอยหลวง มาจากขนาดของดอยที่ใหญ่มาก ชาวบ้านจึงเรียกกันว่า "ดอยหลวง" (หลวง: เป็นภาษาเหนือ แปลว่า ใหญ่) ดอยอ่างกา มีเรื่องเล่าว่า ห่างจากยอดดอยไปทางทิศตะวันตกประมาณ 300 เมตร มีหนองน้ำแห่งหนึ่งลักษณะเหมือนอ่าง ผุงกัจฉานมากมายมักพากันไปเล่นน้ำที่หนองน้ำแห่งนี้ จึงพากันเรียกว่า "อ่างกา" และภูเขาขนาดใหญ่แห่งนั้นก็เลยเรียกกันว่า "ดอยอ่างกา" แต่ก็มีบางกระแสกล่าวว่า คำว่า "อ่างกา" นั้น แท้จริงแล้วมาจากภาษาปกากะญอ (กะเหรี่ยง) แปลว่า "ใหญ่" เพราะฉะนั้นคำว่า "ดอยอ่างกา" จึงแปลว่าดอยที่มีความใหญ่นั้นเอง ดอยอินทนนท์ อดีตกาลก่อนป่าไม้ทางภาคเหนืออยู่ในความควบคุมของเจ้าผู้ครองนครต่าง ๆ สมัยพระเจ้าอินทวิชยานนท์ เจ้าผู้ครอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นครเชียงใหม่ (องค์สุดท้าย) พระองค์ให้ความสำคัญกับป่าไม้อย่างมาก โดยเฉพาะป่าในบริเวณดอยหลวง ทรงรับสั่งว่า หากสิ้นพระชนม์ลงให้นำอัฐิบางส่วนขึ้นไปสร้างสถูปบรรจุไว้บนดอย ดอยนี้จึงมีนามเรียกขานว่า "ดอยอินทนนท์" แต่มีข้อมูลบางกระแสกล่าวว่า ที่ดอยหลวงเรียกว่า ดอยอินทนนท์ นั้น เป็นเพราะเนื่องจากว่าเป็นการให้เกียรติ เจ้าผู้ครองนคร จึงตั้งชื่อจากคำว่า "ดอยหลวง" ซึ่งเป็นชื่อที่มีความซ้ำกับดอยหลวง ของอำเภอเชียงดาว แต่ภายหลังมีชาวเยอรมัน มาทำการสำรวจและวัด ซึ่งปรากฏผลว่า ดอยหลวง หรือดอยอ่างกา ที่อำเภอแม่แจ่มมีความสูงกว่า ดอยหลวง ของอำเภอเชียงดาว จึงเปลี่ยนชื่อใหม่ เพื่อไม่ให้มีความซ้ำซ้อนกัน และเรียกดอยแห่งนี้ว่า "ดอยอินทนนท์" อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เดิมเป็นส่วนหนึ่งของ "ป่าสงวนแห่งชาติดอยอินทนนท์" ต่อมาได้ถูกสำรวจและจัดตั้งเป็นหนึ่งในสิบสี่ ป่าที่ทางรัฐบาลให้ดำเนินการเป็นอุทยานแห่งชาติ ซึ่งครั้งแรกกรมป่าไม้เสนอให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์กำหนดพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ให้มีพื้นที่ 1,000 ตร.กม. หรือประมาณ 625,000 ไร่ แต่เนื่องจากพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ อาศัยอยู่ก่อนหลายชุมชน จึงทำการสำรวจใหม่ และกันพื้นที่ที่ราษฎร อยู่มาก่อน และคาดว่าจะมีปัญหาในอนาคตออก จึงเหลือพื้นที่ที่จะประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ 270 ตร.กม. หรือประมาณ 168,750 ไร่ ประกาศลงวันที่ 2 ตุลาคม 2515 และในวันที่ 13 มิถุนายน 2521 รัฐบาลประกาศพื้นที่เพิ่มอีกเป็น 482.4 ตร.กม. อำเภอจอมทอง อำเภอแม่แจ่ม อำเภอแม่วาง และกิ่งอำเภอดอยหล่อ มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 400-2,565.3341 เมตร เป็นภูเขาที่สูงที่สุดในประเทศไทย สำหรับวัตถุประสงค์ในการกำหนดที่ดินให้เป็นอุทยานแห่งชาติ

ประกอบไปด้วยภูเขาสูงสลับซับซ้อน มีดอยอินทนนท์ซึ่งเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในประเทศไทย สภาพป่าเป็นต้นน้ำลำธารของแม่น้ำหลายสาย และเป็นส่วนหนึ่งของต้นน้ำปิงที่ให้พลังงานไฟฟ้าที่เขื่อนภูมิพล มีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตกต่างๆ โดยเฉพาะน้ำตกแม่ยะ ที่ได้ชื่อว่าสวยที่สุดของประเทศ ป่าอินทนนท์นี้เป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำแม่กลาง แม่ป่าก่อ แม่ปอน แม่หอย แม่ยะ แม่แจ่ม แม่ขาน และเป็นส่วนหนึ่งของต้นน้ำแม่ปิงที่ให้พลังงานไฟฟ้าที่เขื่อนภูมิพล ในอุทยานนั้นมีสภาพป่าเป็น ป่าดิบเขา ป่าสน ป่าเต็งรัง และป่าเบญจพรรณ มีพันธุ์ไม้ ไม้สัก ไม้ตะเคียน สนเขา เต็ง เหียง มะเกลือ ไม้แดง ไม้ประดู่ ไม้รักฟ้า ไม้มะค่า ไม้เก็ดแดง ไม้จำปีป่า ไม้ตะแบก ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีดอกไม้ป่าให้พบเห็นอีกด้วย เช่น ฟ้ามุ่ย ช้างแดง รองเท้านารี และกุหลาบป่าสำหรับมอส ข้าวตอกฤๅษี ออสมันดำ มีอยู่ทั่วไปในระดับสูง แต่สัตว์ป่าในเขตอุทยานนั้นมีจำนวนน้อย เนื่องด้วยถูกชาวเขา ล่าไปเป็นอาหาร ปัจจุบันสัตว์ที่หลงเหลือก็มี เสียงผา กวางผา กวาง เสือ หมูป่า หมีชะนี กระต่ายป่า และ ไก่ป่า ดอยอินทนนท์ยังมีสิ่งที่น่าสนใจการะอีก 2 อย่าง คือ พระมหาธาตุนภเมทนีดล แปลได้ความว่า พระสถูปเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุที่ยิ่งใหญ่เพียงฟ้าจดดิน บรรดาท่านพุทธศาสนิกชนผู้ยึดมั่นสักการบูชาองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า และพระรัตนตรัย หรือท่านศาสนิกชนอื่นที่เปี่ยมล้นด้วยความจงรักภักดีต่อองค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เมื่อได้มาเห็นพระมหาธาตุนเจดีย์ และรู้เหตุแห่งการสร้างน้อมเกล้าฯ ถวายเป็นพระราชกุศลเสริมบุญญาธิการ ย่อมปีติปราโมทย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อนุโมทนา ตั้งจิตถวายพระพรชัยมงคลอีกครั้งคราว ทั้งย่อมจะเห็นเป็นนิมิตเช่นเดียวกันว่า พระพุทธคุณแห่งองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า และอานุภาพแห่งคุณพระรัตนตรัย อีกทั้งเดชะบารมีแห่งองค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พระมหากษัตริย์ราชินีอันยิ่งใหญ่เพียงฟ้าจดดินนี้ จะคุ้มครองไปตลอดทุกทิศทั่วพระราชอาณาเขต และบันดาลให้อาณาประชาราษฎร์ ภายใต้พระบรมโพธิสมภาร มีแต่ความร่มเย็น สมบูรณ์ พูนสุข เจริญรุ่งเรือง มั่นคงวัฒนาสถาพร ปวงปัจจามิตรพ่ายแพ้ไปชั่ววินิรันดร และพระมหาธาตุ นภพลภูมิสิริ ซึ่ง พระมหาธาตุนภเมทนีดล มีความหมายว่า "เป็นกำลังแห่งฟ้าเป็นสิริแห่งดิน" องค์เจดีย์มีรูปทรงที่ละม้ายคล้ายคลึงกับองค์พระมหาธาตุเจดีย์ นภเมทนีดล มีรูปทรงสี่เหลี่ยมเป็นรูป ๑๒ เหลี่ยม มีระเบียงกว้างโดยรอบเป็น ๒ ระดับ สำหรับให้พุทธศาสนิกชนและผู้มาเยี่ยมชมได้กระทำทักษิณาวรรต และเดินชมทิวทัศน์ได้โดยรอบ องค์พระมหาธาตุเจดีย์มีความกว้างที่ระดับระเบียงชั้นล่าง ๓๗ เมตร สูง ๕๕ เมตร ซึ่งต่ำกว่าพระมหาธาตุเจดีย์ นภเมทนีดล ๕ เมตร เพื่อแสดงความหมายถึงสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงอ่อนพระชันษากว่าพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ๕ พรรษา ปวงชนชาวไทยได้ร่วมกันสร้างพระมหาธาตุเจดีย์นี้ เพื่อน้อมเกล้าฯ น้อมกระหม่อมถวายเป็นพระราชกุศล และเทิดพระเกียรติแด่ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ องค์พระแม่เจ้าของชาวไทยทั้งปวงบนยอดดอยอินทนนท์ เพื่อเป็นปูชนียสถานสำคัญให้ประชาชนที่มาเยี่ยมชมและสักการะ ได้น้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของทั้ง ๒ พระองค์ ไว้ในความทรงจำชั่ววินิรันดร



ภาพที่ 2.2 พระมหาธาตุนภเมทนีดล (ซ้าย) และพระมหาธาตุเจดีย์ นภพลภูมิสิริ (ขวา)
ที่มา : <http://www.doiinthanon.com>

(2) วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร เป็นพระอารามหลวง ชั้นโท ชนิดราชวรวิหาร ตั้งอยู่บนยอด ดอยสุเทพ เป็นหนึ่งในวัดของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความสำคัญมากที่สุด ในวัดมีเจดีย์ทรงเชียงแสน ฐานสูงย่อมุมระฆังทรงแปดเหลี่ยมปิดด้วยทองจังโก 2 ชั้น ลานเจดีย์เป็นจุดชมทิวทัศน์เมืองเชียงใหม่ ทางขึ้นเป็นบันไดนาคเจ็ดเศียรก่อปูนสร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 1929 ในสมัยพญาเกือนา กษัตริย์องค์ที่ 6 แห่งอาณาจักรล้านนา ราชวงศ์เม็งราย พระองค์ทรงได้อัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุองค์ใหญ่ ที่ได้ทรงเก็บไว้สักการบูชาส่วนพระองค์ถึง 13 ปี มาบรรจุไว้ที่นี่ ด้วยการทรงอธิษฐานเสี่ยงช้างมงคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อเสียดายสถานที่ประดิษฐาน พอช่างมุงคลเดินมาถึงยอดดอยสุเทพ มันก็ร้องสามครั้ง พร้อมกับทำ
ทักษิณาวัตรสาม รอบ แล้วล้มลง พระองค์จึงโปรดเกล้าฯให้ขุดดินลึก 8 ศอก กว้าง 6 วา 3 ศอก ทา
แท่นหินใหญ่ 6 แท่น มาวางเป็นรูปทึบใหญ่ในหลุม แล้วอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุลง ประดิษฐานไว้
จากนั้นถมด้วยหิน แล้วก่อพระเจดีย์สูง 5 วา ครอบบนนั้น ด้วยเหตุนี้จึงห้ามพุทธศาสนิกชนที่ไป
นมัสการสวมรองเท้าใน บริเวณพระธาตุ และมีให้สตรีเข้าไปบริเวณนั้น ในปี พ.ศ. 2081 สมัยพระ
เมืองเกษเกล้า กษัตริย์องค์ที่ 12 ได้ทรงโปรดฯให้เสริมพระเจดีย์ให้สูงกว่าเดิม เป็นกว้าง 6 วา สูง 11
ศอก พร้อมทั้งให้ช่างนำทองคำทำเป็นรูปดอกบัวทองใส่บนยอดเจดีย์ และต่อมาเจ้าท้าวทรายคำ ราช
โอรสได้ทรงให้ตีทองคำเป็นแผ่นติดที่พระบรมธาตุ



ภาพที่ 2.3 บันไดเจดีย์เศียร

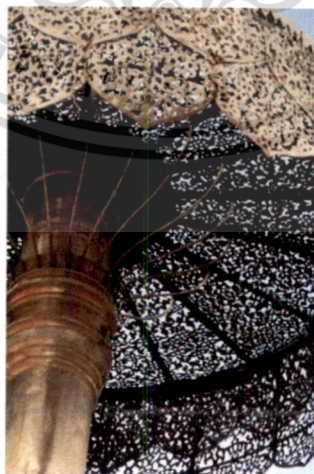
ที่มา : <http://www.oknation.net>

องค์พระเจดีย์ซึ่งตั้งอยู่บนยอดเขาแห่งหนึ่ง มีชื่อว่า ดอยสุเทพ แต่เดิมเป็นที่อยู่อาศัยของฤาษี
มีนามว่า สุทเวหะ เป็นภาษาบาลี มีความหมายว่า เทพเจ้าที่ดี ซึ่งตรงกับความหมายของคำว่า สุเทพ
นั่นเอง เพราะฉะนั้นจึงได้ ชื่อว่า ดอยสุเทพ ซึ่งมาจากชื่อของฤาษี คือสุทเวหะฤาษี ตามประวัติได้แจ้งว่า
เมื่อต้นพุทธศตวรรษที่ 19 พระเจ้ากือนา ได้ทรงสร้างวัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหารไว้บนยอด เขา
ดอยสุเทพ โดยได้นำเอาพระบรมธาตุ ของพระพุทธเจ้า ที่พระมหาสวามี นำมาจากเมืองปางจา
จังหวัดสุโขทัย บรรจุไว้ในองค์พระเจดีย์พระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร นอกจากนี้จะเป็นวัดที่มี
ความสำคัญมากแล้ว ยังเป็นพระอารามหลวง 1 ใน 4 ของจังหวัดเชียงใหม่อีกด้วย (พระอารามหลวง
หมายถึง วัดที่อยู่ในความอุปถัมภ์ของพระเจ้าอยู่หัวฯ) ชาวเชียงใหม่เคารพนับถือพระธาตุดอยสุเทพ
ราชวรวิหารมาก เสมือนหนึ่งเป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองเชียงใหม่มาแต่โบราณกาล ในสมัยก่อน การขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นมัสการพระธาตุดอยสุเทพนั้น เป็นเรื่องที่ยากลำบากเหลือเกิน เพราะไม่มีถนนสะดวกสบายเหมือนปัจจุบัน ทางเดินก็แคบๆ และไม่ราบเรียบ ต้องผ่านป่าเขาลำเนาไพร และป็นเขาต้องใช้เวลายาวนานถึง 5 ชั่วโมงกว่า จนมีคำกล่าวขานกันทั่วไปในสมัยนั้นว่า ถ้าไม่มีพลังบุญและศรัทธาเลื่อมใสจริง ๆ ก็จะไม่มีโอกาสได้กราบไหว้พระธาตุดอยสุเทพ ในปี พ.ศ.2477 (ค.ศ.1934) ครูบาศรีวิชัย นักบุญแห่งล้านนาไทย มาจากวัดบ้านปาง จังหวัดลำพูน เป็นผู้เริ่มดำเนินการสร้างถนนขึ้นสู่พระธาตุดอยสุเทพ โดยมีเจ้าแก้วนารัฐ เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่สมัยนั้น เป็นผู้เริ่มขุดดินด้วยจอบเป็นปฐมฤกษ์ ตรงที่หน้าสวนสัตว์เชียงใหม่ปัจจุบัน ใกล้ๆ กับบริเวณน้ำตกห้วยแก้ว โดยเริ่มสร้างวันที่ 9 พฤศจิกายน 2477 บริเวณทางขึ้นวัดยังมีบันไดนาค เป็นสัญลักษณ์สำคัญแห่งหนึ่งของวัดพระธาตุดอยสุเทพ มีความงดงามทางด้านศิลปะที่ทรงคุณค่า และมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวผู้มานมัสการพระบรมธาตุ มักจะต้องถ่ายภาพเป็นที่ระลึกที่ด้านของบันไดนาค ซึ่งมีทัศนียภาพงดงามและมีเสน่ห์เมื่อมองขึ้นไปตามขั้นใด นักท่องเที่ยวที่มาเยือนครั้งแรก มักจะเดิน ขึ้นหรือเดินลงบันไดนาคเสมอ แต่ส่วนใหญ่มักจะเดินลง ส่วนตอนขึ้นนั้นมักจะขึ้นทางลิฟท์หรือรถรางไฟฟ้าซึ่งรถรางไฟฟ้าได้นำมาให้บริการประชาชนผู้สูงอายุมานานกว่า 10 ปี ตอนแรกๆ ก็ใช้เพียงชนของสัมภาระขึ้น-ลงพระธาตุเท่านั้น ต่อมาภายหลังได้ทำการปรับปรุงระบบความปลอดภัยให้ดีขึ้น จึงให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยวได้มีอายุการใช้งานรถรางไฟฟ้ามานานมาก แล้ว ทางวัดจึงได้ทำการปรับปรุงและพัฒนาครั้งใหญ่เพื่อนำมาเสริมสร้างบริการที่ ดี และปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วยความมั่นใจยิ่งรอบองค์พระบรมธาตุ ประกอบด้วยสิ่งสำคัญ ๕ ประการ ได้แก่

1) ฉัตร ๔ มุม ทำด้วยทองเหลือง สร้างโดยพระเจ้ากาวิละ กษัตริย์ผู้ครองนครเชียงใหม่ เมื่อ พ.ศ. ๒๓๔๘ มีความหมายว่า ฉัตรเป็นสัญลักษณ์ของความร่มเย็น ซึ่งแสดงให้ถึงความสงบร่มเย็นที่ได้รับบอทธิพลมาจากพระพุทธศาสนาที่แผ่ไปใน ทั้ง ๔ ทิศ



ภาพที่ 2.4 ฉัตร ๔ มุม

ที่มา : <http://www.buriramguide.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) **สถิตินิบุษกร** หรือ ร้วหอก ที่อยู่รอบพระธาตุ ซึ่งมีที่มาจากเหตุการณ์แบ่งพระบรมสารีริกธาตุของโศภนพราหมณ์ เมื่อภายหลังการถวายพระเพลิงพระพุทธรูป เนื่องจากเกิดเหตุการณ์แย่งพระบรมสารีริกธาตุของเมืองต่างๆ เพื่อนำไปไว้บูชาประจำเมือง โศภนพราหมณ์จึงทำหน้าที่แบ่งโดยให้ทหารถือหอกครอบล้อมพระบรมสารีริกธาตุไว้ เพื่อป้องกันการแย่งชิง จึงเป็นที่มาของร้วหอกครอบพระบรมธาตุ



ภาพที่ 2.5 สถิตินิบุษกร หรือ ร้วหอก

ที่มา : <http://www.doisuthep.com>

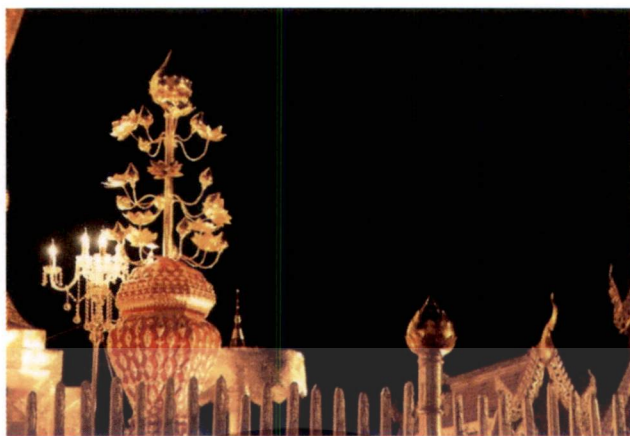
3) **หอยยอ** ลักษณะเหมือนวิหารขนาดเล็ก ประจําอยู่ ๔ ด้าน ของพระบรมธาตุ ภายในมีพระพุทธรูปประดิษฐานอยู่ มีความหมายถึงการบูชาหรือสรรเสริญคุณของพระพุทธเจ้า (ยอคุณ)

4) **หอท้าวโลกบาล** ซึ่งเป็นหอยยอดแหลมขนาดเล็ก ประจําอยู่ ๔ มุมของพระบรมธาตุ หมายถึง ที่ประดิษฐานของท้าวโลกบาลทั้ง ๔ ซึ่งเป็นเทพที่ปกป้องรักษาสิ่งสำคัญต่างๆ ๔ ทิศ ทำหน้าที่รักษาพระบรมธาตุ ได้แก่

- (1) ท้าวกุเวร หรือท้าวเวสสุวรรณ มียักษ์เป็นบริวาร ทำหน้าที่เฝ้ารักษาทิศเหนือ
- (2) ท้าวธตรัฐ มีพวคนครธรพเป็นบริวาร ทำหน้าที่รักษาทิศตะวันออก
- (3) ท้าววิรุฬปักข์ มีฝูงนาคเป็นบริวาร ทำหน้าที่รักษาทิศตะวันตก
- (4) ท้าววิรุฬหก มีอสูรเป็นบริวาร ทำหน้าที่รักษาทิศใต้

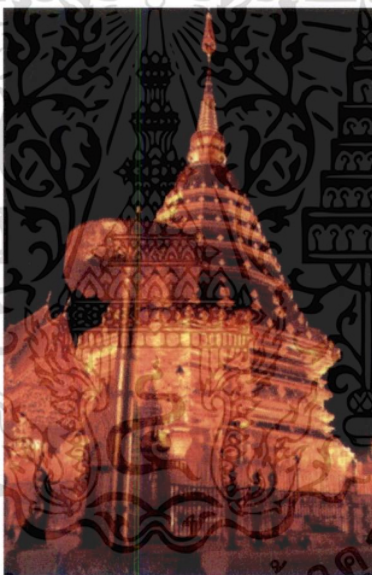
5) **ไหดอกบัว** หรือ ปูระณะชะงูะ (ปูระณะ แปลว่า เต็ม, สมบูรณ์, ชงูะ แปลว่า หม้อ) แปลว่า หม้อที่แสดงถึงความสมบูรณ์ ซึ่งหมายถึงความเจริญรุ่งเรืองของพระพุทธศาสนาในล้านนาไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.6 ไทดอกบัว หรือ ปูระณะชะฎะ

ที่มา : <http://www.doisuthep.com>



ภาพที่ 2.7 พระเจดีย์

ที่มา : <http://www.doisuthep.com>

(3) ถนนคนเดินเชียงใหม่ เป็นความคิดริเริ่มของ พตท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร ที่มีโอกาสได้ไปเห็นตัวอย่างถนนคนเดินจากต่างประเทศมา แล้วก็มาดูว่าประเทศไทยของเราก็มีศักยภาพเพียงพอที่จะจัดรูปแบบของถนนคนเดิน ขึ้นมาบ้าง ก็เลยจัดโครงการถนนคนเดินเพื่อการทดสอบขึ้นเป็นครั้งแรก ที่กรุงเทพมหานคร ก็ปรากฏว่าได้ผลเป็นที่น่าพอใจอย่างยิ่ง จึงได้กำหนดเป็นนโยบายให้แต่ละจังหวัดได้ไปทดลองจัดโครงการถนนคนเดินในจังหวัดของตนเอง เชียงใหม่ เป็นจังหวัดแรกที่ได้จัดโครงการถนนคนเดินขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยความพร้อมในหลายๆด้าน ทางจังหวัดจึงได้จัดให้มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถนนคนเดินชั้นที่ ถนนท่าแพ ก่อนเพราะเป็นแหล่งที่รู้จักโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างจังหวัด และชาวต่างชาติอยู่แล้ว

ถนนคนเดินจัดขึ้นทุกวันอาทิตย์ บริเวณถนนพระปกเกล้าและถนนราชดำเนินมีจำนวนผู้ชาย ของ 4,000 กว่าราย สร้างรายได้ให้แก่ผู้ชายได้เป็นจำนวนมาก ประมาณกันว่ามีเงินสะพัดในโครงการ ถนนคนเดินแต่ละสัปดาห์ เฉพาะวันอาทิตย์วันเดียว 20 - 30 ล้านบาท โดยมีผู้ชาย ผู้ซื้อ และ นักท่องเที่ยว เข้าร่วมโครงการประมาณ 20,000 - 30,000 คน และหากเป็นหน้าเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการก็จะเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัว เป็นถนนคนเดินที่มีขนาดใหญ่ ที่สุดในประเทศ และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ หากว่ากันด้วยจำนวนคนในหนึ่งวัน แล้ว

ถนนคนเดินแห่งใหม่นี้ ดำเนินโครงการมาแล้วเป็นปีที่ 5 รวมกับถนนคนเดินที่ท่าแพอีก 2 ปี ก็อย่างเข้าสู่ปีที่ 7 แล้ว ซึ่งมีจำนวนสินค้า มากมาย หลายรายการ จนจำแนกไม่ถูกและก็ยังไม่มี การหมวดหมู่เอาไว้ เทศบาลนครเชียงใหม่ จึงได้ทำการแบ่งโซนในการรับผิดชอบออกเป็น 6 โซน แต่ละ โซนก็จะมีเจ้าหน้าที่ดูแลเป็นชุดๆไป ซึ่งการจัดโซนของเทศบาลนั้น ไม่เกี่ยวข้องกับการจำแนกสินค้า แต่ประการใด เป้าหมายเพียงให้ง่ายต่อการดูแล ถนนคนเดิน ถือเป็นความภาคภูมิใจของคนในจังหวัด เชียงใหม่ เพราะเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาจับจ่ายซื้อของ นำรายได้เข้าจังหวัดเชียงใหม่เป็น จำนวนมาก



ภาพที่ 2.8 ถนนคนเดินเชียงใหม่

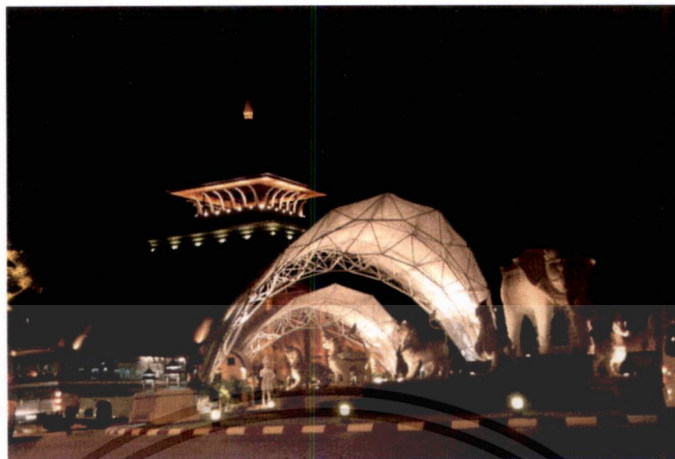
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

(4) เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็นสวนสัตว์กลางคืนในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นหน่วยงานของรัฐบาลดำเนินการก่อสร้างขึ้น เพื่อต้องการให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างรายได้ของประเทศ โดยเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว และยกระดับความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มี มาตรฐานโลกในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านธรรมชาติ ซึ่งจะก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับสัตว์ป่า และการเข้าถึงทรัพยากรสัตว์ป่าแก่เด็กนักเรียน เยาวชนประชาชน และนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่ความรู้ความเข้าใจและตระหนักต่อการอนุรักษ์สัตว์ป่าเหล่านี้ใน ธรรมชาติ รวมทั้งทำให้ท้องถิ่นมีรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจการลงทุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นการสร้างโอกาสในการจ้างงานให้แก่แรงงานท้องถิ่น เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเปิดให้ชมเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2548 และเปิดเป็นทางการเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2549

เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาในตอนกลางคืนให้เป็นประโยชน์ของด้านการ บันเทิง ทรรศนะ การพักผ่อนหย่อนใจ และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสัตว์ป่าควบคู่กันไป ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดใกล้เคียงยาวนานขึ้น เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีจึงเป็นทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวในช่วงกลางคืนที่จะ สามารถพัฒนาเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำของโลก และคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมความเป็นไทยแบบล้านนา

เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีที่จัดตั้งขึ้นนี้ มุ่งเน้นการให้บริการในตอนเย็นจนถึงกลางคืนเป็นแห่งแรกในประเทศไทย และเป็นแห่งที่สามของโลกมีขนาดเป็น 2 เท่าของไนท์ซาฟารีในสิงคโปร์ มุ่งสู่ระดับความเป็นเลิศของโลก เป็นการยกระดับการท่องเที่ยวของประเทศไทย นอกจากนี้เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ยังเน้นในความเป็น Theme Park ซึ่งจะแตกต่างจากสวนสัตว์ทั่วไป รวมทั้งซาฟารีในแอฟริกา โดยเน้นในด้านธรรมชาติวิทยา ชีวิตสัตว์ป่าที่อยู่ในเอเชีย ซึ่งนักท่องเที่ยวจะสามารถศึกษาพฤติกรรมของสัตว์ป่าได้อย่างใกล้ชิด หากเปรียบกับในแอฟริกา ก็ยังหาดูพฤติกรรมของสัตว์ป่าได้ยากกว่าที่เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็น 1 ใน 3 พื้นที่ที่ถูกประกาศเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการจัดสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มนุษย์จัดทำขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันจะเป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติและสัตว์ป่า นำไปสู่การอนุรักษ์ นอกจากนี้ยังเป็นการยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และประเทศไทย ตลอดจนเป็นแหล่งจ้างงาน เป็นการยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.9 อาคารหลักของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

2.1.4 ประเพณีและวัฒนธรรม

จังหวัดเชียงใหม่มีประเพณีและวัฒนธรรมพื้นบ้าน ที่ยังคงปฏิบัติสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันโดยส่วนใหญ่มีความผูกพันกับพุทธศาสนาและความเชื่อดั้งเดิมหลายอย่างได้กลายมาเป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัด ซึ่งอาจนำไปใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอข้อมูลเหล่านี้ประกอบไว้บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

1) ประเพณีปีใหม่เมืองเชียงใหม่ ตามปฏิทินโหราศาสตร์ของชาวล้านนานั้น จะถือเอาวันที่พระอาทิตย์เคลื่อนจากราศีมีนเข้าสู่ราศีเมษซึ่งจะไม่ตรงกับ วันที่ 13 เมษายน ตามประกาศ ของทางการเสมอไป โดยจะมีวันต่างๆและมีพิธีกรรม และการละเล่นหลายอย่างที่เกี่ยวข้องกัน ประกอบด้วย วันสังขานต์ล่อง ต้นเค้าของคำนี้มาจาก ภาษาสันสกฤตซึ่งออกเสียงแบบล้านนาว่า “สังขาน” ซึ่ง ทำให้มีผู้เลยเข้าใจว่าเป็นสังขารได้ด้วยและวันสังขานล่องนี้คือวันที่พระ อาทิตย์โคจรไปสูดราศีมีนจะย่างเข้าสู่ราศีเมษ ตามความเชื่อแบบล้านนา กล่าวกันว่าในตอนเช้ามีดของวันนี้ปูสังขาน ย่าสังขาน จะนุ่งห่มเสื้อผ้าสีแดง สยายผมล่องแพไปตามลำน้ำ ปูหรือย่าสังขาน นี้ จะนำเอาสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาตามตัวมาด้วย จึงต้องมีการยิงปืนจุดประทัดหรือทำให้เกิดเสียงดังต่างๆนัยว่าเป็นการไล่สังขาน และถือกันว่าปืนที่ใช้ยิงขับปูหรือย่าสังขานแล้วนั้นจะมีความขลังมาก ในวันนี้ตั้งแต่เช้าตรู่จะมีการปิดกวาดบ้านเรือนให้สะอาดซักผ้าในที่นอนออก ไปตากเก็บกวาดและเผาขยะมูลฝอยผู้หญิงก็จะมีการตำหัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันเนา หรือวันเนา วันที่ 14 เมษายน ชาวบ้านจะพากันไปซื้อของทำบุญ เมื่อถึงเวลาบ่ายก็ จะมีการขนทรายเข้าวัด นำมากองรวมกันทำเป็นเจดีย์ โดยถือว่าเป็นการนำทรายมาทดแทนในส่วนที่ ดินที่เอาของดินออกจากวัด ซึ่งเหมือนกับการลักของจากวัด และที่บ้านชาวบ้านก็จะนำกระดาษสีต่างๆ มาตัดทำเป็นตุ๊กหรือธงนั่นเอง มาติดกับก้านต้นเชือก เพื่อเตรียมนำมาปักที่เจดีย์ทรายในวันรุ่งขึ้นซึ่ง เป็นวันพญาวัน วันเนานี้อาจเรียกอย่างหนึ่งว่า วันดา เพราะเป็นวันที่ ดา (วันที่จัดเตรียมของต่างๆที่ จะนำไปทำบุญ) และเป็นความเชื่ออีกอย่างหนึ่งของชาวล้านนาในวันเนานี้ถือเป็นที่ห้าม กระทำใน สิ่งที่ไม่เป็นมงคลโดยเฉพาะห้ามดำทอทะเลาวีวาทกันกล่าวกันว่าผู้ใด ที่ดำทอผู้อื่นในวันนี้หรือทะเลาะ วิวาทก็จะมีไม่ดีหรือเป็นอับมงคลไปทั้ง ปี(เด็กหนุ่มสาวมักจะชอบเข้าแห่คนเฒ่าหรือผู้ใหญ่ให้ พลังพล่อก่อออกมาแล้ว เด็กก็จะบอกว่าวันนี้ห้ามดำกัน)

วันพญาวัน วันที่ 15 เมษายน ซึ่งถือเป็นวันเกลิงศกเริ่มต้นจุลศักราชใหม่ เป็นวันที่มีการ ทำบุญทางศาสนาแต่เช้าตรู่จะนำเอาสารอาหารควหาพานไปทำบุญ ที่วัด ตานขันข้าว(ถวาย สังฆทาน) ให้ญาติพี่น้องผู้ล่วงลับไปแล้วต่อจากนั้นก็พากันนำตุ๊กที่ทำไว้ไปปักบน เจดีย์ทราย ซึ่งถือ ว่ามีอาณิสย์สามารถช่วยให้ผู้ตายที่มีบาปหนักถึงชั้นตกรนรกนั้น สามารถพ้นจากขุมนรกได้โดยที่ชาย ตุ๊กจะได้พ้นตัวผู้ตกรนรกนั้นแล้วดึงพ้นจากขุม นรกขึ้นมา ในช่วงบ่ายก็จะเข้าสู่ประเพณีการดำหัวหรือ คารวะผู้เฒ่าผู้แก่ บิดามารดา ญาติพี่น้องผู้มีอาวุโส เพื่อเป็นการขอขมาลาโทษอันเนื่องมาจากที่อาจได้ ประพฤติในสิ่งที่ไม่สมควรต่อ ท่านเหล่านั้น ฟังเทศน์ ฟังธรรมนำไปแก้ต้นศรมหาโพธิ์ สรงน้ำ พระพุทธรูป พระสงฆ์ และบรรจ้อธิบรรพบุรุษ ปล่อยนก ปล่อยปลา นำน้ำส้มป่อยไปดำหัวขอพรผู้ หลักผู้ใหญ่ เล่นน้ำกันอย่างสนุกสนาน การประดับตกแต่งเมืองต้อนรับเทศกาลมหาสงกรานต์ ด้วยน้ำ และ สีสันบรรยาศที่เป็นเอกลักษณ์ของล้านนา ที่โดดเด่น ขบวนแห่พระพุทธรูป หิงค์ สรงน้ำพระ การ แสดง ศิลปวัฒนธรรมล้านนา การละเล่นพื้นบ้าน พิธีกรรม รดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ระดับผู้นำประเทศ ขน ทรายเข้าวัด

ในวันต่อมา 16 เมษายน เรียกว่าวันปากปี เป็นการเริ่มต้นปีชาวบ้านจะดำหัววัด คารวะเจ้า อาวาสที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันดำหัวเจ้าบ้าน (ศาลเจ้าประจำหมู่บ้าน) ตลอดจนทำพิธี “แปลงบ้าน” หรือ สงเคราะห์บ้าน เริ่มต้นด้วยการขึ้นท้าวทั้งสี่ บูชาท้าวจตุโลกบาลก่อน แล้วจึงนิมนต์พระมาเจริญพุทธ มนต์ตกเย็นก็จะทำพิธีบูชาเทียน คือนำเทียนที่มีไส้ทำด้วยกระดาษสาเขียนเลขยันต์มาจุดบูชา พระพุทธรูป วันสุดท้าย ถือเป็นวัน ปากเดือน เป็นวันเริ่มต้นของเดือนใหม่ นิยมส่งเคราะห์ต่างๆ เช่น ส่งชน ส่งแกน ส่งเคราะห์นรา เป็นต้น ส่วนการดำหัวนั้น จะดำเนินต่อไปได้ตลอดเดือนเมษายน

2) ประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ จัดขึ้นในเดือนเมษายน ในวันที่ 15 เป็นต้นไป ของทุกปี ที่บริเวณ ตัวเมืองจอมทอง มีขบวนรถจากชุมชน ห้างร้าน กลุ่มต่างๆ กว่า 40 ขบวน แห่ไปตามเมืองจอมทอง จนถึงวัดพระบรมธาตุศรีจอมทองวรวิหาร เป็นประเพณีที่สืบทอดกันมานานกว่า 200 ปี ตามตำนาน เกิดขึ้นที่อำเภอจอมทอง ถือเป็นแห่งแรกของประเทศไทยและแห่งเดียวในโลก ประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์

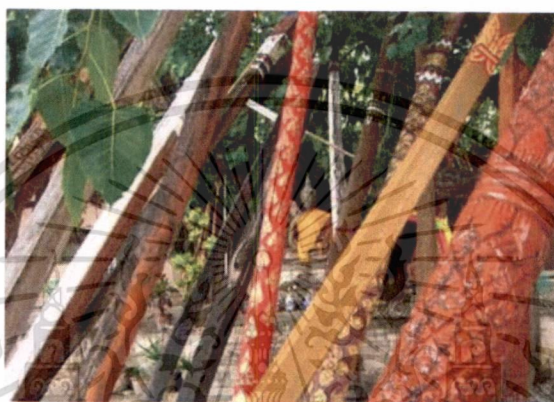
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลายเป็นต้นแบบของการแห่ไม้ค้ำสะหลีของชาวล้านนา จนได้รับความนิยมไปทั่วภาคเหนือ และเป็นประเพณีที่เริ่มมีชื่อเสียงโด่งดัง และได้รับความนิยมอย่างมาก การแห่ไม้ค้ำศรี หรือการแห่ไม้ค้ำตันโพธิ์ อันหมายถึงพระศรีมหาโพธิ์ เป็นพิธีกรรมที่ขยายจากการที่ปัจเจกชนนำไม้ค้ำที่ตนได้จัดทำขึ้นไปค้ำที่ตันโพธิ์ ไม้ค้ำดังกล่าวอาจได้มาจากไม้ง่ามที่ใช้ในพิธีสืบชาติตาหรือไม้ค้ำที่จัดหา ขึ้นเป็นพิเศษเนื่องในการถวายทานในเทศกาลสงกรานต์ การที่ได้นำเอาไม้ค้ำไปค้ำที่ตันโพธิ์นี้ อาจจัดเป็นสัญลักษณ์หมายความว่าผู้นั้นมีส่วนในการค้ำชูพระพุทธศาสนา แต่ในบางท้องถิ่นแล้ว แทนที่แต่ละคนจะนำเอาไม้ค้ำไปค้ำตันโพธิ์ตามประสงค์ของแต่ละคนนั้น เมื่อถึงเทศกาลสงกรานต์ ก็ขานัดหมายให้ชาวบ้านร่วมกันไปหาไม้ค้ำซึ่งจะมีขนาดใหญ่แล้วตกแต่งให้งาม จากนั้นจึงทำพิธีแห่ไม้ค้ำนั้นร่วมขบวนกันไปถวายวัดและนำไปค้ำตันโพธิ์ ประชาชนในท้องถิ่นดังกล่าว นั้นถือว่า เมื่อถึงเทศกาลสงกรานต์แล้ว ทุกคนควรจะทำพิธีสืบชาติตาของตนเพื่อเป็นการเฉลิมฉลองที่ตนเองได้มีชีวิตอยู่อย่าง มีความสุขผ่านพ้นไปอีกหนึ่งปีและเพื่อให้เป็นสิริมงคลแก่ตนเองที่จะต้องผจญ โลกอย่างมี ความสุขในปีต่อไปอีกด้วย อุปกรณ์ส่วนหนึ่งในพิธีสืบชาติตาราคิดดังกล่าวคือไม้ที่มีง่ามขนาดต่างๆ สุดแล้วแต่ความพอใจ แต่ขอให้ เป็นไม้ที่มีลักษณะเป็นง่ามและเป็นไม้ที่ตัดมาใหม่ๆ แล้ว นำไปเข้าพิธีสืบชาติตา เสร็จแล้วจะนำไปตั้งค้ำตันโพธิ์ที่อยู่ใกล้บ้าน ส่วนมากจะนำไปค้ำตันโพธิ์ต้นใหญ่ที่มีอยู่ตามวัดต่างๆ ที่อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ นั้น ชาวบ้านนิยมนำไปค้ำตันโพธิ์ที่วัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหารและวัดต่างๆ ที่ตนเองและครอบครัวทำบุญเป็นประจำ

ในตอนเริ่มแรกก่อนที่ พิธีการดังกล่าวจะถูกยึดถือปฏิบัติจนกลายมาเป็นประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์อย่าง ทุกวันนี้ ประชาชนยังไม่มีความคิดที่จะทำร่วมกัน ต่างคนต่างไปจัดหาและทำพิธีสืบชาติตาราคีแล้วนำไม้ไปค้ำตันโพธิ์เอง ต่อมาเมื่อได้ทำเป็นประจำทุกๆ ปี นานๆ เข้าพอถึงวันที่ 1-14 เมษายนของทุกปี ประชาชนก็ได้รวมกันเป็นหมวด เป็นหมู่บ้าน เป็นตำบล เช่น จัดรวมกันเป็นหมู่ที่ 1 ตำบลบ้านหลวง หมู่ที่ 6 ตำบลช่วงเปา อำเภอจอมทอง เป็นต้น ต่างจัดหาไม้ง่ามที่มีลักษณะดีงามแล้วนำมาตกแต่งด้วยการทาสี และประดับกระดาษสี จากนั้นจึงนำขึ้นเกวียนแห่ไปทำพิธีค้ำตันโพธิ์ในวัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร ในช่วงที่แห่ไปนั้น นอกจากจะมีผู้คนที่ผู้เฒ่าผู้แก่หนุ่มสาวเข้าขบวนที่แต่งกายงดงามตามประเพณี พื้นเมืองแล้ว ยังมีการละเล่นแบบพื้นเมืองด้วย เช่น การฟ้อนเชิง (อ่าน "ฟ้อนเจิง") หรือรำร่าในท่าต่อสู๊ ขับเพลงขอลเล่นดนตรีพื้นเมืองและแห่เป็นรูปขบวนไป และสองข้างทางที่ขบวนแห่ไม้ค้ำโพธิ์งามจะมีการรดน้ำคำหว่านวยชัยให้พรกัน สนุกสนานไปด้วย ต่อมาเมื่อประมาณ ๒๐ กว่าปีนี้ ประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ก็ได้รับการปรับปรุงพัฒนาขึ้นตามยุคตามสมัย โดยเฉพาะในด้านการตกแต่งประดับประดาให้เข้าแบบมากขึ้น แทนที่ต่างคนต่างแห่ไปคนละเวลา ก็ได้พัฒนาเป็นการแห่ในเวลาเดียวกัน โดยมีการนัดหมายให้ไปพร้อมกัน ณ จุดใดจุดหนึ่ง แล้วเคลื่อนขบวนแห่ไม้ค้ำโพธิ์ของแต่ละกลุ่มแห่ไปยังวัดพระธาตุศรีจอมทอง วรวิหาร เป็นรูปขบวนยาวเหยียดมองดูสวยงาม นับว่าเป็นการสร้างสามัคคีในหมู่คณะให้มั่นคงยิ่งขึ้น ดนตรีที่นำมาแห่นอกจากจะมีดนตรีพื้นเมืองแล้วยังมีดนตรีสากลเข้าร่วม ประยุกต์ด้วยตามกาลสมัย ต่อมาทางราชการได้มองเห็นความสำคัญของประเพณี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัฒนธรรมท้องถิ่นอันนี้ใน เรื่องของประเพณีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอจอมทอง และในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงได้เชิญชวนหน่วยงาน องค์กร รัฐวิสาหกิจ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ภายในอำเภอจอมทอง ให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายให้แก่กลุ่มไปดำเนินการประดับตกแต่งขบวนแห่ไม้ ค้ำโพธิ์ให้สวยงาม และจัดให้มีการประกวดและมอบรางวัลให้แก่ขบวนแห่ไม้ค้ำโพธิ์เพื่อเป็นการให้กำลังใจแก่ประชาชนที่ยึดถือประเพณีนี้ด้วย ดังจะเห็นได้จากกรณีของศรัทธาชาวบ้านในอำเภอจอมทองและอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น



ภาพที่ 2.10 ไม้ค้ำสะหลี (ไม้ค้ำสร้อยมหาโพธิ์)

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

3) งานเทศกาลร่มบ่อสร้างและหัตถกรรมสันกำแพง จัดขึ้น ครั้งแรก เมื่อ พ.ศ.2526 ปัจจุบัน ร่มบ่อสร้างได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของหมู่บ้าน เทศกาลนี้จัดขึ้น ณ บริเวณหมู่บ้านหัตถกรรมบ่อสร้าง ตำบลต้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมพื้น บ้านให้คงอยู่ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการผลิตหัตถกรรมของคนท้องถิ่น เช่น ร่ม พัดไม้แกะสลัก เครื่องเงินเครื่องเขิน ผ้าทอพื้นเมือง กระจาดสา และสินค้าชุมชนที่ผลิตจากภูมิปัญญาชาวบ้านในอำเภอสันกำแพง ซึ่งได้รับการ ถ่ายทอดมาหลายชั่วอายุคน ในงานมีกิจกรรมที่น่าสนใจมากมาย

มีการจัดขบวนแห่วัฒนธรรมระดับร่ม การประกวดหัตถกรรม การแข่งขันวาดพัด วาดร่ม ของนักท่องเที่ยว การประกวดธิดาร่มบ่อสร้าง “แม่หญิงงามศรีธิดิบกาจจ๋อง” การกินข้าวแกลงและขันโตก การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่หาดูได้ยาก "Street Fair" คือ ใช้พื้นที่ของหมู่บ้านบ่อสร้าง ซึ่งขนานกันตลอดแนวถนน ตั้งแต่บริเวณปากทางเข้าหมู่บ้านจนถึงท้ายหมู่บ้านระยะทางประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นสถานที่จัดงาน ตกแต่งบ้านและร้านค้าต่างๆ เป็นแบบล้านนาไทย และใช้ร่วมสัญลักษณ์ของหมู่บ้านเป็นส่วนประกอบสำคัญในการตกแต่ง พร้อมทั้งประดับประดาไฟแบบพื้นเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ยังมีการแสดงและจำหน่ายร่มกระดาษสาและสินค้าหัตถกรรมของผู้ประกอบ การใน หมู่บ้านบ่อสร้างที่ผลิตและจำหน่ายในราคาที่ย่อมเยา



ภาพที่ 2.11 ขบวนแม่หญิงงามซีรลธิบกางจ้อง

ที่มา : <http://www.taklong.com>

4) ประเพณีเข้าอินทขิล คือการสักการบูชาเสาหลักเมือง อินทขิลหรือเสาหลักเมืองของ เชียงใหม่นี้ ตั้งอยู่ภายในบริเวณวัดเจติยหลวง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นวัดที่สร้างขึ้นในรัช สมัยของพระญาแสนเมืองมา กษัตริย์แห่งราชวงศ์มังราย ซึ่งครองอาณาจักรล้านนาไทย พระองค์ทรง สร้างวัดนี้ ขึ้นเมื่อ พ.ศ.1955 อินทขิลนี้อยู่ในมณฑลจัตุรมุขวิหารทางด้านใต้ เสาหลักเมืองนี้ก่อด้วยอิฐ ถือปูน เชื่อกันว่าแต่เดิมอยู่ที่วัดสะดือเมือง (หรือวัดอินทขิล) ซึ่งเป็นที่ตั้งหอประชุมติโลกราชปัจจุบัน ครั้นต่อมาได้ย้ายอินทขิลมาอยู่ที่ วัดนี้ ภายหลังได้บูรณปฏิสังขรณ์ขึ้นใหม่ อินทขิลเป็นเสาหลักเมือง คู่บ้านคู่เมืองเชียงใหม่ เป็นที่เคารพสักการะและนับถือว่าเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่รวมวิญญูณของ ชาวเมืองและบรรพบุรุษในอดีตเป็นปูชนียสถานสำคัญของ เชียงใหม่ ในสมัยก่อน ได้มีการทำพิธี สักการบูชาอินทขิลเป็นประจำทุกปี การทำพิธีดังกล่าวนี้มักจะทำกันในปลายเดือน ๘ เหนือ ข้างแรม แ่ๆ ในวันเริ่มทำพิธีนั้นพวกชาวบ้านชาวเมืองทั้งเฒ่าแก่หนุ่มสาวก็จะพากันนำเอาดอกไม้ธูปเทียน น้ำ ขมิ้นส้มป่อยใส่พานหรือภาชนะไปทำการสรรเสริญสักการบูชา พิธีดังกล่าวนี้จะเริ่มทำในวันแรม ๑๓ ค่ำ เดือน ๘ เหนือ และเสร็จเอาเมื่อวันขึ้น ๔ ค่ำ เดือน ๙ เหนือ เป็นประจำทุกปี จึงเรียกกันว่า “ เดือน ๘ เข้า เดือน ๙ ออก ” ในระหว่างการทำพิธีนี้ จะมีการจัดให้มีขอพินเมืองและมีช่างฟ้อนดาบ - ฟ้อน หอกสังเวทยเทพดาอารักษ์ ผี (เสื่อ) บ้าน ผี (เสื่อ) เมือง ในสมัยที่เชียงใหม่ยังมีเจ้าผู้ครองนคร ก่อนที่ จะเริ่มทำพิธีเข้าอินทขิลก็จะมีผู้นำแข่งขันขนาดใหญ่ไปขอเรียไรผักปลา อาหารจากชาวบ้าน ร้าน ตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั่วไป ซึ่งทุกคนจะบริจาคให้ด้วยความเต็มใจ ผักปลาอาหารที่เขามาขอเรียไรไปนั้น ก็เพื่อจะเอาไปปรุงอาหารเป็นเครื่องเช่นสังเวทยะดาอารักษ์ พระเสื่อบ้านเสื่อเมือง (ล้านนา เรียกว่า เซนบ้านเซนเมือง) และกุ่มกัณฑ์ที่เฝ้ารักษาอินทขิลอยู่นั้น ที่เหลือก็จะเอาเลี้ยงดูผู้ที่ไปร่วมในงานด้วย ซึ่งจะมีชาวบ้านนอกมานอนค้างอ้างแรมร่วมงานด้วย เครื่องเช่นสังเวชนี นอกจากอาหารที่เก็บจากชาวบ้านมาแล้ว ก็มีอาหารจำพวกเนื้อสัตว์ซึ่งฆ่าสังเวชเป็นตัวๆ เช่น หมู วัว ควาย ไก่ เป็นต้น

นอกจากการสังเวชเช่นสรวง แล้ว ก็มีการอัญเชิญผีบ้านผีเมือง เรียกว่า “ อาฮักเจ้าหลวงคำเขียว เจ้าหลวงคำแดง ” มาเข้าทรง และพวกเจ้านายที่เป็นเจ้าผู้ครองนครและญาติวงศ์ก็จะถามถึงความเป็นไปของบ้าน เมืองว่าจะเป็นอย่างไรต่อไปจะมีเหตุเภทภัยประการใดหรือไม่ ผนฟ้าและข้าปลาอาหารจะบริบูรณ์ดีหรือไม่ อย่างไร “ คนทรง ” (หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ที่นั่ง หรือม้าขี่ของเจ้าพ่อ) ก็พยากรณ์ให้ทราบเมื่อทราบข่าวตาของบ้านเมืองไม่สู้ดีนัก ก็จะมีการทำพิธีทางไสยศาสตร์แก้ไข เป็นการปิดเป่าให้เบาบางลง ซึ่งเรียกว่า มีการทำพิธีสืบขาดเมือง (สืบ คำนี้หมายถึงต่อ หมายถึงการต่ออายุเมือง) และก่อนที่จะมีการทำพิธีเข้าอินทขิล ก็มีการเลี้ยงผีปู่ย่าหรือปู่สะยาสะที่ตอยคำก่อนด้วยการทำพิธีดังกล่าวนี้ ในสมัยก่อนได้จัดทำกันเป็นงานใหญ่และทำกันเป็นประจำทุกปี ในสมัยเกิดสงครามมหาเอเซียบูรพา พิธีนี้ก็เลิกกันไป ปัจจุบันได้มีการรื้อฟื้นจัดทำประเพณีนี้ขึ้นอีก แต่ทำเฉพาะการบูชาอินทขิลเท่านั้น การเข้าทรงและอื่นๆ นั้นเลิกกันไป ประเพณีเข้าอินทขิลนี้เป็นประเพณีที่แสดงถึงความสามัคคีของประชาชนพลเมือง ซึ่งจะมีประชาชนทั้งชายหญิงไปร่วมในพิธีนี้ทุกวันจนเสร็จงาน

5) ประเพณียี่เป็งเชียงใหม่ เป็นงานประเพณี อันยิ่งใหญ่แห่งดินแดนล้านนา ที่ได้ปฏิบัติสืบทอดกันมาตั้งแต่ครั้งโบราณกาล “ ยี่เป็ง ” หรือวันเพ็ญเดือนยี่ของชาวล้านนา ตรงกับวันเพ็ญเดือน 12 ของภาคกลาง อันเป็นช่วงปลายฤดูฝน ต้นฤดูหนาว อากาศปลอดโปร่งท้องฟ้าแจ่มใส ธรรมเนียมปฏิบัติของชาวล้านนาอย่างหนึ่งนอกเหนือจากการลอยกระทงในแม่น้ำก็คือ การจุดประทีปโคมลอยขึ้นไปสว่างไสวบนท้องฟ้า โดยมีคติความเชื่อว่า เพื่อบูชาพระเกตุแก้วจุฬามณี บนสรวงสวรรค์ หรือบ้างก็เชื่อว่าเป็นการลอยเคราะห์ หรือสะเดาะเคราะห์ ให้เกิดความเป็นมงคลแก่ชีวิต

“ ประเพณียี่เป็ง ” คือ ประเพณีในเทศกาลวันเพ็ญ เดือน ๑๒ ซึ่งแต่เดิมนั้นพิธีสำคัญของเทศกาลนี้อยู่ที่พิธีกรรมตั้งธรรมหลวงหรือฟังเทศน์มหาชาติ ชาวบ้านจะมีการประดับประดาวิถวดาวอารามบ้านเรือน ด้วยประทีปโคมไฟ โคมระย้า ทำอุบะดอกไม้ไปถวายวัด ทำซุ้มประตูป่าด้วยต้นกล้วย อ้อยก้านมะพร้าว เตรียมข้าวปลาอาหารเป็นพิเศษ เช่น ห่อนึ่ง แกงอ่อม แกงฮังเล ลาบ และขนมต่าง ๆ ไปทำบุญ บางแห่งมีพิธีกว่นข้าวมธุปายาสหรือบ้างเรียก ข้าวพระเจ้าหลวง ถวายเป็นพุทธบูชาในตอนเช้ามีดของวันเพ็ญเดือน ๑๒ นี้ด้วย จากนั้นก็จะมีกรทานขันข้าวหรือส่ำบอาหารไปถึงบรรพชนคนตาย ถวายอาหารและกัณฑ์เทศน์แด่พระภิกษุสงฆ์ และมีการฟังธรรมมหาชาติตั้งแต่เช้าถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลางคืน บางแห่งก็จะมีการสืบทอดด้วย จะมีการปล่อยโคมลอย เรียกว่า "ว่าวชม" หรือ "ว่าวควีน" ในช่วงพลบค่ำจะมีการเทศน์ธรรมชื่อ "อาณิสสสัมผางประทีป" และชาวบ้านจะมีการจุดประทีปหรือประทีป โคมหุกระต่าย โคมแขวน เป็นพุทธบูชากันทุกครัวเรือนสว่างไสว หนุ่มสาวก็จะมีการเล่นบอกลไฟ แข่งขันบอกลไฟ และปล่อยว่าวไฟ ท่านผู้เฒ่าที่คุ้นเคยกับชีวิตในคุ้มในวัง โดยเฉพาะ "วังท่าเจดีย์กั้ว" ซึ่งเป็นที่ประทับของพระราชชายาเจ้าดารารัศมีนั้น เป็นวังที่อยู่ใกล้กับลำน้ำปิง(ปัจจุบันคือสถานกงสุลอเมริกัน) พระราชชายาพระองค์นี้เป็นพระราชชายาซึ่งเป็นตำแหน่งเทียบเท่าพระมเหสีในพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๕ โดยที่พระองค์ท่านเข้ารับราชการในพระบรมมหาราชวังเมื่อชนมายุ ๑๓ ชันษา (พ.ศ.๒๔๒๙)และประทับอยู่ในวังหลวง หลังจากที่พระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๕ สวรรคตเมื่อ พ.ศ.๒๔๕๓ แล้วพระราชชายาก็เสด็จมาประทับอยู่ใน "คุ้ม" หรือ "วังท่าเจดีย์กั้ว" ดังกล่าวเมื่อ พ.ศ.๒๔๕๗ พระราชชายาฯ ได้ชื่อว่าเป็นผู้รู้ขนบธรรมเนียมโดยเฉพาะพระราชพิธีต่างๆ เป็นอย่างดี ดังนั้นพระองค์ท่านจึงได้เริ่มการ "ลอยพระประทีป" ในลำน้ำปิง ในช่วงประมาณ พ.ศ.๒๔๖๐-๒๔๗๐ แต่"พระประทีป"นอกวังหลวงนี้ทำขึ้นอย่างง่าย ๆ จากวัสดุในธรรมชาติคือพระองค์ท่านใช้ชั้นกาบมะพร้าว กว้างขนาดฝ่ามือตัดโค้งงอนตามสัณฐานของมะพร้าวเพื่อทำหน้าที่เป็น "กระถาง" วางประทีปลงบน "กระถาง"นั้นแล้วจุดไฟและปล่อยให้ลอยไปในคืนวันเพ็ญเดือนยี่ของชาวล้านนา (ตรงกับเพ็ญเดือน ๑๒ ของภาคกลาง) สิ่งที่ลอยไปตามสายน้ำนั้นจึงจัดได้ว่าเป็นการ "ลอยพระประทีป" อย่างง่าย ๆ อันจำลองมาจาก"การลอยพระประทีป" และกิจกรรมนี้ก็สอดคล้องกับ"ลอยโคม" หรือ "ลอยกระถางทรงประทีป" ของนางนพมาศอีกด้วย



ภาพที่ 2.12 การปล่อยโคมลอยในประเพณียี่เป็ง

ที่มา : <http://www.sbayura.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.13 การปล่อยว้าวสม หรือว้าวคว้น

ที่มา : <http://area.obec.go.th>

ภายหลังก็มีผู้นิยม”ลอยกระทง”ตามพระราชชายาฯ มากขึ้น ดังพบว่าในครั้งที่นายทิม โชตนา เป็นนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ในช่วง พ.ศ.๒๔๙๐ นั้น ก็ได้สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยจัดให้มีการลอยกระทงมากขึ้น และมีการเฉลิมฉลองบริเวณถนนท่าแพ โดยเฉพาะบริเวณหน้าพุทธสถาน การ”ลอยกระทง”แบบกรุงเทพมหานครนั้นมีขึ้นอย่างจริงจังเมื่อมีการตั้งสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่จังหวัดเชียงใหม่เมื่อ พ.ศ.๒๕๑๒ โดยเริ่มจัดให้มีการลอยกระทงสองวัน คือในวันเพ็ญเดือนยี่ จะลอยกระทงเล็ก และรุ่งขึ้นในคืนแรมหนึ่งค่ำจะมีการลอยกระทงหรือประภาคารกระทงขนาดใหญ่ โดยเริ่มที่หน้าเทศบาลเมืองเชียงใหม่ไปสิ้นสุดที่สะพานนวรัฐ และหลังจากนั้นก็มีการลอยกระทงกันอย่างกว้างขวาง ดังที่จะพบว่ามีการประกวดนางนพมาศกันทั่วไป ในขณะเดียวกันก็ยังมีการทำ “ประตูปา” อันเนื่องกับการ “ตั้งธัมมหลวง” อยู่เหมือนกัน แต่ยังมีแสงสีที่กระทงกับประตูปาและประทีปโคมไฟที่ประดับตามบ้านเรือนถนนหนทาง มีความงามที่ทรงเสน่ห์ของสาวน้อยนางนพมาศมากขึ้น และมีแสงสีจากว้าวไฟที่ลอยฟ้าเจิดจรัสมากขึ้นเท่าใด ความเข้มของวัฒนธรรมใหม่นี้ย่อมมีส่วนช่วยให้บรรยากาศของการ”ตั้งธัมมหลวง” และกิจกรรมตามวิถีของล้านนาดั้งเดิมให้โรยแรงลงเพียงนั้น

6) ประเพณีตานหัวพระเจ้า เป็นประเพณีการนำพินมาเผาเพื่อให้พระพุทธรเจ้าได้ฝังไฟ จัดในเดือน ๔ เหนือ (ประมาณเดือนมกราคม) จัดที่วัดยางหลวงหรือวัดป่าแดด อำเภอแม่แจ่มเท่านั้น เป็นประเพณีที่นึกถึงบุญคุณของพระเจ้าที่ท่านเสียสละ มานั่งเป็นพระประธานในโบสถ์ให้คนกราบไหว้ มาช้านานตาปี ทนร้อน ทนหนาว โดยไม่มีบ่นทุกข์ยาก ประการใดให้ได้ยิน ยิ่งยามหนาวโหดร้ายนัก ลูกเล็กเด็กแดง ผู้เฒ่าผู้แก่ต่างปวดแสบผิวกายที่แตก เป็นขุย และมักจะเอาพินมาสูมก่อไฟให้ได้ฝังยามค่ำ คื่น หาเผือก หามันมาบั้งกินให้คลายหนาว ชาวบ้านจึงคิดจะทำให้พระเจ้าอบอุ่นและได้ฝังไฟยาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนวดด้วย จึงได้มีประเพณี ที่เรียกว่า ตานหัวพระเจ้า ตาน คือ ตาน พระเจ้า ที่ชาวบ้านเรียก หมายถึงพระพุทธรูปที่อยู่ในโบสถ์ หัว หมายถึง ฟัน



ภาพที่ 2.14 การนำฟันมาเผา เพื่อให้พระพุทธรูปได้ฝังไฟ

ที่มา : <http://www.chiangmai-thailand.net>

เมื่อเริ่มเข้าสู่ฤดูหนาว ตั้งแต่เดือนยี่ขานาเริ่มทยอยเก็บเกี่ยวว่าจะเสร็จสิ้นก็เดือนสามถึงเดือนสี่ ยามว่างชาวบ้านจะชวนกันเข้าป่า ไปหาหัวเตรียมไว้ในเดือนสี่ ชาวบ้านจะเลือกไม้ อย่างดีที่สุด ไม้ที่นิยมนำมาทำเป็นหัวให้พระเจ้า คือ ไม้จี่ ไม้ขนาดกลาง ลำต้นมีหนามขึ้นโดยรอบ ใบเล็ก ๆ คล้ายใบช่อย ผิวใบหยาบและสากมือ เป็นไม้เนื้ออ่อน เบา เวลาเผาไฟ จะมีควันไฟน้อย ชาวบ้านจะตัดไม้จี่เป็นท่อนๆ ขนาดพอเหมาะแล้วแต่ความชอบ บางคนอาจยาวคืบ บ้างยาวศอก บางคนอาจยาววา จะนำท่อนไม้ที่ได้มาตากและเผาให้เกลี้ยงเกลาสวยงาม ประดับประดาตกแต่ง ด้วย กระจดาข หลากสี ฟันเป็นริ้วรอบท่อนไม้แต่ละท่อน บางคนตกแต่งด้วยตุ้งกระจดาขเล็ก ๆ (ธงสามชาย) การตกแต่งหัวนี้จะไม่จำกัดขอบเขต แล้วแต่ใครจะคิดสร้างสรรค์ตกแต่งเอง เมื่อ ตกแต่งเสร็จแล้วจึงมัดรวมกันเตรียมไปถวายพระที่วัด จำนวนเท่าใดก็ได้แล้วแต่ศรัทธา เมื่อถึงเดือนสี่ เข้ามีดผู้ใหญ่จะพาเด็ก ๆ ไปวัด ถือน้ำข้าวตอกดอกไม้รูปเทียน อาหารคาวหวาน มีข้าวใหม่กลิ่นหอม ข้าวหลามอุ่น ๆ เพื่อถวายพระ พร้อมหัวเพื่อตานพระเจ้า ผู้คนต่างทยอยกัน เข้าไปที่โบสถ์ อันดับแรกเมื่อไปถึงคือกราบพระประธาน พร้อมนำดอกไม้รูปเทียนใส่ขันแก้วเพื่อ บูชาพระ และนำหัวที่เตรียมไปกองรวมกันหน้าพระประธาน โดยเขียนชื่อผู้เป็นเจ้าของใส่แผ่น กระจดาขติดกับหัว ถ้าจะอุทิศส่วนบุญกุศลไปให้ญาติผู้ล่วงลับก็จะเขียนชื่อลงไป จากนั้นพระสงฆ์ จะทำพิธีทางศาสนาไปตามลำดับขั้นตอน พระสงฆ์จะเผาหัวจำนวนเล็กน้อยพอให้เป็นพิธี จบลงด้วย การให้ศีลให้พร หัวที่เหลือจากพิธี พระสงฆ์จะนำไปใช้ประโยชน์ในกิจการต่าง ๆ ของวัดต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พระฉันอาหารเช้าเสร็จเป็นที่ของชาวบ้านและเด็ก ๆ กินต่อ อาหารหลากรสจากฝีมือหลายคน ในหมู่บ้านที่ต่างบรรจงปรุงอย่างตั้งใจและสรรหาอาหารที่ดีที่สุด เพื่อนำไปถวายพระ สุดท้ายทุกคน ก็ได้มีมอร้อยจากฝีมือตนเอง กินเสร็จช่วยกันเก็บกวาด ผู้ใหญ่กวาดลานวัด ผู้เฒ่าผู้แก่นั่งคุยกันเด็ก ๆ เมื่อกินอิ่มแล้ววิ่งเล่น ก่อนกลับบ้าน เด็ก ๆ ยังได้หิ้วขนมมอร้อยกลับบ้าน ไม่ว่าจะเป็นมจกขนมปาด ข้าวหลาม เป็นต้น เอาไว้กินร่วมกันตอนอยู่บ้าน เด็ก ๆ สนุกสนานจากการได้วิ่งเล่น ผู้ใหญ่ได้อุ่นกายอุ่นใจจากการได้ทำบุญทานหลังพระเจ้า

7) ประเพณีสงฆ์น้ำพระธาตุจอมทอง จัดให้มีขึ้นทุกปีภายในวัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร อ.จอมทอง ตามตำนานกล่าวว่าพุทธสถานแห่งนี้เป็นวัดที่ประดิษฐานพระทักษิณโมลีธาตุ หรือพระธาตุส่วนเศียรเบื้องขวาขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า การประดิษฐานนี้มีได้เป็นถาวร คือสามารถอัญเชิญ พระธาตุออกมาให้ประชาชนได้สักการะอย่างใกล้ชิด จึงทำให้เกิดประเพณีสมโภชพระบรมสารีริกธาตุเข้า-ออกพรรษา ปีละสองครั้ง นับเป็นศาสนพิธีประจำของวัดและแสดงถึงความศรัทธาของประชาชนทั้งใกล้และไกล

วันที่จัดงาน วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 9 เหนือ (วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 7 ภาคกลาง หรือประมาณเดือน มิถุนายน) แต่ละปีก่อนจะเริ่มงานพิธี 5 วันหรือราววันขึ้น 10 ค่ำ คณะผู้ศรัทธาจะพากันไปที่หอเจ้าใหญ่ซึ่งอยู่ในเขตวัดพระธาตุฯ เพื่อลงทรงพ่อเจ้าใหญ่ ทำนายทายทักถึงเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับพระธาตุจอมทอง วัด หรือองค์พระธาตุในรอบปีนั้น เมื่อถึงเช้าวันงาน ผู้คนจะเริ่มทยอยกันเดินทางมาที่วัดเพื่อทำบุญและรอพิธีสงฆ์น้ำ เมื่อถึงเวลาพระสงฆ์จะอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุออกจากโกศห้าชั้น ไปใส่ในโกศใบใหม่สำหรับการสงฆ์น้ำโดยเฉพาะ แล้วอัญเชิญโกศขึ้นบนคานทอง มีชาวบ้านอาสาสมัครแต่งตัวเป็นทหารโบราณราว 10 คนเป็นคู่หามรออยู่หน้าแห่พระบรมสารีริกธาตุไปยังพระอุโบสถเพื่อบูชาข้าวปลา อาหาร ตลอดทั้งสองข้างทางวิหารเนืองแน่นไปด้วยผู้คนที่พากันชดข้าวตอกดอกไม้ใส่ พระบรมสารีริกธาตุ จากนั้นจึงมีการสงฆ์น้ำยังห้องสงฆ์ข้างวิหาร

สำหรับน้ำที่ใช้แต่เดิมชาวบ้านถือว่าต้องใช้น้ำจากน้ำแม่กลางผสมกับดอก คำฝอยให้เป็นสีเหลืองอ่อน ปัจจุบันอาจใช้ป่าประป่าบ้างก็ไม่ได้เจือดอกคำฝอย บางคนอาจรองน้ำที่ผ่านโกศแก้วนำกลับไปบูชาหรือนำเอาไปเป็นมนต์รักษาอาการ เจ็บป่วย



ภาพที่ 2.15 วัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

8) งานมหรหรรรมไม้ดอกไม้ประดับ เชียงใหม่ ดินแดนถิ่นไทยงาม ความสดสวยด้วยธรรมชาติ ป่าเขาลำเนาไพร พร้อมดอกไม้บานาพันธุ์ น้ำตก ต้นน้ำลำธารของแม่น้ำสายสำคัญ และ ความงามตามธรรมชาติ เพื่ออนุรักษ์ความงามตามธรรมชาติอันเป็นเอกลักษณ์ของเมืองเชียงใหม่ ชาวเชียงใหม่ จึงได้ร่วมกันปลูกพันธุ์ไม้ตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อสร้างเชียงใหม่ให้เป็น "เมืองดอกไม้บานตลอดปี" อันเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและส่งเสริมอาชีพให้กับเกษตรกรที่สำคัญอีก อย่างหนึ่ง จึงกำหนดให้มีการจัดงาน "มหรหรรรมไม้ดอกไม้ประดับ" ซึ่งถือเป็นงานประเพณีอันสำคัญอีกงานหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ ที่จัดต่อเนื่องสืบทอดเป็นประจำทุกปี งานมหรหรรรมไม้ดอกไม้ประดับ จะจัดขึ้นในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ของทุกปี ในงานจัดให้มีการประกวดสวนหย่อมพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ นิทรรศการทางการเกษตร ภาคเช้าของงานจะจัดให้มีขบวนรถบุปผชาติ และนางงามบุปผชาติ แต่จากบริเวณหน้าสถานีรถไฟ ผ่านสะพานนวรัฐไปสู่สวนสาธารณะหนองบวกหาด มีนิทรรศการทางการเกษตร การประกวดไม้ดอกไม้ประดับประเภทต่างๆ การประกวดจัดสวน การออกร้านของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

2.1.5 ศิลปะหัตถกรรม

ผลงานหัตถกรรมที่คนในชุมชนคิดทำขึ้นเพื่อใช้เองในชีวิตประจำวัน ได้พัฒนาสืบต่อกันเรื่อยมา จนกลายเป็นเอกลักษณ์ เชียงใหม่มีหัตถกรรมมากมายหลายอย่าง มีทั้งที่คิดทำขึ้นเพื่อใช้งานในชีวิตประจำวัน และงานที่ประณีตบรรจงด้วยฝีมือเชิงช่างอย่างที่เรียกกันว่า หัตถศิลป์ เช่น งานไม้แกะสลัก ซึ่งเป็นงานที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนตามโลกทัศน์ของ สังคมนั้น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยขึ้นอยู่กับความอุปถัมภ์ของเจ้านาย ส่วนงานหัตถกรรมของชาวบ้านนั้นสร้างขึ้นสนอง ความต้องการของชาวบ้านโดยเฉพาะ เช่น ผ้าทอ หม้อดินเผา หรือเครื่องจักรสาน

เนื่อง จากเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนามาช้านาน จึงมีงานศิลปหัตถกรรมมากมาย ทั้งด้านงานศิลปและงานช่าง อีกทั้งมีช่างฝีมือจากที่ต่าง ๆ เป็นจำนวนมากมาตั้งรกรากอยู่บริเวณรอบกำแพงเมือง งานฝีมือด้านต่าง ๆ ของเชียงใหม่จึงรุ่งเรืองและอยู่ในความอุปถัมภ์ของเจ้านาย คຸ້ມหลวง เมื่อเจ้านายหมดอำนาจ งานช่างฝีมือก็อ่อนแอตามไปด้วย

ปัจจุบัน งานด้านหัตถกรรมของเชียงใหม่ บางแห่งยังคงสร้างขึ้นตามแบบเดิมในอดีต ส่วนใหญ่แม้ยังใช้พื้นฐานของเทคนิคและวิธีการผลิตเก่า แต่ได้ปรับเปลี่ยนและพัฒนาทั้งรูปแบบทางศิลปะ กระบวนการผลิต และการจัดการให้เข้ากับกลไกตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งงานด้านหัตถกรรมของเชียงใหม่ ที่ยังคงเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับอยู่หลายชนิด ได้แก่

1) เครื่องเงิน ตำนานผลิตภัณท์เครื่องเงินในการทำเครื่องเงิน ของบ้านศรีสุพรรณนั้น ปรากฏหลักฐานตั้งแต่ครั้งสมัยพญาเม็งราย สร้างเมืองเชียงใหม่ ซึ่งสร้างความสัมพันธ์กับพุกาม และ เจรจาขอช่างฝีมือ มาয়ั้งเมืองเชียงใหม่ เพื่อฝึกเป็นอาชีพเสริมให้กับประชาชน ทำให้เชียงใหม่มีช่างหัตถกรรมพื้นบ้านที่ได้รับการฝึกฝนและมีการสืบทอดต่อ เนื่องกันตลอดมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำเครื่องเงินของช่างบ้านศรีสุพรรณ ผู้ตีชิ้นเงิน จะสลักลวดลายบนชิ้นเงิน เป็นช่างในคຸ້ມหลวงเมืองเชียงใหม่ในอดีต และได้นำมาถ่ายทอดอย่างต่อเนื่องให้ลูกหลานจนสามารถเป็นช่างฝีมือ จนเป็นที่ยอมรับและได้ขยายแหล่งที่ผลิตเครื่องเงิน ไปยังหมู่บ้านอื่น ๆ เช่นบ้านหารแก้ง อำเภอลำดอง บ้านแม่หย้อย อำเภอสันทราย ซึ่งได้พัฒนารูปแบบลวดลายไปมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันเครื่องเงิน ได้พัฒนาไปมากรวมทั้งลวดลายก็ได้พัฒนาสู่วิถีชีวิตที่หลากหลายมากขึ้นเช่น กัน (ตำนานผลิตภัณท์เครื่องเงิน-คั้วเนียม และโลหะคุณลาย. 2549) แต่ภายหลังที่เชียงใหม่ตกเป็นของพม่า ผู้คนกระจัดกระจายไปอยู่ตามที่ต่าง ๆ จนกระทั่งเชียงใหม่เป็นอิสระจากพม่า พระยาภาววิละจึงได้ฟื้นฟูเชียงใหม่ พร้อมทั้งรวบรวมช่างฝีมือมาที่เชียงใหม่อีกครั้งหนึ่ง

สำหรับกลุ่มช่างเงินนั้น ได้มาตั้งรกรากอยู่ใกล้กับไทเขิน และตั้งชื่อหมู่บ้านของตนว่า "วัวลาย" หรือ "งัวลาย" ตามรัฐฉานที่ตนจากมา ในอดีตก่อนปี พ.ศ. 2500 ชาวบ้านวัวลายจะประกอบอาชีพทำนาเป็นหลักเป็นส่วนใหญ่ เมื่อว่างเว้นจากการทำนาจึงจะเป็นช่างฝีมือประกอบอาชีพทำเครื่องเงินตามที่ใด รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษโดยจะใช้แรงงานของสมาชิกในครอบครัว และเกือบทุกบ้านจะมีโรงงานขนาดเล็กประจำอยู่ที่บ้าน เรียกว่า "เตาเสา" และการทำเครื่องเงินในระยะแรก ทำขึ้นเพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นส่วยตามความต้องการของเจ้านาย ภายหลังที่เศรษฐกิจขยายตัวขึ้นและมีการติดต่อค้าขายกับชาติอื่น เช่น พม่า และชาวเขาเผ่าต่าง ๆ เครื่องเงินจึงกลายเป็นสินค้าแลกเปลี่ยน หรือซื้อขายกับสินค้าจำเป็นอื่น ๆ และสามัญชนเริ่มใช้เครื่องเงินได้ ด้วยเหตุที่เจ้านายเริ่มเปลี่ยนไปใช้เครื่องทองแทน เครื่องเงินวัลลายนี้โบราณนิยมทำกันเพียงบางชนิด เช่น สลุง (ภาชนะอย่างขัน) พาน ถาด เขียนหมาก เป็นต้น แต่ภายหลังที่รัฐบาลได้รณรงค์ใช้ ข้าราชการ ประชาชน แต่งชุดไทย จึงได้มีการทำเป็นเครื่องประดับของสตรี เพิ่มขึ้นจากรูปแบบเดิม



ภาพที่ 2.16 เครื่องเงินวัลลาย

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

2) เครื่องเงิน เป็นงานศิลปกรรมอีกอย่างหนึ่งของล้านนาและเป็นสิ่งของเครื่องใช้ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของชาวล้านนาในอดีตเป็นอย่างมากจนอาจจะกล่าว ได้ว่าเครื่องเงินนั้น เป็นผลิตผลทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและแสดงถึง คุณลักษณะของชาวล้านนาได้เป็นอย่างดี เมื่อกล่าวถึงเครื่องเงินแล้ว โดยทั่วไปจะ หมายถึง ภาชนะเครื่องใช้ที่สานด้วยไม้ไผ่แล้วเคลือบ ด้วยรักเขียนลวดลายประดับ ตกแต่งด้วยชาติทองคำเปลวหรือเงินเปลวที่ผลิตขึ้น โดยชาวเชียงใหม่ ที่มีเชื้อสายสืบมาจากไทเขินแต่ โบราณในพจนานุกรมได้ให้ความหมายไว้ว่าหมายถึง เครื่องสานที่ลวดรัก ฉาบชาติ ทองคำเปลวหรือเงินเปลว แหล่งผลิตเครื่องเงินแหล่งใหญ่ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีและยังคงมีการผลิต เครื่องเงินเป็นสินค้าจำหน่ายให้แก่ผู้คนทั่วไปนั้นจะอยู่ที่ บ้านนันทาราม ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ชาวบ้านนันทารามจะกล่าวกันว่าพวกตนนั้นเดิมมีถิ่นฐานอยู่ที่เมืองเชียงตุง ซึ่งอยู่ใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แถบที่ราบลุ่มแม่น้ำจีนหรือแม่น้ำเขิน ในเขตรัฐฉาน ประเทศพม่าในทุกวันนี้ ดังนั้นจึงมีชื่อเรียกขานกลุ่มชนนี้ว่า "ชาวซิน" หรือ "เขิน" ในช่วงเวลาเก็บผักใส่ซ้า เก็บข้าวใส่เมืองเพื่อฟื้นฟูเมืองเชียงใหม่ ชาวเขินได้ถูกกวาดต้อนมาเป็นไพร่พลเมือง ของเมืองเชียงใหม่อยู่หลายแห่งกลุ่มชาวเขินที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ในบริเวณกำแพงเมือง ชั้นนอกพากประตูเชียงใหม่และบริเวณโดยรอบวัดนันทารามนั้น คงจะเป็นไพร่พลเมือง ของเมืองเชียงใหม่อยู่หลายแห่งกลุ่มชาวเขินที่ตั้งบ้านเรือน อยู่ในบริเวณกำแพงเมืองชั้นนอกพากประตูเชียงใหม่และ บริเวณโดยรอบวัดนันทารามนั้นคงจะเป็นไพร่พลชั้นดีด้วย มีความรู้ความชำนาญในการทำสิ่งของเครื่องใช้ประเภท เครื่องฮักเครื่องหางจึงถูกกำหนดให้อยู่ภายในเมืองและคง มีหน้าที่ผลิตเครื่องฮักเครื่องหางสำหรับเจ้านายในเมือง เชียงใหม่ในระยะแรกคงจะมีการผลิตสำหรับเจ้านายและ ใช้สอยเองภายในครัวเรือนต่อมาคงได้มีการผลิตเป็นสินค้า จำหน่ายให้แก่ชาวเชียงใหม่ตลอดจนชาวเมืองอื่น ๆ อีกด้วยดังนั้นสินค้าที่เป็นเครื่อง ฮักเครื่องหางที่ผลิตโดยชาวเขิน จึงถูกเรียกว่า เครื่องเขิน ในเวลาต่อมากลุ่มชาวเขิน บ้านนันทารามนั้นจะถูกกวาดต้อนให้อยู่พวยพามาอยู่ในเมืองเชียงใหม่ตั้งแต่ครั้งใดไม่ ปรากฏแน่ชัด ในพจนานุกรมได้ให้ความหมาย ไว้ว่าหมายถึงเครื่องสานที่ลึงรักฉาบชาดสีของ เครื่องใช้ในลักษณะเช่นเดียวกันนี้ในภาคกลาง ก็เคยปรากฏมีอยู่แต่เรียกว่า "เครื่องกำมะลอ"

โดยข้อเท็จจริงแล้วชาวล้านนาแต่ดั้งเดิมมิได้มีคำเรียกผลิตภัณฑ์งานเครื่องสาน ที่ลึงรักฉาบชาดเหล่านี้เป็นการเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งแต่ประการใด คงเรียกสิ่ง ของเครื่องใช้ประเภทนี้รวม ๆ ไปว่าครัวฮักครัวหางบ้าง เครื่องฮักเครื่องหางหรือ เครื่องฮักเครื่องคำ (ทอง) บ้างทั้งนี้เป็นไปตามลักษณะการประดับตกแต่งว่าจะตก แต่งด้วยชาดหรือปิดทองคำเปลวและจะเรียกชื่อผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นไปตามหน้าที่การใช้สอยของภาชนะนั้น ๆ เช่น ชันดอก ชันหมาก ชันโอ หีบผ้า แอ็บ อุบ บุง เป็นต้น ในการที่ต้องการเรียกให้เห็นถึงความแตกต่างของวัสดุที่ใช้ทำภาชนะนั้น ก็จะเรียกภาชนะนั้นให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ชันฮัก (พานที่เป็นเครื่องรัก) หรือบางที ก็อาจจะเรียกไปตามวัสดุที่ใช้ตกแต่งว่า ชันฮักชันหาง หรือ ชันฮักชันคำ (ทอง) เป็นต้นส่วนคำว่า "เครื่องเขิน" นั้นคงเป็นคำเรียกขานที่เกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้อาจ เป็นคำเรียกของคนภาคกลางหรือหน่วยงานราชการเมื่อประมาณ 100 ปีที่แล้วที่เรียกไปตามชื่อกลุ่มชนไทยเขินหรือไทยซิน ซึ่งเป็นผู้ผลิตสิ่งของเครื่องใช้ชนิดนี้ ไว้ใช้สอยในครัวเรือน และจำหน่ายเป็นสินค้าให้คนอื่น ๆ ได้ใช้กันโดยทั่วไปดังนั้น คำว่า "เครื่องเขิน" จึงเป็นชื่อที่เรียกไปตามชื่อของหมู่บ้านและกลุ่มชนที่ผลิต ซึ่งรวมหมายถึงเครื่องใช้ไม้สอยของชาวเขินนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.17 เครื่องเขินชนิดต่างๆ

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

3) ไม้แกะสลักเชียงใหม่ งานแกะสลักในยุคก่อนทำขึ้น เพื่องานในสถาบัน ศาสนา และสถาบันเจ้านายเป็นส่วนใหญ่ เช่น คันทวย บานประตู หน้าบัน และโครงสร้างอื่น ๆ ของตัววิหาร หอพระไตรปิฎก หอคำ ซึ่งนอกจากจะใช้ประดับตกแต่ง แล้วยังสะท้อนวิถีคิดและโลกทัศน์ของคนร่วมสมัยอีกด้วย เดิมแหล่งทำไม้แกะสลักของเชียงใหม่

บ้านถวายเป็นหมู่บ้าน หัตถกรรมไม้แกะสลักเชียงใหม่ ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ขึ้นชื่อที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัด เชียงใหม่ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เป็นแหล่งกำเนิดของงานแกะสลักไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ จนผลิตภัณท์ ไม้แกะสลักเชียงใหม่ ได้รับความนิยมนอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ทั้งด้านคุณค่า และคุณภาพของสินค้า เชียงใหม่ เหตุเพราะเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียงเป็นระยะเวลานาน มีความสวยงาม ประณีต และเป็นงานที่ทำขึ้นด้วยมือ (Hand Made) ผสมกับภูมิปัญญาท้องถิ่น บรรจงด้วยฝีมือ เขียงช่างอย่างที่เราเรียกกันว่า หัตถศิลป์ ซึ่งกว่าจะมาเป็นหมู่บ้านแห่งหัตถกรรม ก็มีประวัติซึ่งยาวนานกว่า 40 ปี โดยการสืบสานงานไม้แกะสลัก จากรุ่นสู่รุ่น จากการก่อกำเนิดขึ้น ของปุษนียบุคคล 3 ท่าน คือ พ่อหนานแดง พันธูสา , พ่อโงมา อินแก้ว และ พ่อเอือน พันธูสาสตร์ ที่ได้เดินทางไปทำงาน และเรียนแกะสลักไม้ที่ร้านน้อมศิลป์ บ้าน วัวลาย ประตู่เชียงใหม่ เมื่อ พ.ศ. 2500-2505 และได้นำมาแพร่หลายในหมู่บ้านถวายเป็นหมู่บ้านหัตถกรรมไม้แกะสลักที่มีฝีมือ และมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.18 งานไม้แกะสลักของบ้านถวายเป็น

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

4) ผ้าทอ ผ้าทออันงดงามประณีตเป็นพิเศษเป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอเชียงใหม่ การยกเป็นลวดลายด้วยไหมสีสดดินเงินและทองจัดเป็นงานชั้นวิจิตรศิลป์ เป็นผ้าของเจ้านายและชนชั้นสูงนิยมลายแบบเรขาคณิต ลายดอกไม้เครือเถาและรูปสัตว์ต่าง ผ้าทอของเชียงใหม่มีอิทธิพลต่อราชสำนักในกรุงเทพฯ เป็นอันมากปัจจุบันผ้าที่ใช้ในราชพิธีต่างๆ ก็ยังทอด้วยช่างที่สืบสายจากเจ้าล้านนาไทยถ้าเป็นผ้าพื้นเมืองของล้านนา ยกดอกลวดลายมีน้อยลายผ้ามีลักษณะเป็นแถบสีขั้วรอบตัวเห็นได้โดยทั่วไปทาง ภาคเหนือ ในสมัยก่อนผ้าทอของชาวเชียงใหม่ นั้นถือว่าเป็นผ้าใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าปูที่นอน ผ้าขาวม้า ย่อม หรือผ้าทอที่ใช้ทำบุญ เช่น ทอและย้อมผ้าสบง จีวร ตุ่ง ผ้าห่อคัมภีร์ ผ้า ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่จะเป็นผ้าพื้น ไม่มีลวดลาย หรืออาจเป็นลายง่าย ๆ เช่น ลายตาราง ส่วนการทอผ้าที่มีลวดลายสวยงาม ส่วนใหญ่เป็นลายเฉพาะของกลุ่มคน เช่น ลายน้ำไหลของไทลื้อ ซิ่นลัวะ ซิ่นยาง เป็นต้น ทำให้ผ้าทอของเชียงใหม่มีหลากหลาย จนยากที่จะกำหนดว่าผ้าแบบใด ลายอย่างไรเป็นเอกลักษณ์ที่แท้จริงของเชียงใหม่ ปัจจุบันผ้าทอของเชียงใหม่ที่เป็นที่นิยมมีอยู่หลายแห่ง คือ ตีนจกแม่แจ่ม ผ้าทอบ้านไร่ไผ่งาม และผ้าไหมสันกำแพง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 รมบ่อสร้าง

จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นศูนย์กลางแห่งหัตถกรรมไทยภาคเหนือ และอาจกล่าวได้ว่าเป็นเมืองที่มีการผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านมากที่สุดในประเทศไทยเลยก็ว่าได้ โดยสินค้าที่มีชื่อเสียงได้แก่ เครื่องเงิน เครื่องเงิน เครื่องจักรสาน เครื่องปั้นดินเผา ไม้แกะสลัก และของที่ระลึกต่าง ๆ อีกมากมาย แต่สิ่งหนึ่งในศิลปหัตถกรรมของเชียงใหม่ที่จะลืมไม่ได้เลย นั่นก็คือ ”รม เชียงใหม่” ซึ่งบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นเชียงใหม่ อันแสดงให้เห็นถึงที่มาของวัฒนธรรมพื้นบ้านและวิถีความเป็นอยู่ของชนชาวภาคเหนือในอดีตได้เป็นอย่างดี โดยจากการศึกษาประวัติศาสตร์การผลิตรมของเชียงใหม่พบว่าชาวเชียงใหม่ได้ผลิตรมใช้กันมานานกว่า 100 ปีที่ผ่านมาแล้ว ซึ่งแหล่งผลิตรมส่วนใหญ่จะกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ของอำเภอสันกำแพง ทั้งนี้เนื่องจากอำเภอสันกำแพง มีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นที่ราบลุ่ม ค่อนข้างสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติมากมาย ทำให้จัดหาวัตถุดิบได้ง่าย อีกทั้งลักษณะทางกายภาพของชุมชนยังช่วยส่งเสริมให้บางหมู่บ้านมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกระจายอยู่ทั่วไป พื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชนจึงอยู่ในภาคการเกษตร การบริการ และการผลิตงานหัตถกรรมจากวัสดุธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่

การทำรมจึงเป็นอาชีพหัตถกรรมหลักของชาวบ้านในอำเภอสันกำแพง โดยในอดีตหมู่บ้านบ่อสร้างเป็นหมู่บ้านที่มีการทำรมกันเป็นอาชีพ ชาวบ้านเกือบทุกคนของหมู่บ้านนี้มีฝีมือในการทำรมอย่างสวยงามและคงทน เช่นเดียวกับที่บรรพบุรุษได้ถ่ายทอดเอาไว้ โดยระยะแรกการทำรมของบ้านบ่อสร้างทำขึ้นเพื่อใช้งานในชีวิตประจำวันเท่านั้น ต่อมาเมื่อผู้เห็นความสำคัญของการทำรมจึงได้พัฒนารูปแบบให้ทันสมัยขึ้น จนปัจจุบันการทำรมของบ้านบ่อสร้างได้พัฒนาจากงานฝีมือจากท้องถิ่นมาสู่ระบบอุตสาหกรรมและการค้าขายอย่างเต็มตัว เกือบทุกครอบครัวจะมีการนำรมออกมาจำหน่ายจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาจัดหาซื้อรมไปเป็นของที่ระลึกกันอย่างแพร่หลาย และเนื่องจากรมของบ้านบ่อสร้างมีเอกลักษณ์เฉพาะแบบ มีรูปลักษณะที่สวยงาม อีกทั้งการใช้วัสดุที่คงทนทำให้ชื่อเสียงของบ้านบ่อสร้างแห่งนี้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง

แม้ว่าทิศทางการทำรมของบ้านบ่อสร้างจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร แต่ในความรู้สึกนึกคิดของคนทำรมทุกคนของบ้านบ่อสร้างแล้ว ก็ยังหวังที่จะเห็นอนาคตของรมที่ทำจากบ้านบ่อสร้างแห่งนี้ เจริญรุ่งเรืองอยู่เป็นสัญลักษณ์และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอสันกำแพงต่อไป และหากจะกล่าวถึงผู้มีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์และสืบสานงานหัตถกรรมของคนในท้องถิ่นไม่ให้สูญหายไป ก็คงต้องมีชื่อของ บริษัทศูนย์รม 1978 จำกัด หรือที่คุ้นเคยกันในนามศูนย์อุตสาหกรรมทำรมบ่อสร้าง ปรากฏอยู่หนึ่งในนั่น เพราะทุกวันนี้แม้จะมีการเปลี่ยนผ่านตัวผู้บริหารจากรุ่นสู่รุ่น ทว่าก็ยังคงยึดมั่นตามแนวทางเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.1 ความเป็นมาของธุรกิจร่มบ่อสร้าง

ศูนย์อุตสาหกรรมได้ก่อตั้งขึ้นภายใต้เจตนารมณ์ของ”คุณถวิล บัวจิ้น” ซึ่งเคยเป็นอดีตมัคคุเทศก์เก่าของเมืองเชียงใหม่ ประกอบกับเป็นคนท้องถิ่น ทำให้ท่านไม่เคยลืมที่จะพานักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมดูการทำร่ม ณ หมู่บ้านบ่อสร้าง แต่ในสมัยนั้นการเยี่ยมชมเพื่อให้เห็นวิธีการทำร่มครบทุกขั้นตอน จะต้องตระเวนไปดูหลายหมู่บ้าน เพราะในอดีตชาวบ้านจะแยกขั้นตอนกันทำตามความถนัด เช่นด้ามร่มจะทำที่บ้านเหล่า บ้านออน ซี่ร่มและโครงร่ม จะทำที่บ้านสันตันแหน กระดาษสาจะทำที่บ้านตันเปา สุดท้ายจึงนำมาประกอบ และลงสีที่บ้านบ่อสร้าง โดยร่มบ่อสร้างเริ่มเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2518 เนื่องจากมีการจัดนิทรรศการทางการท่องเที่ยว ณ นครลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา โดยมีประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศไทยจัดร้านประกวดกว่า 300 ร้านสำหรับร้านของไทยนั้น อ.ส.ท.สำนักงานลอสแอนเจลิส ได้จัดให้มีการเผยแพร่เอกสารทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งจัดแสดงการวาดร่มพื้นเมืองให้เป็นตัวแทนศิลปะพื้นบ้านของไทย ปรากฏว่าการแสดงครั้งนี้ได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมอย่างมาก นักท่องเที่ยวจึงเริ่มหลงใหลมายังบ้านบ่อสร้าง เพื่อหาโอกาสเยี่ยมชมการทำร่ม รวมทั้งหาซื้อร่มบ่อสร้างไปเป็นของฝากที่ระลึกกันอย่างแพร่หลาย อีกทั้งพ่อค้าคนกลางจากชุมชนอื่น ๆ ก็เริ่มมารับสินค้าจากบ้านบ่อสร้างไปขายต่อจนบ้านบ่อสร้างกลายเป็นแหล่งอุตสาหกรรมทั้งการท่องเที่ยว และแหล่งผลิตงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงอีกแห่งหนึ่งของเชียงใหม่ควบคู่กันไป

ครั้นต่อมาประมาณปี พ.ศ.2520 ชาวบ้านพบว่าอาชีพการทำร่มมีรายได้น้อยลง จนแทบจะไม่มีกำไร ดังนั้นเมื่อไม่ได้รับความคุ้มค่าจากสิ่งที่ทำ การหันเหเพื่อไปหางานทำอย่างใหม่จึงเกิดขึ้นและค่อย ๆ เข้ามาแทนที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาชีพไม้แกะสลัก ซึ่งแต่เดิมจะมีศูนย์กลางการผลิตอยู่บริเวณตลาดทิพเนตร จังหวัดเชียงใหม่ ต่อมาเมื่อคนบ่อสร้างไปรับงานไม้มาผลิต ปรากฏว่าให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า เมื่อเห็นดังนั้นชาวบ้านที่เป็นช่างฝีมือส่วนใหญ่ จึงเริ่มทยอยนำไม้มาแกะสลักและวางจำหน่ายตามบ้านเรือนของตนเองแทน

จากเหตุการณ์ข้างต้น คุณถวิล บัวจิ้น ได้เห็นถึงความเสื่อมลงของอาชีพทำร่มบ่อสร้างแต่ในขณะเดียวกันก็เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังชื่นชม และให้ความสนใจในวิธีการทำร่มของชาวบ่อสร้างอยู่ จึงรวบรวมเงินทุนและแรงงานของญาติพี่น้องซึ่งประกอบอาชีพการทำร่มอยู่แล้วจัดตั้งเป็น “ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง” ขึ้นในปี พ.ศ. 2521 ด้วยรูปแบบของการเป็นโรงงานผลิตร่มที่เป็นแบบโรงงานเปิด คือ ได้เปิดให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้สนใจสามารถเข้ามาเยี่ยมชมหรือเรียนรู้เกี่ยวกับการทำร่มในขั้นตอนต่าง ๆ ทุกขั้นตอน ซึ่งปัจจุบันถือเป็นกิจการเพียงแห่งเดียวที่ผลิตและแสดงกระบวนการผลิตให้ชมทุกขั้นตอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อแรกก่อตั้งมานั้น ชาวบ้านเห็นว่าไม่น่าจะอยู่รอดได้ เพราะอาชีพการทำร่มนั้นทำกำไรได้น้อย และชาวบ้านส่วนใหญ่ก็เลิกทำอาชีพนี้กันไปแล้ว เหลือร้านที่สำคัญๆเพียงร้านเดียวคือ”ร้านบ้านสุวรรณ” อย่างไรก็ตามกิจการของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มก่อสร้างกลับสามารถดำเนินอยู่ได้ อีกทั้งการเปิดรับเอาคนเก่าคนแก่ที่เคยทำร่มให้มาทำงานกับศูนย์ฯ แทนที่จะปล่อยให้ไปทำงานอย่างอื่นทั้งหมด ซึ่งถือว่าเป็นการช่วยรักษาต้นตอที่เป็นแหล่งภูมิปัญญาของท้องถิ่นเอาไว้เพื่อไม่ให้สูญหายไปพร้อมกับกาลเวลา

การดำเนินงานในช่วงปี พ.ศ. 2521-2523 ทางผู้บริหารได้ไปขอการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อช่วยในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมทั้งนำแผ่นผ้าโฆษณาไปวางที่องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) และด้วยความตั้งมั่นที่จะอนุรักษ์ภูมิปัญญาของท้องถิ่นไว้ให้ได้จึงอาศัยความพยายามและทุ่มเทในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ อีกทั้งใช้การประชาสัมพันธ์ร่วมกับท้องถิ่น จนในที่สุดก็สามารถฟื้นฟูการท่องเที่ยวและอาชีพการทำร่มให้กลับมาสู่บ้านก่อสร้างได้อีกครั้ง

ปี พ.ศ. 2526 ร่มก่อสร้างได้รับความนิยมนอย่างสูงสุด ทางศูนย์อุตสาหกรรมฯ จึงร่วมกับร้านค้าในหมู่บ้านก่อสร้าง และส่วนราชการจัดงาน”เทศกาลร่มก่อสร้าง”ขึ้นเป็นปีแรก ปรากฏว่างานนี้ได้รับความชื่นชมจากผู้ไปเที่ยวงานมาก เนื่องจากเป็นลักษณะการจัดงานที่แตกต่างจากเทศกาลอื่นๆ โดยลักษณะงานเป็นแบบ “Street Fair “ กล่าวคือ ให้พื้นที่ของหมู่บ้านก่อสร้างซึ่งขนานกันตลอดแนวถนนเป็นสถานที่จัดงาน โดยตักแต่งบ้าน และร้านค้าต่าง ๆ เป็นแบบล้านนาใช้ร่มเป็นส่วนประกอบสำคัญในการตกแต่งพร้อมทั้งประดับประดาไฟแบบพื้นเมืองมีกิจกรรมประกวดการแข่งขัน นิทรรศการ การแสดงพื้นบ้าน มหรสพนาฏชนิด ตลอดทั้งวัน และรูปแบบของงานนี้ได้กลายมาเป็นต้นแบบของงานถนนคนเดินในปัจจุบัน ส่วนศูนย์อุตสาหกรรมฯก็ค่อย ๆ มีการขยายพื้นที่เพิ่มขึ้น จนมีพื้นที่ในปัจจุบันกว่า 10 ไร่

ต่อมาในปี 2531 ศูนย์อุตสาหกรรม ฯ ยังได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากนักท่องเที่ยวทั่วไป และบุคคลสำคัญต่าง ๆ โดยในปีนี้เอง ที่ศูนย์อุตสาหกรรมฯได้ตัดสินใจสร้างร่มขนาด 300 นิ้ว ซึ่งถือว่าเป็นร่มที่ใหญ่ที่สุดในโลก เพื่อเป็นอีกหนึ่งจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและถือเป็นโอกาสอันดีที่จะสร้างถวายเจ้าหญิงไดอาน่าเพื่อทรงทอดพระเนตร ในวโรกาสที่ทรงเสด็จเข้าเยี่ยมชมกิจการ

ต่อมาในปี พ.ศ.2540 ธุรกิจได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางการเงินเพียงเล็กน้อยจากการลดลงของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ แต่เนื่องจากกิจการมีการส่งออก 50-60%มีการระบายตลาดอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นผลดีมากกว่าผลเสีย เพราะได้รับเงินบาทมากขึ้น และในปีพ.ศ. 2548 “คุณกณณิกา บัวจัน บุตรสาวคนโตของ คุณถวิล บัวจัน ได้เข้ามารับช่วงบริหารต่อจากบิดา โดยในภาพรวมยังคงยึดแนวทางการบริหารเดิมอยู่ และเพื่อพัฒนากิจการให้มีระบบการบริหารที่ชัดเจนยิ่งขึ้น จึงได้จดทะเบียนเป็น บริษัทศูนย์ทำร่ม 1978 จำกัด หลังจากนั้นกิจการมีการขยายตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อเนื่อง สังเกตได้จากจำนวนพนักงานที่เริ่มต้นเพียง 20-30 คน แต่ปัจจุบันมีถึง 140 คน แต่ทั้งนี้ก็ไม่มีการเปิดสาขาเพิ่ม ซึ่งถือเป็นผลดีตามมา นั่นก็คือเมื่อนึกถึงการทำร่มก็ต้องมาที่บ้านป่อสร้าง โดยจะใช้ศูนย์อุตสาหกรรมฯ เป็นจุดสังเกต และเมื่อต้องการเห็นกระบวนการทำร่มทุกขั้นตอน ก็จะเข้าเยี่ยมชมยังกิจการอยู่เสมอ ๆ รวมทั้งยังเดินหาซื้อของที่ระลึกทั้งของกิจการและร้านค้าในหมู่บ้านที่มีมากกว่า 200 ร้าน ดังนั้นจึงเกิดเป็นภาพของการสร้างงานสร้างรายได้ที่ไม่เพียงแต่ส่งผลดีกับกิจการเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการกระจายรายได้ให้กับร้านค้า และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ควบคู่กันไปด้วย ซึ่งตลอดระยะเวลาการดำเนินงานที่ผ่านมากิจการมีผลงานและความสำเร็จอยู่มากมาย ยกตัวอย่างเช่น รางวัล Thailand Tourism Awards 1998 จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รางวัล Seal of Excellence For Handicrafts 2007 จากองค์กร UNESCO และมาตรฐานแรงงานไทย ระดับสมบูรณ์ขั้นสูงสุด จากกรมแรงงานฯ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามในสภาวะการณ์ปัจจุบัน (ปี พ.ศ.2553-2554) วงจรการละทิ้งอาชีพการทำร่มป่อสร้างได้ทวนกลับมาอีกครั้งหนึ่ง เพราะผลกำไรเริ่มลดลง ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มถดถอย นอกจากนี้ คุณ กัณณิกา บัวจีน ยังได้แสดงทรรศนะไว้ว่า”สถานการณ์ของผู้ค้าร่มป่อสร้างและสินค้าหัตถกรรมอื่น ๆ กำลังอยู่ในสภาวะที่ยากลำบาก ยิ่งต้องเผชิญกับการท่องเที่ยวในเศรษฐกิจที่ตกต่ำเช่นนี้ จึงทำให้สถานการณ์ย่ำแย่ลงไปอีก ดังนั้นหากขาดการพัฒนาองค์กร และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ องค์กรก็จะเจริญเติบโตได้ยาก ซึ่งนอกจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจแล้ว ผู้ผลิตส่วนใหญ่ยังต้องพบกับปัญหาการขาดแคลนบุคลากรการผลิตอีก ดังจะเห็นได้จากแรงงานส่วนใหญ่จะมีอายุเฉลี่ย 45-50 ปี ส่วนลูกหลานที่มาสานต่อก็มีน้อยลงไปทุกที” และด้วยเหตุปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ ทำให้ผู้บริหารเล็งเห็นถึงความสำคัญของการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อไม่ให้สูญหายไป ทางผู้บริหารจึงพยายามที่จะหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งก็คงต้องติดตามกันต่อไปว่า ศูนย์หัตถกรรมทำร่มป่อสร้าง จะสามารถผ่านปัญหาระลอกนี้ไปได้หรือไม่

2.2.2 การดำเนินงาน

วิสัยทัศน์ (Vision) “ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มป่อสร้าง ต้องเป็นผู้นำศิลปหัตถกรรมทำร่ม”

ปรัชญา (Philosophy) ศูนย์หัตถกรรมทำร่มป่อสร้าง ก่อตั้งขึ้นภายใต้ปรัชญา 4 ข้อ

- 1) รักษาและรวบรวมผู้ผลิตร่มในท้องถิ่นให้ทำงานอยู่ในแหล่งเดิม
- 2) อนุรักษ์และสืบสานตำนาน”ร่มไม้ไผ่” ให้เป็นธุรกิจคู่กับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน
- 3) ยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวบ้าน และผู้ผลิตร่มในชุมชนให้มีงาน มีรายได้
- 4) ขยายตลาดของอุตสาหกรรมทำร่มให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะ

ตลาดต่างประเทศ

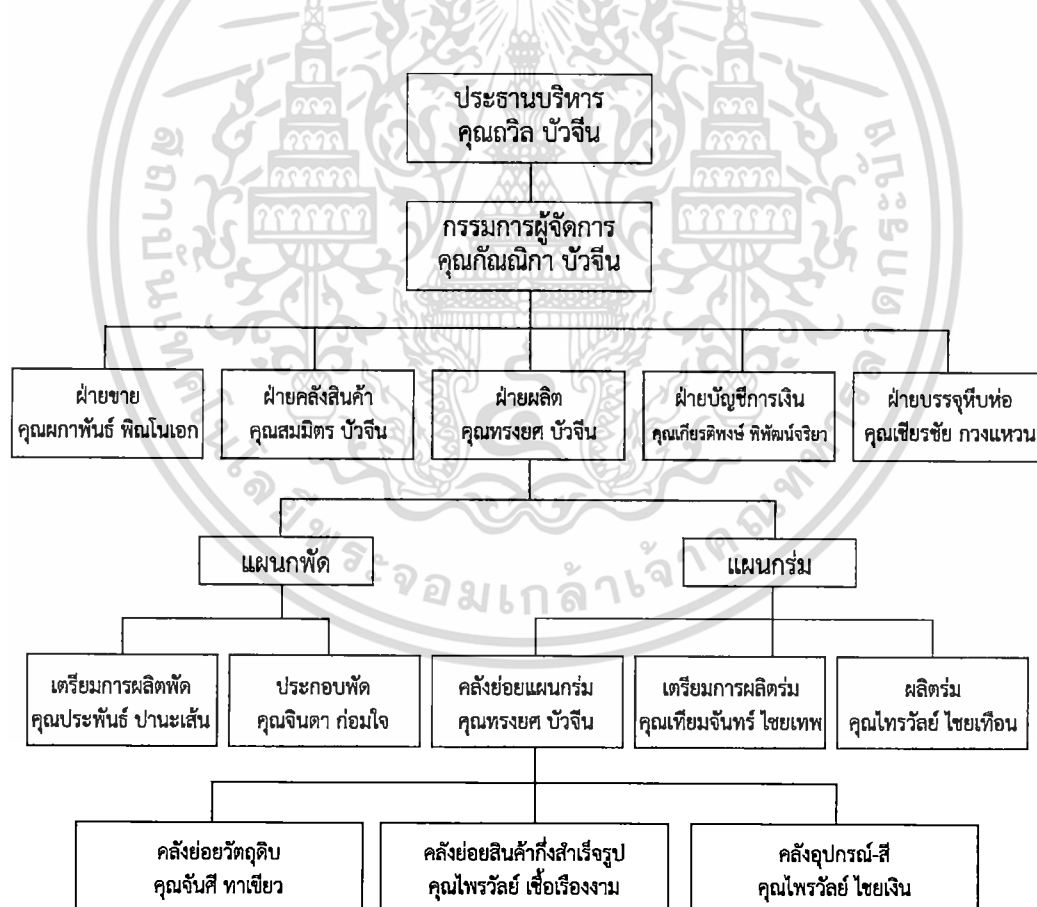
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Objective)

- 1) ภายในปี พ.ศ.2553 กิจการจะผลักดันร่วมก่อสร้างให้เป็น”สิ่งป่งชี้ทางภูมิศาสตร์” ซึ่งเป็นสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง อันจะทำให้ผู้ผลิตคนอื่นที่อยู่นอกแหล่งภูมิศาสตร์ไม่สามารถผลิตสินค้า โดยใช้ชื่อแหล่งภูมิศาสตร์เดียวกันมาแข่งขันได้
- 2) ภายในปี พ.ศ.2554 กิจการต้องมียอดขายไม่ต่ำกว่า 85% ของยอดขายปี พ.ศ.2553
- 3) ภายในปี พ.ศ.2555 กิจการต้องมีระบบรายงานที่ทันเวลาเพื่อสะท้อนสถานะที่แท้จริงของกิจการ และสามารถผลิตสินค้าให้ทันต่อความต้องการตลอดทั้งปี

2.2.3 ด้านการจัดการ

กิจการจะพิจารณาจัดกลุ่มหรือแผนกตามลักษณะของงานหรือกิจกรรมเป็นหลักในการวางโครงสร้างองค์กร โดยสามารถแสดงเป็นแผนภูมิขององค์กร ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.19 ภาพแผนภูมิขององค์กรของกิจการ

ที่มา : ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมก่อสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริหารหลักของกิจการมี 2 คน คือ คุณกณณิกา บัวจัน และคุณทรงยศ บัวจัน โดยคุณกณณิกา บัวจัน จะดูแลด้านการตลาดและการขายสินค้าทั้งหน้าร้านและการส่งออก รวมถึงการวางนโยบายการตลาด และการขายร่วมกับคุณผกาพันธ์ พิณโนเอก ที่ทำหน้าที่ดูแลฝ่ายขาย ส่วนคุณทรงยศ บัวจัน จะดูแลด้านจัดหาวัตถุดิบ การผลิตนมและพัต ซึ่งการตัดสินใจในส่วนของการผลิต คุณทรงยศ บัวจัน จะตัดสินใจร่วมกับ คุณสมมิตร บัวจัน ที่ทำหน้าที่ดูแลคลังสินค้าสำเร็จรูป โดยลักษณะการดำเนินงาน และการสื่อสารในองค์กรจะเริ่มจาก เมื่อฝ่ายขายรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าจะแจ้งการสั่งซื้อให้กับฝ่ายผลิตรับทราบ ฝ่ายผลิตจะต้องประสานงานกับฝ่ายคลังสินค้าสำเร็จรูปเพื่อวางแผนการผลิต เมื่อสินค้าผลิตสำเร็จ จะถูกส่งไปยังฝ่ายบรรจุหีบห่อเพื่อจัดส่งให้ลูกค้าต่อไป โดยคุณเกียรติพงษ์ พิพัฒน์จรรยา หัวหน้าฝ่ายบัญชีการเงิน จะมีหน้าที่ในการออกใบเรียกเก็บค่าสินค้า รวมทั้งยังทำหน้าที่ดูแลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์อีกด้วย ซึ่งปัจจุบันกิจการมีจำนวนพนักงานทั้งหมด 140 คน แบ่งเป็นเพศชาย 43 คน เพศหญิง 97 คน โดยพนักงานถูกจัดสรรไปตามฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้

เกณฑ์การแบ่ง	ประเภทพนักงาน	จำนวน(คน)
1. แบ่งตามฝ่าย	ฝ่ายบริหารงาน	1
	ฝ่ายขาย	24
	ฝ่ายคลังสินค้าฯ	5
	ฝ่ายผลิต	107
	ฝ่ายบัญชีการเงิน	3
	รวม	140
2. แบ่งตามรายได้	ค่าจ้างรายเดือน	49
	ค่าจ้างรายวัน	61
	ค่าจ้างเหมาตามชิ้นงาน	30
	รวม	140

ตารางที่ 2.1 การจัดสรรพนักงานไปตามฝ่ายต่างๆ

สำหรับการควบคุมงาน กิจการใช้ผู้จัดการฝ่ายและหัวหน้างาน 12 คน ดูแลพนักงานในระดับปฏิบัติการ 128 คน ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารรวมทั้งหัวหน้างานพบว่าจำนวนพนักงาน หรือแรงงานที่ลาออกจะมีประมาณ 5-10 คน/ปี เท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยคุณสมบัติของพนักงานที่กำหนดไว้ คือ พนักงานในสำนักงานจะต้องมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนแรงงานผลิตจะต้องมีวุฒิการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 6 และพนักงานขายจะต้องมีการศึกษาในระดับปริญญาวิชาชีพ ในสาขาการตลาดหรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ส่วนขั้นตอนในการบริหารทรัพยากรมนุษย์อื่น ๆ มีดังนี้

1) การสรรหา และการคัดเลือก ในส่วนพนักงานรายวัน เมื่อฝ่ายต่าง ๆ ต้องการพนักงานหรือพนักงานลาออก จะทำการแจ้งให้กับฝ่ายบุคคลรับทราบ เพื่อขอรับการอนุมัติ จากนั้นจึงประกาศรับสมัครจากพนักงานภายใน นอกจากนี้ยังมีการติดประกาศรับสมัครหน้าร้าน และจะถูกคัดเลือกโดยการสัมภาษณ์ร่วมกับฝ่ายที่ร้องขอ และมีการทดลองงานประมาณ 3 เดือน ขึ้นกับประเภทงานที่ต้องการ

2) การฝึกอบรม พนักงานในแต่ละฝ่าย จะได้รับการสอนงานและเรียนรู้รายละเอียดของงานที่ต้องปฏิบัติจากผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ภายในหน่วยงานนั้น ๆ ในขณะทำงาน (On-the Job Training :OJT) นอกจากนี้ยังมีการส่งพนักงานไปฝึกอบรมนอกสถานที่อีกด้วย เช่นการฝึกอบรมด้านการขาย การบรรจุหีบห่อ การส่งออก เป็นต้น

3) การจ่ายค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ กิจการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงาน 2 ครั้ง/เดือน โดยพนักงานรายวันจะจ่ายเป็นเงินสด ส่วนพนักงานรายเดือน และรายเหมาจะจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร การทำโทษพนักงาน ส่วนมากเป็นการพัก

2.2.4 ด้านการตลาด

กิจการมีการนำแนวความคิดทางการตลาดมาใช้เรื่องของการผลิตสินค้า โดยศึกษาความต้องการของกลุ่มลูกค้าและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าตามสมัยนิยม ซึ่งกรรมการผู้จัดการจะเป็นผู้ทำหน้าที่วางแผนการตลาด กำหนดนโยบายทางการตลาด แผนกลยุทธ์ และเป้าหมายทางการตลาด รวมถึงการประมาณการยอดขายในแต่ละปีด้วยตนเอง โดยปัจจุบันกิจการมีการแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ตลาดภายในประเทศ 70 % และตลาดส่งออกอีก 30 % ซึ่งกิจการได้กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ และมีคุณภาพสูง อีกทั้งมีให้เลือกหลากหลายมากกว่าผลิตภัณฑ์ของร้านค้าทั่วไปในหมู่บ้านป่อสร้าง และเมื่อเทียบกับบ้านถวาย ก็ถือว่ามีความรู้และความประณีตมากกว่า

สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด กิจการมีการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันระหว่างลูกค้า 2 กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริหารให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์โดยให้เหตุผลว่าการแข่งขันในเรื่องของราคาจะสู้ประเทศจีน และเวียดนามไม่ค่อยได้เนื่องจากมีค่าแรงที่ต่ำ อีกทั้งรัฐบาลจะให้การช่วยเหลือมากกว่า เช่น ขอคืนภาษีจากการส่งออกได้ถึง 17 % แต่ของไทยเราคืนภาษีได้สูงสุดประมาณ 1 % ดังนั้นกิจการจึงต้องนำเสนอในเรื่องของคุณภาพและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แทน โดยส่วนประสมทางการตลาดของกิจการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ สินค้าที่จำหน่ายให้แก่ลูกค้าภายในประเทศแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ร่ม พัด ที่ผลิตในกิจการทั้งหมด ภาพวาด สินค้าของที่ระลึก และสินค้าฝากขายที่ผู้ผลิตรายอื่น ๆ นำสินค้าขายฝากเข้ามาเสนอด้วยตนเอง ซึ่งส่วนสัดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในโชว์รูมแบ่งเป็น ร่มและพัด 20 % ภาพวาดและสินค้าของที่ระลึก 20 % และสินค้าฝากขายอีก 60 % โดยเกณฑ์พื้นฐานในการพิจารณาเลือกสินค้าฝากขายคือ

(1) เป็นสินค้าหัตถกรรมซึ่งใช้วัตถุดิบหลักจากไม้ หรือวัสดุธรรมชาติ เพื่อให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของกิจการ เช่น แจกันไม้มะม่วง โคมไฟกระดาษสา เป็นต้น

(2) เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของภาคเหนือตอนบน หรือผลิตโดยผู้ผลิตที่อยู่อาศัยในท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น เช่น ตุ๊กตาหนังตะลุง แม้จะเป็นสินค้าของทางภาคใต้ แต่ผู้ผลิตเป็นชาวบ้านบ่อสร้างที่มีความรู้ และสามารถผลิตชิ้นงานนี้ได้อย่างสวยงามตลอดจนวัตถุดิบที่นำมาใช้ก็สามารถหาได้ในท้องถิ่น ทางกิจการจึงรับเป็นสินค้าฝากขาย



ภาพที่ 2.20 พัดลวดลายต่างๆ

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

3) ผู้ฝากขายต้องมีศักยภาพพอที่จะรับคำสั่งซื้อที่ละมาก ๆ ได้โดยการจูงใจลูกค้ากลุ่มนี้ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่มากยิ่งขึ้น เช่นการปรับรูปแบบหุ้มร่มจากแบบกลมเป็นแบบเหลี่ยม การเขียนลวดลายใต้หุ้มร่มแทนด้านบน เป็นต้น โดยที่ผ่านมาก็มีการตอบรับจากตลาดค่อนข้างดี ส่วนตราสินค้า(Brand) ที่จำหน่ายให้แก่ลูกค้าภายในประเทศ จะใช้นามของ”ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง(Umbrella Making Centre) เป็นชื่อของตรายี่ห้อ

กลุ่มลูกค้าส่งออก กิจการส่งออกเพียงร่ม และพัดเท่านั้น แต่จะมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตามขนาด สี ลวดลาย และชนิดของวัสดุ ซึ่งขนาดของร่มที่จำหน่ายจะมีขนาดรัศมีตั้งแต่ 3 นิ้ว, 5 นิ้ว, 8 นิ้ว, 10 นิ้ว, 12 นิ้ว, 17 นิ้ว, 20 นิ้ว, 25 นิ้ว, 30 นิ้ว, 35 นิ้ว, 40 นิ้ว, 48 นิ้ว, 60 นิ้ว, 80 นิ้ว และ 100 นิ้ว โดยลูกค้าที่มีศักยภาพบางราย อาจมีการสวมนบางลวดลายให้แก่ลูกค้ารายนั้นไปเลย เพื่อเป็นการรักษาลูกค้า และให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวมนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.21 แสดงลวดลายของร่มที่กิจการนำเสนอต่อลูกค้า
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

โดยลูกค้ากลุ่มนี้ชอบงานประณีต และนิยมสั่งสินค้าในแบบของตนเอง ทางกิจการจึงเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความละเอียดมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็มีราคาสูงตามไปด้วย เช่นร่มโบราณ โดยเป็นการประยุกต์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและรูปแบบดั้งเดิมแบบย้อนยุคซึ่งถือเป็นกระแสที่กำลังได้รับความนิยมในโลกค้ากลุ่มนี้ สำหรับตราสินค้า (Brand) ของกิจการได้นำเสนอสินค้าภายใต้ตรา ยี่ห้อ “Thavil Product” ตามชื่อของคุณถวิล บัวจัน ซึ่งยังต้องมีการปรับปรุงในเรื่องของการสะกดคำหรือการใช้ตัวอักษรอยู่เนื่องจากบางครั้งลูกค้าบางรายจะเห็นหรือออกเสียงเป็น “Taiwan Product”



ภาพที่ 2.22 แสดงรูปแบบของร่มโบราณ
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) ราคา (Price) สำหรับราคาขายของสินค้าที่ผลิตเอง กิจการใช้เกณฑ์ในการกำหนดราคาขายคล้ายคลึงกันทั้ง 2 กลุ่มเป้าหมาย คือ คำนวณต้นทุนจากวัตถุดิบ บวก ค่าแรงทั้งหมดทุกขั้นตอน บวกค่าใช้จ่ายในการขนส่ง บวก ค่าภาษี บวก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร หลังจากนั้นจึงบวกกำไรตามที่ต้องการ โดยคู่แข่งชั้นส่วนใหญ่ใช้ราคาของกิจการเป็นฐานในการกำหนดราคาที่ต่ำกว่าเสมอ ส่วนราคาขายของสินค้าฝากขายนั้น ผู้ฝากขายจะเป็นผู้กำหนดมาให้กับทางกิจการเองโดยจะคำนวณต้นทุนจากวัตถุดิบ บวก ค่าแรงทั้งหมดทุกขั้นตอน บวกค่าใช้จ่ายในการบริหาร บวกค่าใช้จ่ายในการขาย 20 % (ที่ต้องหักให้ศูนย์อุตสาหกรรมฯ) หลังจากนั้นจึงบวกกำไรตามที่ต้องการ

โดยการลดราคาสินค้าให้กับลูกค้านั้นจะตัดสินใจโดยกรรมการผู้จัดการ แต่หากเป็นลูกค้าปลีก ซึ่งมีปริมาณซื้อไม่มากนัก พนักงานขายก็สามารถเสนอราคาต่อรองได้เองตามเกณฑ์ที่ทางกิจการกำหนดโดยไม่ต้องผ่านหัวหน้าฝ่ายหรือผู้จัดการ

3) ช่องทางการจำหน่าย (Place) กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ กิจการใช้การขายผ่านการค้าปลีกหน้าร้าน โดยการใช้พนักงานขาย และการรับคำสั่งสินค้าจากลูกค้าโดยตรงผ่านทางอีเมลของผู้บริหารหรือทางเว็บไซต์ของกิจการ

กลุ่มลูกค้าส่งออก สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้กิจการมีการรับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าโดยตรงผ่านทางอีเมลของผู้บริหาร หรือทางเว็บไซต์ของกิจการ นอกจากนี้กิจการยังมีตัวแทนในต่างประเทศเพื่อทำหน้าที่ติดต่อขายสินค้าให้แก่กิจการ สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อมนั้น คือ ตัวแทนในการจัดหาสินค้าของลูกค้า ซึ่งตัวแทนเหล่านี้มักจะมีการตรวจสอบโรงงาน ตรวจสอบสินค้า สวัสดิการแรงงาน ความมั่นคงขององค์กร และการรักษาสินค้าเป็นต้น

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดที่ผู้บริหารให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การขายโดยใช้พนักงานขาย เพราะ พนักงานเปรียบเสมือนตัวแทนของกิจการในการนำเสนอสินค้า และเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุด โดยกิจการพยายามใช้การส่งเสริมการตลาดเพียงชุดเดียวเพื่อสื่อสารและเชิญชวนไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายพร้อมกันทั้ง 2 กลุ่มดังนี้

(1) การโฆษณา กิจการเน้นการสื่อสารให้ทราบด้วยรูปแบบพื้นฐาน โดยมีการเปิดโรงงานให้ลูกค้าสามารถเข้าเยี่ยมชมและหาความรู้ได้ตามอัธยาศัย และมีการจัดงานแสดงตามงานเทศกาลต่างๆ รวมทั้งลงโฆษณาในหนังสือข้างเผือกแมกกาซีน และวางแผ่นพับไปปลิวที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นอกจากนี้ในปัจจุบันกิจการยังได้เริ่มจัดทำเว็บไซต์ เพื่อเป็นการโฆษณาเพิ่มเติมอีกทางหนึ่งด้วย



ภาพที่ 2.23 แผ่นพับของทางกิจการ

ที่มา : ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มก่อสร้าง

(2) การขายโดยใช้พนักงาน ปัจจุบันฝ่ายขายของกิจการมีจำนวนบุคลากรทั้งหมดอยู่ 24 คน แบ่งเป็น 2 แผนก คือ พนักงานขายหน้าร้าน รับผิดชอบการขายสินค้าให้แก่กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ อีกแผนกหนึ่งคือพนักงานรับคำสั่งซื้อสินค้าผ่านทางลูกค้าโดยตรงหรือผ่านทางเอเยนต์จากต่างประเทศ รับผิดชอบการขายสินค้าให้แก่กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ โดยนโยบายด้านการขาย ผู้บริหารจะเน้นการรักษาลูกค้าเก่าแก่ให้คงอยู่และทำการสร้างฐานลูกค้าใหม่ตามไปด้วย ซึ่งที่ผ่านมากิจการยังสามารถรักษาฐานลูกค้าส่งออกไว้ได้ ในขณะที่ลูกค้าภายในประเทศไทยมีปัญหาการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรงจนทำให้ลูกค้าหายไปบางส่วน โดยฝ่ายขายจะมีการวัดผลสำเร็จของการขายรายลูกค้าเป็นระยะ โดยอาศัยข้อมูลการขายเบื้องต้น และประสบการณ์ของผู้บริหารเป็นข้อมูลในการบริหาร และประเมินความสำเร็จ

(3) การส่งเสริมการขาย กิจการใช้การออกงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศในการนำเสนอสินค้าใหม่แก่ลูกค้า และแนะนำกิจการสู่สาธารณะ โดยเฉพาะในงานแสดงสินค้าที่สำคัญ ๆ ระดับโลก เช่น งานแสดงสินค้าในเยอรมนี และสหรัฐอเมริกา ในช่วงกลางปี และที่ฮ่องกง ในช่วงปลายปี เป็นต้น โดยการให้ส่วนลดจะเป็นลักษณะของส่วนลดปริมาณ เช่นรับส่วนลด 10 % ในกรณีซื้อเกิน 100 ชิ้น เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากไม่ได้บวกกำไรส่วนเพิ่มไว้สูง

(4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ กิจการมีการให้ข่าวของกิจการผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์อยู่เสมอ ๆ โดยเนื้อหาในข่าวส่วนใหญ่เป็นเรื่องของผลประกอบการอนุรักษ์วัฒนธรรม ความสำคัญของร่มก่อสร้าง ซึ่งนอกจากการให้ข่าวด้วยตัวผู้บริหารเองแล้วทางหน่วยงานท้องถิ่นก็มักจะขอความร่วมมือในการใช้สถานที่ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มก่อสร้างเป็นสถานที่ในการแถลงข่าว และประชาสัมพันธ์งานมหกรรมงานร่มก่อสร้างอยู่เสมอ โดยงานดังกล่าวจะจัดขึ้นในช่วงเดือนมกราคมของทุกปี จึงถือเป็นการประชาสัมพันธ์งานและกิจการไปพร้อมกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ทางผู้บริหารยังส่งช่างฝีมือไปยังทัศนสถานหญิง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อช่วยอบรมและฝึกวิชาชีพให้กับนักโทษหญิงอีกด้วย

สำหรับการรักษาลูกค้าเก่า ทางกิจการเน้นการรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าส่งออกมากกว่า เพราะลูกค้าเหล่านี้จะมีศักยภาพ และมียอดสั่งซื้อที่ค่อนข้างสูง โดยพยายามนำเสนอสินค้าใหม่ และเปิดโอกาสให้ลูกค้าเก่าได้เลือกก่อนลูกค้ารายอื่น และบางครั้งก็ต้องสงวนแบบนั้น ๆ ให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีการจัดทำบันทึกช่วงเวลาที่สั่ง ขนาดที่สั่งประจำและฐานะการเงินของลูกค้ารายสำคัญ อีกทั้งในปัจจุบันลูกค้าส่งออกนิยมสั่งสินค้าผ่านตัวแทน ซึ่งตัวแทนเหล่านี้มักจะมีการตรวจสอบสวัสดิการแรงงาน ความมั่นคงขององค์กร และการรักษาสิ่งแวดล้อม ดังนั้นทางกิจการจึงต้องรักษาความสัมพันธ์กับทางตัวแทนเหล่านี้ควบคู่ไปด้วย

2.2.5 ด้านการผลิต

กิจการมีการผลิตสินค้าหลัก คือ ร่มและพัด ซึ่งสินค้าเหล่านี้ทางกิจการสามารถผลิตส่วนประกอบได้เองทั้งหมด แต่มีบางส่วนที่รับมาจากชาวบ้านในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น โดยอาจคิดเป็นสัดส่วน คือผลิตเอง 80 % และจากแหล่งภายนอก 20 %

1) ด้านการผลิต การวางแผนการผลิตล่วงหน้ายังไม่เป็นรูปแบบที่แน่นอน เพราะการพยากรณ์ยอดขายทำได้ยาก ทางผู้บริหารจึงใช้วิธีการพิจารณาจากบันทึกของปีที่ผ่านมามาก สินค้าชนิดใดขายดี ก็จะสต็อกสินค้านั้น ๆ ไว้ หรือบางครั้งก็ต้องสต็อกเฉพาะโครงร่ม เพื่อย่นระยะเวลาในการผลิต โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยว (High Season) จะมีงานหรือคำสั่งซื้อเข้ามามาก และลูกค้าส่วนใหญ่ก็มักจะสั่งสินค้าพร้อม ๆ กัน เนื่องจากปัจจัยทางภูมิอากาศ ดังนั้นก็จะมีการบันทึกข้อมูลของลูกค้าแต่ละรายไว้ว่าชอบสั่งสินค้าในลักษณะไหน ก็จะเตรียมสินค้าพื้นฐานไว้ก่อน

2) การบริหารการผลิต สำหรับรูปแบบการผลิตสินค้าของกิจการ จะเน้นให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยการบริหารของกิจการ แบ่งเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อ (Make to order) สำหรับลูกค้าทั้งสองกลุ่มเป้าหมาย และการผลิตเพื่อขายหน้าร้าน สำหรับลูกค้าภายในประเทศ โดยฝ่ายขายจะดำเนินการแจ้งยอดสั่งซื้อจากลูกค้าให้กับฝ่ายผลิต หลังจากนั้นจึงทำการวางแผนการผลิตรวมทั้งกำหนดวันส่งมอบร่วมกัน ซึ่งความรับผิดชอบของฝ่ายผลิตจะผลิตร่มที่ยังไม่ได้ทำลวดลาย และส่งให้กับฝ่ายสต็อกสินค้าสำเร็จรูป เพื่อทำการเขียนลวดลายตามคำสั่งซื้อที่ได้รับต่อไป ส่วนการผลิตเพื่อขายหน้าร้าน ทางฝ่ายสต็อกสินค้าสำเร็จรูปจะดูจากความถี่ในการเบิกจ่ายสินค้าไปขายหน้าร้าน เปรียบเทียบกับการกำหนดจำนวนสินค้าขั้นต่ำ โดยไม่ต้องหาหรือกับฝ่ายขาย

หากคำสั่งซื้อตรงกับการผลิตเข้าสต็อกเพื่อขายหน้าร้าน ทางกิจการจะให้ความสำคัญกับคำสั่งซื้อเป็นหลักก่อน

นอกจากนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ทางกิจการจึงพยายามนำเครื่องจักรเข้ามาช่วย และใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด เช่น ซึ่เลื่อย และเศษไม้ที่เหลือจากกระบวนการผลิต เดิมจะนำไปเป็นเชื้อเพลิงในการต้มแป้ง ต้มน้ำมัน แต่ปัจจุบันได้ประสานกับทางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลฯ ให้เข้ามาช่วยศึกษาแปรรูปวัสดุดังกล่าวให้เป็นถ่านอัด และพยายามลดต้นทุนให้มากที่สุด โดยขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญหลาย ๆ ด้าน เช่น ขั้นตอนใดที่ต้องใช้น้ำมันหรือมีน้ำมันเป็นส่วนประกอบ รวมทั้ง Valid Tinner ก็เสี่ยงไปใช้แลคเกอร์น้ำแทน

3) ทำเลที่ตั้งโรงงาน โรงงานของกิจการถือว่าอยู่ในทำเลที่ดี มีการคมนาคมสะดวก เพราะตั้งอยู่ใกล้ถนนสายหลักหลายสาย เช่นถนนสายเชียงใหม่-สันกำแพง และถนนซูเปอร์ไฮเวย์ เป็นต้น

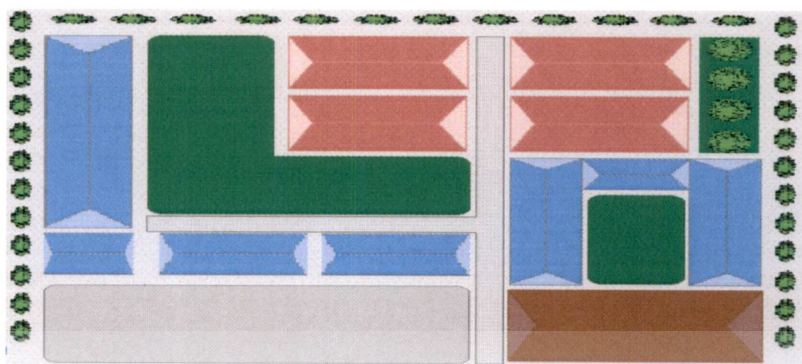


ภาพที่ 2.24 แสดงแผนที่ตั้งโรงงานของศูนย์

ที่มา : ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง

4) การวางกระบวนการผลิต และการจัดผังโรงงาน กิจการได้แบ่งโครงสร้างหน้าทีความรับผิดชอบภายในส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเป็น 4 แผนกย่อย ๆ คือแผนกเตรียมการผลิต พัด แผนกประกอบพัด แผนกเตรียมการผลิตร่ม และแผนกประกอบร่ม โดยการผลิตร่มและพัดจะไม่ต่อเนื่องทั้งกระบวนการผลิต ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตส่วนใหญ่เป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อ ดังนั้นเมื่อประกอบพัดและร่มเสร็จ โครงร่มและโครงพัดจะถูกพักไว้ในคลังสินค้ารอผลิต เพื่อรอคำสั่งซื้อ และผลิตตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการต่อไป ส่วนการจัดผังโรงงาน กิจการจัดวางเครื่องจักรเป็นหมวดหมู่ตามลักษณะการผลิต เช่น เครื่องกลึง เครื่องเจาะ เป็นต้น ซึ่งแผนผังโรงงานสามารถแสดงได้ตามแผนภาพต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.25 แสดงแผนผังโรงงานพื้นที่ใช้สอยของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มก่อสร้าง
ที่มา : ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มก่อสร้าง

5) เทคโนโลยีหลักที่ใช้ในการผลิต จากการผลิตสินค้าของกิจการเป็นงานหัตถกรรม ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและแรงงานคนเป็นหลัก เทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการผลิตส่วนใหญ่จึงเป็นเครื่องมือเครื่องใช้เอนกประสงค์ที่บางชนิดสามารถสร้างขึ้นได้เอง เช่น เครื่องขัด มีด สิว เป็นต้น รวมทั้งเครื่องมือชาวบ้านหรือเครื่องจักรขนาดเล็กเท่านั้น

6) การจัดซื้อ การจัดซื้อส่วนใหญ่จะเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีคุณภาพ เช่น ไม้ไผ่ ไม้กระต่อน ยางตะโก เป็นต้น ซึ่งนับวันจะหายากและมีแหล่งจำหน่ายห่างไกลจากโรงงานขึ้นเรื่อย ๆ โดยวัตถุดิบที่สำคัญที่กิจการจะต้องหาซื้อให้ได้นั้นก็คือ “ไม้ไผ่” เพราะไม่ว่าจะเป็นโครงร่ม ค้ำร่มหรือด้ามร่ม โครงพัด ก็ล้วนต้องใช้ไม้ไผ่ทั้งสิ้น สำหรับการซื้อไม้ไผ่ กิจการจะติดต่อผ่านทางกลุ่มพ่อค้าไม้ ที่รับไม้ไผ่มาจากทางเกษตรกรซึ่งอยู่ที่จังหวัดเชียงรายเป็นหลัก ซึ่งไม้ไผ่ที่ซื้อนั้นจะต้องเป็นไม้ที่มีอายุมากกว่า 1 ปี โดยเงื่อนไขการนำมาส่งให้กับทางบริษัทฯ พ่อค้าจะต้องตัดไม้มาให้เป็นท่อน ๆ โดยแต่ละท่อนจะต้องมีความยาวประมาณ 3 เมตร จำนวนบรรทุกมาส่งประมาณ 200 ท่อน/1 คันรถ ซึ่งแต่ละเดือนจะมียอดสั่งซื้อตั้งแต่ 30,000 – 100,000 บาท ทั้งนี้ราคาในการซื้อไม้ไผ่ก็จะมีการผันแปรไปตามแต่ละฤดูกาลด้วย เช่น ช่วงหน้าฝนราคาไม้จะแพงขึ้นกว่าราคาปกติอีกเกือบเท่าตัว

ส่วนวัตถุดิบประเภทอื่น เช่น ผ้าฝ้าย และด้าย(ฝ้าย) จะสั่งซื้อจากโรงงานปั่นด้าย และโรงงานผลิตผ้าในตำบลสันกำแพง น้ำมันมะมือ จะมีชาวบ้านจากอำเภอดอยสะเก็ด และในละแวกใกล้เคียงนำมาส่งให้ โดยรอบในการส่งสินค้าคือ 3 เดือนครั้ง ตามระยะเวลาการหมัก สำหรับกระดาษสาจะมีการผลิตเองบ้างเล็กน้อย แต่ส่วนใหญ่จะสั่งมาจากบ้านต้นเปา โดยปริมาณในการสั่งซื้อแต่ละครั้งไม่มากนัก เนื่องจากวัตถุดิบอยู่ใกล้ แต่หากเข้าช่วงฤดูฝนอาจจะต้องสั่งซื้อกระดาษสาสต็อกไว้จำนวนมาก เพราะปริมาณกระดาษสาในตลาดจะมีน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7) การจ้างงานภายนอก กิจการมีการผู้รับเหมาช่วงในขั้นตอนการผลิตวัสดุประกอบ เช่น ตั้มร่ม หัวร่ม ตั้มร่ม และโครงร่ม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านในละแวกนั้น แต่ปัจจุบันมีปัญหาขาดแคลนแรงงานทดแทน ทำให้การจ้างงานภายนอกบางครั้งต้องจ้างร่วมกับโรงงานอื่น

8) กำลังการผลิต กำลังการผลิตของกิจการสามารถผลิตได้ประมาณ 300 คัน/วัน ส่วนผลิตได้ประมาณ 800 คัน/วัน โดยปัจจุบันกิจการใช้การผลิตเต็มกำลังการผลิต หรือ 100 % แล้ว และกิจการก็ไม่สามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้ ทั้งนี้เพราะกิจการมีบุคลากรจำกัด และการหาแรงงานรุ่นใหม่ที่จะมาสานต่อก็ทำได้ยาก

9) ต้นทุนการผลิต กิจการคำนวณต้นทุนการผลิต โดยการประมาณการ โดยแบ่งเป็นค่าวัสดุดิบทางตรง 46 % ค่าแรงงานทางตรง 50 % และค่าเสียหายการผลิตอีก 4 %

10) การบริหารสินค้าคงคลัง กิจการมีคลังสินค้า 2 ประเภท คือ คลังวัสดุประกอบ, สินค้ารอผลิต และคลังวัตถุดิบ, สินค้าสำเร็จรูป โดยการบริหารสินค้าคงคลังในปัจจุบัน กิจการยังไม่สามารถหาปริมาณสินค้าคงคลังที่เหมาะสมได้ กล่าวคือ หากสต็อกสินค้ามากเกินไป ก็จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา และหากจัดเก็บสินค้าน้อยเกินไปก็อาจทำให้ประสบปัญหาเช่นกัน เนื่องจากสินค้าเป็นงานฝีมือที่เน้นคุณภาพ ดังนั้นในช่วงที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก อาจไม่พอขาย ทำให้กิจการเสียโอกาสในการขายสินค้าได้ ผู้บริหารจึงกำหนดสต็อกขั้นต่ำอย่างคร่าว ๆ ไว้ให้เท่ากับกำลังการผลิตใน 1 วัน คือ ร่มสำเร็จรูป (ยังไม่ได้ลงลาย) 300 คัน/วัน พัด 800 คัน/วัน โดยผู้จัดการฝ่ายผลิตเป็นผู้ดำเนินการเองในการสั่งซื้อวัตถุดิบ วัสดุกิ่งสำเร็จรูปในสต็อก มีการสั่งซื้อในบางช่วงจำนวนมากเพื่อสต็อกรอผลิตหรือป้องกันวัตถุดิบขาดแคลน และทำการตรวจนับสินค้าทุก 15 วัน

11) การควบคุมการผลิต กิจการมีแผนกคลังตรวจสอบคุณภาพ ตั้งแต่ขั้นตอนการรับวัตถุดิบ วัสดุประกอบ วัสดุกิ่งสำเร็จรูป และการวาดลายจากผู้รับเหมาช่วง รวมถึงจากสินค้ากิ่งสำเร็จรูปและสินค้าสำเร็จรูปที่ส่งเข้าคลัง โดยจะทำการตรวจทุกชิ้น หรือ 100 %

2.2.6 การจัดจำหน่ายสินค้า

กิจการมีการแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ตลาดภายในประเทศ 70 % และตลาดส่งออกอีก 30 % โดยกิจการเลือกใช้กลยุทธ์หลายส่วนตลาด(Multiple segment strategy) กล่าวคือ กิจการมีการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ระหว่าง 2 กลุ่มตลาดเป้าหมาย ดังนี้

2.2.6.1 ผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ สินค้าที่จำหน่ายให้แก่ลูกค้าภายในประเทศจะแบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ ร่ม พัด ภาพวาด สินค้าของที่ระลึก และสินค้าฝากขาย ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว ต้องการความหลากหลายในการเลือกซื้อ โดยกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่ใช้คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่มากยิ่งขึ้น เช่นการปรับรูปแบบหุ้มร่มจากแบบกลมเป็นแบบเหลี่ยม การเขียนลวดลายใต้หุ้มร่มแทนด้านบน เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการสร้างทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้าที่ต้องการมุมมองใหม่จากผลิตภัณฑ์เดิม

กลุ่มลูกค้าส่งออก กิจกรรมจะส่งออกเพียงร่มและพัดเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีการสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต และตัวแทน จึงไม่จำเป็นต้องนำสินค้าที่หลากหลายมากนัก แต่สินค้าที่นำเสนอต้องเป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ และโดดเด่นจริง ๆ โดยกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ คือกลยุทธ์การขายสู่ตลาดส่วนบน(Trading up) เพราะทั้งนี้ลูกค้าส่วนใหญ่จะมีกำลังซื้อสูง ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ความละเอียดและความประณีตในการทำ ขอบงานที่ทำขึ้นมาน้อยชิ้น และนิยมสั่งสินค้าในแบบของตนเอง ทางกิจการจึงเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความละเอียดมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็มีราคาสูงขึ้นไปด้วย เช่น ร่มแบบโบราณ โดยเป็นการประยุกต์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและรูปแบบย้อนยุค ซึ่งถือเป็นกระแสที่กำลังได้รับความนิยมของลูกค้ากลุ่มนี้ โดยใช้ชื่อ "Thavil Product" ตามชื่อของคุณถวิล บัวเงิน เป็นชื่อของตราयीห่อ

2.2.6.2 ราคา สำหรับราคาขายของสินค้าที่ผลิตเอง กิจการใช้เกณฑ์ในการกำหนดราคาขายคล้ายคลึงกันทั้ง 2 กลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1) ตั้งราคาโดยยึดถือต้นทุนรวมเป็นเกณฑ์ (Price based on Total cast) โดยจะคำนวณต้นทุนจากวัตถุดิบ บวก ค่าแรงทั้งหมดทุกขั้นตอน บวกค่าใช้จ่ายในการขนส่ง บวก ค่าภาษี บวก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร หลังจากนั้นจึงบวกกำไรตามที่ต้องการ

2) ตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง (Pricing above competition level) เนื่องจากผู้บริหารเห็นว่าผลิตภัณฑ์ของกิจการมีคุณภาพมากกว่าจึงสามารถตั้งราคาให้สูงกว่าคู่แข่งได้ อีกทั้งคู่แข่งส่วนใหญ่ก็มักยึดราคาของกิจการเป็นฐานในการกำหนดราคาที่ต่ำกว่า จึงเป็นเหมือนสภาพบังคับที่ทำให้ราคาของกิจการสูงกว่าคู่แข่งเสมอ

ส่วนราคาขายของสินค้าฝากขายนั้น ผู้ฝากขายจะเป็นผู้กำหนดมาให้ทางกิจการเอง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ฝากขายส่วนใหญ่จะใช้การตั้งราคาโดยยึดต้นทุนรวมเป็นเกณฑ์

2.2.6.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ กิจการใช้ช่องทางขายตรง (Direct Channel) ผ่านการค้าปลีกหน้าร้าน โดยการใช้พนักงานขาย และการรับคำสั่งสินค้าจากลูกค้าโดยตรงผ่านทางอีเมลล์ของผู้บริหารหรือทางเว็บไซต์ของกิจการ โดยสถานที่ตั้งของร้านค้าถือว่าอยู่ในทำเลที่ได้เปรียบกว่าคู่แข่ง เพราะตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าของหมู่บ้านบ่อสร้าง ซึ่งถือเป็นจุดสังเกต ที่นักท่องเที่ยวจดจำได้ง่าย อีกทั้งยังมีพื้นที่ให้เยี่ยมชมโรงงาน และพื้นที่จอดรถค่อนข้างกว้างขวางกว่าร้านค้านอื่น

กลุ่มลูกค้าส่งออก สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้กิจการใช้ทั้งช่องทางขายตรง (Direct Channel) ผ่านทางอีเมลล์ของผู้บริหาร หรือทางเว็บไซต์ของกิจการ และ ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม (Indirect Channel) แบบหนึ่งระดับ ผ่านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งมีทั้งตัวแทนของกิจการ และตัวแทนที่ลูกค้ากำหนดเอง โดยการขนส่งสินค้าในปัจจุบัน กิจการเลือกใช้บริการขนส่งกับทาง UPS เป็นหลัก แต่อาจเปลี่ยนแปลงตามคำขอของลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.6.4 การส่งเสริมการตลาด กิจกรรมพยายามใช้การส่งเสริมการตลาดเพียงชุดเดียว เพื่อสื่อสารและเชิญชวนไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายพร้อมกันทั้ง 2 กลุ่ม โดยผู้บริหารให้ความสำคัญกับการใช้พนักงานขายโดยตรง(Personal Selling) มากกว่าการใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (Nonpersonal Selling) พิจารณาจากกิจกรรมมีการประเมินพนักงานขายเป็นระยะ และให้ความสำคัญกับยอดขายของกิจกรรมเป็นหลัก อีกทั้งพยายามกระตุ้นพนักงานขายโดยการให้ค่าคอมมิชชั่นจากการขาย รวมถึงการวางนโยบายการขายอย่างชัดเจน แต่สำหรับเครื่องมือทางการตลาดอื่น ๆ กิจกรรมยังใช้รูปแบบพื้นฐานในการนำเสนอ และยังไม่ให้ความสำคัญมากนัก

สำหรับการรักษาลูกค้าเก่า ทางกิจกรรมจะเน้นการรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าส่งออกมากกว่า เพราะลูกค้าเหล่านี้จะมีศักยภาพ และมียอดสั่งซื้อที่ค่อนข้างสูง อีกทั้งปรัชญาของกิจกรรมก็เน้นการทำตลาดต่างประเทศมากกว่าอยู่แล้ว โดยวิธีการคือการเสนอสินค้าใหม่ และเปิดโอกาสให้ลูกค้าเก่าได้เลือกซื้อก่อนลูกค้ารายอื่น และบางครั้งก็ต้องสงวนแบบนั้น ๆ ให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งไปเลย นอกจากนี้ยังจะมีการจัดทำบันทึก ช่วงเวลาที่สั่ง ขนาดที่สั่งประจำ และฐานะการเงินของลูกค้ารายสำคัญ และในปัจจุบันกลุ่มลูกค้าส่งออกจะนิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านตัวแทนซึ่งตัวแทนเหล่านี้จะมีการตรวจสอบโรงงาน สวัสดิการแรงงาน ความมั่นคงขององค์กร และการรักษาสิ่งแวดล้อม ดังนั้นกิจกรรมจึงต้องรักษาความสัมพันธ์กับทางตัวแทนเหล่านี้ด้วย

ปัญหาทางด้านการตลาด จากการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าด้วยลักษณะของร่มและพัด มีข้อจำกัดในเรื่องของการออกแบบ และการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้ไม่ค่อยมีผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ส่วนด้านราคา พบว่า ร้านค้าย่อยใช้การแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรงจนทำให้ลูกค้าภายในประเทศหายไปบางส่วน ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า กิจกรรมมีปัญหาเรื่องการขนส่งสินค้าไปยังประเทศอังกฤษ กับอเมริกา เพราะหลังจากเหตุการณ์ถล่มตึกเวิลด์เทรดเซนเตอร์ไปรษณีย์ไทยกำหนดให้สินค้าที่ขนส่งต้องมีความยาวไม่เกิน 105 ซม. แต่ร่มคันหนึ่งยาวประมาณ 124 ซม. กิจกรรมต้องเลือกส่งสินค้ากับทาง UPS หรือผู้ขนส่งรายอื่นแทน ซึ่งส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าการส่งผ่านไปรษณีย์ไทย ทำให้โอกาสทางการตลาดกับลูกค้ารายย่อยก็น้อยลงตามไปด้วย

2.2.7 การควบคุมการผลิต

การบริหารสินค้าคงคลัง กิจกรรมจะมีเอกสารในการเบิกจ่ายสินค้าคงคลังมีการกำหนดสต็อกขั้นต่ำไว้เท่ากับกำลังการผลิตใน 1 วัน คือ ร่มสำเร็จรูป(ยังไม่ได้ลงลาย) 300 คัน/วัน ซึ่งการสั่งซื้อในบางช่วงอาจมีจำนวนมาก เพื่อสต็อกการผลิตหรือป้องกันวัตถุดิบขาดแคลน ทั้งนี้จะมีการตรวจนับสินค้าทุก 15 วัน

ส่วนการควบคุมการผลิต กิจกรรมจะมอบหมายให้แผนกคลังทำการตรวจสอบคุณภาพทุกขั้นตอนตั้งแต่การรับวัตถุดิบ วัสดุประกอบ วัสดุสำเร็จรูป และการวาดลวดลายจากผู้รับเหมาช่วง รวมถึงสินค้าที่สำเร็จรูป และสินค้าสำเร็จรูปที่ส่งเข้าคลังทุกชิ้น หรือ 100 %

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาด้านการผลิต การวางแผนการผลิตของ ใช้การประมาณการจากประสบการณ์ของผู้บริหารเป็นหลัก ยังไม่มีวิธีการที่แน่นอน โดยกำลังการผลิตในปัจจุบันไม่ทันกับความต้องการของลูกค้า และไม่สามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้ ทั้งนี้เพราะกิจการมีบุคลากรจำกัด และแรงงานรุ่นใหม่ที่จะมาสานต่อก็เริ่มน้อยลง อีกทั้งเป็นงานฝีมือต้องใช้เวลาในการผลิต นอกจากนี้ลูกค้ามักจะสั่งซื้อสินค้าในปริมาณมากพร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ และด้วยที่บุคลากรด้านการผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ กิจการจึงไม่มีการกำหนดระยะเวลาที่ผลิตเสร็จในแต่ละแผนก เพียงแต่กำหนดเป้าหมายในการผลิตให้ทันส่งมอบเท่านั้น และพยายามหลีกเลี่ยงการทำงานล่วงเวลา ทั้งนี้ เพื่อไม่ให้เกิดความเครียด และกระทบกับสุขภาพของพนักงาน

นอกจากนี้ยังพบว่า กิจการมีปัญหาด้านการจัดการสินค้าคงเหลือ กล่าวคือหากสต็อก สินค้ามากเกินไป ก็ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา และหากจัดเก็บสินค้าน้อยจนเกินไปก็อาจทำให้ประสบปัญหาเช่นกัน เนื่องจากสินค้าเป็นงานฝีมือ ที่เน้นคุณภาพ ดังนั้นในช่วงที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก อาจไม่พอขาย ทำให้กิจการเสียโอกาสในการขายสินค้าได้ อีกทั้งการที่กิจการต้องยึดแนวทางตามปรัชญาธุรกิจ จึงทำให้บางครั้งต้องซื้อวัตถุดิบ(โครงรถ)ไว้ ทั้ง ๆ ที่กิจการก็มีสต็อกอยู่มากแล้ว ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้ชาวบ้านมีรายได้ และไม่ต้องการให้ชาวบ้านเหล่านี้เลิกอาชีพการทำไร่ทำนาอาชีพอื่น

2.3 วัสดุ ส่วนประกอบและกระบวนการผลิตรถมoped

วัสดุ และ แหล่งวัตถุดิบในการผลิตรถมopedในส่วนนี้ จะกล่าวถึงเฉพาะส่วนประกอบที่เป็นส่วนประกอบหลักเท่านั้น เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนารถมopedที่ใช้ผลิตและทำขายได้จริงในตลาดในปัจจุบันซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.3.1 วัตถุดิบ และแหล่งวัตถุดิบ

- 1) ไม้กระทอนหรือไม้เนื้ออ่อน พบมากในเขต อำเภอสันกำแพง และดอยสะเก็ด ใช้ในการทำอครัม หัวรถ ตั้มรถ และมือจับ
- 2) ไม้ไผ่เล่มเล็ก พบมากในเขต อำเภอสันกำแพง และดอยสะเก็ด ใช้ทำคันรถ
- 3) ไม้ไผ่ตง พบมากบริเวณเชิงดอยในเขตอำเภอสันกำแพง และดอยสะเก็ด ใช้ในการทำค้ำรถ, ม้า(สลัก) โครงรถและโครงพัด
- 4) สปริงเหล็ก ใช้ในการทำม้า(สลัก) สำหรับรถคันเล็ก
- 5) นอต ใช้ในการทำสลัก(ตุ้มกลาง)สำหรับพัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

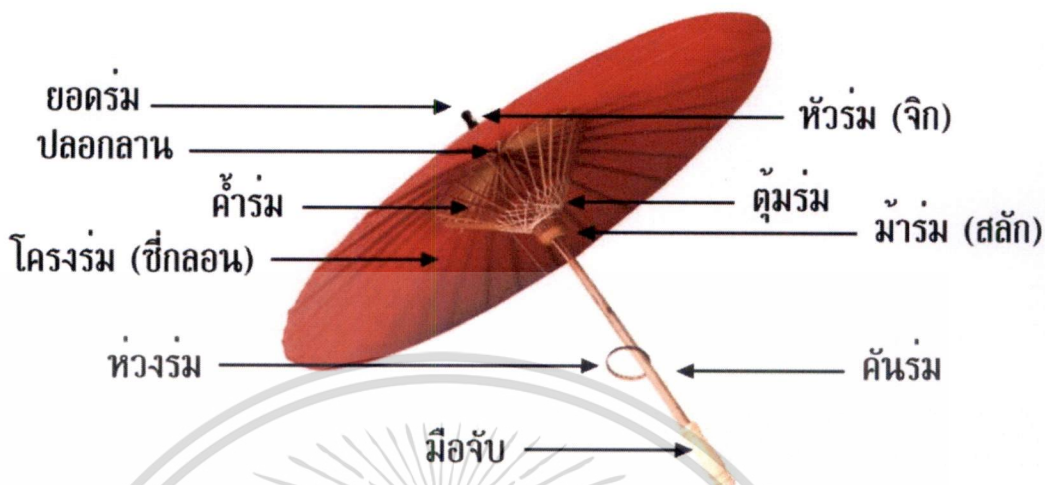
- 6) ใบลาน พบมากในเขต อำเภอสันกำแพง และดอยสะเก็ด ใช้ในการทำปlokลาน เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวเคลื่อนขึ้น-ลง เวลากลางหรือหุบรุ่ม ทำให้รุ่มไม่ฉีกขาด
- 7) วัสดุหุ้มและพัด ได้แก่กระดาษสา ผ้าแพร ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ผ้าซาหลู
- 8) ด้าย (ฝ้าย) ใช้ขึงยึด ซีโครง ซีค้ำ หัวรุ่ม ตุ่มรุ่มและจัดช่องไฟบริเวณชายรุ่ม ผลิตมาจากโรงปั่นฝ้าย (ด้าย) ในเขตอำเภอสันกำแพง
- 9) น้ำยางตะโก ใช้ผสมกับแป้งมัน แล้วนำมาทาที่บนตัวรุ่ม จะทำให้รุ่มมีคุณสมบัติ กันฝนได้
- 10) น้ำมันมะพร้าว (น้ำมันมะพอก น้ำมันตังอิ้ว) ใช้ผสมสีทาที่บนตัวรุ่ม ช่วยให้รุ่มสามารถกันฝน กันแดดได้ดียิ่งขึ้น
- 11) สีฝุ่น หรือจะใช้เป็นสีน้ำมันก็ได้ โดยในสมัยดั้งเดิม สีที่ใช้มีเพียง 2 สี เท่านั้น คือ สีแดงและสีดำ โดยสีแดงจะมาจากการนำดินแดงบนภูเขามาผสมน้ำ ส่วนสีดำนั้นจะมาจากเขม่าไฟผสมกับน้ำมันยาง

2.3.2 แหล่งวัตถุดิบและแหล่งแรงงาน

- 1) กระดาษสา จะทำที่บ้านต้นเปา อำเภอสันกำแพง
- 2) ด้ามรุ่ม จะทำที่ บ้านเหล่า บ้านออน บ้านแม่ฮ้อยเงิน อำเภอสันกำแพง
- 3) ซีรุ่ม โครงรุ่ม และโครงพัด จะทำที่บ้านสันต้นแหวน อำเภอดอยสะเก็ด
- 4) การประกอบ ปิดกระดาษรุ่ม พัด และลงสี ที่บ้านบ่อสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 ส่วนประกอบของร่ม



ภาพที่ 2.26 แสดงลักษณะพื้นฐานของร่มบ่อสร้าง

ที่มา : ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง

1) หัวร่ม ทำด้วยไม้เนื้ออ่อน เช่น ไม้โมกมัน ไม้สมเห็ด ไม้ซ้อ ไม้ตะแบก และไม้เนื้ออ่อนชนิดอื่นๆ เมื่อไม้แห้งแล้วไม่หดตัวมาก การทำหัวใช้วิธีการกลึงโดย เครื่องมือโบราณ ซึ่งเป็นที่บรรพบุรุษได้เคยใช้ทำมาก่อน โดยตัดไม้ที่จะกลึงออกเป็นท่อนๆ เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 5 - 8 นิ้วเจาะรูไว้ให้สามารถสวมเหล็กยึดไม้ กลึงไว้ได้พอดี แล้วเริ่มกลึงด้วยเครื่องกลึงไม้แต่ละท่อนที่กลึงนี้ จะสามารถกลึงหัวได้ประมาณ 4- 5 อัน โดยกลึงให้ได้ขนาดที่ ต้องการก่อน จึงค่อยตัดแยกออกจากกันอีกทีหนึ่ง

2) ตุ่มร่ม ทำจากไม้เนื้ออ่อน เช่น ไม้ตีนเป็ด, ไม้ส้มเห็ด, ไม้ตุ้มคำ และ ไม้แก พบมากตามหัวไร่ ปลายนา ในเขต อ.สันกำแพงและ อ.ตอยสะแกต การที่เลือกเอาไม้เนื้ออ่อนเป็นหัวร่ม ตุ่มร่มนั้นเพราะว่าไม้เนื้ออ่อน สะดวกแก่การกลึงและผ่าร่องซี่ การทำตุ้มร่ม ใช้วิธีการกลึงเช่นเดียวกับ หัวร่ม

3) ค้ำร่ม หรือ ซี่ค้ำ ทำจาก ไม้ไผ่ตง เพราะเหนียว ทนทาน การทำค้ำทำโดยเหลาไม้ตามขนาดที่ต้องการ การให้เป็นชิ้นเรียวยาวเหลาทั้งโคนและ ปลายให้แบนสำหรับสอดใส่หัวและซี่กลอนต่อไปใช้ส่วนเจาะเป็นรู 2 รูในส่วนที่จะใส่ด้ายจาก ส่วนตุ้ม และ ด้ายตรงกลาง ส่วนปลาย ใช้เหล็กแหลมสนไฟเจาะรู เพราะถ้าใช้ส่วนเจาะแล้ว จะทำให้ไม้ไผ่แตกง่าย การร้อยด้ายเพื่อประกอบโครงร่มนั้น ร้อยตามรูของซี่กลอนและค้ำทุกชิ้น เอาด้ายพัน เข้าไปในรูที่ทำไว้ตอนกลึงหัวร่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และตุ้ม สอดซี่ใส่เข้าไปใน ทุกๆ ช่อง ช่องละซี่จนครบ ส่วนค้ำที่สอดใส่ในช่องตุ้มในลักษณะเดียวกัน มัดด้ายให้แน่น

4) โครงร่ม หรือ ซีกลอน ทำมาจากไม้ไผ่บง เพราะเหนียวทนทานและสวยงามกว่า ไม้ไผ่ชนิดอื่นๆ ในตอนแรกต้องตัดไม้ไผ่ออกเป็นท่อนๆ ตามความ ต้องการที่จะใช้ทำร่มแล้ว ผ่า ออกเป็นซีกลอนและค้ำตามที่ต้องการ ไม้ไผ่ที่ผ่าออกนี้ ต้องจักออกเป็นซี่เล็กๆอีก โดยกะให้ได้ซีกลอน ประมาณ 8 - 9 ชั้นเหลาให้ตรงปลายเรียว ส่วนโคนนั้นผ่ากลางแต่ ไม่ตลอดตลอดแนว เพื่อสอดใส่ค้ำ ในภายหลัง เจาะรู 2 รู สำหรับ ร้อยด้ายเข้ากับโคนของค้ำ

5) ม้าร่ม (สลัก) เป็นสลักที่กางร่มออกแล้วไม่ให้หุบคืน สำหรับร่มคันเล็กทำด้วยลวด สปริงร่มคันใหญ่ทำด้วยไม้ไผ่เหลา โดยเจาะช่องที่คั่นถือที่เป็นไม้ไผ่ แล้วใส่มาเข้าไปในช่อง ใช้ตะปู ตอกให้ติดกัน เมื่อใช้มือบิดจะรัดตัว เข้าหากัน พอปล่อยมือจะติดตัวออกจากกัน

6) ปลอกลาน เป็นศูนย์รวมระหว่างหัวร่มคันถือและซี่ร่มทำหน้าที่เป็นตัวเคลื่อน ขึ้น- ลงเวลากางหรือหุบทำจากใบลาน ตัดเป็นชิ้นให้กว้างและยาวตาม ขนาดที่พอเหมาะกับตัวร่ม แล้วพันรอบหัวร่มให้เชื่อมระหว่างซีกลอน กับหัวร่ม พันรอบอีกทีด้วยกระดาษสา ทากาวหลายๆชั้น เพราะถ้าใช้ส่วานเจาะแล้ว จะทำให้ไม้ไผ่แตกง่าย การร้อยด้ายเพื่อ ประกอบโครงร่มนั้น ร้อยตามรู ของซีกลอนและค้ำทุกชิ้น เอาด้ายพัน เข้าไปในรูที่ทำไว้ตอนกลึงหัวร่ม และตุ้ม สอดซี่ใส่เข้าไปใน ทุกๆ ช่อง ช่องละซี่จนครบ ส่วนค้ำที่สอดใส่ในช่องตุ้มในลักษณะเดียวกัน มัดด้ายให้แน่น

7) ด้าย (ฝ้าย) ใช้ซึ่งยัด ซี่โครง ซี่ค้ำ หัวร่ม ตุ้มร่ม และ จัดช่องไฟบริเวณชายร่ม มา จากโรงปั่นฝ้าย (ด้าย) ในเขต อ.สันกำแพง

8) คันถือ สำหรับร่มคันเล็ก ทำจากไม้เนื้ออ่อน เหลาด้วยมีดให้สวยงาม ส่วนร่ม ใหญ่ใช้ไม้ไผ่ทำ

9) หัวร่ม ทำจากเส้นตอกไม้ไผ่ ขดเป็นวงกลมและพันด้วยกระดาษสาให้รอบชุบน้ำ ยางตะโกและตากแดดให้แห้ง โลหะครอบหัวร่ม ทำด้วยแผ่นปี้มหรือพลาสติกปี้มก็ได้

2.3.4 กระบวนการผลิตร่ม

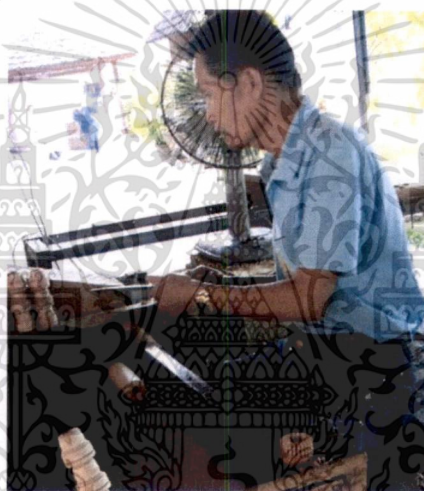
ขั้นที่ 1 การทำหัวร่มและตุ้มร่ม โดยนำไม้กระทอนหรือไม้เนื้ออ่อนมาตัดให้ได้ขนาด ตามที่ต้องการ จากนั้นจึงนำเข้าสู่เครื่องหมุนอัตโนมัติ เพื่อทำการขูดและกลึงไม้จนเป็นรูปทรงที่ กำหนดไว้ เมื่อได้รูปแล้วจะทำการผ่าบริเวณฐานของหัวร่มและตุ้มร่มให้เป็นช่อง เพื่อจะใช้ประกอบ เข้ากับซี่โครงร่ม และซี่ค้ำร่มในขั้นตอนต่อไป โดยในแต่ละวันแรงงาน 1 คน จะผลิตได้ประมาณ 10-12 ชิ้นเท่านั้น เนื่องจากเป็นงานที่ค่อนข้างละเอียด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



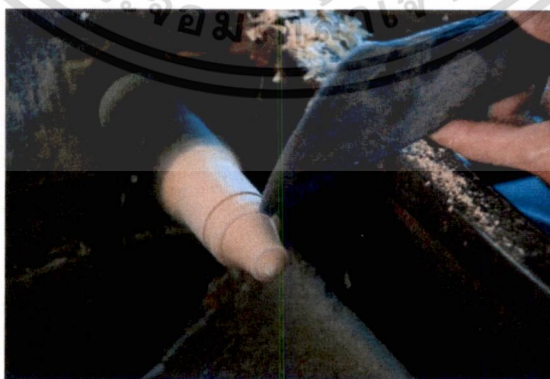
ภาพที่ 2.27 แสดงลักษณะเครื่องหมูนอัตโนมัติ

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554



ภาพที่ 2.28 แสดงการใช้งานเครื่องหมูนอัตโนมัติ

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554



ภาพที่ 2.29 การกรังจะใช้มีดซึ่งมีความคม

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นที่ 2 การทำโครงรมและค้ำรม โดยนำไม้ไผ่มาตัดเป็นท่อนให้มีความยาวตามขนาดของรมที่ต้องการ ซึ่งถ้าเป็นไม้ไผ่ที่มีปล้องยาวก็จะตัดระหว่างข้อ แต่ถ้าเป็นปล้องสั้นก็จะตัดให้ข้อไม้อยู่ตรงกลาง เมื่อได้ไม้ตามขนาดแล้วก็จะขุดผิวไม้ออกให้หมด พร้อมกับทำเครื่องหมายที่จะเจาะรู และขีดแบ่งตามระยะที่ต้องการ จากนั้นจึงผ่าไม้ออกเป็น 4 ส่วน ๆ ละ เท่า ๆ กัน เพื่อทำการเลาะปล้องท่อนไม้ให้เสมอกันทุกชิ้น เมื่อเสร็จแล้วก็แบ่งไม้แต่ละส่วนให้เป็นซี่ ๆ ตามที่ขีดไว้ จากนั้นจึงเหลาปลายทั้งสองข้างให้เรียบและบางพอดีที่จะใส่เข้ากับร่องหัวรมและตุ้มรมต่อไป



ภาพที่ 2.30 แสดงขั้นตอนการทำโครงรม

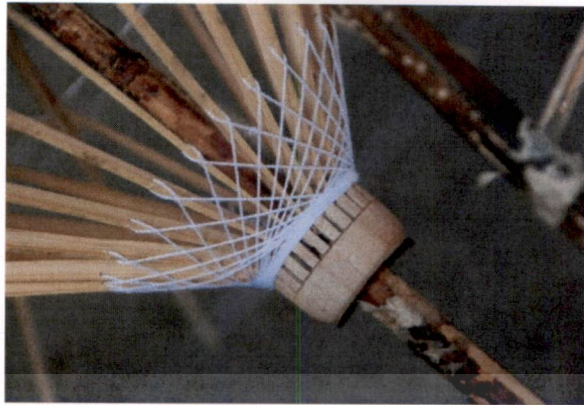
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

ขั้นที่ 3 การทำค้ำรม โดยนำไม้เนื้ออ่อนมาเหลาและตัดให้มีความยาวตามที่ต้องการ ซึ่งความยาวของค้ำรมนี้จะมีสัดส่วนใกล้เคียงกับเส้นผ่าศูนย์กลางของรม เช่น รมขนาด 20 นิ้ว จะมีเส้นผ่าศูนย์กลางราว 1 เมตร ความสูงก็เท่ากับ 1 เมตร เป็นต้น

ขั้นที่ 4 หลังจากทีส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เป็นไม้ทำเสร็จเรียบร้อยแล้วจะถูกนำไปแช่ในน้ำยากันมอดและเชื้อราแล้วนำมาตากแดดให้แห้งสนิท

ขั้นที่ 5 การประกอบรม จะนำเอาโครงรมและค้ำรมที่เจาะรู แล้วมาร้อยติดกันเรียงเป็นตับ โดยร้อยเอาทางหลังซี่ขึ้นข้างบนทุกซี่ แล้วนำหัวรมที่ผ่าร่องซี่แล้วมาปาดซี่ออก 1 ช่องไว้สำหรับผูกปมเชือก จากนั้นจึงนำโครงรมที่ร้อยกับค้ำรมแล้ว มาร้อยเข้ากับหัวรมช่องละซี่ เมื่อครบทุกช่องแล้วดัดปลายเชือกทั้ง 2 ข้างให้ตึง ผูกเข้าด้วยกันให้แน่น แล้วจึงตัดเชือกที่ผูกออกให้เหลือปลายเชือกไว้ประมาณข้างละ 1 นิ้ว โดยการประกอบค้ำรมเข้ากับตุ้มรมนั้นสามารถทำได้ด้วยวิธีเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.31 การร้อยโครงร่มและตุ้มร่ม

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554



ภาพที่ 2.32 การผูกด้ายระหว่างโครงร่มและค้ำร่ม

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

ขั้นที่ 6 การหุ้มร่ม โดยวัสดุที่ใช้ทำหีบจะขึ้นอยู่กับวัสดุที่นำมาหุ้มร่มกล่าวคือ หากกรณีใช้ผ้าฝ้ายหุ้มร่ม จะใช้ยางตะโกซึ่งหมักไว้ประมาณ 3 เดือน แล้วนำมาผสมแป้งเปียก จากนั้นจึงทาหีบลงบนตัวร่มเพื่อให้ร่มสามารถกันน้ำได้ แต่ถ้าใช้ผ้าแพร กระดาษสา หรือผ้าไหม จะใช้กาวลาเท็กซ์ทาหีบลงบนตัวร่มแทน จากนั้นจึงทำการติดปลอกลาน โดยติดครอบระหว่างวัสดุหุ้มร่มกับหัวร่ม แล้วจึงประกอบยอดร่มเข้ากับหัวร่ม เป็นอันเสร็จสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.33 ขั้นตอนการหุ้มร่ม

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554



ภาพที่ 2.34 ภาพตอนรุ่มถูกหุ้มเสร็จ

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554



ภาพที่ 2.35 การประกอบหัวร่มเข้ากับตัวร่ม

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นที่ 7 การลงสีบนตัวร่ม ซึ่งชนิดของสีจะขึ้นอยู่กับวัสดุที่นำมาหุ้มร่ม กล่าวคือหากใช้ผ้าฝ้ายหุ้มร่ม จะใช้สีน้ำมันผสมกับน้ำมันมะมือ แต่ถ้าใช้ผ้าแพร กระดาษสา หรือผ้าไหมจะใช้สีน้ำแทน โดยเมื่อสีแห้งสนิทแล้ว ก็สามารถถลอกวาดลายได้ตามแบบที่ต้องการ



ภาพที่ 2.36 แสดงขั้นตอนการเขียนลายบนตัวร่ม

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มิถุนายน 2554

2.4 สีน้าของทีระลิก พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้บริโภค

2.4.1 สีน้าของทีระลิก

สินค้าน้าของทีระลิก หรือของทีระลิก มีความหมายจากคำที่มาประกอบกัน ซึ่ง ประกอบด้วยของ หมายถึง สิ่ง และ ทีระลิก หมายถึง ที่ทำให้นึกถึงหรือคิดถึง โดย ราชบัณฑิตยสถาน (2530 : 135, 686) ดังนั้น ของทีระลิก จึงหมายถึง สิ่งของที่ทำให้เกิดความคิดถึงหรือนึกถึง ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ของทีระลิกนั้น มิได้มีหลักฐานแน่ชัดว่าเกิดขึ้น เมื่อใด แต่น่าจะเกิดจากลักษณะนิสัย และพฤติกรรมของผู้คนที่มีการเดินทางท่องเที่ยวพบปะ สังสรรค์ รวมทั้งความต้องการที่จะย้ำเตือนความทรงจำ และการระลึกนึกถึงสิ่งที่ได้พบเห็น และได้ ไปเยี่ยมเยือน เช่น เมื่อเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ หรือการพบปะสังสรรค์กับผู้คน มักจะมีการ เก็บหรือแลกเปลี่ยนสิ่งของบางอย่างเป็นของทีระลิก ไม่ว่าสิ่งของนั้น ๆ จะมีราคาหรือไม่ก็ตาม (สุภาวดี ชาวผ้าขาว, 2548) ซึ่งเป็นของที่มีคุณค่าและความหมายแก่ผู้ที่เสาะหา ได้รับ หรือ ผลิตภัณฑ์ของทีระลิกซึ่งแต่เดิมผลิตขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการมอบให้แก่กัน และกัน หรือทำขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองในโอกาสพิเศษเพื่อการระลึกถึงเตือนใจ แต่ปัจจุบันได้มี จุดมุ่งหมายทางด้านธุรกิจ โดยผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชม ชื่นชอบ และ ต้องการซื้อหาไว้เพื่อการระลึกถึงเตือนใจ และนำไปเป็นของขวัญของฝากต่อบุคคลอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากการเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศที่มีเส้นทางคมนาคมและการขนส่งที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สะดวกรวดเร็วกว่าในอดีต อีกทั้งได้มี การเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมไทยกระจายไปตาม สื่อต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก ประเทศอย่างหลากหลาย จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างประเทศได้เดินทางไปใช้ บริการตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นไปอย่างแพร่หลาย ส่งผลต่อการผลิตสินค้าของที่ระลึกเพื่อ การจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันกระบวนการการผลิตสินค้าของที่ระลึกสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วกว่า ในอดีตมาก เมื่อ มนุษย์มีความสามารถในการคิดค้นหาวัสดุสังเคราะห์ เครื่องจักร และเทคโนโลยี การผลิตที่ทันสมัย นำมาใช้ในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในปริมาณที่มาก และใช้เวลาที่รวดเร็ว ซึ่ง จะทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง ตลอดจนการนำระบบการบริหารจัดการและการควบคุมคุณภาพการผลิตที่ได้มาตรฐาน เข้ามาช่วย จึงทำให้การผลิตสินค้าของที่ระลึกมีลักษณะเป็นงานอุตสาหกรรม ที่ สามารถตอบสนอง ต่อความต้องการผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว อรุณี บุญมีนิมิตร (2540) ได้อธิบายถึง ลักษณะของสินค้าที่ ระลึก ไว้ดังต่อไปนี้

1. เป็นสินค้าเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น เมื่อเอ่ยถึงทุกคนก็รู้จักหรือเคาได้ ถึง ที่มาของสินค้านั้น หรือเมื่อเห็นยามใดก็นึกถึงสถานที่ๆ ชื่อของนั้นมา ความเป็นเอกลักษณ์อาจเกิด จากประวัติความเป็นมาครั้งโบราณของสินค้านั้น

2. เป็นสินค้าหายาก ราคาแพง และแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นต้นกำเนิด หรือมี ชื่อเสียงในการแปรรูป การผลิต สินค้าที่ระลึกประเภทนี้มักจะได้แก่สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อ เพราะ เห็นว่าเป็น ต้น ตอการผลิต มีความแน่ใจว่าจะได้สินค้าที่เป็นของแท้ หรือมีราคาถูกกว่าที่อื่น

3. เป็นสินค้าน่าราคาถูก เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันที่ขาย ณ ภูมิภาคอื่น ของนักท่องเที่ยวหรือที่อื่น สินค้าที่นักท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยประเภทนี้ บางครั้งอาจ เป็นสิ่งของ เครื่องใช้ทั่ว ๆ ไป เช่น ภาชนะใช้ในครัว เสื้อผ้า เครื่องประดับเทียม เครื่องหนัง ฯลฯ

4. มีความดึงดูดใจจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การตกแต่งลวดลาย สีสันทัน ความประณีตในการประดิษฐ์ ความแปลกของสินค้า และหรือมีประโยชน์ใช้สอย เช่น ตุ๊กตา สมุนไพร ซึ่งใส่ภาชนะ หีบห่อที่สวยงาม การแกะสลักเสลาเครื่องประดับ การประดิษฐ์ของ

5. เป็นสินค้าที่หาซื้อง่าย สะดวก มีวางขายตามจุดต่าง ๆ อย่างเหมาะสม เช่น ตามสถานที่ๆ มีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวกันมาก แต่ทั้งนี้ไม่ควรจะก่อให้เกิดความเกะกะราคาใจแก่ นักท่องเที่ยวและ คนในท้องถิ่น และไม่กีดขวางต่อการจราจร

6. มีรูปร่าง ขนาด และน้ำหนัก ที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง โดยเฉพาะ ความเปราะบาง ชำรุดง่าย ขนาดไม่เหมาะสม เช่น ยาวเกะกะ และหรือมีน้ำหนักมากเกินไป สินค้าที่ ระลึกที่มีจุดอ่อน ดังกล่าวจะต้องหาทางแก้ไขด้วยมาตรการต่าง ๆ เช่น การบรรจุหีบห่อที่มี ประสิทธิภาพ การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ให้สามารถแยกชิ้นส่วนเพื่อนำไปประกอบใหม่ หรือการนำ ส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมากโดย ทาง เรือ ทางอากาศ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. เป็นสินค้าที่ใช้วัสดุ แรงงานในท้องถิ่นนั้น โดยเฉพาะการนำวัสดุเหลือใช้ ไร้คุณค่ามาแปรรูปเป็นสินค้าที่ระลึก ซึ่งจะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น และการใช้แรงงานเด็กและสตรี นอกเวลายานประจำมาประดิษฐ์สินค้าที่ระลึก ซึ่งช่วยให้มีการใช้แรงงานให้เกิดประโยชน์เต็มที่

8. มีการแสดงขั้นตอนการผลิตหรือให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสทดลองทำ จะสร้างความประทับใจ และเห็นคุณค่าของสินค้านั้น เช่น การทอผ้า การขัดมันคนโทน้ำดินเผา การวาดลายร่ม ฯลฯ การให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทดลองทำและเห็นขั้นตอนการผลิต จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนุกสนานประทับใจ และบางครั้งเข้าใจได้ว่าเพราะเหตุใดสินค้านั้น ๆ จึงมี ราคาแพง

9. มีฉลากบอกถึงส่วนประกอบหรือส่วนผสม ที่มาของวัตถุดิบว่าประติษฐ์ ประกอบมาจากอะไร วิธีการใช้ และการดูแลรักษา ข้อควรระวัง เช่น เอกสารใบปลิวแนะนำการใช้ และการดูแลรักษา ผ้าไหมของจิมทอมสัน ผ้าฝ้ายทอ และย้อมสีธรรมชาติของบ้านไร่ไผ่งาม เป็นต้น

การแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจุดประสงค์หลักในการนำไปเป็นของขวัญ ของฝาก ของที่ระลึกเตือนใจ โดยแบ่งเป็น ประเภท ได้ดังนี้

1. แบ่งตามวัสดุ เป็นการแบ่งโดยพิจารณาถึงวัสดุที่นำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก ซึ่งวัสดุเหล่านั้นจะต้องมีความเหมาะสมกับรูปแบบ และขบวนการผลิต วัสดุที่นิยม นำมาทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้แก่

1.1 ไม้ เช่น ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักสำหรับประดับตกแต่งของเด็กเล่น ของใช้ ในครัวเรือนที่ทำด้วยไม้ เครื่องจักสาน

1.2 โลหะ เช่น เครื่องประดับที่ทำจากเงิน ทอง ทองคำขาว ผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึก ทำด้วยทองเหลือง สแตนเลส

1.3 ดิน เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทเครื่องปั้นดินเผา มีทั้งเผาใน อุณหภูมิสูง และอุณหภูมิต่ำ โดยมีรูปแบบที่แตกต่างกันมากมาย ทั้งแบบพื้นบ้านและแบบสากล นิยม

1.4 ผ้า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ทำจากผ้า ส่วนใหญ่จะได้แก่ เครื่องแต่งกาย ต่าง ๆ เช่น เสื้อ กางเกง เนคไท ผ้าพันคอ ตลอดจนของใช้ในครัวเรือน และของสำหรับประดับ ตกแต่ง เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์และตุ๊กตาที่ทำจากผ้า

นอกจากนี้ยังมีวัสดุอีกหลายประเภทที่นำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เช่น กระดาษ พลาสติก หิน แก้ว และอัญมณี ตลอดจนวัสดุธรรมชาติในแต่ละท้องถิ่น เช่น พืช ชนิดต่าง ๆ เปลือกหอย เขาสัตว์ งาช้าง หนังสัตว์ และวัสดุเหลือใช้อีกมากมาย

2. แบ่งตามประโยชน์ใช้สอย ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหลายลักษณะที่สามารถนำไป ใช้สอยได้ กล่าวคือเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งของเครื่องใช้ที่แฝงอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดย สามารถจัดแบ่งตามประโยชน์ใช้สอยได้ดังนี้คือ

- 2.1 เครื่องแต่งกาย ส่วนใหญ่ได้แก่ เสื้อผ้า เนคไท ผ้าพันคอ
 - 2.2 เครื่องประดับ นับเป็นของที่ระลึกที่ค่อนข้างมีราคาและมีหลายลักษณะ ซึ่งอาจทำขึ้นจากเงิน ทอง อัญมณี และผลิตภัณฑ์ของเทียมต่างๆ
 - 2.3 ของใช้บนโต๊ะอาหาร ส่วนใหญ่จะได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ถ้วยชาม แก้ว ชุด กาแฟ ซ้อนส้อม โดยทำจากวัสดุหลายประเภทและมีรูปแบบที่แตกต่างกันไป
 - 2.4 ของใช้สำนักงาน ปัจจุบันมีของที่ระลึกมากมายที่เป็นของใช้สำนักงาน และบนโต๊ะอาหาร เช่น สมุดบันทึก ที่เสียบปากกา ที่ทับกระดาษ ที่เก็บซองจดหมาย
 - 2.5 ของประดับตกแต่ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีหลายขนาดและหลายลักษณะ บาง ชนิดอาจใช้ในการตั้งโชว์เพื่อความสวยงาม บางชนิดอาจนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม เช่น โคมไฟ นาฬิกาตั้งโต๊ะ ตุ๊กตาประดับ โมบายตะเกียง
 - 2.6 ของที่ระลึกประเภทอาหาร แม้ว่าอาหารและขนมจะไม่สามารถเก็บไว้ได้ นาน แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่นำมาเป็นของที่ระลึกในเทศกาลต่าง ๆ และนำมามอบให้แก่กัน โดยเฉพาะมีการออกแบบขนมอาหาร ตลอดจนหีบห่อให้มีลักษณะและสีสันสวยงาม เช่น ช็อคโกแลต ขนมเค้ก ท็อพฟี ลูกกวาด ขนมหวานของไทย เช่น ลูกชุบ อาลิว วุ้นกรอบ และอาหาร เช่น ไข่เค็ม หมูหยอง หมูแผ่น รวมทั้งประเภทอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มต่าง ๆ
3. แบ่งตามรูปแบบ เป็นการแบ่งโดยพิจารณาถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึกเป็น ประการสำคัญ ซึ่งทั้งนี้จะต้องมีความเหมาะสมกับวัสดุและวิธีการผลิตรูปแบบที่เด่นชัด ของผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก ได้แก่
- 3.1 รูปแบบเรขาคณิต เป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ยึดแนวรูปเรขาคณิตเป็นหลัก เช่น รูป เหลี่ยม กลม รี โดยมีวัสดุที่เหมาะสมกับรูปแบบเรขาคณิต ได้แก่ ไม้ โลหะ พลาสติก และ ดินเผา
 - 3.2 รูปแบบธรรมชาติ ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นลักษณะ ของการ เลียนแบบรูปทรงในธรรมชาติ และมีความเหมาะสมกับวัสดุ เช่น ช่อดอกไม้ผ้า ต้นมะพร้าว ผ้า ตุ๊กตา รูปสัตว์เซรามิก
 - 3.3 รูปแบบประเพณีนิยมเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีรูปลักษณะเป็นแบบ ไทย ประเพณีหรือไทยแบบพื้นบ้าน ซึ่งอาจทำจากวัสดุหลายชนิดผสมผสานกัน รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตุ๊กตารำไทย หัวโชน ตุ๊กตาชาวบ้านดินเผา ปลาตะเพียนสาน เครื่องประดับ ขาวเขา ชุดเบญจรงค์ เล็บมือสำหรับพ่อนเล็บ เป็นต้น
 - 3.4 รูปแบบสากลนิยม เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีลักษณะเหมือนสินค้า ำโดยทั่วไป และสามารถสนองประโยชน์ใช้สอยได้ เช่น หมวก กรอบรูป นาฬิกา เครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์เครื่อง หนัง เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่าง ๆ
 - 3.5 รูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มี รูปแบบ แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น หรือเป็นการเลียนแบบวัตถุสิ่งของที่เป็นที่รู้จัก ในท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นั้น ๆ เช่น ตุ๊กตาชาวเขา เรือกอระ ระฆังม้าลำปาง หม้อดินเผาบ้านเชียง เครื่องเคลือบศิลา ดลสัน กำแพง เป็นต้น

3.6 รูปแบบที่เกี่ยวกับสถานที่และสถาปัตยกรรม เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีรูปแบบเกี่ยวกับสถานที่แหล่งท่องเที่ยว และสถาปัตยกรรมที่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป โดยอยู่ในลักษณะต่าง ๆ เช่น กรอบรูป ปฏิทิน เหรียญที่ระลึก ประติมากรรมหินพิมาย ทัพหลังนารายณ์ บรรทมสินธุ์ พระปรางค์วัดอรุณ และเมืองเก่าสุโขทัย

3.7 รูปแบบที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อและสิ่งที่เคารพนับถือ เช่น การทำ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นรูปแบบที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น พระพุทธรูปดินเผาขนาดเล็ก เทวรูปโลหะ เครื่องเคลือบดินเผา รูปเจ้าแม่กวนอิม สัตว์ต่าง ๆ ในเทพนิยาย สัญลักษณ์หยินหยาง เป็นต้น

3.8 รูปแบบที่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเหตุการณ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่อาจผลิตขึ้นมาเพื่อการเฉลิมฉลอง เช่น รูปแบบเกี่ยวกับการประกาศสันติภาพ เรื่องราวของประเพณีลอยกระทง เรื่องราวของการทำยุทธหัตถี ตลอดจนเรื่องราวเกี่ยวกับนิทานหรือเทพนิยายต่าง ๆ

3.9 รูปแบบที่เกี่ยวข้องกับบุคคลสำคัญ เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีรูปแบบและส่วนตกแต่งที่เป็นรูปบุคคล ซึ่งอาจเป็นการทำขึ้นเพื่อบุคคลนั้นโดยเฉพาะหรือในโอกาสครบรอบต่าง ๆ เช่น แสตมป์ที่ระลึกพระฉายาลักษณ์สมเด็จพระราชชนนี ไผ่ছে้ครูปเอลวิส เพรสลีย์ ของที่ระลึก 100 ปี ศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี ศาสตราจารย์พระยาอนุมานราชธน เป็นต้น

4. แบ่งตามวัตถุประสงค์ในการผลิต เป็นการแบ่งประเภทโดยพิจารณาถึง วัตถุประสงค์ในการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ทำให้มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะและเรื่องราว ที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยสามารถแบ่งตามจุดประสงค์ได้ดังนี้คือ

4.1 การผลิตเพื่อเป็นที่ระลึกถึงหรือเฉลิมฉลองเฉพาะบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตในโอกาสพิเศษ หรือเฉลิมฉลองในพระราชพิธีต่าง ๆ เช่น การผลิตเหรียญที่ระลึกในมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบรอบ 60 พรรษา ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว แสตมป์ที่ระลึก ศาสตราจารย์ ศิลป์ พีระศรี และของที่ระลึกในงานมงคลสมรส เป็นต้น

4.2 การผลิตเพื่อเป็นที่ระลึกในโอกาสครบรอบหรือการเฉลิมฉลองของ หน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน เช่น ของที่ระลึกในโอกาสครบรอบ 50 ปี ของมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ ของที่ระลึกในการฉลอง 200 ปี กรุงเทพฯ ของที่ระลึกในโอกาส 100 ปี ของบริษัท เครื่องสำอางเอวอน (AVON) เป็นต้น

4.3 การผลิตเพื่อเป็นที่ระลึกในเหตุการณ์และเทศกาลต่าง ๆ เช่น การทำของที่ระลึกในงานสัปดาห์ข้ามแม่น้ำแคว ของที่ระลึกในงานแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ของที่ระลึกในงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ของที่ระลึกในงานวันวิทยาศาสตร์แห่งชาติ และของที่ระลึกในการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัย เป็นต้น

4.4 การผลิตของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการผลิตเพื่อผลทางด้านธุรกิจโดยเฉพาะ และจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อซื้อหาไว้เป็นของที่ระลึก ของขวัญ ของฝาก โดยมีรูปแบบที่หลากหลายตามที่พบเห็นโดยทั่วไป ซึ่งแตกต่างจากจุดประสงค์ 3 ประการแรก ที่มักจะผลิตขึ้นเพื่อการแจก การมอบให้แก่กัน ในพิธีหรือเฉลิมฉลองต่าง ๆ แต่ของที่ระลึกในประเภทนี้จะเป็นของที่ระลึกที่อยู่คู่กับแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ศูนย์ท่องเที่ยว และจังหวัดต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว

5. แบ่งตามขบวนการผลิต เป็นการจัดแบ่งโดยพิจารณาถึงขบวนการผลิต เป็นสำคัญ ซึ่งขบวนการผลิตจะต้องมีความเหมาะสมกับวัสดุที่เลือกใช้ ตลอดจนลักษณะของ รูปแบบ โดยสามารถแบ่งตามขบวนการผลิตได้เป็น 3 ประการคือ

5.1 การผลิตด้วยมือ คือ เป็นการผลิตหรือประดิษฐ์ขึ้นด้วยมือ เป็นการผลิต และสร้างสรรค์ด้วยความประณีตบรรจง ใช้ความสามารถเฉพาะตัว ตลอดจนการฝึกฝน ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นด้วยมือและใช้ความประณีตบรรจง มีความสวยงามนี้ เรียกกันว่า งานหัตถกรรม ไม่ว่าจะผลิตจากวัสดุหรือกรรมวิธีใด ๆ เช่น การจักสาน การทอผ้า การแกะสลัก การทำเครื่องเงิน ทอง การทำโลหะลงยา การทำร่ม และการเครื่องปั้นดินเผาแบบพื้นบ้าน เป็นต้น

5.2 การผลิตด้วยเครื่องจักรกล เป็นการผลิตโดยใช้เทคโนโลยี เครื่องจักรกล เป็นหลัก อาจมีการใช้แรงงานคนในบางส่วนของการผลิต แต่ขบวนการผลิตที่สำคัญนั้นเกิดขึ้นจาก

5.3 การผลิตแบบผสมผสาน เป็นการผลิตโดยใช้ฝีมือและแรงงานคนควบคู่ไป กับเครื่องจักรกล แต่ทั้งนี้บุคคลจะต้องมีส่วนในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความประณีต สวยงามเป็นด้านหลัก โดยเครื่องจักรกลเป็นเพียงหน่วยเสริมขบวนการผลิตเท่านั้น ซึ่งงานลักษณะ นี้จะให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความประณีตสวยงามด้วยฝีมือ แต่สามารถเพิ่มปริมาณการผลิตให้ได้ มากขึ้นหรือเป็นการประหยัดแรงงานคนในขั้นตอนการผลิตได้อย่างเหมาะสม ที่เรียกว่า หัตถอุตสาหกรรม ซึ่งผลิตภัณฑ์ในลักษณะนี้ได้แก่ การทำเครื่องปั้นดินเผา การเป่าเครื่องแก้ว การหล่อเหรียญโลหะ เป็นต้น

สินค้าของที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่แต่เดิมจัดทำขึ้นเพื่อการมอบให้แก่กันและกัน แต่ปัจจุบันได้ผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบที่ต้องการซื้อหาไว้เพื่อเป็นที่ ระลึกเตือนใจ และนำไปเป็นของฝากของขวัญให้กับผู้อื่น จึงมีลักษณะหลากหลายประเภท จำแนก ได้ ดังนี้

- 1) แบ่งตามวัสดุ เช่น ไม้ โลหะ ดิน ผ้า
- 2) แบ่งตามประโยชน์ใช้สอย เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ของใช้บนโต๊ะ ของใช้สำนักงาน ของประดับตกแต่ง อาหารและขนม
- 3) แบ่งตามรูปแบบ เช่น รูปแบบเรขาคณิต รูปแบบธรรมชาติ รูปแบบประเพณี นิยมรูปแบบสากลนิยม ฯลฯ
- 4) แบ่งตามวัตถุประสงค์หลักในการผลิต เช่น เพื่อเป็นที่ระลึกในเหตุการณ์และเทศกาลต่าง ๆ โอกาสครบรอบ หรือเฉลิมฉลองหน่วยงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5) แบ่งตามขบวนการผลิต เช่น การผลิตด้วยมือ การผลิตด้วยเครื่องจักรกล การผลิตแบบผสมผสาน

2.4.2 พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้บริโภค

คำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” ได้มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับคำนี้ไว้อย่าง หลากหลายดังนี้ ชิฟฟ์แมนและคานุก Schiffman and Kanuk (1994 : 7) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหาความต้องการเกี่ยวข้องกับการซื้ออตุลย์ จากตรงคกุล และ คณะ (2544 : 6) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ว่า เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลกระทำ เมื่อได้รับบริโภคหรือสินค้าบริการ รวมไปถึงการจัด สินค้าหรือบริการหลังการบริโภคด้วย

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (American marketing association = AMA) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำซึ่งผลต่อกันและกันตลอดเวลาของ ความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรมและเหตุการณ์ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ได้กระทำขึ้น ในเรื่องของ การเปลี่ยนแปลงสำหรับการดำเนินชีวิตมนุษย์ (Peter and Olsen (1990 : 5)

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิภิกิริยาของบุคคลเกี่ยวข้องโดยตรงกับ การได้รับ และการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการของการตัดสินใจ ซึ่งเกิด ก่อนและเป็น ตัวการกำหนดปฏิภิกิริยาต่าง ๆ พฤติกรรมจึงเกี่ยวข้องกับการศึกษาว่าบุคคลบริโภคอะไร ที่ไหน อย่างไร และภายใต้สถานการณ์อย่างไร ที่มีผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการมา

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ฮาร์โรลด์ เจ เลวิทท์ (Harold J. Leavitt) ได้กล่าวว่า “ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรม อย่างใด อย่างหนึ่งออกมา จะต้องมีส่วนเหตุที่ทำให้เกิด พฤติกรรมนั้น ๆ เสมอ ซึ่งสาเหตุดังกล่าวจะ เป็นสิ่ง กระตุ้นทำให้มนุษย์เกิดความต้องการ และจากความต้องการดังกล่าว จะส่งผลให้เกิด แรงจูงใจ เพื่อ แสดงพฤติกรรมออกมา” จากทฤษฎีข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค จะมีลักษณะ ดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีส่วนเหตุที่ทำให้เกิดความต้องการขึ้น
2. พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีสิ่งจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ
3. พฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้น ย่อมมีเป้าหมายในเรื่องของการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ฟิลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler) บิดาแห่งวงการด้านการตลาด ซึ่ง ทิวา พงษ์ธนไพบูลย์ และ คณะ (2554 : 17) ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น มาสร้างเป็นตัวแบบพฤติกรรม ผู้บริโภคขึ้น โดยกล่าวว่า “ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมเพราะมีสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ทำให้เกิด ความต้องการ โดย จะถูกบ่อนเข้าสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ โดย

1. **สิ่งกระตุ้น** หมายถึง สิ่งเร้าที่จะทำให้เกิดความต้องการ หรือเกิดความรู้สึกนึกคิด อย่างไม่โดย่างหนึ่ง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1.1 **สิ่งกระตุ้นภายใน** หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการภายใน ร่างกายของผู้บริโภค หรือเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นตามสัญชาตญาณ เช่น ความหิว ความเจ็บป่วย ความกลัว เป็นต้น

1.2 **สิ่งกระตุ้นภายนอก** หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่มีได้เกิดขึ้น เองจากความต้องการภายในร่างกาย แต่เป็นสิ่งที่นักการตลาดสร้างให้เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ โดยใช้สิ่งจูงใจ ทางด้านเหตุผลและอารมณ์

2. **ความรู้สึกนึกคิดหรือกล่องดำ** เป็นความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่ได้ รับสิ่งกระตุ้น ซึ่งผู้ผลิตหรือจำหน่ายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิด ดังกล่าว เพื่อจะได้ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วย

2.1 ลักษณะของผู้บริโภค ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล วัฒนธรรม สังคม และ จิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือการรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การ ค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

3. **การตอบสนอง** คือ การแสดงออกของผู้บริโภค โดยผ่านการตัดสินใจใน ประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ 1) การเลือกผลิตภัณฑ์ 2) การเลือกตราสินค้า 3) การเลือกผู้ขาย 4) การเลือก เวลาในการซื้อ และ 5) การเลือกปริมาณการซื้อ

วิลเลียม เจ สแตนตัน ได้คิดค้นตัวแบบเพื่ออธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคว่าพฤติกรรม ผู้บริโภค จะเกิดขึ้นเนื่องจากมีพลังกระตุ้น 4 ประการ ซึ่ง ทิวา พงษ์ธนไพบุลย์ และคณะ (2554 : 16) ได้นำมา เรียบเรียง คือ

1. สังคมและกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ประกอบด้วย วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย ชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว เป็นต้น

2. สภาพทางจิตวิทยา ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทักษะคิด ความเชื่อที่ยึดมั่น เป็นต้น

3. ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลทางด้าน ราคา ข้อมูล ทางด้านการจัดจำหน่าย ข้อมูลของบริษัทผู้ผลิต เช่น ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ฐานะการเงิน เป็นต้น ซึ่ง ข้อมูลเหล่านี้ผู้บริโภคสามารถรับทราบได้โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรืออาจผ่านสื่อทางด้านตัวบุคคล เช่น พนักงานขาย เพื่อน เป็นต้น

4. สภาพการณ์ต่าง ๆ ย่อมมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคเสมอ เช่น เวลา สถานที่ โอกาส เงื่อนไขในการซื้อ เป็นต้น

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหา หรือวิจัย เกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและ พฤติกรรม

การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่าง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีมนุษย์ทุกคนปรารถนา ความพึงพอใจของมนุษย์ แต่ละคนที่มีต่อสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่ง ย่อมมีความเข้มข้นแตกต่างกันไปตามทัศนคติ ค่านิยม ระดับ การศึกษาของผู้ นั้น ตลอดจนสภาพการณ์หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ในขณะที่มีการปะทะสังสรรค์ กันเป็นองค์ประกอบ อยู่ด้วย (สุภาวดี ชาวผ้าขาว, 2548) กล่าวกันว่า ความพึงพอใจอาจเกิดขึ้นได้ จากการที่ได้รับสิ่งที่ตน ปรารถนาหรืออยากได้ ความพึงพอใจจึงเป็นทั้งพฤติกรรม และกระบวนการ ในการลดความตึงเครียด ความสำคัญของทฤษฎีความพึงพอใจอยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่างความ พึงพอใจของสินค้า และคุณภาพ ของ สินค้ารวมไปถึงคุณภาพของการให้บริการ

ความพึงพอใจเป็นเรื่องที่มีการศึกษากันมาก ซึ่งทฤษฎีของความพึงพอใจ สามารถวิเคราะห์ และทำความเข้าใจได้ในหลายแง่มุม

1. ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์สเบิร์ก (Herzberg' Theory of Motivation) ได้ ทำการศึกษา ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในงานที่ทำ มาจากปัจจัยที่แตกต่างกัน คือ มีปัจจัย ประเภทหนึ่ง ทำให้เกิดความพอใจในงานที่ทำ เรียกว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivator) และมีปัจจัยอีก ประเภทหนึ่งที่ทำให้เกิดความไม่พอใจในงานที่ทำ เรียกว่า ปัจจัยอนามัย (Hygiene) และ ทฤษฎี ดังกล่าวนี้นำไปใช้ 2 กรณี คือ

1.1 ผู้ผลิตหรือผู้ขายจะต้องหลีกเลี่ยงความไม่พึงพอใจของลูกค้า เช่น บริการ 'ไม่ดี' ซึ่งก็ไม่ทำให้ขายสินค้าได้

1.2 ผู้ผลิตหรือผู้ขายจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างที่สำคัญ เพื่อสร้างความ พึงพอใจให้ลูกค้า ปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวทำให้เกิดความแตกต่างที่สำคัญกับของคู่แข่ง ในเวลาที่ ลูกค้าทำการซื้อ

2. ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ซึ่ง พิระพงษ์ เจียรตระกูล (2538 : 11) ได้ นำแนวคิดทฤษฎีนี้มาจากหลาย บุคคล ซึ่งนำโดย Vroom Lawler and Portor ได้อธิบายว่า ความ พึงพอใจในแง่ที่ว่า บุคคลจะเกิด ความพึงพอใจได้ ก็ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่างานนั้น ๆ จะนำ ผลตอบแทนมาให้ ซึ่งบุคคลได้มีการ ตัดสินใจไว้ล่วงหน้าแล้วว่า คุณค่าของสิ่งที่ได้รับ อาทิ รายได้ การ ส่งเสริมให้ก้าวหน้า สภาพการ ทำงานที่ดีขึ้น บุคคลจึงเลือกเอางานที่นำผลลัพธ์เหล่านั้นมาให้ และใน ขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมิน เปรียบเทียบผลลัพธ์ต่าง ๆ บุคคลจะรู้สึกถึงความพึงพอใจที่เกิดขึ้น

ทฤษฎีความคาดหวังจะอยู่บนพื้นฐานของสมมติฐาน 4 ข้อ เกี่ยวกับสาเหตุของ พฤติกรรมใน องค์การ คือ

1. พฤติกรรมจะถูกกำหนดโดยแรงกดดันภายในบุคคลและสภาพแวดล้อม คนจะมี ความ ต้องการและความคาดหวังไม่เหมือนกัน จะมีอิทธิพลต่อการตอบสนองของพวกเขาต่อสภาพ แวดล้อม ของงาน สภาพแวดล้อมของงานที่ไม่เหมือนกันจะทำให้คนมีพฤติกรรมแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของพวกเขาภายในองค์กร การตัดสินใจเหล่านั้นอาจเป็นเรื่องของพฤติกรรมในฐานะที่เป็นสมาชิกในการทำงาน การอยู่ภายใน สถานที่ทำงาน หรือพฤติกรรมของการใช้กำลังพยายามจะทำงานหนักมากขึ้นแค่นั้น

3. บุคคลจะมีความต้องการและเป้าหมายไม่เหมือนกัน บุคคลต่าง ๆ จะมีความพอใจกับผลลัพธ์ที่ไม่เหมือนกัน การทำความเข้าใจ ความต้องการของพวกเขาจะนำไปสู่ความเข้าใจ เกี่ยวกับการจูงใจและให้ผลตอบแทนพวกเขาอย่างไรถึงจะดีที่สุด

4. บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เป็นทางเลือก โดยอยู่บนพื้นฐาน ของความคาดหวังของพวกเขาว่า พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการมาก น้อยแค่ไหน คนมีแนวโน้มจะมีพฤติกรรมในแนวทางที่พวกเขาเชื่อว่าจะได้รับผลตอบแทน และ หลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่พวกเขา มองเห็นว่า จะก่อให้เกิดผลที่ติดลบที่ไม่ต้องการ

แนวคิดทฤษฎีนี้อยู่ที่ผลได้ความปรารถนาที่รุนแรง และความคาดหวัง ทฤษฎี ความคาดหวังจะคาดคะเนว่า โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนจะแสดงพฤติกรรมก็ต่อเมื่อเขา มองเห็น โอกาสความน่าจะเป็นไปได้ ค่อนข้างเด่นชัดว่าหากมีความพยายามก็จะนำไปสู่ผลงานที่สูงขึ้น และ ยังมองเห็นโอกาสความน่าจะเป็นไปได้ค่อนข้างสูงอีกว่า ผลงานที่สูงขึ้นจะนำไปสู่ผลได้ที่เขา ปรารถนา ซึ่งหมายถึงว่า ความคาดหวังนี้เกิดก่อนการกระทำ จึงสามารถเป็นเหตุของการกระทำ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดัน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความต้องการ และอีกส่วนหนึ่งเกิด จากความคาดหวังที่ได้รับสิ่งจูงใจ ผลตอบแทนหรือผลลัพธ์จะมีความสำคัญ และจะเป็นตัวทำให้

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ นำมาเสนอเพื่อสร้างแนวคิดต่อแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังนี้

กิติชัย ระมิงค์วงศ์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง “การออกแบบโคมประทีปล้านนาสำหรับตกแต่งสถาปัตยกรรมแบบล้านนา” มีสาระสำคัญเกี่ยวกับ การนำศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านล้านนา มาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างรูปแบบโคมประทีป ผลการวิจัยพบว่า โคม ประทีปมีการออกแบบเป็น 3 ชุด ได้แก่ 1) โคมตกแต่งสนาม ออกแบบโดยใช้รูปทรงของขันแก้วทั้งสามเป็นรูปสี่เหลี่ยมย่อมุม ตกแต่งด้วยลายทำยนต์ และสัตว์หิมพานต์ สื่อความหมายถึงการอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างกลมกลืน 2) โคมตกแต่งระเบียง ออกแบบโดยใช้รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสลดหลาดย เป็นลายทำยนต์ และลวดลาย 12 ราศี สื่อความหมายถึงความเป็นสิริมงคล และความร่มเย็นเป็นสุขของผู้อยู่อาศัย 3) โคมไฟตกแต่งห้องรับแขก ออกแบบโดยใช้รูปทรงสามเหลี่ยมลดหลาดยลวดลายทำยนต์ และตกแต่งด้วยภาพลายจิตรกรรมฝาผนังเรื่องราววิถีชีวิตผู้คนล้านนา สื่อความหมายถึง การต้อนรับผู้มาเยือนด้วยน้ำใจจริง งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าเป็นการออกแบบโดยมีที่มาจากความเชื่อในเรื่องของความเป็นสิริมงคล ซึ่งเป็นนามธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรณุช สมภักดี และคณะ (2544 : บทคัดย่อ) ที่วิจัยเรื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมล้านนาเชิงอนุรักษ์” มีสาระสำคัญเกี่ยวกับ การวิเคราะห์รูปแบบ ลวดลาย และกระบวนการผลิตของงานหัตถกรรมประเภทเครื่องเงินที่ประดิษฐ์โดยช่างชาวล้านนา ผลการวิจัยพบว่าเครื่องเงินมีมูลเหตุสำคัญมาจากการได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ความเชื่อในพุทธศาสนา โชคกลาง และความประทับใจในธรรมชาติ รูปแบบที่นิยมทำได้แก่ สลุง ชั้นพาน กำไล สร้อย และเข็มขัด ส่วนลวดลายก็แก่ ลวดลายนักษัตร เทพพนม ดอกบัว ใบมะขาม ดอกหมาย และลายข้าวโพด ส่วนกระบวนการผลิตนั้น ส่วนใหญ่เป็นแบบดั้งเดิมที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ และยิ่งสอดคล้องกับการออกแบบเครื่องประดับของ อรพิน พานทอง (2547 : บทคัดย่อ) ที่วิจัยเรื่อง “การประยุกต์ใช้ความเป็นไทยในการออกแบบเครื่องประดับ” มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องประดับโดยใช้ความเป็นไทยที่มาจากข้อมูลด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ จิตกรรม ประติมากรรม ศิลปวัฒนธรรม และหัตถกรรม ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะความเป็นไทย 6 ลักษณะที่สอดคล้องกับข้อมูลข้างต้น ที่จะนำไปประยุกต์ออกแบบเครื่องประดับ ได้แก่ 1) ความสมดุลย์แบบสมมาตร สืบถึงการละกิเลส 2) การจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบ สืบถึงความเคารพในระบบอาวุโส 3) การใช้ขนาดและสัดส่วน สืบถึงความสง่างามเรียบง่าย อิสระ 4) ความประณีต สืบถึงฝีมือของช่าง 5) การใช้สีที่หลากหลาย สืบถึงความสามารถในการใช้สี และการอยู่ในเขตร้อน 6) ความเป็นประเพณีนิยมสืบถึงการยึดมั่นในประเพณีนิยมของคนไทย

นอกจากนี้ แก่นจันทร์ มะลิชิ (2546 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทใหญ่ บ้านใหม่หมอกจาม อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่” มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชนเผ่าไทใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้ได้หลายโอกาส และควรรักษารูปแบบ ลวดลาย ความเป็นเอกลักษณ์ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด คือ โคมไฟ และกล่องใส่นามบัตร งานวิจัยเรื่องนี้แสดงให้เห็นถึงข้อควรคำนึงในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่นที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

สำหรับ ระพีพรรณ ทองหล่อและคณะ (2536 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง “ลักษณะการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์และความต้องการการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย” มีสาระสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินและความต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึกใช้เองมากกว่าเป็นของฝาก ส่วนผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวไม่นิยมเลือกซื้อ คือเฟอร์นิเจอร์และไม้แกะสลัก เนื่องจากมีขนาดใหญ่ ไม่สะดวกต่อการขนส่ง งานวิจัยเรื่องนี้แสดงให้เห็นถึงความต้องการของผู้บริโภค ในการใช้ผลิตภัณฑ์ ที่มีขนาดเล็ก มากกว่าผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่

นอกจากนี้งานวิจัยของ วนิตา แก้วเนตร (2545 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่” มีสาระสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทหัตถกรรมพื้นบ้าน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นเอกลักษณ์พื้นบ้านของทางภาคเหนือมากกว่าราคาสินค้า และเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมไปใช้ส่วนตัวมากกว่าเป็นของฝาก งานวิจัยเรื่องนี้แสดงให้เห็นพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เนื่องจากเอกลักษณ์เป็นสิ่งที่ปรากฏบนตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด และสร้างจุดสนใจให้กับผู้บริโภคได้ง่ายมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพรรณ ปัญญาคม (2545 : บทคัดย่อ) ที่วิจัยเรื่อง “ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีสาระสำคัญเกี่ยวกับ ความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจ และเลือกซื้อใ้ค่าไ้มากกว่าเครื่องเงินชนิดอื่น ส่วนการซื้อนั้น ส่วนใหญ่ซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท และนิยมซื้อไปใช้เอง ด้านความพึงพอใจนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

นอกจากนี้ จรารวรรณ ฉายสุวรรณ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเชิงรุกเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการใช้เครื่องประดับอัญมณีไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีในประเทศไทยส่วนมากจะเป็นปัญหาในระดับปานกลาง ซึ่งปัญหาที่พบ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้าที่ซื้อเป็นของปลอม ราคาแพง และราคาไม่มาตรฐาน สำหรับอุปสรรค พบว่า มีอุปสรรคจากการที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขาดความตั้งใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีไทย ก่อน เดินทางเข้ามาประเทศไทย เนื่องจากขาดความรู้หรือทัศนคติในทางลบเกี่ยวกับเครื่องประดับอัญมณีไทย ต่อมาคืออุปสรรคจากการที่นักท่องเที่ยวไม่ได้ไปชมแหล่งผลิตหรือจำหน่ายเครื่องประดับ อัญมณีไทย เนื่องจากการที่ไม่มีการบรรจุการเข้าชมแหล่งขายในโปรแกรมทัวร์และการไม่รู้จัก แหล่งขายอัญมณีไทย และอุปสรรคที่ทำให้นักท่องเที่ยวไปชมเครื่องประดับอัญมณีไทยแล้วไม่ซื้อ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลัวว่าจะเป็นของปลอม ราคาไม่มาตรฐาน และไม่ไว้วางใจร้าน

ในด้านข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้เครื่องประดับอัญมณีและ เครื่องประดับ ผลการวิจัยพบว่า เครื่องประดับทั้ง 3 ชนิด ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเพชรพลอยและเครื่องประดับเงิน ได้รับความนิยมในการซื้อจากนักท่องเที่ยวในอัตรา ใกล้เคียงกัน นักท่องเที่ยวจะนิยมซื้อเพียงครั้งละ 1 ชิ้น โดยจะนิยมซื้อแหวนมากที่สุด แต่พบว่าใน บางรายจะมีการซื้อแหวนร่วมกับเครื่องประดับอื่น ๆ ร่วมกันเป็นชุด นักท่องเที่ยวนิยมซื้อ เครื่องประดับอัญมณีจากโรงงานและร้านค้าขนาดใหญ่มากที่สุด การพบแหล่งขายจะเป็นการพบ เองโดยบังเอิญมากที่สุด รองลงมาได้แก่ โกตแนะนำและพบว่านักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการซื้อ อัญมณีต่อคนไม่สูงมากนัก นักท่องเที่ยวส่วนมากจะซื้ออัญมณีเพื่อใช้เองและทำการตัดสินใจซื้อ ด้วยตนเอง

สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2533 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ลงทุนของธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเสนอต่อ ททท. โดยศึกษา สภาพทั่วไปจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ 4 ภาค และศึกษาสภาพรูปแบบและลักษณะของธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่องเที่ยวในปัจจุบัน ได้แก่ ธุรกิจประเภทที่พักแรมธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร นักท่องเที่ยวที่เลือกซื้อของที่ระลึกในอำเภอเมืองและสินค้าแพงก่อสร้าง ถึงร้อยละ 68.42 และร้อยละ 60.21 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมที่จะซื้อของที่ระลึกร้อยละ 20.30 ซึ่งน้อยกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศร้อยละ 10.71 ถ้าพิจารณาจากการซื้อสินค้าของที่ระลึก นิยมซื้อจากร้านค้า รองลงมาคือที่ตั้งแผงลอย ประมาณร้อยละ 16.42 ส่วนความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อสินค้าของที่ระลึกค่อนข้างมีมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย โดยส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางและระดับสูง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยเพื่อการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ค้นคว้า และรวบรวมเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับร่วมก่อสร้าง ตลอดจนได้ศึกษาแนวทางการออกแบบร่วม ชนิดต่างๆ รวมถึงส่วนประกอบ วิธีการผลิต และการจัดจำหน่าย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการสรุปก่อนทำการออกแบบ ให้มีประสิทธิภาพในด้านการใช้งานและด้านการตลาดตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มผู้ผลิตร่วมของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมก่อสร้าง และนักท่องเที่ยว โดยให้มีรูปลักษณะที่แสดงถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมก่อสร้าง และมีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ เป็น 7 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลทางศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงข้อมูลของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมก่อสร้าง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ผลิตร่วมของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมก่อสร้าง และ นักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมก่อสร้าง ด้วยแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด เพื่อคัดเลือกชนิดของผลิตภัณฑ์ร่วมของฝากที่จะนำมาออกแบบ พร้อมนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้แนวทางจากการศึกษาค้นคว้า และแบบสอบถามแนวทางการออกแบบในขั้นตอนที่ 1 โดยวิธีทำแบบร่าง (Sketch Design) ด้วยมือ

ขั้นตอนที่ 3 สอบถามความพึงพอใจและความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยมีลักษณะคำถามแบบเรียงลำดับ เพื่อคัดเลือกให้เหลือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ร่วม 3 รูปแบบ รูปแบบละ 1 ดีไซน์ พร้อมใช้คำถามแบบเปิด เพื่อนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 5 ผลิตแบบจำลอง ผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนที่ 6 ประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้วจากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยวโดยแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า ด้วยคำถามเรียงลำดับ ประกอบแบบจำลอง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 7 สรุปและอภิปรายผล

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยออกเป็น 7 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย
7. สรุปขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งข้อมูลในการวิจัย เรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

3.1.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยทำการศึกษาจากตำรา เอกสาร งานวิจัย และบทความด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่ในเบื้องต้น ก่อนหาข้อมูลเพิ่มเติมที่เจาะจงยิ่งขึ้น ด้วยการใช้แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตร่มของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง จำนวน 10 ท่าน ได้แก่

1. คุณถวิล บัวจัน ประธานบริหารศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง
2. คุณกัญณิกา บัวจัน กรรมการผู้จัดการศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง
3. คุณผกาพันธ์ พิณโนเอก ผู้จัดการฝ่ายขายศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง
4. คุณสมมิตร บัวจัน ผู้จัดการฝ่ายคลังสินค้าศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง
5. คุณทรงยศ บัวจัน ผู้จัดการฝ่ายผลิตศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง
6. คุณเกียรติพงษ์ พิพัฒน์จรียา ผู้จัดการฝ่ายบัญชีการเงินศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง
7. คุณเชียรชัย กวางแหวน ผู้จัดการฝ่ายบรรจุหีบห่อศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง
8. คุณกรรณิกา พรหมเทศ ผู้ผลิตส่วนประกอบร่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. คุณเอกพันธ์ นันทากาศ ผู้ผลิตส่วนประกอบร่วม

10. คุณเกียรติภูมิ เจริญด้วยฤทธิ์ ผู้ผลิตส่วนประกอบร่วม

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้างจำนวน 50 ท่าน

3.1.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่

ผู้วิจัยขอคำปรึกษา และคำแนะนำโดยใช้แบบสอบถาม จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่านดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัครเดช อยู่ผาสุข ข้าราชการบำนาญ อดีตเป็นอาจารย์ผู้สอนสาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตภาคพายัพ เชียงใหม่
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีระชัย สุขสด รองคณบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา อาจารย์ผู้สอนสาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เขตพื้นที่ภาคพายัพ เชียงใหม่
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพิทย์ สมภักดิ์ รองผู้อำนวยการ สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน อาจารย์ผู้สอนสาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เขตพื้นที่ภาคพายัพ เชียงใหม่

3.1.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้ออกแบบขึ้นมาใหม่

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทำแบบสอบถาม จากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง จำนวน 80 ท่าน โดเมนการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดเครื่องมือในการวิจัย เรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งขั้นตอนตามการวิจัยดังนี้

3.2.1 แบบสอบถามเพื่อหารูปแบบ และแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากตำรา เอกสาร งานวิจัย และบทความด้านศิลปะวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ ของจังหวัดเชียงใหม่ในเบื้องต้นแล้ว จึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำการหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น โดยการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 2 กลุ่ม จำนวน 60 ท่าน เพื่อคัดเลือกชนิดและขนาดของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง พร้อมนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง 3 รูปแบบ และรูปแบบละ 1 ดีไซน์

3.2.2 แบบสอบถามการเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจ โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบภาพสเก็ต (Sketch Design) พร้อมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์จำนวน 3 ท่าน เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้างที่จะนำมาออกแบบ 3 รูปแบบ ให้เหลือรูปแบบละ 1 ดีไซน์

3.2.3 แบบสอบถามเพื่อการประเมินความพึงพอใจ ของผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว ที่มีส่วนต่อผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้ออกแบบขึ้นมาใหม่

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบแบบจำลอง (Model) โดยทำการสอบถามจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมก่อสร้าง และใช้แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น แบบตรวจสอบ (Check List) ในขั้นตอนแรก แล้วจึงทำการสอบถาม ด้วยการ ใช้แบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ในด้านการใช้งาน และ ช่วยส่งเสริมความเป็น ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยใช้วิธีปรับปรุงจากเครื่องมือของผู้วิจัยอื่น ที่วัดตัวแปรคล้ายคลึงกัน โดยได้ทำการกำหนดเครื่องมือในการวิจัยตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

3.3.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ใช้แบบสอบถามด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิดจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 2 กลุ่ม จำนวน 60 ท่าน

3.3.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบภาพสเก็ต (Sketch Design) พร้อมข้อเสนอแนะ จากผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน

3.3.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมา ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรียงลำดับ ประกอบแบบจำลอง (Model) จากกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ของศูนย์
อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์
อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง จำนวน 80 ท่าน

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ด้วยวิธี “ความเที่ยง หรือ
ความตรง (Validity)” โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ทำการพิจารณาเพื่อลงความเห็น และให้
คะแนนแต่ละคำถามในแบบสอบถามทั้ง 3 ชุด ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่านนั้น ได้แก่

- 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตระกูลพันธ์ พัทธเมธา

หัวหน้าสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

- 2) อาจารย์ ดร.อรนุช สมภักดี

อาจารย์ประจำสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

- 3) อาจารย์ ดร.ภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์

อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีเซรามิก คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

การให้คะแนนคำถามของผู้ทรงคุณวุฒิเป็นดังต่อไปนี้

1 หมายถึง คำถามนั้นใช้เป็นตัวแทนการวิเคราะห์ได้ตามวัตถุประสงค์ได้ดี

0 หมายถึง คำถามนั้นใช้เป็นตัวแทนการวิเคราะห์ได้ตามวัตถุประสงค์ได้อย่างไม่

แน่ใจ

-1 หมายถึง คำถามนั้นใช้เป็นตัวแทนการวิเคราะห์ที่ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผู้วิจัยกำหนดให้แบบสอบถามในแต่ละข้อในแบบสอบถามต้องได้คะแนนตั้งแต่ 2 ขึ้นไป (2
ใน 3) จึงจะถือว่าคำถามนั้นสามารถใช้เป็นตัวแทนในการวิเคราะห์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้วิจัยได้
นำผลคะแนนดังกล่าวมาทบทวน หากมีข้อคำถามใดที่ยังบกพร่อง หรือไม่ผ่านเกณฑ์ ผู้วิจัยได้
ดำเนินการแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำเสนอให้อาจารย์ผู้ควบคุมโครงการตรวจสอบ
และปรับปรุงแก้ไขอีกขั้นหนึ่ง แล้วจึงนำไปใช้เก็บข้อมูลต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.4.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล และความคิดเห็น จากงานบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูล และความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 2 กลุ่ม ซึ่งได้แก่ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมบ่อสร้าง จำนวน 10 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมบ่อสร้าง จำนวน 50 ท่าน โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบเปิด เพื่อคัดเลือกชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จำนวน 1 ชนิด พร้อมหาแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง

3.4.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล และคำแนะนำ จากงานบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำ จากผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบภาพสเก็ต (Sketch Design) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและคัดเลือกให้เหลือผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง 3 รูปแบบ รูปแบบละ 1 ดีไซน์

3.4.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล จากงานบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูลจาก ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมบ่อสร้าง จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมบ่อสร้าง จำนวน 80 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบแบบจำลอง (Scale Model) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบสถิติ และแปลผลข้อมูล ตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้าข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง เชียงใหม่

ผู้วิจัยนำผลของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น ด้วยคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ แล้วจึงนำมาแปลผลโดยการ ดังนี้

3.5.2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง เชียงใหม่

ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน มาประเมินผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง เชียงใหม่ โดยใช้สูตรคำนวณ เป็นค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ (\bar{x}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (sd) และแปลผลด้วยการบรรยาย โดยกำหนดระดับความพึงพอใจในการให้คะแนน ดังนี้

5 หมายถึง	หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
4 หมายถึง	หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
3 หมายถึง	หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
2 หมายถึง	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
1 หมายถึง	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ความพึงพอใจภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ดังนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.5.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง เชียงใหม่

ผู้วิจัยนำผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิตร่วมของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมบ่อสร้าง จำนวน 20 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่วมบ่อสร้าง จำนวน 80 ท่าน ที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง เชียงใหม่ มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สูตรคำนวณ เป็นค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ (\bar{x}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (sd) แล้วจึงนำมาแปลผลโดยการบรรยาย โดยกำหนดระดับความพึงพอใจในการให้คะแนน ดังนี้

5 หมายถึง	หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
4 หมายถึง	หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
3 หมายถึง	หมายถึง มีความพึงพอใจในปานกลาง
2 หมายถึง	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
1 หมายถึง	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ความพึงพอใจต้นแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	หมายถึง มีความพึงพอใจในปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัย เรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

3.6.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

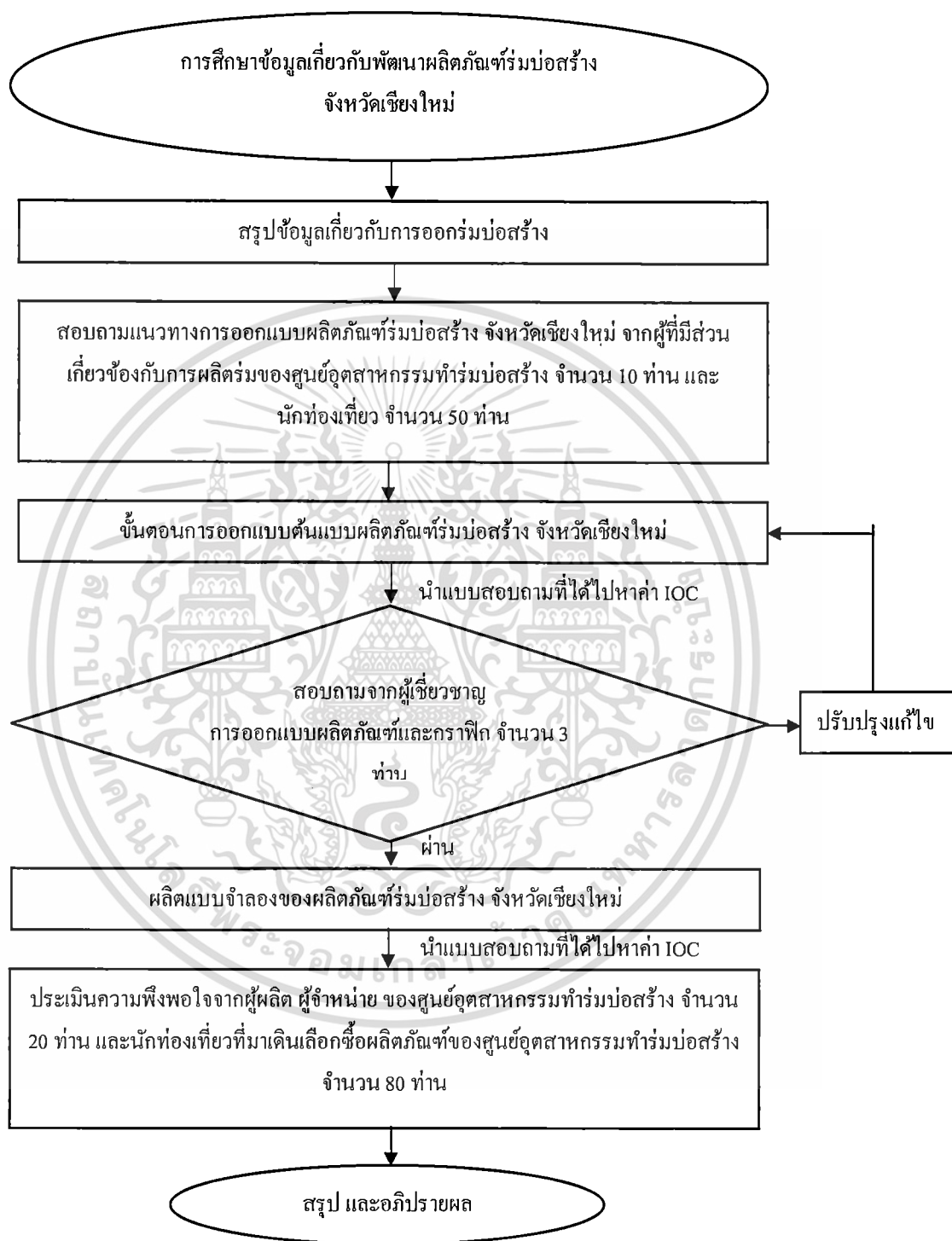
3.6.2 ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean)

3.6.3 ระดับช่วงชั้นคะแนน เพื่อการแปลความหมาย

4.50 - 5.00	หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	หมายถึง มีความพึงพอใจในปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.7 สรุปขั้นตอน และวิธีการดำเนินงานวิจัย



ภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการศึกษา และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่” ข้อมูลที่รวบรวมโดยใช้แบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยเสนอผลการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายเปิด โดยวิเคราะห์ข้อมูลเป็นความเรียง และคำร้อยละ พบว่าผู้ผลิตและจำหน่ายทั้งเพศชายและเพศหญิงมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยอายุในช่วง 25-60 ปี ซึ่งแต่ละท่านมีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการผลิตหรือจำหน่ายร่ม ไม่น้อยกว่า 10-30ปี ทั้งหมดมีที่อยู่ อยู่ใน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ แต่ละท่าน มีหน้าที่ในการผลิตขึ้นส่วนร่มและจำหน่ายแตกต่างกันออกไป

4.1.2 การวิเคราะห์ความต้องการในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมบ่อสร้าง

ตารางที่ 4.1 ค่าร้อยละของผลิตภัณฑ์นมบ่อสร้างที่จำหน่ายได้มากที่สุด

ชนิดของนม	จำนวน	ร้อยละ
นมผ้าแพรร	4	40
นมผ้าฝ้ายลงน้ำมัน	3	30
นมกระดาศา	2	20
นมกระดาศาน้ำมันลายเงิน	1	10
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผลิตภัณฑ์นมบ่อสร้างที่มียอดขายมากที่สุด คือ นมผ้าแพรร คิดเป็นร้อยละ 40 นมผ้าฝ้ายลงน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 30 นมกระดาศา คิดเป็นร้อยละ 20 และนมกระดาศาน้ำมันลายเงิน คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4.2 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์นมบ่อสร้าง

กลุ่มลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวทั่วไป	8	80
ร้านค้าปลีก	2	20
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผลิตภัณฑ์นมบ่อสร้างจำหน่ายให้กับ นักท่องเที่ยวทั่วไปมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 80 และร้านค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 4.3 ค่าร้อยละของเหตุผลสำคัญหรือวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ซื้อ ตัดสินใจซื้อ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นของตกแต่ง	1	10
เป็นที่ระลึก	1	10
เป็นของใช้	2	20
เป็นทั้ง ของตกแต่ง ของที่ระลึกและของใช้	6	60
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า เหตุผลสำคัญหรือวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ซื้อ ตัดสินใจซื้อ คือ เป็นทั้งของตกแต่ง ของที่ระลึกและของใช้ คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือเป็นของใช้ร้อยละ 20 น้อยที่สุดคือเป็นของตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 10 และเป็นของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4.4 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง ควรมีลักษณะสำคัญอย่างไร

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
มีลวดลายเฉพาะถิ่น	3	30
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	1	10
ประณีต เรียบร้อย	0	0
ทนต่อการใช้งาน	1	10
มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3	30
แสดงภูมิปัญญาท้องถิ่น	1	10
เน้นใช้วัสดุธรรมชาติ	1	10
สีสันทสวยงาม	0	0
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างควรมีลักษณะ คือ มีลวดลายเฉพาะถิ่น คิดเป็นร้อยละ 30 และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 10 ทนต่อการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 10 แสดงภูมิปัญญาท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 10 และเน้นใช้วัสดุธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4.5 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า ร่มบ่อสร้างขนาดใด จำหน่ายได้มากที่สุด

ขนาดร่ม	จำนวน	ร้อยละ
ร่มขนาดเล็ก 10-20 นิ้ว	2	20
ร่มขนาดกลาง 21-60 นิ้ว	5	50
ร่มขนาดใหญ่ 61-80 นิ้ว	1	10
ร่มสนาม ขนาด 80 นิ้วขึ้นไป	2	20
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างขนาดที่ขายได้มากที่สุด คือ ร่มขนาดกลาง 21-60 นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ร่มขนาดเล็ก 10-20 นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 20 และร่มสนาม ขนาด 80 นิ้วขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20 และน้อยที่สุดคือ ร่มขนาดใหญ่ 61-80 นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4.6 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างควรมีกระบวนการผลิตแบบใด

กระบวนการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตด้วยเครื่องจักรทุกขั้นตอน	0	0
ผลิตด้วยมือทุกขั้นตอน	2	20
ผลิตด้วยเครื่องจักรและมือควบคู่กัน	8	80
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างควรมีกระบวนการผลิตด้วยเครื่องจักรและมือควบคู่กัน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือ ผลิตด้วยมือทุกขั้นตอน คิดเป็นร้อยละ 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ร่วม	จำนวน	ร้อยละ
วัสดุ	1	10
ลวดลาย	2	20
สีสันทัน	0	0
การผลิต	0	0
ความประณีต	3	30
ประโยชน์ใช้สอย	2	20
ขนาด	0	0
ความคงทน	1	10
บรรจุภัณฑ์	1	10
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างมีจุดเด่นอยู่ที่ ความประณีต คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ ลวดลาย คิดเป็นร้อยละ 20 และประโยชน์ใช้สอย คิดเป็นร้อยละ 20 และน้อยที่สุด คือ วัสดุ คิดเป็นร้อยละ 10 ความคงทน คิดเป็นร้อยละ 10 บรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า วัสดุที่ควรนำมาผลิตผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง

วัสดุ	จำนวน	ร้อยละ
วัสดุธรรมชาติ	6	60
วัสดุสังเคราะห์	0	0
วัสดุธรรมชาติผนวกกับวัสดุสังเคราะห์	4	40
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าวัสดุที่ควรนำมาผลิตร่มบ่อสร้าง คือ วัสดุธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือ วัสดุธรรมชาติผนวกกับวัสดุสังเคราะห์ คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4.9 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ขายผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง โทนสีที่ขายได้มากที่สุด

สี	จำนวน	ร้อยละ
สีโทนอ่อน	2	20
สีโทนเข้ม	4	40
สีที่สอดคล้องตามกระแสนิยม	4	40
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า สีที่จำหน่ายได้มากที่สุด คือ สีโทนเข้ม คิดเป็นร้อยละ 40 และสีที่สอดคล้องตามกระแสนิยม คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ สีโทนอ่อน คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 4.10 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ขายผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง ลวดลายขายได้มากที่สุด

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
ลวดลายล้านนา	4	40
ลวดลายสมัยใหม่	0	0
ลวดลายเรขาคณิต	0	0
ลวดลายที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม	2	20
ลวดลายจิตกรรมและประติมากรรม	3	30
ลวดลายธรรมชาติ	1	10
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำหน่ายผลิตภัณฑ์รุ่ม ลายล้านนา คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ลวดลายจิตกรรมและประติมากรรม คิดเป็นร้อยละ 30 ลวดลายลวดลายที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ และ น้อยที่สุดคือ ลวดลายธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4.11 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าควรใช้วัสดุแบบใด หากมีการออกแบบผลิตภัณฑ์รุ่มใหม่

วัสดุที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ใช้วัสดุเดิมที่เคยใช้	4	40
ใช้วัสดุอื่นเพิ่มเข้ามาเป็นส่วนประกอบ	6	60
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้ใช้วัสดุอื่นเข้ามาเป็นส่วนประกอบ คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือ ใช้วัสดุเดิมที่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4.12 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ร่มป่อสร้างที่สามารถปรับปรุงและพัฒนาได้

สี	จำนวน	ร้อยละ
หัวร่ม	2	20
ตุ้มร่ม	2	20
ค้ำร่ม	0	0
โครงร่ม	1	10
ม้าร่ม	0	0
ปลอกถาด	0	0
ด้าย	0	0
คันร่ม	1	10
ห่วงร่ม	1	10
ผ้า หรือกระดาษร่ม	1	10
มือจับ	2	20
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ร่มป่อสร้างที่สามารถปรับปรุงและพัฒนาได้ คือ หัวร่ม คิดเป็นร้อยละ 20 ตุ้มร่ม คิดเป็นร้อยละ 20 และมือจับ คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมาคือ โครงร่ม คิดเป็นร้อยละ 10 คันร่ม คิดเป็นร้อยละ 10 ห่วงร่ม คิดเป็นร้อยละ 10 และผ้าหรือกระดาษร่ม คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 13 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ คิดว่าผู้ซื้อ ซื้อเพื่อนำไปทำอะไรมากที่สุด

ผู้บริโภคซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เป็นของตกแต่งบ้าน	4	40
เป็นของที่ระลึก	2	20
เป็นของใช้	4	40
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าผู้บริโภค ซื้อผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้างไปเพื่อ เป็นของตกแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 40 และเป็นของใช้ คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ซื้อไปเพื่อเป็น ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 4.14 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ พบปัญหาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง

ปัญหาที่พบ	จำนวน	ร้อยละ
วัสดุที่ใช้ไม่เพียงพอ	1	10
ผลิตไม่ทันความต้องการ	4	40
ผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า	3	30
สินค้าที่ผลิตไม่ผ่านมาตรฐาน	2	20
เครื่องมือที่ใช้ไม่เหมาะสม	0	0
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในการผลิตและจำหน่าย คือ ผลิตไม่ทันตามความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 30 สินค้าที่ผลิตไม่ผ่านมาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ น้อยที่สุดคือ วัสดุที่ใช้ไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุกัณฑ์ร่ม

ความเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ควรมี	9	90
ไม่ต้องมี	1	10
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีบรรจุกัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมาคือ ไม่ต้องมี คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4.16 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุบรรจุกัณฑ์

วัสดุ	จำนวน	ร้อยละ
ผ้า	8	80
กระดาษ	2	20
ไม้	0	0
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการบรรจุกัณฑ์ประเภทผ้า คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือ กระดาษ คิดเป็นร้อยละ 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่าสิ่งในควรรออยู่บนบรรจุภัณฑ์

สิ่งที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อสินค้า	3	30
ตราสินค้า , ยี่ห้อ	3	30
รายละเอียดของผลิตภัณฑ์	2	20
ลวดลายกราฟิก	2	20
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	10	100

จากตารางที่ 4.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้มีชื่อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 30 และ ตราสินค้า , ยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 20 และ ลวดลายกราฟิก คิดเป็นร้อยละ 10

4.1.3 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง ที่มีผลต่อการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จากที่แจกแบบสอบถาม ไป 10 ฉบับ พบว่า ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง แสดงความคิดเห็นเป็นดังนี้

1) ในการผลิตและจำหน่ายทางผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง ประสบปัญหาไม่ไผ่ที่เป็นวัตถุดิบหลังในการทำ เป็นมอด ทำให้มีอายุการใช้งานที่สั้นลง

2) ผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน ควรปรับปรุงเรื่อง รูปแบบ ให้มีรูปแบบให้ลูกค้าเลือกมากขึ้น และควรรักษาคุณภาพของรุ่ม ได้แก่ การใช้วัตถุดิบ และขั้นตอนการผลิตรุ่ม ให้ได้คุณภาพ

3) หากมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมรูปแบบใหม่ ควรมีลูกเล่นให้รุ่มเพิ่มมากขึ้น รุ่มควรมีความแข็งแรงคงทนมากกว่าเดิม มีรูปแบบที่แปลกใหม่ และควรมีบรรจุภัณฑ์ เพื่อจะเป็นการปกป้องสินค้า ตอนที่ลูกค้าซื้อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ผลการวิเคราะห์การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้บริโภค

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภค ดังตารางที่ 4.18-25

ตารางที่ 4.18 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

วัสดุ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	21	42
หญิง	29	58
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 58 ส่วนเพศชายคิดเป็นร้อยละ 42

ตารางที่ 4.19 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	5	10
21-30 ปี	8	16
31-40 ปี	7	14
41-50 ปี	14	28
51-60 ปี	10	20
60 ปี ขึ้นไป	6	12
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 และ อายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 16 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 14 อายุ 60 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12 และน้อยที่สุดคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4.20 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	24	48
ปริญญาตรี	23	46
สูงกว่าปริญญาตรี	3	6
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46 และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 4.21 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พ่อบ้าน แม่บ้าน	5	10
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	0	0
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	20
พนักงานบริษัท	12	24
ธุรกิจส่วนตัว	15	30
รับจ้าง	2	4
ค้าขาย	6	12
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 24 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 20 ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 12 พ่อบ้าน แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ น้อยที่สุดคือ อาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.22 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	0	0
5,000-10,000 บาท	8	16
10,001-15,000 บาท	8	16
15,001-20,000 บาท	18	36
มากกว่า 20,000 บาท	16	32
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ ระหว่าง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือ รายได้มากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32 น้อยที่สุด คือ รายได้ระหว่าง 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16 และรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16

ตารางที่ 4.23 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	18	36
จังหวัดอื่น	32	64
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมา คือ กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 36

4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อและใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

เลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อทุกครั้งเมื่อมาท่องเที่ยว	34	68
ซื้อเป็นบางครั้งเมื่อมาท่องเที่ยว	16	32
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมทุกครั้งเมื่อมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาคือซื้อเป็นบางครั้งเมื่อมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32

ตารางที่ 4.25 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง ในแต่ละครั้ง

จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	3	6
101-500 บาท	8	1
501-1,000 บาท	9	18
1,001-1,500 บาท	13	26
1,501-2,000 บาท	9	18
มากกว่า 2,000 บาท	8	16
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมเป็นเงิน ระหว่าง 1,001-1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาอยู่ระหว่าง 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18 ระหว่าง 1,501-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18 และ ระหว่าง 101-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 16 มากกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16 น้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.26 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลหรือวัตถุประสงค์หลักที่เลือกซื้อ
ผลิตภัณฑ์นมบ่อสร้าง

เหตุผลสำคัญหรือวัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
เป็นของตกแต่ง	4	8
เป็นของที่ระลึก	6	12
เป็นของใช้	11	22
เป็นทั้ง ของตกแต่ง ของที่ระลึกและของใช้	29	58
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.26 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์นมเพื่อเป็นทั้ง ของตกแต่ง ของที่
ระลึกและของใช้ คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาคือ เป็นของใช้ คิดเป็นร้อยละ 22 และ เป็นของที่ระลึก
คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ น้อยที่สุดคือ เป็นของตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 8

ตารางที่ 4.27 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงแพร่หลาย	7	14
มีความสวยงาม	8	16
สีสวยสวยงาม	0	0
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	5	10
ลวดลายสวยงาม	5	10
ประโยชน์ใช้สอย	8	16
มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น	10	20
แสดงภูมิปัญญาท้องถิ่น	3	6
ใช้วัสดุธรรมชาติ	4	8
มีประวัติของผลิตภัณฑ์	0	0
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.27 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง เพราะมีเอกลักษณ์ท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมาคือ มีความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 16 และประโยชน์ใช้สอย คิดเป็นร้อยละ 16 รองลงมาคือ ชื่อเสียงแพร่หลาย คิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 10 และลวดลายสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 10 รองลงมาคือ ใช้วัสดุธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 8 และน้อยที่สุดคือ แสดงภูมิปัญญาท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 4.28 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชนิดร่มที่เลือกซื้อ

ชนิดของร่ม	จำนวน	ร้อยละ
ร่มผ้าแพร	20	40
ร่มผ้าฝ้ายลงน้ำมัน	14	28
ร่มกระดาษสา	10	20
ร่มกระดาษสาน้ำมันลายจีน	6	12
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง คือ ร่มผ้าแพร คิดเป็นร้อยละ 40 ร่มผ้าฝ้ายลงน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 28 ร่มกระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 20 และร่มกระดาษสาน้ำมันลายจีน คิดเป็นร้อยละ 12

ตารางที่ 4.29 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามขนาดของผลิตภัณฑ์ร่มที่เลือกซื้อ

ขนาดร่ม	จำนวน	ร้อยละ
ร่มขนาดเล็ก 10-20 นิ้ว	8	16
ร่มขนาดกลาง 21-60 นิ้ว	22	44
ร่มขนาดใหญ่ 61-80 นิ้ว	7	14
ร่มสนาม ขนาด 80 นิ้วขึ้นไป	13	26
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.29 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกซื้อร่มขนาดกลาง 21-60 นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือ ร่มสนาม ขนาด 80 นิ้วขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26 และ ร่มขนาดเล็ก 10-20 นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 16 ตามลำดับ น้อยที่สุด คือ ร่มขนาดใหญ่ 61-80 นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 14

ตารางที่ 4.30 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ร่วม	จำนวน	ร้อยละ
วัสดุ	5	10
ลวดลาย	8	16
สีสันทัน	0	0
การผลิต	3	6
ความประณีต	17	34
ประโยชน์ใช้สอย	7	14
ขนาด	0	0
ความคงทน	5	10
บรรจุภัณฑ์	5	10
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.30 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้างมีจุดเด่นอยู่ที่ความประณีต คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาคือ ลวดลาย คิดเป็นร้อยละ 16 และประโยชน์ใช้สอย คิดเป็นร้อยละ 14 และ วัสดุ คิดเป็นร้อยละ 10 ความคงทน คิดเป็นร้อยละ 10 บรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ น้อยที่สุดคือ การผลิต คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 4.31 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง ควรมีลักษณะสำคัญอย่างไร

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
มีลวดลายเฉพาะถิ่น	7	14
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	5	10
ประณีต เรียบร้อย	7	14
ทนต่อการใช้งาน	2	4
มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	14	28
แสดงภูมิปัญญาท้องถิ่น	10	20
เน้นใช้วัสดุธรรมชาติ	2	4
สีสันทสวยงาม	3	6
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.31 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้างควรมีลักษณะ คือ มีลวดลายเฉพาะถิ่น คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาคือ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คิดเป็นร้อยละ 28 มีลวดลายเฉพาะถิ่น คิดเป็นร้อยละ 14 และประณีต เรียบร้อย คิดเป็นร้อยละ 14 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 10 สีสันทสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 6 และน้อยที่สุดคือ ทนต่อการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 4 เน้นใช้วัสดุธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.32 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัสดุที่ชื่นชอบ ในการผลิตผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง

วัสดุ	จำนวน	ร้อยละ
วัสดุธรรมชาติ	35	70
วัสดุสังเคราะห์	0	0
วัสดุธรรมชาติผนวกกับวัสดุสังเคราะห์	15	30
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.32 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่าวัสดุที่ควรนำมาผลิตร่มบ่อสร้าง คือ วัสดุธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือ วัสดุธรรมชาติผนวกกับวัสดุสังเคราะห์ คิดเป็นร้อยละ 35

ตารางที่ 4.33 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสีของผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างที่ชื่นชอบ

สี	จำนวน	ร้อยละ
สีโทนอ่อน	25	50
สีโทนเข้ม	25	50
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.33 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชอบสีโทนอ่อน คิดเป็น ร้อยละ 50 และ สี โทนเข้ม คิดเป็นร้อยละ 50

ตารางที่ 4.34 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลวดลายของผลิตภัณฑ์ที่ชื่นชอบ

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
ลวดลายล้านนา	24	48
ลวดลายสมัยใหม่	0	0
ลวดลายเรขาคณิต	0	0
ลวดลายที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม	13	26
ลวดลายจิตกรรมและประติมากรรม	8	16
ลวดลายธรรมชาติ	5	10
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.34 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ลายล้านนา คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือ ลวดลายที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 26 ลวดลายจิตกรรมและประติมากรรม คิดเป็นร้อยละ 16 ตามลำดับ และ น้อยที่สุดคือ ลวดลายธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4.35 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

ความเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ควรมี	48	96
ไม่ต้องมี	2	4
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.35 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 96 รองลงมาคือ ไม่ต้องมี คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 4.36 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุบรรจุภัณฑ์

วัสดุ	จำนวน	ร้อยละ
ผ้า	38	76
การดาษ	12	24
ไม้	0	0
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.36 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการบรรจุภัณฑ์ประเภทผ้า คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมาคือ กระดาษ คิดเป็นร้อยละ 24

ตารางที่ 4.37 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่าสิ่งในควรรอยู่บนบรรจุภัณฑ์

สิ่งที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ชื้อสินค้า	23	46
ตราสินค้า ,ยี่ห้อ	15	30
รายละเอียดของผลิตภัณฑ์	4	8
ลวดลายกราฟิก	8	16
อื่นๆ ได้แก่.....	0	0
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.37 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ชื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมา คือ ตราสินค้า ,ยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 30 และ ลวดลายกราฟิก คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ น้อยที่สุด คือ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 8

4.3 ผลการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง

ขั้นตอนการออกแบบ ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบร่างขั้นต้นตามแนวความคิด คือ ลักษณะของตัววัสดุที่นำมาออกแบบเป็นตัวชิ้นงานและกรรมวิธีการผลิต ความเป็นอัตลักษณ์ของการทำร่ม ประโยชน์ใช้สอย รูปทรง ลวดลาย และผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีที่มา รายละเอียดและแนวคิดของการออกแบบให้เป็นอัตลักษณ์ของล้านนา ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 วัสดุที่นำมาใช้ ไซไม้ไผ่และไม้เนื้อแข็งมาใช้ในการผลิต ซึ่งจะมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน คือไม้ไผ่จะมีน้ำหนักเบา แต่จะมีอายุการใช้งานที่สั้น แต่ไม้เนื้อแข็ง มีน้ำหนักมาก แต่มีความแข็งแรงและทนทาน



ภาพที่ 4.1 ไม้ไผ่และไม้เนื้อแข็งที่นำมาผลิตร่มก่อสร้าง

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ สิงหาคม 2554

ขั้นที่ 2 ลักษณะของร่มนำแนวคิดของฉัตร 4 มุม (รายละเอียดระบุไว้ในบทที่ 2) มาปรับปรุงรูปแบบให้เข้ากับลักษณะของร่ม



ภาพที่ 4.2 ฉัตร 4 มุม

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ สิงหาคม 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นที่ 3 ทิวร่วม นำลักษณะขององค์พระเจดีย์และพระธาตุต่างๆของวัดในอนาจักรล้านนา มาเป็นรูปแบบในการออกแบบ



ภาพที่ 4.3 พระธาตุดอยตุงเป็นเจดีย์แห่งแรกของล้านนา

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ สิงหาคม 2554

ขั้นที่ 4 ด้ามร่วม แนวคิดคือรูปทรงของศาสตราจารย์ของเจ้าผู้ครองอนาจักรล้านนาในอดีต ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์และมีความงดงาม



ภาพที่ 4.4 ศาสตราจารย์ของเจ้าผู้ครองอนาจักรล้านนาในอดีต

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ สิงหาคม 2554

ขั้นที่ 5 ลวดลายของร่มบ่อสร้างนั้น ลวดลายเดิมที่มีจำหน่ายให้กับลูกค้ายังมีลวดลายยังมีไม่มากนัก และยังไม่มีความประณีตในการทำเท่าใด อีกทั้งยังไม่สื่อถึงความเป็นพื้นบ้าน ของจังหวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เชียงใหม่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงหยิบยกเอา “ความเป็นล้านนา” มาใช้พัฒนารูปแบบและลวดลายของร่ม โดยประยุกต์มาจาก ของใช้ งานจิตรกรรม และงานประติมากรรมของล้านนา



ภาพที่ 4.5 ของใช้ในสมัยอาณาจักรล้านนา

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ สิงหาคม 2554



ภาพที่ 4.6 จิตรกรรมและประติมากรรมภายในวัด

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ สิงหาคม 2554

ขั้นที่ 6 ส่วนประกอบของร่ม การยึดส่วนประกอบของร่มเข้าด้วยกันนั้น เมื่อก่อนใช้กาวและลวดในการยึด ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะนำนอตและสกรูเข้ามาใช้ในการประกอบชิ้นส่วน เพื่อให้ร่มที่ออกแบบมีความคงทนแข็งแรงมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.7 น็อตและสกรูที่นำมาใช้เป็นส่วนประกอบของร่ม

ที่มา : <http://www.dao.co.th/>

ชั้นที่ 7 ผ้าร่ม แม้ว่าจะมีน้ำหนักที่เยียวส่วนน้อย จะซื้อร่มไปใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน แต่ผู้วิจัยได้คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค จึงจะออกแบบร่มให้สามารถให้ทนต่อสภาพทุกสภาพอากาศได้ดี จึงเลือกใช้ผ้าร่มที่กันน้ำและแดดได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 4.8 ผ้าโพลีออกซ์ฟอร์ด

ที่มา : <http://romngam.zxq.net>

ชั้นที่ 8 สีของร่ม ผู้วิจัยได้ศึกษาการเลือกใช้สีของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ และของประดับตกแต่งอาคารโบราณ ซึ่งเป็นสีที่เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.9 คัมภีร์โบราณและไม้แผ่น ที่ใช้ประดับสถานที่สำคัญของคนล้านนา
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ สิงหาคม 2554



ภาพที่ 4.10 พานทรงสูง มีการเขียนลายล้านนาไว้อย่างบรรจง
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ สิงหาคม 255

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการออกแบบภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ
ประเมินความเหมาะสม 3 แบบ ดังนี้

	<p>ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ผลงาน : ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 1.1 ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว</p>
	
<p>แนวคิด</p>	
<p>เป็นการออกแบบร่มบ่อสร้าง ขนาด เส้นผ่านศูนย์กลาง 60 นิ้วที่ผสมผสานระหว่างไม้เนื้อแข็ง และไม้ไผ่ ซึ่งเป็นรูปแบบดั้งเดิมของร่มบ่อสร้าง ใช้การแกะสลักไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของบ้านถวาย จังหวัด เชียงใหม่ แกะส่วนที่เป็นหัวร่ม ต้นร่ม และด้ามถือ สามารถถอดด้ามออกได้ เพื่อเปลี่ยนเป็นร่มสนามได้ สามารถนำไปใช้บริเวณที่โล่งแจ้ง เพื่อกันแดดกันฝน ผ้าร่มทำจากผ้านาโน ทำให้น้ำไม่เกาะ เหมือนน้ำกลิ้ง บนใบบัว ผ้าร่มสีม่วง เขียนลายด้วยสีทอง</p>	

ภาพที่ 4.11 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 1.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.12 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มป่อสร้าง แบบที่ 1.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ธูปก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผลงาน : ผลิตภัณฑ์ธูปก่อสร้าง แบบที่ 1.3

ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว

ข้อต่อ

เป็นภาพแสดงถึงข้อต่อ ที่สามารถถอดเพื่อเปลี่ยนได้ ภายในมีไม้เนื้อแข็งอยู่ทำการเสียบเข้า-ออกกับส่วนปล้องของไม้ไผ่ได้พอดี

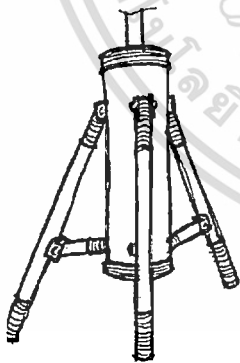
ม้าร่ม

ม้าร่มเป็นส่วนประกอบอีกอย่างที่สำคัญของ ร่มไม้ไผ่ เป็นส่วนที่ค้ำดมร่มไว้ไม่ให้ล้มลงมา เวลากางร่ม ได้ออกแบบให้มีการแกะสลักบริเวณสันของม้าร่มด้วย เพื่อให้กดได้ง่าย และยังคงสวยงามต่างจากแบบธรรมดา



ขาตั้ง

ขาตั้งร่มสำหรับกางร่มแบบร่มสนาม เพราะร่มที่ออกแบบมานี้ สามารถถอดเปลี่ยนด้ามเพื่อให้เข้ากับขาตั้งนี้ได้ สามารถพับเก็บได้



ภาพที่ 4.13 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ธูปก่อสร้าง แบบที่ 1.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผลงาน : ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 2.1

ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว



แนวคิด

เป็นการออกแบบร่มบ่อสร้าง ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 60 นิ้ว เน้นเอกลักษณ์ของความเป็นล้านนาตัวร่มทำจากไม้เนื้อแข็ง เพื่อความแข็งแรงทนทานของโครงสร้างร่ม มีซี่ร่มทั้งหมด 12 ซี่ ผ้าร่มใช้ผ้าชนิดที่มีการเคลือบผิว ทำให้สามารถกันแดดและกันน้ำได้ดี ตัวผ้าร่มสีแดง เขียนลายดอกล้านนาด้วยสีทองเหมือนกับ งานจิตรกรรมของทางล้านนา ส่วนของหัวร่มตุ้มร่ม และมือจับ จะประดับด้วยโลหะดุนลาย ซึ่งเป็นงานฝีมือของบ้านวัวลาย จังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 4.14 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 2.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผลงาน : ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 2.2

ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว

หัวร่ม

ส่วนหัวร่มเป็นไม้เนื้อแข็ง กลึงให้มี

ลักษณะรูปทรงคล้ายยอดขององค์พระเจดีย์ ของ

วัดใน อนาจักรล้านนา ประดับด้วย โลหะดุนลาย 4

ชั้นส่วน



ตุ้มร่ม

เป็นส่วนที่เป็นตัวจับเพื่อกาง หรือหุบร่ม

ทำจากไม้เนื้อแข็ง ประดับด้วยโลหะดุนลาย 2 ชั้น



มือจับ

ส่วนของมือจับ ทำจากโลหะดุนลายทั้งชิ้น

ได้แนวคิดมาจากด้ามของศาสตราจารย์ตราวุธของเจ้าผู้

ครองอนาจักรล้านนาในอดีต ตกกลายเป็นรูปของ

ดอกไม้อานนา



ภาพที่ 4.15 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 2.2

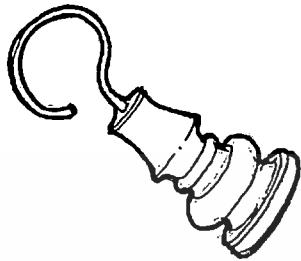
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผลงาน : ผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง แบบที่ 2.3

ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว



เป็นส่วนของหัวเปลี่ยนเพื่อแขวนร่ม

ด้านบนออกแบบให้เป็นขอกเกี่ยว ด้านล่างออกแบบให้เป็นเกลียวน็อต เพื่อเปลี่ยนกับหัวแบบปรกติได้

เป็นส่วนของตัวเสียบเพื่อล็อกด้าน

ตุ้มร่มไว้ เวลากางร่ม ซึ่งติดไว้กับตุ้มร่ม และยังมีส่วนของเกลียวน็อตที่มีไว้เพื่อเปลี่ยนระหว่างตุ้มร่ม กับจุกปิด ไว้ใช้ตอนเปลี่ยนแขวน



เป็นภาพตอนแขวนร่ม

จะเห็นได้ว่า หัวซึ่งเป็นยอด ได้เปลี่ยนเป็นหัวแบบแขวน และตุ้มร่ม ก็ได้เปลี่ยนรูปแบบเป็นจุกแทน



ภาพที่ 4.16 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง แบบที่ 2.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผลงาน : ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 3.1

ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว



แนวคิด

เป็นการออกแบบร่มบ่อสร้าง ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 60 นิ้ว ให้ความสำคัญเป็นร่มแบบโบราณของบ่อสร้าง วัสดุที่ใช้ ยึดต้นแบบมาจากร่มโบราณเกือบทั้งหมด แต่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบเล็กน้อย เพื่อการใช้งานที่มีรูปแบบหลากหลายยิ่งขึ้น เช่น สามารถถอดด้ามเพื่อแขวนติดกับผนังได้ ส่วนประกอบของร่ม ทำจากไม้ไผ่และไม้เนื้ออ่อนเกือบทั้งสิ้น ทำให้ร่มชนิดนี้ มีความเบา กว่าร่มชนิดอื่นๆ ผ้าร่มทำจากผ้าฝ้าย โพลีเอสเตอร์สีดำ เพื่อความทนต่อสภาพอากาศ แล้วเขียนลายล้านนาโบราณสีทอง

ภาพที่ 4.17 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 3.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



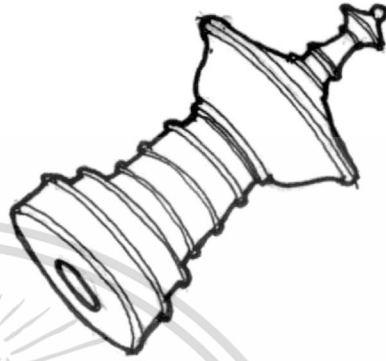
ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ธรมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผลงาน : ผลิตภัณฑ์ธรมบ่อสร้าง แบบที่ 3.2

ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว

หัวธรม

หัวธรมมีลักษณะคล้ายยอดฉัตร ขึ้นรูปโดย
ไม้เนื้ออ่อน มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของล้านนา
โดยแท้ ทำสีโอ๊คดำ ทำให้ดูน่าเกรงขาม

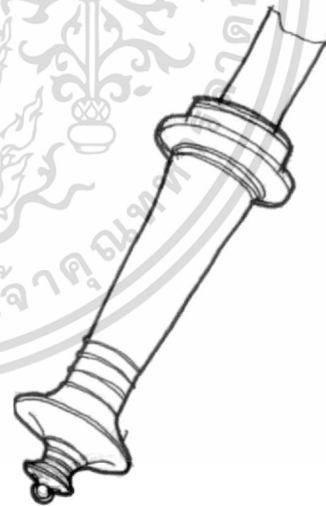


ตุ้มธรม

ทำจากไม้เนื้ออ่อนเช่นเดียวกันใช้กับซี่ไม้
ไผ่ 24 ซี่ เช่นเดียวกับธรมโบราณ รูปทรงดัดแปลง
มาจากตุ้มธรมของธรมพม่า

มือจับ

ส่วนของมือจับ ทำจากโลหะดุนลายทั้งชิ้น
ได้แนวคิดมาจากด้ามของศาสตราจารย์ตราวุธของเจ้าผู้
ครองอาณาจักรล้านนาในอดีต ตอกลายเป็นรูปของ
ดอกไม้ล้านนา



ภาพที่ 4.18 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ธรมบ่อสร้าง แบบที่ 3.2

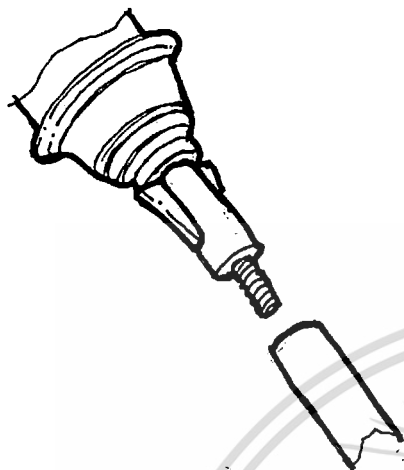
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

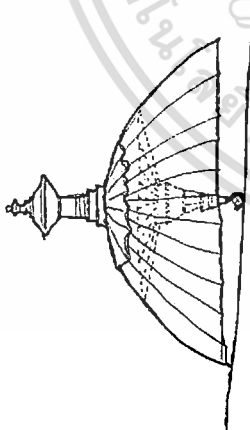
ผลงาน : ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 3.3

ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว



ข้อต่อ จะอยู่ถัดลงมาจากม้าร่มเล็กน้อย
กลิ้งให้มีหัวน็อต ตัวผู้กับตัวเมีย สามารถถอด
ประกอบได้ ตามการใช้งานของผู้ใช้

หัวเปลี่ยน มีไว้สำหรับเปลี่ยนเพื่อแขวนร่ม
มีสลักเป็นน็อตตัวเมีย ฝังไว้ด้านใน ทำจากไม้
เนื้ออ่อน มีขอเหล็กติดไว้ตรงปลาย



เป็นภาพแสดงร่มตอนแขวนติดผนัง ซึ่งจะ
สามารถไขว่ลวดลายที่เขียนไว้บนร่มได้อย่าง
สวยงาม หรืออาจจะติดหลอดไฟไว้ภายใน เพื่อให้
แสงสว่างสอดทะลุเนื้อผ้าออกมา

ภาพที่ 4.19 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 3.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ผลการประเมินความเหมาะสมของการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยได้นำภาพร่างทั้ง 3 แบบ ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อให้ประเมินภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างจังหวัดเชียงใหม่ ให้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความสมบูรณ์ และจะนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบต่อไป โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบประเมินภาพร่างผลิตภัณฑ์ (ตัวอย่างแบบประเมินภาพร่างผลิตภัณฑ์ในภาคผนวก) และวิเคราะห์ข้อมูล ตามขั้นตอนต่อไปนี้

4.4.1 สร้างแบบประเมินโดยกำหนดเกณฑ์การประเมินออกเป็น 4 ด้าน

4.4.1.1 ด้านหน้าที่ใช้สอย

4.4.1.2 ด้านโครงสร้าง

4.4.1.3 ด้านความสวยงาม

4.4.1.4 ด้านวัสดุ

4.4.2 กำหนดระดับความคิดเห็นโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

หรือ มาตรารวดลีเคริท ตามแนวทางของลีเคริท (Likert ,1967 : 1) ดังนี้

5 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

4.4.3 กำหนดสถิติในการใช้วิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง ตามแนวทางขององอาจ นัยพัฒน์ (2551 : 195) โดยใช้สูตรคำนวณ เป็นค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (sd)

4.4.4 กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ความพึงพอใจภาพร่างผลิตภัณฑ์
 รมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ดังนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	หมายถึง มีความพึงพอใจในปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

4.4.5 กำหนดใช้คะแนนสูงสุดเพียง 1 ใน 3 แบบ โดยพิจารณาจากผลการประเมินความ
 เหมาะสมของผู้ประเมิน (N = 3) ที่มีต่อภาพร่างผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง ดังนั้นจะได้ภาพร่างผลิตภัณฑ์ที่
 มีลักษณะสอดคล้องตามเกณฑ์การประเมิน เพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบต่อไป ผลการ
 ประเมินเหมาะสม ที่มีต่อภาพร่างผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการประเมินความเหมาะสมของการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยจำแนกเป็นรายแบบ
 สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.38 ผลการประเมินความเหมาะสมของการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการ	ความคิดเห็น								
	แบบที่ 1			แบบที่ 2			แบบที่ 3		
	\bar{x}	SD.	แปลผล	\bar{x}	SD.	แปลผล	\bar{x}	SD.	แปลผล
1. ด้านหน้าที่ใช้สอย									
1.1 มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้ใช้	2.67	0.58	ปานกลาง	4.67	0.58	มากที่สุด	3.33	0.58	ปานกลาง
1.2 มีรูปแบบหน้าที่ใช้สอยสะดวก หรือง่ายต่อการใช้งาน	4	1	มาก	4	0	มาก	3.67	1.15	มาก
1.3 มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้งาน	4.33	0.58	มาก	3.33	0.58	ปานกลาง	3	1.73	ปานกลาง
1.4 ชิ้นส่วนง่ายต่อการทำความสะอาด และบำรุงรักษา	3	0	ปานกลาง	4.33	0.58	มาก	2.67	0.58	ปานกลาง
2. ด้านโครงสร้าง									
2.1 มีความแข็งแรง ทนทาน	3	1	ปานกลาง	4.67	0.58	มากที่สุด	3.67	0.58	มาก
2.2 การจัดวางตำแหน่ง ของระบบกลไกในการใช้งาน การประกอบ ข้อต่อ จุดยึด มีความเหมาะสม	4.33	1.15	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	4	1	มาก
2.3 การกางหรือหุบทำได้โดยสะดวก	3	0	ปานกลาง	5	0	ดีมาก	4	0	มาก
2.4 สามารถนำไปผลิตในระบบอุตสาหกรรมในครัวเรือนได้	4.33	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก
3. ด้านความสวยงาม									
3.1 รูปแบบ รูปทรงมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา	2.33	0.58	น้อย	4.67	0.58	มากที่สุด	3	2	ปานกลาง
3.2 ลวดลาย สี สัน และพื้นผิว สวยงาม	2.33	1.15	น้อย	4	1	มาก	3	2.08	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.38 ผลการประเมินความเหมาะสมของการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ (ต่อ)

รายการ	ความคิดเห็น								
	แบบที่ 1			แบบที่ 2			แบบที่ 1		
	\bar{x}	SD.	แปลผล	\bar{x}	SD.	แปลผล	\bar{x}	SD.	แปลผล
3.3 มีความประณีตเรียบร้อย	4	0	มาก	4.33	1.15	ดี	3.33	2.08	ปานกลาง
3.4 บ่งบอกถึงรสนิยมอันดีของผู้ใช้งาน	3	0	ปานกลาง	4	0	ดี	4.33	0.58	มาก
3.5 สื่ออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด	2.33	0.58	น้อย	4.67	0.58	มากที่สุด	4	0	มาก
4. ด้านวัสดุ									
4.1 วัสดุมีความสอดคล้องในการใช้งานผลิตภัณฑ์	3	1.15	ปานกลาง	5	0	มากที่สุด	3.33	0.58	ปานกลาง
4.2 วัสดุมีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน	3.33	0.58	ปานกลาง	4.33	1.15	มาก	3.33	0.58	ปานกลาง
4.3 วัสดุสามารถนำไปผลิตในระบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน	4	1	มาก	3.67	0.58	มาก	4	0	มาก
4.4 วัสดุที่ใช้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ ขั้นตอนการผลิต แปรรูป และย่อยสลาย ไม่สร้างมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม	3.67	0.58	มาก	4	1	มาก	2.33	1.15	ปานกลาง
รวม	3.31	0.95	ปานกลาง	4.33	0.71	มาก	3.49	1.01	ปานกลาง

สรุป ผลการประเมินความเหมาะสมของการออกแบบที่มีต่อการภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้างจังหวัดเชียงใหม่ แสดงความคิดเห็นต่อภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง ทั้ง 3 แบบ พบว่า แบบที่ 2 มีความเหมาะสมที่สุด มีความเหมาะสมในระดับมาก มีค่า (\bar{x} =4.33) โดยด้านหน้าที่ใช้สอย มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด มีค่า (\bar{x} =4.67) มีรูปแบบหน้าที่ใช้สอยสะดวก หรือง่ายต่อการใช้งาน มีความเหมาะสมในระดับมาก มีค่า (\bar{x} =4) มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้งาน มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง มีค่า (\bar{x} =3.33) ชิ้นส่วนง่ายต่อการทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสะอาด และบำรุงรักษา มีความเหมาะสมในระดับมาก มีค่า ($\bar{x}=4.33$) ด้านโครงสร้าง มีความแข็งแรง ทนทาน มีความเหมาะสม ในระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{x}=4.67$) การจัดวางตำแหน่ง ของระบบกลไกในการใช้งาน การประกอบ ข้อต่อ จุดยึด มีความเหมาะสม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{x}=4.67$) การกางหรือหุบร่ม ทำได้โดยสะดวกมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{x}=5$) สามารถนำไปผลิตในระบบอุตสาหกรรมในครัวเรือนได้ มีความเหมาะสมในระดับมาก มีค่า ($\bar{x}=4.33$) ด้านความสวยงาม มีรูปแบบ รูปทรงมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{x}=4.67$) ลวดลาย สี สัน และพื้นผิว สวยงาม มีความเหมาะสมใน ระดับมาก มีค่า ($\bar{x}=4$) มีความประณีตเรียบร้อย มีความเหมาะสมใน ระดับดี มีค่า ($\bar{x}=4.33$) บ่งบอกถึงรสนิยมอันดีของผู้ใช้งาน มีความเหมาะสมใน ระดับมาก มีค่า ($\bar{x}=4$) สื่ออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด มีความเหมาะสมใน ระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{x}=4.67$) ด้านวัสดุ วัสดุมีความสอดคล้องในการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมใน ระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{x}=5$) วัสดุมีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน มีความเหมาะสมใน ระดับมาก มีค่า ($\bar{x}=4.33$) วัสดุสามารถนำไปผลิตในระบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน มีความเหมาะสมใน ระดับมาก มีค่า ($\bar{x}=3.67$) วัสดุที่ใช้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ ขั้นตอนการผลิต แปรรูป และย่อยสลาย ไม่สร้างมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม มีความเหมาะสมใน ระดับมาก มีค่า ($\bar{x}=4$)

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นอกจากผลการประเมินความเหมาะสมของการออกแบบ โดยใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) แล้ว ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดยังได้ให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อภาพร่างผลิตภัณฑ์ พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

- (1) การดึงอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่มาใช้ในตัวผลิตภัณฑ์ ควรมีการดัดแปลง ตัดทอนหรือประยุกต์ ผนวกกับแนวคิดของตนเอง แล้วทำให้เกิดความพอดีในงานออกแบบ
- (2) เอกลักษณ์ของร่มบ่อสร้างเชียงใหม่ ควรมาจากลวดลายมากกว่าโครงสร้าง เพราะการมองเห็นของผู้บริโภค มักจะมองลวดลายออก ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงใหม่เป็นอันดับแรก
- (3) การออกแบบไม่ควรเน้นลวดลายมากเกินไป แต่ควรใช้ให้พอดี เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และต้องคำนึงถึงการผลิตเป็นสำคัญ
- (4) การออกแบบโดยใช้รูปทรง และลวดลายของจังหวัดเชียงใหม่ ควรดึงเพียงบางส่วนมาใช้งาน ไม่จำเป็นต้องทั้งหมด แต่ยังคงกลิ่นไอของผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(5) ควรคำนึงถึงต้นทุนการผลิตด้วย เพราะหากผลิตภัณฑ์มีความสวยงามจริง แต่ต้นทุนในการผลิตสูงเกินไป ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นขายได้ยาก

4.5 การผลิตชิ้นงานผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

จากผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ที่มีผลต่อภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างแล้ว จึงได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างที่พร้อมนำไปผลิตจริง ได้เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 1 ชิ้น ดังภาพที่ 4.20 – 4.21



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผลงาน : ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว



ร่มบ่อสร้างขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง
60 นิ้ว โครงร่มทำจากไม้เนื้อแข็ง มีซี่ร่ม 12 ซี่
สีของโครงร่มเป็นสีโอ๊คดำ



หัวร่มออกแบบโดยใช้รูปทรงขององค์
พระเจดีย์ ที่พบในวัด ในอนาจักรล้านนา ทำ
จากไม้เนื้อแข็ง ทำสีโอ๊คดำเช่นเดียวกับโครง
ร่ม ประดับด้วยโลหะดุนลาย 4 ชั้น



มือจับของร่มทำงานแผ่นโลหะ ตีขึ้น
รูป และดุนลายเป็นลายดอกพุดตาน (ลาย
ล้าน) ออกแบบโดยใช้รูปทรงของด้ามของ
ศาสตราวุธของเจ้าผู้ครองอนาจักรล้านนาใน
อดีต

ภาพที่ 4.20 ภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผลงาน : ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว



ลายของที่คลี่คลายมาจากลายของ
หม้อปุระณะชะฎะ ซึ่งเป็น ที่เคารพบูชาของคน
ใน จังหวัดเชียงใหม่



หัวเกี่ยวมีไว้เพื่อการใช้งานร่มแบบ
แขวน เพราะร่มออกแบบมาเพื่อให้สามารถ
ถอดหัวเปลี่ยนได้ เพื่อการใช้งานหลากหลาย
รูปแบบ



ตุ้มร่มประดับด้วยโลหะดุนลาย 2 ชั้น
เป็นลายกระจัง ยังมีตัวเสียบ ขัดร่มไว้ เวลา
กางร่ม เป็นทรงเจดีย์ร้อยด้วยโซ่สีทอง ติดไว้
กับตุ้มร่ม

ภาพที่ 4.21 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผลงาน : ที่มาของลวดลายเอกลักษณ์

ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว



ที่มาของลายบนตัวร่มเกิดจากการคัดลวดลายของ **ไทดอกบัว** หรือ **ปุระณะชะงู** โดยตัดทอนเพียงบางส่วน ให้เหมาะสมกับการเขียนบนร่ม ที่มีลักษณะเป็นวงกลม



ลวดลายของโลหะตุ้กลายที่อยู่บริเวณส่วนหัวร่ม เกิดจากลายล้านนา ประยุกต์มาจากสิ่งของเครื่องใช้ของ คนในอาณาจักรล้านนา

ภาพที่ 4.22 ที่มาของลวดลายเอกลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ผู้วิจัยได้นำต้นแบบผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตเสร็จสมบูรณ์ จำนวน 1 ชิ้น ให้ผู้ผลิตแลจำหน่าย 20 ท่าน และผู้บริโภคร่วมจำนวน 80 ท่าน รวมเป็นจำนวนทั้งหมด 100 ท่าน (N = 100) เพื่อประเมินความพึงพอใจต้นแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ก่อนนำไปเผยแพร่ โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบประเมินความพึงพอใจ (ดังตัวอย่างแบบประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ในภาคผนวก) และวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้ คือ

4.6.1 สร้างแบบประเมินโดยกำหนดเกณฑ์การประเมินออกเป็น 4 ด้าน

4.4.1.1 ด้านหน้าที่ใช้สอย

4.4.1.2 ด้านโครงสร้าง

4.4.1.3 ด้านความสวยงาม

4.4.1.4 ด้านวัสดุ

4.6.2 กำหนดระดับความคิดเห็นโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

หรือ มาตราวัดลิเคิร์ต ตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert, 1967 : 1) ดังนี้

5 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

4.6.3 กำหนดสถิติในการใช้วิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจภาพร่างผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ตามแนวทางขององอาจ นัยพัฒน์ (2551 : 195) โดยใช้สูตรคำนวณ เป็นค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (sd)

4.6.4 กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ความพึงพอใจต้นแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

4.50 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

3.50 - 4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

2.50 - 3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1.00 - 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6.5 แปรผลค่าคะแนนเฉลี่ย จากผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ผลิตและจำหน่าย รวมไปถึงผู้บริโภค ค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้นี้ จะทำให้ทราบถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ค่าคะแนนเฉลี่ยผลการประเมินความพึงพอใจ ดังแสดงในตารางที่ 38

ผลการประเมินความเหมาะสมของการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยจำแนกเป็นรายแบบ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

รายการ	ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง		
	\bar{x}	SD.	แปลผล
1. ด้านรูปแบบ			
1.1 มีรูปแบบ รูปทรง ที่สวยงาม	4.54	0.61	มากที่สุด
1.2 ดึงดูดสายตา น่าใช้งาน	4.32	0.80	มาก
1.3 มีความประณีตเรียบร้อย	3.90	0.94	มาก
2. ด้านประโยชน์ใช้สอย			
2.1 มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้งาน	3.44	0.97	ปานกลาง
2.2 แขนงหรือห้อยไขว้แล้ว มีความสวยงาม	4.73	0.46	มาก
2.3 ดูแลรักษา ทำความสะอาด ซ่อมบำรุงได้	3.56	0.75	มาก
3. ด้านวัสดุมีคุณค่า			
3.1 วัสดุมีพื้นผิว ลวดลายที่สวยงามในตัวเอง	3.89	0.77	มาก
3.2 วัสดุมีความแข็งแรงทนทาน	4.11	0.69	มาก
3.3 วัสดุที่ใช้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ ขั้นตอนการผลิต แปรรูป และย่อยสลาย ของวัสดุนั้น ไม่สร้างมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม	3.25	0.80	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

รายการ	ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง		
	\bar{x}	SD.	แปลผล
4. ด้านช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี			
4.1 บอบบอกถึงรสนิยมที่ดีของผู้ใช้งาน	4.23	0.83	มาก
4.2 สื่ออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด	4.75	0.47	มากที่สุด
รวม	4.07	0.89	มาก

สรุป ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างจังหวัดเชียงใหม่ แสดงความคิดเห็นต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างพบว่าโดยภาพรวม มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.07$) ด้านรูปแบบ มีรูปแบบ รูปทรง ที่สวยงาม มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.54$) ดึงดูดสายตา น่าใช้งาน มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.32$) มีความประณีตเรียบร้อย มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=3.90$) ด้านประโยชน์ใช้สอย มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้งาน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.44$) แขนหรือห้อยโชว์แล้ว มีความสวยงาม มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.73$) ดูแลรักษา ทำความสะอาด ซ่อมบำรุงได้ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=3.56$) ด้านวัสดุมีคุณค่า วัสดุมีพื้นผิว ลวดลายที่สวยงามในตัวเอง มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=3.89$) วัสดุมีความแข็งแรงทนทาน มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.11$) วัสดุที่ใช้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ ขั้นตอนการผลิต แปรรูป และย่อยสลาย ของวัสดุนั้น ไม่สร้างมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.25$) ด้านช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี บอบบอกถึงรสนิยมที่ดีของผู้ใช้งาน มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.75$) สื่ออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.07$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 3 ด้าน คือ 1) เพื่อศึกษา สํารวจ และรวบรวมข้อมูล ผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีรูปแบบเฉพาะที่แสดงถึง เอกลักษณ์ วิถีชีวิตการทำรุ่มบ่อสร้างไว้ 3) ประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้วจาก อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ โดยลำดับดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ข้างต้นสามารถสรุปผลการวิจัยได้ 2 ประเด็น ดังนี้

5.1.1 การศึกษา สํารวจ ข้อมูลผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง “รุ่มเชียงใหม่” บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นเชียงใหม่ อันแสดงให้เห็นถึงที่มาของวัฒนธรรมพื้นบ้านและชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาวภาคเหนือในอดีตได้เป็นอย่างดี โดยจากการศึกษาประวัติศาสตร์การผลิตรุ่มของเชียงใหม่ พบว่าชาวเชียงใหม่ได้ผลิตรุ่มใช้กันมานานกว่า 100 ปีที่ผ่านมาแล้ว ซึ่งแหล่งผลิตรุ่มส่วนใหญ่จะกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ของอำเภอสันกำแพง ทั้งนี้เนื่องจากอำเภอสันกำแพง มีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นที่ราบลุ่มค่อนข้างสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติมากมาย ทำให้จัดหาวัตถุดิบได้ง่าย อีกทั้งลักษณะทางกายภาพของชุมชนยังช่วยส่งเสริมให้บางหมู่บ้านมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกระจายอยู่ทั่วไป พื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชนจึงอยู่ในภาคการเกษตร การบริการ และการผลิตงานหัตถกรรมจากวัสดุธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่

การทำรุ่มจึงเป็นอาชีพหัตถกรรมหลักของชาวบ้านในอำเภอสันกำแพง โดยในอดีตหมู่บ้านบ่อสร้างเป็นหมู่บ้านที่มีการทำรุ่มกันเป็นอาชีพ ชาวบ้านเกือบทุกคนของหมู่บ้านนี้มีฝีมือในการทำรุ่มอย่างสวยงามและคงทน เช่นเดียวกับที่บรรพบุรุษได้ถ่ายทอดเอาไว้ โดยระยะแรกการทำรุ่มของบ้านบ่อสร้างทำขึ้นเพื่อใช้งานในชีวิตประจำวันเท่านั้น ต่อมาเมื่อผู้เห็นความสำคัญของการทำรุ่มจึงได้พัฒนารูปแบบให้ทันสมัยขึ้น จนปัจจุบันการทำรุ่มของบ้านบ่อสร้างได้พัฒนาจากงานฝีมือจากท้องถิ่นมาสู่ระบบอุตสาหกรรมและการค้าขายอย่างเต็มตัว เกือบทุกครอบครัวจะมีการนำรุ่มออกมาจำหน่ายจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาจัดหาซื้อรุ่มไปเป็นของที่ระลึกกันอย่างแพร่หลาย และเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากर्मของบ้านบ่อสร้างมีเอกลักษณ์เฉพาะแบบ มีรูปลักษณะที่สวยงาม อีกทั้งการใช้วัสดุที่คงทน ทำให้ชื่อเสียงของบ้านบ่อสร้างแห่งนี้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง

5.1.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง พบว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบต้องครอบคลุมทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ ของใช้ ของที่ระลึก ของตกแต่ง โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ มีประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้ได้หลายโอกาส รูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคและประการสำคัญคือ ต้องสื่อความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด นอกจากนี้ยังต้องมีรูปทรงและลวดลายที่สวยงาม มีความเหมาะสมในการเลือกและประยุกต์ใช้วัสดุ มีขนาด สัดส่วน ที่เหมาะสมกับการใช้งาน และมีความเป็นไปได้ในการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ แล้วประเมินผลโดยผู้บริโภค ผลการประเมินพบว่าโดยภาพรวม มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=4.07$)

5.2 อภิปรายผล

จากการสรุปผลข้างต้นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ มีประเด็นสำคัญที่จะอภิปรายดังนี้

ข้อมูลทางการตลาดผู้ซื้อต้องการเพิ่มตัวสินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน และ ประเภทของที่ระลึก รองลงมาประเภทของใช้ รูปแบบ ลวดลาย เป็นงานผลิตภัณฑ์ร่มสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อีรินทร พัทธเมธา (2544 : 38) เรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์พื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคมีปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมืองทุกชนิด คือ มีรูปแบบให้เลือกน้อย ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญของรูปแบบ รูปทรง และลวดลายน้อยมาก แบบใหม่ๆ จะได้จากลูกค้าที่นำมาสั่งทำและผู้ผลิตก็จะยึดเอาแบบนั้นมาผลิตต่อกันซ้ำๆ กันเรื่อยมาเช่นเดียวกับแบบดั้งเดิมที่ผลิตสืบทอดมาแต่โบราณไม่นิยมการปรับปรุงและพัฒนา จึงเป็นมูลเหตุที่ไม่สามารถพัฒนารูปแบบให้แปลกใหม่กว้างขวางออกไปได้

ส่วนข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง ผู้ประกอบการควรรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ร่ม ได้แก่ การใช้วัสดุดี และขั้นตอนการผลิตให้ได้คุณภาพ รวมไปถึงยังขาดเอกลักษณ์ ลวดลายเฉพาะถิ่น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ร่มยังไม่ดีมากพอ เพราะอายุการใช้งานน้อย เกิดจากปัญหาเรื่องมอด อีกทั้งต้องเพิ่มความประณีต เรียบร้อย ต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค และประการสำคัญคือต้องสื่อความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ต้องมีรูปทรงและลวดลาย ที่มีความสวยงาม มีความเอกละเอียดนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมาะสมในการเลือกและประยุกต์ใช้วัสดุ มีขนาด สัดส่วน ที่เหมาะสมกับการใช้งาน และมีความเป็นไปได้ในการจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของ เบอร์เด็ค (Burdek, 2005 : 273) ที่เน้นการออกแบบให้เกิดความพอดีหรือลงตัวแต่ยังคงภาพลักษณ์และความสวยงามของผลิตภัณฑ์ไว้และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ แก่นจันทร์ มะลิขอ (2546 : บทคัดย่อ) ที่วิจัยเรื่อง”การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทใหญ่ บ้านใหม่ หมอกจ๋าม อำเภอแม่ฮาด จังหวัดเชียงใหม่”ผลการวิจัยพบว่าการออกแบบต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้ได้หลายโอกาส และควรรักษา ลวดลาย และความเป็นเอกลักษณ์

วัสดุที่ใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง โดยการนำวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น วัสดุหลักคือ ไม้ไผ่ กระดาษ มาทำผลิตภัณฑ์ร่ม ซึ่งอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ร่มที่ผลิตนั้น มีอายุการใช้งานที่สั้น จึงควรประยุกต์ใช้ วัสดุทดแทน หรือวัสดุที่มีความแข็งแรงมากกว่า จะยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ร่มได้

การนำวัสดุสังเคราะห์และวัสดุธรรมชาติมาดัดแปลงลวดลายบนผลิตภัณฑ์ร่ม ได้แก่ แผ่นเงิน แผ่นทองแดง หรือการเคลือบด้วยแล็กเกอร์ หรือลงสีน้ำมัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นางลักษณ์ ชันอุระ (2546 : 95) เรื่องเครื่องเงินเชียงใหม่กับหารเปลี่ยนแปลงการผลิต พบว่า การออกแบบลวดลายใหม่ๆ หรือการคิดค้นรูปทรงของเครื่องเงินให้แปลกแตกต่างออกไปจากที่เคยมีอยู่จะดึงดูดลูกค้าใหม่ได้มากกว่าเดิม

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5.3.1 ควรมีการศึกษาวัสดุธรรมชาติที่อื่นๆ ที่หลากหลายในท้องถิ่น และนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบที่แปลกใหม่ และนักออกแบบควรคำนึง และให้ความสำคัญในการใช้วัสดุอย่างมีคุณค่า มีความรู้ความสามารถที่จะจัดการให้ใช้วัสดุให้มีเศษเหลือทิ้งน้อยที่สุด และใช้วัสดุอย่างเต็มศักยภาพ ในด้านความงาม ต้องมีความเข้าใจในหลักพื้นฐานในการออกแบบเป็นอย่างดี ทั้งในด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านขนาด มิติต่างๆ ให้สอดคล้องกับสรีระร่างกายของผู้ใช้

5.3.2 ควรมีการเพิ่มเติมอัตลักษณ์อื่นๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ เข้าไปผสมผสานในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง เพื่อให้เป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนอื่นๆใกล้เคียง อีกทั้งยังเป็น

การเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง ที่ประยุกต์ใช้อัตลักษณ์อื่นๆ ภายในจังหวัดเชียงใหม่ และยังเป็นการสร้างทางเลือกสำหรับผู้บริโภคในการเลือกซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง

5.3.3 ควรมีการอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ในด้านต่างๆอย่างจริงจัง ได้แก่ เรื่องราว ประเพณี วัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง รูปแบบ รูปทรง ประโยชน์ใช้สอย และลวดลาย ของผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง หลักฐานทางวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเจริญรุ่งเรืองมาแต่อดีต ที่สามารถใช้อ้างอิงได้ และเทคนิคกรรมวิธีการผลิต ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่ให้สูญหายไปควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้างในลักษณะของการประยุกต์ให้เข้ากับสังคมปัจจุบัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กิติชัย รมิงคังวงศ์. 2546. “โครงการออกแบบคอมประทีปล้านนาสำหรับตกแต่งสถาปัตยกรรมแบบล้านนา”. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- แก่นจันทร์ มะลิขอ. “การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทใหญ่ บ้านใหม่หมอกจ๋าม อำเภอแม่ฮาด จังหวัดเชียงใหม่”. 2546. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิราวรรณ ฉายสุวรรณ. 2542. การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการใช้เครื่องประดับอัญมณีไทย. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2534. โครงการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวในเรื่องการซื้อสินค้าของที่ระลึก ปี 2533. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ธีรินทร์ พัทธเมธา. 2544. “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์พื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยพายัพ.
- นงลักษณ์ ชันอุระ. 2546. “เครื่องเงินเชียงใหม่กับการเปลี่ยนแปลงการผลิต”. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นวนน้อย บุญวงษ์. 2539. หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ. 2546. รายงานการวิจัย ลักษณะการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์และความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2530. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- วนิดา แก้วเนตร. 2545. “ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริพรรณ ปัญญาคม. 2545. “ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศูนย์บริการออกแบบสินค้าหัตถกรรม. 2549. โครงการสำรวจทางกายภาพ (ภูมิทัศน์) และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมตำบลต้นเปา เพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลต้นเปา. เชียงใหม่ : คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สนั่น เข้มราช. 2550. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ [ระบบออนไลน์]. <http://www.dailynews.co.th>. กรกฎาคม, 2554
- สุรเชษฐ์ เรืองจันทร์. 2547. โครงการฟื้นฟูและพัฒนาหมู่บ้านหัตถกรรมบ่อสร้างเพื่อการท่องเที่ยว อรณุช สมภักดี และคณะ. รายงานการวิจัย การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมล้านนาเชิงอนุรักษ์. 2544. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- อรพินท์ พานทอง. 2547. รายงานการวิจัย การประยุกต์ใช้ความเป็นไทยในการออกแบบเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ.
- Berde, Bernhard E. 2005. History, Theory and Practice of Product Design. Germany : Publishers for Architecture.
- Likert, Rensis. 1967. The Human Organization Its Management and Value. New York : McGraw-hill book.



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบสอบถามผู้ผลิตและผู้จำหน่ายร่วมก่อสร้าง

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลของ
แบบประเมินนี้ไปสรุป ผู้วิจัยจึงได้ขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ ในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

แบบสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย

ตอนที่ 2 ความต้องการในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง

แบบประเมินชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์และการ
นำเสนอจะจัดทำในภาพรวม ดังนั้น คำตอบจากแบบประเมินจึงไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่านและ
บุคคลที่เกี่ยวข้องกับท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบประเมิน เพื่อนำไปใช้เป็น
แนวทางการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

นายภัทรกร ออแก้ว

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย (กรุณาตอบคำถามในช่องว่าง) ข้อคำถามมีทั้งหมด 9 ข้อ

1. ชื่อผู้ผลิต-จำหน่าย.....
2. เพศ..... ชาย..... หญิง
3. อายุ.....ปี
4. ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการผลิตหรือจำหน่ายร่วม.....ปี
5. สถานที่อยู่
เลขที่.....หมู่.....ถนน.....ตำบล.....
อำเภอ.....จังหวัด.....
6. ชื่อร้านและสถานประกอบการที่ท่านผลิตหรือจำหน่ายร่วม
.....
7. หน้าที่ของท่านในการผลิตร่วม
.....
8. วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....เวลา.....น.

ตอนที่ 2 ความต้องการในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ข้อคำถามมีทั้งหมด 17 ข้อ กรุณาตอบคำถามในช่องว่างและทำเครื่องหมาย / ในช่อง () ที่ตรงกับข้อมูลหรือความคิดเห็นของท่าน และตอบคำถามตามความเป็นจริง

1. ผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ชนิดใดที่ท่านจำหน่ายได้มากที่สุด

() ร่มผ้าแพร	() ร่มผ้าฝ้ายลงน้ำมัน
() ร่มกระดาษ	() ร่มกระดาษน้ำมันลายเงิน
() อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
2. ท่านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้างให้กับกลุ่มลูกค้าใดมากที่สุด

() นักท่องเที่ยวทั่วไป	() ร้านค้าปลีก
() อื่นๆ (โปรดระบุ).....	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ท่านคิดว่าเหตุผลสำคัญหรือวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง ตัดสินใจซื้อคืออะไร
- () เป็นของตกแต่ง () เป็นของที่ระลึก
- () เป็นของใช้ () เป็นทั้ง ของตกแต่ง ของที่ระลึกและของใช้
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง โดยทั่วไปมีลักษณะสำคัญอย่างไร จึงเป็นการเพิ่มยอดขายหรือเพิ่มมูลค่าให้ท่านมากที่สุด
- () มีลวดลายเฉพาะถิ่น () ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
- () ประณีต เรียบร้อย () ทนต่อการใช้งาน
- () มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น () แสดงภูมิปัญญาท้องถิ่น
- () เน้นใช้วัสดุธรรมชาติ () สีสันทสวยงาม
5. ขนาดของเส้นผ่านศูนย์กลางของผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้างที่ท่านจำหน่ายได้มากที่สุด
- () รมขนาดเล็ก 10-20 นิ้ว () รมขนาดกลาง 21-60 นิ้ว
- () รมขนาดใหญ่ 61-80 นิ้ว ขึ้นไป () รมสนาม ขนาด 80 นิ้วขึ้นไป
6. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง ควรมีกระบวนการผลิตแบบใด
- () ผลิตด้วยเครื่องจักรทุกขั้นตอน () ผลิตด้วยมือทุกขั้นตอน
- () ผลิตด้วยเครื่องจักรและมือควบคู่กัน
7. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง ที่ท่านจำหน่าย มี จุดเด่น ด้านใดมากที่สุด
- () วัสดุ () ลวดลาย
- () สีสันท () การผลิต
- () ความประณีต () ประโยชน์ใช้สอย
- () ขนาด () ความคงทน
- () บรรจุภัณฑ์ () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
8. วัสดุที่ท่านใช้ผลิต ผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง ชนิดใดที่ท่านจำหน่ายได้มากที่สุด
- () วัสดุธรรมชาติ () วัสดุสังเคราะห์
- () วัสดุธรรมชาติผนวกกับวัสดุสังเคราะห์
9. สีของผลิตภัณฑ์รมบ่อสร้าง แบบใดที่ท่านจำหน่ายได้มากที่สุด
- () สีโทนอ่อน () สีโทนเข้ม
- () สีที่สอดคล้องตามกระแสนิยม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. ลวดลายของผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างชนิดใดที่ท่านจำหน่ายได้มากที่สุด
- () ลวดลายล้านนา () ลวดลายสมัยใหม่
 () ลวดลายเรขาคณิต () ลวดลายที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม
 () ลวดลายจิตรกรรมและประติมากรรม () ลวดลายธรรมชาติ
11. หากมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมรูปแบบใหม่ ท่านคิดควรเลือกใช้วัสดุแบบใด
- () ใช้วัสดุเดิมที่เคยใช้ () ใช้วัสดุอื่นเพิ่มเข้ามาเป็นส่วนประกอบ
12. ท่านคิดว่าส่วนประกอบใดของผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง ที่สามารถปรับปรุงและพัฒนาได้
- () หัวร่วม () ตุ่มร่วม
 () ค้ำร่วม () โครงร่วม
 () ม้าร่วม () ปลอกลาน
 () ด้าย () คันร่วม
 () ท่วงร่วม () ผ้า หรือกระดาษร่วม
 () มือจับ
13. กลุ่มผู้ซื้อซื้อผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างเพื่อนำไปทำอะไรมากที่สุด
- () เป็นของตกแต่งบ้าน () เป็นของที่ระลึก
 () เป็นของใช้ () อื่นๆ โปรดระบุ.....
14. ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง ท่านประสบปัญหาอะไรบ้าง
- () วัสดุที่ใช้ไม่เพียงพอ () ผลิตไม่ทันความต้องการ
 () ผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า
 () สินค้าที่ผลิตไม่ผ่านมาตรฐาน () เครื่องมือที่ใช้ไม่เหมาะสม
15. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างควรมีบรรจุภัณฑ์หรือไม่
- () ควรมี (กรุณาตอบข้อต่อไป) () ไม่ต้องมี (ไม่ต้องตอบข้อต่อไป)
16. บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง ควรใช้วัสดุใด
- () ผ้า () กระดาษ
 () ไม้ () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

17. ท่านคิดว่า ควรมีสิ่งใดบนบรรจุภัณฑ์บ้าง

- () ชื่อสินค้า
- () ตรายสินค้า, ยี่ห้อ
- () รายละเอียดของผลิตภัณฑ์
- () ลวดลายกราฟิก
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ที่มีผลต่อการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง (กรุณาตอบคำถามโดยการแสดงความคิดเห็นหรืออธิบายเหตุผลของท่านในเชิงการออกแบบ) ข้อคำถามมีทั้งหมด 2 ข้อ

1. ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้างท่านประสบปัญหาอะไรบ้าง และท่านมีวิธีแก้ปัญหาเหล่านั้นอย่างไร

.....

.....

.....

2. ผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้างที่ท่านจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน ควรปรับปรุงสิ่งใดบ้าง

.....

.....

.....

3. หากมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้างรูปแบบใหม่ ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับลักษณะร่วมที่จะออกแบบใหม่อย่างไร

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้กรุณาให้ความร่วมมือ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบสอบถามนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
 มหบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลของ
 แบบประเมินนี้ไปสรุป ผู้วิจัยจึงได้ขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
 เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ สร้างขึ้น
 เพื่อสำรวจข้อมูล และความคิดเห็นของผู้บริโภค

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อและใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง

แบบประเมินชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์และการ
 นำเสนอจะจัดทำในภาพรวม ดังนั้น คำตอบจากแบบประเมินจึงไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านและ
 บุคคลที่เกี่ยวข้องกับท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบประเมิน เพื่อนำไปใช้เป็น
 แนวทางการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

นายภัทรกร ออแก้ว

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว (กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง () โดยเลือกเพียง 1 ช่องเท่านั้น) ข้อคำถามมีทั้งหมด 6 ข้อ คำชี้แจง โปรดเขียนข้อความในช่องว่างที่เป็นจริง เกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () ต่ำกว่า 20 ปี () 21-30 ปี () 31-40 ปี
() 41-50 ปี () 51-60 ปี () 60 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพของท่าน () พ่อบ้าน แม่บ้าน () นักเรียน นิสิต นักศึกษา
() ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัท
() ธุรกิจส่วนตัว () รับจ้าง () คำขาย
() อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน () ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,000-10,000 บาท
() 10,001-15,000 บาท () 15,001-20,000 บาท
() มากกว่า 20,000 บาท
6. ภูมิลำเนาของท่าน () กรุงเทพมหานคร () จังหวัดอื่น (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อและใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง ข้อคำถามมีทั้งหมด 15 ข้อ กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง () ที่ตรงกับข้อมูลหรือความคิดเห็นของท่าน และตอบคำถามตามความเป็นจริง

1. ขณะที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ท่านได้ซื้อผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่กี่ครั้ง
() ซื้อทุกครั้งเมื่อมาท่องเที่ยว () ซื้อเป็นบางครั้งเมื่อมาท่องเที่ยว
2. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง (โดยประมาณ)ในแต่ละครั้ง เป็นเงินเท่าใด
() น้อยกว่า 100 บาท () 101-500 บาท
() 501-1,000 บาท () 1,001-1,500 บาท
() 1,501-2,000 บาท () มากกว่า 2,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เหตุผลสำคัญหรือวัตถุประสงค์หลักที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ คืออะไร
- () เป็นของตกแต่ง () เป็นของที่ระลึก
- () เป็นของใช้ () เป็นทั้ง ของตกแต่ง ของที่ระลึกและของใช้
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. เหตุผลสำคัญที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง
- () ชื่อเสียงแพร่หลาย () มีความสวยงาม
- () สีล้นสวยงาม () ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
- () ลวดลายสวยงาม () ประโยชน์ใช้สอย
- () มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น () แสดงภูมิปัญญาท้องถิ่น
- () ใช้วัสดุธรรมชาติ () มีประวัติของผลิตภัณฑ์
- () เหตุผลอื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. ท่านสนใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง ชนิดใด
- () รุ่มผ้าแพร () รุ่มผ้าฝ้ายลงน้ำมัน
- () รุ่มกระดาษสา () รุ่มกระดาษสาน้ำมัน
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. ขนาดของเส้นผ่านศูนย์กลางของผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง ที่ท่านชอบมากที่สุด
- () รุ่มขนาดเล็ก 10-20 นิ้ว () รุ่มขนาดกลาง 21-60 นิ้ว
- () รุ่มขนาดใหญ่ 61-80 นิ้ว ขึ้นไป () รุ่มสนาม ขนาด 80 นิ้วขึ้นไป
7. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง ควรมี จุดเด่นด้านใดมากที่สุด
- () วัสดุ () ลวดลาย
- () สีล้น () การผลิต
- () ความประณีต () ประโยชน์ใช้สอย
- () ขนาด () ความคงทน
- () บรรจุภัณฑ์ () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง ควรมีลักษณะสำคัญอย่างไร

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> มีลวดลายเฉพาะถิ่น | <input type="checkbox"/> ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ |
| <input type="checkbox"/> ประณีต เรียบร้อย | <input type="checkbox"/> ทนต่อการใช้งาน |
| <input type="checkbox"/> มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น | <input type="checkbox"/> แสดงภูมิปัญญาท้องถิ่น |
| <input type="checkbox"/> เน้นใช้วัสดุธรรมชาติ | <input type="checkbox"/> สี สีสวยงาม |

9. วัสดุที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง ที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> วัสดุธรรมชาติ | <input type="checkbox"/> วัสดุสังเคราะห์ |
| <input type="checkbox"/> วัสดุธรรมชาติผนวกกับวัสดุสังเคราะห์ | |

10. สีของผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างที่ท่านชอบมากที่สุด

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> สีโทนอ่อน | <input type="checkbox"/> สีโทนเข้ม |
|------------------------------------|------------------------------------|

11. ลวดลายของผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างที่ท่านชอบมากที่สุด

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ลวดลายล้านนา | <input type="checkbox"/> ลวดลายสมัยใหม่ |
| <input type="checkbox"/> ลวดลายเรขาคณิต | <input type="checkbox"/> ลวดลายที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม |
| <input type="checkbox"/> ลวดลายจิตกรรมและประติมากรรม | <input type="checkbox"/> ลวดลายธรรมชาติ |

12. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างควรมีบรรจุภัณฑ์หรือไม่

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ควรมี (กรุณาตอบข้อต่อไป) | <input type="checkbox"/> ไม่ต้องมี (ไม่ต้องตอบข้อต่อไป) |
|---|---|

13. บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง ควรใช้วัสดุใด

- | | |
|------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ผ้า | <input type="checkbox"/> กระดาษ |
| <input type="checkbox"/> ไม้ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

14. ท่านคิดว่า ควรมีสิ่งใดบนบรรจุภัณฑ์บ้าง

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ชื่อสินค้า | <input type="checkbox"/> ตราสินค้า, ยี่ห้อ |
| <input type="checkbox"/> รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ | <input type="checkbox"/> ลวดลายกราฟิก |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค
แบบประเมินค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

.....

แบบประเมินภาพจำลองจากผู้เชี่ยวชาญ

การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของการประเมินเนื้อหา ความเหมาะสมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ได้จากการให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบพิจารณาความสอดคล้องของผู้คำถามกับนิยามศัพท์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- +1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่แน่ใจว่าถูกต้อง สอดคล้องตรงวัตถุประสงค์
- 0 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่ยังไม่ถูกต้อง ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

นิยามศัพท์

1. **ด้านหน้าที่ใช้สอย** ประกอบด้วย การออกแบบให้มีหน้าที่ใช้เหมาะสมเหมาะสมกับการใช้งาน สามารถทำหน้าที่ได้ตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ มีรูปแบบหน้าที่ใช้สอยสะดวก สามารถกันแดด กันฝน ง่ายต่อการใช้งาน ไม่ซับซ้อน มีขนาดสัดส่วนเหมาะสม อีกทั้งยังดูแลรักษา ซ่อมบำรุง หรือทำความสะอาดได้ง่าย

2. **ด้านโครงสร้าง** ประกอบด้วย มีความคงทนแข็งแรง รองรับน้ำหนักได้ดี การจัดวางตำแหน่งต่างๆ ของระบบกลไกในการใช้งาน การประกอบ ข้อต่อ จุดยึด มีความเหมาะสม สามารถกางหรือหุบร่ม ทำได้โดยสะดวก และยังสามารถนำไปผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. **ด้านความสวยงาม** ประกอบด้วย รูปแบบ รูปทรงมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา มี ลวดลาย สี สัน และพื้นผิว สวยงาม ความประณีตเรียบร้อย บ่งบอกถึงรสนิยมอันดีของผู้ใช้งาน และยังมีสื่ออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด

4. **ด้านวัสดุ** ประกอบด้วย วัสดุที่นำมาใช้สอดคล้องกับการใช้งาน โครงสร้าง มีความแข็งแรง ทนทานมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน และแผ้วถ่อม มีความคงทนต่อสภาพอากาศ ไม่ซีดจาง หรือฉีกขาดได้ง่าย วัสดุสามารถนำไปผลิตในระบบอุตสาหกรรม อีกทั้งวัสดุที่ใช้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ ขั้นตอนการผลิต แปรรูป และย่อยสลาย ไม่สร้างมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	รายการประเมินความคิดเห็น	การให้คะแนน			
		+1	0	-1	หมายเหตุ
1	ด้านหน้าที่ใช้สอย				
	1.1 มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้ใช้				
	1.2 มีรูปแบบหน้าที่ใช้สอยสะดวก หรือง่ายต่อการใช้งาน				
	1.3 มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้งาน				
	1.4 ชิ้นส่วนง่ายต่อการทำความสะอาด และบำรุงรักษา				
2	ด้านโครงสร้าง				
	2.1 มีความแข็งแรง ทนทาน				
	2.2 การจัดวางตำแหน่ง ของระบบกลไกในการใช้งาน การประกอบ ข้อต่อ จุดยึด มีความเหมาะสม				
	2.3 การกางหรือหุบร่ม ทำได้โดยสะดวก				
	2.4 สามารถนำไปผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้				
3	ด้านความสวยงาม				
	3.1 รูปแบบ รูปทรงมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา				
	3.2 ลวดลาย สี สัน และพื้นผิว สวยงาม				
	3.3 มีความประณีตเรียบร้อย				
	3.4 บ่งบอกถึงรสนิยมอันดีของผู้ใช้งาน				
	3.5 สื่ออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด				
4	ด้านวัสดุ				
	4.1 วัสดุมีความสอดคล้องในการใช้งานผลิตภัณฑ์				
	4.2 วัสดุมีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน				
	4.3 วัสดุสามารถนำไปผลิตในระบบอุตสาหกรรม				
	4.4 วัสดุที่ใช้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ ขั้นตอนการผลิต แปรรูป และย่อยสลาย ไม่สร้างมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม				

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิเป็นอย่างสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินความพึงพอใจจากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว

การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของการประเมินเนื้อหา ความเหมาะสมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ได้จากการให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบพิจารณาความสอดคล้องของผู้คำถามกับนิยามศัพท์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- +1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่แน่ใจว่าถูกต้อง สอดคล้องตรงวัตถุประสงค์
- 0 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่ยังไม่ถูกต้อง ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

นิยามศัพท์

กรอบแนวคิดด้านความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ใช้ ทฤษฎีของคูเปอร์ ฮิววิต (Cooper-Hewitt. 1990. Design of Daily life) ประยุกต์ผสมผสาน กับทฤษฎีของพีไลวรรณ ประกอบผล (2540. พฤติกรรมผู้บริโภค.) และอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542.การตลาดและจิตวิทยา.)ซึ่งมีหลักการดังต่อไปนี้

1. ด้านรูปแบบ ประกอบด้วย มีรูปแบบรูปทรงที่สวยงาม ดึงดูดสายตา น่าใช้งาน มีความประณีตเรียบร้อย
2. ด้านประโยชน์ใช้สอย ประกอบด้วย การออกแบบให้มีหน้าที่ใช้สอยเหมาะสมกับการใช้งาน สามารถทำหน้าที่ได้ตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ คือมีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน สามารถแขวนหรือตั้งโชว์ แล้วมีความสวยงาม และสามารถดูแลรักษา ทำความสะอาด ซ่อมบำรุงได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ด้านวัสดุที่มีคุณค่า ประกอบด้วย เลือกว่าวัสดุที่เหมาะสมกับงาน วัสดุมีพื้นผิว ลวดลายที่สวยงามในตัวเอง มีความแข็งแรง ทนทาน และไม่มีผล

4. ด้านที่ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดี ประกอบด้วย บ่งบอกถึงรสนิยมที่ดีของผู้ใช้งาน และสื่ออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด

ข้อ	รายการประเมินความคิดเห็น	การให้คะแนน			
		+1	0	-1	หมายเหตุ
1	ด้านรูปแบบ				
	1.1 มีรูปแบบ รูปทรง ที่สวยงาม				
	1.2 ดึงดูดสายตา นำใช้งาน				
	1.3 มีความประณีตเรียบร้อย				
2	ด้านประโยชน์ใช้สอย				
	2.1 มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้งาน				
	2.2 แขนงหรือห้อยโชว์แล้ว มีความสวยงาม				
	2.3 ดูแลรักษา ทำความสะอาด ซ่อมบำรุงได้				
3	ด้านวัสดุ				
	3.1 วัสดุมีพื้นผิว ลวดลายที่สวยงามในตัวเอง				
	3.2 วัสดุมีความแข็งแรงทนทาน				
	3.3 วัสดุที่ใช้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ ขั้นตอนการผลิต แปรรูป และย่อยสลาย ของวัสดุนั้น ไม่สร้างมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม				
4	ด้านช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี				
	4.1 บ่งบอกถึงรสนิยมที่ดีของผู้ใช้งาน				
	4.2 สื่ออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด				

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิเป็นอย่างสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินภาพจำลองจากผู้เชี่ยวชาญ

คำชี้แจง

แบบประเมินชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลของ
แบบประเมินนี้ไปสรุป ผู้วิจัยจึงได้ขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมป่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

แบบประเมินชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานะภาพของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสม ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมป่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบประเมินชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์และการ
นำเสนอจะจัดทำในภาพรวม ดังนั้น คำตอบจากแบบประเมินจึงไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่านและ
บุคคลที่เกี่ยวข้องกับท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบประเมิน เพื่อนำไปใช้เป็น
แนวทางการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมป่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

นายภัทรกร ออแก้ว

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานะภาพของผู้ประเมิน

ชื่อผู้ประเมิน.....

ตำแหน่ง/หน้าที่ในปัจจุบัน.....

สังกัดหน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

.....โทรศัพท์.....

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสม ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

จากภาพจำลอง 3 แบบ

คำชี้แจง โปรดพิจารณารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภาพจำลอง แล้วทำเครื่องหมาย / ลงในช่องระดับตัว

เลขที่ตรงกับระดับการประเมินของท่าน

แบบประเมินนี้แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ

5 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจในปานกลาง

2 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

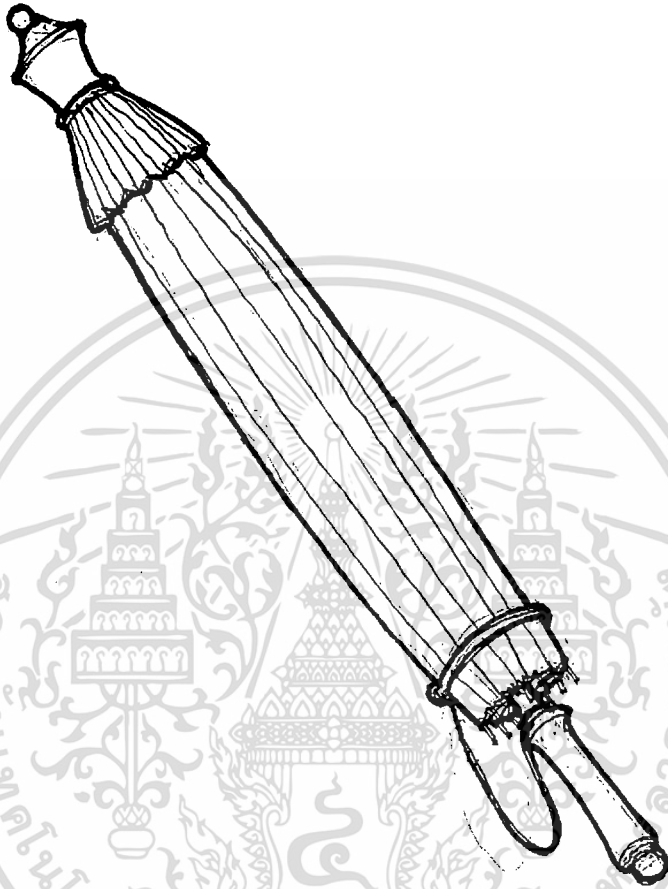
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่องานวิจัย : การศึกษาและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ผลงาน : ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง แบบที่ 1.2

ผู้ออกแบบ : นายภัทรกร ออแก้ว



แนวคิด

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ด้านหน้าที่ใช้สอย					
	1.1 มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้ใช้					
	1.2 มีรูปแบบหน้าที่ใช้สอยสะดวก และง่ายต่อการใช้งาน					
	1.3 มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้งาน					
	1.4 ง่ายต่อการทำความสะอาด บำรุงรักษา					
2	ด้านโครงสร้าง					
	2.1 มีความแข็งแรง ทนทาน					
	2.2 การจัดวางตำแหน่งต่างๆ ของระบบกลไกในการใช้งาน การประกอบ ข้อต่อ จุดยึด มีความเหมาะสม					
	2.3 การกางหรือหุบร่ม ทำได้โดยสะดวก					
	2.4 สามารถนำไปผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้					
3	ด้านความสวยงาม					
	3.1 รูปแบบ รูปทรงมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา					
	3.2 ลวดลาย สี สัน และพื้นผิว สวยงาม					
	3.3 มีความประณีตเรียบร้อย					
	3.4 ปังบอกถึงรสนิยมอันดีของผู้ใช้งาน					
	3.5 สื่ออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด					
4	ด้านวัสดุ					
	4.1 วัสดุมีความสอดคล้องในการใช้งานผลิตภัณฑ์					
	4.2 วัสดุมีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน					
	4.3 วัสดุสามารถนำไปผลิตในระบบอุตสาหกรรม					
	4.4 วัสดุที่ใช้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ ขั้นตอนการผลิต แปรรูป และย่อยสลาย ไม่สร้างมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินความพึงพอใจจากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง

แบบประเมินชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
 มหบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลของ
 แบบประเมินนี้ไปสรุป ผู้วิจัยจึงได้ขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
 เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

แบบประเมินชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานะภาพของผู้ใช้งาน

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบประเมินชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์และการ
 นำเสนอจะจัดทำในภาพรวม ดังนั้น คำตอบจากแบบประเมินจึงไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านและ
 บุคคลที่เกี่ยวข้องกับท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบประเมิน เพื่อนำไปใช้เป็น
 แนวทางการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

นายภัทรกร ออแก้ว

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ใช้งาน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง () โดยเลือกเพียง 1 ช่อง

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () ต่ำกว่า 20 ปี () 21-30 ปี () 31-40 ปี
() 41-50 ปี () 51-60 ปี () 60 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพของท่าน () พ่อบ้าน แม่บ้าน () นักเรียน นิสิต นักศึกษา
() ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัท
() ธุรกิจส่วนตัว () รับจ้าง () ค้าขาย
() อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน () ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,000-10,000 บาท
() 10,001-15,000 บาท () 15,001-
20,000 บาท
() มากกว่า 20,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสม ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่
 คำชี้แจง โปรดพิจารณารูปแบบผลิตภัณฑ์จากแบบจำลองแล้วทำเครื่องหมาย / ในช่องระดับการ
 ประเมินของท่าน

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ด้านรูปแบบ					
	1.1 มีรูปแบบ รูปทรง ที่สวยงาม					
	1.2 ดึงดูดสายตา น่าใช้งาน					
	1.3 มีความประณีตเรียบร้อย					
2	ด้านประโยชน์ใช้สอย					
	2.1 มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้งาน					
	2.2 แขนงหรือห้อยโชว์แล้ว มีความสวยงาม					
	2.3 ดูแลรักษา ทำความสะอาด ซ่อมบำรุงได้					
3	ด้านวัสดุมีคุณค่า					
	3.1 วัสดุมีพื้นผิว ลวดลายที่สวยงามในตัวเอง					
	3.2 วัสดุมีความแข็งแรงทนทาน					
	3.3 วัสดุที่ใช้ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ ขั้นตอนการผลิต แปรรูป และย่อยสลาย ของวัสดุนั้น ไม่สร้างมลพิษให้กับ สิ่งแวดล้อม					
4	ด้านช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี					
	4.1 บ่อยกถึงรสนิยมที่ดีของผู้ใช้งาน					
	4.2 สื่ออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่ม

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นอื่นๆ หรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาประเมินผลงานการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนังสือขอความอนุเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ที่ ศธ 0524.04/ 2198



คณะกรรมการอุดมศึกษา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนลาดกระบัง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

16 มิถุนายน 2554

เรื่อง ขอแต่งตั้งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบตาม เพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบตามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายภัทรกร ออกแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

ลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์รับบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่"

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่า ผศ.ดร.ตระกูลพันธ์ พัทธเมธา, ดร.อรนุช สมภักดิ์ และ ดร.ภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญ ผศ.ดร.ตระกูลพันธ์ พัทธเมธา, ดร.อรนุช สมภักดิ์ และ ดร.ภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบตาม เพื่อการวิจัยของ นายภัทรกร ออกแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์ ทิมดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.087-179-5970

ต้นฉบับส่งให้อธิการบดี กิจพิเศษโทรกร ๐๐/๗๖
22 ส.ค. ๕๔

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนังสือขอความอนุเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ที่ ศธ 0524.04/ 2198



คณะกรรมการอุดมศึกษา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนลาดกระบัง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

16 มิถุนายน 2554

เรื่อง ขอบแต่งตั้งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย

เรียน คณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายภัทรกร ออกแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษามหาวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร" คณะครุศาสตรอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่า ผศ.ดร.ตระกูลพันธ์ พัทธเมธา, ดร.อรนุช สมภักดี และ ดร.ภานุพงศ์ จงขานสิทธิ์ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญ ผศ.ดร.ตระกูลพันธ์ พัทธเมธา, ดร.อรนุช สมภักดี และ ดร.ภานุพงศ์ จงขานสิทธิ์ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม เพื่อการวิจัยของ นายภัทรกร ออกแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์ ทิมดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.087-179-5970

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนังสือขอความอนุเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ที่ ศบ 0524.04/ 2197



คณะกรรมการอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

16 มิถุนายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบและกราฟิก

เรียน ผศ.ธีระชัย สุขสด

ด้วย นายภัทรกร ออแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สารินุศร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.รัฐ โท พวงเจริญ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวិชาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบและกราฟิก ของนายภัทรกร ออแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ ภิรมย์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.087-179-5970

ร่วมตาม ตามคำขอ
KS:low
23 สค ๕๔.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนังสือขอความอนุเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ที่ ศธ 0524.04/ 2197



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

16 มิถุนายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบและกราฟิก

เรียน ผศ.สุพิทย์ สมภักดี

ด้วย นายภัทรกร ออแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์รบบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่" โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สารินคร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.รัฐไท พรเจริญ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบและกราฟิก ของนายภัทรกร ออแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาและหวังว่าจะ ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมพ์ดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

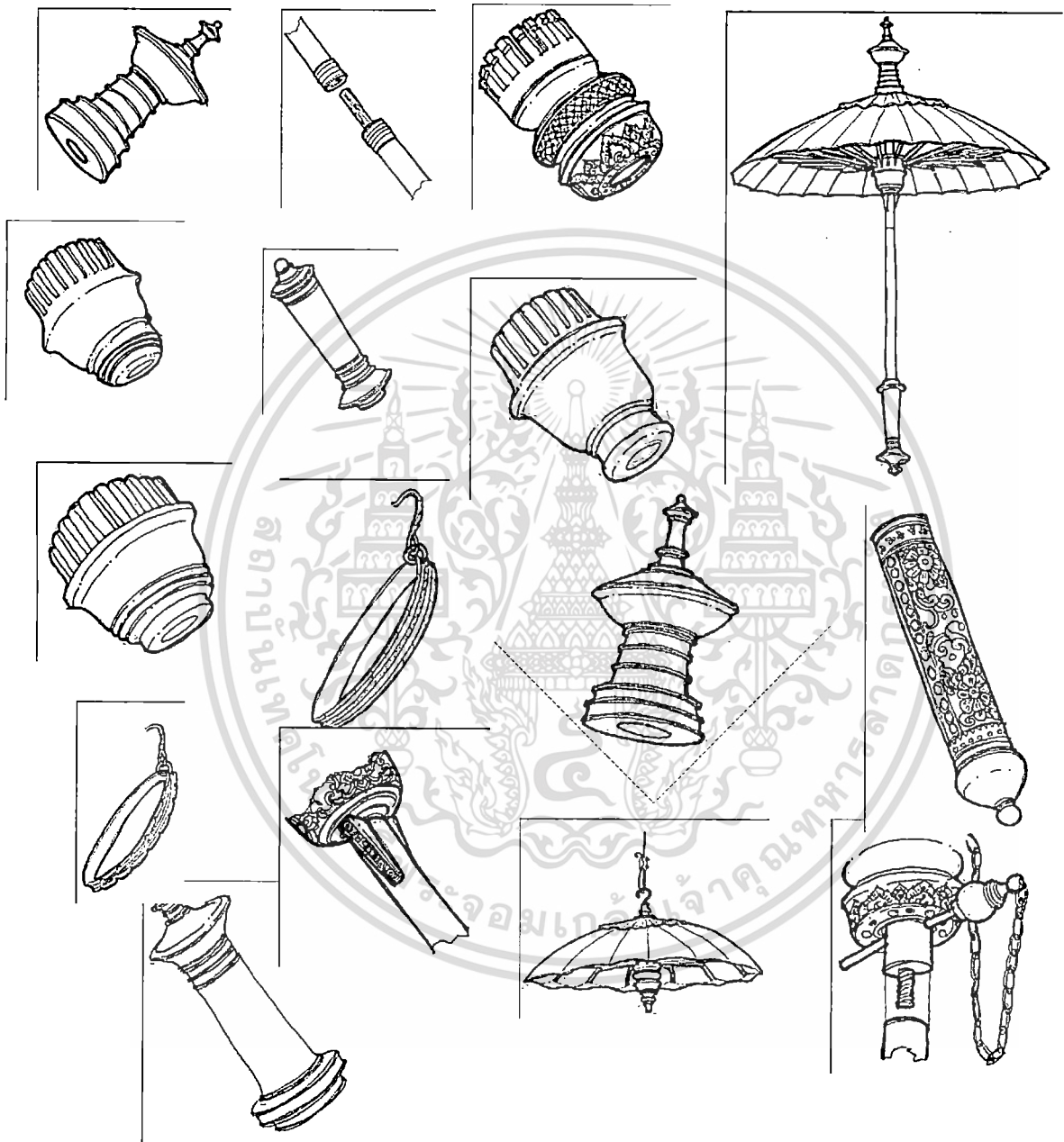
ติดต่อนักศึกษา โทร.087-179-5970

รับมอบหมาย: อ.ไพฑูรย์ พิมพ์ดี
อ.รัฐไท พรเจริญ
25 มิ.ย. 54



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ (Sketch Design)



ภาพที่ ช. ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

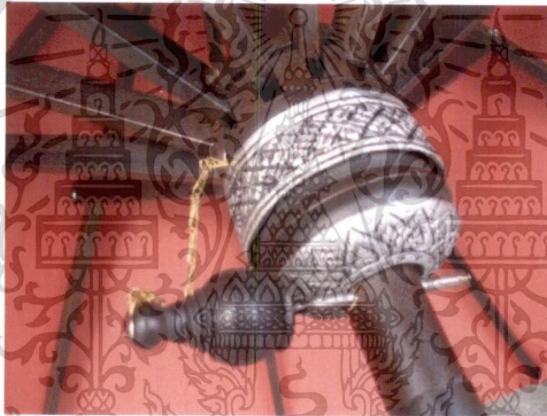


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ ร่มบ่อสร้าง



ภาพที่ ซ.1 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง ที่ได้ทำการวิจัย



ภาพที่ ซ.2 ส่วนของตุ้มร่ม ประดับด้วยโลหะดุนลายจำนวน 2 ชั้น และ ตัวเสียบล้อกรม



ภาพที่ ซ.3 ส่วนหัวร่ม ประดับด้วยโลหะดุนลายจำนวน 4 ชั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ ร่มบ่อสร้าง



ภาพที่ ซ.4 ด้ามร่มทำจากแผ่นโลหะชุบสลาย ขึ้นรูปเป็นทรงกระบอก สวมเข้ากับ แกนไม้



ภาพที่ ซ.5 หัวร่มแบบขอเกี่ยว ใช้สำหรับแขวนผลิตภัณฑ์ร่ม



ภาพที่ ซ.6 ภาพขณะแขวนร่ม จะมีจุกไม้กลึงมาใส่ แทนที่ด้ามร่มและมือจับ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ ร่มบ่อสร้าง



ภาพที่ ซ.7 ภาพร่มบ่อสร้างที่แขวน



ภาพที่ ซ.8 ลายของร่มที่ทำการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



หนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความ
วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ขอรับรองว่าบทความวิจัย

เรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่
โดย นายภัทรกร ออแก้ว

ได้ผ่านการประเมินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
และตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๕)


(นางสาวณพรรณ/ สิ้นสุศิริ)

ผู้ช่วยบรรณาธิการ วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

STUDY AND DEVELOPMENT BO-SANG UMBRELLA PRODUCTS FROM CHIANGMAI PROVINCE

ภัทรกร ออแก้ว¹อุดมศักดิ์ สารวิบุตร²รัฐไท พรเจริญ³

บทคัดย่อ

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษา สํารวจ และรวบรวมข้อมูล ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น (2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย ลวดลาย วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต ให้เหมาะสมกับความต้องการที่มีของผู้ใช้ ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ วิถีชีวิตการทำ ร่มบ่อสร้างไว้ (3) ประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง ที่ได้รับการ ออกแบบและพัฒนาแล้วจากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย คือ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยวที่มาเดิน เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง จำนวน 180 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว, แบบ ประเมินความพึงพอใจจากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 ขั้นตอน และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปว่า การศึกษา สํารวจ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง “ร่ม เชียงใหม่” บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นเชียงใหม่ อันแสดงให้เห็นถึงที่มา ของวัฒนธรรมพื้นบ้านและชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาวภาคเหนือในอดีตได้เป็น อย่างดี โดยจากการศึกษาประวัติศาสตร์การผลิตร่มของเชียงใหม่ พบว่าชาว เชียงใหม่ได้ผลิตร่มใช้กันมานานกว่า 100 ปีที่ผ่านมาแล้ว ซึ่งแหล่งผลิตร่มส่วน ใหญ่จะกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ของอำเภอสันกำแพง ทั้งนี้เนื่องจากอำเภอสันกำแพง มีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นที่ราบลุ่ม ค่อนข้างสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มากมาย ทำให้จัดหาวัตถุดิบได้ง่าย อีกทั้งลักษณะทางกายภาพของชุมชนยังช่วย ส่งเสริมให้บางหมู่บ้านมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกระจายอยู่ทั่วไป พื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชนจึงอยู่ในภาคการเกษตร การบริการ และการผลิต งานหัตถกรรมจากวัสดุธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่

การทำร่มจึงเป็นอาชีพหัตถกรรมหลักของชาวบ้านในอำเภอสันกำแพง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

² รองศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาครุศาสตร์ศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

โดยในอดีตหมู่บ้านบ่อสร้างเป็นหมู่บ้านที่มีการทำร่มกันเป็นอาชีพ ชาวบ้านเกือบทุกคนของหมู่บ้านนี้มีฝีมือในการทำร่มอย่างสวยงามและคงทน เช่นเดียวกับที่บรรพบุรุษได้ถ่ายทอดเอาไว้ โดยระยะแรกการทำร่มของบ้านบ่อสร้างทำขึ้นเพื่อใช้งานในชีวิตประจำวันเท่านั้น ต่อมาเมื่อผู้เห็นความสำคัญของการทำร่มจึงได้พัฒนา รูปแบบให้ทันสมัยขึ้น จนปัจจุบันการทำร่มของบ้านบ่อสร้างได้พัฒนาจากงานฝีมือ จากท้องถิ่นมาสู่ระบบอุตสาหกรรมและการค้าขายอย่างเต็มตัว เกือบทุกครอบครัว จะมีการนำร่มออกมาจำหน่ายจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาจัดหาซื้อร่มไปเป็นของที่ระลึกกันอย่างแพร่หลาย และเนื่องจากร่มของบ้านบ่อสร้างมีเอกลักษณ์เฉพาะแบบ มีรูปลักษณะที่สวยงาม อีกทั้งการใช้วัสดุที่คงทน ทำให้ชื่อเสียงของบ้านบ่อสร้างแห่งนี้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง

การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง พบว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบต้องครอบคลุมทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ ของใช้ ของที่ระลึก ของตกแต่ง โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ มีประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้ได้หลายโอกาส รูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคและประการสำคัญคือ ต้องสื่อความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด นอกจากนี้ยังต้องมีรูปทรงและลวดลายที่สวยงาม มีความเหมาะสมในการเลือกและประยุกต์ใช้วัสดุ มีขนาด สัดส่วน ที่เหมาะสมกับการใช้งาน และมีความเป็นไปได้ในการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ แล้วประเมินผลโดยผู้บริโภค ผลการประเมินพบว่าโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับดี ($\bar{x}=4.07$)

คำสำคัญ : ร่มบ่อสร้าง ล้านนา พัฒนาผลิตภัณฑ์

Abstract

The objectives of this research “study and development Bo-Sang umbrella products from Chiang Mai province” were to 1) to survey and collect Bo-Sang umbrella products data that be a local wisdom, 2) to develop Bo-Sang umbrella product having pattern, useful, style, material, and methodology of production to be appropriate for the needs of

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

usages that stick with identity and ways of life of umbrella production, and 3) to evaluate satisfaction on Bo-Sang umbrella products that design and develop by producers, distributors, and tourists.

The informants in this research were producers, distributors, and tourists that come to buy products from an industry center for umbrella production 180 people. The equipments used were a questionnaire asking producers, distributors, and a satisfaction evaluation asking producers, distributors and tourists that connection with education and development of Bo-Sang umbrella products in 3-steps. Data were analyzed by a percentage, mean and standard deviation.

The results were as follows: the study and survey of Bo-Sang umbrella products "Chiang Mai Umbrella" told the identity of Chiang Mai background that showed origin of local culture and livelihood of northern people in the past. The study of northern people and umbrella usage it was found that they produced umbrella for 100 years ago. The majority of umbrella production was in the area of San Kamphaeng district. San Kamphaeng has topography low land and rather fertile with several natural resource, providing raw material easy. Characteristic of some villages helped to have tourist attractions locate in the area. The foundation of social economics was in agriculture, services, and production a hand-made, using natural resources.

Umbrella production was a handicraft career most in San Kamphaeng. In the past Bo-Sang village was the first village that product umbrella. Almost all of Bo-Sang people produced umbrella beautiful and durable as their parents taught. In the first step, Bo-Sang people produced umbrella to use in daily life. Later there were some people seeing the important of umbrella production and to develop the patterns in a new style. The Bo-Sang umbrella productions today had developed from a local handicraft to industry and trade system. Most families took umbrellas for sale. Tourists admired to find umbrellas as

souvenir. Due to the Bo-Sang umbrella had specific pattern, a beautiful and used durable materials that made the name of Bo-Sang be known.

The design of Bo-Sang umbrella products, it was found that the products must cover 3 types- appliance, souvenir, and decoration. The product designs were useful and they used in several ways. The styles of usability harmonized with tourists or consumers need. The important was that the product designs told an identity of Chiang Mai. Besides the products must design beautiful in shape and style, chose and applied suitability, the appropriate usage of material for work and possibility of sale. For the purpose that the researcher designed and built the products and had the consumers evaluated. The result of evaluation as overall image showing that the evaluation was grade satisfaction (\bar{x} =4.07).

Keywords : BO-SANG UMBRELLA, LANNA, PRODUCT

บทนำ

สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย สะท้อนถึงความประณีต ความพิถีพิถันในการประดิษฐ์สินค้า และแสดงถึงภูมิปัญญาของชาวบ้านที่สร้างสรรค์ผลงานออกมา โดยจังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นศูนย์กลางแห่งหัตถกรรมไทยภาคเหนือ และอาจกล่าวได้ว่า เป็นเมืองที่มีการผลิตสินค้ามากที่สุดในประเทศไทย โดยสินค้าที่มีชื่อเสียง ได้แก่ เครื่องเงิน เครื่องเขิน เครื่องจักรสาน เครื่องปั้นดินเผา ไม้แกะสลัก และของที่

ระลึกต่างๆ แต่สิ่งหนึ่งในเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่ละลืมไม่ได้เลย นั่นก็คือ “ร่มเชียงใหม่” ซึ่งบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นเชียงใหม่อันแสดงถึงที่มาของวัฒนธรรมพื้นบ้าน และชีวิตความเป็นอยู่ของชาวภาคเหนือ โฉนการท่าร่มเชียงใหม่ถือกำเนิดขึ้นที่หมู่บ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง เมื่อประมาณ 200 ปี กว่าที่ผ่านมาและเป็นหัตถกรรมในครอบครัวของชาวบ่อสร้าง ที่นำชื่อเสียงมาสู่หมู่บ้าน ตั้งแต่หมู่บ้านบ่อสร้างยังไม่เป็นที่รู้จักและสนใจมากนัก (สุรเชษฐ์ เรื่อง จันท์, 2547)

ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มป่อสร้าง เป็นหน่วยงานของเอกชนที่เป็นแหล่งผลิต ร่มที่ใหญ่ที่สุดในหมู่บ้านป่อสร้าง และ จังหวัดเชียงใหม่ (สนั่น เข็มราช, 2550) ถูกจัดตั้งขึ้นในช่วงเวลาที่ชาวบ้านป่อสร้าง กำลังจะละทิ้งอาชีพการทำร่ม และหันไป ประกอบอาชีพอื่นๆแทน โดยเฉพาะอาชีพ การทำไม้แกะสลัก เนื่องจากมีผลกำไร มากกว่า แม้กระทั่งสหกรณ์ทำร่มจังหวัด เชียงใหม่ซึ่งเป็นสหกรณ์ทำร่มที่จัดตั้งขึ้น แห่งแรกของประเทศไทย ก็มีการเปลี่ยน ชื่อ สหกรณ์การทำไม้แกะสลักและการทำ ร่มจังหวัดเชียงใหม่ ยิ่งทำให้เห็น ความสำคัญของอาชีพการทำร่มถูกลดลง ไปด้วย แต่จากความต้องการอนุรักษ์ และ ส่งเสริมภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้คงอยู่ ต่อไป จึงมีการรวมตัวของชาวบ้านกลุ่ม หนึ่ง เพื่อก่อตั้งศูนย์รวมในการผลิตและ จำหน่ายร่มป่อสร้าง อันจะทำให้อาชีพการ ทำร่มยังดำรงอยู่ต่อไป โดยใช้ชื่อ “ศูนย์ อุตสาหกรรมทำร่มป่อสร้าง” ซึ่งคล้ายกับ เป็นหน่วยงานของทางราชการ แต่ความจริงแล้ว การดำเนินการเป็นรูปแบบและ การบริหารงานของเอกชนทั้งหมดโดย ภายในศูนย์อุตสาหกรรม จะมีการแสดง ชั้นตอนการผลิตครบทุกกระบวนการ ซึ่ง อาศัยแรงงานจากภายในหมู่บ้านป่อสร้าง และจากหมู่บ้านใกล้เคียง และภายใน บริเวณยังมีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อ

สินค้าได้ โดยสินค้าที่จำหน่ายจะมาจาก การผลิตและรับจากร้านค้าย่อยอื่นๆด้วย (กัณณิกา บัวจัน, สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2554) ดังนั้นการจัดตั้งศูนย์ อุตสาหกรรมในครั้งนี้ จึงถือเป็นการสร้าง งานสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในท้องถิ่น สามารถยึดเป็นอาชีพหลักได้ นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งระบายสินค้าให้แก่ร้านค้าราย ย่อย และช่วยยกระดับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านป่อสร้าง ให้เป็นที่ รู้จักและยอมรับในระดับประเทศอีกด้วย โดยในปี 2549 ที่ผ่านมา ทางศูนย์ อุตสาหกรรมมีส่วนช่วยอย่างมาก ที่ทำให้ หมู่บ้านป่อสร้าง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ นักท่องเที่ยวให้ความนิยมเป็นลำดับที่ 9 จากทั้งหมด 17 แห่ง โดยคิดเป็นร้อยละ 6.35 ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่ คิดเป็นจำนวน 354,985 คน/ปี มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ 2,766.50 บาท/คน/วัน โดยจำนวนนี้มี ค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อของที่ระลึก จำนวน 275,607,372.50 บาท/ปี (ศูนย์บริการออกแบบสินค้าหัตถกรรม คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2549)

แต่จากปัญหาความผันผวนทาง การเมือง เศรษฐกิจ ตลอดจนเงินบาทที่ แข็งค่าขึ้น ในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อ ระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เช่นเดียวกับจังหวัดเชียงใหม่ และหมู่บ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บ่อสร้าง เพราะนักท่องเที่ยวจากภาคพื้นยุโรป อเมริกา รวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย เดินเข้ามาท่องเที่ยวกันน้อยลง (สนั่น เข็มราช, 2550) ทำให้รายได้น้อยลงไปเรื่อยๆ จนร้านจำหน่ายร่มบ่อสร้างบางแห่ง ต้องปิดตัวลงเพราะเกิดภาวะขาดทุนและหันไปประกอบอาชีพอื่นที่มีผลกำไรหรือสามารถเลี้ยงชีพได้แทน แสดงให้เห็นว่าชาวบ้านบ่อสร้าง กำลังจะละทิ้งอาชีพการทำร่มที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านไปอีกครึ่งหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีการแก้ไขและช่วยเหลือแล้ว เหตุการณ์การละทิ้งอาชีพการทำร่มก็ย่อมจะเกิดขึ้นอีกในอนาคตและในที่สุดอาชีพทำร่มก็จะเป็นอาชีพที่ทุกคนลืมเลือนไปในที่สุด และความรู้ของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์นี้ก็ จะสาบสูญ และ กลายเป็นเพียงประวัติศาสตร์ไปเท่านั้น ซึ่งจากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวจึงเป็นที่สังเกตได้ว่าผู้ประกอบการในหมู่บ้านบ่อสร้าง จะสามารถบริหารกิจการ ให้ดำเนินอยู่ได้ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันนั้น จำเป็นต้องมีการบริหารงานในทุกๆ ด้านเป็นอย่างดี เหมือนกันศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง ที่สามารถดำเนินธุรกิจนี้มานานกว่า 30 ปี ก่อตั้งจากช่วงเวลาวิกฤติของหมู่บ้าน ผ่านการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม และวิกฤติการณ์ต่างๆ มากมาย แต่ก็ยังคงสืบสานกิจการ และ สืบทอดความ

เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ไว้ได้อย่างมั่นคง

จากสภาพปัญหาของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษา สืบค้น รวบรวมข้อมูล และออกแบบผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้างให้มีรูปแบบที่น่าสนใจและน่าจดจำมีเอกลักษณ์ความเป็นจังหวัดเชียงใหม่ และมีคุณภาพ ประโยชน์ใช้สอย ลวดลาย มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของผู้ใช้และเข้ากับยุคสมัยและส่งเสริมการผลิตร่มบ่อสร้างของชาวล้านนาเพื่อไม่ให้ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษสูญหายไป โดยมุ่งหวังให้ชาวบ้านในชุมชน ช่วยกันสร้างให้เกิดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเอง ให้ถือเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการสร้างกระแสนิยมการใช้สินค้าไทย ถือเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาซึ่งรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชน สร้างให้เกิดความเข้มแข็ง และส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในระดับรากหญ้าอย่างยั่งยืน

สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย สะท้อนถึงความประณีต ความพิถีพิถันในการประดิษฐ์สินค้า และแสดงถึงภูมิปัญญาของชาวบ้านที่สร้างสรรค์ผลงานออกมา โดยจังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นศูนย์กลางแห่งหัตถกรรมไทยภาคเหนือ และอาจกล่าวได้ว่า เป็นเมืองที่

มีการผลิตสินค้ามากที่สุดในประเทศไทย โดยสินค้าที่มีชื่อเสียง ได้แก่ เครื่องเงิน เครื่องเขิน เครื่องจักรสาน เครื่องปั้นดินเผา ไม้แกะสลัก และของที่ระลึกต่างๆ แต่สิ่งหนึ่งในเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่จะลืมไม่ได้เลย นั่นก็คือ “ร่มเชียงใหม่” ซึ่งบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นเชียงใหม่อันแสดงถึงที่มาของวัฒนธรรมพื้นบ้าน และชีวิตความเป็นอยู่ของชาวภาคเหนือ โดนการทำร่มเชียงใหม่ถือกำเนิดขึ้นที่หมู่บ้านป่อสร้าง อำเภอสันกำแพง เมื่อประมาณ 200 ปี กว่าที่ผ่านมาและเป็นหัตถกรรมในครอบครัวของชาวป่อสร้าง ที่นำชื่อเสียงมาสู่หมู่บ้าน ตั้งแต่หมู่บ้านป่อสร้างยังไม่เป็นที่รู้จักและสนใจมากนัก (สุรเชษฐ์ เรืองจันทร์, 2547)

ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มป่อสร้างเป็นหน่วยงานของเอกชนที่เป็นแหล่งผลิตร่มที่ใหญ่ที่สุดในหมู่บ้านป่อสร้าง และจังหวัดเชียงใหม่ (สนั่น เข็มราช, 2550) ถูกจัดตั้งขึ้นในช่วงเวลาที่ชาวบ้านป่อสร้างกำลังจะละทิ้งอาชีพการทำร่ม และหันไปประกอบอาชีพอื่นๆ แทน โดยเฉพาะอาชีพการทำไม้แกะสลัก เนื่องจากมีผลกำไรมากกว่า แม้กระทั่งสหกรณ์ทำร่มจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นสหกรณ์ทำร่มที่จัดตั้งขึ้นแห่งแรกของประเทศไทย ก็มีการเปลี่ยนชื่อ สหกรณ์การทำไม้แกะสลักและการทำร่มจังหวัดเชียงใหม่ ยิ่งทำให้เห็น

ความสำคัญของอาชีพการทำร่มถูกลดลงไปด้วย แต่จากความต้องการอนุรักษ์ และส่งเสริมภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป จึงมีการรวมตัวของชาวบ้านกลุ่มหนึ่ง เพื่อก่อตั้งศูนย์รวมในการผลิตและจำหน่ายร่มป่อสร้าง อันจะทำให้อาชีพการทำร่มยังคงดำรงอยู่ต่อไป โดยใช้ชื่อ “ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มป่อสร้าง” ซึ่งคล้ายกับเป็นหน่วยงานของทางราชการ แต่ความจริงแล้ว การดำเนินการเป็นรูปแบบและการบริหารงานของเอกชนทั้งหมดโดยภายในศูนย์อุตสาหกรรม จะมีการแสดงขั้นตอนการผลิตครบทุกกระบวนการ ซึ่งอาศัยแรงงานจากภายในหมู่บ้านป่อสร้าง และจากหมู่บ้านใกล้เคียง และภายในบริเวณยังมีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ โดยสินค้าที่จำหน่ายจะมาจากการผลิตและรับจากร้านค้าย่อยๆ อื่นๆ ด้วย (กัณณิกา บัวจัน, สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2554) ดังนั้นการจัดตั้งศูนย์อุตสาหกรรมในครั้งนี้ จึงถือเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในท้องถิ่นสามารถยึดเป็นอาชีพหลักได้ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งระบายสินค้าให้แก่ร้านค้ารายย่อย และช่วยยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านป่อสร้าง ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับประเทศอีกด้วย โดยในปี 2549 ที่ผ่านมา ทางศูนย์อุตสาหกรรมมีส่วนช่วยอย่างมาก ที่ทำให้

มุ่งหวังให้ชาวบ้านในชุมชน ช่วยกันสร้างให้เกิดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเอง ให้ถือเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการสร้างกระแสนิยมการใช้สินค้าไทย ถือเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาซึ่งรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชน สร้างให้เกิดความเข้มแข็ง และส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในระดับรากหญ้าอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษา สํารวจ และรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย ลวดลาย วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต ให้เหมาะสมกับความต้องการที่มีของผู้ใช้ ยังคงความเป็นเอกลักษณ์วิถีชีวิตการทำร่วมบ่อสร้างไว้
3. ประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้วจากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และนักท่องเที่ยว

สมมุติฐานการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายมีระดับความพึงพอใจในคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง รูปแบบใหม่ ให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิด ดังนี้

การพัฒนาในรูปแบบและประโยชน์ใช้สอย ลวดลาย วัสดุและกรรมวิธีผลิตร่วมบ่อสร้าง โดยใช้กรอบแนวคิดด้านปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบ ซึ่ง นวลน้อย บุญวงษ์ (2539 : 83-108) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบสามารถจำแนกอย่างกว้างๆ ได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1 ปัจจัยภายในงานออกแบบ เป็นปัจจัยเบื้องต้นทำหน้าที่กำหนด และให้ขอบเขตแก่งานออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นงาน 2 และ 3 มิติประเภทใดๆ ก็ตาม โดยงานออกแบบนั้นเกิดขึ้นจากการนำวัสดุชนิดต่างๆ มาผ่านกรรมวิธีขึ้นรูปที่เหมาะสมและเป็นไปได้จริงในเวลานั้น เพื่อให้เกิดรูปทรงใหม่ ซึ่งสามารถตอบสนองประโยชน์ตามหน้าที่ใช้สอยได้เป็นอย่างดี ปัจจัยจากภายในทั้ง 3 ประการ คือ วัสดุและกรรมวิธีการผลิต ประโยชน์ใช้สอย และรูปทรงต่างมีความสำคัญและเกี่ยวข้อสัมพันธ์โดยนักออกแบบเป็นผู้ทำหน้าที่ประสานความสัมพันธ์ระหว่างกันให้เกิดความเหมาะสมสูงสุด

2 ปัจจัยจากภายนอกงานออกแบบ คือ สภาพแวดล้อมรอบตัวของงานออกแบบก็มีอิทธิพลในการกำหนดหรือให้ขอบเขตแก่งานออกแบบ งานออกแบบชนิดใหม่ที่เกิดขึ้น นักออกแบบจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบซึ่งกันและกัน เพื่อให้

มุ่งหวังให้ชาวบ้านในชุมชน ช่วยกันสร้างให้เกิดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเอง ให้ถือเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการสร้างกระแสนิยมการใช้สินค้าไทย ถือเป็น การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาซึ่งรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชน สร้างให้เกิดความเข้มแข็ง และส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในระดับรากหญ้าอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษา สำรวจ และรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง จังหวัด เชียงใหม่ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง จังหวัด เชียงใหม่ ให้มีรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย ลวดลาย วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต ให้เหมาะสมกับความต้องการที่มีของผู้ใช้ ยังคงความเป็นเอกลักษณ์วิถีชีวิตการทำรุ่มบ่อสร้างไว้
3. ประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง ที่ได้รับการออกแบบและ พัฒนาแล้วจากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และ นักท่องเที่ยว

สมมุติฐานการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายมีระดับความพึงพอใจในคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง รูปแบบใหม่ ให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิด ดังนี้

การพัฒนา รูปแบบและประโยชน์ใช้สอย ลวดลาย วัสดุและกรรมวิธีผลิตรุ่มบ่อสร้าง โดยใช้กรอบแนวคิดด้านปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบ ซึ่ง นวลน้อย บุญวงษ์ (2539 : 83-108) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบสามารถจำแนกอย่างกว้างๆ ได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1 ปัจจัยภายในงานออกแบบ เป็นปัจจัยเบื้องต้นทำหน้าที่กำหนด และให้ขอบเขตแก่งานออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นงาน 2 และ 3 มิติประเภทใดๆ ก็ตาม โดยงานออกแบบนั้นเกิดขึ้นจากการนำวัสดุชนิดต่างๆ มาผ่านกรรมวิธีขึ้นรูปที่เหมาะสมและเป็นไปได้จริงในเวลานั้น เพื่อให้เกิดรูปทรงใหม่ ซึ่งสามารถตอบสนองประโยชน์ตามหน้าที่ใช้สอยได้เป็นอย่างดี ปัจจัยจากภายในทั้ง 3 ประการ คือ วัสดุและกรรมวิธีการผลิต ประโยชน์ใช้สอย และรูปทรงต่าง มีความสำคัญและเกี่ยวข้องสัมพันธ์โดยนักออกแบบ เป็นผู้ทำหน้าที่ประสานความสัมพันธ์ระหว่างกันให้เกิดความเหมาะสมสูงสุด

2 ปัจจัยจากภายนอกงานออกแบบ คือ สภาพแวดล้อมรอบตัวของงานออกแบบก็มีอิทธิพลในการกำหนดหรือให้ขอบเขตแก่งานออกแบบ งานออกแบบชนิดใหม่ที่เกิดขึ้น นักออกแบบจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบซึ่งกันและกัน เพื่อให้

สามารถใช้งานร่วมกันกับสิ่งที่มี และเป็นอยู่
เต็มได้เป็นอย่างดี ปัจจัยภายนอกที่มี
ความสำคัญต่องานออกแบบสามารถจำแนก
ออกได้เป็น 4 ด้าน คือ การแข่งขันในตลาด
ความสามารถเข้ากันได้กับระบบสากล การ
ควบคุมด้านความปลอดภัย และการอนุรักษ์
ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "การศึกษา
และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง จังหวัด
เชียงใหม่" ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย
ดังนี้

ขอบเขตของชนิดสินค้า

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้
กำหนดชนิดของผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง ที่จะ
นำมาใช้เป็นทางเลือกในการศึกษาความ
ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในขั้นตอน
การศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์
และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ก่อนนำผลการ
วิเคราะห์ข้อมูล ไปใช้สรุปหาชนิดของสินค้าที่
เป็นที่ต้องการสูงสุด เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาใน
ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่ม ต่อไป

โดยกลุ่มชนิดของผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง
ที่นำมาศึกษามี ดังนี้

1. ร่มผ้าแพร (Rayon Umbrella)
ขนาดต่างๆ
2. ร่มผ้าฝ้ายลงน้ำมัน (Cotton
Waterproof Umbrella) ขนาดต่างๆ
3. ร่มกระดาษ (Sa-Paper
Umbrella) ขนาดต่างๆ
4. ร่มกระดาษน้ำมันลายจีน
(Printed Sa-Paper Umbrella) ขนาดต่างๆ

ขอบเขตของแหล่งที่มาของข้อมูล

ในการศึกษาและพัฒนาของฝาก
สำหรับผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง จังหวัด
เชียงใหม่ ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งที่มาของ
ข้อมูล ในแต่ละขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้า
ข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ใช้แบบสอบถามด้วยคำถามแบบ
ตรวจสอบ (Check List) และการสัมภาษณ์
ด้วยคำถามแบบเปิดจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 2
กลุ่ม จำนวน 60 ท่าน เพื่อคัดเลือกชนิดของ
ผลิตภัณฑ์ร่มของฝากที่จะนำมาออกแบบ
พร้อมนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางใน
การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง จังหวัด
เชียงใหม่

2. ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์
ร่มก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้
แบบสอบถามแบบมาตราส่วน (Rating
Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ ประกอบ
ภาพสเก็ต (Sketch Design) พร้อม
ข้อเสนอแนะ จากผู้เชี่ยวชาญ ด้านการ
ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 3
ท่าน

3. ขั้นตอนการประเมินความพึง
พอใจในผลิตภัณฑ์ร่มก่อสร้าง จังหวัด
เชียงใหม่ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมา ใช้
แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า
(Rating Scale) ด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ
ประกอบแบบจำลอง (Model) จาก
กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ผลิตร่มของศูนย์
อุตสาหกรรมทำร่มก่อสร้าง จำนวน 20 ท่าน

และนักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
ของศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง จำนวน
80 ท่าน

ขอบเขตในการกำหนดตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้
ประกอบด้วย

1 ขั้นตอนการศึกษา และค้นคว้า
ข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ร่มบ่อสร้าง
วางจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน

2 ขั้นตอนการออกแบบออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ตัว
แปรที่ศึกษา ได้แก่ ผลงานผลิตภัณฑ์ร่มทั้ง 3
แนวทาง

3 ขั้นตอนการประเมินความพึง
พอใจผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบ
ของร่มบ่อสร้างทั้งก่อนและหลังการพัฒนา

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึง
พอใจในคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ร่ม
รูปแบบใหม่ หลังการพัฒนา

สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนด
ไว้ข้างต้นสามารถสรุปผลการวิจัยได้ 2
ประเด็น ดังนี้

1 การศึกษา สืบรวจ ข้อมูล
ผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง “ร่มเชียงใหม่” บ่ง
บอกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นเชียงใหม่

อันแสดงให้เห็นถึงที่มาของวัฒนธรรม
พื้นบ้านและชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาว
ภาคเหนือในอดีตได้เป็นอย่างดี โดยจาก
การศึกษาประวัติศาสตร์การผลิตร่มของ
เชียงใหม่ พบว่าชาวเชียงใหม่ได้ผลิตร่มใช้
กันมานานกว่า 100 ปีที่ผ่านมาแล้ว ซึ่งแหล่ง
ผลิตร่มส่วนใหญ่จะกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ของ
อำเภอสันกำแพง ทั้งนี้เนื่องจากอำเภอสัน
กำแพง มีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นที่ราบ
ลุ่ม ค่อนข้างสมบูรณ์ไปด้วย
ทรัพยากรธรรมชาติมากมาย ทำให้จัดหา
วัตถุดิบได้ง่าย อีกทั้งลักษณะทางกายภาพ
ของชุมชนยังช่วยส่งเสริมให้บางหมู่บ้านมี
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกระจาย
อยู่ทั่วไป พื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชนจึง
อยู่ในภาคการเกษตร การบริการ และการ
ผลิตงานหัตถกรรมจากวัสดุธรรมชาติเป็น
ส่วนใหญ่

การทำร่มจึงเป็นอาชีพหัตถกรรม
หลักของชาวบ้านในอำเภอสันกำแพง โดยใน
อดีตหมู่บ้านบ่อสร้างเป็นหมู่บ้านที่มีการทำ
ร่มกันเป็นอาชีพ ชาวบ้านเกือบทุกคนของ
หมู่บ้านนี้มีฝีมือในการทำร่มอย่างสวยงาม
และคงทน เช่นเดียวกับที่บรรพบุรุษได้
ถ่ายทอดเอาไว้ โดยระยะแรกการทำร่มของ
บ้านบ่อสร้างทำขึ้นเพื่อใช้งานใน
ชีวิตประจำวันเท่านั้น ต่อมาเมื่อผู้เห็น
ความสำคัญของการทำร่มจึงได้พัฒนา
รูปแบบให้ทันสมัยขึ้น จนปัจจุบันการทำร่ม
ของบ้านบ่อสร้างได้พัฒนาจากงานฝีมือจาก
ท้องถิ่นมาสู่ระบบอุตสาหกรรมและการ
ค้าขายอย่างเต็มตัว เกือบทุกครอบครัวจะมี

การนำร่องออกมาจำหน่ายจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาจัดหาซื้อ รวมไปถึงเป็นที่ระลึกกันอย่างแพร่หลาย และเนื่องจากर्मของบ้านบ่อสร้างมีเอกลักษณ์เฉพาะแบบ มีรูปลักษณะที่สวยงาม อีกทั้งการใช้วัสดุที่คงทน ทำให้ชื่อเสียงของบ้านบ่อสร้างแห่งนี้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง

2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง พบว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบต้องครอบคลุมทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ ของใช้ ของที่ระลึก ของตกแต่ง โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ มีประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้ได้หลายโอกาส รูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคและประการสำคัญคือ ต้องสื่อความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด นอกจากนี้ยังต้องมีรูปทรงและลวดลายที่สวยงาม มีความเหมาะสมในการเลือกและประยุกต์ใช้วัสดุ มีขนาด สัดส่วน ที่เหมาะสมกับการใช้งาน และมีความเป็นไปได้ในการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ แล้วประเมินผลโดยผู้บริโภค ผลการประเมินพบว่าโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับดี ($\bar{x}=4.07$)

อภิปรายผล

จากการสรุปผลข้างต้นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ มีประเด็นสำคัญที่จะอภิปรายดังนี้

ข้อมูลทางการตลาดผู้ซื้อต้องการเพิ่มตัวสินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน และ

ประเภทของที่ระลึก รองลงมาประเภทของใช้รูปแบบ ลวดลาย เป็นงานผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชีรินทร พัทธเมธา (2544 : 38) เรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์พื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้บริโภคมีปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมืองทุกชนิด คือ มีรูปแบบให้เลือกน้อย ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของรูปแบบ รูปทรง และลวดลายน้อยมาก แบบใหม่ๆ จะได้จากลูกค้าที่นำมาสั่งทำและผู้ผลิตก็จะยึดเอาแบบนั้นมาผลิตต่อกันซ้ำๆ กันเรื่อยมาเช่นเดียวกับแบบดั้งเดิมที่ผลิตสืบทอดมาแต่โบราณไม่นิยมการปรับปรุงและพัฒนา จึงเป็นมูลเหตุที่ไม่สามารถพัฒนารูปแบบให้แปลกใหม่ กว้างขวางออกไปได้

ส่วนข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมบ่อสร้าง ผู้ประกอบการควรรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ร่วม ได้แก่ การใช้วัสดุดี และขั้นตอนการผลิตร่วมให้ได้คุณภาพ รวมไปถึงยังขาดเอกลักษณ์ ลวดลายเฉพาะถิ่น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ยังไม่ดีมากพอ เพราะอายุการใช้งานน้อย เกิดจากปัญหาเรื่องมอด อีกทั้งต้องเพิ่มความประณีตเรียบร้อย ต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค และประการสำคัญคือต้องสื่อความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเด่นชัด นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ต้องมีรูปทรงและลวดลาย ที่มีความสวยงาม มีความเหมาะสมในการเลือก

และประยุกต์ใช้วัสดุ มีขนาด สัดส่วน ที่เหมาะสมกับการใช้งาน และมีความเป็นไปได้ในการจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของ เบอร์เด็ค (Burdek, 2005 : 273) ที่เห็นการออกแบบให้เกิดความพอดีหรือลงตัวแต่ยังคงภาพลักษณ์และความสวยงามของผลิตภัณฑ์ไว้และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ แก่นจันทร์ มะลิขอ (2546 : บทคัดย่อ) ที่วิจัยเรื่อง"การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทใหญ่ บ้านใหม่ หมอกจ๋าม อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่"ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยสามารถใช้ได้หลายโอกาส และควรรักษาลวดลาย และความเป็นเอกลักษณ์

วัสดุที่ใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง โดยการนำวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น วัสดุหลักคือไม้ไผ่ กระดาษ มาทำผลิตภัณฑ์ร่วม ซึ่งอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตนั้น มีอายุการใช้งานที่สั้น จึงควรประยุกต์ใช้ วัสดุทดแทน หรือวัสดุที่มีความแข็งแรงมากกว่าจะยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ร่วมได้

การนำวัสดุสังเคราะห์และวัสดุธรรมชาติมาตกแต่งลวดลายบนผลิตภัณฑ์ร่วม ได้แก่ แผ่นเงิน แผ่นทองแดง หรือการเคลือบด้วยแล็กเกอร์ หรือลงสีน้ำมัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นางลักษณ์ ชันอุระ (2546 : 95) เรื่อง เครื่องเขียนเชียงใหม่กับหารเปลี่ยนแปลงการผลิต พบว่า การออกแบบลวดลายใหม่ ๆ หรือการคิดค้นรูปทรงของเครื่องเขียนให้แปลกแตกต่างออกไปจากที่เคยมีอยู่จะดึงดูดลูกค้าใหม่ได้มากกว่าเดิม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1 ควรมีการศึกษาวัสดุธรรมชาติที่อื่น ๆ ที่หลากหลายในท้องถิ่น และนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบที่แปลกใหม่ และนักออกแบบควรคำนึง และให้ความสำคัญในการใช้วัสดุอย่างมีคุณค่า มีความรู้ความสามารถที่จะจัดการให้วัสดุให้มีเศษเหลือทิ้งน้อยที่สุด และใช้วัสดุอย่างเต็มศักยภาพ ในด้านความงาม ต้องมีความเข้าใจในหลักพื้นฐานในการออกแบบเป็นอย่างดี ทั้งในด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านขนาด มิติต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสรีระร่างกายของผู้ใช้

2 ควรมีการเพิ่มเติมอัตลักษณ์อื่นๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ เข้าไปผสมผสานในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง เพื่อให้เป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนอื่นๆ ใกล้เคียง อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง ที่ประยุกต์ใช้อัตลักษณ์อื่นๆ ภายในจังหวัดเชียงใหม่ และยังเป็นการสร้างทางเลือกสำหรับผู้บริโภคในการเลือกซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง

3 ควรมีการอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ในด้านต่างๆ อย่างจริงจัง ได้แก่ เรื่องราว ประเพณี วัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง รูปแบบ รูปทรง ประโยชน์ใช้สอย และลวดลายของผลิตภัณฑ์ร่วมก่อสร้าง หลักฐานทางวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความ

เจริญรุ่งเรืองมาแต่อดีต ที่สามารถใช้อ้างอิงได้ และเทคนิคกรรมวิธีการผลิต ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่ให้สูญหายไปควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมป่อสร้างในลักษณะของการประยุกต์ให้เข้ากับสังคมปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

แก่นจันทร์ มะลิขอ. การออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทใหญ่ บ้านใหม่หมอกจ๋าม อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.

ธีรินทร์ พ็ชรเมธา. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์พื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยพายัพ, 2544.

นงลักษณ์ ชันอุระ. เครื่องเขินเชียงใหม่กับการเปลี่ยนแปลงการผลิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.

นวลน้อย บุญวงษ์. หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ศูนย์บริการออกแบบสินค้าหัตถกรรม. โครงการสำรวจทางกายภาพ (ภูมิทัศน์) และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมตำบลต้นเปา เพื่อ

การท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลต้นเปา. เชียงใหม่ : คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2549.

สนั่น เข็มราช. 2550. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ [ระบบออนไลน์].

<http://www.dailynews.co.th>.

กรกฎาคม, 2554.

สุรเชษฐ์ เรื่องจันทร์. โครงการฟื้นฟูและพัฒนาหมู่บ้านหัตถกรรมป่อสร้างเพื่อการท่องเที่ยว, 2547.

Berde, Bernhard E. **History, Theory and Practice of Product Design.**

Germany : Publishers for Architecture, 2005.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายภัทรกร ออแก้ว
วันเดือนปีเกิด	30 กรกฎาคม 2529
ที่อยู่	45/2 หมู่ 8 ต.น้ำดิบ อ.ป่าซาง จ.ลำพูน 51120
ประวัติการศึกษา	ปี 2552 สำเร็จการศึกษาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาออกแบบบรรจุภัณฑ์ คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ปี 2554 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ความชำนาญเฉพาะด้าน	1.) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ 2.) การออกแบบผลิตภัณฑ์
ประสบการณ์การทำงานและผลงานวิจัย	
พ.ศ.2550-ปัจจุบัน	- ตำแหน่งนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ บริษัท เชียงใหม่วุ้นสนั่น จำกัด - ตำแหน่งนักออกแบบ บริษัท แหนมไปโอเทค จำกัด
พ.ศ.2551	โล่เกียรติคุณจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา รางวัล นักศึกษาดีเด่น
พ.ศ.2552	โล่เกียรติคุณจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา รางวัลศิษย์ เก่าดีเด่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้