

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปากกระญอ  
อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

STUDY AND DESIGN PRODUCT FROM THE WOVEN'S PAKAKAYOR.  
MAERAMAD DISTRICT, TAK PROVINCE



T128776



เพ็ญภา มณีอุต  
PENNAPA MANEE-LOUD

วพ.  
พ ๘๘๗ ก  
๒๕๖๖

ที่ id

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน... 128776  
วัน. เดือน. ปี... 1 8 ๒๕๖๖ 2556

b. 1๒๕1๐1๘X  
i. ....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตรอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
พ.ศ. 2555

KMITL-2012-ED-M-222-031  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STUDY AND DESIGN PRODUCT FROM THE WOVEN'S PAKAKAYOR.  
MAERAMAD DISTRICT, TAK PROVINCE



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION  
IN INDUSTRIAL DESIGN TECHNOLOGY  
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG  
2012

KMITL-2012-ED-M-222-031

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2012

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของทางโรงเรียนเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
นักศึกษา	นางสาวเพ็ญญา มณีอุต
รหัสนักศึกษา	51611274
ปริญญา	ครุศาสตรบัณฑิต สาขาการศึกษา
สาขา	เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2555
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้สนใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามด้านอัตลักษณ์ของผ้าทอชาวปกากะญอ นำข้อมูลที่ได้มาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างแบบจำลองผลิตภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ตรวจสอบและประเมินผลการออกแบบ จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาพัฒนาสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ สำหรับใช้ในการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มทอผ้าปกากะญอ จำนวน 32 คน และกลุ่มผู้สนใจ จำนวน 214 คน โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านอัตลักษณ์ของผ้าทอชาวปกากะญอ พบว่า สิ่งที่สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของผ้าทอชาวปกากะญอ ได้แก่ เนื้อผ้า สี และลาย โดยที่ชาวปกากะญอ ได้ทอใช้กันเองในชุมชนและได้ถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลังต่อไป
2. ด้านการออกแบบ พบว่า ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ รูปแบบที่ 3 ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53
3. ด้านความพึงพอใจของกลุ่มทอผ้าปกากะญอ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ความพึงพอใจของผู้ที่สนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	Study and design product from the woven's Pakakayor. Maeramad district, Tak province.
Student	Ms.Pennapa Maneeoud
Student ID.	51611274
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Industrial Design Technology
Year	2012
Thesis Advisor	Dr.Chaturong Louhapensang
Thesis Co-Advisor	Associate Professor Udomsak Saributr

## ABSTRACT

The purposes of this research were to study the identity of Pakakayor fabrics in Maeramad District, Tak Province, design and assess the satisfaction level of common people to Pakakayor woven products. All details and information regarding the identity of Pakakayor fabrics were collected and analyzed in order to create a suitable product model with five expert assessments. Afterwards, the product prototype was developed and assessed by 32 Pakakayor villagers and 214 of general public. The values of percentage, mean and standard deviation were later calculated and the results revealed that:

1. For the identity aspect, we found that colors, textures and patterns were the most important properties for identifying Pakakayor fabrics. Moreover, the weaving process of the Pakakayor villagers still preserve the identity inherited from their ancestors.
2. For the design aspect, we found that the third design was most suitable for Pakakayor fabrics. The mean and standard deviation values in terms of the product utility were 4.53 and 0.53 respectively.
3. For the satisfaction levels, we found that Pakakayor villagers were very satisfied with the mean and standard deviation values of 3.76 and 0.74. Furthermore, the satisfaction level of general public was also very satisfied with the mean and standard deviation values 3.87 and 0.70 respectively.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือ ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาให้ คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจและช่วยตรวจสอบ ตลอดจนการปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ จน วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ทองทรัพย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธเนศ ภิรมย์การ ดร.นิรัช สุดสังข์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิจองศา และอาจารย์ยุวดี ทองอ่อน ที่ช่วยในการตรวจสอบเครื่องมือที่ ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ และให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้วิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ อาจารย์สีบสกุล ชื่นชม อาจารย์บุญสม ธัญญานิธิวัฒน์ คุณอัญชลี ศรีป่าซาง อาจารย์อุไรวรรณ เก่งวิทยา และคุณหล้า ฐานะ ที่สละเวลาในการประเมินงานวิจัยและให้คำแนะนำ ซึ่ง เป็นประโยชน์อย่างสูง เพื่อการเก็บข้อมูล สู่การวิเคราะห์ของงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณกลุ่มทอผ้าปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ที่ให้ข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ในงานวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ตลอดจนข้อคิดต่างๆ อันก่อให้เกิด ประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้า และแนวทางในการจัดทำวิทยานิพนธ์จนประสบความสำเร็จ

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้เป็นที่เคารพยิ่งที่ได้ให้ความรักและกำลังใจ ให้ความสนับสนุน และช่วยเหลือในทุกด้านตลอดมา

ขอขอบคุณผู้บริหารผู้เป็นที่เคารพยิ่งที่ให้โอกาส เพื่อนร่วมงานและบุคคลที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวไว้ใน ที่นี้ ที่ให้การสนับสนุน ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ และเป็นกำลังใจต่อผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอบคุณทุกอุปสรรค และคำแนะนำต่างๆ ที่เป็นแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาแก่ผู้วิจัย คุณค่า และประโยชน์ใดๆ ที่เป็นผลจากวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ คุณพ่อ คุณแม่ บุพการีผู้มีคุณ และครู อุปชาอาจารย์ทุกท่าน ด้วยความรักและเคารพยิ่ง

เพ็ญญา มณีอุต



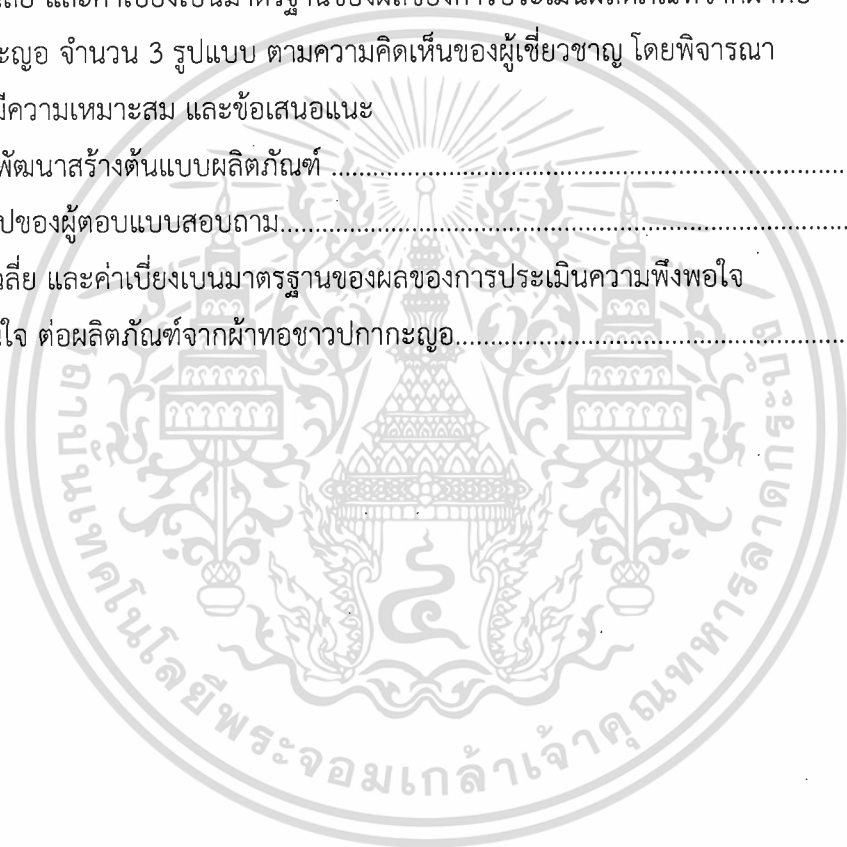
## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.2 ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอมะเระมาต จังหวัดตาก.....	71
3.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอมะเระมาต จังหวัดตาก.....	74
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	77
4.1 การศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอมะเระมาต จังหวัดตาก.....	77
4.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอมะเระมาต จังหวัดตาก .....	84
4.3 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอมะเระมาต จังหวัดตาก .....	91
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	97
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	97
5.2 อภิปรายผล.....	98
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	100
บรรณานุกรม.....	101
ภาคผนวก.....	103
ภาคผนวก ก ผลิตภัณฑ์ผ้าทอปกากะญอ อำเภอมะเระมาต จังหวัดตาก.....	104
ภาคผนวก ข การประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และประเมินความพึงพอใจ.....	108
ภาคผนวก ค หนังสือราชการ.....	113
ภาคผนวก ง เอกสารการนำเสนองานวิจัย.....	127
ภาคผนวก จ แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย.....	130
ภาคผนวก ฉ โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ อ.มะเระมาต จ.ตาก.....	134
ประวัติผู้เขียน.....	139

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 การศึกษาอัตลักษณ์ของผ้าทอ ปากกระญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก.....	73
4.1 แสดงสี ที่มา และความหมายของสี.....	78
4.2 แสดงตัวอย่างลายผ้า.....	79
4.3 แสดงการแบ่งส่วนตลาด.....	84
4.4 แสดงการเลือกตลาดเป้าหมาย.....	84
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลของการประเมินผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ชาวปากกระญอ จำนวน 3 รูปแบบ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณา รูปแบบที่มีความเหมาะสม และข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาพัฒนาสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ .....	88
4.6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	91
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลของการประเมินความพึงพอใจ ของผู้ที่สนใจ ต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปากกระญอ.....	93



# สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 การทอผ้าแบบกีเอาของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง.....	9
2.2 การเลี้ยงไหม.....	12
2.3 การแต่งกายของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง.....	14
2.4 แสดงส่วนประกอบของเครื่องทอผ้าแบบกีเอา (Back Strap).....	16
2.5 แสดงการเรียงส่วนประกอบของไม้เครื่องทอ.....	17
2.6 แสดงการเรียงด้ายระยะที่ 1.....	17
2.7 แสดงการเรียงด้ายระยะที่ 2.....	18
2.8 แสดงการเรียงด้ายระยะที่ 3.....	18
2.9 ภาพแสดงการเรียงเส้นด้าย.....	19
2.10 ขั้นตอนการสร้างความคิดสร้างสรรค์ ตามแนวคิดของเดวิด เพอร์กินส์ (David Perkins)...	24
2.11 เป็กกดกระดาษ.....	25
2.12 การวิเคราะห์เป็กกดกระดาษ.....	25
2.13 กระบวนการคิดนอกกรอบ Lateral Thinking (Lt).....	28
2.14 ตัวอย่างการคิดนอกกรอบ Lateral Thinking (Lt).....	29
2.15 กระเป๋าประเภทที่ 1 Backpack.....	46
2.16 กระเป๋าประเภทที่ 2 Baguette.....	46
2.17 กระเป๋าประเภทที่ 3 Bowler Bag หรือ Bowling Bag.....	47
2.18 กระเป๋าประเภทที่ 4 Box Bag.....	47
2.19 กระเป๋าประเภทที่ 5 Briefcase.....	48
2.20 กระเป๋าประเภทที่ 6 Bucket Bag.....	48
2.21 กระเป๋าประเภทที่ 7 Change Purse.....	49
2.22 กระเป๋าประเภทที่ 8 Clutch Bag.....	49
2.23 กระเป๋าประเภทที่ 9 Cosmetic Case Bag.....	50
2.24 กระเป๋าประเภทที่ 10 Demi Handbag.....	50
2.25 กระเป๋าประเภทที่ 11 Doctor's Bag.....	51
2.26 กระเป๋าประเภทที่ 12 Drawstring Bag.....	51
2.27 กระเป๋าประเภทที่ 13 Duffle Bag.....	52
2.28 กระเป๋าประเภทที่ 14 Fanny Bag หรือ Hip/Waist Bag.....	52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาVIIและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.29 กระเป๋าประเภทที่ 15 Flap Bag (Fold Over Lap Bag).....	53
2.30 กระเป๋าประเภทที่ 16 Hobo Bag.....	53
2.31 กระเป๋าประเภทที่ 17 Kelly Bag.....	54
2.32 กระเป๋าประเภทที่ 18 Messenger Bag.....	54
2.33 กระเป๋าประเภทที่ 19 Pocket Book.....	55
2.34 กระเป๋าประเภทที่ 20 Pouchette.....	55
2.35 กระเป๋าประเภทที่ 21 Quilted Bag.....	56
2.36 กระเป๋าประเภทที่ 22 Satchel Bag.....	56
2.37 กระเป๋าประเภทที่ 23 Shoulder Bag.....	57
2.38 กระเป๋าประเภทที่ 24 Signature Bag.....	57
2.39 กระเป๋าประเภทที่ 25 Top Handle Bag.....	58
2.40 กระเป๋าประเภทที่ 26 Tote Bag.....	58
2.41 กระเป๋าประเภทที่ 27 Wallet.....	59
2.42 กระเป๋าประเภทที่ 28 Wristlet.....	59
3.1 ทฤษฎีการคิดแบบ Lateral Thinking (Lt).....	73
3.2 แผนภาพแสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	77
4.1 แสดงเนื้อผ้าทอชาวปกากะญอ.....	80
4.2 แสดงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ ที่มีอยู่เดิม.....	81
4.3 การแต่งกายของชาวปกากะญอ ในวันทำบุญปีใหม่.....	82
4.4 การทอผ้าด้วยกี่เอวของชาวปกากะญอ.....	83
4.5 การทอผ้าด้วยกี่เอวของชาวปกากะญอ.....	83
4.6 การวิเคราะห์แนวโน้มของสี ที่ศึกษาจากสภาพแวดล้อมการอยู่อาศัยในท้องถิ่น.....	85
4.7 รูปแบบการออกแบบที่ 1 กระเป๋าผ้า(รักษ์)โลก.....	86
4.8 รูปแบบการออกแบบที่ 2 กระเป๋านอกประสงค์.....	87
4.9 รูปแบบการออกแบบที่ 3 กระเป๋าท่องเที่ยว.....	88
4.10 ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อ.แม่ระมาด จ.ตาก.....	90
4.11 แพทเทิร์นผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ.....	91

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อ VIII และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดตาก ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีความเป็นมาในประวัติศาสตร์ เป็นเมืองที่พระมหากษัตริย์ในอดีตได้เสด็จมาชุมนุมมณฑลที่เมืองตากนี้แล้วถึง 4 พระองค์ คือ พ่อขุนรามคำแหงมหาราช สมเด็จพระนเรศวรมหาราช สมเด็จพระนารายณ์มหาราช และสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช จังหวัดตากหากรวมแหล่งท่องเที่ยวทั้งประวัติศาสตร์และธรรมชาติแล้ว ถือได้ว่ามีสถานที่ท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 3 ของภาคเหนือ รองจาก จังหวัดเชียงใหม่ และ จังหวัดเชียงราย อาทิ น้ำตกทีลอซู วัดพระบรมธาตุบ้านตาก เจดีย์พุทธคิ่วพ่อขุนรามคำแหง ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสิน วนอุทยานแห่งชาติเขาพระบาท (ฟอสซิลไม้กลายเป็นหินใหญ่ที่สุดในเอเชีย) น้ำพุร้อนแม่กาษา ถ้ำแม่อุสุ ดอยสอยมาลัย วัดดอนแก้ว ศาลเจ้าพ่อพระวอ เมืองเก่าท่าสองยาง อุทยานประวัติศาสตร์เมืองตากเก่า น้ำพุร้อนห้วยน้ำนัก ไร่กุหลาบ วัดมงคลคีรีเขต พระธาตุหินกิวที่ ดอยดินจี่ คอกช้างเผือก วัดดอยข่อยเขาแก้ว ศาลสมเด็จพระนเรศวร ศาลเจ้าพ่อขุนสามชน วัดชุมพลคีรี เนินพิศวง วัดพระพุทธบาทดอยโล้น เป็นต้น(สำนักงานจังหวัดตาก: 2553)

อำเภอแม่ระมาด เป็นอำเภอหนึ่งในทางทิศตะวันตก ของจังหวัดตาก เดิมเป็นหมู่บ้านที่อยู่อาศัยของชาวกะเหรี่ยงมานานกว่า 100 ปี ต่อมาชาวไทยจากทางภาคเหนือได้พากันอพยพลงมาหาที่ทำกิน และเห็นว่าเป็นแหล่งอุดมสมบูรณ์ จึงได้ตั้งหลักฐานอยู่อาศัยและมีคนอพยพมาอยู่เรื่อย ๆ จนเป็นหมู่บ้านใหญ่ จึงได้ตั้งเป็นตำบลขึ้นกับอำเภอแม่สอด เมื่อหมู่บ้านขยายใหญ่ขึ้น ได้ยกฐานะขึ้นเป็นกิ่งอำเภอแม่ระมาด พื้นที่อำเภอแม่ระมาด มีอาณาเขตติดกับชายแดนประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมแห่งสหภาพพม่า ทางด้านทิศตะวันตก แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 6 ตำบล 55 หมู่บ้าน 2 เทศบาล 6 อบต. มีประชากรทั้งสิ้น 46,643 คน เป็นชาย 23,824 คน หญิง 22,819 คน มีพื้นที่ทั้งสิ้น 1,476 ตร.กม.(สำนักงานจังหวัดตาก: 2553)

ตามนโยบายของรัฐบาลที่ได้กำหนดนโยบาย หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งให้ประชาชน ผู้มีภูมิปัญญาและความชำนาญด้านการผลิต มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มอาชีพ มุ่งสร้างความเจริญให้กับชุมชน สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับชุมชน รวมถึงการพัฒนาการผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนอีกด้วย และยังเป็นแนวคิดที่มีความสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 (กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย : 2544) ชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยงในพื้นที่ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ซึ่งเรียกตนเองว่า “ปกากะญอ” มีการดำเนินชีวิตแบบชาวกระเหรี่ยง อีกทั้งลักษณะภูมิประเทศของชุมชนนั้น เป็นพื้นที่ราบเชิงเขา ไร่เขา การคมนาคมไม่สะดวก จึงทำให้ชาวกระเหรี่ยงต้องทอผ้าเพื่อสวมใส่ในการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเองและครอบครัว และในงานพิธีกรรมต่างๆ และกระบวนการทอผ้า

เอกรัชนา...  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของชาวประเพณี ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ในการนำมาใช้ให้ สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่และและลักษณะการแต่งกายชนเผ่า (กระทรวงวัฒนธรรม: 2553) ใช้ วัตถุดิบจากธรรมชาติ อาทิเช่น ฝ้ายที่ปลูกในพื้นที่ว่างระหว่างการทำการเกษตร การย้อมสีโดยใช้ราก ไม้ เปลือกไม้ มาย้อมทำสี กระบวนการทอ ตัด และเย็บ เป็นกระบวนการที่สามารถทำได้ในครัวเรือน ผ้าทอของชาวปกากะญอนั้นเป็นเนื้อผ้ามีคุณภาพดี และนำมาตัดเย็บอย่างมีความเป็นเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่นตนเอง สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพออกมาอย่างมากมาย แต่สินค้าหรือตัวผลิตภัณฑ์นั้นกลับ ไม่ได้ได้รับความสนใจ เนื่องจากมีสินค้าที่มีลักษณะคล้ายกันแต่มีกระบวนการที่ผลิตที่ต่างกันคือ การผลิต จากระบบอุตสาหกรรม เข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ และจากการลงพื้นที่เบื้องต้นพบถึงปัญหาของสินค้า ชาวปกากะญอ ซึ่งสามารถแยกออกได้ดังนี้ เป็นประเด็นแรก คือ ลักษณะที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของ จังหวัดตาก แบ่งออกเป็น 2 ฝั่ง คือ ฝั่งตะวันออก ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอบ้านตาก อำเภอสามเงา อำเภอวังเจ้า ฝั่งตะวันตก ได้แก่ อำเภอแม่สอด อำเภออุ้มผาง อำเภอพบพระ อำเภอท่าสองยาง และ อำเภอแม่ระมาด ซึ่งเมื่อมีการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการจำหน่ายโดยหน่วยงานของจังหวัดตากจัดขึ้น ที่ อำเภอเมืองตาก ทำให้การเดินทางมาร่วมกิจกรรมดังกล่าวเป็นไปด้วยความลำบาก ประเด็นที่สอง คือ สินค้าของชาวปกากะญอ เป็นวัฒนธรรมประจำเผ่า ซึ่งเป็นผลผลิตจากก็เข้มของสตรีชาวปกากะญอที่งดงามด้วยลวดลายและสีสัน เสื้อของชาวปกากะญอ ไม่ว่าจะเป็นชายหรือหญิง มีโครงสร้าง เหมือนกันหมด ต่างกันที่ขนาด สีสัน และลวดลายตกแต่งเท่านั้น คือทำ แถบผ้าสองชั้นเย็บติดกัน เว้น ตรงกลางไว้สวมหัว แล้วพับครึ่งไว้ตอนบนให้แขนลอด เย็บข้างลงไปถึงชายเสื้อ ตกแต่งขอบ คอ แขน และชายเสื้อด้วยพู่ครุยสีตัดกับผ้าพื้น ชาวกระเหรี่ยงเย็บผ้าໄໝ้ตะเข็บ ให้รอยเย็บเป็นส่วนหนึ่งของ ลวดลายตกแต่ง ซึ่งผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก เป็นผลิตภัณฑ์ ที่ ยังไม่ได้รับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลายและตรงตามความต้องการของ ท้องตลาด

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นปัญหาสำคัญที่เกิดของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ดังนั้น การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก จึงเป็น รูปแบบการศึกษาโดยวิเคราะห์ถึงวิธีการสร้างและออกแบบผลิตภัณฑ์ของชาวปกากะญอ เพื่อเป็นการ ส่งเสริมให้ชาวปกากะญอได้ใช้เป็นแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ของตนเองต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
- 1.2.2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
- 1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้สนใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ประกอบด้วยหลักการต่างๆของการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

#### 1.3.1 ศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

เป็นการศึกษาผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จัก หรือจำได้ อันได้แก่ อัตลักษณ์ทางกายภาพ เพื่อนำมากำหนดโครงสร้างที่ได้จากวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการเก็บรวบรวมภาพในหลายๆแห่ง จนสามารถนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลจนได้โครงสร้างของสี(สีผสม ขึ้นชม : 2554)

#### 1.3.2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ใช้ทฤษฎีการคิดแบบ Lateral Thinking (Lt) โดยอยู่ภายใต้หลักการออกแบบ 4 ประการ (มนตรี ยอดบางเตย : 2538)

- 1.3.2.1 ประโยชน์ใช้สอย
- 1.3.2.2 ความงามทางศิลปะ
- 1.3.2.3 คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ
- 1.3.2.4 แบบอย่างและวัฒนธรรม

#### 1.3.3 ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก 3 ประการ (สาคร คันธโชติ : 2528)

- 1.3.3.1 ความสวยงามน่าใช้
- 1.3.3.2 วัสดุ
- 1.3.3.3 ราคาพอสมควร

### 1.4 ขอบเขตของการศึกษาข้อมูล

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

#### 1.4.1 ผลิตภัณฑ์ของชาวปกากะญอ

- 1.4.1.1 ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

#### 1.4.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

- 1.4.2.1 ชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

#### 1.4.2.2 ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอปากะญอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.2.3 ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอปกากะญอ

1.4.2.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ท่าน

1.4.2.5 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 246 คน โดยผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 246 คน

### 1.4.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.4.3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

1.4.3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อที่มีผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ

## 1.5 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1.5.1 ขั้นตอนศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอ ของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการศึกษาให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ขั้นที่ 2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ขั้นที่ 3 ศึกษาารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ในท้องตลาด

1.5.2 ขั้นตอนออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการออกแบบให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ขั้นที่ 2 ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ

ขั้นที่ 3 ประเมินการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน

1.5.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ขั้นที่ 1 ประเมินความพึงพอใจของผู้ผลิต

ขั้นที่ 2 ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

## 1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.6.1 เกิดความรู้ความเข้าใจในอัตลักษณ์ผ้าทอ ของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

1.6.2 ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

1.6.3 ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

## 1.7 นิยามศัพท์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้จัดทำวิจัยได้มีนิยามศัพท์ซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อนี้

1.7.1 ผ้าทอ หมายถึง ผ้าที่ทอโดยชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ที่ทอด้วยกี่เอว และใช้วัสดุที่เป็นธรรมชาติ

1.7.2 ปกากะญอ หมายถึง ชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยงกลุ่มสะกอ ที่อาศัยอยู่ใน อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

1.7.3 ช่างทอผ้า หมายถึง ชาวกระเหรี่ยงที่มีประสบการณ์ในการทอผ้า

1.7.4 อัตลักษณ์ หมายถึง ลวดลายของผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

1.7.5 การออกแบบ หมายถึง การนำผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก มาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ ให้มีความสวยงาม น่าใช้

1.7.6 ประโยชน์ใช้สอย หมายถึง คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านการนำไปใช้งาน

1.7.7 ขั้นตอนการผลิต หมายถึง กระบวนการทอผ้า โดยการใช้กี่เอวชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

1.7.8 ความพึงพอใจ หมายถึง ความชื่นชอบในรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นมาใหม่ ในด้านความสวยงามน่าใช้ วัสดุและราคาพอสมควร

## บทที่ 2

# เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ได้มีการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดตาก
- 2.2 ชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
- 2.3 ผ้าทอชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
- 2.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์
- 2.5 อัตลักษณ์
- 2.6 กระเป๋า
- 2.6 การตลาดตามเป้าหมาย (STP Marketing )
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดตาก

เมืองตากในอดีตเป็นเมืองที่มีชาวมอญอยู่มาก่อน ดังมีหลักฐานศิลปะมอญปรากฏอยู่ที่อำเภอบ้านตาก มีประวัติความเป็นมาเก่าแก่ และเป็นหนึ่งในหัวเมืองที่มีอายุชั้เกินกว่าสองพันปีขึ้นไป เมื่อมีการอพยพ ของชนชาติไทยจากลุ่มน้ำแยงซีเกียงตอนใต้ ลงมาตามแนวลำน้ำตง (ลำน้ำสาละวิน) มีพวกหนึ่งได้ข้ามลำน้ำสาละวิน ผ่านลุ่มน้ำเมยหรือแม่น้ำตองยิน เข้ามาทางช่องเขาด่าน อำเภอแม่สอดและมาถึงบริเวณที่ปัจจุบันเรียกว่า “เมืองตาก” ผู้นำกลุ่มคนไทยที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานที่เมืองตาก ในยุค นั้น ได้ตั้งตนเป็นกษัตริย์ปกครองสืบทอดต่อเนื่อง กันมาจนถึงปี พ.ศ. 560 รัชสมัยพระเจ้าสักคำ ซึ่งเป็นกษัตริย์เมืองตากที่ยิ่งใหญ่มาก มีอาณาเขตที่อยู่ในอำนาจแผ่ไปจนจรดทะเลอันดามันดั่งมีบันทึกในพงศาวดารเหนือกล่าวว่าในรัชสมัยพระเจ้าสักคำนั้นเมืองตากมีการค้าขายกับเมืองอินเดียด้วย

เมืองตากคงจะเสื่อมลงในช่วงพุทธศตวรรษที่ 10 พระยาภาพรรณดิศ ผู้เป็นกษัตริย์เมืองตากที่อพยพมาจาก ตอนใต้ของกลุ่มแม่น้ำแยงซีเกียง ได้โยกย้ายไปสร้างราชธานีขึ้นใหม่ที่เมืองละโว้ทางตอนใต้ของเมืองตากลงไปอีก มีบางยุคเมืองตากถูกทอดทิ้ง กลายเป็นเมืองร้างดังในพงศาวดารเหนือได้กล่าวถึงการเสด็จทางชลมารคของพระนางจามเทวี พระราชธิดากษัตริย์ละโว้ (พระยาภาพรรณดิศ) เพื่อไปปกครองแคว้นหริภุญไชย (ลำพูน) ในราว พ.ศ. 1176 โดยทางลำน้ำปิง พระนางจามเทวีขึ้นไปสำรวจบนฝั่งแม่น้ำพบร่องรอยกำแพงเมืองเก่าๆ ถูกทิ้งร้าง จึงโปรดให้สร้างเป็นบ้านเมืองใหม่ชื่อว่า “เมืองตาก”

ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 1805 ขุนสามชนเจ้าเมืองฉอดได้ยกทัพ มาประชิดเมืองตาก ซึ่งเป็นเมืองชายแดนของกรุงสุโขทัย พ่อขุนศรีอินทราทิตย์ทรงจัดกองทัพออกไปรบ โดยมีพระราชโอรสองค์เล็กซึ่งไม่ว่ากรณใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีพระชนมายุได้ 19 พรรษา ติดตามไปด้วย กองทัพ ทั้งสองฝ่ายปะทะกันที่บริเวณเชิงดอยนอกเมือง ตากประมาณกิโลเมตรเศษ ราชโอรสองค์เล็กได้ทรงชนช้าง กับขุนสามชนกระทำยุทธหัตถีกัน ขุนสามชนสู้ไม่ได้แตกพ่ายไป ต่อมาภายหลังทรงพระนามว่า “พ่อขุนรามคำแหงมหาราช” และได้โปรดสร้างเจดีย์ขึ้นเป็นที่ระลึกถึงชัยชนะในการทำยุทธหัตถีครั้งนั้น องค์หนึ่งเป็นศิลปะแบบสุโขทัย ซึ่งเจดีย์ยุทธหัตถีนี้อยู่ที่วัดพระบรมธาตุ อำเภอบ้านตาก ห่างจากตัวเมืองไปทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำปิงราว 31 กิโลเมตร

ต่อมาในแผ่นดินมหาธรรมราชา ได้ย้ายเมืองตากลงมาทางตอนใต้ตามลำน้ำปิง ไปตั้งอยู่ที่ป่ามะม่วง ฝั่งตะวันตก ของแม่น้ำปิง ซึ่งอยู่ในเขตตำบลป่ามะม่วง อำเภอเมืองตากในปัจจุบันเมืองตากที่ย้ายมาตั้งใหม่นี้มีกำแพงเมืองหน้าด่านสำหรับป้องกันกองทัพพม่าที่จะยกเข้ามาทางด้านแม่ละเมาเท่านั้น แต่ยังเป็นเมืองที่กองทัพไทยใช้เป็นชุมชุมพลในเวลา ที่จะยกทัพไปตีเมืองเชียงใหม่อีกด้วย ในรัชสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช สมเด็จพระนารายณ์มหาราช และสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้เสด็จมาชุมนุมกองทัพที่เมืองตากนี้ทุกพระองค์โดยเฉพาะสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ก่อนที่พระองค์จะขึ้นครองราชสมบัตินั้น พระองค์ได้รับแต่งตั้งจากสมเด็จพระที่นั่งสุริยา อมรินทร์ ให้เป็น ให้เป็นข้าหลวงเชิญท้องตราราชสีห์ ไปชำระความหัวเมือง ฝายเหนือและต่อมาได้รับการแต่งตั้งเป็นหลวงยกกระบัตรเมืองตาก ปลัดเมืองตาก พระยาวชิรปราการแล้วปราบดาภิเษกขึ้นเป็นพระเจ้าแผ่นดินโดยลำดับ

กล่าวโดยสรุป จังหวัดตากเป็นจังหวัดที่มีความเป็นมาในประวัติศาสตร์ ควรค่าแก่การสนใจ เป็นเมืองที่พระมหากษัตริย์ในอดีตได้เสด็จมาชุมนุมกองทัพที่เมืองตากนี้แล้วถึง 4 พระองค์ คือ พ่อขุนรามคำแหงมหาราชทรงชนช้างกับขุนสามชนเจ้าเมืองฉอด สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงประกาศอิสรภาพ ณ เมืองแครง และทรงยกทัพกลับราชอาณาจักรไทยโดยผ่านดินแดนเมืองตากเป็นแห่งแรก สมเด็จพระนารายณ์มหาราชทรงนำทัพไปตีหัวเมืองฝายเหนือ และได้สร้างวัดพระนารายณ์ที่เชิงสะพานกิตติขจรปัจจุบัน และสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เคยได้รับพระบรมราชโองการแต่งตั้งเป็นเจ้าเมืองตากและเป็นผู้กอบกู้เอกราชของชาติไทยจากพม่า ครั้งที่ 2

จังหวัดตาก เป็นจังหวัดในภาคเหนือ (หรือบางแห่งจัดอยู่ในภาคตะวันตก) ของไทย มีพื้นที่มากเป็นอันดับ 4 ของประเทศ แต่มีประชากรเบาบางเป็นอันดับ 2 ของประเทศ นับเป็นจังหวัดชายแดนที่สำคัญอีกจังหวัดหนึ่งของไทย มีประวัติศาสตร์เก่าแก่นับแต่สมัยกรุงสุโขทัย ทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่งดงามหลายแห่งด้วย นอกจากนี้จังหวัดตากยังเป็นจังหวัดที่มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดอื่นๆ มากที่สุดในประเทศไทย โดยมีอาณาเขตติดต่อกับ 9 จังหวัดจังหวัดตากเป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคเหนือตอนล่าง มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดอื่นๆ ดังนี้ ทางตะวันออก ติดกับจังหวัดสุโขทัย กำแพงเพชร นครสวรรค์ และอุทัยธานี ทางใต้ ติดกับจังหวัดกาญจนบุรี ทางตะวันตก ติดกับรัฐกะเหรี่ยง สหภาพพม่า โดยมีแม่น้ำสายสำคัญแบ่งเขตแดนระหว่างไทยกับพม่า ซึ่งก็คือแม่น้ำเมยทางเหนือ ติดกับ จังหวัดแม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นป่าไม้

และภูเขาสูง โดยเฉพาะพื้นที่ทางด้านตะวันตก

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อำเภอแม่ระมาด ความเป็นมาของอำเภอ สันนิษฐานว่า เดิมเป็นหมู่บ้านที่อยู่อาศัยของชาว กะเหรี่ยงมานานกว่า 100 ปี ต่อมาชาวไทยจากทางภาคเหนือได้พากันอพยพลงมาหาที่ทำกิน และ เห็นว่าเป็นแหล่งอุดมสมบูรณ์ จึงได้ตั้งหลักฐานอยู่อาศัยและมีคนอพยพมาอยู่เรื่อย ๆ จนเป็นหมู่บ้าน ใหญ่ จึงได้ตั้งเป็นตำบลขึ้นกับอำเภอแม่สอด เมื่อหมู่บ้านขยายใหญ่ขึ้นอีก พระอินทศิรี นายอำเภอ แม่สอด ในสมัยนั้น จึงได้ยกฐานะขึ้นเป็นกิ่งอำเภอแม่ระมาด และได้สร้างที่ว่าการกิ่งอำเภอขึ้นที่หมู่ที่ 5 ตำบลแม่ระมาด และแต่งตั้งให้ขุนโสภิตบรรณลักษณ์เป็นปลัดกิ่งอำเภอคนแรก และที่ว่าการอำเภอ ยังตั้งอยู่ ณ ที่เดิมจนทุกวันนี้

ต่อมาในปี พ.ศ. 2491 ทางราชการได้โอนกิ่งอำเภอท่าสองยางซึ่งขึ้นอยู่กับอำเภอแม่สะ เรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน มาขึ้นกับอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และเมื่ออำเภอแม่ระมาดได้ยกฐานะขึ้น เป็นอำเภอ เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2493 ต่อมาเมื่อ 1 มกราคม 2494 กิ่งอำเภอท่าสองยางจึงได้โอน จากอำเภอแม่สอด มาขึ้นกับอำเภอแม่ระมาดด้วย และได้แยกไปเมื่อได้ยกฐานะเป็นอำเภอเมื่อปี 2501

พื้นที่อำเภอแม่ระมาด มีอาณาเขตติดกับชายแดนประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมแห่ง สหภาพพม่า ทางด้านทิศตะวันตก เท้าที่ผ่านมายังไม่เคยมีการเคลื่อนไหวทางการทหาร ของ ผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ จะมีก็แต่ข่าวการเคลื่อนไหวทางด้านมวลชน ซึ่งกล่าวได้ว่ายังไม่รุนแรงนัก

#### 2.1.1 ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และการละเล่นพื้นเมือง

จังหวัดตากมีขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และการละเล่นพื้นเมืองที่สำคัญที่นิยม ปฏิบัติสืบทอดกันมาแต่โบราณจนถึงปัจจุบัน คือ

2.1.1.1 งานลอยกระทงสาย จังหวัดตากได้จัดให้มีการลอยกระทงสายเป็นประจำทุก ปี ในงานประเพณีลอยกระทง ซึ่งเทศกาลได้กำหนดขึ้น ณ ริมฝั่งแม่น้ำปิง โดยได้รับความร่วมมือจาก ศรัทธาวัดของแต่ละหมู่บ้านมาแข่งขันกัน

2.1.1.2 งานประเพณีขึ้นธาตุเดือนเก้า จัดที่อำเภอบ้านตาก ในวันขึ้น 14-15 ค่ำ เดือนเก้าเหนือ ซึ่งตรงกับเดือนเจ็ดไทย เป็นประเพณีที่ปฏิบัติกันมาแต่โบราณของชาวล้านนา โดยจะ เดินทางขึ้นไปนมัสการพระบรมธาตุ นำต้นเงินและผ้าป่าพร้อมทั้งขบวน ซึ่งประกอบด้วยต้นเงิน ทาบ ผ้าห่ม องค์พระบรมธาตุแหขึ้นไปยังวัดพระบรมธาตุและจะไปบวงสรวงเจดีย์ยุทธหัตถี ซึ่งเป็นเจดีย์ที่ พ่อขุนรามคำแหง ได้สร้างไว้ในคราวที่ทำสงครามยุทธหัตถีชนะขุนสามชนเจ้าเมืองฉอด

2.1.1.3 ประเพณีกินวอ จะจัดระหว่างเทศกาลตรุษจีน ประมาณเดือนกุมภาพันธ์ จัดเป็นประเพณีงานขึ้นปีใหม่ของลื้ออ จะมีการเช่นไหว้ผีทั้งสอง คือ ผีหลวง เป็นผีประจำตอ และผี เมือง เป็นผีประจำหมู่บ้าน

## 2.2 ชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

เดิมกะเหรี่ยงอาศัยอยู่แถบบริเวณต้นแม่น้ำสาละวิน ต่อมาได้อพยพเข้าสู่เมียนมาร์และไทย แต่คำกล่าวนี้ไม่มีหลักฐานแน่ชัด มีบันทึกของมิชชันนารีอเมริกันแบบติสต์ซึ่งไปทำงานกับชาวกะเหรี่ยงในเมียนมาร์ได้ให้รายละเอียดว่ามีชาวกะเหรี่ยงอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ต่อมาเกิดความขัดแย้งระหว่างฝ่ายปกครองของเมียนมาร์กับชาวกะเหรี่ยงรวมทั้งชนกลุ่มน้อยกลุ่มอื่น ๆ กระทั่งเกิดเป็นสงครามขึ้น ซึ่งเป็นแรงกดดันอันสำคัญที่ทำให้ชาวกะเหรี่ยงจำนวนมากอพยพเข้าสู่ประเทศไทย ตามเขตชายแดนซึ่งเดินทางเข้ามาได้ไม่ยากนัก กะเหรี่ยงจัดอยู่ในตระกูลภาษาจีน - ทิเบต ในประเทศไทยมี 1,925 หมู่บ้าน 87,793 หลังคา-เรือน ประชากร 438,450 คน คิดเป็นร้อยละ 4.793 ของจำนวนประชากรชาวเขาในประเทศไทย กระจายตัวอยู่ในเขต 15 จังหวัด คือ กาญจนบุรี กำแพงเพชร เชียงราย เชียงใหม่ ตาก ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี แม่ฮ่องสอน ราชบุรี ลำปาง ลำพูน สุโขทัย สุพรรณบุรี และอุทัยธานี ปัจจุบันมีกะเหรี่ยงอพยพเข้าไปอยู่ในเมืองจำนวนหนึ่ง ทำงานเป็นข้าราชการ รับจ้าง อีกส่วนหนึ่งศึกษาเล่าเรียน กะเหรี่ยงในประเทศไทยมี 4 กลุ่มย่อย คือ สะกอ หรือยางขาว เรียกตัวเองว่า “ปะกาญอ” เป็นกลุ่มที่มีประชากรมากที่สุด ไป เรียกตนเองว่า “โพล่ง” ส่วนใหญ่อยู่ในเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ และลำพูน ปะโอ หรือ “ตองสู” อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอน บะเว หรือ “คยะยา” อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอน



ภาพที่ 2.1 การทอผ้าแบบเกี๊วของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง

ที่มา : เพ็ญภา มณีอุต และคณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.2.1 การตั้งถิ่นฐาน

กะเหรี่ยงส่วนใหญ่อยู่บนเขาและมีบ้านอยู่ตามพื้นราบ บางแห่งมีทั้งกะเหรี่ยงสะกอและกะเหรี่ยงโปอยู่อย่างหนาแน่นก็จริง แต่ไม่ชอบอยู่รวมกัน หมู่บ้านถึงแม้จะอยู่ติดกันแต่ก็แยกกลุ่มกัน ลักษณะเด่นอันหนึ่งของกะเหรี่ยงที่ไม่เหมือนกับชาวเขาเผ่าอื่นก็คือ การตั้งหมู่บ้านอย่างถาวรเป็นหลักแหล่ง เช่น บางหมู่บ้านของกะเหรี่ยงนั้นอยู่มานานกว่า 200 ปีก็มี ทั้งนี้เพราะความสามารถในการอนุรักษ์ดินและน้ำ วิธีการที่ดีและเหมาะสมคือ การทำนาแบบขั้นบันไดตามไล่เขา จึงสามารถที่จะทดน้ำเข้าไปใช้ได้ หรือการทำน่าน้ำฝน คนทั่ว ๆ ไปโดยเฉพาะทางภาคเหนือรู้จักกะเหรี่ยงในชื่อว่าคนยาง ส่วนไทยในภาคกลางนั้นรู้จักกะเหรี่ยงในชื่อว่ากะเหรี่ยง นอกจากนั้นในท้องที่หนึ่ง ๆ อาจเรียกพวกนี้ว่า ยางแดง ยางขาว ยางเปียง ยางกะเลอ และยางน้ำ ฯลฯ ซึ่งที่แท้จริงแล้วก็คือชื่อกะเหรี่ยงอย่างเดียวกัน แต่นักภาษาศาสตร์ได้แบ่งแยกกลุ่มกะเหรี่ยงทั้งหมดที่อยู่ในประเทศไทยเพียง 4 กลุ่มตามที่ได้กล่าวมาแล้วเท่านั้น

### 2.2.2 ระบบสังคม

การตั้งถิ่นฐานรวมตัวกันเป็นหมู่บ้านเป็นสิ่งสำคัญคือ เป็นแหล่งหรือสถานที่สำหรับการประกอบพิธีกรรมของตนเอง ในหมู่บ้านหนึ่ง ๆ นั้นจะมีหัวหน้าฝ่ายชายซึ่งมีตำแหน่งหมอผีเพียงคนเดียวเป็นผู้ทำพิธีกรรมนี้ นอกจากนั้นแต่ละหมู่บ้าน (ในอดีต) ยังได้แบ่งเขตของตนหรืออาณาเขตของหมู่บ้านโดยใช้รัศมีการเดินทางระยะเดินเท้า 1 ชั่วโมง เป็นตัวกำหนด คนในหมู่บ้านหนึ่งจะไปทำอะไรในเขตของอีกหมู่บ้านหนึ่งไม่ได้ นอกจากการทำนาเท่านั้น เพราะนาซื้อขายกันได้ แต่ไร่่นั้นเป็นการถือกรรมสิทธิ์ครอบครอง สังคมกะเหรี่ยงเป็นครอบครัวเดี่ยว ซึ่งหมายถึงว่าในบ้านหลังหนึ่งจะประกอบด้วยพ่อแม่ และลูกเท่านั้น เมื่อลูกแต่งงานก็จะแยกครอบครัวไปปลูกบ้านใหม่หลังเล็ก ๆ แต่มีชื่อแม้ว่า ถ้าแต่งงานแล้ว ชายจะต้องมาอยู่กับบ้านภรรยาก่อนเป็นเวลา 1 ฤดูกาลเกษตร (คือเริ่มจากการถางไร่ ปลูกข้าวและเก็บเกี่ยวข้าวประมาณ 7-8 เดือน) หลังจากนั้นก็จะปลูกบ้านใกล้ชิดกับพ่อแม่ฝ่ายภรรยา คำว่าครัวเรือนในสังคมกะเหรี่ยงนอกจากมีความหมายถึงพื้นฐานขั้นแรกในด้านการผลิตและบริโภคแล้วยังหมายถึงว่าแต่ละครัวเรือนมีไรของตนเอง พิธีกรรมด้านการเกษตรและการรักษาพยาบาลเป็นหน้าที่ของหัวหน้าครัวเรือนยกเว้นพิธีทางศาสนาหรือการเลี้ยงผีตามประเพณีของผีฝ่ายมารดา

### 2.2.3 การสืบสายฝ่ายมารดา

กะเหรี่ยงโปเป็นกลุ่มที่นับถือผีบรรพบุรุษฝ่ายมารดาซึ่งหมายถึงว่าพ่อแม่จะต้องเป็นกะเหรี่ยงโป สำหรับผู้มีบิดาหรือมารดาเป็นกลุ่มอื่น เช่น สะกอ หรือลัวะ จะไม่มีผีบรรพบุรุษหรือผีในสายฝ่ายมารดาเดียวกัน จะมีแต่ผีเรือนของตนเองเท่านั้น

### 2.2.4 การแต่งงาน

การแต่งงานเป็นแบบผัวเดียวเมียเดียว ซึ่งเป็นกฎที่เคร่งครัดมาก การหย่าร้างมีน้อยและการแต่งงานใหม่ไม่ค่อยปรากฏกรรมสมสู่ก่อนที่จะแต่งงานกันนี้เป็นกฎข้อห้ามและจะถูกรังเกียจถึงขั้นปรับไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใหม่และเชื่อกันว่าผีเจ้าที่จะขุ่นเคือง ปกติการเกี่ยวพาราสี มักจะเกิดขึ้นในโอกาสพิธีงานศพ ซึ่งจัดให้มีขึ้นในหมู่บ้าน (เหมือนกับงานเทศกาล) เพราะหนุ่มสาวที่อยู่กันไกล ๆ ก็เดินทางมาร้องเพลงสวดรอบ ๆ ศพที่บ้านคนตายตลอดคืน งานศพอาจจะมีขึ้น 3 - 5 คืน โอกาสนี้ชายหนุ่มก็จะมีโอกาสเลือกคู่ครองได้ การเลือกคู่ครองนั้น ฝ่ายหญิงจะเป็นผู้บอกตกลงแต่งงานกับชายก่อน และบางครั้งหญิงสาวก็จะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมดซึ่งไม่ถือว่าเป็นเรื่องผิดปกติในสังคม การแต่งงานระหว่างผู้นับถือผีบรรพบุรุษของสายฝ่ายเดียวกันจะกระทำมิได้ปกติกะเหรี่ยงไปจะแต่งงานกับพวกเผ่าเดียวกันแต่ก็มีบ้างที่แต่งงานกับคนนอกเผ่า เช่น กะเหรี่ยงสะกอ ลัวะ และคนไทยก็มี

### 2.2.5 การสืบมรดก

ทรัพย์สินต่าง ๆ จะแบ่งกันในระหว่างที่คู่สมรสยังมีชีวิตอยู่กับลูก ๆ ถ้าหากลูกยังเล็กเกินไปทรัพย์สินต่าง ๆ ก็จะทำให้ผู้อื่นซึ่งได้แก่ญาติฝ่ายบิดามารดาเป็นผู้ดูแลให้ แต่ของส่วนตัวเล็ก ๆ น้อย ๆ ของผู้ตายซึ่งหมายถึงบิดามารดาจะถูกเผ่าร่วมกับศพ เช่น ปิ่น เสื้อผ้า ฤงยาม ถ้าหากมีการพิพาทในเรื่องมรดกเกิดขึ้น หมอผี หรือเซียงเก็งจะปรึกษาหารือกับกลุ่มผู้อาวุโสและตัดสินใจร่วมกัน

### 2.2.6 การปกครอง

อำนาจในทางการปกครองโดยเฉพาะจากทางราชการที่ได้ตั้งกำนัน ผู้ใหญ่บ้านหรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านนั้น ถ้าเป็นหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกลและการคมนาคมลำบากแล้ว อำนาจต่าง ๆ ของผู้รับหน้าที่จากทางรัฐบาลจะมีไม่มากเท่ากับหมอผีประจำหมู่บ้านและกลุ่มผู้อาวุโส เพราะชาวบ้านต่างยอมรับและประพฤติปฏิบัติตามประเพณีมากกว่า เช่น การตัดสินปัญหาที่มีความผิด โดยการลงโทษด้วยการขับไล่ลูกบ้านออกจากหมู่บ้านจะเป็นไปตามข้อตัดสินของกลุ่มผู้อาวุโสเท่านั้น ผู้ใหญ่บ้านหรือผู้ที่ได้รับแต่งตั้งให้มีตำแหน่งทางราชการก็เป็นเพียงคนหนึ่งในคณะกรรมการของกลุ่มผู้ตัดสิน

### 2.2.7 ความเชื่อถือ

ความเชื่อถือของกะเหรี่ยงได้แผ่แทรกซึมและมีอิทธิพลมากต่อการประพฤติปฏิบัติในชีวิตประจำวันของเขา ดังนั้นกะเหรี่ยงจึงให้ความสำคัญในทางศาสนามาก นั่นคือการนับถือผีและพุทธรวมกัน ผีที่กะเหรี่ยงนับถือซึ่งมีความสำคัญ ได้แก่ผีเจ้าที่และผีต่างๆ ที่สิงสถิตอยู่ตามป่า ภูเขา ลำห้วย ในไร่และในหมู่บ้าน ฯลฯ ผีที่ถือกันว่าเป็นผีร้ายนั้นเชื่อว่าเป็นผีที่จะทำให้ประสบภัยพิบัติทั้งปวง จึงต้องมีการเอาอกเอาใจด้วยการเซ่นสังเวยด้วยอาหารต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ หมู ไก่ ฯลฯ นอกจากนี้มีความเชื่อในเรื่องผีต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันต่อพวกเขาแล้ว กะเหรี่ยง ยังเชื่อในเรื่องขวัญ ซึ่งมีประจำตัวของแต่ละคน กะเหรี่ยง เชื่อว่าในร่างกายของคนเรามีอยู่ทั้งหมด 33 ขวัญ ส่วนใหญ่ไม่สามารถนับได้หมดว่าขวัญอยู่ในส่วนไหนบ้างของร่างกาย เพียงแต่บอกได้ว่าอยู่ในส่วนสำคัญ ๆ ของร่างกาย เช่น ขวัญศีรษะ ขวัญสองขวัญที่เบहुทั้งสองข้าง ขวัญจะละทิ้งหรือหายไปก็ต่อเมื่อคนๆนั้นได้ตายไป นอกจากนั้นแล้วเชื่อกันว่าขวัญชอบที่จะหนีไปท่องเที่ยวตามความต้องการของมันเองและก็อาจจะถูกผีร้ายต่างๆ ทำร้าย หรือกักขังไว้ ซึ่งจะทำให้ผู้นั้นล้มป่วย การรักษาพยาบาลหรือวิธีที่จะช่วยเหลือคนเจ็บป่วยได้ก็คือ การล่อและเรียกขวัญให้กลับมาสู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคคลที่เจ็บป่วย พร้อมกับทำพิธีผูกข้อมือรับขวัญด้วย ในสังคมของกะเหรี่ยงนั้นถือเป็นปกติธรรมดา เมื่อแต่ละวันในหมู่บ้านจะทำพิธีเลี้ยงผีและการเรียกขวัญของคนเจ็บป่วยแทนการรักษาด้วยหมอสมัยใหม่ บางครั้งถึงแม้จะมีหมอเข้าไปช่วยรักษาให้ตามแบบทันสมัย แต่ถ้าหากที่บ้านผู้ป่วยนั้นได้รับการรักษาด้วยการเลี้ยงผีแล้วเขาจะปฏิเสธที่จะรักษาทันทีอย่างน้อย 3 วัน

### 2.2.8 เศรษฐกิจ

เศรษฐกิจของกะเหรี่ยงในอดีตอยู่ในสภาพที่เรียก “เพื่อยังชีพ” ซึ่งหมายถึงการทำมาหากินเพื่อบริโภคเท่านั้น ได้แก่ การปลูกข้าวไร่เป็นหลัก และการทำนาขั้นบันไดตามหุบเขา โดยไม่มีการปลูกพืชเงินสดแต่อย่างใด กะเหรี่ยงไม่เคยปลูกฝิ่นแต่เป็นผู้เสพฝิ่นกันมาก ทั้งนี้เพราะกะเหรี่ยงนิยมใช้ฝิ่นดิบและสุกมาใช้เป็นยารักษาโรคต่าง ๆ และบำบัดความเจ็บปวด เนื่องจากได้รับอุบัติเหตุ ปัจจุบันนี้กะเหรี่ยงเริ่มรู้จักการปลูกพืชเงินสดหรือปลูกพืชเพื่อขายกันมากขึ้น เช่น กล่ำปลี มะเขือเทศ มันฝรั่ง พืชผักและผลไม้และดอกไม้เมืองหนาว โดยเฉพาะหมู่บ้านที่อยู่ในโครงการหลวง และหมู่บ้านที่มีการคมนาคมค่อนข้างสะดวก มีน้ำใช้สำหรับการเกษตรได้ตลอดฤดูกาลเพาะปลูกกะเหรี่ยงได้ชื่อว่า เป็นเผ่าที่รู้จักการใช้พื้นที่ทำกินแบบอนุรักษ์โดยวิธีที่เรียก “ไร่หมุนเวียน” คือทำไปแล้วก็พักทิ้งไว้ 3 - 5 ปี ก็จะกลับไปทำใหม่วนเวียนกันอย่างนี้ตลอดไปเพื่อป้องกันการสูญเสียของหน้าดิน อันจะทำให้ดินเสื่อมคุณภาพ จึงนับว่ากะเหรี่ยงเป็นพวกที่อยู่อย่างถาวรไม่เคลื่อนย้ายด้วยเหตุผลดังกล่าว

การเลี้ยงสัตว์ กะเหรี่ยงนิยมเลี้ยงสัตว์ต่าง ๆ เช่น วัว ควาย หมู ไก่ โดยเฉพาะไก่และหมูเลี้ยงไว้เพื่อใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ ความสำคัญทางเศรษฐกิจของการเลี้ยงสัตว์ในหมู่บ้าน ได้แก่ การเลี้ยงช้าง ในอดีตใช้ช้างเพื่อรับจ้างทำงานกับบริษัททำไม้ แต่ปัจจุบันก็ยังมีเลี้ยงช้างไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมธรรมชาติในป่า นอกจากนี้กะเหรี่ยงเป็นนักล่าสัตว์ป่าเพื่อการบริโภคและจำหน่ายในการหาของป่าขายเป็นรายได้อีกด้วย



ภาพที่ 2.2 การเลี้ยงหมู

ที่มา: เป็นนิพนธ์ของนักวิจัยที่สนับสนุนการทำงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.9 เครื่องแต่งกายของชาวกระเหรี่ยง

คำว่า กระเหรี่ยง นั้นแทบจะเป็นคำเดียวกับ นักทอ เพราะผ้าทอเป็นวัฒนธรรมประจำเผ่า และผลผลิตจากกี่เข็มของสตรีกระเหรี่ยงนั้นงดงามด้วยลวดลายและสีสัน เสื้อหรือท่อนบนของเครื่องแต่งกายไม่ว่าจะเป็นชายหรือหญิง กระเหรี่ยงมีโครงสร้างเหมือนกันหมด ผิดกันก็แค่ขนาด สีสัน และลวดลายตกแต่งเท่านั้น คือทำ แถบผ้าสองชั้นเย็บติดกัน เว้นตรงกลางไว้สวมหัว แล้วพับครึ่งไว้ตอนบนให้แขนลอด เย็บข้างลงไปถึงชายเสื้อ ตกแต่งขอบ คอ แขน และชายเสื้อด้วยลายปักประดับ ลูกปัดและพู่ครุยสีตัดกับผ้าพื้น ชาวกระเหรี่ยงเย็บผ้าโหว้ตะเข็บ ให้อยู่เย็บเป็นส่วนหนึ่งของลวดลาย ตกแต่งไปเลย

### 2.2.9.1 เสื้อผ้าผู้ชายชาวกระเหรี่ยง

เสื้อชายชาวกระเหรี่ยงส่วนมากตัวยาวถึงสะโพก ตัวเสื้อทอด้วยฝ้ายดิบสีขาวแต่งริมด้วยแถบสีแดงตัดขอบด้วยด้ายเหลืองเขียว ๆ ไม่มีประดับเหมือนเสื้อสตรี มีเพียงทอลายขวางแต่งชายและสอดด้ายทิ้งครุยยาวเกือบถึงเข่า

### 2.2.9.2 เสื้อสาวโสด

ตั้งแต่เด็กจนได้เวลาแต่งงาน สาวกระเหรี่ยงสวมเสื้อทรงกระสอบผ้าฝ้ายพื้นขาว ทอหรือปักประดับลวดลายให้งดงามตามความสามารถของแต่ละคน เพราะต้องทำเอง ตั้งแต่โตพอรักสวयरักงาม ก็ทอสีขาวพื้นง่าย ๆ ใส่เองได้แล้ว ครั้นสาวขึ้น ก็จะทอออกลวดลายพิสดาร ตามความชำนาญที่เพิ่มขึ้น

### 2.2.9.2 เสื้อผู้หญิงที่แต่งงานแล้ว

หญิงที่แต่งงานแล้วจะสวมเสื้อและผ้าถุงคนละท่อน ก่อนแต่งงานเจ้าสาวจะต้องตระเตรียมเสื้อผ้าที่จะใช้ในงานแต่งงาน และหลังจากนั้น สำหรับตัวเธอเองและสามี ผ้าถุงและเสื้อของหญิงที่แต่งงานแล้วนั้น มีความสั้นยาว ลวดลาย และสีสัน หลากหลาย การทอ จะทยอยกลายเป็นเสื้อสด สลับระหว่างแดง เหลืองและขาว ตลอดตัว และอาจปักลูกเดือยเข้าไปอีก

ท่อนล่างผ้าถุงทอเป็นลายขวางสลับกับสีเป็นผ้าทอแบบขึ้นเดียวสีสั้นสั้นสดใส เช่น สีชมพู สีน้ำเงินสด มักนุ่งสั้นเวลาทำงานและนุ่งยาวเวลาออกงานพิธีเช่นเดียวกับของไทย



ภาพที่ 2.3 การแต่งกายของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง

ที่มา : <http://www.bloggang.com>

#### 2.2.9.3 ผ้าคลุมศีรษะ

ตามประเพณีนั้นสตรีชาวกระเหรี่ยงไว้ผมยาวเกล้าจุกบนกระหม่อม ออกเรือนแล้วจึงเปลี่ยนเป็นเกล้ามวยท้ายทอย ทั้งสาวน้อยสาวใหญ่ใช้ผ้าคลุมศีรษะสองแบบตัวกัน คือ ผ้าสีขาวหรือสีแดงมีชายครุยแบบหนึ่ง อีกแบบหนึ่งเป็นผ้าสีเหลี่ยมจัตุรัสสีแดงหรือสีชมพู ขนาดประมาณ 1 ตารางเมตร พันชายหนึ่งรอบศีรษะแล้วทิ้งอีกชาย ห้อยสยายคลุมใหญ่คล้ายของผู้หญิงอาหรับ เด็กสาว มักใช้ผ้าคาดผมเป็นลูกปัดสีใสคาดทับผ้าคลุมศีรษะนี้ไว้กันหลุด

#### 2.2.9.4 ย่าม

ย่ามที่ใช้บรรจุสัมภาระในชีวิตประจำวันนั้นทำด้วยผ้าทอจากด้ายดิบไม่ย้อมสี เส้นหนา มีความแข็งแรงทนทานคล้ายผ้าใบ แต่งด้วยทางสีแดง น้ำเงิน หรือดำเท่านั้น แต่ก็มีกรทอย่ามประเภทสวยงาม ด้วยด้ายบางที่หาซื้อมา ไบย้อมเยากว่าย่ามที่ใช้งาน

#### 2.2.10 ภาษากระเหรี่ยง

ภาษากระเหรี่ยงที่มีการพูดในประเทศไทยมากที่สุดคือ ภาษากระเหรี่ยงสะกอ และภาษากระเหรี่ยงโป ทั้งสองภาษาแบ่งออกเป็นคนละภาษา เพราะแตกต่างกันในเรื่องของระบบเสียง และคำศัพท์ค่อนข้างมาก ทั้งที่พูดอยู่ประเทศไทยและพม่า ก็อยู่ในตระกูลภาษาจีน-ทิเบต (Sino-Tibetan Language Family) เหมือนกัน ภาษาสาขากระเหรี่ยงมีลักษณะสำคัญที่แตกต่างจากภาษาในสาขาทิเบต คือ ภาษาในสาขากระเหรี่ยงจะมีการเรียงลำดับคำในประโยคเป็น ประธาน-กริยา-กรรม แต่ภาษาในสาขาทิเบตจะมีการเรียงลำดับคำในประโยคเป็น ประธาน-กรรม-กริยา ภาษากระเหรี่ยงโปที่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พูดกันอยู่ในประเทศไทยนั้นมีผู้ศึกษา และแบ่งภาษาถิ่นของกะเหรี่ยงโปตามบริเวณพื้นที่ตั้งถิ่นที่อยู่ของชาวกะเหรี่ยงโปเป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เป็นภาษากะเหรี่ยงโปที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และแม่ฮ่องสอน

กลุ่มที่ 2 เป็นภาษากะเหรี่ยงโปที่อาศัยอยู่ในจังหวัดลำพูนและลำปาง

กลุ่มที่ 3 เป็นภาษากะเหรี่ยงโปที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย แพร่ ตาก และกาญจนบุรี

จากการศึกษาภาษาถิ่นกะเหรี่ยงในระยะต่อๆ มายืดเกณฑ์การพูดเข้าใจซึ่งกันและกันเป็นหลัก ภาษาถิ่นของภาษากะเหรี่ยงโปที่ใช้พูดกันในบริเวณภาคเหนือ ของประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

กลุ่มที่ 1 ภาษากะเหรี่ยงโปลำปาง ได้แก่ ภาษากะเหรี่ยงโปที่พูดกันในจังหวัดลำปาง และบางส่วนของจังหวัดเชียงราย

กลุ่มที่ 2 ภาษากะเหรี่ยงโปลิ่นเหนือ ได้แก่ ภาษากะเหรี่ยงโปที่พูดกันในจังหวัดลำพูน แพร่ เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอนและบางส่วนของจังหวัดเชียงราย

## 2.3 ผ้าทอของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ในอดีตชาวบ้านจะปลูกฝ้าย บั่นด้ายเพื่อทอผ้าใส่เอง หลังจากมีพ่อค้านำด้ายสำเร็จรูปมาขาย ทำให้การปลูกฝ้ายหายไป ชาวบ้านหันมาซื้อด้ายสำเร็จรูปแทน การทอผ้ายังคงเหลืออยู่ในเฉพาะกลุ่มคนแก่ หนึ่งการทอผ้ากระเหรี่ยงเป็นการทอที่ช้ามาก เนื่องจากอุปกรณ์ดั้งเดิมที่ใช้มีขนาดเล็กและสั้น ทำให้ใช้เวลาในการทอมาก ฝ้ายหนึ่งผืนต้องใช้ฝ้ายต่อกันถึง 3 ส่วน ชุดผู้ชายหนึ่งชุดใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 15 วัน ยาม 1 ใบ ใช้เวลาทอไม่ต่ำกว่า 10 วัน ด้วยความลำบากในการทำทำให้ชุดกระเหรี่ยงมีราคาแพงมาก จะซื้อขายกันเองในชุมชน และจะใส่วันสำคัญ ๆ ในหมู่บ้านเท่านั้น(ตรึงใจ บุรณสมภพ: 2544)

### 2.3.1 ส่วนประกอบหลักของเครื่องทอผ้าแบบกี่เอว (Back Strap) มีดังนี้ คือ

#### 2.3.1.1 แผ่นหนังหรือผ้าหนาๆ

ส่วนมากจะใช้หนังสัตว์ เช่น หนังควาย ตัดเป็นเป็นแผ่นสี่เหลี่ยมผืนผ้ากว้างประมาณ 4-6 นิ้ว ยาวประมาณ 20 นิ้ว ปลายสองข้างเจาะรูร้อยเชือกสำหรับคล้องกับปลายไม้รังผ้าที่ทอให้ตั้งโดยพันอ้อมเอวผู้ทอ

#### 2.3.1.2 ไม้สำหรับพันผ้า

เป็นไม้ท่อนกลมเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1.5 นิ้ว ยาวประมาณ 20-24 นิ้ว ผ่าครึ่งประกบกัน ปลาย 2 ข้าง ข้างมากเป็นช่องสำหรับใช้คล้องเชือกจากแผ่นหนัง เป็นไม้อันแรกที่ใช้พันด้ายเมื่อเริ่มขึ้นเครื่องทอ และยังสำหรับม้วนเก็บผ้าที่ทอแล้วด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.1.3 ไม้กระแทบ หรือ หน่อทาพะ

มีความยาวประมาณ 25-35 นิ้ว ใช้สำหรับช่วยแยกด้ายยืนให้มีช่องกว้างขึ้นเพื่อสะดวกในการสอดคล้องด้ายขวาง และใช้กระแทบด้ายขวางให้แน่น

### 2.3.1.4 ไม้ช่วยแยกด้าย หรือ กกลูโซ่

เป็นไม้กระบอกกลมๆ เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1.5 – 2 นิ้ว ความยาวประมาณ 20 นิ้ว ใช้สำหรับแยกเส้นด้ายยืนออกจากกันตามแนวตะกรอ เพื่อให้เกิดช่องว่างพอที่จะสอดไม้กระแทบเข้าไป ทำให้ช่องว่างสำหรับสอดด้ายขวางกว้างขึ้น

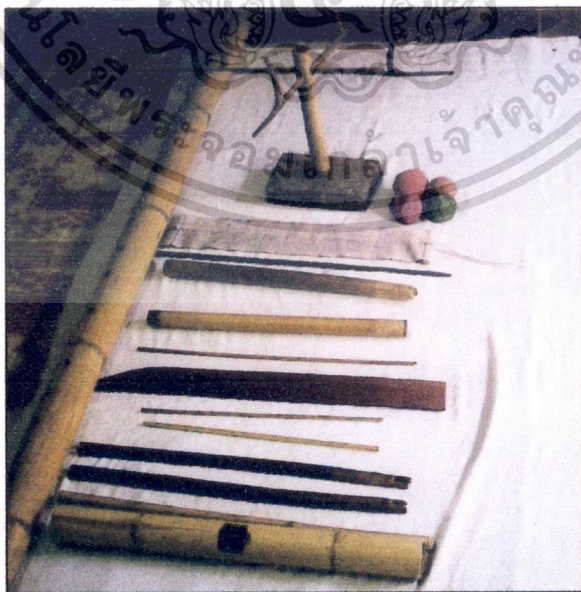
### 2.3.1.5 ไม้หน่อสะยา

เป็นไม้กลมเรียว เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ ¾ เซนติเมตร ประมาณ 20 – 25 นิ้ว การทอครั้งหนึ่งๆ จะใช้หน่อสะยาอย่างน้อย 3 อัน ไม้หน่อสะยานี้ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่างดังต่อไปนี้

- 1 ใช้สำหรับคล้องด้ายตะกรอ เพื่อแบ่งเส้นด้ายยืนเวลาขึ้นเครื่องทอ เมื่อทอจะยกขึ้นสลับกับไม้ช่วยแยกด้าย
- 2 ใช้สำหรับกำหนดแนวและจัดระเบียบเส้นด้ายยืนก่อนผ่านตะกรอ
- 3 ใช้กำหนดตะกรอสำหรับทอผ้าที่มีตะกรอหลายชุด จำนวนหน่อ สะยาที่ใช้ในการนี้จะมีจำนวนเท่ากับตะกรอ

### 2.3.1.6 ไม้ขึ้นเครื่องทอ

ส่วนนี้เป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่ง ถึงแม้จะไม่ได้รวมอยู่ในโครงสร้างเครื่องทอ แต่มีส่วนช่วยให้การทอสำเร็จ ไม้ขึ้นเครื่องทอนี้ จะใช้ไม้ไผ่ท่อนกลมใหญ่หรือไม้จริงยาวประมาณ 6 ศอก เจาะรูเรียงกันตามขนาดและลำดับส่วนประกอบของเครื่องทอ



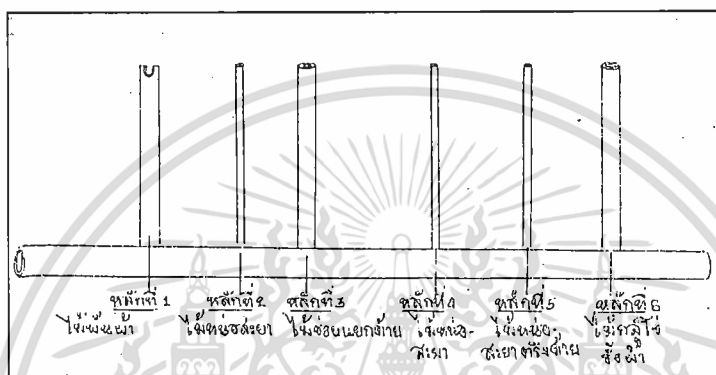
ภาพที่ 2.4 แสดงส่วนประกอบของเครื่องทอผ้าแบบกึ่งเอว (Back Strap)

### ที่มา: เพ็ญภา มณีอด และคณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1 การเรียงส่วนประกอบไม้ขึ้นเครื่องทอ

การเรียงด้ายจะใช้ด้ายจำนวนคู่ ซึ่งอาจเป็น 2 เส้น หรือ 4 เส้นควบก็ได้ หากต้องการผ้าหนา เช่นสำหรับทำผ้าห่ม ก็ใช้ด้ายยืน 2 เส้น เมื่อเรียงด้ายต้องเรียงครั้งละ 4 เส้น เพื่อนำไปแยกที่ตะกรอ เป็น 2 ส่วน ส่วนละ 2 เส้น ปกติหากเป็นด้ายพื้นเมืองนิยมใช้ด้ายยืนเพียงเส้นเดียว เวลาเรียงใช้ 2 เส้นควบ หากเป็นด้ายสำเร็จจะใช้ด้ายยืน 2 เส้น เวลาเรียงใช้ 4 เส้นควบ จำนวนด้ายอาจเพิ่มมากขึ้นในกรณีที่เป็นการทอผ้าลายบนตามแนวยาว เช่นการทอเสื้อของผู้ชายสูงอายุของกะเหรี่ยงสะกอ จะใช้ด้ายยืนปกติ คือ 1 เส้น เวลาเรียงใช้ 2 เส้นควบ เมื่อถึงลายจะเพิ่มด้ายยืนเป็น 2 หรือ 3 เส้น ฉะนั้นเวลาเรียงด้ายต้องใช้ 4 หรือ 6 เส้นควบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลวดลายที่ต้องการ



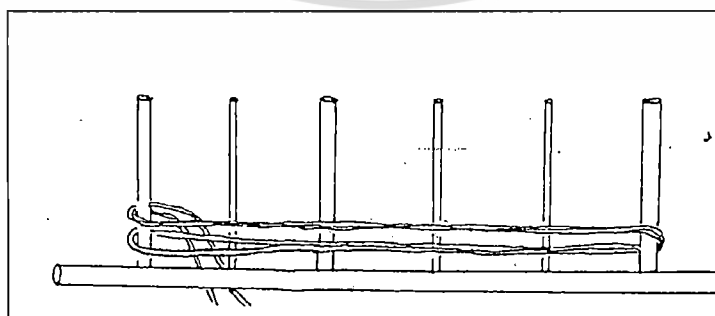
ภาพที่ 2.5 แสดงการเรียงส่วนประกอบของไม้เครื่องทอ

ที่มา : เพ็ญภา มณีอุต และคณะ

2 การขึ้นเครื่องทอ

การขึ้นเครื่องทอ คือ การนำเอาเส้นด้ายมาเรียงการอย่างเป็นระเบียบตามแนวนอน ขนานไปกับไม้ขึ้นเครื่องทอ โดยพันรอบส่วนประกอบของเครื่องทอ ซึ่งนำมาเรียงลำดับไว้ดังนี้ คือ

- (1) การเรียงด้ายลงหลักที่ 1 และสอดด้ายทั้งหมดผ่านหลักที่ 2,3,4 และ 5 นำไปคล้องหลักที่ 6 และสอดกลับมาคล้องหลักที่ 1 ดังภาพ

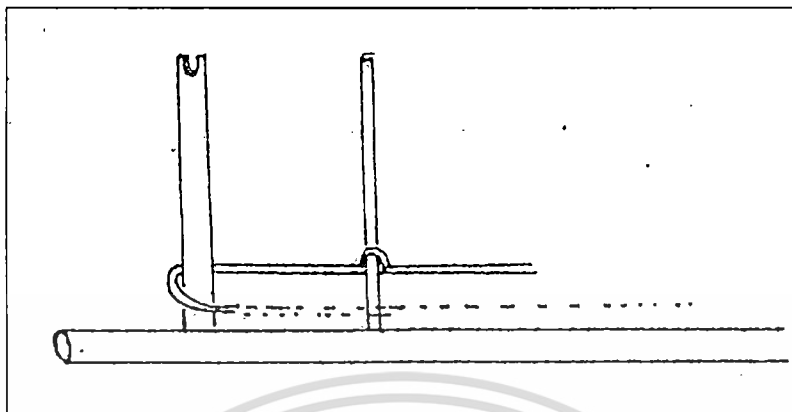


ภาพที่ 2.6 แสดงการเรียงด้ายระยะที่ 1

ที่มา : เพ็ญภา มณีอุต และคณะ

นาฬิกา

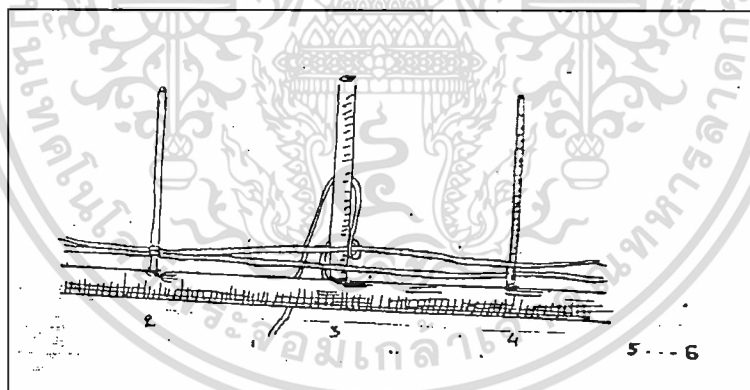
(2) ดึงด้ายทั้งหมดให้ตึงเสมอกันและนำมาพันรอบหลักที่ 2 ตามแนวเข็ม



ภาพที่ 2.7 แสดงการเรียงด้ายระยะที่ 2

ที่มา : เพ็ญนภา มณีอุต และคณะ

(3) ดึงด้ายทั้งหมดให้เสมอกันมาทางด้านหน้าหลักที่ 3 ซึ่งเป็นจุดแยกด้าย โดยใช้ด้ายอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งเป็นด้ายตะกรอสอดเข้าไประหว่างด้ายที่แยกเป็น 2 ส่วนเท่าๆกัน



ภาพที่ 2.8 แสดงการเรียงด้ายระยะที่ 3

ที่มา : เพ็ญนภา มณีอุต และคณะ

(4) รวบด้ายทั้งสองส่วนเข้าด้วยกัน ดึงให้ตึง สางพันอ้อมหลักที่ 5 ตามแนวเข็มนาฬิกา

(5) ดึงด้ายทั้งหมดให้ตึง พันอ้อมหลักที่ 6 และสาวให้ตึงดึงกลับมาเริ่มต้นที่หลัก 1 ใหม่ หากต้องการสลับสี ก็เปลี่ยนด้ายกลุ่มใหม่ตามสีที่ต้องการ โดยเริ่มตั้งแต่หลักแรกเช่นกัน ทำหมุนเวียนไปเช่นนี้เรื่อยๆ จนด้ายที่เรียงมีความสูงเท่ากับความกว้างของผ้าที่ต้องการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(6) ถอดไม้ทั้งหมดออกจากไม้ไผ่ขึ้นเครื่องทอ และนำไม้หน่อสะยาสอดแทนไม้กลูโซ่ ซึ่งต้องใช้สำหรับช่วยแยกด้าย เมื่อเสร็จเรียบร้อยเครื่องทอจะมีลักษณะดังภาพ



ภาพที่ 2.9 ภาพแสดงการเรียงเส้นด้าย

ที่มา : เพ็ญภา มณีอุต และคณะ

### 2.3.2 การกะขนาด

การกะขนาดเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชาวกระเหรี่ยง ก่อนที่จะทำการขึ้นเครื่องทอ จะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของการทอก่อนว่าจะทอเพื่อใช้ในการใด เช่น ทอย่าม ทอเสื่อ ทอผ้าถุง และต้องกำหนดขนาดพร้อมกันไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบของเครื่องนุ่งห่มของกระเหรี่ยง เป็นการนำผ้าแต่ละชนิดมาเย็บประกอบกันโดยมีการตัด(นอกจากความยาว) การทอผ้าแต่ละครั้งจะต้องกะให้ได้ขนาดที่จะนำมาเย็บแล้วสวมได้พอดีตัวผู้ใส่

ในการทอผ้าของชาวกระเหรี่ยง ไม่มีเครื่องมือที่ใช้เป็นมาตรฐานในการวัด ดังนั้นจึงต้องใช้วิธีการกะประมาณโดยอาศัยความเคยชิน การกะขนาดของผ้าที่จะทอแต่ละครั้งผู้ทอจะยึดถือรูปร่างของตนเป็นมาตรฐานว่า เมื่อเครื่องทอ เพื่อเสื่อของตน ต้องเรียงด้ายสูงประมาณเท่าใดของไม้ที่เสียบบนไม้ขึ้นเครื่องทอ โดยใช้คำในการประมาณว่า ครึ่งไม้ ค่อนไม้ เมื่อต้องทอให้ผู้อื่นจะต้องเพิ่มหรือลดขนาดโดยอาศัยการเปรียบเทียบที่รูปร่าง ปกติแล้วความกว้างของผ้าที่ทอได้มีขนาดเพียงหนึ่งในสี่ของรอบอกผู้สวมใส่(โดยหลวมๆ) เท่านั้น ในการทอผ้าห่มความกว้างอาจเท่า  $\frac{1}{2}$  หรือ  $\frac{1}{3}$  ของความกว้างที่แท้จริงก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ทอว่าจะใช้ผ้ากี่ชิ้นเย็บประกอบกันเป็นผืน ส่วนความยาวขึ้นอยู่กับการนำไปประกอบเป็นเครื่องนุ่งห่ม เช่น ผ้าที่จะทอเท่ากับ 4 เท่าความยาวที่แท้จริงของตัวเสื่อ หรือชุดยาว ก็จะทอผ้าขนาดเดียวกัน 2 ผืน โดยแต่ละผืนมีความยาว 2 เท่าความยาวแท้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.3 การกรอด้วยขวง

ด้วยขวงคือด้วยที่สอดเข้าไประหว่างด้วยยืน ปกติแล้วการทอของคนพื้นราบจะกรอใส่หลอด ด้วยและติดกระสวยนำสอดผ่านเข้าไประหว่างด้วยยืน แต่ของกระหรี่งไม่มีกระสวย ต้องใช้ด้วยพันไม้ขนาดยาวประมาณ 1 ฟุต เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1 เซนติเมตร วิธีพันด้วยใช้นิ้วหัวแม่มือและนิ้วชี้ มือข้างซ้ายถือปลายไม้ด้านหนึ่ง อีกด้านหนึ่งวางทาบกับหน้าขาขวา และใช้มือขวาปั่นฝ้ายเข้าหาตัวโดยให้ผ่านเข้ามากระหว่างนิ้วชี้กับนิ้วกลางของมือซ้าย จะทำเช่นนี้เรื่อย ๆ จนด้วยในไม้มากพอควร แล้วจึงกรอใส่ไม้อันใหม่ วิธีการกรอแบบนี้ชาวกระหรี่งเรียกว่า ทุยอู่

### 2.3.4 การทอและการตัดเย็บ

การทอผ้าของชาวกระหรี่ง มี 2 ชนิด คือ

#### 2.3.4.1 การทอธรรมดา

การทอธรรมดาหรือทอลายขัด คือการสอดด้วยขวงเข้าไประหว่างด้วยยืน ซึ่งแยกสลับกัน ชั้น 1 ลง 1 หรือ ชั้น 2 ลง 2 ตามจำนวนเส้นด้วยที่เรียงเมื่อขึ้นเครื่องทอผ้าที่ได้จะเป็นสีเดียวกันตลอดผืน เนื้อผ้าเรียบสม่ำเสมอ เป็นวิธีทอผ้าขั้นพื้นฐานในการทอผ้าสำหรับเย็บชุดเด็กหญิงชาวกระหรี่ง ปกติด้วยยืนและด้วยขวงซึ่งใช้ในการทอธรรมดาจะมีจำนวนเท่ากัน ยกเว้นใช้ในกรณีที่ใช้ด้วยต่างกัน เช่น ด้วยยืนเป็นด้วยสำเร็จรูป ด้วยขวงเป็นด้วยพื้นเมือง ฉะนั้นต้องใช้จำนวนมากกว่าด้วยขวงคือ จำนวนด้วยยืน 2 และด้วยขวง 1

#### 2.3.4.2 การทอลวดลาย

ผ้าที่กระหรี่งทอไปใช้ส่วนใหญ่จะมีลวดลายประกอบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การนำไปใช้ประโยชน์ ความนิยมเกี่ยวกับการประกอบลวดลายลงในผ้าแต่ละผืน เพื่อนำไปตัดเย็บเป็นเครื่องนุ่งห่มแต่ละชนิดไม่เหมือนกัน เราสามารถสังเกตว่าผู้ทอกำลังทอผ้าเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อะไรได้ จากลวดลาย สี และขนาด การประดิษฐ์ลวดลายในผืนผ้าขณะทอมี 5 วิธี คือ

1 ลายเส้นในเนื้อผ้า ลักษณะลวดลายจะปรากฏเป็นเส้นนูนตามแนวตั้งหรือแนวนอนก็ได้ หากเป็นลายนูนตามแนวตั้ง การกำหนดลายจะทำพร้อมกับเรียงด้วย คือ ใช้จำนวนด้วยเพิ่มขึ้นกว่าปกติ ในที่ที่ต้องการให้เป็นเป็นลายนูน ส่วนด้วยขวงใช้จำนวนเท่าปกติ หากเป็นการทอลายเส้นนูนตามแนวนอน จะใช้วิธีสอดด้วยขวงซึ่งกันและจึงสลับตะกรอ และกระทบให้แน่น ให้ทอเสื้อผู้ชายและเสื้อเด็กชายชาวกระหรี่ง

2 ลายสลับสี เป็นการทออย่างธรรมดา คือ ใช้ด้วยยืนและด้วยขวงตามจำนวนปกติ แต่แทรกด้วยสีต่างๆ สลับเข้าไปขณะเรียงด้วยยืนหรือเมื่อสอดด้วยขวงการทอลายนี้จะเห็นได้ทั่วไป เช่น การทอผ้าห่ม การทอย่าม และการทอผ้าถุงของหญิงที่แต่งงานแล้ว

3 ลายจก เป็นวิธีการทอลวดลายโดยการสอดด้วยสลับสี(ซึ่งไม่ใช่ด้วยเส้นเดียวดับด้วยขวง) เข้าไปเป็นบางส่วนในเนื้อผ้าตามลวดลายและสีในตำแหน่งที่ต้องการ การยกด้วยยืนจะไม่เป็นการยกตะกรอ แต่ผู้ทอจะใช้นิ้วมือช่วยสอดยกด้วยขึ้นตามจำนวนที่กะไว้ และสอดด้วยสีที่เอตต้องกรอเข้าไประหว่างด้วยยืนนั้น ฉะนั้นลวดลายที่ปรากฏบนผืนผ้าทั้งผืนอาจไม่เหมือนกันก็ได้ เป็นที่ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นาสังเกตว่าการทอผ้าแบบนี้ลวดลายที่ปรากฏจะอยู่ในหน้าผาด้านตรงข้ามของผู้ทอ ดังนั้นผู้ทอต้องมีความชำนาญมากในการกำหนดลายว่าจะสอดคล้องในลักษณะใด จึงจะได้ลวดลายตามต้องการ นับเป็นความภาคภูมิใจอย่างยิ่งสำหรับผู้สามารถคิดลายใหม่ๆ ลักษณะการทอลายจกของกระเหรียงคล้ายคลึงกับของชาวไทยพื้นราบแถบจังหวัดสุโขทัย อุตรดิตถ์ และราชบุรีมาก แต่ความละเอียดในด้านลวดลาย และสีเส้นมีน้อยกว่า

4 ลายขีด คือการทอผ้าโดยให้ลวดลายที่ปรากฏเหมือนกันทั้งผืน ลักษณะและลายแบบยกดอกในตัวโดยกำหนดสีตามเส้นด้ายยืน การแยกด้ายยืนใช้วิธีนับเส้นเป็นช่องๆ และสอดไม้หน่อเสยาเข้าไปเป็นตัวนำไม้ช่วยแยกด้ายให้ช่องระหว่างด้ายยืนกว้างขึ้น และสะดวกในการสอดด้ายขวาง

#### 5 การทอลายโดยการแทรกวัสดุอื่นๆประกอบ

(1) ทอประกอบลูกเดียว ใช้วิธีประกอบเข้าไปในผ้าที่ทอพร้อมๆกับการทอ โดยร้อยลูกเดียวเข้ากับเส้นด้ายและสอดเข้าไประหว่างด้ายยืน โดยให้ลูกเดียวลอยตัวอยู่บนผืนผ้า เมื่อประกอบเป็นลวดลายแล้ว จึงปักทับด้ายสลับสีลงในช่องว่างระหว่างลูกเดียวเหล่านั้น

(2) ทอประกอบพู่หรือกระจุกด้าย ใช้ประกอบในชุดผู้หญิงสาวและชุดเด็กหญิงเท่านั้น วิธีการทอ จะใช้ด้ายสีแดงหรือดำรวมกันเป็นกระจุกประมาณเท่าปลายนิ้วก้น ตัดเป็นท่อนๆ ยาวประมาณ 1 นิ้ว นำส่วนนี้สอดไปตามเส้นด้ายยืนเป็นระยะๆสลับกับด้ายขวาง ทอเช่นนี้ไปเรื่อยๆจนได้ลวดลายที่ต้องการ เสร็จแล้วเกลี่ยปลายด้ายที่สอดให้แตกจะปรากฏลวดลายกระจุกด้ายเรียงกันเป็นรูปต่างๆ เช่น สีเหลี่ยมขนมเปียกปูน วงกลม ฯลฯ

## 2.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์

### 2.4.1 ความหมายของการออกแบบ และ ข้อคำนึงในการออกแบบ

มนุษย์เรารู้จักงานออกแบบมานานแล้ว เมื่อกล่าวถึงคำว่าออกแบบ อาจมีหลายจำพวกคิด และให้ความหมายของคำว่าออกแบบที่ต่างกัน ทั้งนี้เพราะการออกแบบมีความหมายที่กว้างขวางตามความเข้าใจและความเชื่อที่แตกต่างกัน จากการค้นคว้างานของหลายๆท่าน สามารถสรุปความหมายของการออกแบบได้ ดังนี้

#### 2.4.1.1 ความหมายของการออกแบบ

2.4.1.1 การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์ผลงานขึ้น โดยไม่ลอกเลียนแบบของเดิม หรือความคิดเดิมที่มีมาก่อน เมื่อสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย หรือความต้องการด้านอื่นๆ(วิวัฒนะ จุฑะวิภาค: 2527)

2.4.1.2 การออกแบบหมายถึง การรวบรวมหรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติ เข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ การนำองค์ประกอบของการออกแบบมาจัดรวมกันนั้น ผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย และความงามอันเป็นลักษณะสำคัญของงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกแบบ และการออกแบบเป็นศิลปะของมนุษย์ จากการสร้างค่านิยมทางความงามและสนอง  
คุณประโยชน์ทางกายภาพให้แก่มนุษย์(สาคร คันธโชติ: 2528)

2.4.1.3 การออกแบบ หมายถึง กิจกรรมอันสำคัญประการหนึ่งของมนุษย์  
ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่ มนุษย์จะต้องการใช้การออกแบบทุกระยะเพื่อกำหนดการดำรงชีวิต เพราะการ  
วางแผนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นสุดท้ายของชีวิตในทุกๆด้าน ย่อมขึ้นอยู่กับวิธีการออกแบบทั้งสิ้น จะ  
เห็นได้ว่ามนุษย์ใช้การออกแบบเป็นองค์ประกอบในการดำรงชีวิต เป็น 2 ทางคือ

1 การออกแบบเพื่อสร้างความเป็นมนุษย์ อันหมายถึง เรื่องราวที่  
เกี่ยวข้องกับจิตใจ การวิวัฒนาการทางการเรียนรู้ การวางแผนรูปแบบโครงสร้างของสังคม ระเบียบแบบ  
แผนในการดำรงชีวิต การมีส่วนร่วมในครอบครัว การเลี้ยงดูปลูกฝังค่านิยม การปกครอง การเลือกนับ  
ถือศาสนา เพื่อการปรุงแต่งจิตใจให้เจริญงอกงาม ตลอดจนรูปแบบศิลปวัฒนธรรมประเพณี เหล่านี้  
มนุษย์จะต้องรู้จักกำหนดหรือเสาะแสวงหาแนวทางอันเหมาะสมตามสภาพแวดล้อม และสนองต่อ  
ความปีติอิมเอบของจิตใจเป็นสำคัญ การกำหนดการวางแผนเกี่ยวกับเรื่องราวดังกล่าว นับว่าเป็นการ  
ออกแบบเพื่อสนองต่อความต้องการทางด้านจิตใจ

2 การออกแบบเพื่อสนองความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต อัน  
หมายถึง เรื่องที่เกี่ยวกับทางด้านวัตถุที่มนุษย์ประดิษฐ์คิดทำขึ้นมา และรู้จักปรับปรุงพัฒนา ได้แก่  
เครื่องใช้สอยต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อให้การดำรงชีวิตมีความสะดวกสบายขึ้น โดยการเรียนรู้  
ประสบการณ์ที่ได้รับมา เป็นการตอบสนองความต้องการทางกายเป็นสำคัญ (มนตรี ยอดบางเตย:  
2538)

#### 2.4.1.2 ข้อคำนึงในการออกแบบ

ปรัชญาของการออกแบบ คือ สิ่งที่มีสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์ ดังนั้น มนตรี ยอดบางเตย  
(มนตรี ยอดบางเตย: 2538) ได้ให้ข้อคำนึงในการออกแบบไว้ 4 ประการ

1 ประโยชน์ใช้สอย คือ สิ่งจำเป็นอันดับแรกที่จะต้องสนองความต้องการ  
ของมนุษย์ เพื่อให้บรรลุสิ่งที่คนปรารถนาก็คือ ประโยชน์ใช้สอย ความจริงในข้อนี้ เป็นสิ่งที่นัก  
ออกแบบทั้งหลายต้องยึดถือเป็นแนวคิดในการออกแบบ

2 ความงามทางศิลปะ หมายถึง ความรู้สึกทางความงาม กล่าวคือ เมื่อนัก  
ออกแบบสนองความต้องการในด้านการใช้สอยและได้ผลเป็นที่น่าพอใจแล้ว สิ่งที่มีมนุษย์ทุกคนต้องการ  
คือ ความงาม หรือความรู้สึกทางศิลปะ ดังนั้น หน้าที่ใช้สอยกับความรู้สึกทางศิลปะ จึงเป็นสิ่งที่จะเป็น  
ต้องไปควบคู่กันโดยนักออกแบบจะต้องยึดถือเป็นแนวคิดในการออกแบบ

3 คุณสมบัติของวัสดุและเศรษฐกิจ เมื่อการออกแบบได้ดำเนินไปตาม  
เป้าประสงค์ ในข้อ 1 และ ข้อ 2 แล้ว สิ่งต่อไปที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงก็คือ คุณค่าทางวัสดุ ที่จะ  
นำมาใช้ต้องมีคุณค่าในตัวเองและเหมาะสมกับการที่จะผลิต ตลอดจนจะต้องคำนึงถึงภาวะเศรษฐกิจ  
ของสังคมด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4 แบบอย่างและวัฒนธรรม เป็นอีกประการหนึ่งที่นักออกแบบต้องคำนึงถึง เพราะในเรื่อง แบบอย่าง นักออกแบบถือเป็นหลักทางวิชาการว่า ผู้ออกแบบที่ดีจะต้องมีความเข้าใจ ในเรื่องของแบบอย่าง และได้ศึกษามาอย่างดีแล้ว จึงจะสามารถออกแบบได้อย่างเหมาะสมกับ สภาพการณ์ สำหรับเรื่องของวัฒนธรรมนั้น ก็เป็นส่วนหนึ่งที่แสดงความเป็นสัญลักษณ์ของเชื้อชาติ การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงเรื่องนี้ว่า สิ่งที่ตนออกแบบนั้นสมควรจะสอดแทรกวัฒนธรรมลงไปหรือไม่ แบบอย่างนั้นๆเหมาะสมกับวัฒนธรรมใด ซึ่งมีได้หมายความว่าต้องเป็นวัฒนธรรมประจำชาติเสมอไป จะเป็นวัฒนธรรมใดก็ได้ที่เหมาะสมกับแบบอย่างนั้นๆ

#### 2.4.2 ความหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์ และ ข้อคำนึงในการออกแบบผลิตภัณฑ์

2.4.2.1 การออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ การออกแบบสิ่งของ เครื่องใช้ เพื่อนำมาใช้ สอยในชีวิตประจำวัน โดยเน้นการผลิตเป็นจำนวนมาก ในรูปแบบสินค้า เพื่อผ่านไปยังผู้บริโภคในวง กว้าง โดยรูปแบบของและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะเป็นปัจจัยสำคัญ ชักจูงผู้บริโภคให้เกิดความ ต้องการที่จะช่วยจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์นั้น(วิรุณ ตั้งเจริญ: 2529)

##### 2.4.2.2 ข้อคำนึงในการออกแบบผลิตภัณฑ์

ข้อคำนึงในการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น สาคร คันธโชติ ได้รวบรวมไว้ ดังนี้

1 ความปลอดภัย การออกแบบต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค บริโภค เช่น เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์นั้นแล้วไม่เกิดสารพิษหรือทำอันตรายแก่ชีวิต ไม่เกิดอันตรายได้ง่าย มี ความปลอดภัยสูง

2 ความแข็งแรงของตัวผลิตภัณฑ์ ควรเลือกใช้โครงสร้างให้เหมาะสม มีความแข็งแรง ทนทาน นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงการประหยัดประกอบด้วย

3 ความสะดวกสบายในการใช้ คือ ต้องคำนึงถึงสัดส่วนที่เหมาะสมกับการ ใช้งาน ขนาด และขีดจำกัดของผู้บริโภคและบริโภค

4 ความสวยงามน่าใช้ คือ ต้องออกแบบให้ผลิตภัณฑ์มีรูปร่าง ขนาด สี สัน สวยงามน่าใช้ ชวนซื้อ นอกจากนี้แล้วควรจะช่วยยกระดับเกี่ยวกับบรรณนิยมในด้านรูปร่าง ขนาด สี สัน แก่ผู้บริโภคและบริโภคให้ดีขึ้น

5 ราคาพอสมควร นักออกแบบที่ดีควรรู้จักเลือกกำหนดการใช้วัสดุให้ ถูกต้อง รวมทั้งกรรมวิธีการผลิตที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อจะผลิตได้ง่ายและสะดวก ซึ่งส่งผล ไปถึงราคาผลิตภัณฑ์ หากเรารู้จักเลือกใช้วัสดุที่ดีแล้ว จะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาพอสมควรตามความ ต้องการของท้องตลาด

6 การซ่อมแซมง่าย คือต้องออกแบบให้สามารถแก้ไขและซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ค่าบำรุงรักษาและการสึกหรอต่ำ

7 วัสดุ นักออกแบบควรเลือกใช้วัสดุให้ถูกต้องเหมาะสมกับงานว่า ผลิตภัณฑ์นั้นใช้กับสถานที่ใด เช่น ใช้ที่บ้านพักตากอากาศชายทะเล ควรเลือกใช้วัสดุชนิดใดจึงจะ เหมาะสม นอกจากนี้ต้องคำนึงถึงปริมาณของวัสดุด้วยว่ามีมากน้อยเพียงใด หาซื้อได้ง่ายหรือไม่ ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณสมบัติด้านต่างๆ ที่นำมาผลิตเหมาะสมหรือไม่ ราคาของวัสดุเหมาะสมกับชนิดหรือประเภทผลิตภัณฑ์หรือไม่

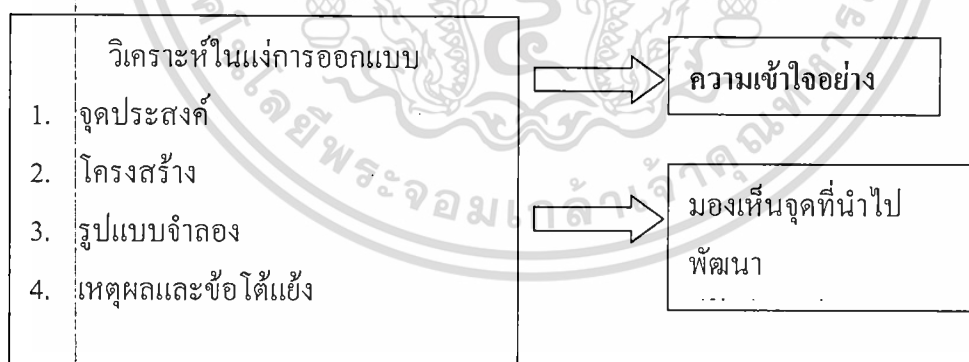
8 กรรมวิธีการผลิต เมื่อทำการออกแบบแล้ว สามารถผลิตได้สะดวก รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่สามารถใช้ทำการผลิตได้หรือไม่

9 การขนส่ง นักออกแบบต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง การขนส่งสะดวกหรือไม่ ระยะไกลหรือใกล้ กินเนื้อที่การขนส่งหรือไม่ การขนส่งทางน้ำหรือทางบก ต้องการทำการบรรจุหีบห่ออย่างไร เพื่อรักษาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพที่ดีที่สุดก่อนถึงมือผู้อุปโภคและบริโภค

การออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ก่อนอื่นนักออกแบบต้องทำความเข้าใจกับประเภทของผลิตภัณฑ์ว่าขอบเขตของการใช้งานกว้างขวางเพียงใด ผลิตภัณฑ์จะถูกนำไปใช้ยังที่ใดบ้าง ใครเป็นคนใช้ ข้อมูลต่างๆ เหล่านี้จะช่วยให้นักออกแบบผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินการตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

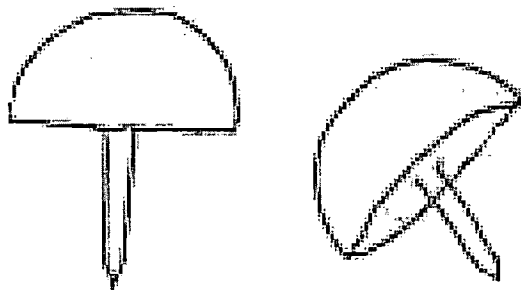
#### 2.4.3 กระบวนการคิดสร้างสรรค์ของเดวิด เพอร์กินส์ (David Perkins)

เดวิด เพอร์กินส์ (David Perkin) เสนอวิธีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ โดยยึดหลักว่า งานสร้างสรรค์ทุกชนิดทั้งที่เป็นรูปธรรม เช่น สิ่งประดิษฐ์ และนามธรรม เช่น กฎหมาย หลักการ ทฤษฎี เกิดขึ้นจากการจูงใจออกแบบของผู้ประดิษฐ์คิดค้น หรือ “Creative by Design” ดังนั้นการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ในแง่การออกแบบจะทำให้เข้าใจสิ่งนั้นอย่างลึกซึ้ง และมองเห็นจุดที่จะนำไปพัฒนาปรับปรุงอย่างสร้างสรรค์



ภาพที่ 2.10 ขั้นตอนการสร้างความคิดสร้างสรรค์ ตามแนวคิดของเดวิด เพอร์กินส์ (David Perkins) ที่มา : อ่างใน พิทยา สิทธิอำนวย (2536)

### 2.4.3.1 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ในแง่การออกแบบของเป็กกดกระดาศ



ภาพที่ 2.11 เป็กกดกระดาศ

ที่มา : สมศักดิ์ ภูวิภาดาธรรม (2537)

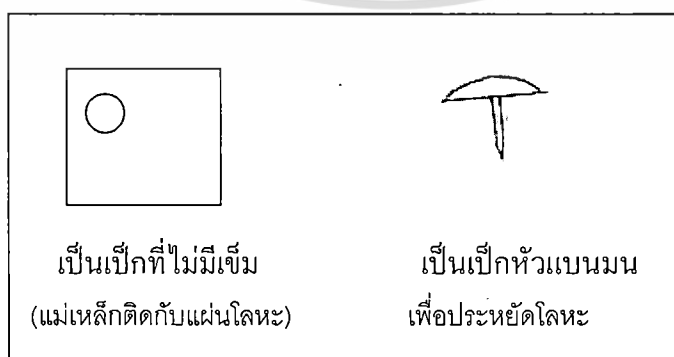
1 จุดประสงค์ของการออกแบบ คือเป็กมีไว้เพื่อกดวัสดุที่เป็นแผ่นบาง ๆ เช่น กระดาศให้ติดอยู่แผ่นป้ายหรือกำแพง

2 โครงสร้าง ประกอบด้วยส่วนหัวมีลักษณะกลมกว้าง และส่วนก้นจะมี ความยาวเท่ากับเข็มขนาดสั้น และมีปลายแหลม

3 รูปแบบจำลอง ถ้าจะวาดแบบจำลองของเป็กทั้งรูปแนวตั้งและแนวนอน จะได้ดังรูป ซ้ายมือ

เหตุผลและข้อโต้แย้ง ทำไมส่วนหัวของเป็กจึงต้องกว้างกลม ทั้งนี้เพื่อสะดวก ในการใช้หัวแม่มือกดและเป็นประโยชน์ในการกดกระดาศให้อยู่กับที่ และทำไมส่วนปลายเข็ม จึงต้องแหลม ทั้งนี้เพื่อสะดวกในการกดลงไปบนพื้นของแผ่นป้ายนั่นเอง และทำไมก้านจึงต้องสั้น ทั้งนี้เพราะจะได้ ไม่ต้องออกแรงมากในการกดและสะดวกในการถอนเป็กออก (สมศักดิ์ ภูวิภาดาธรรม : 2537 )

จากการวิเคราะห์ในแง่การออกแบบเป็กกดกระดาศ จะทำให้เข้าใจเรื่องเป็กอย่าง ลึกซึ้งและมองเห็นจุดที่จะนำไปปรับปรุงหรือพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ เช่น



ภาพที่ 2.12 การวิเคราะห์เป็กกดกระดาศ

ที่มา : สมศักดิ์ ภูวิภาดาธรรม (2537)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.4.3.1 ขั้นตอนของกระบวนการคิดสร้างสรรค์ อาจดำเนินการ ดังนี้

- 1 การพบความจริง (Fact Finding) เกิดจากการรับรู้ แล้วทำให้เกิดความรู้ที่สับสนวุ่นวาย ไม่สามารถที่จะหาคำตอบได้ จึงเริ่มเสาะแสวงหาข้อมูล
- 2 การค้นพบปัญหา (Problem Finding) สิ่งที่ค้นพบจากข้อมูลต่าง ๆ ทำให้เกิดคำถามและเป็นปัญหาเกิดขึ้น
- 3 การค้นพบสมมติฐาน (Idea Finding) การคาดคะเนคำตอบที่มีทางเป็นไปได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้
- 4 การค้นพบคำตอบ (Solution Finding) ประสบผลสำเร็จ ในการค้นหาคำตอบที่เกิดจากการรวบรวมข้อมูล และการทดสอบสมมติฐานต่างๆ
- 5 ยอมรับผลจากการค้นคว้า (Acceptance Finding) ยอมรับกับคำตอบที่ได้ค้นพบ ซึ่งจะนำไปสู่การแก้ปัญหาหรือการค้นพบแนวทางที่จะนำไปสู่การคิดหรือการประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ

### 2.4.3.2 เกณฑ์ความสามารถของผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์

ลักษณะของพฤติกรรมของบุคคลที่สามารถตัดสินได้ว่าเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์

คือ

- 1 มีความสามารถในการคิดที่พลิกแพลงและแก้ปัญหาให้ลุกล่วงไปด้วยดี
- 2 มีเหตุผลเป็นของตนเอง ไม่ชอบปฏิบัติตามผู้อื่น
- 3 มีความมานะพยายาม เอาใจใส่ กล้าเผชิญกับสิ่งที่เกิดจริง ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเองสูง
- 4 ชอบทำให้เปลี่ยนแปลงเพื่อประสบการณ์ใหม่ ๆ
- 5 ชอบทำงานเพื่อตอบสนองความสุขและความพอใจของตนไม่ยึดมั่นสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากเกินไป
- 6 เป็นผู้ที่มีมองโลกในแง่ดีและมีอารมณ์ขัน
- 7 เป็นผู้ที่กำลังคิด กล้าแสดงออก

### 2.4.3.3 ปัจจัยเสริมและอุปสรรคที่มีผลต่อการคิดสร้างสรรค์

#### 1 ปัจจัยเสริม

(1) มีความสามารถในทักษะการคิดและลักษณะการคิดที่เกี่ยวข้อง เช่น การคิดคล่อง คิดหลากหลาย การคิดริเริ่ม การคิดวิเคราะห์ผสมผสาน การคิดตีความถูกทาง คิดไกล คิดกว้างรอบคอบ คิดละเอียดชัดเจน และคิดอย่างมีเหตุผล

(2) ลักษณะนิสัยประจำตัวที่ต้องการสิ่งที่ดีขึ้น ต้องการสิ่งใหม่ๆ ที่ดีขึ้นกว่าเดิม ไม่ติดยึดในระเบียบ หรือกฎเกณฑ์มากเกินไป และเป็นคนมีอารมณ์ขัน ใจกว้าง และเชื่อมั่นในตนเองในระดับที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) การให้เวลาในการคิด เพราะการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทำให้เกิดความคิดใหม่ ซึ่งมักจะเป็น “แว็บ” หรือคิดได้ หรือมองเห็นด้วยความคิดแบบทันทีทันใด แต่ต้องคอยเวลาจนกว่าจะ “แว็บ”

## 2 อุปสรรค

(1) ความพอใจกับสิ่งที่มีอยู่ หรือคิดว่าสิ่งที่มีอยู่ดีที่สุดในแล้ว เช่น คิดว่าคำตอบที่มีอยู่ถูกต้องที่สุดแล้ว

(2) ชอบคิดว่าของใหม่ สิ่งใหม่ ไม่ถูกหลักเกณฑ์ที่มีอยู่

(3) การเน้นเรื่องการปฏิบัติการมาก ทำให้ความคิดสร้างสรรค์ไม่ถูกนำมาใช้เพราะความคิดใหม่ๆ เมื่อนำสู่การปฏิบัติจะมีอุปสรรคมากมาย เพราะการปฏิบัติเดิมจะทำตามหรือทำให้สอดคล้องกับความคิดเดิม(ซึ่งเป็นความคิดสร้างสรรค์ในอดีต)

(4) การวิพากษ์วิจารณ์ในแง่ของการไม่ยอมรับ ในแง่ของการหักล้าง ไม่สนับสนุน ไม่เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้มีความคิดใหม่ๆ ไม่เป็นการให้กำลังใจผู้มีความคิดใหม่ๆ ซึ่งต่อไปจะทำให้เกิดความรู้สึกไม่ดี ความรู้สึกล้มเหลว และไม่กล้าเสนอความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อีกเลย

### 2.4.3.4 การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ สามารถทำได้โดยกำหนดสถานการณ์ที่เป็นปัญหาเพื่อกระตุ้นให้คิด ของใหม่ เช่น แนวความคิดใหม่ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ วิธีการใหม่ การปรับปรุงของเดิมให้ดีขึ้น

### 2.4.3.5 ประโยชน์ของการคิดสร้างสรรค์

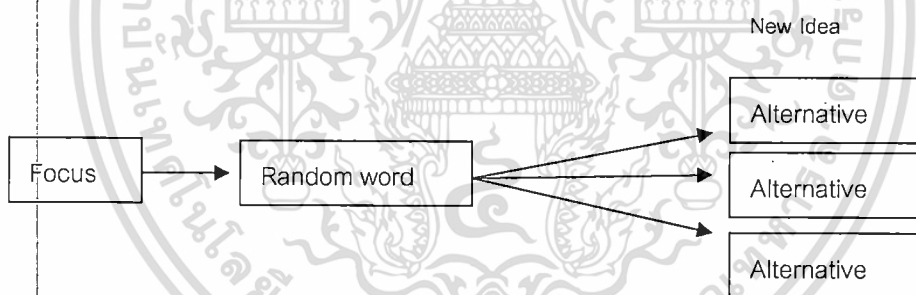
การคิดสร้างสรรค์ทำให้ได้สิ่งใหม่ๆ เช่น ประดิษฐ์กรรมใหม่ แนวทางแก้ปัญหาใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ ทางเลือกใหม่ ฯลฯ ที่มีคุณค่า มีประโยชน์

## 2.4.4 กระบวนการคิดนอกกรอบ(Lateral thinking : Lt) ของ Dr.Edcsard de Bono

การคิดแบบแตกแขนง เป็นความคิด นอกกรอบ Dr.Bono จึงได้เสนอวิธีคิดนอกกรอบออกมา โดยใช้คำภาษาอังกฤษ 5 คำมาเป็นพื้นฐานฝึก Lt ได้แก่ Focus Random Alternative Challenge และ Provocation สิ่งหนึ่งที่ถูกย้ำเสมอถ้าจะมี Lt ต้องระววงเรื่อง หลุมพรางของฉลาด(Intelligence Trap) ซึ่งมนุษย์ทุกคนจะมีอยู่ในตัว เพราะมีประสบการณ์จากการเรียนและการทำงานที่ผ่านมา ทำให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงตนเป็นผู้รู้ ผู้ฉลาด ออกมาใน 4 ระดับ เริ่มจากใครพูดเสนออะไรมา ระดับที่ 1 เขาจะเป็นคนโต้แย้ง (Defensive) ทันที ระดับที่ 2 เขาจะรู้สึกว่าเขาเห็นอีกกว่า(Superior) ระดับที่ 3 เขาจะทะนงตน(Arrogant) ระดับที่ 4 เขาจะขี้สงสัย ลังเล และปิดใจไม่ยอมรับ (Step teal)

คำว่า Focus ในภาษาต้นตำหรับมีหลายความหมาย แต่ในที่นี้ขอหมายถึง จุดที่สนใจเข้าไปคิด ศึกษา เพื่อหาแนวทาง วิธีการใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือจะคิดเพื่อพัฒนา เพื่อสร้างนวัตกรรม (งานมี 3 อย่าง แก้ปัญหาเดิม พัฒนางานใหม่ สร้างนวัตกรรม) ตัวอย่างเช่น มีเด็กนักเรียนการคำนวณว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

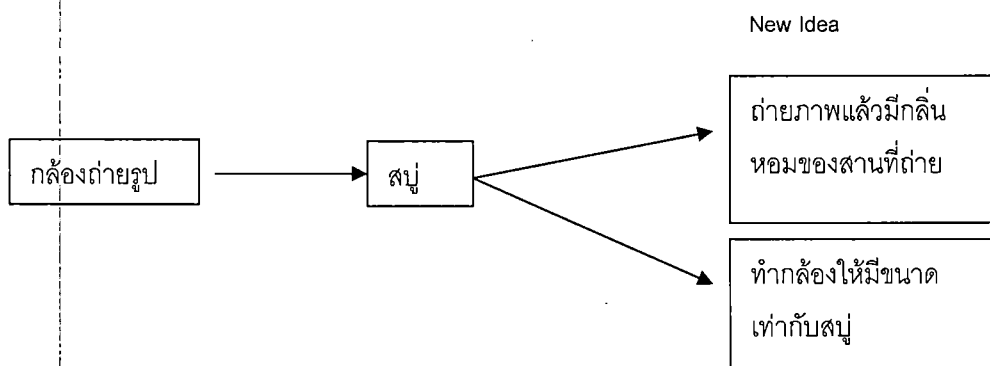
ตัวเล็กๆคนหนึ่ง เดินมาบนทางเท้าไปโรงเรียน ระหว่างทางเนื่องจากมีฝนตกหนัก มีน้ำท่วมขังอยู่ ช่วงหนึ่งบนทางเดินที่ต้องผ่านระดับน้ำไม่สูงมาก เด็กคนนี้ไม่สามารถก้าวเท้าผ่านบริเวณท่วมขังได้ เพราะตัวเล็กก้าวอย่างไม่พนัก แกคิดหาวิธีการผ่านบริเวณน้ำท่วมด้วยการหยีบก้อนหินมาหนึ่งก้อนแล้ว โยนไปตรงกลางแหล่งน้ำ จากนั้นก็กระโดดเหยียบก้อนหินตรงกลางแล้วก้าวพ้นแหล่งน้ำไปได้ การใช้ก้อนหินเป็นสื่อกลางในการก้าวกระโดดแล้วแก้ปัญหา Dr.Bono เรียกว่า Step Stone ซึ่งคือหัวใจของการคิดแบบ Lt ที่นำเสนอ ปัญหาจะต้องชัดเจน เมื่อปัญหาชัด วัตถุประสงค์ (Purpose) ก็จะตามมา เด็กนักเรียนต้องการไปโรงเรียนโดยเท้าไม่เปียกน้ำ วิธีแก้อาจจะรอแล้วขอให้ผู้ใหญ่ช่วยอุ้มข้ามน้ำก็ได้ หรือจะถอดรองเท้า-ถุงเท้าแล้วเดินเท้าเปล่าข้ามน้ำก็ได้ หรือจะเสี่ยงไปใช้ถนนเส้นอื่น แต่ก็ต้องเดินอ้อมอีกไกลขึ้นมาก็ได้ ดังนั้นการคิดนอกกรอบนี้ จึงเป็นเรื่องของบุคคลที่เผชิญปัญหาแล้วหาทางออกให้ตนเอง หรือองค์การอย่างสร้างสรรค์ เมื่อ Focus ปัญหาชัดก็จะรู้วัตถุประสงค์หรือแก่นที่ต้องการ จากนั้น Dr.Bono บอกให้หาคำนามมา 1 คำ ซึ่งเจ้านามนี้คือ Step Stone คำนามนี้จะจดไว้บนกระดาษสัก 1 แผ่นก็ได้ เวลาใช้ก็หลับตาแล้วนำนิ้วชี้จิ้มลงไป 1 คำ เลือกมาก็ได้ หรือเปิดหนังสืออะไรก็ได้ เมื่ออ่านพบคำนาม คำแรก ก็นำไปใช้ได้เลย แล้วเราก็จะพบทางเลือก(ทางออก) เรียกว่า Alternative ซึ่งจะเป็นวิธีการใหม่ๆ ที่ต่างคน ต่างคิด ต่างคน ต่างได้ ดังภาพ



ภาพที่ 2.13 กระบวนการคิดนอกกรอบ(Lateral thinking : Lt)

ที่มา : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2549)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.14 ตัวอย่างการคิดนอกกรอบ(Lateral thinking : Lt)

ที่มา : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2549)

## 2.5 อัตลักษณ์

### 2.5.1 อัตลักษณ์องค์กรคืออะไร

คำว่า “อัตลักษณ์องค์กร” หรือ Corporate Identity (CI) หมายถึงการแสดงออกให้เห็นถึงภาพลักษณ์ (Image) ที่ปรากฏต่อสายตาผู้อื่น พร้อมๆ กับแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ขององค์กรนั้น โดยอาศัยองค์ประกอบกราฟิก หรืออาจกล่าวให้เข้าใจง่ายๆ ก็คือ หมายถึงการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนเพื่อสร้างความเป็นอัตลักษณ์และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดแก่องค์กร บุคลากร ตลอดจนบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นๆ จะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์องค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร โดยเฉพาะในโลกที่มีการแข่งขันกันอย่างมากเช่นปัจจุบันคำว่า “Corporate Identity” นี้ เดิมทีเป็นคำที่ใช้เกี่ยวกับการวางระบบอัตลักษณ์ขององค์กรเท่านั้น แต่ในปัจจุบันการวางระบบเอกลักษณ์องค์กรมิได้ใช้เฉพาะองค์กรหรือบริษัทห้างร้านอีกต่อไป แต่มีการใช้ต่อเนื่องไปถึงตราสินค้า (Brand) ด้วย เนื่องจากองค์กรบางแห่งอาจให้ความสำคัญกับตราสินค้ามากกว่าชื่อขององค์กร จึงเป็นที่มาของการสร้างระบบอัตลักษณ์ให้กับสินค้า (Brand Identity) ดังนั้นจึงพบว่ามีบางคนใช้คำว่า “Brand Identity” แทนคำว่า “Corporate Identity” ใน ความหมายของอัตลักษณ์องค์กรเช่นกัน Philip Kotler ปรมาจารย์ด้านการตลาดอธิบายถึงคำ ภาพลักษณ์ (Image) ว่า เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิดและความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ ส่วน Frank Jefkins นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ (Corporate Image) หมายถึงภาพขององค์กรใดองค์การหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จักเข้าใจ และได้มีประสบการณ์ ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนหนึ่งกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ

## 2.5.2 ความเป็นมาของ Corporate Identity (CI)

เป็นการยากที่จะกล่าวว่า CI นั้นมีจุดเริ่มต้นจากใคร เมื่อไร แต่ก็พอจะกล่าวสรุปได้ว่า มีต้นกำเนิดในทวีปยุโรปเป็นแห่งแรกในราวศตวรรษที่ 19 โดยเริ่มจากความต้องการของผู้ค้า ซึ่งมีความประสงค์ที่จะแสดงความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวในสินค้าหรือบริการที่ให้แก่ผู้ซื้อ โดยมีการใช้กับสินค้าหัตถกรรมเป็นสินค้าประเภทแรก สัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์เหล่านี้จะปรากฏอยู่บนสิ่งของทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นกระดาษเขียนจดหมาย ของจดหมาย จนถึงป้ายหน้าร้าน เป็นต้น ในสหรัฐอเมริกาได้มีการใช้สัญลักษณ์เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของในกลุ่มผู้ ประกอบอาชีพปศุสัตว์ทางภาคตะวันตกของประเทศ ที่เรียกว่าเครื่องหมาย Cattle Brand ได้แก่ เครื่องหมายที่ใช้ตีตราสัตว์เลี้ยงในฟาร์ม โดยจะใช้เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์อย่างง่าย ๆ หรือใช้ตัวอักษรชื่อย่อเจ้าของฟาร์ม เป็นต้น ในเวลานั้นยังไม่มีผู้ใดให้ความสนใจในเรื่องของรูปแบบและความงาม ตราบจนกระทั่งได้มีการดำเนินธุรกิจและเกิดการแข่งขันกันอย่างแพร่หลาย นักธุรกิจทั้งหลายจึงหันมาให้ความสนใจ และเห็นความสำคัญของการออกแบบ ซึ่งมีส่วนช่วยในการเพิ่มยอดขาย จึงได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในช่วงทศวรรษ 1930 หลังช่วงเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ในสหรัฐอเมริกา ได้มีบริษัทบางบริษัทซึ่งได้กลายมาเป็นยักษ์ใหญ่ในเวลาต่อมา เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าวและพร้อมที่จะปรับปรุงการออกแบบสินค้าของตน รวมทั้งปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเสียใหม่ จึงทำให้สินค้าเหล่านั้นประสบความสำเร็จมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลาย สินค้าเหล่านั้นได้แก่ สีดัทช์บอย (Dutch Boy) โทรท์คัน อาร์ ซี เอ (RCA) น้ำมันโมบิล (Mobil) เป็นต้น แต่เนื่องจากการออกแบบ CI ในยุคนั้นไม่ได้มีการประสานข้อมูลระหว่างผู้บริหารกับนักการตลาด จึงทำให้การออกแบบ CI ในยุคแรกนั้นไม่สัมฤทธิ์ผลเท่าที่ควรในตอนปลายของทศวรรษ 1930 ได้มีการตั้งโรงเรียนบาเฮาส์ (Bauhaus) ซึ่งเป็นโรงเรียนที่เปิดสอนด้านการออกแบบในสาขาต่างๆ ขึ้นเป็นแห่งแรกจึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาด้านการออกแบบอย่างจริงจัง จนก่อให้เกิดกระแสความต้องการเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์เพื่อใช้เป็นเครื่องหมายการค้า (Trademark) ที่แสดงถึงคุณสมบัติเฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้นนับจากช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการเจริญเติบโตทางอุตสาหกรรมเป็นต้นมา ได้มีนักออกแบบที่มีความรู้ความสามารถจากสถาบันที่มีชื่อเสียงหลายคนเป็นผู้จุดประกายให้กับวงการออกแบบเลขศิลป์ (Graphic Design) ด้วยการนำองค์ประกอบกราฟิกมาใช้ในการสร้างสัญลักษณ์และการออกแบบ CI อาทิ พอล แรนต์ (Paul Rand) ผู้ออกแบบสัญลักษณ์ให้กับไอบีเอ็ม (IBM) หรือมอร์ตัน โกลด์ชอลล์ (Morton Goldsholl) ผู้ออกแบบสัญลักษณ์ M ให้กับโมโตโรลา (Motorola) เป็นต้น อย่างไรก็ตามในช่วงนี้นับเป็นจุดเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ เนื่องจากก่อนหน้านั้นงานออกแบบกราฟิกได้ถูกใช้เป็นเพียงส่วนตกแต่งให้สวยงามแต่เพียงอย่างเดียว โดยมีได้ตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบกับความสำเร็จทางการตลาด จึงนับเป็นจุดเริ่มต้นของการออกแบบเลขศิลป์ที่สำคัญ ซึ่งถือเป็นรากฐานของการออกแบบในปัจจุบันในช่วงทศวรรษ 1950 ซึ่งเป็นยุคที่บริษัทต่างๆ มีการเจริญเติบโตในการค้าไม่เว้นใครๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบธุรกิจข้ามชาติและบริษัทรวมธุรกิจได้มีจำนวนเพิ่มขึ้น จึงก่อให้เกิดความต้องการการออกแบบเครื่องหมายการค้าใหม่เพื่อใช้กับสินค้าและบริการที่หลากหลายรูปแบบมากขึ้น หลายบริษัทได้เปลี่ยนเครื่องหมายการค้าเดิมเป็นเครื่องหมายการค้าใหม่ โดยเชื่อว่าจะเป็นการแสดงให้เห็นถึงขนาดและขอบเขตของธุรกิจนั้นๆ ได้ดียิ่งขึ้น ในช่วงต้นและช่วงกลางทศวรรษ 1960 ระบบการออกแบบ CI ได้เป็นแนวคิดสู่ความสำเร็จ ที่ทุกองค์กรทุกบริษัทต่างตื่นตัวกันอย่างมาก ในการที่จะสร้างสัญลักษณ์และระบบ CI ให้กับบริษัทหรือสินค้าของตน ในช่วงนี้เองที่เซอร์มาเยฟและไกส์มาร์ (Chermayeff & Geimar) ได้ออกแบบสัญลักษณ์ให้กับธนาคารเชส แมนฮัตตัน (Chase Manhattan) โดยนำลักษณะที่เป็นนามธรรม (Abstract) มาใช้ในงานออกแบบสัญลักษณ์ ด้วยการสร้างความเรียบง่ายที่ลงตัว มีความสวยงาม ไม่ล้าสมัย ซึ่งได้กลายมาเป็นต้นแบบของแนวคิดในการออกแบบสัญลักษณ์ในทศวรรษ 1960 และในเวลาต่อมาในทศวรรษ 1970 ได้มีการเพิ่มจำนวนองค์กรที่ต้องการพัฒนา CI ในองค์กรของตนขึ้นเป็นจำนวนมาก เนื่องจากบริษัทเหล่านั้นตระหนักถึงผลตอบแทนที่ได้รับและต่างก็ทุ่มเงินมหาศาลในการสร้างและเปิดตัวสัญลักษณ์ใหม่ รวมทั้งแผนรณรงค์ต่างๆ จนกระทั่งเกิดกรณี วอเตอร์เกต (Watergate) ซึ่งทำให้สหรัฐอเมริกาประสบปัญหาทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม จึงทำให้องค์กรต่างๆ พากันระงับแผนพัฒนา CI ด้วยการหันไปสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรของตนแทน เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า จึงนับได้ว่าเป็นช่วงของการถดถอย เนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่เห็นความสำคัญในเรื่องของ CI ต้องชะงักไปชั่วระยะเวลาหนึ่งในช่วงกลางของทศวรรษ 1980 เป็นช่วงเวลาที่คอมพิวเตอร์ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในการทำงานและในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ในวงการออกแบบก็เช่นกัน ได้มีการคิดโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการออกแบบขึ้นมากมาย จึงอาจกล่าวได้ว่า ทศวรรษ 1980 เป็นอีกช่วงเวลาหนึ่งที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นตัวผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงการออกแบบ ละยังคงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

สำหรับประเทศไทยนั้น อาจกล่าวได้ว่าการใช้ CI ได้เริ่มแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับว่ามีความสำคัญประมาณ 10 ปีที่ผ่านมาเอง แม้ว่าในความเป็นจริงการออกแบบเรขาคณิตจะเป็นที่รู้จักกันในวงการโฆษณาในประเทศไทยมาตั้งแต่ทศวรรษ 1980 ก็ตาม ดังจะเห็นได้จากการออกแบบในระยะแรกจะเป็นการออกแบบสัญลักษณ์ สิ่งพิมพ์ธุรกิจหรือสิ่งพิมพ์โฆษณาให้กับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ โดยยังมิได้มีการวางระบบ CI ให้กับบริษัทหรือองค์กรเหล่านั้น เนื่องจากทั้งผู้ว่าจ้างและผู้ออกแบบยังมิได้ตระหนักถึงความสำคัญของการมีระบบ CI นั้นเอง งานออกแบบและวางระบบ CI ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการออกแบบ CI ในปัจจุบันเห็นจะได้แก่การออกแบบ CI ให้กับบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยบริษัทวอลเตอร์ แลนเดอร์ แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด (Walter Landor and Associates, Co., Ltd.) สำหรับงานออกแบบ CI อื่นๆ ในปัจจุบันที่ควรหยิบยกเป็น ตัวอย่างได้แก่การออกแบบ CI โครงการปิ่นทองเที่ยวไทย พ.ศ. 2541-2542 การออกแบบ CI การแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.5.2.1 ความสำคัญของ Corporate Identity (CI)

แม้ว่าองค์กรจะมีภาพลักษณ์ที่ดีเพียงใด แต่ถ้าภาพลักษณ์นั้นไม่ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณชนหรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ภาพลักษณ์ที่ดีนั้นย่อมไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรเท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้องค์กรที่ประสบความสำเร็จหลายแห่งจึงได้กำหนดให้มีแผนสำหรับ CI รวมอยู่ในแผนการบริหารงานขององค์กรด้วย การเปลี่ยนแปลงซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรนั้น มิได้เกิดขึ้นจากการบริหารงานภายในองค์กรเท่านั้นแต่ยังรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงปัจจัยภายนอก อาทิ สภาพการณ์ทางการตลาด คู่แข่ง เป็นต้น การมีแผนสำหรับ CI ที่ดีจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยรับมือการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เหตุที่องค์กรส่วนใหญ่ต้องการ CI นั้นมักมีที่มาจากสาเหตุ 2 ประการคือ

1 องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นใหม่และมีคู่แข่งในธุรกิจนั้นเป็นจำนวนมาก จึงต้องการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะสำหรับองค์กร

2 องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งมานานพอสมควรและเห็นความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนารูปแบบ CI เสียใหม่ ซึ่งระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเปลี่ยนแปลง CI นั้นขึ้นอยู่กับ

(1) ลักษณะของธุรกิจแต่ละประเภท เช่น ถ้าเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง ฯลฯ อาจมีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยน CI บ่อยครั้งกว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เช่น ธนาคาร เป็นต้น

(2) แผนการตลาด องค์กรต่างๆ ควรจะมีแผนการบริหารงานระยะยาว ซึ่งรวม CI อยู่ในแผนนั้นๆ ด้วย เพื่อให้การสร้าง CI เป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีทิศทางที่ชัดเจน

### 2.5.3 ภาพลักษณ์องค์กรคืออะไร

องค์กรต่างๆ เปรียบได้กับมนุษย์ ซึ่งต่างก็มีบุคลิกลักษณะที่แตกต่าง มีคุณสมบัติเฉพาะตัว และมีประวัติความเป็นมาอันน่าภาคภูมิใจ รวมถึงมีปรัชญาในการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันองค์กรต่างๆ ก็เช่นเดียวกัน ล้วนแล้วแต่มีความแตกต่างกันทั้งสิ้น ดังนั้นการที่บุคคลทั่วไปจะได้มีโอกาสรับรู้และเข้าใจถึงความเป็นองค์กรนั้นๆ จึงต้องอาศัยการแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนและแสดงถึงภาพลักษณ์ (Image) ขององค์กรนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี วิลเลียม โกลเด้น (William Golden) ผู้ออกแบบสัญลักษณ์รูปดวงตาให้กับเครือข่ายซีบีเอส (CBS) เมื่อปี ค.ศ. 1959 กล่าวว่า “ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) คือภาพที่องค์กรปรากฏต่อสาธารณชนผ่านทางผลิตภัณฑ์นโยบายการโฆษณา ฯลฯ เครื่องหมายการค้า (Trademark) มิได้เป็นสิ่งที่สร้างภาพลักษณ์องค์กร แต่เป็นเพียงสิ่งย่ำเตือนให้ระลึกถึงภาพลักษณ์องค์กรเท่านั้น”

อาจอธิบายเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นว่า “ภาพลักษณ์องค์กร” (Corporate Image) หมายถึง “ภาพ” ที่บุคคลทั่วไปไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภค คู่แข่ง ผู้ค้าปลีกหรือสังคมโดยรวม เข้าใจว่าองค์กรนั้นเป็นอย่างไร เช่น น้ำมันบางจากมีภาพลักษณ์ของการช่วยเหลือสังคม เป็นต้น ซึ่งแตกต่างจาก “อัตลักษณ์องค์กร” (Corporate Identity) ที่หมายถึงการสร้างความเป็นอัตลักษณ์แก่องค์กรโดยอาศัยเครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนภาพที่องค์กรนั้นๆ ต้องการนำเสนอต่อสังคมเพื่อไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก่อให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับ อັตลักษณ์ขององค์กรจะต้องมีความชัดเจน มิใช่เป็นเพียงชื่อหรือคำขวัญ (Slogan) สั้นๆ แต่จะต้องเป็นสิ่งที่จริง มองเห็นได้และเป็นที่ยอมรับ เป็นพื้นฐานของการกำหนดรูปแบบของสินค้าหรือบริการรวมถึงอาคารสำนักงาน โรงงาน ห้องแสดงสินค้า ตลอดจนการส่งเสริมการขาย เป็นต้น ความเป็นอັตลักษณ์อาจแสดงออกในรูปของชื่อสัญลักษณ์ สีและรูปแบบที่มีลักษณะเฉพาะตัวจะเป็นปัจจัยที่สร้างกรอบให้กับองค์กร รวมทั้งสร้างความภักดีให้เกิดแก่องค์กรอีกด้วย

### 2.5.3.1 ประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์การธุรกิจ

ภาพลักษณ์ (Image) เป็นวิธีที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท และภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายประการ ภายใต้การควบคุมของธุรกิจเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่องค์กรธุรกิจจะสามารถนำมาเป็นองค์ประกอบทางการบริหารจัดการได้แล้ว อาจจำกัดขอบเขตประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดให้ชัดเจนโดยจำแนกเป็น 3 ประเภทด้วยกันคือ

1 ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือตัวธุรกิจ ซึ่งบริษัทหนึ่ง ๆ อาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายยี่ห้อจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกชนิดและทุกตรายี่ห้อ ที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

2 ภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (Brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักอาศัยวิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเพื่อบ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของสินค้า โดยการเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้าหลายยี่ห้อจะมาจากบริษัทเดียวกัน แต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เหมือนกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของตรายี่ห้อถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัว โดยขึ้นอยู่กับข้อกำหนดตำแหน่งครองใจ (Positioning) ของสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง ที่บริษัทต้องการให้มีความแตกต่าง (Differentiation) จากยี่ห้ออื่น ๆ

3 ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์การ (Institutional Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์การหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์การเพียงส่วนเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์การ ทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการ บุคลากร (ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณะ

2.5.3.2 องค์ประกอบของภาพลักษณ์และการเกิดภาพลักษณ์ Kenneth E. Boulding (1975:91) ได้อธิบายว่า “ภาพลักษณ์” เป็นความรู้ ความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้นั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจากตนเองเฉพาะตน เป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วย ข้อเท็จจริง คุณค่าที่เราเป็นผู้กำหนด โดยแต่ละบุคคลจะเก็บสะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือเป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของผู้อื่น มิฉะนั้นผู้ใดที่เห็นหรือใช้เอกสารนี้โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่ได้ประสบและมีความเชื่อว่าจริงเนื่องจากคนเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ ภาพ บางส่วน หรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอ แล้วมักตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้นๆ ด้วยตัวเราเองความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเป็น ภาพลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในโลกตามทัศนะของเรา และพฤติกรรมที่เราแสดงออกก็จะขึ้นอยู่กับ ภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย เพื่อให้ง่ายแก่การทำความเข้าใจ อาจแยก องค์ประกอบของภาพลักษณ์ได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริงองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนนี้มีความ เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไม้อาจแบ่งแยกได้ คือ

1 องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคล ได้จากการสังเกตโดยตรง แล้วนำสิ่งนั้นไปสู่การรับรู้ สิ่งที่ถูกรับรู้นี้อาจจะเป็นบุคคล สถานที่เหตุการณ์ ความคิด หรือสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้โดยผ่านการรับรู้เป็นเบื้องต้น

2 องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ส่วนที่เป็น ความรู้เกี่ยวกับลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตและรับรู้

3 องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึก ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4 องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นความ มุ่ง หมายหรือเจตนา ที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้า นั้น โดยเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึกองค์ประกอบเชิงการรับรู้ เชิงความรู้ เชิงความรู้สึก และเชิง การกระทำนี้จะผสมผสานกันเป็นภาพที่บุคคลได้มีประสบการณ์ในโลก ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่ดีของ ธุรกิจจึงสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งกว่าผู้บริโภคเป้าหมาย (Target Consumer) แต่ละราย จะเปลี่ยนฐานะมาเป็นลูกค้า (Customer) นั้น จะผ่านการรับรู้ (Perception) จนเกิด ความรู้ (Knowledge) และความรู้สึก (Affection) ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และองค์กรธุรกิจ จนกระทั่งเกิด พฤติกรรมการซื้อ (Buying) มาบริโภคในที่สุด

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์องค์กรคือภาพขององค์กรในลักษณะที่เป็นนามธรรมใน ขณะนี้อัตลักษณ์องค์กรคือการสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรออกมาเป็นรูปธรรม โดยอาศัย เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่แสดงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ โดยทั่วไปอัตลักษณ์องค์กรจะ เปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ยิ่งในโลกที่มีการแข่งขันสูงดังเช่นปัจจุบันด้วยแล้ว องค์กรต่างๆ ยิ่งต้องการปรับปรุงอัตลักษณ์ เพื่อให้มีความเหมาะสมและมีความทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภค ในขณะที่ภาพลักษณ์องค์กรมักจะเป็นสิ่งที่เมื่อเกิดขึ้นในใจ ผู้บริโภคแล้วเปลี่ยนแปลงได้ยาก เช่น น้ำมันบางจากอาจต้องการเปลี่ยนภาพลักษณ์เป็นองค์กรที่มี ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ด้วยการออกแบบสัญลักษณ์ใหญ่ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งการ เปลี่ยนแปลงเช่นนี้อาจเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคไม่ยอมรับ จึงเป็นสิ่งที่ควรไตร่ตรองอย่างรอบคอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5.4 กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity)

ขั้นตอนต่อไปนี้เป็นกระบวนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ซึ่งมีด้วยกัน 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.5.4.1 ขั้นตอนในการประเมิน วิเคราะห์และเสนอแนะ (Investigation, Analysis, Recommendation) รายละเอียดของขั้นตอนมีดังนี้

- 1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมเชิงกลยุทธ์ (Strategic Industry Analysis)
- 2 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)
- 3 ค้นหาอัตลักษณ์ที่ดำรงอยู่ขององค์กร (Corporate Identity)
- 4 การตรวจสอบด้านการออกแบบ การสื่อสาร และพฤติกรรมขององค์กร

(The Design, Communication, Behavior Audit)

- 5 การพิจารณาภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image)

6 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการทำอัตลักษณ์ขององค์กร (Definition of Objective)

2.5.1.2 ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาความคิดในการออกแบบ กำหนดพฤติกรรม และโปรแกรมการสื่อสาร (Creation: Design, Communication, Behavior Audit) รายละเอียดของขั้นตอนมีดังนี้

- 1 กระบวนการออกแบบ (Design System)
- 2 ส่วนผสมอัตลักษณ์ขององค์กร (Identify Mix)
- 3 การสื่อสารอัตลักษณ์ขององค์กร (Communication of Corporate Identity)

2.5.1.3 ขั้นตอนที่ 3 เปิดตัวและดำเนินการ (Launch and Implementation) รายละเอียดของขั้นตอนมีดังนี้

- 1 การวางแผนการดำเนินการ (Implementation)
- 2 การเปิดตัว (Lunching)
- 3 การบริหารด้านเอกลักษณ์ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง (Ongoing Management)

- 4 การสร้างความเป็นเจ้าของอัตลักษณ์ขององค์กร (Creating Ownership)

## 2.5.5 ผลที่องค์กรจะได้รับจากการมีอัตลักษณ์ที่ดี

ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ดีขององค์กร จะให้ประโยชน์แก่องค์กรดังนี้

2.5.5.1 องค์กรนั้นได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง การยอมรับนี้จะเป็นสัดส่วนโดยตรง (Direct Proportion) กับระยะเวลาที่ภาพลักษณ์นั้นได้รับการตอบรับจากสังคม ซึ่งการยอมรับนี้จะเกิดขึ้นได้ ต้องอาศัยระยะเวลาที่ผลิตภัณฑ์นั้นๆ สามารถพิสูจน์ให้เห็นถึงคุณภาพที่ดีและมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การสร้างภาพให้ผู้บริโภคยอมรับเป็นสิ่งที่เกิดได้ยากและเมื่อเกิดขึ้นแล้วก็เปลี่ยนแปลงได้ยากเช่นกัน

2.5.5.2 แสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ขององค์กร ผู้บริโภคล้วนต้องการความรู้สึกถึงพลังความยิ่งใหญ่ขององค์กร ผ่านทางสินค้าหรือบริการขององค์กรนั้นๆ พวกเขาต้องการความรู้สึกที่เชื่อมั่นว่า เขากำลังติดต่อหรือใช้บริการขององค์กรที่มีความมั่นคงและเชื่อถือไว้วางใจได้

2.5.5.3 ความรู้สึกเชื่อมั่นในความมีประสพการณ์และความเก่าขององค์กร ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับชื่อของสินค้าหรือองค์กรที่มีความเก่าแก่ และมีภาพลักษณ์ที่ดีทำให้เกิดการยอมรับและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องสั่งสมมาเป็นระยะเวลาานาน กว่าองค์กรจะสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้ได้

2.5.5.4 แสดงให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างช้าๆ ต้องอาศัยระยะเวลาานพอควร ในการที่จะแสดงให้เห็นถึงความสม่ำเสมอ ในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องขององค์กรนั้นๆ

2.5.5.5 กระตุ้นให้บุคลากรมีส่วนร่วม การที่องค์กรมี CI ที่ดีจะมีผลต่อกระบวนการคิดในองค์กร บางครั้งผู้บริหารขององค์กรจะคิดถึงแต่เฉพาะเรื่องผลกำไร หรือประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับแต่เพียงอย่างเดียว โดยลืมนึกถึงจุดมุ่งหมายขององค์กรนั้นๆ ไปส่วนที่มีความสำคัญที่สุดของระบบ CI คือการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดกระบวนการคิดในองค์กร โดยระบบ CI จะเป็นตัวตั้งคำถามบุคลากรในองค์กร ระบบ CI จะเป็นตัวกระตุ้นให้ทุกคนตื่นตัว กระตุ้นให้เกิดความคิดที่สนองนโยบายขององค์กรตามทิศทางและแผนที่วางไว้ อันจะก่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแก่องค์กร

2.5.5.6 ได้บุคลากรที่เป็นบุคคลชั้น “หัวกะทิ” เมื่อองค์กรมีระบบ CI ที่ดี องค์กรนั้นย่อมจะมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในสายตาของบุคคลทั่วไป จึงมักจะได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมาร่วมงาน เนื่องจากทุกคนย่อมปรารถนาที่จะได้ทำงานในองค์กรที่ประสบความสำเร็จ

2.5.5.7 สร้างเครือข่ายได้ง่ายเมื่อองค์กรมีระบบ CI ที่ดี จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ผลที่ตามมาคือการมีเครือข่ายที่ดี เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายต่างก็ต้องการประกอบธุรกิจกับองค์กร ซึ่งมีภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการที่ดีในใจของผู้บริโภค

2.5.5.8 แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะขององค์กรการสร้างอัตลักษณ์องค์กรที่ตีนั้นสามารถบ่งชี้ถึงคุณลักษณะขององค์กร และระบุกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน

## 2.5.6 รูปแบบของอัตลักษณ์องค์กร

เมื่อเราได้เข้าใจถึงรูปแบบโครงสร้างขององค์กรแล้ว การที่เราจะสื่อสารให้กับบุคคลทั่วไปได้ทราบถึงลักษณะโครงสร้างหรือการบริหารงานของบริษัท จำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจในเรื่องของระบบอัตลักษณ์ด้วยเช่นกัน วอลลี โอลินส์ (Wally Olins) ได้แบ่งระบบอัตลักษณ์ ขององค์กรได้ 3 ลักษณะคือ

2.5.6.1 อัตลักษณ์แบบเดี่ยว (Monolithic Identity) เป็นการวางระบบ CI ที่  
 กำหนดให้บริษัทสาขาทุกแห่งรวมทั้งบริษัทแม่ ใช้รูปแบบสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิกแบบ  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดียวกันทั้งหมด ในการสื่อสารภาพลักษณ์เดียวกันไปสู่ผู้บริโภค ระบบ CI ประเภทนี้ จะเป็นการแสดงออกถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนที่สุดและประหยัดที่สุดในการที่จะแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานเดียวกันของสินค้า หรือบริการที่ให้แก่ผู้บริโภคผู้ค้าปลีก ตลอดจนบุคลากรของบริษัทและในทางกลับกัน การที่จะสร้างระบบอัตลักษณ์ในลักษณะนี้ได้ จำเป็นต้องอาศัยการแสดงออกซึ่งบุคลิกและคุณภาพที่หนักเชื่อถือ รวมทั้งไม่หยุดยั้งในการพัฒนาตนเองด้วย

2.5.6.2 อัตลักษณ์แบบมีการรับรอง (Endorsed Identity) เป็นรูปแบบของการสร้างระบบ CI ให้กับองค์กรที่ประกอบธุรกิจหลายประเภทหรือเป็นลักษณะกลุ่มบริษัท การสร้างระบบ CI แบบนี้มีรากฐานมาจากแนวคิดที่ว่า แต่ละบริษัทในเครือควรมีอัตลักษณ์ของตนเอง โดยที่อัตลักษณ์นั้นจะต้องแสดงถึงความเป็นส่วนหนึ่งของภาพรวมขององค์กรนั้นๆ ด้วย บริษัทประเภทนี้มักจะใช้สัญลักษณ์ของบริษัทแม่ร่วมกับสัญลักษณ์ของแต่ละบริษัท ที่แสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติทางกายภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทนั้น ด้วยวิธีนี้บริษัทสาขาเหล่านี้จึงสามารถแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ร่วมกันได้ และในขณะเดียวกันก็สามารถบ่งบอกถึงลักษณะหรือขอบเขตของธุรกิจที่ดำเนินการด้วย

2.5.6.2 อัตลักษณ์ที่ใช้ตราหรือชื่อของสินค้าเป็นตัวสร้างเอกลักษณ์ (Branded Identity) ระบบอัตลักษณ์ประเภทนี้จะใช้กับบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้าหลายๆ ชนิดซึ่งอาจอยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันหรือไม่ก็ได้ และมักนิยมใช้กับสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นหลัก การใช้ชื่อของสินค้าเป็นตัวสร้างอัตลักษณ์นั้น เริ่มต้นขึ้นในราวช่วงกลางศตวรรษที่ 19 เมื่อการศึกษาและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีส่วนช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้น จนก่อให้เกิดตลาดขนาดใหญ่ได้แนวคิดเบื้องต้นหลังการสร้างอัตลักษณ์ประเภทนี้ มาจากหลักความจริงที่ว่าสินค้าประเภทเดียวกันที่ผลิตโดยบริษัทต่างๆ มักจะมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่ไม่แตกต่างกันมากนักซึ่งเราสามารถสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นได้ ด้วยการสร้างคุณสมบัติหรือคุณลักษณะพิเศษเฉพาะตัวให้กับสินค้านั้น อาจจะเป็นการใช้ชื่อ สัญลักษณ์ ทิวทัศน์ การโฆษณาหรือการส่งเสริมการขายให้สินค้านั้นเป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น โดยอาศัยความรวดเร็วในการกระจายสินค้า และการโฆษณาด้วยสื่อที่สามารถเข้าถึงบุคคลจำนวนมาก เป็นตัวสร้างอัตลักษณ์ให้เกิดขึ้นได้สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการสร้างอัตลักษณ์ประเภทนี้คือ ควรแยกแนวคิดของการสร้างอัตลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ออกจากระบบอัตลักษณ์ของบริษัท ด้วยการสร้างอัตลักษณ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้งานอัตลักษณ์นั้น แพร่ มอลเลอร์อัฟ (Per Mollerup) ให้ความเห็นวก โดยทั่วไปธุรกิจส่วนใหญ่จะใช้หลักเกณฑ์ในการสร้างระบบอัตลักษณ์เพียง 2 แบบ กล่าวคือใช้องค์กรเป็นอัตลักษณ์ (Organization Identity) หรือใช้ตราสินค้าเป็นเอกลักษณ์ (Branded Identity) ซึ่งเมื่อนำมาใช้เริ่มกับการแบ่ง โครงสร้างระบบอัตลักษณ์ของโอลินส์ จะทำให้เกิดเป็นโครงสร้างระบบอัตลักษณ์แยกย่อยเพิ่มขึ้น ได้อีกดังนี้

#### 1 อัตลักษณ์แบบองค์กรเดียว (Organization-monistic Identity)

ระบบอัตลักษณ์แบบนี้จะเป็นการใช้ชื่อองค์กร ซึ่งสามารถเป็นตัวแทนขององค์กรได้เป็นอย่างดี เป็นตัวเอกสำรณเป็นเอกสำรณที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญูาดเห็นาไปเซบประเยชนดานการค้ำ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สร้างอัตลักษณ์ ตัวอย่างองค์กรที่ใช้ระบบอัตลักษณ์แบบนี้ เช่น แม็คโดนัลด์(McDonald's) ที่ใช้ชื่อองค์กรในการสร้างระบบอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั่วโลก เป็นต้น

2 อัตลักษณ์แบบตราสินค้าเดียว (Branded-monistic Identity)องค์กรที่ใช้เป็นอัตลักษณ์แบบนี้ จะเป็นองค์กรที่มีระบบอัตลักษณ์ไม่ชัดเจนหรือเป็นที่รู้จักแพร่หลาย ในทางกลับกันตัวผลิตภัณฑ์กลับเป็นที่รู้จักมากกว่า จึงใช้ชื่อหรือตราสินค้านั้นในการสร้างอัตลักษณ์แทนการใช้ชื่อขององค์กร

3 อัตลักษณ์ที่ใช้ชื่อองค์กรเป็นตัวรับรอง (Organization-endorsed Identity) ระบบอัตลักษณ์แบบนี้ จะเป็นการสร้างระบบอัตลักษณ์ของบริษัทที่เกิดขึ้นใหม่ แต่ยังคงใช้ชื่อของบริษัทแม่เป็นตัวรับรอง ระบบอัตลักษณ์นี้จะเกี่ยวข้องกับชื่อ 2 ชื่อได้แก่ ชื่อของสินค้าและชื่อขององค์กร เช่น ปูนตราเสือ กระเบื้องมุงหลังคา Neutile ผลิตภัณฑ์จากเครือซีเมนต์ไทย

4 อัตลักษณ์ที่ใช้ชื่อหรือตราสินค้าเป็นตัวรับรอง (Branded-endorsed Identity) ระบบอัตลักษณ์แบบนี้ เป็นการใช้ชื่อหรือตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปมาสร้างระบบอัตลักษณ์ เนื่องจากสินค้านั้นได้รับการยอมรับในเรื่องของคุณภาพเป็นอย่างดี จนทำให้ผู้บริโภครู้จักชื่อสินค้ามากกว่าชื่อบริษัทผู้ผลิต เช่น เมื่อกล่าวถึงโค้ก เราจะนึกถึงรสชาติ สัญลักษณ์และสีแดงของโค้ก มากกว่าจะนึกถึงชื่อของบริษัทไทยน้ำทิพย์ จำกัด เป็นต้น

5 อัตลักษณ์ที่องค์กรแต่ละสาขามีความแตกต่างกัน (Organization-pluralistic Identity) องค์กรที่ใช้ระบบอัตลักษณ์แบบนี้ จะประกอบด้วยบริษัทสาขาหลายบริษัทซึ่งแต่ละบริษัทสาขามีระบบอัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแต่ละบริษัทที่มีการบริหารงานอย่างอิสระ และไม่มีความเกี่ยวข้องกันแต่อย่างใด เช่น เครือสหกรู๊ป เป็นต้น

6 อัตลักษณ์ที่ตราสินค้าแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน (Branded-pluralistic Identity)ระบบอัตลักษณ์แบบนี้จะใช้กับองค์กรที่มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว โดยมีชื่อของบริษัทผู้ผลิตให้การรับรองอยู่เบื้องหลัง เช่น บริษัทพรอคเตอร์แอนด์แกมเบล จำกัด (P&G) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ระบบอัตลักษณ์ทั้ง 6 นี้ไม่สามารถแยกจากกันได้เด็ดขาด มักจะมีการใช้ระบบอัตลักษณ์แบบหนึ่งควบคู่ไปกับอีกแบบหนึ่ง องค์กรหลายแห่งที่เป็นผู้ผลิตสินค้ามักใช้รูปแบบอัตลักษณ์แบบองค์กรเดียว ควบคู่ไปกับระบบอัตลักษณ์แบบตราสินค้าเดียว เพื่อเป็นการสร้างสัมฤทธิ์ผลสูงสุดให้เกิดแก่สินค้าและองค์กรนั้น

## 2.5.7 องค์ประกอบของอัตลักษณ์ (Elements of Identity)

2.5.7.1 ชื่อ (Names) ชื่อของบริษัทเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรกกว่าได้ ดังนั้นจึงใคร่ขอทำความเข้าใจถึงที่มาของชื่อต่างๆ ว่า โดยทั่วไปแล้วมีหลักในการตั้งชื่อองค์กรอย่างไร และชื่อแต่ละแบบมีข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบอย่างไร แบ่งการตั้งชื่อออกได้เป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1 ชื่อบุคคล (Personal Names) แบ่งออกได้เป็น

(1) ชื่อผู้ก่อตั้ง (Founder Names) บริษัทที่เกิดขึ้นในยุคต้นๆ มักจะนิยมตั้งชื่อตามชื่อผู้ก่อตั้ง เช่น ซอสมะเขือเทศไฮน์ (Heinz) ครีมโกนหนวดยิลเล็ท (Gillette) สบู ทร.มนตรี เป็นต้น บางบริษัทอาจใช้ลายเซ็นหรือลายมือที่เขียนโดยผู้ก่อตั้งมาใช้เป็นสัญลักษณ์ก็ได้

(2) ชื่อบุคคลในประวัติศาสตร์ เช่น รถลินคอล์น (Lincoln) น้ำพริกเผา พันท้ายนรสิงห์ เป็นต้น

(3) ชื่อในเทพนิยายหรือวรรณคดี เช่น เอแจกซ์ (Ajax) ป๊อปปาย (Popeye) ยาอ้วนวันทอง ยาตองขุนแผน เป็นต้น

(4) ชื่อบุคคลทั่วไป เช่น น้ำพริกแม่ประนอม เป็นต้น

2 ชื่อที่อธิบายถึงคุณลักษณะ (Descriptive Names) ชื่อประเภทนี้จะป็นชื่อที่อธิบายถึงคุณลักษณะธุรกิจของบริษัท ซึ่งข้อดีก็คือสามารถเข้าใจได้ง่าย แต่บางครั้งก็อาจก่อให้เกิดปัญหาในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้หากชื่อนั้นเป็นชื่อทั่วไป (Generic Names) ซึ่งหมายถึงชื่อที่แสดงคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า เช่น ใช้ชื่อน้ำปลาตราโล่ตันไม่ได้ เพราะแสดงถึงส่วนผสมที่น้ำปลาทุกยี่ห้อใช้ การตั้งชื่อจึงต้องใช้ชื่ออย่างอื่น เช่น น้ำปลาทราตาซัง น้ำปลาพิพรส เป็นต้นสำหรับชื่อที่เป็นตัวอย่างของชื่อที่อธิบายคุณลักษณะนี้ ได้แก่ แป้งเด็กน่ารัก น้ำยาปรับผ้านุ่มฟูฟู เป็นต้น

3 ชื่อที่เกิดจากการสร้างคำขึ้นใหม่ (Coined Names) ชื่อลักษณะนี้จะเป็นการนำสระ พยัญชนะมาผสมกันเป็นคำใหม่ ที่แม้จะไม่มี ความหมายแต่ก็สามารถสร้างข้อกำหนดเฉพาะได้ เช่น เป็นคำสั้นๆ จดจำง่าย มีพลัง อ่านออกเสียงได้ไพเราะหรือเป็นคำที่เมื่อนำตัวอักษรมาเรียงกันแล้วดูน่าสนใจ หรือสามารถออกแบบจัดวางให้สวยงามได้ เป็นต้น ชื่อที่หวังไว้สำหรับการสร้างคำคือ พยายามหลีกเลี่ยงการพ้องเสียงกับคำที่มีความหมายที่ไม่ดีในภาษาอื่น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสินค้าได้ นอกจากนี้การสร้างคำขึ้นใหม่ต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง ในการที่จะทำให้ชื่อของสินค้านั้นเป็นที่รู้จักแพร่หลายอีกด้วย ชื่อประเภทนี้ได้แก่ โกดัก (Kodak) เอสโซ (Esso) โซนี่ (Sony) ซีร็อกซ์ (Xerox) เป็นต้น

4 ชื่อที่มีความหมาย (Dictionary Words) ชื่อประเภทนี้เป็นชื่อที่มีความหมาย หรือคำแปลที่ชัดเจนตามพจนานุกรมซึ่งมีข้อได้เปรียบ คือมีความหลากหลายและสามารถจดจำได้ง่าย เช่น สบูไดอัล (Dial) บะหมี่ควิก (Quick) เป็นต้น

5 ชื่อตามสถานที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Names) ชื่อประเภทนี้จะป็นชื่อที่เรียกตามชื่อเมือง อำเภอ หรือตำบล ที่มีการผลิตสินค้านั้นๆ เช่น ฟิลาเดเฟีย ครีมชีส (Philadelphia Cream Cheese) ชาแม่ระมิงค์ กาแฟเขาช่องผลิตภัณฑดอยคำ เป็นต้น

6 ชื่อที่มีความสัมพันธ์กับตัวสินค้า (Associative Names) ชื่อประเภทนี้จะแสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติของสินค้านั้น ซึ่งง่ายต่อการทำให้เห็นภาพและสื่อความหมายให้เข้าใจได้ เช่น รถจากรัวร์ (Jaguar) เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7 ชื่อที่ตัดทอนจากชื่อเต็ม (Abbreviated Names) ชื่อลักษณะนี้จะเป็นชื่อที่นำชื่อเต็มขององค์กรมาตัดทอน เพื่อให้เรียกได้ง่ายขึ้น ซึ่งถึงแม้ชื่อเหล่านี้จะมีใช้ชื่อจดทะเบียน แต่เราสามารถใช้อักษรย่อในการสร้างอัตลักษณ์ได้ เช่น แพนแอม (PanAm) แทนชื่อ แพนอเมริกันแอร์ไลน์ (Pan American Airlines) เคเอฟซี (KFC) แทนชื่อ เคนตักกี ฟรายชิคเกน (Kentucky Fried Chicken เป็นต้น

8 ชื่อย่อและตัวเลข (Initials and Numbers) คือการนำชื่อย่อของสินค้าหรือตัวเลขใดๆ มาใช้เป็นชื่อของสินค้า ซึ่งการตั้งชื่อประเภทนี้นับเป็นรูปแบบที่ยากที่สุด ในการสร้างให้เกิดการรับรู้และจดจำ เช่น อาร์ซีเอ (RCA) เจวีซี (JVC) น้ำหอม 4711 กย 15 เป็นต้น

2.5.7.2 เครื่องหมาย (Marks) ไม่ว่าจะป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่หรือเล็ก เครื่องหมายนับเป็นกุญแจสำคัญที่จะก่อให้เกิดระบบอัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพ เครื่องหมายที่สร้างขึ้นอาจเป็นเพียงการใช้ชื่อ ตัวอักษร หรืออาจเป็นการผสมผสานระหว่างภาพกับตัวอักษร หรือภาพที่เกิดจากองค์ประกอบกราฟิกเพียงลำพังก็ได้ เครื่องหมายนั้นอาจสื่อความหมายโดยตรงถึงชื่อหรือลักษณะของธุรกิจที่บริษัทนั้นดำเนินการอยู่ หรืออาจเป็นภาพนามธรรม (Abstract) ซึ่งไม่มีความหมายใดๆ ก็ได้ นับเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกันพอสมควรถึงเรื่องของการออกแบบและสัมฤทธิ์ผล ในการใช้งานของเครื่องหมายในเชิงจิตวิทยาที่มีต่อผู้บริโภค หลายคนยอมรับว่าสิ่งที่เรียบง่ายดูธรรมดาที่สุดมักจะประสบความสำเร็จในการใช้งานมากกว่าสิ่งที่ดูซับซ้อนสวยงาม ในขณะที่เดียวกันสิ่งใดที่ดูแล้วสมเหตุสมผลกว่า ก็จะสามารถสร้างให้เกิดการยอมรับได้ง่ายกว่าเช่นกัน

2.5.7.3 ตัวอักษร (Typography) ในการวางระบบอัตลักษณ์จำเป็นต้องมีการกำหนดแบบตัวอักษรที่ใช้ในงานทั้งระบบ โดยทั่วไปแล้วนักออกแบบจะกำหนดแบบตัวอักษร (Font) ที่ใช้กับสัญลักษณ์ และเลือกแบบอื่นๆ ที่เข้ากันได้ดีกับแบบตัวอักษรนั้นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเตรียมเผื่อไว้สำหรับการใช้งานร่วมกับตัวอักษรที่ใช้เป็นสัญลักษณ์อีก 3-4 แบบ เพื่อกำหนด โครงสร้างรวมในการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแก่องค์กร

2.5.7.4 สีอัตลักษณ์ (Color Signature) สีจัดว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ใช้เป็นตัวแทนองค์กรได้เป็นอย่างดี มักมีที่มาจากสีของสัญลักษณ์ที่นักออกแบบสร้างให้เกิดการจดจำขึ้นในใจผู้บริโภค เช่น เมื่อนึกถึงน้ำมันเชลล์เราจะมีได้นึกถึงเพียงแค่สัญลักษณ์รูปหอยเชลล์เท่านั้น แต่ยังมีถึงสีเหลืองและสีแดงที่ใช้กับสัญลักษณ์นั้นอีกด้วย ดังนั้นในการวางระบบอัตลักษณ์ นักออกแบบจึงกำหนดสีอัตลักษณ์และโครงสีอื่นๆ ที่ใช้ร่วมกับสีอัตลักษณ์นั้นขึ้นจำนวนหนึ่ง เพื่อให้การออกแบบมีความยืดหยุ่นได้บ้างแต่ขณะเดียวกันก็ยังคงไว้ซึ่งโครงสร้างอัตลักษณ์เดียวกัน

2.5.7.5 ข้อความประกอบ (Tag Line) ข้อความประกอบนี้จะป็นข้อความสั้นๆ ที่อธิบายถึงความเป็นองค์กรที่วางอยู่ใต้ชื่อหรือสัญลักษณ์ เพื่อเป็นการอธิบายถึงคุณลักษณะเฉพาะขององค์กร สินค้าหรือบริการนั้นๆ ยกตัวอย่าง เช่น “รักคุณเท่าฟ้า” หรือ “Smooth as Silk” ได้สัญลักษณ์ของการบินไทย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5.8 ตราสัญลักษณ์ (Logo)

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2530 Logo หมายถึง ตรา สัญลักษณ์ คำ Logo ตัดทอนมาจาก Logotype หมายถึงเครื่องหมาย ตรา สัญลักษณ์ ซึ่งสื่อความหมายเฉพาะถึงส่วนราชการ มูลนิธิ สมาคม บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ อาจจะเป็นตัวอักษรหรือรูปภาพ หรือทั้งสองอย่างประกอบกัน รูปภาพนั้นมักจะเป็นลักษณะเลขศิลป์ (Graphic Art) เครื่องหมายภาษา (Logo) จะแสดงภาษาตัวอักษรที่ออกเสียงเป็นคำ ตามความต้องการของผู้ถือลิขสิทธิ์ ใช้แสดงถึงบริษัท ห้างร้าน หรือตราของสินค้า ลักษณะที่สำคัญคืออ่านได้ มีเอกภาพชัดเจน เครื่องหมายภาษาเหล่านี้เป็นเสมือนเครื่องชี้เฉพาะ (Identity Device) ได้เป็นอย่างดี เพราะมีความสัมพันธ์ทั้งภาพ และเสียง (Visual and Phonetic Codes)

อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ (2538: 46) อธิบายความหมายของ Logo ว่าหมายถึงตราของบริษัท ผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่าย ใช้แทนคำ Logo Logotype และ Logogram ซึ่งทำหน้าที่ส่งเสริมสินค้าหรือบริการของบริษัท ห้างร้านผู้ถือลิขสิทธิ์ โลโก้ คือ ตราบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย ส่วนเครื่องหมายการค้า คือชื่อสินค้าของบริษัท ดังที่ อำนวยการชัย ปฏิพัทธ์พงศ์ (2538: อ้างถึงใน Lip: 1995) ใช้คำแทนคำโลโก้ โลโก้ไทยและ โลโก้แกรม ซึ่งทำหน้าที่ส่งเสริมสินค้าหรือบริการของบริษัท ส่วนเครื่องหมายการค้านั้นคล้ายคลึงกับโลโก้ ที่อาจเป็นตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ แต่จะบ่งบอกถึงความเกี่ยวข้องกับระหว่างสินค้าที่ประทับตรา หรือสัญลักษณ์นั้น กับผู้ที่เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ซื้อขายสินค้านั้น แต่เครื่องหมายการค้าจะต้องนำไปจดทะเบียนต่อทางราชการ

2.5.8.1 ประเภทของตราสัญลักษณ์ (Logo) การแบ่งประเภทของตราสัญลักษณ์สามารถแบ่งได้ เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้คือ โลโก้ ซิมโบล และคอมบิเนชัน มาร์ค (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร 2541 : 17 - 24)

1 ประเภทที่ 1 โลโก้ (Logo) ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้จะมีการใช้องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีการใช้องค์ประกอบที่เป็นภาพหรือองค์ประกอบทางการออกแบบอื่น เช่น จุด เส้น ฯลฯ ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้แบ่งให้ละเอียดได้ดังนี้

(1) Name - Only Mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบเป็นตัวอักษรทุกตัวของชื่อผู้ก่อตั้งองค์กร หรือชื่อที่ผู้บริหารองค์กรเลือกใช้ ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้นับเป็นตราสัญลักษณ์ประเภทแรก ๆ ของยุคที่เริ่มมีการผลิตสินค้าออกมาเป็นตราสินค้า ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากลำบากสำหรับผู้ผลิตจะใส่ลายมือชื่อ (ลายเซ็น) ของตนลงบนสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเพื่อให้ทราบถึงแหล่งผลิต ต่อมาเมื่อมีการผลิตในระบบอุตสาหกรรมทำให้สามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมาก ๆ ในเวลาอันรวดเร็ว การลงลายมือชื่อจึงถูกแทนที่ด้วยการพิมพ์ลายมือชื่อนั้น และเมื่อเวลาผ่านไปหลาย ๆ ปี ลายมือชื่อนั้นก็ค่อย ๆ พัฒนาให้มีเอกลักษณ์มากขึ้น

(2) Initial Letter Mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบเป็นตัวอักษรที่เป็นตัวย่อของชื่อผู้ก่อตั้งองค์กร หรือชื่อที่ผู้บริหารองค์กรเลือกใช้ การใช้ตัวย่อของชื่อนั้นอยู่ในวัฒนธรรมของชาวตะวันตกมานานแล้ว เมื่อมีการนำชื่อมาใช้เป็นตราสัญลักษณ์ก็นำเอา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อรู้ผู้ให้ต้นฉบับจะขอคืนให้ทันที ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัฒนธรรมนั้นมาด้วย เมื่อมองดูเงิน ๆ ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้ดูเหมือนจะเป็นทางออกที่ดีของชื่อองค์กรที่ยาวหรืออ่านยาก

2 ประเภทที่ 2 ซิมโบล (Symbol) ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้จะมีกาใช้ องค์ประกอบที่เป็นภาพ หรือองค์ประกอบทางการออก แบบอื่น เช่น จุด เส้น ฯลฯ โดยไม่มีการใช้ องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรมาผสมกับภาพจนเป็นรูปร่างรวมกัน (อาจจะมีการนำเอาตัวอักษรที่เป็น ชื่อมาวางประกอบด้านหน้า ด้านล่าง หรือด้านข้าง ที่หลัง และอาจจะวางแยกออกจากตราสัญลักษณ์ ไม่ได้วางติดกัน) ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้แบ่งได้ละเอียดได้ดังนี้

(1) Allusive Mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบเป็นภาพ ของสิ่งที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับประวัติ ประเภท หรือลักษณะพิเศษอื่นขององค์กร แล้วนำมา นำเสนอในรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ชิ้นส่วนใหญ่แล้ว ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้สามารถดูออกหรือเข้าใจ ง่ายสำหรับผู้ที่มีความเกี่ยวข้องชองกับองค์กรอยู่แล้ว แต่สำหรับผู้ที่ไม่เคยรู้จักองค์กรมาก่อนอาจจะไม่ สามารถเข้าใจความหมายของตราสัญลักษณ์นั้น จนกว่าจะได้รับทราบข้อมูลที่บอกถึงที่มา

(2) Abstract Mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบเป็นภาพ หรือองค์ประกอบทางการออกแบบอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ตัวอักษรที่สะท้อนประวัติ ปรัชญาหรือลักษณะพิเศษ อื่นขององค์กร แล้วนำมาพัฒนาจนเกิดเป็นรูปร่างนามธรรมคือไม่สามารถดูออกว่าเป็นภาพของอะไร ส่วนใหญ่แล้วตราสัญลักษณ์ประเภทนี้จะเหมาะกับองค์กรขนาดใหญ่ที่มีกิจการหลายประเภท และ แม้ว่าตราสัญลักษณ์ประเภทนี้จะมีลักษณะที่มีเอกลักษณ์ แต่ก็ยากที่จะทำให้ผู้ดูเข้าใจและคุ้นเคย

3 ประเภทที่ 3 คอมบิเนชันมาร์ค (Combination Mark) ตราสัญลักษณ์ ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบ ทั้งที่เป็นภาพหรือองค์ประกอบทางการออกแบบ อื่น ๆ ร่วมกับ องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรมาผสมกันจนเป็นรูปร่างรวมกัน ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้แบ่งให้ละเอียด ได้ดังนี้

(1) Name Symbol Mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบ คือตัวอักษรที่เป็นชื่อองค์กร แล้วนำมาบรรจุไว้ในเส้นกรอบรูปที่เป็นรูปร่างง่าย ๆ เช่น วงรี วงกลม หรือสี่เหลี่ยม เป็นต้น ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้ ส่วนมากเป็นตราสัญลักษณ์ที่ได้รับการพัฒนามาจาก ตราสัญลักษณ์ประเภท Name - Only Mark โดยมุ่งหวังให้เป็นรูปร่างที่ง่าย มีเอกภาพ (Unity) และมี พลังมากขึ้น

(2) Pictorial Name Mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบ คือตัวอักษรที่เป็นชื่อองค์กรร่วมกับภาพหรือองค์ประกอบทางการออกแบบอื่น ๆ ที่มีรูปร่างโดดเด่น มี เอกลักษณ์ ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้จะต้องมีองค์ประกอบในส่วนที่เป็นภาพที่ค่อนข้างพิเศษ ถึงแม้ว่า ต้องเอาตัวอักษรที่เป็นชื่อขององค์กรออกไปก็ยังคงจำได้ว่าเป็นตราสัญลักษณ์ขององค์กรใด

(3) Associative Mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบคือ ตัวอักษรที่เป็นชื่อร่วมกับองค์ประกอบที่เป็นภาพอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยจะแยก องค์ประกอบทั้งสองประเภทออกจากกันไม่ได้ และภาพที่นำมาใช้เป็นองค์ประกอบนั้นมักจะเน้นการ

สะท้อนให้เห็นถึงประเภทขององค์กร ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้หลายอันเป็นตราสัญลักษณ์ที่ได้รับการพัฒนามาจาก เทรด คาแรคเตอร์ (Trade Character) ตราสัญลักษณ์ที่มีมากมายหลายประเภทนั้น ถือเป็นโอกาสและทางเลือกอันหลากหลายของนักออกแบบ แต่นักออกแบบควรพิจารณาถึงความเหมาะสมของตราสัญลักษณ์และองค์กรให้ดี เพราะมิใช่ว่าตราสัญลักษณ์ทุกประเภทจะใช้ได้กับองค์กรทุกประเภท

## 2.5.9 คุณสมบัติสำคัญของสัญลักษณ์ที่ดี

2.5.9.1 มีความเรียบง่าย (Simplicity) ความเรียบง่ายนับเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างสัญลักษณ์ และนำเสนอความเป็นองค์กรนั้นได้อย่างชัดเจน เครื่องหมายที่มีรายละเอียดปลีกย่อยมาก จะจดจำได้ยากกว่าเครื่องหมายที่มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน ยกตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์รูปดาวของรถยนต์เมอร์เซเดสเบนซ์ เป็นตัวอย่างของสัญลักษณ์ที่ดีอันหนึ่งที่มีความเรียบง่าย ชัดเจน รวมถึงง่ายต่อการใช้งาน เพราะสามารถสื่อความเป็นสัญลักษณ์รูปดาวได้อย่างไม่ผิดเพี้ยนไม่ว่าจะจับหมุนไปในทิศทางใดก็ตาม

2.5.9.2 มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) นักออกแบบจะพบว่าบ่อยครั้งที่สัญลักษณ์ ซึ่งได้จากข้อสรุปที่นักออกแบบพยายามคิดให้ดูธรรมดาที่สุด ตรงตามผลการวิจัยที่สุด กลับกลายเป็นสิ่งที่น่าเบื่อที่สุดเช่นกัน และสัญลักษณ์นั้นอาจไม่ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไป เนื่องจากขาดลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) การสร้างสัญลักษณ์ให้มีลักษณะเฉพาะตัวนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นการสร้าง “ความไม่ซ้ำแบบใคร” ซึ่งทำให้ผู้บริโภคจดจำ และรับรู้ในความแตกต่างเมื่อได้เห็นสัญลักษณ์นั้น ตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์หิมะสีขาวบนยอดเขามองบลัง (Mont Blanc) ที่ปรากฏอยู่บนผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งสามารถใช้งานได้ต่อเนื่องมาหลายยุคสมัย และเป็นที่ยึดจำของบุคคลทั่วไป เป็นต้น

2.5.9.3 สัญลักษณ์อันทรงคุณค่า (Value) ความมีพลังในตัวของสัญลักษณ์ ขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะทำให้เกิดการจดจำ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการออกแบบและสื่อความหมายอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนให้แก่องค์กร ความสนใจในตัวสัญลักษณ์จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความโดดเด่นที่ทำให้ผู้บริโภคเหลียวมองและจดจำได้ตั้งแต่วินาทีแรกที่ได้เห็นสัญลักษณ์นั้น เช่น สัญลักษณ์น้ำมันคาลเท็กซ์ที่มีการปรับรูปแบบใหม่ให้มีความโดดเด่น สะดุดตา ดูทันสมัยยิ่งขึ้น

2.5.9.4 มีความแตกต่าง (Differentiate) สิ่งที่เป็นปัญหาที่สุดในการออกแบบคือการสร้างความแตกต่าง เนื่องจากการออกแบบโดยทั่วไป มักได้รับอิทธิพลจากการสร้างแนวความคิดด้วยการสร้างเงื่อนไขในการคิดถึงสัญลักษณ์กราฟิกที่เหมาะสมสำหรับภาพลักษณ์ขององค์กรแต่ละประเภทเพียงประการเดียว โดยมีได้คำนึงถึงการสร้างความแตกต่าง จึงทำให้สัญลักษณ์นั้นเป็นเพียงสัญลักษณ์ทั่วไป (Generic Symbol) ซึ่งไม่มีความแตกต่างจากสัญลักษณ์องค์กรอื่นที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น นักออกแบบเมื่อจะออกแบบสัญลักษณ์ให้กับสถาบันการเงิน ก็มักจะคำนึงถึงแต่การสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ เพื่อให้เหมาะสมกับการเป็นสถาบันการเงินเพียงประการเดียว นี้โดยลืมนึกไปว่ากลุ่มลูกค้าของสถาบันการเงินนั้นคือใคร เราควรจะสร้างความแตกต่างจากไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันการเงินอื่นๆอย่างไร ดังนั้นวิธีที่สามารถหลีกเลี่ยงการออกแบบที่เป็นสัญลักษณ์ทั่วไปก็คือ นักออกแบบควรมุ่งความสนใจไปที่การสร้างความแตกต่างระหว่างลูกค้ำกับคู่แข่ง มากกว่าการคิดถึงลักษณะหรือประเภทของธุรกิจนั้นๆ

2.5.9.5 เป็นสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียด (Descriptive) สัญลักษณ์นั้นสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นบุคลากร ลูกค้ำหรือนักลงทุน ส่วนใหญ่มักจะนิยมเครื่องหมายหรือชื่อที่สามารถสื่อความหมายได้ ไม่ดูเข้าใจยากจนเกินไปหรือมีสิ่งที่สามารถเชื่อมโยงถึงองค์กรที่เครื่องหมายนั้นๆ เป็นตัวแทนได้ เครื่องหมายการค้าบางอันจะใช้วิธีให้ข่าวสาร รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือธุรกิจขององค์กรนั้นแก่ผู้บริโภค ด้วยการผสมผสานภาพที่แสดงถึงธุรกิจนั้นๆ ลงในสัญลักษณ์ เช่น สัญลักษณ์ของ The Pizza Company ที่มีรูปถาดพิซซ่าประกอบด้วยตัวอักษรที่เป็นการให้รายละเอียดเกี่ยวกับประเภทของ ธุรกิจนั้น เป็นต้น

2.5.9.6 เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถเชื่อมโยงถึงสินค้าหรือบริการ ในการออกแบบสัญลักษณ์ นอกจากจะให้รายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการแล้ว บางครั้งยังต้องสามารถเชื่อมโยงถึงตัวสินค้าได้ด้วย เช่น ตัวอย่างในข้อ 5 The Pizza Company ที่นอกจากจะใช้ภาพที่ให้รายละเอียดถึงประเภทของธุรกิจแล้ว การใช้สีแดงและเขียวใน สัญลักษณ์ ยังเป็นการเชื่อมโยงถึงประเทศอิตาลีซึ่งเป็นต้นกำเนิดของอาหารชนิดนี้ด้วย เป็นต้น

2.5.9.7 สัญลักษณ์ที่สื่อสารแตกต่างกัน (Tone of Voice) สัญลักษณ์ขององค์กรสามารถ “พูด” หรืออธิบายถึงความเป็นองค์กรหรือสินค้านั้นๆ ได้โดยอาศัยคุณลักษณะที่แฝงอยู่ในสัญลักษณ์นั้น ไม่ว่าจะเป็นความสง่างามหรือทำทนายธรรมดาหรือหรุหระ แข็งแรงหรือบอบบาง แสดงความเป็นมนุษย์หรือวัตถุนิยม เน้นธรรมชาติหรือเทคโนโลยี อนุรักษ์นิยมหรือสมัยใหม่ ตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์ของน้ำมันบางจากสามารถอธิบายและให้ภาพลักษณ์ขององค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและช่วยเหลือสังคม เป็นต้น

2.5.9.8 สัญลักษณ์ที่มีความงามเป็นเลิศ (Graphic Excellence) สัญลักษณ์ที่ได้รับการออกแบบให้มีความสวยงาม สามารถเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าหรือองค์กรนั้นๆ ได้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกชื่นชม ไม่เฉพาะเพียงแค่สัญลักษณ์เท่านั้นแต่รวมถึงองค์กรนั้นๆ ด้วย ตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์นิวแมน (New Man) ที่ผู้ออกแบบได้เลือกแบบตัวอักษรที่เหมาะสม นำมาจัดวางให้เกิดรูปร่างของตัวอักษรที่ล่อกันเกิดเป็น Space ที่ลงตัวสวยงาม

2.5.9.9 เป็นสัญลักษณ์ที่ช่วยตอกย้ำความมีชื่อเสียงขององค์กร (Reputation) ความมีชื่อเสียงขององค์กรสามารถเพิ่มคุณค่าให้แก่สัญลักษณ์ได้ ซึ่งคุณค่าที่ว่านี้สามารถถ่ายทอดถึงสินค้าหรือบริการอื่นๆ ที่ตามมาด้วย ตัวอย่างเช่น Yves Saint Laurent, Louis Vuitton เป็นต้น

2.5.9.10 ใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย โดยทั่วไปแล้วสัญลักษณ์ขององค์กร จัดได้ว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพอันหนึ่ง สามารถใช้ร่วมกับการรณรงค์โฆษณา การจัดทำของแจกของแถมตลอดจนสิ่งพิมพ์เพื่อการส่งเสริมการขายต่างๆ ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.9.11 ใช้งานได้นาน (Longevity) เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย การออกแบบสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตาม ชื่อและสัญลักษณ์ควรจะใช้งานได้นานเพียงพอที่จะนำองค์กรนั้นๆ บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าควรอย่างน้อย 10 ปีขึ้นไป

ดังนั้นการออกแบบเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตามจึงไม่ควรยึดติดกับแฟชั่นหรือตัวสินค้าเนื่องจากสัญลักษณ์นั้นจะใช้ไม่ได้ทันทีหากมีการพัฒนารูปแบบสินค้านั้น (สุมิตรา ศรีวิบูลย์: 2547) อาจกล่าวได้ว่า การออกแบบอัตลักษณ์ให้องค์กรหนึ่งๆ นั้นต้องประกอบไปด้วยวิธีการและปัจจัยมากมายที่จะนำมาใช้วิเคราะห์ประกอบในการสร้างอัตลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นองค์ประกอบของอัตลักษณ์ รูปแบบของอัตลักษณ์ และเครื่องหมายต่างๆ ที่จะถูกนำมาใช้ประกอบในงาน เป็นต้น ซึ่งในทุกกระบวนการและองค์ประกอบจะต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วน เพื่อให้ได้มาซึ่งระบบอัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างสูงสุดและสามารถบ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรนั้นอย่างแท้จริงและในการศึกษาการสร้างอัตลักษณ์องค์กรนั้นข้อมูลเหล่านี้ ล้วนมีประโยชน์เป็นอย่างสูงต่อการศึกษาค้นคว้าและนำมาประกอบใช้จริงในงานวิจัยต่อไป

## 2.6 กระเป๋า

กระเป๋าได้ถูกออกแบบมาอย่างมากมายหลากหลายแบบ เหล่าแฟชั่นนิสตาและดีไซน์เนอร์ทั้งหลายจึงได้ช่วยกันระดมความคิด หาคำเรียกกระเป๋าแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน โดยจำแนกออกเป็นหมวดหมู่ตามรูปร่างและคุณลักษณะเฉพาะของกระเป๋า ดังต่อไปนี้

### 2.6.1 ประเภทที่ 1: Backpack

รูปแบบการใช้งานเหมาะสำหรับเพื่อสะพาย ไว้ที่หลัง จุดเด่นของกระเป๋าคือมีสาย 2 สายไว้สำหรับสะพายที่บ่าทั้ง 2 ข้าง บางครั้งเราอาจได้พบคำเหล่านี้ใช้เรียกกระเป๋านิดนี้เช่นกัน Rucksack, Knapsack, Packsack, Pack หรือ Bergen



ภาพที่ 2.15 กระเป๋าประเภทที่ 1 Backpack

ที่มา : <http://pic.en.518ad.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.2 ประเภทที่ 2: Baguette

รูป ทรงกระเป๋าเป็นทรงยาวเหมือนขนมปัง ฝรั่งเศส คือ ตัวกระเป๋ามักจะมีความยาวมากกว่าความสูง ส่วนใหญ่จะพบในกระเป๋าขนาดเล็ก-กลาง



ภาพที่ 2.16 กระเป๋าประเภทที่ 2 Baguette

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.3 ประเภทที่ 3: Bowler Bag หรือ Bowling Bag

เป็นกระเป๋าทรงครึ่งวงรี เหมือนเป็นกระเป๋าใส่ลูกโบว์ลิ่ง ส่วนหูกระเป๋ามักจะทำจากสายหนังที่มีความแข็งแรง-ทนทาน



ภาพที่ 2.17 กระเป๋าประเภทที่ 3 Bowler Bag หรือ Bowling Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.4 ประเภทที่ 4: Box Bag

รูปทรงเหมือนกล่องทั่วไป มีทั้งแบบเหลี่ยมและกลม ตัวกระเป๋ามีเนื้อแข็ง ส่วนใหญ่ดีไซน์มาสำหรับกระเป๋าขนาดเล็ก-กลาง



ภาพที่ 2.18 กระเป๋าประเภทที่ 4 Box Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.5 ประเภทที่ 5: Briefcase

มีลักษณะเป็นทรงแบนฐานแคบเหมือนกล่อง จุดประสงค์เพื่อใส่เอกสาร ปกติกระเป๋าสตอร์ตีนี่จะดีไซน์ออกมาสำหรับให้ถือ แต่ก็อาจจะมีบางแบบที่ดีไซน์ให้มีสายสำหรับสะพายบ่าเพิ่มขึ้น เพื่อทำให้สะดวกมากขึ้น



ภาพที่ 2.19 กระเป๋าประเภทที่ 5 Briefcase

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.6 ประเภทที่ 6: Bucket Bag

ลักษณะรูปทรงเหมือนถัง อาจมีหูหิ้ว ที่จับหรือที่ถือ 1 เส้น บางครั้งอาจมีการผสมผสานโดยการนำเอา Tote Bag เข้ามาร่วมตกแต่งด้วย



ภาพที่ 2.20 กระเป๋าประเภทที่ 6 Bucket Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.7 ประเภทที่ 7: Change Purse

กระเป๋าใส่เงินขนาดเล็ก ที่บางครั้งก็อาจรวมถึงกระเป๋าสตางค์ที่มีช่องเก็บเศษเหรียญเงินทอง  
ต่างๆ



ภาพที่ 2.21 กระเป๋าประเภทที่ 7 Change Purse

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.8 ประเภทที่ 8: Clutch Bag

กระเป๋า ถือขนาดเล็กที่ไม่มีสายหรือที่จับ รูปทรงส่วนใหญ่จะมีความกว้างมากกว่าความสูง และมักมีที่เปิด-ปิดอยู่ด้านบนของกระเป๋า สไตส์ออกแบบมาเพื่อให้สามารถใช้ได้ทั้งเวลากลางวัน-กลางคืน รวมไปถึงในโอกาสงานปาร์ตี้ด้วย โดยส่วนมากมักจะถูกหยิบไว้ได้รักรักรหรือถือธรรมดาปกติ



ภาพที่ 2.22 กระเป๋าประเภทที่ 8 Clutch Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.9 ประเภทที่ 9: Cosmetic Case Bag

มีลักษณะคล้ายๆเหมือนเป็นกระเป๋าเดินทางขนาดเล็ก รูปทรงก็มักจะคล้ายๆกับ Box Bag ตัวอย่างที่อยากให้คุณก็จะเป็น Juicy Couture Vanity Make-up Bag



ภาพที่ 2.23 กระเป๋าประเภทที่ 9 Cosmetic Case Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.10 ประเภทที่ 10 : Demi Handbag

กระเป๋าคือที่มีหูหิ้วหรือสายสะพายอยู่ ด้านบน โดยที่สายสะพายหรือหูหิ้วมีความยาวพอที่จะใช้คล้องไหล่ได้ แต่ก็จะไม่ยาวเท่ากับแบบ Handbag



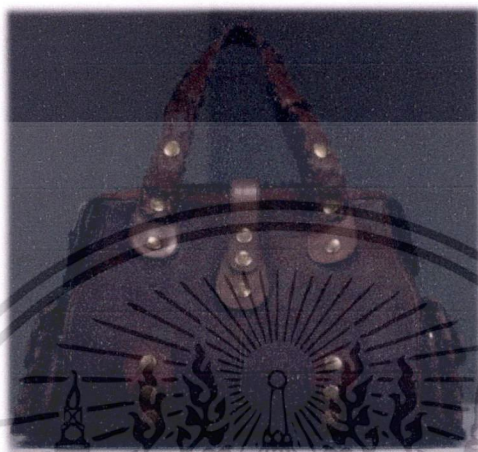
ภาพที่ 2.24 กระเป๋าประเภทที่ 10 Demi Handbag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.11 ประเภทที่ 11: Doctor's Bag

บางครั้งอาจเรียกว่า Gladstone Bag ถูกดีไซน์มาให้เหมือนกระเป๋าของหมอ มีลักษณะรูปทรงเป็นแบบสามเหลี่ยม ปกติกระเป๋าสไตล์นี้จะมีหูจับสั้นๆ 1-2 อัน ไว้สำหรับถือ ส่วนใหญ่ถูกออกแบบมาให้มีที่เปิดกระเป๋าอยู่ด้านบน เพื่อให้ง่ายต่อการใส่-หาของในกระเป๋า และช่วยให้มีพื้นที่ใส่ของได้เยอะมากขึ้นด้วย



ภาพที่ 2.25 กระเป๋าประเภทที่ 11 Doctor's Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.12 ประเภทที่ 12: Drawstring Bag

กระเป๋า ที่มีที่เปิด-ปิดอยู่ด้านบน และเปิด-ปิดด้วยวิธีการรูดและคลายสายรัด ตัวอย่างที่เห็นได้ คือ Marc by Marc Jacobs Classic Q Drawstring Satchel



ภาพที่ 2.26 กระเป๋าประเภทที่ 12 Drawstring Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.13 ประเภทที่ 13: Duffle Bag

รูปทรงเป็นลักษณะเหมือนทรงกระบอกในแนวนอน ส่วนมากมักมีขนาดใหญ่-ใหญ่มากและมักจะทำจากวัสดุเนื้อนุ่ม เช่น ผ้าหรือหนัง จุดประสงค์ในการออกแบบ คือ เพื่อให้สะดวกต่อการใช้งานเวลาเดินทาง บางครั้งจึงอาจเรียกกระเป๋าแบบนี้ว่า Weekend Bag



ภาพที่ 2.27 กระเป๋าประเภทที่ 13 Duffle Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.14 ประเภทที่ 14: Fanny Bag หรือ Hip/Waist Bag

กระเป๋าแบบนี้ถูกดีไซน์ให้มีสายรัดหรือเข็มขัดสำหรับใช้รัดรอบเอว



ภาพที่ 2.28 กระเป๋าประเภทที่ 14 Fanny Bag หรือ Hip/Waist Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.15 ประเภทที่ 15: Flap Bag (Fold Over Lap Bag)

กระเป๋าแบบนี้จะมีส่วนที่ยื่นออกมานอกตัวกระเป๋า เพื่อให้ใช้พับปิดลงมาเป็นส่วนเปิด-ปิดตัว

กระเป๋า



ภาพที่ 2.29 กระเป๋าประเภทที่ 15 Flap Bag (Fold Over Lap Bag)

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.16 ประเภทที่ 16: Hobo Bag

ส่วน ใหญ่ดีไซน์มาสำหรับกระเป๋าสะพาย ขนาดกลาง-ใหญ่ เมื่อมองจากด้านบนของกระเป๋าลงไป จะเห็นเป็นลักษณะรูปทรงคล้ายพระจันทร์เสี้ยว สายสะพายมีความยาวปานกลางจนถึงยาวมาก ทำให้กระเป๋าคู่หิ้ววู่วอๆ



ภาพที่ 2.30 กระเป๋าประเภทที่ 16 Hobo Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.17 ประเภทที่ 17: Kelly Bag

รูปทรงของกระเป๋าจะมีลักษณะเป็นทรงสามเหลี่ยม มีหูจับ 1 อัน และมีที่เปิด-ปิดกระเป๋าคำจากโลหะ



ภาพที่ 2.31 กระเป๋าประเภทที่ 17 Kelly Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.18 ประเภทที่ 18: Messenger Bag

กระเป๋าลักษณะนี้ออกแบบมาเพื่อรองรับ การใช้งานของบรรดา Messenger เพื่อไว้สำหรับใส่จดหมาย, เอกสารต่างๆ หรือหนังสือพิมพ์ที่จะนำส่ง ดังนั้นกระเป๋าจึงต้องมีขนาดใหญ่และมีสายสะพายที่ค่อนข้างยาวไว้สำหรับสะพาย คาดขวางลำตัว และจะมีฝาพับลงมาสำหรับเปิด-ปิดกระเป๋าที่ด้านหน้า แต่ในบางครั้งก็พบว่ามีการใช้ซิปสำหรับเปิด-ปิดกระเป๋าแทนก็ได้



ภาพที่ 2.32 กระเป๋าประเภทที่ 18 Messenger Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.19 ประเภทที่ 19: Pocket Book

ลักษณะ ทรงแบนและพับได้ เพื่อไว้สำหรับใส่เงินหรือเอกสารส่วนตัว, บัตรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นนามบัตรหรือบัตรเครดิต เป็นต้น ตัวอย่างที่อยากให้คุณดูจะเป็น Louis Vuitton Monogram Canvas Pocket Organizer



M61732 W7.5\*H11

### ภาพที่ 2.33 กระเป๋าประเภทที่ 19 Pocket Book

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.20 ประเภทที่ 20: Pouchette

กระเป๋าถือขนาดเล็กที่มีรูปทรงเป็นรูปไข่ ตัวอย่างที่เห็นได้ คือ Louis Vuitton Monogram Canvas Mini Pochette



### ภาพที่ 2.34 กระเป๋าประเภทที่ 20 Pouchette

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.21 ประเภทที่ 21: Quilted Bag

กระเป๋า ที่ทำจากหนังเนื้อนุ่มหรือวัสดุ อื่นๆ โดยมีเอกลักษณ์คือรอยเย็บที่ทำเป็นลวดลายตาข่าย ตามแบบที่เห็นกันในงานฝีมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.35 กระเป๋าประเภทที่ 21 Quilted Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

#### 2.6.22 ประเภทที่ 22: Satchel Bag

กระเป๋าถือที่มีลักษณะเป็นรูปทรงสาม เหลี่ยมหรือสี่เหลี่ยมคางหมู โดยส่วนมากมักมีขนาดกลาง-ใหญ่ มีที่หิ้วอยู่ด้านบน



ภาพที่ 2.36 กระเป๋าประเภทที่ 22 Satchel Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

#### 2.6.23 ประเภทที่ 23: Shoulder Bag

กระเป๋าสะพายบ่าแบบใบหนัง ตัวอย่างเช่น Ferragamo Mini Vara Capra Shoulder Bag

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.37 กระเป๋าประเภทที่ 23 Shoulder-Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

#### 2.6.24 ประเภทที่ 24: Signature Bag

กระเป๋าที่กลายมาเป็นที่รู้จักกันดี เพราะตัว Logo และเอกลักษณ์หรือดีไซน์ของกระเป๋า โดยชื่อเสียงของดีไซเนอร์ผู้ออกแบบจะเป็นการรับรองคุณภาพของกระเป๋า ทำให้เกิดความเชื่อมั่น-เชื่อถือแก่ผู้ซื้อ ตัวอย่างที่เห็นได้ คือ สวดลาย Multi color ของ Paul Smith



ภาพที่ 2.38 กระเป๋าประเภทที่ 24 Signature Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.25 ประเภทที่ 25: Top Handle Bag

กระเป๋าที่ออกแบบมาให้มีที่จับอยู่ด้านบน เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อการใช้งาน ตัวอย่างที่เห็นได้ คือ Lady Dior Cannage Bag



ภาพที่ 2.39 กระเป๋าประเภทที่ 25 Top Handle Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.26 ประเภทที่ 26: Tote Bag

กระเป๋าที่ออกแบบมาสำหรับใช้เวลาไปเดินเล่นที่ชายหาด, ซุปping หรือจะเป็นช่วงเวลาใดก็ได้ที่ออกไปข้างนอก โดยปกติกระเป๋าแบบนี้มักจะมีขนาดใหญ่ และมีที่จับ 2 อัน ตัวอย่างที่เห็นได้ คือ Balenciaga Tote Bag



ภาพที่ 2.40 กระเป๋าประเภทที่ 26 Tote Bag

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.6.27 ประเภทที่ 27: Wallet

กระเป๋าคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดเล็ก และมีช่องสำหรับใส่บัตรต่างๆและเงิน ตัวอย่างที่เห็นได้ คือ Christian Dior D'Trick Black and White Long Wallet, Marc by Marc Jacobs Picnic Small Zip Around Wallet



ภาพที่ 2.41 กระเป๋าประเภทที่ 27 Wallet

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

### 2.6.28 ประเภทที่ 28: Wristlet

กระเป๋าคอมพิวเตอร์แบบมาให้มีสายคล้องเพื่อเอาไว้คล้องข้อมือสำหรับถือ ลักษณะส่วนใหญ่มีความใกล้เคียงกับ Clutch ตัวอย่างที่เห็นได้ คือ Kate Spade candy darling rosalie wristlet, Kate Spade Bon Vivant Zippered Chrissy – Red



ภาพที่ 2.42 กระเป๋าประเภทที่ 28 Wristlet

ที่มา : <http://ebuythai.myreadyweb.com> (สืบค้น 17 มิถุนายน 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.7 การตลาดตามเป้าหมาย (STP Marketing )

หมายถึง การจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีลักษณะและความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ Market Segmentation (การแบ่งส่วนตลาด) Market Targeting (การเลือกตลาดเป้าหมาย) และ Market positioning (การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์)

### 2.7.1 ลำดับขั้นตอนของ (STP Marketing)

Market Segmentation (การแบ่งส่วนตลาด) หมายถึง การแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มย่อยที่แตกต่างกัน โดยใช้เกณฑ์ความต้องการ บุคลิกลักษณะ หรือพฤติกรรม ซึ่งผู้บริโภคที่อยู่ในแต่ละกลุ่มเดียวกัน จะมีความต้องการในสินค้าหรือบริการที่คล้ายคลึงกัน หรือส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

#### 2.7.1.1 ระดับของการแบ่งส่วนตลาด แบ่งส่วนตลาดแบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ

1 Mass marketing (การตลาดรวม) ใช้กลยุทธ์การผลิตผลิตภัณฑ์แบบไม่แตกต่าง คือเน้นการผลิตจำนวนมาก และขายให้กับลูกค้าทุกคนเหมือนกัน ถือได้ว่าไม่มีการแบ่งส่วนตลาดเลย ตัวอย่างเช่น รองเท้ายี่ห้อไนกี้ ผลิตรองเท้าแบบเดียวสำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม

2 Segment marketing (การตลาดแบบแบ่งส่วน) เป็นการแบ่งตลาดออกเป็นส่วน ๆ ตามความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ตัวอย่างเช่น รองเท้ายี่ห้อไนกี้ ทำการผลิตรองเท้าสำหรับกีฬาประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิ่ง บาสเกตบอล เทนนิส ฟุตบอล เป็นต้น

3 Niche marketing (การตลาดส่วนย่อย) เป็นการแบ่งตลาดออกเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างเช่น การผลิตรองเท้าสำหรับผู้ที่ชอบปีนเขา ตีกอล์ฟ เป็นต้น

4 Micro marketing (การตลาดเฉพาะบุคคล) เป็นการแบ่งส่วนตลาดที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด คือเป็นการแบ่งตลาดออกเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะบุคคล ตัวอย่าง ร้านที่รับตัดรองเท้าสำหรับลูกค้าแต่ละคน เป็นต้น

#### 2.7.1.2 ลักษณะของการแบ่งส่วนตลาดที่ดี

1 สามารถวัดได้ (measurable) ในแต่ละส่วนตลาดต้องสามารถวัดออกมาในรูปแบบเชิงปริมาณได้

2 สามารถเข้าถึงได้ (accessible) สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดนั้นได้

3 มีขนาดของส่วนตลาดที่ใหญ่เพียงพอ (substantial) ในแต่ละส่วนตลาดนั้นจะต้องมีความต้องการซื้อที่มากพอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จูงใจได้

4 สามารถดำเนินการได้ (actionable) สามารถใช้โปรแกรมการตลาดเพื่อ

5 มีลักษณะแตกต่าง (differentiable) เป็นส่วนตลาดที่ลูกค้ามองเห็น ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่ง

#### 2.7.1.3 ประโยชน์ของการแบ่งส่วนตลาด

1 ทำให้ทราบถึงความต้องการและขอบเขตความพอใจของแต่ละส่วนตลาด  
2 ทำให้ทราบถึงโอกาสทางการตลาด หรือตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย

ของบริษัท

3 ใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกตลาดเป้าหมายที่เหมาะสมกับความสามารถ

ดีขึ้น

4 ทำให้สามารถปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความพอใจของผู้บริโภคให้

เหมาะสม

5 ทำให้สามารถปรับปรุงแผนการตลาด และงบประมาณการตลาดได้

#### 2.7.2 Market Targeting (การเลือกตลาดเป้าหมาย)

การเลือกตลาดเป้าหมาย (market targeting) หมายถึง กระบวนการในการประเมินความ น่าสนใจของแต่ละส่วนตลาด และเลือกเข้าสู่ตลาดเพียงหนึ่งหรือหลายส่วนตลาด

ส่วนตลาดเป้าหมาย (target market หรือ target group) หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคหรือส่วน ตลาดที่นักการตลาดสนใจและเลือกที่จะเข้าไปดำเนิน กิจกรรมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนั้น ๆ

2.7.2.1 การประเมินส่วนตลาด เป็นการประเมินความแตกต่างของส่วนตลาด โดย พิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ 3 ปัจจัย คือ

- 1 ขนาดและการเจริญเติบโตของส่วนตลาด
- 2 ความน่าสนใจของส่วนตลาด
- 3 วัตถุประสงค์และทรัพยากรของบริษัท

2.7.2.2 กลยุทธ์การเลือกส่วนตลาด มี 3 กลยุทธ์ คือ

- 1 ตลาดรวมหรือตลาดไม่แตกต่าง (undifferentiated marketing)

- การเลือกตลาดรวมเป็นตลาดเป้าหมายเพียงตลาดเดียว โดยถือว่าตลาดมี ความต้องการที่คล้ายกันหรือไม่แตกต่างกัน

- ใช้ส่วนประสมทางการตลาดเพียง 1 ชุด ในการตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าจำนวนมาก

- มุ่งความสำคัญที่การผลิต ทำให้เกิดการประหยัดจากขนาดของการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาดสำหรับสินค้า หรือบริการขั้นพื้นฐานสำหรับการครองชีพของผู้บริโภค เช่น ข้าวสาร เกลือ น้ำตาล เป็นต้น

## 2 การตลาดมุ่งเฉพาะส่วน (concentrated marketing)

- เป็นการเลือกตลาดเป้าหมายเพียงส่วนเดียวจากตลาดรวม  
- ใช้ส่วนประสมทางการตลาด 1 ชุด ที่สามารถสนองความต้องการในส่วนตลาดที่เลือก

## 3 การตลาดแตกต่าง (differentiated marketing)

- หรือกลยุทธ์ตลาดมุ่งหลายส่วน  
- เป็นการเลือกกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการที่แตกต่างกันสองกลุ่มขึ้นไป  
- พัฒนาส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน เพื่อสนองความต้องการในแต่ละส่วนตลาดที่เลือกเป็นเป้าหมาย

### 2.7.3 Market positioning (การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์)

เป็นการจัดผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง ชัดเจน และตรงกับความต้องการ โดยการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ของบริษัทกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในใจของผู้บริโภคโดยในขั้นนี้จะต้องมีการระบุความได้เปรียบ หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (competitive advantages) ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### 2.7.3.1 ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (product differentiation)

เป็นการพิจารณาคุณลักษณะเด่นของตัวผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. รูปแบบ
2. คุณสมบัติ
3. ความคงทน
4. คุณสมบัติ
5. ราคา
6. ความน่าเชื่อถือ
7. คุณภาพ

#### 2.7.3.2 ความแตกต่างด้านบริการ (service differentiation)

เป็นการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยเน้นไปที่การให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

- ความรวดเร็ว
- การรับประกัน
- การบริการติดตั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการจัดส่งสินค้า การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การฝึกอบรมหรือให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า
- การบริการบำรุงรักษาและซ่อมแซม

### 2.7.3.3 ความแตกต่างด้านบุคคล (personnel differentiation)

เป็นการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดโดยพิจารณาจากความสามารถของบุคลากรในองค์กร โดยทั่วไปนิยมใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทบริการ ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

- 1 ความรู้ความสามารถของบุคลากร
- 2 ประสบการณ์และความชำนาญ
- 3 ความน่าเชื่อถือ
- 4 ความซื่อสัตย์สามารถไว้วางใจได้
- 5 การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า
- 6 การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

### 2.7.3.4 ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (image differentiation)

เป็นการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด โดยนำเอาภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือองค์กรมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

- 1 สัญลักษณ์
- 2 สี
- 3 บรรยากาศ
- 4 การจัดเหตุการณ์พิเศษ
- 5 ที่มาของผลิตภัณฑ์

## 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิยม ไอคูร์ย (2538) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาการสืบงานศิลปะผ้าทอ ของกลุ่มชนไทยทรงดำในจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า

1. ทางด้านการสืบทอดงานศิลปะผ้าทอไทยทรงดำ มารดาเป็นผู้สอนให้กับบุตรที่มีอายุระหว่าง 13-18 ปี ผู้เรียนจะเรียนด้วยวิชาฝึกหัดทำด้วยการสังเกตจากของจริง ที่เป็นตัวอย่างหรือซักถามผู้รู้ มีการแลกเปลี่ยนการถ่ายทอดลวดลายจากเพื่อนบ้าน ซึ่งทำให้ลวดลายแปลกใหม่ การสืบทอดผ้า การทอผ้าจึงเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษสืบทอดสู่คนรุ่นต่อไป

### 2. ทางด้านอื่นๆ

2.1 ด้านประวัติความเป็นมา การทอผ้าและการใช้ผ้าเป็นการสืบทอดจากบรรพบุรุษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## โบราณ

2.2 ด้านสภาพปัจจุบัน ผู้ทอส่วนใหญ่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป และใช้วิธีการออกแบบ

2.3 ด้านคติความเชื่อประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น เชื่อว่าการทอผ้าเป็นหน้าที่ของสตรี สตรีใดทอผ้าไม่เป็นหรือไม่ทอผ้าเก็บไว้ใช้ในพิธีกรรมต่างๆ จะได้รับการดูถูกจากเพื่อน และคนส่วนใหญ่มีความเชื่อเรื่องผีและขวัญ โดยเฉพาะผีบรรพบุรุษ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการใช้ผ้าในพิธีกรรมต่างๆ

2.4 ด้านวัสดุ-อุปกรณ์ ที่ใช้ในการทอผ้า ได้แก่ ฝ้าย ไหม โยสังเคราะห์ สีย้อมผ้าได้จากต้นครามและประดู่

2.5 ด้านเทคนิคและกรรมวิธี การทำลวดลายให้วิธีการทอ และการปักผ้า

2.6 คุณค่าทางศิลปะและประโยชน์ใช้สอย การออกแบบและการใช้สีของผ้าทออยู่บนพื้นฐานของหลักองค์ประกอบศิลป์ ผ้าทอได้มีการนำมาใช้ในชีวิตประจำวันและพิธีกรรมต่างๆ

งานศิลปะผ้าไทยของกลุ่มชนทรงดำ สามารถดำรงรักษาเอกลักษณ์ของกลุ่มชนไว้ได้จนถึงปัจจุบันนี้เพราะความเชื่อดั้งเดิม โดยเฉพาะเชื่อเรื่องผีบรรพบุรุษ และการไปอยู่ร่วมกับบรรพบุรุษและหลังจากเสียชีวิตไปแล้ว แต่ในปัจจุบันค่านิยมความเชื่อเปลี่ยนไปทำให้เอกลักษณ์การแต่งกาย การทอผ้าถูกละเลยไปจากเดิม จึงควรมีการปลูกฝังความเชื่อและค่านิยมอันเป็นพื้นฐานให้แก่เยาวชน เพื่อเยาวชนมีความรู้และมีความเข้าใจในเรื่องของศิลปวัฒนธรรมในกลุ่มชน

ประไพ ทองเชิญ (2549) ได้จัดทำโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการ การกำหนดมาตรฐานผ้าทอพื้นบ้านเพื่อสิ่งแวดลอม ผลการจัดทำโครงการพบว่า

คำว่าผ้าทอพื้นบ้าน ไม่เคยถูกบรรจุลงในบริบทใดๆ ในสังคมไทย ทั้งๆที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในวิถีวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ และบ่อยครั้งที่ถูกสรุปจากมุมมองต่างบริบทว่าเป็นความลำหลัง การกำหนดมาตรฐานผ้าทอพื้นบ้านเพื่อสิ่งแวดลอม มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความชัดเจนให้กับ ผ้าทอพื้นบ้านแท้ ซึ่งแนบแน่นอยู่กับ ความเป็นกลุ่มชนพื้นบ้าน มีวิถีวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นอย่างเป็นทางการ ให้สามารถดำรงอยู่สืบทอดต่อเนื่องไป

โดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ระหว่างเครือข่ายช่างทอผ้าพื้นบ้านจาก 4 ภูมิภาค เครือข่ายผู้ประกอบการ รวมถึงองค์กรส่งเสริมภาครัฐและเอกชน และการศึกษาเชิงลึกกรณีกลุ่มศึกษา 4 พื้นที่ในภาคอีสาน อันเป็นพื้นฐานการปฏิบัติการสืบค้นจากฐานรากผ้าทอพื้นบ้านดั้งเดิมในแต่ละหมู่บ้านจนถึงสิ่งที่ดำรงอยู่ในปัจจุบัน ร่วมกันรื้อฟื้นทำกันขึ้นใหม่ เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมได้กำหนดมาตรฐานจากความรับรู้เข้าใจในกระบวนการผลิตผ้าทอพื้นบ้านโดยแท้จริง และด้วยความเป็นพื้นบ้านจำต้องใช้คนพื้นบ้านเป็นผู้บอกเล่า

คุณค่าและศักยภาพภูมิปัญญาผ้าทอพื้นบ้านที่คนค้นพบร่วมกันมีหัวใจหลัก 3 ประการ กล่าวคือ เรื่องราวของธรรมชาติและสิ่งแวดลอมที่อุดมสมบูรณ์ เรื่องราวของกลุ่มชนพื้นบ้านที่มีลักษณะเฉพาะถิ่น และคุณค่าของงานฝีมือ การสร้างสรรค์ชิ้นงานร่วมกันในชุมชน ซึ่งเป็นวิธีการพึ่งพาตนเอง และการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถนำมากำหนดเป็นมาตรฐานผ้าทอพื้นบ้าน 7 ประการ ดังนี้ ใช้เส้นใย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการเขียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธรรมชาติ ใช้สี่ธรรมชาติ ทอด้วยกี่พื้นบ้าน และใช้เครื่องมือที่พัฒนาเป็นเครื่องทუნแรงแบบพื้นบ้าน ทำด้วยมือทุกขั้นตอน ผืนผ้ามีเรื่องราว บอกลักษณะเฉพาะถิ่น มีความเป็นกลุ่มเป็นผู้ผลิต กระบวนการผลิตมีความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้ผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม

จากงานวิจัยชิ้นนี้ จะทำให้มองเห็นภาพตัวตนของผ้าทอพื้นบ้านชัดเจนขึ้น อันเป็นความหลากหลายของมรดกทางภูมิปัญญาบรรพชน เพื่อการสืบค้นและการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ในทุกมิติ เพื่อความอยู่ดีมีสุข ของคนรุ่นหลังและในมิติธุรกิจชุมชน จะเป็นการสร้างตลาดผ้าทอพื้นเมืองเพื่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากผ้าทออุตสาหกรรมอย่างแท้จริงและชัดเจน อันจะทำให้เห็นและ เป็นคุณค่าผ้าทอพื้นบ้านในวิถีร่วมสมัย

สุนทร เกตุอินทร์ (2549) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง ลวดลายผ้าทอกระเหรี่ยง อำเภอบ้านไร่ จังหวัด อุทัยธานี ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ประวัติความเป็นมาของลวดลายผ้าทอกระเหรี่ยง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เริ่มจาก ความเป็นชุมชน ชนเผ่ากระเหรี่ยง ได้อพยพเข้ามาในฝั่งไทย เพราะถูกพม่าขับไล่ และได้อาศัยใน บริเวณที่ลุ่มตามไหล่เขาและใกล้แหล่งน้ำ เริ่มแรกมีผู้คนเข้ามาอาศัยในชุมชน ประมาณ 5-8 หลังคา เรือน ปัจจุบันได้มีการขยายตัวชุมชนมากขึ้น ชาวกระเหรี่ยงมีความเชื่อในเรื่องของการทอผ้าว่า ผู้หญิง ทุกคนจะต้องทอผ้าเป็น ดังนั้นผู้สูงอายุส่วนใหญ่จึงยังคงให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมการทอผ้าอยู่ และ จะสอนการทอผ้าให้กับเด็กผู้หญิง ที่มีอายุประมาณ 7-10 ปี ที่มีความสนใจ เด็กจะเกิดการเรียนรู้การ ทอผ้าจากการสังเกตและการฝึกหัด

อุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้า ได้แก่ กี่เอว ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่สำคัญอย่างยิ่ง กี่เอวทำจากวัสดุที่หา ได้จากธรรมชาติ สำหรับโครงสร้างลักษณะลวดลาย เทคนิคการผลิต และการจัดหมวดหมู่ผ้าทอสรุป ได้ว่า ลักษณะโครงสร้างหลักของผ้าทอ มีอยู่ด้วยกัน 2 แบบคือ แบบแรก ได้แก่การทอแบบธรรมดา ซึ่งเป็นการทอผ้าเป็นผืนนำไปตัดเย็บเป็นชุดของเด็กหญิงชาวกระเหรี่ยง และอีกแบบหนึ่งคือการทอ แบบลวดลาย ผ้าที่ชาวกระเหรี่ยงนิยมทอใช้ ส่วนใหญ่เป็นลวดลายประกอบ ซึ่งนำมาตัดเย็บเป็นของ ใช้และเครื่องนุ่งห่มต่างๆ ซึ่งแต่ละประเภทนั้นมีลักษณะการทอไม่เหมือนกัน เราสังเกตได้ว่าผู้ทอ กำลังทอผ้าเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อะไร โดยพิจารณาลักษณะของลวดลาย สี และขนาดของผ้าที่ทอ

วรรณมา วุฒตะกุล และ ยุรารัตย์ พันธุ์ยุรา (2536) ศึกษาเรื่อง “การทอผ้ากับวิถีชีวิตคนไทย จากการศึกษาพบว่า ประเภทของผ้าทอสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ แบ่งตามวัตถุประสงค์ใน การใช้ทอ และแบ่งตามวิธีการทอ ผ้าทอมีความสำคัญ เพื่อสนองต่อความจำเป็นขั้นพื้นฐานของการ ดำรงชีวิต เพราะผ้าทอเป็นปัจจัยหนึ่งในปัจจัยสี่ เพื่อแสดงถึงฐานะของผู้สวมใส่ เป็นการแบ่ง ภาระหน้าที่ระหว่างชายและหญิง อีกทั้งยังชี้ให้เห็นถึงความเป็นหญิงอย่างเด่นชัด เพราะความทอผ้า ต้องใช้ความขยัน อดทน ความพยายาม ความประณีตละเอียดอ่อน ซึ่งเป็นอุปนิสัยของผู้หญิง การทอ ผ้าเป็นเครื่องแสดงถึงความพร้อมในวันที่จะมีครอบครัว ประโยชน์ของผ้าทอ ใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มเพื่อใช้ ในชีวิตประจำวัน และใช้ในพิธีกรรมตั้งแต่เกิด จนตาย เมื่อสงครามโลกครั้งที่สอง ยุติลง ปรากฏว่า อุตสาหกรรมทอผ้ายุโรปซึ่งเจริญก้าวหน้าได้แพร่ขยายเข้ามาสู่สังคมไทย ผ้าทอดังกล่าวจึงมีเนื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นเป็นประโยชน์ในการนำ ไปใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แน่น สีส้มตก ราคาถูก ซื้อง่าย ประหยัด และไม่ต้องเสียเวลาในการทอด้วยมือ ชาวบ้านจึงนิยมใช้ผ้าทอจากเครื่องจักรแทนผ้าทอด้วยมือ

ประเพ็ ทองเชิญ (2549) ได้จัดทำโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการ การกำหนดมาตรฐานผ้าทอพื้นบ้านเพื่อสิ่งแวดล้อม ผลการจัดทำโครงการพบว่า

คำว่าผ้าทอพื้นบ้าน ไม่เคยถูกบรรจุลงในบริบทใดๆ ในสังคมไทย ทั้งๆที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในวิถีวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ และบ่อยครั้งที่ถูกสรุปจากมุมมองต่างบริบทว่าเป็นความล้มเหลวของการกำหนดมาตรฐานผ้าทอพื้นบ้านเพื่อสิ่งแวดล้อม มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความชัดเจนให้กับ ผ้าทอพื้นบ้านแท้ ซึ่งแนบแน่นอยู่กับ ความเป็นกลุ่มชนพื้นบ้าน มีวิถีวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นอย่างเป็นทางการ เอกลักษณ์ ให้สามารถดำรงอยู่สืบทอดต่อเนื่องไป

โดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ระหว่างเครือข่ายช่างทอผ้าพื้นบ้านจาก 4 ภูมิภาค เครือข่ายผู้บริโภค รวมถึงองค์กรส่งเสริมภาครัฐและเอกชน และการศึกษาเชิงลึกกรณีกลุ่มศึกษา 4 พื้นที่ในภาคอีสาน อันเป็นพื้นฐานการปฏิบัติการสืบค้นจากฐานรากผ้าทอพื้นบ้านดั้งเดิมในแต่ละหมู่บ้านจนถึงสิ่งที่ดำรงอยู่ในปัจจุบัน ร่วมกันรื้อฟื้นทำกันขึ้นใหม่ เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมได้กำหนดมาตรฐานจากความรับรู้เข้าใจในกระบวนการผลิตผ้าทอพื้นบ้านโดยแท้จริง และด้วยความเป็นพื้นบ้านจำต้องใช้คนพื้นบ้านเป็นผู้บอกเล่า

คุณค่าและศักยภาพภูมิปัญญาผ้าทอพื้นบ้านที่คนค้นพบร่วมกันมีหัวใจหลัก 3 ประการ กล่าวคือ เรื่องราวของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ เรื่องราวของกลุ่มชนพื้นบ้านที่มีลักษณะเฉพาะถิ่น และคุณค่าของงานฝีมือ การสร้างสรรค์ชิ้นงานร่วมกันในชุมชน ซึ่งเป็นวิธีการพึ่งพาตนเอง และการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถนำมากำหนดเป็นมาตรฐานผ้าทอพื้นบ้าน 7 ประการ ดังนี้

1. ใช้เส้นใยธรรมชาติ
2. ใช้สีธรรมชาติ
3. ทอด้วยกี่พื้นบ้าน และใช้เครื่องมือที่พัฒนาเป็นเครื่องทุ่นแรงแบบพื้นบ้าน
4. ทำด้วยมือทุกขั้นตอน
5. ผืนผ้ามีเรื่องราว บอกลักษณะเฉพาะถิ่น
6. มีความเป็นกลุ่มเป็นผู้ผลิต
7. กระบวนการผลิตมีความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้ผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม

จากงานวิจัยชิ้นนี้ จะทำให้มองเห็นภาพตัวตนของผ้าทอพื้นบ้านชัดเจนขึ้น อันเป็นความหลากหลายของมรดกทางภูมิปัญญาบรรพชน เพื่อการสืบค้นและการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในทุกมิติ เพื่อความอยู่ดีมีสุข ของคนรุ่นหลังและในมิติธุรกิจชุมชน จะเป็นการสร้างตลาดผ้าทอพื้นเมืองเพื่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากผ้าทออุตสาหกรรมอย่างแท้จริงและชัดเจน อันจะทำให้เห็นและเป็นคุณค่าผ้าทอพื้นบ้านในวิถีร่วมสมัย

แก่นจันทร์ มะลิขอ (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยใหญ่ บ้านใหม่หมอกจ๋าม อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่ ผลจากการทำวิจัยพบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บ้านใหม่หมอกจ๋าม เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ.2506 ผู้ที่ก่อตั้งเป็นชาวไทยใหญ่ อพยพมาจากอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ปัจจุบันมีจำนวนครอบครัว 414 หลังคาเรือน จำนวนประชากรประมาณ 1852 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก นอกจากนี้ยังมีอาชีพเสริมคือ การทอผ้า การทำกระดาษสา และทำเครื่องเงิน

กระบวนการทอผ้าเริ่มต้น พร้อมกับการย้ายถิ่นฐานของชาวบ้าน ภายหลังจากได้รับการสนับสนุนจากการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ซึ่งได้จัดส่งเจ้าหน้าที่มาสอนวิธีการทอผ้าเพิ่มเติม ผู้เรียนกลุ่มแรก ที่เรียนรู้วิธีการทอผ้า ได้นำความรู้มาประกอบอาชีพและเผยแพร่ให้แก่ผู้อื่น ส่วนการสอนวิธีการทอผ้าเป็นการถ่ายทอดความรู้ต่อเนื่องกันมาให้กับผู้ที่สนใจ เอกลักษณะ ผ้าทอไทใหญ่บ้านใหม่บ้านใหม่หมอกจ๋าม เป็นผ้าทอที่มีลวดลายขวาง ตัดกับเส้นด้ายยืน สีพื้นเป็นสีอ่อน ลวดลายเป็นสีเข้ม ต่อมามีการประดิษฐ์ตัดแปลงจากผ้าทอยกดอก และผ้าทอตีนจก โดยปรับให้เหมาะสม กับรูปแบบผ้าทอไทใหญ่

การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทใหญ่ ได้มีการออกแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้ได้หลายโอกาส แต่ทั้งนี้การออกแบบต้องคำนึงถึงรูปร่าง ผิวพรรณ ของผู้สวมใส่ และประการสำคัญ ของการออกแบบผ้าทอไทใหญ่ ควรรักษารูปแบบ ลวดลาย และความเป็นเอกลักษณ์ เพื่ออนุรักษ์ผ้าทอไทใหญ่ต่อไป

ผลิตภัณฑ์ที่นักออกแบบนำเสนอและเป็นสิ่งที่ต้องการของผู้ใช้มากที่สุด คือ โคมไฟ กระเป๋าสะพาย กระเป๋าถือ และกล่องนามบัตร ส่วนผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเสื้อผ้าที่เป็นที่ต้องการมากที่สุดคือ แบบชุดในโอกาสพิเศษ ชุดลำลอง และชุดทำงานตามลำดับ

สืบสกุล ชื่นชม (2554) การประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้กับการออกแบบแฟชั่นชุดผ้าฝ้ายเพื่อจำหน่ายสำหรับผู้ประกอบการชุมชน ผลการวิจัยพบว่า

ผลการวิเคราะห์หลักการตลาดโดยกำหนดหลักการ STP มาใช้ทดลองตลาด ประโยชน์ที่ได้คือสามารถทราบถึงกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเพศหญิงอายุ 15-25 ปี เป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม สินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นพิเศษได้แก่ เสื้อเชิ้ตและเสื้อตัวหลวม การนำเอาหลักการ IMC บางส่วนมาช่วยสร้างให้กระบวนการ STP ทั้ง 3 ส่วน ได้แก่การทำกิจกรรมทางการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการทำหนังสือเพื่อเสริมภาพลักษณ์ Collection Book Media จากการศึกษาวัฒนธรรม และนำมาเปรียบเทียบกับแนวโน้มที่คาดว่าจะได้รับความนิยม นำมาออกแบบชุดแฟชั่นโดยอ้างอิงจากแนวโน้มความนิยม 3 รูปแบบ ได้แก่ สไตล์ล้านนา สไตล์ญี่ปุ่น สไตล์ตะวันตก จากนั้นนำมาทำสื่อเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ สื่อที่ได้ผลมากที่สุด คือ สื่อกราฟิก เนื่องด้วยเห็นรายละเอียดของชุดมากที่สุด สื่อที่สร้างความน่าเชื่อถือดีเกินคาด ตื่นตาตื่นใจมากที่สุดได้แก่ สื่อภาพเคลื่อนไหว

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้ดำเนินงานวิจัยโดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอ ของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

#### 3.1 ขั้นตอนที่ 1. ขั้นตอนศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

การศึกษาอัตลักษณ์ของชาวปกากะญอ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ

3.1.1 ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

โดยดำเนินงานวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล เกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผ้าทอชาวปกากะญอ คือ กลุ่มช่างทอผ้าชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ที่มีประสบการณ์ในการทอผ้ามากกว่า 5 ปี ได้แก่

1 นางหล้า ฐานะ	ประธานกลุ่มทอผ้าปกากะญอ
2 นางพ่องใส เกียงวงษ์	สมาชิก
3 นางเอี่ยมพร พันธุ์ปัญญากรกุล	สมาชิก
4 นางกลม ปลุกปัญญา	สมาชิก
5 นางเรณู พันธุ์ปัญญากรกุล	สมาชิก

3.1.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด

เกี่ยวกับลักษณะเด่นของผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

2 การสร้างและการหาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์

1) ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2) ศึกษารูปแบบสัมภาษณ์
- 3) สร้างแบบสัมภาษณ์
- 4) นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

5) นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบโดยอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์แล้ว มานำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อแก้ไขเพิ่มเติม แล้วนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลต่อไป

### 3.1.1.3 วิธีการเก็บข้อมูล

มีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1 ทำหนังสือจากบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ถึงกลุ่มช่างทอผ้าชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

2 ผู้วิจัย ทำการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

### 3.1.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการสังเคราะห์ข้อมูลและสรุปตามประเด็นต่างๆ โดยเลือกนำข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ นำมาสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป

## 3.1.2 ชั้นที่ 2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ผ้าทอของชาวปกากะญอ

### 3.1.2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชาวปกากะญอ คือ ผู้สูงอายุชาวปกากะญอ ได้แก่

- 1 นายกอและ พันธุ์ปัญญากรกุล
- 2 นายอ้อแฮ ศิริราชฎ์ตระกูล
- 3 นายสมเกียรติ ก้องศิริ
- 4 นายผิว สันโตชวนาไพร
- 5 นางบุญมี กันทะถ้ำ

### 3.1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางกายภาพของชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

การสร้างและการหาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หากให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) ศึกษารูปแบบสัมภาษณ์

3) สร้างแบบสัมภาษณ์

4) นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

5) นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบโดยอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์แล้ว มานำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อแก้ไขเพิ่มเติม แล้วนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลต่อไป

### 3.1.2.3 วิธีการเก็บข้อมูล

มีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1 ทำหนังสือจากบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ชาวปากกระดุม อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

2 ผู้วิจัย ทำการสัมภาษณ์ ผู้สูงอายุ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

### 3.1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการสังเคราะห์ข้อมูลและสรุปตามประเด็นต่างๆ เพื่อนำมาสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป

## 3.1.3 ชั้นที่ 3 ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ

### 3.1.3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ คือ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์จากผ้าทอที่มีจำหน่ายในท้องตลาด

### 3.1.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1 ลักษณะของเครื่องมือ ตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ เพื่อแยกประเภทของผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ

2 การสร้างและการหาคคุณภาพของตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

1) กำหนดจุดประสงค์ของการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ

2) กำหนดประเด็นของการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ

3) กำหนดรูปแบบของตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ และสร้างตาราง

ฉบับร่างขึ้น

4) นำตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ฉบับร่างที่สร้างเสร็จเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5) นำตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำมาเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม และครอบคลุมเนื้อหา

### 3.1.3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลจากตัวอย่างผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ที่มีจำหน่ายในท้องตลาด ผู้วิจัย ได้เลือกผลิตภัณฑ์มาจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดตาก โดยเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความถี่ในการพบในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดตากมากที่สุด

### 3.1.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาตัวอย่างผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ โดยนำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ

## 3.2 ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

กำหนดกลยุทธ์ STP เป็นการกำหนดตลาดเป้าหมายผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะประกอบไปด้วยขั้นตอนสำคัญ 3 ขั้นตอน คือ การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation) การเลือกตลาดเป้าหมาย (Target market selection) และการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Product position)

การวิเคราะห์แนวโน้มของสี ที่ศึกษาจากสภาพแวดล้อมการอยู่อาศัยในท้องถิ่น จากการศึกษาสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นของ จังหวัดตาก ผู้วิจัยใช้การนำภาพถ่ายที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น มาวิเคราะห์ ได้โครงสร้างของสี

จากนั้นจึงดำเนินการออกแบบออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ต่อไป

### 3.2.1 กลุ่มผู้ประเมินแนวคิดในการออกแบบ

กลุ่มผู้ประเมินแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก คือ

#### 3.3.1.1 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ

1 อาจารย์สีบสกุล ชื่นชม หัวหน้าภาควิชาออกแบบสิ่งทอ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ(เจ็ดยอด) เชียงใหม่

2 อาจารย์บุญสม ธัญญาธิวิวัฒน์ นักวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ชำนาญการ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่

#### 3.3.1.2 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับคุณอัญชลี ศรีป่าช้า เจ้าของร้านสีสันพรรณไม้ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ซึ่งดำเนินการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2 อาจารย์อุไรวรรณ เก่งวิทยา อาจารย์สอนตัดเสื้อ โรงเรียนสอนตัดเสื้อ  
เก่งวิทยา อ.ตาคลี จ.นครสวรรค์

3 นางหล้า ฐานะ ประธานกลุ่มทอผ้าปกากะญอ อ.แม่ระมาด จ.ตาก

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามประกอบภาพจำลอง เกี่ยวกับ  
รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอปกากะญอ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยสอบถามด้านความ  
พึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

3.2.2.2 การสร้างเครื่องมือ ในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอน  
การสร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล ดังนี้

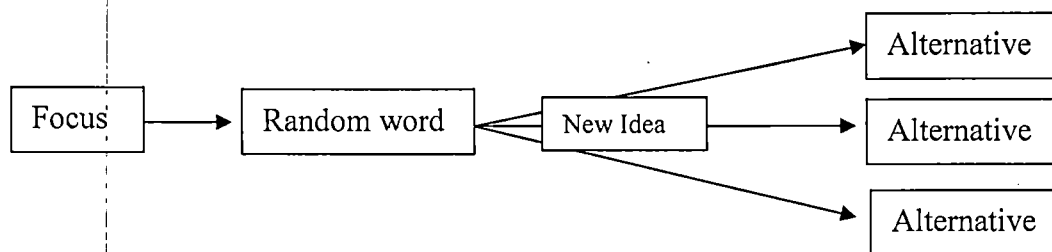
- 1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2 ศึกษารูปแบบการสร้างแบบสอบถาม
- 3 สร้างแบบสอบถาม
- 4 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบโดยอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์  
และปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทำการวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้องของ  
แบบสอบถาม แบบ IOC (Index of item objective congruence) เพื่อปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม และ  
นำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

### 3.2.3 ขั้นตอนการออกแบบ

ในขั้นตอนดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก  
ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลของอัตลักษณ์ของผ้าทอ ปกากะญอ ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของ  
ผ้าทอ อัตลักษณ์ปกากะญอ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด นำมาสรุปและพัฒนาเป็นเป็น  
แนวทางสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้ทฤษฎีการคิดแบบ Lateral Thinking (Lt) และการคิด  
แบบสร้างสรรค์ของ เดวิด เพอร์กินส์ (David Perkins) จำนวน 3 แบบ สรุปหารูปแบบที่ดีที่สุด 1  
แบบ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขและนำไปสอบถามความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ต่อไป



ภาพที่ 3.1 ทฤษฎีการคิดแบบ Lateral Thinking (Lt)

ที่มา : อ้างใน พิทยา สิทธิอำนาจ (2536)

ตารางที่ 3.1 การศึกษาอัตลักษณ์ของผ้าทอ ปากกะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ลักษณะของผ้าทอ	อัตลักษณ์ปากกะญอ	รูปแบบผลิตภัณฑ์
1.ผ้าฝ้ายทอมือ	1.มีการแต่งกายประจำเผ่า	1.ผ้าทอเป็นผืน
2.ใช้สีธรรมชาติ	2.โครงสร้างของเครื่องแต่งกาย	2.ผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก
3.ลวดลายด้วยการทอ	3.ความหมายของสี	ผ้าทอ
-เกิดจากการเรียนแบบพีช	- สีแดง แสดงถึงความเป็นชาย ความ	
-เกิดจากการเรียนแบบสัตว์	อดทน และความแข็งแรง	
-เกิดจากการสังเกตสิ่งรอบตัว	- สีขาว แสดงถึง ความบริสุทธิ์ของ	
	หญิงสาว	
	4.การถ่ายทอดการทอผ้า	
	5.เครื่องทอผ้าแบบคาดหลัง “กีเอว”	
	6.เชื่อในเรื่องผีวิญญาณ	

#### 3.2.4 การเก็บข้อมูล

นำแบบสอบถามประกอบภาพจำลองผลิตภัณฑ์จากผ้าทอปากกะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก เพื่อสอบถามความพึงพอใจ ทั้ง 3 รูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 ท่าน

#### 3.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามประกอบภาพจำลองผลิตภัณฑ์จากผ้าทอปากกะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ทั้ง 5 รูปแบบ จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 ท่าน มาวิเคราะห์ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ของความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์จากผ้าทอปากกะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

#### 3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้ได้กำหนดประชากร และเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

##### 3.3.1.1 กลุ่มประชากร

กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ในเขตพื้นที่ จังหวัดตาก

##### 3.3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ในเขตพื้นที่ จังหวัดตาก จำนวน 246 คน โดย ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กำหนดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ 5% หรือเท่ากับ 0.05 ค่าความคาดหวังที่วัดได้สามารถคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน  $\pm 0.05$  โดยใช้สูตรต่อไปนี้

สูตรของ W.G Cochran (1953) แสดงได้ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P แทน สัดส่วนของกลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

Z แทน ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

d แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

จากสูตรข้างต้น จะได้กลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 246 คน และผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยแบ่งเป็น

กลุ่มที่ 1 การคัดเลือกกลุ่มทอผ้าปกากะญอ เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ได้รับรางวัลหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงตัวอย่างของจังหวัดตาก เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง จำนวนสมาชิกกลุ่มทอผ้าปกากะญอ จำนวน 32 คน

กลุ่มที่ 2 การคัดเลือกกลุ่มผู้สนใจ โดย การสุ่มแบบเจาะจง โดยเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดตากที่มีร้านค้าจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ซึ่งได้แก่ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพาเจริญ ศาลเจ้าพ่อพะวอ น้ำพุร้อนบ้านแม่กาษา วัดพระพุทธรูปหินอ่อน และ ตลาดริมเมย จำนวน 214 คน

### 3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า(Rating Scale) ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงใจ ความแข็งแรง ความสวยงามน่าใช้ วัสดุ และราคาพอสมควร ของผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

#### 3.3.2.2 การสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้การเก็บข้อมูล ดังนี้

- 1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2 ศึกษารูปแบบการสร้างแบบสอบถาม
- 3 สร้างแบบสอบถาม
- 4 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบโดยอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม แบบ IOC (Index of item objective congruence) เพื่อปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม และนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

#### 3.3.3 การเก็บข้อมูล

ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล จากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ของช่างทอผ้าปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าทอปกากะญอ ในเขตพื้นที่จังหวัดตาก

#### 3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

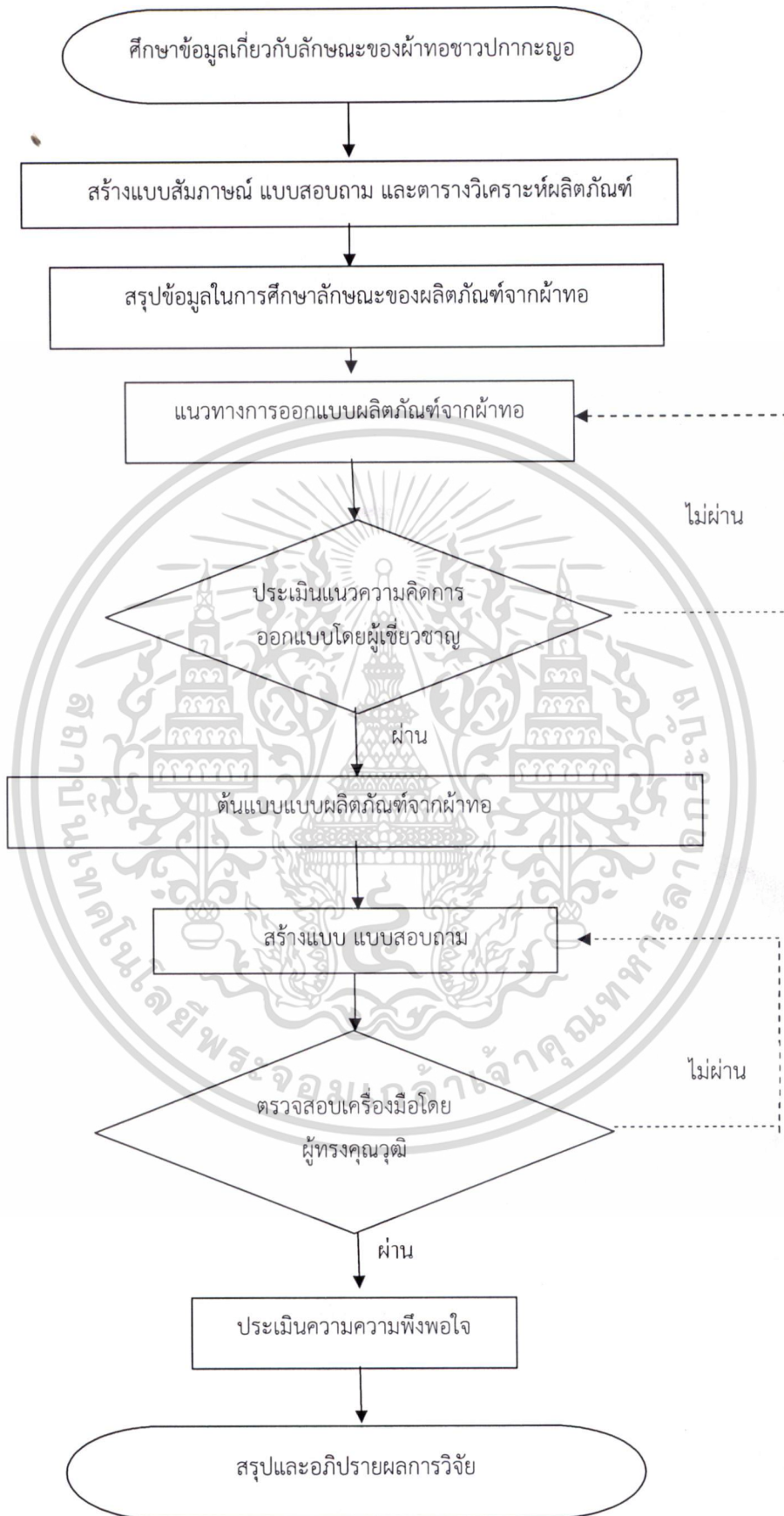
การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก โดยหาค่าเฉลี่ย(Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard deviation) ของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อที่มีผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก เป็นรายด้าน และภาพรวมทุกด้าน โดยแบ่งเกณฑ์ ดังนี้ (ธีรยุทธ พึ่งเกียรติ: 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 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 อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2 แผนภาพแสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย  
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

# ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์จาก ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก การประเมินผลิตภัณฑ์ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และความพึงพอใจของผู้ที่สนใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หลังได้รับการพัฒนาจากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางและเรียบเรียงโดยแบ่งเป็น 3 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

- 4.1 การศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
- 4.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
- 4.3 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

### 4.1 การศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

การทอผ้าชาวปกากะญอมีมาตั้งแต่อดีต ซึ่งเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษสร้างและคิดค้นขึ้น และสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน และนอกจากชาวปกากะญอจะทอผ้าเพื่อใช้เองในครัวเรือนแล้ว ยังสามารถนำมาเป็นอาชีพเสริม การทอผ้ากระเหรี่ยงเป็นการทอที่ช้ามาก เนื่องจากอุปกรณ์ที่ใช้มีขนาดเล็กและสั้น ทำให้ใช้เวลาในการทอมาก ด้วยความลำบากในการทำ ทำให้ชุดกระเหรี่ยงมีราคาแพงมาก จะซื้อขายกันเองในชุมชน และจะใส่ในวันสำคัญ ๆ ในหมู่บ้านเท่านั้น

#### 4.1.1 อัตลักษณ์ผ้าทอชาวปกากะญอ

ด้านสี ของผ้าทอชาวปกากะญอ ในอดีตสีที่ใช้มีเพียงสีเดียว คือ สีขาว ซึ่งหมายถึง ความบริสุทธิ์ สะอาด ผ่องใส ต่อมาได้มีการสังเกตเห็นสีของพืชพรรณต่างๆ จึงมีการทดลองนำมาย้อมแบบลองผิดลองถูก จนได้สีเพิ่มขึ้นมาอีก 4 สี คือ สีแดง จากเปลือกต้นประดู่ สีเขียว จากเปลือกต้นเพกา ผสมกับใบมะม่วง สีส้มเหลือง ได้จากขมิ้นและเปลือกมะม่วง และสีดำ ได้จากเปลือกต้นประดู่ผสมกับโคลน

## ตารางที่ 4.1 แสดงสี ที่มา และความหมายของสี

สี	ฝ้ายที่ผ่านการย้อม
<p>ขาว</p> <p>ที่มา :</p> <p>สีของฝ้าย</p> <p>ความหมาย :</p> <p>ความบริสุทธิ์ สะอาด ผ่องใส</p>	
<p>แดง</p> <p>ที่มา :</p> <p>เปลือกไม้ประดู่</p> <p>ความหมาย :</p> <p>ความเป็นชาย กล้าหาญ</p>	
<p>ดำ</p> <p>ที่มา :</p> <p>เปลือกประดู่ กับ โคลน</p> <p>ความหมาย :</p> <p>ความบริสุทธิ์ สะอาด ผ่องใส</p>	
<p>เขียว</p> <p>ที่มา :</p> <p>เปลือกเพกา กับ ใบมะม่วง</p> <p>ความหมาย :</p> <p>ความสดชื่น ผ่อนคลาย</p>	

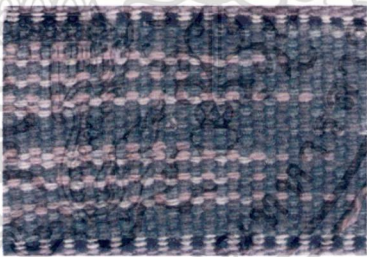
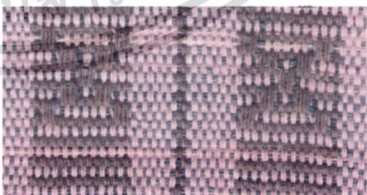
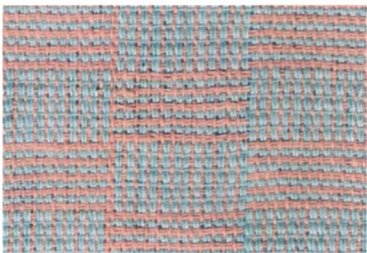
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สี	ฝ้ายที่ผ่านการย้อม
<p>เหลือง</p> <p>ที่มา : ขมิ้น กับ เปลือกมะม่วง</p> <p>ความหมาย : ความมั่นคง อบอุ่น</p>	

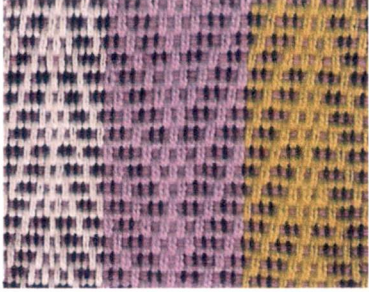
ด้านลายผ้า ของผ้าทอชาวปกากะญอ เป็นลายที่มาจากสิ่งรอบตัว ทั้งที่เป็นธรรมชาติ และสิ่ง  
ที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ลายเกร็ดเต่า ลายน้ำไหล ลายซิกแซก ลายแมงมุมน้ำ ลายเมล็ดฝักทอง ลาย  
กั้งหัน เป็นต้น

## ตารางที่ 4.2 แสดงตัวอย่างลายผ้า

ลายผ้าทอชาวปกากะญอ	ตัวอย่างผ้าทอ
ลายน้ำไหล	
ลายแมงมุมน้ำ	
ลายเกร็ดเต่า	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ลายผ้าทอชาวปกากะญอ	ตัวอย่างผ้าทอ
ลายซีกแซก	
ลายเมล็ดพริกทอง	

เนื้อผ้า ของผ้าทอชาวปกากะญอ มีความหนา ทนทานต่อการใช้งาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแรงในการทอ ใช้สีจากธรรมชาติในการย้อม และใช้ฝ้ายที่ปลูกแซมไว้ในพื้นที่การเกษตร



ภาพที่ 4.1 แสดงเนื้อผ้าทอชาวปกากะญอ

ที่มา : นางสาวเพ็ญภา มณีสุด, 10 พฤศจิกายน 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2 แสดงผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ ที่มีอยู่เดิม

ที่มา: นางสาวเพ็ญภา มณีอุดม, 10 พฤศจิกายน 2554

#### 4.1.2 อัตลักษณ์การแต่งกายชาวปกากะญอ

การแต่งกายชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ในปัจจุบัน พบว่า ชาวปกากะญอ จะแต่งกายด้วยชุดปกากะญอในวันสำคัญเท่านั้น โดยจะแบ่งออกเป็นชุดหญิงโสดเป็นชุดทรงกระสอบ ผ้าฝ้ายพื้นขาว ชุดหญิงแต่งงานแล้ว จะสวมเสื้อและผ้าถุง ซึ่งผ้าถุงทอเป็นลายขวางสลับกับสีเป็นผ้าทอแบบขึ้นเดียวสีสันสันสดใส และชุดผู้ชายตัวเสื้อทอด้วยฝ้ายดิบ สำหรับวันธรรมดาจะสวมใส่ด้วยชุดสากลทั่วไป และทางโรงเรียนประถมศึกษาในจังหวัดตากได้กำหนดให้นักเรียนแต่งชุดประจำเผ่าของตนเองทุกวันศุกร์ของสัปดาห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.3 การแต่งกายของชาวปกากะญอ ในวันทำบุญปีใหม่

ที่มา: นางสาวเพ็ญนภา มณีอด, 10 พฤศจิกายน 2554

#### 4.1.2 อัตลักษณ์การทอผ้าชาวปกากะญอ

การทอผ้าของชาวปกากะญอ จะทอผ้าด้วยกี่เอว โดยใช้ฝ้ายที่ปลูกแซมพื้นที่เกษตร การทอด้วยกี่เอว มีข้อจำกัดด้านความกว้างของหน้าผ้า ซึ่งจะได้หน้าผ้ากว้างไม่เกินไหล่ของผู้ทอ ในการทอผ้าของชาวกระเหรี่ยง ไม่ใช่เครื่องมือในการวัดแต่จะใช้การกะขนาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.4 การทอผ้าด้วยกี่เอวของชาวปกากะญอ

ที่มา: นางสาวเพ็ญภา มณีอด, 10 พฤศจิกายน 2554



ภาพที่ 4.5 การทอผ้าด้วยกี่เอวของชาวปกากะญอ

ที่มา: นางสาวเพ็ญภา มณีอด, 10 พฤศจิกายน 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ตามที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริม สนับสนุนให้กลุ่มอาชีพทำการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยการนำภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ มีจุดเด่นเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างงานและรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน ซึ่งอำเภอแม่ระมาด ได้ดำเนินการส่งเสริม สนับสนุนให้กลุ่มอาชีพต่างๆ ทำการผลิตสินค้า ด้วยการนำภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์

ผ้าทอชาวปกากะญอ นับได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ทั้งยังเป็นการสืบสานวิถีชีวิตวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของตนเอง อำเภอแม่ระมาด มีผู้ชำนาญทางด้านการทำผ้า จำนวนมาก ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ให้มีคุณภาพและสามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ให้มากยิ่งขึ้น อำเภอแม่ระมาด จึงได้จัดทำโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอชาวปกากะญอ ขึ้น โดยได้สนับสนุนงบประมาณ และงบดำเนินงาน และได้ให้ความรู้ในการทำผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า และในปัจจุบันกลุ่มทอผ้าชาวปกากะญอ และมีแนวโน้มการส่งเสริมให้พัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า

### 4.2.1 กำหนดกลยุทธ์ STP เป็นการกำหนดตลาดเป้าหมายผลิตภัณฑ์

ซึ่งจะประกอบไปด้วยขั้นตอนสำคัญ 3 ขั้นตอน ดังนี้

#### 4.2.1.1 การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation) – S

ตารางที่ 4.3 แสดงการแบ่งส่วนตลาด

ผู้บริโภค	อายุ	ระดับ
ผู้หญิง	15-25 ปี	A
	26-45 ปี	B
	46-60 ปี	C

ที่มา : สืบสกุล ชื่นชม.2554

#### 4.2.1.2 การเลือกตลาดเป้าหมาย (Target market selection) – T

ตารางที่ 4.4 แสดงการเลือกตลาดเป้าหมาย

ผู้บริโภคสตรี	ร้านค้า
เป้าหมายหลัก	เป้าหมายหลัก
- นักท่องเที่ยว กลุ่มอายุ 15-25 ปี	- การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร้านค้าในแหล่งท่องเที่ยว
เป้าหมายรอง	เป้าหมายรอง
- นักท่องเที่ยว กลุ่มอายุ 26-45 ปี	- การออกงานแสดงสินค้าโดยการสนับสนุนของรัฐบาล

ที่มา : สืบสกุล ชื่นชม.2554 สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.2.1.3 การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Product position) – P

เป็นสินค้า กระเป๋า ที่เน้นการสนองถึงพฤติกรรมทางเลือกซื้อที่แสดงถึงบุคลิกภาพ การรักษารักรวมชาติ และมีความทันสมัย

ซึ่งผู้วิจัยได้ นำกระบวนการทั้ง 3 นี้มาวิเคราะห์ตลาดของสินค้าเพื่อ กำหนดตลาดเป้าหมาย สินค้ากระบวนการวิเคราะห์ตลาดของผลิตภัณฑ์

#### 4.2.2 การวิเคราะห์แนวโน้มของสี ที่ศึกษาจากสภาพแวดล้อมการอยู่อาศัยในท้องถิ่น

ผลการวิเคราะห์สีที่ใช้ในการออกแบบ จากการศึกษาสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นของ จังหวัด ตาก ผู้วิจัยใช้การนำภาพถ่ายที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น มาวิเคราะห์ ได้โครงสร้างสี ดังภาพที่

4.6

Theme Colors From Background story

### LOCAL COLOR TRENDS



Red Zone



Blue Zone



Green Zone



Braw Zone



ภาพที่ 4.6 การวิเคราะห์แนวโน้มของสี ที่ศึกษาจากสภาพแวดล้อมการอยู่อาศัยในท้องถิ่น

ที่มา: นางสาวเพ็ญภา มณีอด, 10 พฤศจิกายน 2554

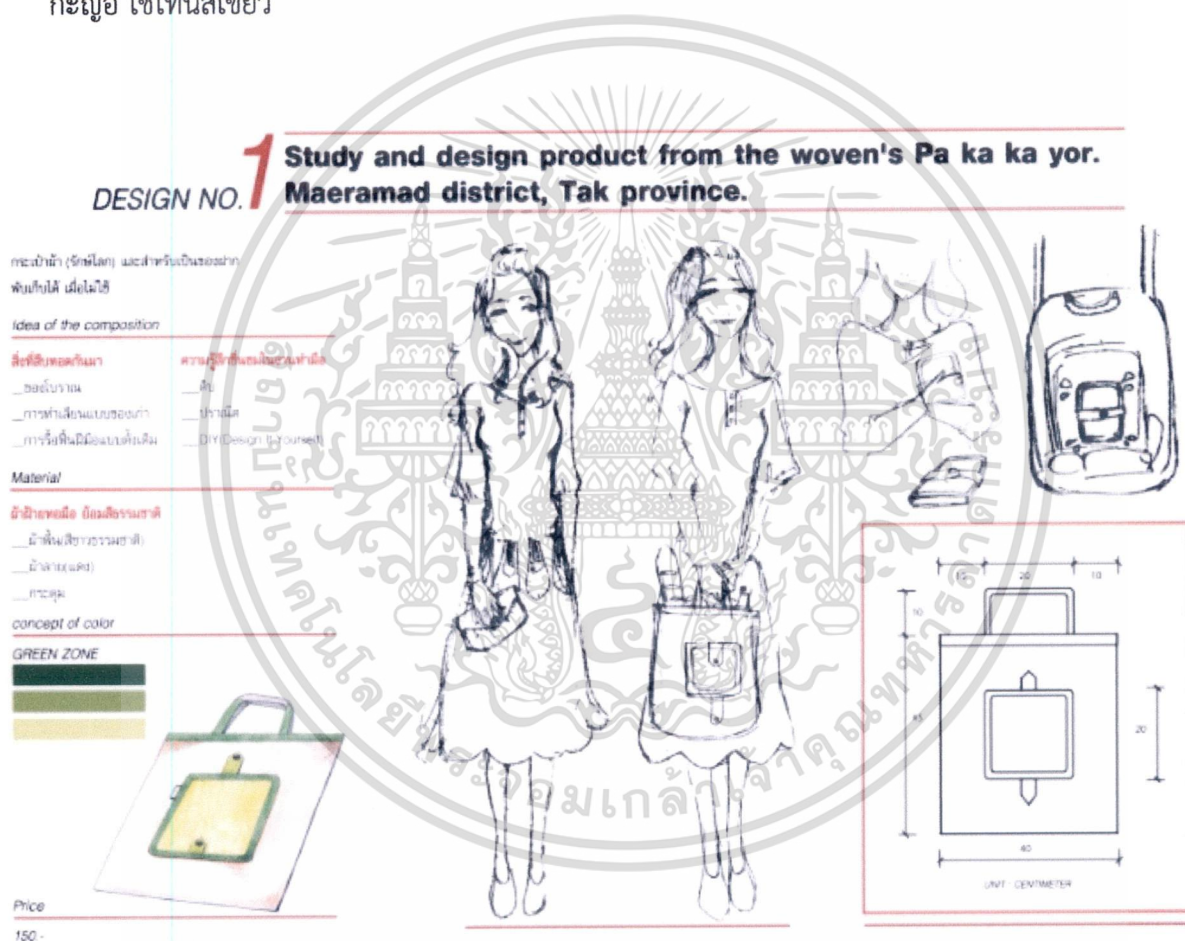
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.2.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก โดยได้กำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตามการวิเคราะห์ตลาด ได้แก่ นักท่องเที่ยว กลุ่มอายุ 15-25 ปี การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร้านค้าในแหล่งท่องเที่ยว จากนั้นประเมินความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบและด้านการผลิต จำนวน 5 ท่าน

##### รูปแบบการออกแบบที่ 1 กระเป๋าผ้า(รักษ์)โลก

กลุ่มผู้ใช้: แม่บ้าน เป็นกระเป๋าผ้า ที่สามารถพับเก็บได้ โดยการนำผ้าทอลายพื้นของชาวปกากะญอ เป็นโครงสร้าง ตกแต่งด้วยกระดุม(ใช้สำหรับการพับเก็บ) และผ้าทอลายน้ำไหลของชาวปกากะญอ ใช้โทนสีเขียว



ภาพที่ 4.7 รูปแบบการออกแบบที่ 1 กระเป๋าผ้า(รักษ์)โลก

ที่มา: นางสาวเพ็ญภา มณีอุต, 1 ธันวาคม 2554

รูปแบบการออกแบบที่ 2 กระเป๋าเนกประสงค์ กลุ่มผู้ใช้: วัยทำงาน(ผู้หญิง) เป็นกระเป๋าผ้า ที่สามารถคลี่ออกมาได้ โดยการนำผ้าทอลายพื้นของชาวปกากะญอ เป็นโครงสร้าง ตกแต่งด้วยผ้าทอลายพื้นปกากะญอ ใช้โทนสีน้ำตาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**DESIGN NO. 2 Study and design product from the woven's Pa ka ka yor. Maeramad district, Tak province.**

กระเป๋านอกประเภทกระเป๋าสะพาย

Idea of the composition

สิ่งที่ดึงดูดความสนใจ ความรู้สึกที่เชื่อมโยงกัน

- \_\_\_ ข้อดี/ข้อเสีย
- \_\_\_ สี
- \_\_\_ การทำสี/การออกแบบของผ้า
- \_\_\_ งบประมาณ
- \_\_\_ การวิจัย/เครื่องมือแบบดั้งเดิม
- \_\_\_ DIY (Design It Yourself)

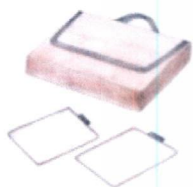
Material

ถ้ามีภาพเหมือน ยี่ห้อหรือราคา

- \_\_\_ ยี่ห้อ (ชื่อแบรนด์)
- \_\_\_ ยี่ห้อ (ราคา)

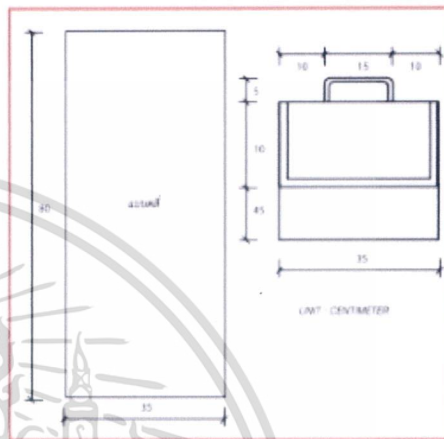
concept of color

BRAIN ZONE



Price

200.-



ภาพที่ 4.8 รูปแบบการออกแบบที่ 2 กระเป๋านอกประเภทกระเป๋าสะพาย  
ที่มา: นางสาวเพ็ญนภา มณีอุดม, 1 ธันวาคม 2554

**รูปแบบการออกแบบที่ 3 กระเป๋าท่องเที่ยว**

กลุ่มผู้ใช้: นักท่องเที่ยว (ผู้หญิง) เป็นกระเป๋าผ้า ที่สามารถใช้งานได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ กระเป๋าถือ และกระเป๋าสะพาย โดยการนำผ้าทอลายพื้นของชาวปกากะญอ เป็นโครงสร้าง ตกแต่งด้วยผ้าทอลายแมงมุมน้ำของชาวปกากะญอ ใช้โทนสีแดง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DESIGN NO. **3** Study and design product from the woven's Pa ka ka yor. Maeramad district, Tak province.

กระดาษ 2 ขนาด  
กระดาษสี และ กระดาษสีของกันไม่เคลือบ

Idea of the composition

- สิ่งที่สืบต่อกันมา
  - \_\_ ของโบราณ
  - \_\_ การทำเลียนแบบของเก่า
  - \_\_ การรื้อฟื้นฝีมือแบบดั้งเดิม
- ความรู้ที่เชื่อมโยงในแกนหลัก
  - \_\_ ศิลปะ
  - \_\_ ปรัชญา
  - \_\_ DIY (Design It Yourself)

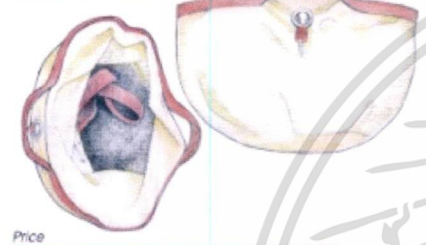
Material

ผ้าฝ้ายทอมือ ย้อมสีธรรมชาติ

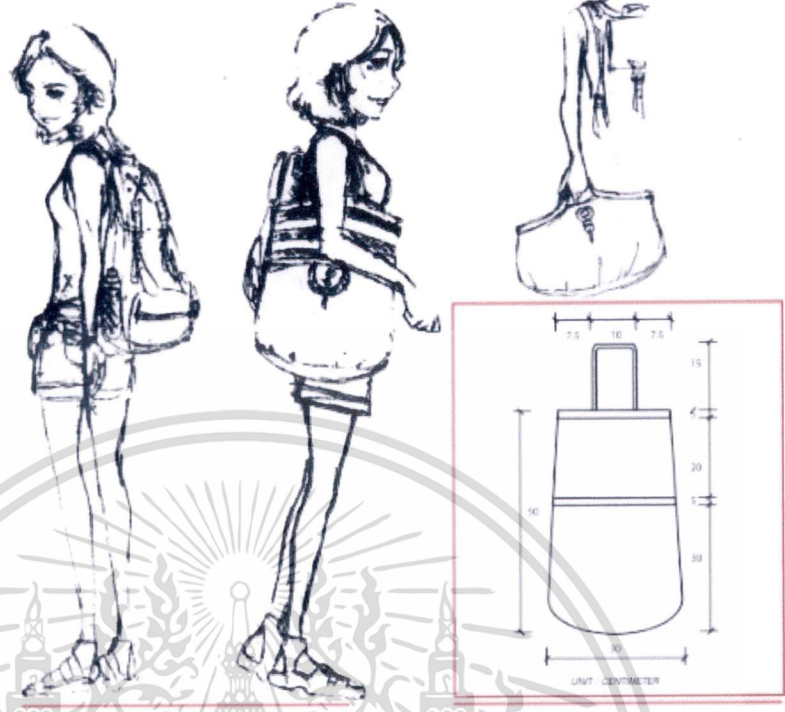
- \_\_ ผ้าพื้น (สีขาวธรรมชาติ)
- \_\_ สีย้อมสี ๒ (สีเหลือง)

concept of color

RED ZONE



Price  
300 -



ภาพที่ 4.9 รูปแบบการออกแบบที่ 3 กระเป๋าท่องเที่ยว

ที่มา: นางสาวเพ็ญภา มณีอด, 1 ธันวาคม 2554

ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงามทางศิลปะ ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลของการประเมินผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ จำนวน 3 รูปแบบ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณา รูปแบบที่มีความเหมาะสม และข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาพัฒนาสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์

รายการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	รูปแบบที่ 1 (N=5)		ระดับความเหมาะสม	รูปแบบที่ 2 (N=5)		ระดับความเหมาะสม	รูปแบบที่ 3 (N=5)		ระดับความเหมาะสม
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
<b>1 ประโยชน์ใช้สอย</b>									
1.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา	3.80	0.84	มาก	3.60	0.55	มาก	4.60	0.55	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สละส่วนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการประเมินโดย ผู้ทรงคุณวุฒิ	รูปแบบที่ 1 (N=5)		ระดับความ เหมาะสม	รูปแบบที่ 2 (N=5)		ระดับความ เหมาะสม	รูปแบบที่ 3 (N=5)		ระดับความ เหมาะสม
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1.2 ผลิตรถยนต์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า	4.20	1.10	มาก	3.80	0.45	มาก	4.60	0.55	มากที่สุด
1.3 ผลิตรถยนต์มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับรูปร่างผลิตรถยนต์	3.80	0.45	มาก	3.40	0.55	มาก	4.20	0.45	มาก
รวม	3.93	0.79	มาก	3.60	0.51	มาก	4.4 7	0.51	มาก
<b>2 ความงามทางศิลปะ</b>									
2.1 ผลิตรถยนต์มีความงามทางด้านโครงสร้าง	3.80	0.45	มาก	3.40	0.55	ปานกลาง	4.80	0.45	มากที่สุด
2.2 ผลิตรถยนต์มีความงามทางด้านรูปร่าง	4.00	0.71	มาก	4.00	0.71	มาก	4.60	0.55	มากที่สุด
2.3 ผลิตรถยนต์มีความงามทางด้านสี	3.80	0.45	มาก	3.80	0.45	ปานกลาง	4.60	0.55	มาก
2.4 ผลิตรถยนต์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า	4.40	0.55	มาก	3.40	0.55	ปานกลาง	4.40	0.55	มาก
รวม	4.00	0.54	มาก	3.65	0.56	มาก	4.6 0	0.52	มากที่สุด
<b>3 คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ</b>									
3.1 มีคุณค่าในตัวเอง	4.20	0.45	มาก	3.80	0.45	มาก	4.60	0.55	มากที่สุด
3.2 เหมาะสมกับการผลิต	3.60	0.55	มาก	4.00	0.71	มาก	4.60	0.55	มากที่สุด
รวม	3.90	0.50	มาก	3.90	0.58	มาก	4.6 0	0.55	มากที่สุด
<b>4 แบบอย่างและวัฒนธรรม</b>									
4.1 แสดงความเป็นสัญลักษณ์ของชาวปกากะญอ	3.60	0.55	มาก	3.60	0.55	มาก	4.40	0.55	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการประเมินโดย ผู้ทรงคุณวุฒิ	รูปแบบที่ 1 (N=5)		ระดับความ เหมาะสม	รูปแบบที่ 2 (N=5)		ระดับความ เหมาะสม	รูปแบบที่ 3 (N=5)		ระดับความ เหมาะสม
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
4.2 ออกแบบได้อย่าง เหมาะสมกับสภาพการณ์	4.20	0.45	มาก	4.40	0.55	มาก	4.40	0.55	มาก
รวม	3.90	0.50	มาก	4.00	0.55	มาก	4.4 0	0.55	มาก
รวม 3 ด้าน	3.95	0.59	มาก	3.75	0.55	มาก	4.5 3	0.53	มากที่สุด

ด้านประโยชน์ใช้สอย รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 มีความเหมาะสมมาก ด้านความงามทางศิลปะ รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 มีความเหมาะสมมากที่สุด ด้านด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 มีความเหมาะสมมากที่สุด และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.40 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ดังตารางที่ 4.4

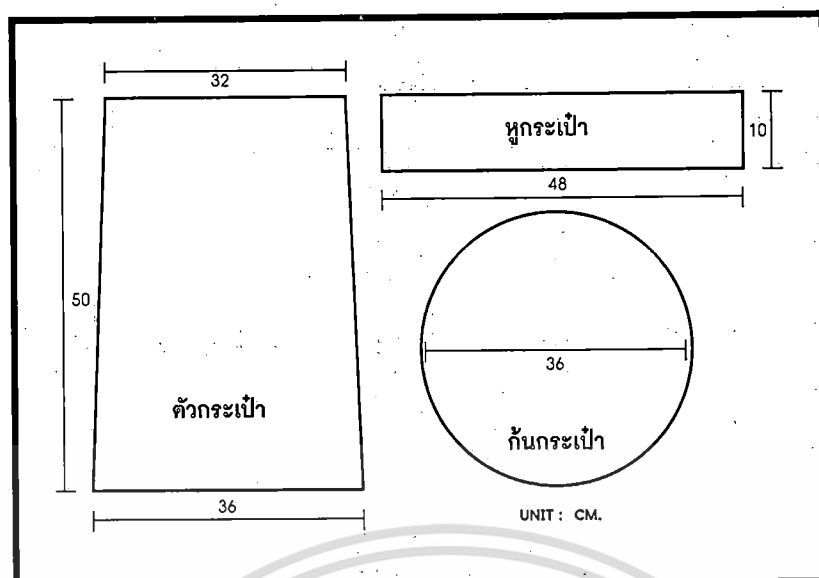
สรุปผลจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงามทางศิลปะ ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อ.แม่ระมาด จ.ตาก คือรูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมมากที่สุด



ภาพที่ 4.10 ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ที่มา: นางสาวเพ็ญภา มณีอุต, 30 เมษายน 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.11 แพทเทิร์นผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ

ที่มา: นางสาวเพ็ญภา มณีอด, 30 เมษายน 2555

#### 4.3 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอมะเข่มาต จังหวัดตาก

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอมะเข่มาต จังหวัดตาก สรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	(n=246)			
	จำนวน(n=32)	ร้อยละ	จำนวน(n=214)	ร้อยละ
เพศ				
เพศชาย	12	37.50	80	37.38
เพศหญิง	20	62.50	134	62.62
รวม	32	100.00	214	100.00
อายุ				
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00	31	14.49
20-25 ปี	5	15.63	49	22.90
26-30 ปี	2	6.25	35	16.36
31-35 ปี	9	28.13	34	15.89

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	(n=246)			
	จำนวน(n=32)	ร้อยละ	จำนวน(n=214)	ร้อยละ
36-40 ปี	4	12.50	18	8.41
41-45 ปี	6	18.75	31	14.49
46-50 ปี	3	9.38	8	3.74
51 ปีขึ้นไป	3	9.38	8	3.74
รวม	32	100.00	214	100.00
การศึกษา				
ประถมศึกษา	13	40.63	41	19.16
มัธยมศึกษา	9	28.13	62	28.97
ปริญญาตรี	8	25.00	81	37.85
สูงกว่าปริญญาตรี	2	6.25	30	14.02
รวม	32	100.00	214	100.00
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	1	3.13	45	21.03
ข้าราชการ	5	15.63	37	17.29
พนักงานเอกชน	3	9.38	44	20.56
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	3.13	16	7.48
ธุรกิจส่วนตัว	5	15.63	35	16.36
เกษตรกร	17	53.13	37	17.29
รวม	32	100.00	214	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มที่ 1 กลุ่มทอผ้าปกากะญอ จำนวน 32 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.50 มีมีอายุระหว่าง 31-35 ปี ร้อยละ 28.13 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 40.63 และมีอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 53.13

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้สนใจ จำนวน 214 คน ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.62 มีช่วงอายุ 20-25 ปี มากที่สุด ร้อยละ 22.90 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 37.85 และมีอาชีพนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 21.03

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลของการประเมินความพึงพอใจของผู้ที่สนใจ ต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ

ที่	รายชื่อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
		n = 32			n=214		
<b>1 ความสวยงามน่าใช้</b>							
	1.1 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านโครงสร้าง	3.97	0.63	มาก	4.10	0.74	มาก
	1.2 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง	3.72	0.70	มาก	3.90	0.72	มาก
	1.3 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี	4.03	0.50	มาก	4.06	0.63	มาก
	1.4 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า	3.86	0.74	มาก	3.92	0.71	มาก
	รวมด้านความสวยงามน่าใช้	3.90	0.64	มาก	4.00	0.70	มาก
<b>2 วัสดุ</b>							
	2.1 ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีคุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต	3.90	0.72	มาก	3.90	0.68	มาก
	2.2 ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุในห้องถักได้อย่างคุ้มค่า	3.72	0.92	มาก	3.89	0.76	มาก
	2.3 ผลิตภัณฑ์แสดงถึงอัตลักษณ์ปกากะญอ	3.66	0.86	มาก	3.81	0.75	มาก
	รวมด้านวัสดุ	3.76	0.83	มาก	3.87	0.73	มาก
<b>3 ราคาพอสมควร</b>							
	3.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา	3.62	0.78	มาก	3.74	0.68	มาก
	3.2 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้คุ้มค่า	3.76	0.91	มาก	3.80	0.75	มาก
	3.3 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับรูปร่างผลิตภัณฑ์	3.48	0.51	ปานกลาง	3.67	0.60	มาก
	รวมด้านราคาพอสมควร	3.62	0.73	มาก	3.74	0.60	มาก
	รวมทั้ง 3 ด้าน	3.76	0.74	มาก	3.87	0.70	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลของการประเมินความพึงพอใจของผู้ที่สนใจ ต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกาเกอญอ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มทอผ้าปกาเกอญอ จำนวน 32 คน มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.76$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสวยงาม น่าใช้ ด้านวัสดุ และด้านราคาพอสมควร สามารถอธิบายโดยแบ่งเป็นรายด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านความสวยงามน่าใช้ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.90$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความงามทางด้านสี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=4.03$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีความงามทางด้านโครงสร้าง ( $\bar{X}=3.97$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.76$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีคุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต ( $\bar{X}=3.90$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุในท้องถิ่นได้อย่างคุ้มค่า ( $\bar{X}=3.76$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83

ด้านราคาพอสมควร มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.62$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=3.76$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา ( $\bar{X}=3.62$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้สนใจ จำนวน 214 คน มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.87$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสวยงาม น่าใช้ ด้านวัสดุ และด้านราคาพอสมควร สามารถอธิบายโดยแบ่งเป็นรายด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านความสวยงามน่าใช้ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.90$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความงามทางด้านโครงสร้างมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=4.10$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 รองลงมาคือ ความงามทางด้านสี ( $\bar{X}=4.06$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.87$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีคุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต ( $\bar{X}=3.90$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุในท้องถิ่นได้อย่างคุ้มค่า ( $\bar{X}=3.89$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76

ด้านราคาพอสมควร มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.74$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=3.80$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 รองลงมาคือ  
ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา ( $\bar{X}=3.74$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

# สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก และ เพื่อประเมินความพึงพอใจของสนใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก สรุปผลได้ดังนี้

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

#### 5.1.1 การศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

อัตลักษณ์ด้านการผ้าทอชาวปกากะญอ การทอผ้าชาวปกากะญอ เป็นสิ่งที่บรรพบุรุษสร้างและคิดค้นขึ้น และสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน และนอกจากชาวปกากะญอจะทอผ้าเพื่อใช้เองในครัวเรือนแล้ว ยังสามารถนำมาเป็นอาชีพเสริม การทอผ้ากระเหรี่ยงเป็นการทอที่ช้ามาก เนื่องจากอุปกรณ์ที่ใช้มีขนาดเล็กและสั้น ทำให้ใช้เวลาในการทอมาก ด้วยความลำบากในการทำ ทำให้ชุดกระเหรี่ยงมีราคาแพงมาก จะซื้อขายกันเองในชุมชน และจะใส่ในวันสำคัญ ๆ ในหมู่บ้านเท่านั้น

อัตลักษณ์ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก สามารถแบ่งได้เป็น 3 ด้าน ได้แก่

ด้านสี ของผ้าทอชาวปกากะญอ ในอดีตสีที่ใช้มีเพียงสีเดียว คือ สีขาว ซึ่งหมายถึง ความบริสุทธิ์ สะอาด ผ่องใส ต่อมาได้มีการสังเกตเห็นสีของพืชพรรณต่างๆ จึงมีการทดลองนำมาย้อมแบบลองผิดลองถูก จนได้สีเพิ่มขึ้นไปอีก 4 สี คือ สีแดง จากเปลือกต้นประดู่ สีเขียว จากเปลือกต้นเพกา ผสมกับใบมะเป่าง สีเหลือง ได้จากขมิ้นและเปลือกมะม่วง และสีดำ ได้จากเปลือกต้นประดู่ผสมกับโคลน

ด้านลายผ้า ของผ้าทอชาวปกากะญอ เป็นลายที่มาจากสิ่งรอบตัว ทั้งที่เป็นธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น ลายเกร็ดเต่า ลายน้ำไหล ลายซิกแซก ลายแมงมุมน้ำ ลายเมล็ดฝักทอง ลายกั้งหัน เป็นต้น

เนื้อผ้า ของผ้าทอชาวปกากะญอ มีความหนา ทนทานต่อการใช้งาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแรงในการทอ ใช้สีจากธรรมชาติในการย้อม และใช้ฝ้ายที่ปลูกแซมไว้ในพื้นที่การเกษตร

อัตลักษณ์ด้านการแต่งกายชาวปกากะญอ การแต่งกายชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ในปัจจุบัน พบว่า ชาวปกากะญอจะแต่งกายด้วยชุดปกากะญอในวันสำคัญเท่านั้น โดยจะแบ่งออกเป็นชุดหญิงโสดเป็นชุดทรงกระสอบผ้าฝ้ายพื้นขาว ชุดหญิงแต่งงานแล้ว จะสวมเสื้อและเอกสนารนี้เป็นเอกสนารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสนารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าถุง ซึ่งผ้าถุงทอเป็นลายขวางสลับกับสีเป็นผ้าทอแบบขึ้นเดียวสีสันสันสดใส และชุดผู้ชายตัวเสื้อทอด้วยฝ้ายดิบ สำหรับวันธรรมดาจะสวมใส่ด้วยชุดสากลทั่วไป และทางโรงเรียนประถมศึกษาในจังหวัดตากได้กำหนดให้นักเรียนแต่งชุดประจำเผ่าของตนเองทุกวันศุกร์ของสัปดาห์

อัตลักษณ์ด้านการทอผ้าชาวปกากะญอ การทอผ้าของชาวปกากะญอ จะทอผ้าด้วยกี่เอว โดยใช้ฝ้ายที่ปลูกแซมพื้นที่เกษตร การทอด้วยกี่เอว มีข้อจำกัดด้านความกว้างของหน้าผ้า ซึ่งจะได้น้ำผ้ากว้างไม่เกินไหล่ของผู้ทอ ในการทอผ้าของชาวกระเหรี่ยง ไม่ใช่เครื่องมือในการวัดแต่จะใช้การกะขนาด

### 5.1.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ STP เป็นการกำหนดตลาดเป้าหมายผลิตภัณฑ์ พบว่า เป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยวผู้หญิง กลุ่มอายุ 15-25 ปี การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร้านค้าในแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายรอง นักท่องเที่ยวผู้หญิง กลุ่มอายุ 26-45 ปี การออกงานแสดงสินค้าโดยการสนับสนุนของรัฐบาล

ผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงามทางศิลปะ ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม

ด้านประโยชน์ใช้สอย รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 มีความเหมาะสมมาก ด้านความงามทางศิลปะ รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 มีความเหมาะสมมากที่สุด ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 มีความเหมาะสมมากที่สุด และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.40 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55

สรุปผลจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงามทางศิลปะ ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อ.แม่ระมาด จ.ตาก คือรูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมมากที่สุด

### 5.1.3 การประเมินความพึงพอใจของสนใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ผลของการประเมินความพึงพอใจของผู้ที่สนใจ ต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มทอผ้าปกากะญอ จำนวน 32 คน มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.76$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสวยงามน่าใช้ ด้านวัสดุ และด้านราคาพอสมควร สามารถอธิบายโดยแบ่งเป็นรายด้าน ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านความสวยงามน่าใช้ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่าเป็นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.90$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลិតภัณฑ์มีความงามทางด้านสี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=4.03$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านโครงสร้าง ( $\bar{X}=3.97$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่าเป็นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.76$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีคุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต ( $\bar{X}=3.90$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุในท้องถิ่นได้อย่างคุ้มค่า ( $\bar{X}=3.76$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83

ด้านราคาพอสมควร มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่าเป็นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.62$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=3.76$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา ( $\bar{X}=3.62$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้สนใจ จำนวน 214 คน มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่าเป็นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.87$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่าเป็นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสวยงามน่าใช้ ด้านวัสดุ และด้านราคาพอสมควร สามารถอธิบายโดยแบ่งเป็นรายด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านความสวยงามน่าใช้ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่าเป็นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.90$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความงามทางด้านโครงสร้างมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=4.10$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 รองลงมาคือ ความงามทางด้านสี ( $\bar{X}=4.06$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61

ด้านวัสดุ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่าเป็นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.87$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่มีคุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต ( $\bar{X}=3.90$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุในท้องถิ่นได้อย่างคุ้มค่า ( $\bar{X}=3.89$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76

ด้านราคาพอสมควร มีค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับของรายการประเมินได้ว่าเป็นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.74$ ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X}=3.80$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา ( $\bar{X}=3.74$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60

## 5.2 อภิปรายผล

การศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก สิ่งที่สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของผ้าทอชาวปกากะญอ ได้แก่ เนื้อผ้า สี และลาย โดยที่ชาวปกากะญอ ได้ทอใช้กันเอง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในชุมชนและได้ถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง ซึ่งสอดคล้องกับ แก่นจันทร์ มะลิขอ(2546) วัตถุประสงค์ ได้มาจากการปลูกแซมในพื้นที่เกษตร ลวดลาย มาจากการสังเกตสิ่งรอบตัว แล้วนำมาประยุกต์ให้เกิดเป็น ลวดลาย

การประเมินความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงามทางศิลปะ ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม สามารถอภิปรายผลได้ว่า ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ 3 รูปแบบ ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมิน 4 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความงามทางศิลปะ มีความเหมาะสมมากที่สุด เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคาและสามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า มีความงามทางด้านโครงสร้าง และทางด้านรูปทรง มีคุณค่าในตัวเอง และเหมาะสมกับการผลิต และแสดงถึงความเป็นสัญลักษณ์ของชาวปกากะญอ ซึ่งสอดคล้องกับ มนตรี ยอดบางเตย (2538) และวิรุณ ตั้งเจริญ (2527) ในการประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์ใช้สอย ต้องพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคาและการใช้งาน ความประณีตในการผลิตและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านความสวยงาม พิจารณาจาก ความสวยงามทางด้านรูปทรง โครงสร้าง ด้านลวดลายผ้า และการเลือกใช้สี มีอัตลักษณ์น่าสนใจมีคุณค่า และมีความเหมาะสมตามลักษณะประเภทของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ แก่นจันทร์ มะลิขอ(2546) ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พิจารณาจาก การมีคุณค่าในตัวเอง และเหมาะสมกับการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับ วิรุณ ตั้งเจริญ (2527) ที่กล่าวไว้ว่า ออกแบบแล้ว สามารถผลิตได้สะดวกรวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พิจารณาจาก แสดงความเป็นสัญลักษณ์ของชาวปกากะญอ และออกแบบได้อย่างเหมาะสมกับสภาพการณ์ นอกจากการออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์ใช้สอยแล้ว การออกแบบให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของชาวปกากะญอ ซึ่งสอดคล้องกับประไพ ทองเชิญ (2549)

การประเมินความพึงพอใจของสนใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความสวยงามน่าใช้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ สาธร คันธโชติ (2528) ที่กล่าวไว้ว่า การออกแบบ ต้องออกแบบให้ผลิตภัณฑ์มีรูปร่าง ขนาด สีสัน สวยงามน่าใช้ ชวนซื้อ ด้านวัสดุ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ประไพ ทองเชิญ (2549) ที่กล่าวไว้ว่า ใช้เส้นใยธรรมชาติ ใช้สีธรรมชาติ ทอด้วยกี่พื้นบ้าน และใช้เครื่องมือที่พัฒนาเป็นเครื่องทุ่นแรงแบบพื้นบ้าน ทำด้วยมือทุกขั้นตอน ผืนผ้ามีเรื่องราว บอกลักษณะเฉพาะถิ่น มีความเป็นกลุ่มเป็นผู้ผลิต กระบวนการผลิตมีความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้ผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม ด้านราคาพอสมควร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ สาธร คันธโชติ (2528) หากเรารู้จักเลือกใช้วัสดุที่ดีแล้ว จะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาพอสมควรตามความต้องการของท้องตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

5.3.1.1 สามารถใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ เช่น กระเป๋าถือ กระเป๋าสะพาย ตามความต้องการของผู้ใช้งาน

5.3.1.2 สามารถขยับปรับเปลี่ยนขนาดได้ตามขนาดของหน้าผ้า

5.3.1.3 สามารถปรับเปลี่ยนลาย ที่นำมาใช้ได้

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาเทรนด์แฟชั่น ต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และเป็นที่ต้องการของตลาดให้มากขึ้น

5.3.2.2 ควรศึกษาร่วมมือกันระหว่าง นักออกแบบ คนในชุมชน และภาครัฐ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

- กระทรวงวัฒนธรรม. 2553. วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา  
จังหวัดตาก. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร.
- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. 2544. 40 ปีกรมพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ :  
บพิธการพิมพ์.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2549. KM2dip. วารสารกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.(28): 1-3.
- เกสร ลี้มไชยาวัฒน์. 2545. ประสิทธิภาพของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภค.  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การแบ่งประเภทกระเป๋า.แยกประเภทกระเป๋า.[Online].  
<http://ebuythai.myreadyweb.com/article/topic-13242.html>. 17 มิถุนายน 2554
- ทรงพันธ์ วรรณมาศ. 2550. การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นล้านนาสู่สากล. เชียงใหม่ :  
โทน คัลเลอร์.
- ทำนอง จันทิมา. 2540. การเขียนแบบและการออกแบบ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช,  
ประไพ ทองเจริญ. 2549. นีคือ ผ้าทอพื้นเมือง(โครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการ กำหนดมาตรฐาน  
ผ้าทอพื้นเมือง เพื่อสิ่งแวดล้อม). เชียงใหม่ : วนิดาการพิมพ์.
- ธีรยุทธ พึ่งเที่ยร. 2543. สถิติเบื้องต้นและการวิจัย = Basic Statistics and Research.  
กรุงเทพฯ : สุตรไพศาล.
- นวนน้อย บุญวงษ์. 2542. หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
มนตรี ยอดบางเตย. 3538. ออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- รัชนก เกตุบุญเรือง. 2543. ผ้าทอชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,  
วิถี พาณิชพันธ์. 2547. ผ้าทอและสิ่งถักทอ. เชียงใหม่ : ซิลค์วอร์ม.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. 2527. หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ : วิเวลอาร์ต.
- วิณะ จุฑะวิภาต. 2548. ศิลปะการออกแบบตกแต่งภายใน. กรุงเทพฯ : วิทพัฒนา.
- สาคร คันธโชติ. 2528. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- สายชล สัตยานุรักษ์. 2546. สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ การสร้างอัตลักษณ์  
“เมืองไทย”และ “ชั้น” ของชาวสยาม. เชียงใหม่: มติชน.
- สมศักดิ์ ภูวิภาตววรรณ. 2537. เทคนิคการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ :  
ไทยวัฒนาพานิช.
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2546. การออกแบบอัตลักษณ์. กรุงเทพฯ : เอบีค ดีสทริบิวชั่น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สืบสกุล ชื่นชม.2554. “การประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นชุดผ้าฝ้ายเพื่อจำหน่ายสำหรับผู้ประกอบการชุมชน”.บัณฑิตวิทยาลัย ; มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อภิญา เฟื่องฟูสกุล. 2546. อัตลักษณ์. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ,

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. การออกแบบตราสัญลักษณ์. กรุงเทพฯ : 2549

สำนักงานจังหวัดตาก. ข้อมูลทั่วไป: [Online]. [http://123.242.165.136/main?module=general&pages= data\\_tak&data\\_type=04 2553. 2553](http://123.242.165.136/main?module=general&pages= data_tak&data_type=04 2553. 2553)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ (เสื้อ)

ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 23 ตุลาคม 2554



ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ (กระเป๋)

ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 23 ตุลาคม 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การแต่งกายของชาวปกากะญอ

ภาพโดย นางสาวเพ็ญนภา มณีอุต และคณะ 23 ตุลาคม 2554



การทอผ้าด้วยกี่เอว

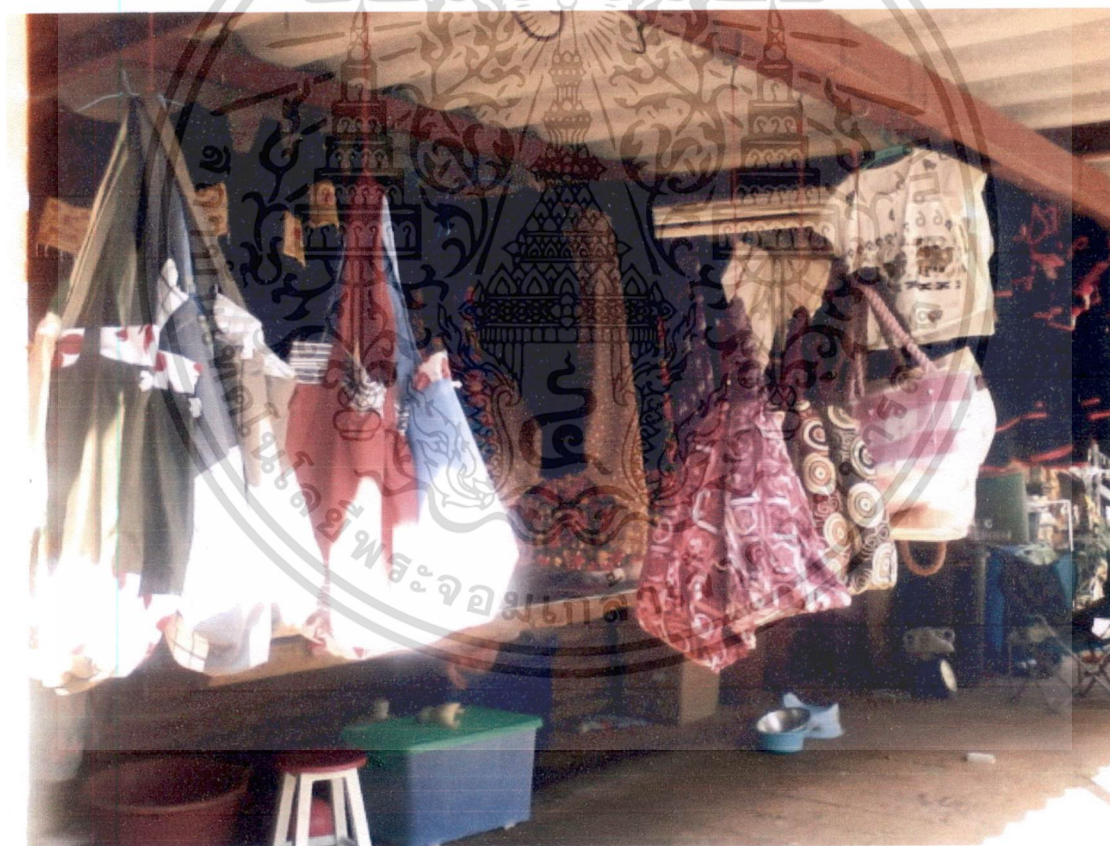
ภาพโดย นางสาวเพ็ญนภา มณีอุต และคณะ 23 ตุลาคม 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถานที่จำหน่ายสินค้าพื้นเมือง(ศาลพะวอ)

ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 10 พฤศจิกายน 2554



สินค้าพื้นเมืองที่วางจำหน่าย(ศาลพะวอ)

ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 10 พฤศจิกายน 2554

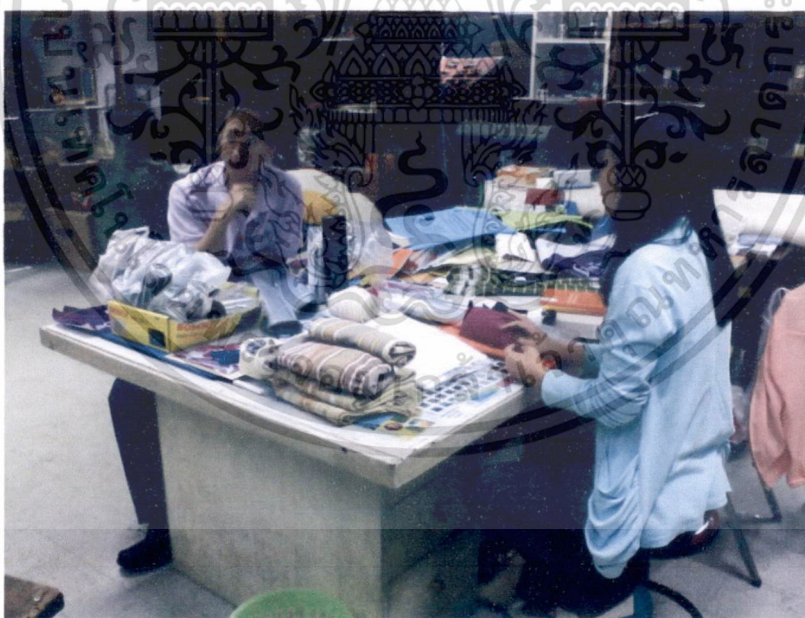
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย  
ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 4 ตุลาคม 2554



การประเมินการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ  
ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 3 ธันวาคม 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ  
ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 3 ธันวาคม 2554



การประเมินการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ  
ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 3 ธันวาคม 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ  
ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 3 มกราคม 2555



การประเมินความพึงพอใจโดยผู้สนใจ  
ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 1 เมษายน 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินความพึงพอใจโดยผู้สนใจ  
ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 1 เมษายน 2555



การประเมินความพึงพอใจโดยผู้สนใจ  
ภาพโดย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต และคณะ 1 เมษายน 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประกาศคณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
เรื่อง ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการอุตสาหกรรม โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ขอประกาศรายชื่อหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 26 เมษายน 2554 ให้ดำเนินการดังนี้

นางสาวพีชญภา มณีอุต รหัสประจำตัว 51611274 ให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก (Study and Design Product from the Woven’s Pa Ka Ka Yor Maeramad District, Tak Province )” โดยมี ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สารินุต เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ทั้งนี้ให้นักศึกษาค้นคว้าและเขียนวิทยานิพนธ์ โดยปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้เสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนดในระเบียบของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประกาศ ณ วันที่ ๑ พฤษภาคม พ.ศ. 2554

(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี

ที่ ศธ 0524.04/ 2781



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

๒๖ กรกฎาคม 2554

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นางสาว หล้า ฐานะ

สิ่งที่ส่งมาด้วย

1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก” โดยมี ดร.จตุรงค์ เลหาะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2554 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวเพ็ญภา มณีอุต เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษาโทร.089-907-1710

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 2781



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

๖๖ กรกฎาคม 2554

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายจำเนียร ศูนย์ตรง

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ  
2. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปากกระแจะ อำเภอมะเขมมาต จังหวัดตาก" โดยมี ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2554 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวเพ็ญภา มณีอุด เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)  
คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป  
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692  
โทรสาร. 02- 329-8436  
ติดต่อนักศึกษาโทร.089-907-1710

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 2781



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

๒๖ กรกฎาคม 2554

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายฉวี สันโตชานาไพโร

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ  
2. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุค นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก” โดยมี ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2554 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวเพ็ญภา มณีอุค เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษาโทร.089-907-1710

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692  
ที่ ศธ 0524.04 / 3540 วันที่ ๑ กันยายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะยอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก” โดยมี ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สารินุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของนางสาวเพ็ญภา มณีอุต มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692  
ที่ ศร 0524.04 / 2782 วันที่ ๒๕ กรกฎาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.ธเนศ ภิรมย์การ

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาว  
ปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก” โดยมี ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม” คณะครุศาสตร์  
อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี  
จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด  
ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การวิจัย ของ นางสาวเพ็ญภา มณีอุต มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น  
พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์พระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี



ที่ ศธ 0524.04/ 2777

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

๒ กรกฎาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม


เรียน รศ.นิรัช สุตสังข์

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาว  
ปากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก” โดยมี ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสม  
มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การวิจัยของนางสาวเพ็ญภา มณีอุต มีความสมบูรณ์  
ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คนบตี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร.02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-4836

ติดต่อนักศึกษา โทร.089-907-1710



ที่ ศธ 0524.04/ 2777

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

๒๔ กรกฎาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน ผศ.ดร.ไพฑูริย์ ทองทรัพย์

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาว  
ปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก” โดยมี ดร.จตุรงค์ เสาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสม  
มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การวิจัยของนางสาวเพ็ญภา มณีอุด มีความสมบูรณ์  
ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์พระวุฒิ สุวรรณจันทร์)  
คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป  
โทร.02-329-8000 ต่อ 3692  
โทรสาร. 02-329-4836  
ติดต่อนักศึกษา โทร.089-907-1710

ยินดีเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจแบบสอบถาม  
๒๕๗.๓๐๐๕๕  
(ผศ.ดร.ไพฑูริย์ ทองทรัพย์)



ที่ ศธ 0524.04/ 2777

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

๑๖ กรกฎาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์ยุวดี ทองอ่อน

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาว  
ปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก” โดยมี ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสม  
มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การวิจัยของนางสาวเพ็ญภา มณีอุต มีความสมบูรณ์  
ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ  
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร.02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-4836

ติดต่อนักศึกษา โทร.089-907-1710

รับทราบ และยินดีในดำเนินการกับนักศึกษาดังกล่าว  
จ.ก. ทองอ่อน  
(เพ็ญอุต มณีอุต)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 4402

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

๑๖ ธันวาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต

เรียน คุณอัญชลี ศรีป่าซาง

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก” โดยมี ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต ของ นางสาวเพ็ญภา มณีอุต

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คนบตี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษาโทร.089-9071710

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 4402

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

16 ธันวาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ


เรียน คุณบุญสม ธัญญานิธิวัฒน์

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก” โดยมี ดร.จตุรงค์ เสาะห์เพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ของ นางสาวเพ็ญภา มณีอุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ



(รองศาสตราจารย์พระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษาโทร.089-9071710

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 4402

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

14 ธันวาคม 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ


เรียน อาจารย์สืบสกุล ชื่นชม

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกาสัยอำเภอมะระมาด จังหวัดตาก” โดยมี ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ของ นางสาวเพ็ญภา มณีอุต

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)  
คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษาโทร.089-9071710



ที่ ศธ 0524.04/ 1587

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

๒๐ เมษายน 2555

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต

เรียน อาจารย์อุไรวรรณ เก่งวิทยา

ด้วย นางสาวเพ็ญภา มณีอุต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์  
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี  
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์  
จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก " โดยมี ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุตม์ศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต ของ นางสาวเพ็ญภา มณีอุต

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงษ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษาโทร.089-9071710

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม งานบริการทางวิชาการ โทร 3720

ที่ ศธ 0524.04(1.9)/155

วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2555

เรื่อง รับรองผลการพิจารณาบทความเพื่อนำเสนอในการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ  
ครั้งที่ 2

เรียน คุณเพ็ญภา มณีอุด

ตามที่ท่านได้ส่งบทความเรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ  
อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก” เพื่อนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 “การ  
พัฒนาประสิทธิภาพการเรียนรู้ในชีวิตจริง : การศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนไปสู่ประชาคม  
อาเซียน” ทางคณะกรรมการฝ่ายวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิ ได้พิจารณาแล้วว่าบทความของท่าน  
สามารถนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ในวันศุกร์ที่ 11 พฤษภาคม 2555  
ณ. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

(รศ.พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ ๒

การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง :  
“การศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนไปสู่ความเป็นประชาคมอาเซียน”

ใบประกาศนียบัตรการนำเสนอผลงานวิจัย

เพ็ญภา มณีอุต

“ การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวบ้านภาคเหนือ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ”

ณ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วันศุกร์ที่ ๑๑ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๕

(รองศาสตราจารย์พีระชาติ สุวรรณจันทร์)

คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

ประธานกรรมการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ ๒



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก  
 หัวข้อวิทยานิพนธ์  
 เรื่อง การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

โดย นางสาว เพ็ญภา มณีอุด

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คร.จตุรงค์ เลาะเพ็ญแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์จากผ้าทอปกากะญอ ใน หัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

2. กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริง ด้วยตัวของท่านเอง  
 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ

อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

แบบสอบถามนี้ มี 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอชาวปกากะญอ อ.

แม่ระมาด จ.ตาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่	รายชื่อ	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
<b>3 ราคาพอสมควร</b>						
	3.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา					
	3.2 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้ย่่างคุ้มค่า					
	3.3 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับรูปร่างผลิตภัณฑ์					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านอย่างสูง ที่กรุณาใช้เวลาเพื่อให้ข้อมูล



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบโครงการที่ใช้งบประมาณ หมวด ๓๐๐

เลขที่โครงการ ๘๗ /๒๕๕๔

ชื่อโครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแม่ระมาด

๑. หลักการและเหตุผล

ตามที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริม สนับสนุน ให้ประชาชน/กลุ่มอาชีพทำการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ด้วยการนำภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่น มาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ มีจุดเด่นเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน ซึ่งอำเภอแม่ระมาดได้ดำเนินการส่งเสริม สนับสนุนให้กลุ่มอาชีพต่างๆ ทำการผลิตสินค้า OTOP ด้วยการนำภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ อาทิผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (ปกากะญอ) ของชนเผ่ากะเหรี่ยง ซึ่งนับว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายและเป็นการสืบสานวิถีชีวิต วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ประจำชนเผ่า กอปรกับอำเภอแม่ระมาดมีผู้ชำนาญการทอผ้าพื้นเมืองดังกล่าว ในการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (ปกากะญอ) จำนวนมาก นั้น

เพื่อเป็นการพัฒนาสินค้า OTOP ผ้าทอบ้านป่าไร่เหนือ ของอำเภอแม่ระมาด ให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า OTOP ของอำเภอให้มากยิ่งขึ้น อำเภอจึงได้จัดทำโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของอำเภอแม่ระมาดขึ้น

๒. วัตถุประสงค์ของโครงการ

- ๒.๑. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ OTOP ให้มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาด
- ๒.๒. เพื่อขยายกำลังการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของตลาด
- ๒.๓ เพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

๓. วิธีการดำเนินงาน

- ๓.๑. ประชุมคณะกรรมการสมาชิกกลุ่มเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ๓.๒. ออกแบบผลิตภัณฑ์/จัดทำบรรจุภัณฑ์ และฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มฯ
- ๓.๓. จัดหาวัสดุอุปกรณ์เพิ่มเติมเพื่อขยายกำลังการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของตลาด
- ๓.๔. สนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์

๔. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มทอผ้าปกากะญอ หมู่ที่ ๓ ตำบลพระธาตุ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

/ ๕. ระยะเวลาดำเนินการ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

ระหว่างเดือน มกราคม - เมษายน ๒๕๕๔

๖. พื้นที่ดำเนินการ

บ้านป่าไร่เหนือ หมู่ที่ ๓ ตำบลพระธาตุ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

๗. งบประมาณ

งบประมาณดำเนินงาน จำนวน ๖๙,๕๐๐ บาท (หกหมื่นเก้าพันห้าร้อยบาทถ้วน )  
(งบประมาณโครงการตามแผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง ๒๕๕๕ ของจังหวัดตาก) (รายละเอียดแนบท้าย)

๘. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๘.๑ กลุ่มทอผ้าปากระยอง ของอำเภอแม่ระมาด ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และ  
การบริหารจัดการของกลุ่ม

๘.๒ กลุ่มทอผ้าปากระยอง สามารถขยายกำลังการผลิตได้เพียงพอกับความต้องการของตลาด

๘.๓ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของอำเภอแม่ระมาดเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

๙. ผู้เสนอโครงการ

(ลงชื่อ)

  
(นายประจวบ เชนนัดดี)  
พัฒนาการอำเภอแม่ระมาด

รายละเอียดแบบท้ายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก  
กลุ่มทอผ้าปากระอุอ หมู่ที่ ๓ ตำบลพระธาตุ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ที่	รายการ	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	รวมเงิน (บาท)
<b>รายการวัสดุ (งบดำเนินงาน)</b>				
๑	ฝ้าย	๙๐ ม้วน	๒๖๐	๒๓,๔๐๐
๒	พลาสติกใสสำหรับบรรจุภัณฑ์ ขนาด ๑๖ x ๒๖ นิ้ว	๕๐ กิโลกรัม	๑๐๐	๕,๐๐๐
๓	ฉลากผลิตภัณฑ์	๕,๐๐๐ แผ่น	๒	๑๐,๐๐๐
<b>รายการครุภัณฑ์ (งบลงทุน)</b>				
๑	จักรธรรมดา	๑ หลัง	๑๑,๓๐๐	๑๑,๓๐๐
๒	จักรอุตสาหกรรม	๑ หลัง	๑๙,๘๐๐	๑๙,๘๐๐
รวม (หกหมื่นเก้าห้าร้อยบาทถ้วน)				๖๙,๕๐๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบทะเบียนรายชื่อกลุ่มอาชีพ

ตามงบประมาณรายจ่ายโครงการพัฒนาจังหวัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๔  
โครงการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับอำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

ที่	ชื่อกลุ่มอาชีพ	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	งบประมาณ (บาท)		
					งบดำเนินงาน	งบลงทุน	รวมเป็นเงิน
๑	กลุ่มไม้กวาดดอกหญ้า	๓	แม่ระมาด	แม่ระมาด	๗๒,๕๐๐		๗๒,๕๐๐
๒	กลุ่มทอผ้าบ้านห้วยโป่ง	๑๐	แม่ตื่น	แม่ระมาด	๖๗,๑๐๐		๖๗,๑๐๐
๓	กลุ่มทอผ้าบ้านทิวะเบยทะเล	๑๓	แม่ตื่น	แม่ระมาด	๖๗,๑๐๐		๖๗,๑๐๐
๔	กลุ่มไม้กวาดดอกหญ้า	๔	พระธาตุ	แม่ระมาด	๗๒,๕๐๐		๗๒,๕๐๐
๕	กลุ่มทอผ้าบ้านแพะ	๑๒	แม่ตื่น	แม่ระมาด	๒๗,๙๕๐	๓๓,๙๐๐	๖๑,๘๕๐
๖	กลุ่มทอผ้าปากงู	๓	พระธาตุ	แม่ระมาด	๓๘,๔๐๐	๓๑,๑๐๐	๖๙,๕๐๐
๗	กลุ่มไม้กวาดดอกหญ้า	๙	แม่จะเรา	แม่ระมาด	๗๒,๕๐๐		๗๒,๕๐๐
๘	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามัคคีเคหกิจ	๖	แม่จะเรา	แม่ระมาด	๒๐,๐๐๐	๑๙,๘๐๐	๓๙,๘๐๐
๙	กลุ่มสตรีสหกรณ์นิคมแม่ระมาด	๖	แม่ระมาด	แม่ระมาด	๒๐,๐๐๐		๒๐,๐๐๐
๑๐	กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า	๕	พระธาตุ	แม่ระมาด	๖๙,๐๐๐		๖๙,๐๐๐
๑๑	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลขะเนจื้อ	๖	ขะเนจื้อ	แม่ระมาด	๗๐,๐๐๐		๗๐,๐๐๐
๑๒	กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์	๒	แม่จะเรา	แม่ระมาด	๒๙,๐๐๐		๒๙,๐๐๐
รวม (เจ็ดแสนหนึ่งหมื่นแปดร้อยห้าสิบบาทถ้วน)					๖๒๖,๐๕๐	๘๔,๘๐๐	๗๑๐,๘๕๐

(ลงชื่อ)

(นายประจวบ เงินนัดท์)

ตำแหน่ง

พัฒนาการอำเภอแม่ระมาด

ผู้รายงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวเพ็ญนภา มณีอุต
วัน เดือน ปีเกิด	7 มิถุนายน 2527
ที่อยู่ปัจจุบัน	330/61 ซ.สวรรคร์วิถี 26 ถ.สวรรคร์วิถี ต.ปากน้ำโพ อ.เมือง จ.นครสวรรค์
ประวัติการศึกษา	<p>ปีการศึกษา 2549</p> <p>สำเร็จการปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต</p> <p>สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม</p> <p>คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม</p> <p>มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์</p> <p>ปีการศึกษา 2555</p> <p>สำเร็จการศึกษาปริญญาครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต</p> <p>สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม</p> <p>ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม</p> <p>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง</p>
ประวัติการทำงาน	<p>พ.ศ. 2549 พนักงานฝ่ายคอลัมน์ บ.แอสซีสมิเดีย</p> <p>พ.ศ. 2550 พนักงานฝ่ายออกแบบ หจก.ริมบึงการพิมพ์</p> <p>พ.ศ. 2552 อาจารย์สาขาวิชาการออกแบบ</p> <p>มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้