

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน  
ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

STUDY OF LOCAL WISDOM TO PRODUCT DEVELOPMENT THE  
COMMUNITY PROMOTE TOURISM OF CHACHOENGSARO PROVINCE



T140167



สมศักดิ์ ทองแก้ว  
SOMSAK THONGKAEW

วพ.  
๒๘๒๗  
๐๕๐๗

เลขท무.....  
เลขทะเบียน **140167**  
รับเดือนปี **๐4 ๓.๓. 2559**

b.....  
i.....

1๒ 7๓3๐76

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต  
สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตรอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
พ.ศ.2557

KMITL-2014-ED-M-222-014

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STUDY OF LOCAL WISDOM TO PRODUCT DEVELOPMENT THE  
COMMUNITY PROMOTE TOURISM OF CHACHOENGSARO 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

2014

KMITL-2014-ED-M-222-014

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**COPYRIGHT 2014**

**FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน  
ส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา  
Study of Local Wisdom to Product Development  
The Community Promote Tourism  
of Chachoengsao Province

นักศึกษา

นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

รหัสประจำตัว

54630731

ปริญญา

ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์		ลายมือชื่อ
ผศ.ดร.จตุรงค์	เลาหะเพ็ญแสง	
รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย	สดภิบาล	
รศ.อุดมศักดิ์	สาริบุตร	
ผศ.ดร.ทรงวุฒิ	เอกวุฒิวงศา	
ผศ.ดร.รัฐไท	พรเจริญ	

วัน / เดือน/ ปี ที่สอบ

18 กันยายน 2557 เวลา 14.00 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ

ณ ห้อง ค. 417 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน  
ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

นักศึกษา

นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

รหัสประจำตัว

54630731

ปริญญา

ครุศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา

สาขา

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

พ.ศ.

2557

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

รศ. อุดมศักดิ์ สาริบุตร

## บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน พร้อมกับการศึกษาข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จังหวัดฉะเชิงเทรา และประเมินประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่ วิธีการดำเนินการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การสำรวจ สัมภาษณ์ ลงพื้นที่ในแต่ละชุมชน การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์เดิม และผลิตภัณฑ์ที่มีในปัจจุบันรวมถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำการศึกษาใน 8 อำเภอ ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ และสอบถาม ผู้เชี่ยวชาญ ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และประชาชนพื้นบ้าน ได้กลุ่มผลิตภัณฑ์ 5 กลุ่ม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ผลิตภัณฑ์จักสาน ผลิตภัณฑ์หมากกุ่มกล้วย ผลิตภัณฑ์ทอเสื่ออก และผลิตภัณฑ์เข้าสัตว์แกะสลัก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่น เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม และปัจจุบันยังคงมีการผลิตและจำหน่ายอยู่

ผลการศึกษาจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 กลุ่ม จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวน 98 ตัวอย่าง ได้ผลการประเมิน 1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จักสาน ต.วังเย็น อ.แปลงยาว จ. ฉะเชิงเทรา ผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.71) ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์จักสาน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องประยุกต์และพัฒนานำเอาวิธีการผลิตของชุมชน โดยยึดแนวทางดั้งเดิมของชุมชน ผลิตภัณฑ์ต้องมีวัสดุภายในชุมชนและมีความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มผู้บริโภค ในขั้นตอน ผลการประยุกต์และพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน จากการสัมภาษณ์ และสอบถาม ผู้เชี่ยวชาญ ประชาชนพื้นถิ่น และนักวิชาการผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานเป็นของตกแต่งบ้าน ประเภทโคมไฟ โดยมีผลิตภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านกระบวนการ วิธีการผลิตตามแนวทางของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านจักสาน รูปแบบของผลิตภัณฑ์ยังคงมีเอกลักษณ์ วัสดุดิบของท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์เดิม ผลการประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 4.21) ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 98 คน มีความคิดเห็นในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางความงามในระดับมาก (Mean = 3.98) และด้านความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.11)

คำสำคัญ : ภูมิปัญญาท้องถิ่น, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, ส่งเสริมการท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	Study of local wisdom to product development the community promote tourism of Chachoengsao province
Student	Somsak thongkaew
Student ID.	54630731
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Industrial Design Technology
Year	2014
Thesis Advisor	Assoc Prof. Act. Lt. Pichai Sodhiban
Thesis Co-Advisor	Assoc Prof. Udomsak Saributr

### ABSTRACT

Research in this to study the local wisdom to promote community tourism product development Chachoengsao And evaluate consumer feedback to develop new products. How to conduct a study of data from the survey observations in each community. The wisdom of the original product. And products available today, including the identity of a community study conducted in 8 districts of interviews and asked local experts. Folk and sage The five product groups Silk Wickerwork Kui Loi Reed Weaving Products And horn carving, The product is a unique habitat. The same as the local wisdom And is still being produced and sold. The results of the five product groups from reviews of tourists on 98 samples was evaluated one such product. wickerwork., Wang Yen. Plangyao. Say assessment was high (Mean = 3.71) products from woven product is a product that must be applied to bring out the manufacture and development of the community. Existing community based approach. Products containing materials within the community and the needs of tourists or consumers. In the process of developing applications and wickerwork.

From interviews and expert sages vernacular. And academic communities Products The product forms a decorative type wicker lamp with original products with 5 products of the process. Production method according to the guidelines of the local wisdom basketry. Form of the product remains unique. Local materials and traditional products Evaluation prototypes in a very appropriate (Mean = 4.21) the satisfaction of the audience with the newly developed products. Sample group of 98 people have commented on the beauty of the product is valuable on many levels (Mean = 3.98) and its major characteristics are endemic in many levels (Mean = 4.11).

**Keyword :** local wisdom , Community products, Promote tourism

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก รศ.ว่าที่ร้อยโท พิชัย สดภิบาล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมวิทยานิพนธ์ ที่คอยให้ความกรุณาแนะนำ ช่วยเหลือ และช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ อาจารย์สาขาเทคโนโลยีการออกแบบ ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่าน ที่ให้คำปรึกษาในกระบวนการต่างๆ และขั้นตอนการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร.ชัชวาล มงคล ดร.ศักดิ์ชัย จันทร์แก้ว และดร.อังคณา กุลนภาดล ให้ความกรุณาตรวจเครื่องมือแบบสอบถาม ให้ปรึกษาและแนะนำกระบวนการเก็บข้อมูล การลงพื้นที่ เก็บข้อมูลเพื่อให้เป็นไปตามกรอบการวิจัย ขอขอบคุณ บำมานพ เมรสนันท์ อาจารย์สมศักดิ์ ชุนนาก ลัดผู้มีความเชี่ยวชาญด้านงานจักสาน ป้าประยูร อนันต์ ผู้ใหญ่นิกร ทรัพย์ประสาน ณบ้านอ่างเตย ปราชญ์พื้นบ้านด้านงานหัตถกรรม คุณลุงเสียม บุตรจันทรา คุณพีศรชิต เข้มเฉลิม คุณลุงขวัญชัย รักษาพันธ์ ปราชญ์พื้นบ้านด้านเศรษฐกิจพอเพียง คุณสุรเดช วรรณศิริ นักวิชาการพัฒนาชุมชน คุณเครือวัลย์ ภูเจริญ นักวิชาการเกษตร ที่เต็มแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น คุณพุลทวิ ศิริสวัสดิ์ ที่ให้ข้อมูลและอธิบายบริบทของท้องถิ่น แนะนำผลิตภัณฑ์ชุมชน วิธีการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่เป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างมาก ขอขอบคุณ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ดร.ภานุวัฒน์ อิมมิกนันต์ คุณมนัส ตั้งงาม และคุณลุงสำรวย ทรัพย์ประสาน ที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแนวทางการการพัฒนาเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวชุมชน ขอขอบคุณร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนต่างๆ ที่ให้ข้อมูลด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ขอขอบคุณ อาจารย์วิชาญ ตอรรรัมย์ คุณกรกต อารมณดี ที่ให้แนวคิดกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน ขอขอบคุณหน่วยงานท้องถิ่นของจังหวัดฉะเชิงเทราทุกหน่วยงานที่ให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ และแนวคิดการพัฒนาท้องถิ่นของเราขอใจนึ่งๆ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ที่น่ารักทุกคนที่ช่วยเหลือในการเก็บแบบตัวอย่างและลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง สำหรับงานวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ และสุดท้ายขอขอบคุณผู้ที่ไม่ได้เอียนามทุกท่านที่มีส่วนหนึ่งในการเรียนรู้ท้องถิ่นของเราให้สำเร็จตลอดมา

ขอขอบคุณคุณพ่อบุญทรง แม่ทองชุบ ทองแก้ว บิดา - มารดาของข้าพเจ้า ซึ่งเป็นที่รักยิ่ง และนางสาวสุภัตราภรณ์ ทองแก้ว น้องสาวที่คอยให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จด้วยดี และขอบคุณสมาชิก พี่ๆ น้องๆ ชาวเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่คอยสอบถาม ให้คำปรึกษา ในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จด้วยดีตลอดมา

สมศักดิ์ ทองแก้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ .....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.5 คำนียามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.....	7
2.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่น.....	10
2.3 ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน .....	17
2.4 หลักการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	24
2.5 แนวคิดและหลักการผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	27
2.6 บริบทจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	31
2.7 ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	42
2.8 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	59
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	78
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	82
3.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ชุมชน .....	82
3.2 ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	84
3.3 ขั้นตอนการศึกษาและประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่.....	86
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	90
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	90

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว .....	105
4.3 ผลการวิเคราะห์ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่.....	161
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	167
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	167
5.2 อภิปรายผล.....	174
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	176
บรรณานุกรม.....	178
ภาคผนวก.....	181
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	182
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	228
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์บ้าน ผู้เชี่ยวชาญ.....	270
ภาคผนวก ง แบบผลิตภัณฑ์.....	273
ภาคผนวก จ ภาพถ่ายการลงพื้นที่ของผู้วิจัย.....	280
ภาคผนวก ฉ หนังสือตอบรับการตีพิมพ์ .....	284
ประวัติผู้เขียน .....	285

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 สถิติรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว .....	38
2.2 ความต้องการและศักยภาพของประชาชนในพื้นที่.....	40
2.3 มาตรฐานและตัวชี้วัดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	67
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการผลิต โดยผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	95
4.2 สรุปผลการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	98
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	106
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	108
4.5 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 1 หมวกก๊วยเล็ย อ.บางคล้า ราคา 100 - 150 บาท.....	112
4.6 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 2 จักสานไม้ไผ่ อ.แปลงยาว ราคา 200 - 1,500 บาท.....	113
4.7 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 3 เสื่อกก อ.ราชสาส์น ราคา 200 - 450 บาท .....	115
4.8 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 4 ผ้าไหมอ่างเตย อ.ท่าตะเกียบ ราคา 600 - 1,500 บาท.....	116
4.9 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 5 เขาสัตว์เกะสลัก อ.เมือง ราคา 100 - 1,500 บาท.....	118
4.10 ผลสรุปการประเมินจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำนวน 98 คน.....	119
4.11 การวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละท้องถิ่น.....	127
4.12 การวิเคราะห์จากการสังเกตผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่.....	131
4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน ในการนำผลิตภัณฑ์จักสานมาประยุกต์และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่.....	141
4.14 แนวทางแบบร่างผลิตภัณฑ์.....	143
4.15 ผลการวิเคราะห์แบบประเมิน แบบร่างผลิตภัณฑ์ แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน.....	146
4.16 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า แบบที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน.....	148

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินผลิตภัณฑ์จักษุสถานคอมพิวเตอร์ แบบที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและประชาชนพื้นบ้าน....	150
4.18 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินผลิตภัณฑ์จักษุสถานคอมพิวเตอร์ แบบที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและประชาชนพื้นบ้าน....	153
4.19 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินผลิตภัณฑ์จักษุสถานคอมพิวเตอร์ แบบที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและประชาชนพื้นบ้าน....	155
4.20 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินผลิตภัณฑ์จักษุสถานคอมพิวเตอร์ แบบที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและประชาชนพื้นบ้าน....	157
4.21 ผลการประเมินผลิตภัณฑ์จักษุสถานคอมพิวเตอร์ แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและประชาชนพื้นบ้าน ทั้ง 5 แบบ.....	159
4.22 การแก้ไขตามความข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ.....	161
4.23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	162
4.24 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่ด้าน รูปแบบผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางความงาม.....	166

# สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2.1 หลักการพัฒนาตามแนวพระราชดำริ บันได 3 ขั้นสู่ความสำเร็จ.....	9
2.2 ประเพณีขึ้นเขาเผาข้าวหลาม อ.แปลงยาว จ.ฉะเชิงเทรา.....	13
2.3 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลสด อ.บางคล้า จ.ฉะเชิงเทรา.....	14
2.4 หมวกก๊วยเล็ย อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	15
2.5 ประเพณีขึ้นเขาเผาข้าวหลาม และบุญข้าวหลาม อำเภอลำลูกกา จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	21
2.6 แผนที่เขตที่ตั้งจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	32
2.7 วัดโสธรวรารามวรวิหาร.....	34
2.8 วัดสมานรัตนาราม.....	35
2.9 ตลาดโบราณนครเนื่องเขต.....	35
2.10 ตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปี.....	36
2.11 วัดปากน้ำโจ้โล้.....	36
2.12 นกฮูกผลิตภัณฑ์เขาสัตว์เกะสลัก.....	43
2.13 ช่างผลิตภัณฑ์เขาสัตว์เกะสลัก.....	43
2.14 เขาสัตว์.....	44
2.15 เครื่องมือสร้างลวดลายบนเขาสัตว์.....	44
2.16 การเกะสลักลวดลาย.....	45
2.17 พื้นที่การผลิตเขาสัตว์เกะสลัก.....	45
2.18 กระบวนการผลิตเขาสัตว์เกะสลัก.....	46
2.19 เต่าผลิตภัณฑ์เขาสัตว์เกะสลัก.....	46
2.20 พวงกุญแจรูปนกขนาดเล็กผลิตภัณฑ์เขาสัตว์เกะสลัก.....	47
2.21 กระบวนการขึ้นรูปเขาสัตว์เกะสลัก.....	47
2.22 กระบวนการขึ้นรูปเขาสัตว์เกะสลัก.....	48
2.23 กระบวนการขึ้นรูปเขาสัตว์เกะสลัก.....	48
2.24 ผลิตภัณฑ์รูปนก เขาสัตว์เกะสลัก.....	49
2.25 ผลิตภัณฑ์รูปเต่าขนาดเล็ก เขาสัตว์เกะสลัก.....	49
2.26 ผลิตภัณฑ์เกะสลักลวดลายบนเขาสัตว์.....	50
2.27 ผลิตภัณฑ์หวีผมแบบต่างๆ.....	50

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.28 ผลิตภัณฑ์หมวกก๊วยเล็ย.....	51
2.29 ฝ้ายสีนวล.....	52
2.30 ใบฝ้าย.....	52
2.31 กระจาดย้อมสีน้ำตาล.....	53
2.32 คล้าสด.....	53
2.33 ลายสานหมวกฝาด้านใน และด้านนอก.....	54
2.34 การเข้าขอบหมวก.....	55
2.35 การผูกภายในหมวกด้วยกระจาดย้อมสีน้ำตาล.....	55
2.36 การสานยอดปลายแหลมของหมวก.....	56
2.37 หมวกก๊วยเล็ยสำเร็จรูป.....	56
2.38 การฝั่งແຕດก่อนการลงน้ำมันวานิช.....	57
2.39 จักสานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรวังเย็น.....	57
2.40 ที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรวังเย็น.....	58
2.41 จักสานฝ้ายสีไม่ฝ้าย.....	58
2.42 จักสานตะกร้าทางมะพร้าว.....	59
3.1 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	89
4.1 แสดงแผนที่ความคิด เอกลักษณะท้องถิ่น จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	91
4.2 แสดงแผนที่ความคิด ภูมิปัญญาท้องถิ่น จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	92
4.3 แสดงแผนที่ความคิด ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	93
4.4 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ผ้าฝ้าย และการเลี้ยงไหม บ้านนาฮีสาน ต.ท่ากระดาน อ.สนามชัยเขต จ.ฉะเชิงเทรา.....	98
4.5 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบ้านอ่างเตย ต.ท่าตะเกียบ อ.ท่าตะเกียบ จ.ฉะเชิงเทรา.....	99
4.6 ผลิตภัณฑ์หมวกก๊วยเล็ย.....	100
4.7 แม่ลายการจักสานหมวกก๊วยเล็ย.....	100
4.8 ผลิตภัณฑ์จักสาน.....	101
4.9 ผลิตภัณฑ์จักสานและแม่ลายสาน.....	102
4.10 ชุมชนผู้ผลิตเสื้อกบ้านดงน้อย.....	102
4.11 การทอเสื้อก.....	103

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า	
4.12	ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ.....	104
4.13	กลุ่มทอผ้าไหมบ้านอ่างเตย.....	104
4.14	วัตถุดิบในผลิตเขาสัตว์แกะสลัก.....	105
4.15	ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ 1.....	111
4.16	ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ 2.....	112
4.17	ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ 3.....	113
4.18	ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ 4.....	116
4.19	ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ 5.....	117
4.20	แหล่งท่องเที่ยว ศูนย์การเรียนรู้และจำหน่ายผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มจักสานไม้ไผ่ย่อยที่ 1 อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี.....	120
4.21	มินิมูร่าห์ฟาร์ม ตำบลลิบเอ็ดศอก อำเภอบ้านโพธิ์.....	121
4.22	ศูนย์เรียนรู้ชุมชน บ้านอ่างเตย ตำบลท่าตะเกียบ อำเภอท่าตะเกียบ.....	122
4.23	บ้านลุงเลี่ยม บุตรจันทร์หา หมู่บ้านนาอีสาน ตำบลท่ากระดาน อำเภอสนามชัยเขต.....	123
4.24	แคนดaluผลิตภัณฑ์เด่นทางการเกษตรอำเภอรราชสาส์น.....	124
4.25	ผลิตภัณฑ์ชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยว อำเภอบางคล้า.....	125
4.26	กลุ่มผลิตภัณฑ์เขาสัตว์แกะสลัก ตำบลบางขวัญ อำเภอเมือง.....	126
4.27	หมวกก๊วยเลี้ย อำเภอบางคล้า.....	139
4.28	การสานกระจาด อำเภอบ้านโพธิ์.....	140
4.29	การจักตอกสานสุมไก่ อำเภอพนัสนิคม.....	140
4.30	การสานตะกร้าทางมะพร้าว อำเภอบ้านโพธิ์.....	139
4.31	แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญ.....	147
4.32	ต้นแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟฟ้า แบบที่ 1.....	148
4.33	ต้นแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟฟ้า แบบที่ 2.....	150
4.34	ต้นแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟฟ้า แบบที่ 3.....	152
4.35	ต้นแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟฟ้า แบบที่ 4.....	154
4.36	ต้นแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟฟ้า แบบที่ 5.....	156
4.37	ผู้เชี่ยวชาญดำเนินงานจักสานประเมินผลิตภัณฑ์โคมไฟจักสานต้นแบบ.....	159
4.38	ปราชญ์พื้นบ้านดำเนินงานจักสานประเมินผลิตภัณฑ์โคมไฟจักสานต้นแบบ.....	160
4.39	ตำแหน่งควรแก้ไขตามข้อเสนอแนะผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน.....	160

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า	
4.40	เก็บตัวอย่างกลุ่มผู้บริโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	162
4.41	ผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์จากสาน ที่พัฒนาขึ้นใหม่และผ่านการแก้ไขตามคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญ	165



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นรากฐานสำคัญในวิถีการดำรงชีวิตของสังคมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละชุมชน สังคม มีรูปแบบ มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงฐานะความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ สังคมของท้องถิ่นนั้นๆ เป็นอย่างดี การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นองค์ประกอบในการประกอบอาชีพ ซึ่งมีความสำคัญกับคน วัสดุ กรรมวิธีการ ในท้องถิ่นนั้น การสืบทอดภูมิปัญญามาแต่ครั้งอดีตกาลเป็นความรู้ที่ผ่านกระบวนการศึกษา สังเกต วิเคราะห์ ปฏิบัติ และสืบทอดกันมาจนปัจจุบัน

จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ปรากฏครั้งแรกในรัชสมัยสมเด็จพระมหาธรรมราชา กรุงศรีอยุธยา ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอด สืบต่อกันมามากมาย อาทิ งานด้านศิลปกรรมและงานช่างท้องถิ่น ได้แก่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือนไทยหมู่บ้านไผ่ดำ งานจักสานไม้ไผ่ หมวกก๊วยเลี้ย งานหัตถกรรมทองเหลืองสาน ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านเกษตรกรรม การทำมาหากิน ได้แก่ การปลูกมะม่วง การต่อเรือสองตอน หัตถกรรมพื้นบ้านหัวสำโรง ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากเขาและกระดูกสัตว์ เครื่องประดับจากไม้และเขาสัตว์ เป็นต้น (วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดฉะเชิงเทรา. 2542) โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นต่างๆ เหล่านี้ยังคงมีการสืบทอดกันมาและดำรงรักษาไว้ ในปัจจุบันจากภูมิปัญญาต่างๆ เหล่านี้มีการประยุกต์พัฒนาเพื่อนำมาสร้างรายได้สำหรับครัวเรือนและชุมชน ที่เรียกได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการขึ้นทะเบียนกับพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทราประจำปี 2555 จำนวน 295 ผู้ประกอบการ ในประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ที่มีลักษณะเด่นด้านเอกลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาทิ หัตถกรรมทองเหลืองสาน ของนางสร้อย ธรรมประทีป เจ้าของภูมิปัญญา เครื่องประดับจากไม้และเขาสัตว์ ของนายเงิน บุญสร้าง เจ้าของภูมิปัญญา ตุ๊กตาเครื่องละครไทย บ้านขุนซอเล็ก ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม จักสานก้านมะพร้าวบ้านแหลมประดู่ หัตถกรรมจักสานแม่บ้านเกษตรวังน้ำเย็น ของนางมานพ เมรสนัด เจ้าของภูมิปัญญา (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา. 2556)

จากการศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์พบว่า งานหัตถกรรมทองเหลืองสาน มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น ของการหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่มาร่วมกับประสบการณ์งานด้านทองเหลือง โดยการริเริ่มของนายวินิตย์ นางสร้อย ธรรมประทีป ชาวบ้านคลองซุดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ทดลองและผลิตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524 จนถึงปัจจุบัน มีการพัฒนารูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้ตรงต่อความต้องการของตลาดเป็นหลัก ในด้านผลิตภัณฑ์จากเครื่องประดับจากไม้และเขาสัตว์ โดยมีการนำภูมิปัญญา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท้องถิ่นของการประกอบอาชีพชาวนา โดยนายเงิน บุญสร้าง ได้ริเริ่มนำเขาควายที่ถูกทิ้งมาทำเป็นด้านมืด แจกัน ในปี พ.ศ. 2512 จนถึงปัจจุบัน มีผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาด อาทิ กำไลข้อมือ ปิ่นปักผม กีบตีคดมม เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา .2556) จากข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้เพื่อผลิตพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ จากประสบการณ์ในอดีตของบรรพบุรุษแล้วจึงทำการเปลี่ยนแปลงให้สัมพันธ์กับสภาพการใช้งาน สังคมและวัสดุในปัจจุบัน (สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ. 2550 : 59) จากภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับวัสดุที่มี ประสบการณ์และความสามารถของช่างฝีมือ ก่อให้เกิดงานที่มีคุณค่าลักษณะเด่นให้แก่ชุมชนและสามารถสร้างรายได้กลับสู่ชุมชน

ท้องถิ่น ชุมชน มีลักษณะเด่นในด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อประกอบอาชีพ สามารถที่จะนำการท่องเที่ยว มาส่งเสริมเพื่อเสริมสร้างรายได้กลับสู่ท้องถิ่น ชุมชนนั้นๆ การท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวชาวไทย เข้ามาปีละกว่า 3 ล้านคน (แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2557-2560. 2556 : 18) โดยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทรา อาทิ วัดโสธรวรารามวรวิหาร เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะมาของพรมมัสการองค์หลวงพ่พุทโธโสธร วัดจีนประชาสโมสร (วัดเล่งฮกยี่) วัดสมานรัตนาราม วัดโพธิ์บางคล้า ตลาดบ้านใหม่ ตลาดน้ำบางคล้า ตลาดน้ำนครเนื่องเขต ตลาดน้ำคลองสวน 100 ปี ศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นต้น การท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา จะเป็นการท่องเที่ยวแบบตลอดทั้งปี และในช่วงวันหยุดประจำสัปดาห์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาขอพรและนมัสการองค์หลวงพ่พุทโธโสธรมากเป็นพิเศษ โดยแหล่งที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อของฝาก คือบริเวณตลาดวัดโสธรวรารามวรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ และในตัวเมืองฉะเชิงเทรา (แผนปฏิบัติการประจำปีจังหวัดฉะเชิงเทราประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556. 2555)

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน การท่องเที่ยวภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา และการศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2557-2560 มีการประเมินสถานการณ์สภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้อง (SWOT Analysis) พบว่าจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ชุมชนคือมีฝีมือ มีความรู้ความสามารถเฉพาะตัวและประจำถิ่น แต่มีจุดอ่อนในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บางผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นแต่ยังไม่สามารถที่จะนำไปสู่การจำหน่ายได้ ในด้านโอกาสตลาดการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเติบโต โดยสามารถขยายรวมกับตลาดการท่องเที่ยวได้ โดยมีอุปสรรค คือขาดแรงงานฝีมือ ค่าแรงและวัตถุดิบสูงขึ้นมาก ในแผนมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนา ไว้ดังนี้ (แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2557-2560. 2556 : 90)

“ศูนย์กลางแห่งบูรณาวิถี สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน  
ฐานอุตสาหกรรม และพาณิชย์กรรมโดดเด่น  
สินค้าเกษตรเป็นเลิศ ท่องเที่ยวยั่งยืน สังคมเป็นสุข”

การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมให้ได้มาตรฐานสากล มีเป้าหมายยุทธศาสตร์ คือ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมให้ได้มาตรฐาน มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การกำหนดกลยุทธ์ ได้แก่ ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และส่งเสริมการผลิตและการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากการท่องเที่ยว (แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2553-2556. 2553 : 41) จากการศึกษาข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ยังสามารถที่จะดำรงรักษาไว้ มาพัฒนาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนสร้างรายได้กลับสู่ท้องถิ่น และนำการท่องเที่ยวภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา มาเพื่อเพิ่มตลาดของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มากขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา
- 1.2.2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 1.2.3 เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

## 1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบไปด้วยกรอบแนวคิดดังต่อไปนี้

### 1.3.1 การศึกษาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ชุมชน

การศึกษาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยเลือกใช้กรอบแนวคิดที่มีลักษณะเฉพาะดังนี้ (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. 2538 : 36)

1.3.1.1 สร้างขึ้นเพื่อใช้ในชีวิตรประจำวัน ผลิตภัณฑ์ทั่วไปมักสร้างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ในการใช้สอยในชีวิตประจำวัน

1.3.1.2 มีลักษณะเฉพาะถิ่น โดยเกิดจากการเลือกใช้วัสดุเฉพาะถิ่น ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้นตั้งนั้นเมื่อช่างหรือประชาชนนำวัสดุมาสร้างงานผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงเกิดเป็นลักษณะเฉพาะถิ่น ขนบประเพณี ความเชื่อ และวิถีชีวิต

### 1.3.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความสวยงามหลากหลาย มีคุณค่า ผู้วิจัยเลือกใช้กรอบแนวคิด ดังนี้ (สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ. 2550 : 48)

1.3.2.1 ศึกษาต้นกำเนิดหรือรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น

1.3.2.2 การวิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม

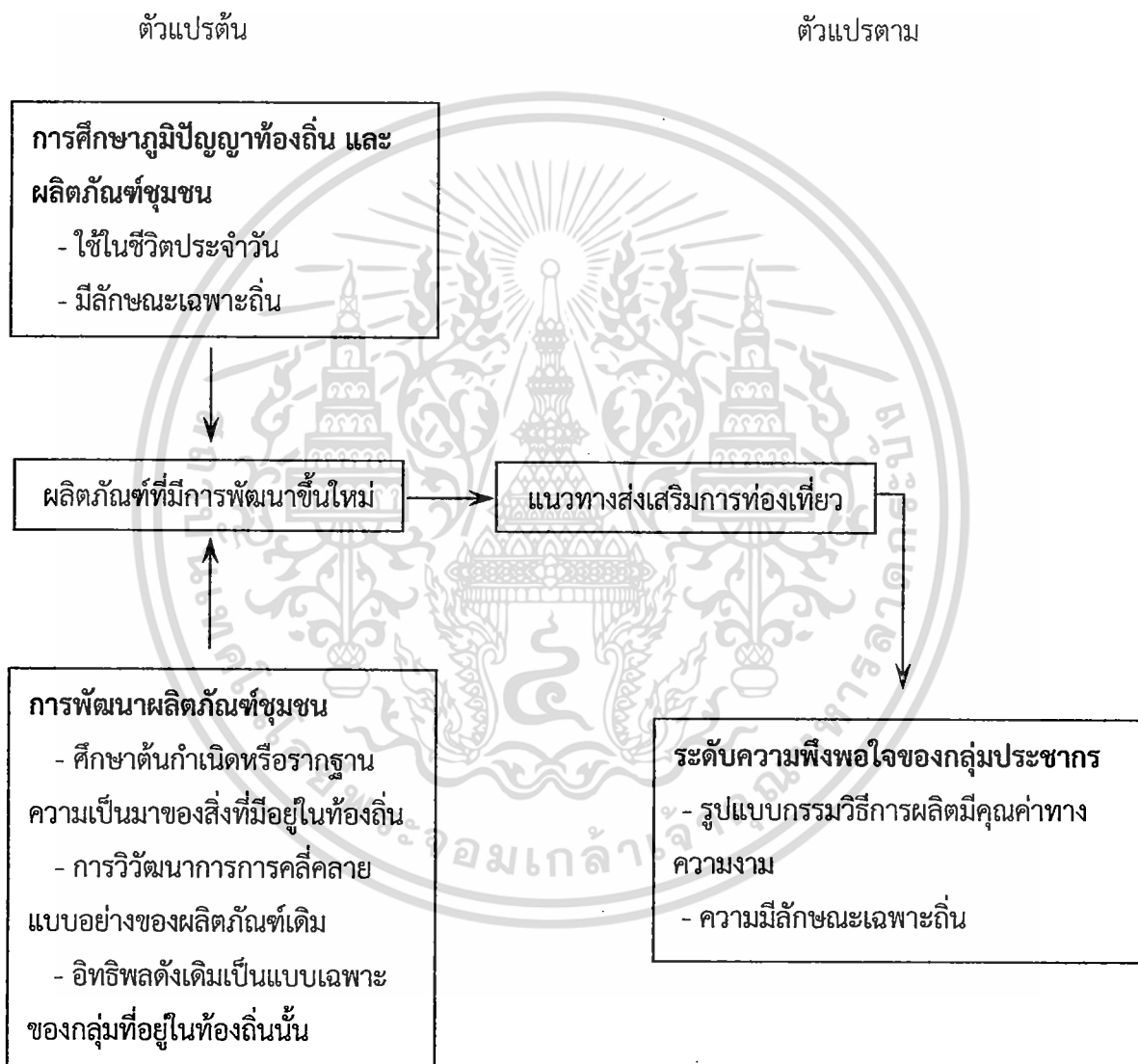
1.3.2.3 อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**1.3.3 การประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นใหม่**  
การศึกษาและประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นใหม่ให้มีลักษณะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ดังนี้ (วิบูลย์ ลีสุวรรณ. 2538 : 31)

1.3.3.1 รูปแบบกรรมวิธีการผลิตมีคุณค่าทางความงาม

1.3.3.2 ความมีลักษณะเฉพาะถิ่น เกิดจากการเลือกใช้วัสดุพื้นถิ่น กำเนิดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ลักษณะเฉพาะถิ่น ขนบประเพณีความเชื่อและวิถีชีวิต



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

### 1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.4.1.1 ขั้นตอนการศึกษาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนประกอบด้วย

(1) ผู้ให้ข้อมูล คือ นักวิชาการศูนย์ศิลปวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน นักวิชาการพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา

(2) กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรทั้งหมดที่ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จำนวนทั้งหมด 7 คน

#### 1.4.1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว

(1) ผู้ให้ข้อมูล คือ นักวิชาการศูนย์ศิลปวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา พัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้เชี่ยวชาญในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว

(2) กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรทั้งหมดที่ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จากจำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม จำนวน 9 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 98 คน

#### 1.4.1.3 ขั้นตอนการศึกษาและประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภค

(1) กลุ่มประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายใน จังหวัดฉะเชิงเทรา เฉลี่ยต่อวันในปี 2553 จำนวน 4,764 คน (แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2557-2560. 2556 : 18)

(2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายใน จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 98 คน (Glenn 2004 cit in Yamane, 1967 อ้างใน นิรัช สุดสังข์.2548 : 49)

### 1.4.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

1.4.2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นใหม่ สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราโดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้

1.4.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับความพึงพอใจของกลุ่มประชากรนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายใน จังหวัดฉะเชิงเทรา

## 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

**1.5.1 การศึกษา** หมายถึง ขั้นตอนการแสวงหาความรู้เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการวิจัย โดยมีการค้นคว้าข้อมูลต่างๆ ทั้งทฤษฎีต่างๆ การสอบถาม สัมภาษณ์ เอกสาร ตำรา ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของจังหวัดฉะเชิงเทรา

**1.5.2 การพัฒนา** หมายถึง การกระทำให้เกิดขึ้นหรือมีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้า โดยการการพัฒนาต้องนำเอาพื้นฐานความสามารถของชุมชนมาเข้าสู่การพัฒนาด้วย ในการพัฒนาจะเป็นแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน สังคมนั้น ในการพัฒนานั้นอาจไม่รวมถึงการเพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่จะเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ชุมชนของท้องถิ่นนั้นๆ และการพัฒนาจำต้องมีความพึงพอใจต่อผู้บริโภคด้วย

**1.5.3 ภูมิปัญญาท้องถิ่น** หมายถึง เป็นองค์ความรู้ ความสามารถของชาวบ้านที่สั่งสมสืบทอดกันมา โดยสามารถที่จะใช้แก้ปัญหา ปรับตัว เรียนรู้ และมีการสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีกรรมวิธีการผลิตด้วยมือหรือด้วยเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ แต่ผลิตภัณฑ์ที่ได้ยังคงเอกลักษณ์ไว้ และเป็นพื้นฐานขององค์ความรู้สมัยใหม่ที่จะช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหาจัดการและการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของคนเรา (กลุ่มงานภูมิปัญญาท้องถิ่น สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร. 2556)

**1.5.4 ผลิตภัณฑ์** หมายถึง ผลผลิตที่ผลิตด้วยการประยุกต์แนวคิดด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีการรวมกลุ่มกันผลิตและจัดจำหน่ายเป็นสินค้าให้กับ นักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยมีจุดจำหน่ายที่ชัดเจน ในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา

**1.5.5 ผลิตภัณฑ์ชุมชน** หมายถึง ผลผลิตที่ผลิตโดยกลุ่มชุมชน เช่น กลุ่มหัตถกรรมทองเหลืองสาน กลุ่มเขาสัตว์แกะสลัก และกลุ่มหัตถกรรมจักสานแม่บ้านเกษตรวังเย็น เป็นต้น ซึ่งในหนึ่งชุมชนอาจมีหลายผลิตภัณฑ์ และมีผลิตภัณฑ์เหมือนกันได้ในหลายพื้นที่ภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา

**1.5.6 ความคิดเห็น** หมายถึง ความเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการสุ่มมาจากประชากร นักวิชาการศูนย์ศิลปวัฒนธรรม ผู้เชี่ยวชาญในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน นักวิชาการพัฒนาชุมชน นักวิชาการการท่องเที่ยว ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ปราชญ์พื้นบ้าน และนักท่องเที่ยว

**1.5.7 นักท่องเที่ยว** หมายถึง ประชาชนทั่วไปที่เข้ามาเที่ยวชม สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆภายในจังหวัดฉะเชิงเทราในทุกๆวัน โดยวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เข้ามาชมโบราณสถาน ศาสนสถาน เข้ามาร่วมประชุมสัมมนา แต่มาได้มาเพื่อประกอบธุรกิจ ทำการหารายได้ และไม่ใช้คนท้องถิ่นที่มีภูมิปัญญา หรือศึกษาอยู่ในจังหวัดฉะเชิงเทรา อาจพักค้างคืนหรือไม่พักค้างคืนก็ได้ และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆเหล่านั้นที่นักท่องเที่ยวเข้ามาจะต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเข้าเที่ยวชม

**1.5.8 ส่งเสริมการท่องเที่ยว** หมายถึง การกระตุ้น การช่วยสนับสนุนให้การท่องเที่ยวชุมชนดีขึ้นโดยมีการนำผลิตภัณฑ์ชุมชน มาเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริม เป็นของที่ระลึก ของฝาก และของใช้ตกแต่งบ้านทั่วไป สำหรับจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาท่องเที่ยวและมีส่วนร่วมกับชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัด ฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินงานวิจัยมีความ สมบูรณ์ โดยข้อมูลที่ได้ศึกษาตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ มีดังต่อไปนี้

- 2.1 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- 2.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 2.3 ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- 2.4 หลักการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2.5 แนวคิดและหลักผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 2.6 บริบทจังหวัดฉะเชิงเทรา
- 2.7 ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา
- 2.8 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

##### 2.1.2 แนวพระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียง

พระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียง เป็นพระราชดำรัสที่ชี้แนวทางการดำรงชีวิต ที่ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมีพระราชดำรัสแก่ชาวไทยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 เป็นต้นมา และถูกพูดถึงอย่างชัดเจนในวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2540 เพื่อเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหา เศรษฐกิจของประเทศไทย

พระองค์ท่านจึงได้ มีพระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเป็นแนวทางในการดำรงชีวิต แก่คน ไทย ดังต่อไปนี้ (เศรษฐกิจพอเพียง.net.2556: วันที่19 มีนาคม 2556)

พระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

“เศรษฐกิจพอเพียง จะทำความเจริญให้แก่ประเทศได้

แต่ต้องมีความเพียร แล้วต้องอดทน ต้องไม่ใจร้อน

ต้องไม่พูดมาก ต้องไม่ทะเลาะกัน

ถ้าทำโดยเข้าใจกัน เชื่อว่าทุกคนจะมีความพอใจได้”

พระราชทาน ณ วันที่ 4 ธันวาคม 2541

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“...คนเราถ้าพอในความต้องการก็มีความโลภน้อย  
 เมื่อมีความโลภน้อยก็เบียดเบียนคนอื่นน้อย  
 ถ้าทุกประเทศมีความคิดอันนี้ไม่ใช่เศรษฐกิจ  
 มีความคิดว่าทำอะไรต้องพอเพียง หมายความว่าพอประมาณ  
 ไม่สุดโต่งไม่โลภอย่างมาก คนเราก็อยู่เป็นสุข...”

พระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จากวารสารชัยพัฒนา

"เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเสมือนรากฐานของชีวิต รากฐานความมั่นคงของแผ่นดิน  
 เปรียบเสมือนเสาเข็มที่ถูกตอกรองรับบ้านเรือนตัวอาคารไว้นั่นเอง สิ่งก่อสร้างจะมั่นคงได้ก็  
 อยู่ที่เสาเข็ม แต่คนส่วนมากมองไม่เห็นเสาเข็มและลืมเสาเข็มเสียด้วยซ้ำไป"

### 2.1.3 ความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง ปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงชี้แนะแนวทางการ  
 ดำเนินชีวิตและการปฏิบัติแก่ประชาชน โดยยึดหลัก “ทางสายกลาง” ท่ามกลางมรสุมเศรษฐกิจที่  
 ต้องเผชิญอยู่ในปัจจุบัน สรุป ความหมายเศรษฐกิจพอเพียง ดังนี้

2.1.1.1 ความมีเหตุผล คือ ตัดสินใจกระทำการต่างๆ เพื่อให้เกิดความพอเพียงต้องใช้เหตุผล  
 และพิจารณาด้วยความรอบคอบ

2.1.1.2 ความพอเพียง คือ รู้จักพอประมาณ พออยู่ พอมี พอกิน พอใช้ ประหยัด และไม่  
 เบียดเบียนตนเอง และผู้อื่น

2.1.1.3 การมีภูมิคุ้มกันที่ดี คือ เตรียมใจให้พร้อมรับผลกระทบและความเปลี่ยนแปลงที่จะ  
 เกิดขึ้นในอนาคต

2.1.1.4 การมีความรู้ คือ นำความรู้มาใช้ในการวางแผนและดำเนินชีวิต

2.1.1.5 การมีคุณธรรมคือ มีความซื่อสัตย์สุจริต สามัคคี และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

### 2.1.4 การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

การประยุกต์ใช้แนวทางพระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียง กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่ง  
 เป็นการพัฒนาด้านสังคม เศรษฐกิจ รากฐานของชุมชน ท้องถิ่น โดยถือปฏิบัติตามแนวพระราชดำริ  
 การประยุกต์ใช้กับด้านสังคมและวัฒนธรรม ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน รู้รัก สามัคคี สร้างความเข้มแข็งให้  
 ครอบครัวและชุมชน รักษาเอกลักษณ์ ภาษา ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมไทย(ปรัชญาเศรษฐกิจ  
 พอเพียง.2550 : 22)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการคงรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่น เอกลักษณ์ โดยนำ  
 หลักการพัฒนาตามแนวพระราชดำริ คือ เข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา เป็นบันได 3 ขั้นสู่ความสำเร็จ

การพัฒนา เป็นเรื่องของการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชน สร้างทีมพี่เลี้ยง การออกแบบ หลักสูตร และแผนการพัฒนา การศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และฝึกปฏิบัติของชุมชน รวมทั้งการ ให้ทีมพี่เลี้ยงให้คำแนะนำในชุมชน และติดตามสนับสนุนการประเมินผล

การเข้าถึง เป็นเรื่องการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมโดยมุ่งสื่อสารสร้างความเข้าใจ และความมั่นใจกับชุมชน ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา และความต้องการของชุมชน และใช้ชุมชนมีส่วนร่วมใน กระบวนการพัฒนามากที่สุด

การเข้าใจ คือการสร้างให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลพื้นฐานด้วยการศึกษาทุกมิติของชุมชน ค้นหารากของปัญหา และรวบรวมองค์ความรู้ของโครงการพระราชดำริทั่วประเทศ



ภาพที่ 2.1 หลักการพัฒนาตามแนวพระราชดำริ บันได 3 ขั้นสู่ความสำเร็จ  
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554.

จากหลักการพัฒนา เข้าถึง เข้าใจ โดยผู้วิจัยได้นำหลักการ มาประยุกต์ใช้ในการ ศึกษา ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมี ขั้นตอนตามหลักการทรงงานดังนี้

การศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ ทั้งข้อมูลเบื้องต้น เอกสาร และจากการสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงตามความต้องการ

มององค์รวม ผู้วิจัยได้ศึกษาและมององค์รวมของชุมชน ท้องถิ่น ที่มีเอกลักษณ์ ภูมิปัญญาที่ ชัดเจน และสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดได้ และสามารถเชื่อมโยงกับชุมชน ท้องถิ่นอื่นๆ ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ยึดตำรา ผู้วิจัยได้ศึกษากับพื้นที่ในชุมชน ท้องถิ่นโดยไม่ใช้วิชาการ มากจนทำให้ชาวบ้านในชุมชน หรือท้องถิ่นนั้นเกิดความสับสนในวิชาการ หรือเทคโนโลยีนั้นๆ และอาจจะทำให้ข้อมูลที่ได้รับไม่ตรงต่อการที่จะพัฒนา

ทำให้ง่าย กระบวนการคิดค้น ดัดแปลง ปรับปรุง พัฒนา ออกแบบ และการแก้ไขเพื่อพัฒนา ไม่มีความซับซ้อนยุ่งยาก จึงจะทำให้เกิดงานที่มาจาก ท้องถิ่น ชุมชน โดยแท้จริง

เน้นการมีส่วนร่วม มีการเปิดโอกาสให้สาธารณะชนทุกระดับได้แสดงความคิดเห็นเพื่อนำมาประมวลเพื่อให้เกิดประโยชน์

คิดถึงประโยชน์ส่วนรวม เมื่อส่วนรวมได้ประโยชน์ ตัวเราเองก็จะได้ประโยชน์

ขาดทุนคือกำไร หลักการคือ การให้ และ การเสียสละ เป็นการกระทำอันมีผลเป็นกำไร คือ ความอยู่ดีมีสุขของชุมชน ท้องถิ่นนั้นๆ

ความเพียร ในการทำวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะไม่พร้อมที่จะลงพื้นที่ หาข้อมูล ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความไม่สะดวกในหลายๆด้าน แต่ความเพียรที่จะมุ่งพัฒนาท้องถิ่นของเราจึงเกิดแรงเพื่อสู้

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางการดำเนินชีวิตเพื่อสร้างความเข้มแข็งหรือภูมิคุ้มกันในทุกด้าน ซึ่งสามารถทำให้อยู่ได้อย่างสมดุล ในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง

ใช้ธรรมชาติช่วยธรรมชาติ การเข้าใจถึงธรรมชาติ และต้องการให้ประชาชนใกล้ชิดธรรมชาติ เพราะปัญหาของธรรมชาติ จะต้องใช้ธรรมชาติแก้ไข ช่วยเหลือ

## 2.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญา (Wisdom) แปลตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ว่า พื้นความรู้ ความสามารถความเชื่อ ความสามารถทางพฤติกรรม และความสนใจในการแก้ปัญหาของมนุษย์ ความหมายของภูมิปัญญาไทยจากการศึกษาความหมายที่ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการต่างๆ ซึ่งครอบคลุมคำว่า ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ภูมิปัญญาชาวบ้าน

ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย ได้ให้ ความหมายพอสรุปได้ ดังนี้

ภูมิปัญญาพื้นบ้านหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน(Popular Wisdom) หมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่สั่งสมและสืบทอดกันมา อันเป็นความสามารถและศักยภาพในเชิงแก้ปัญหา การปรับตัวเรียนรู้และสืบทอดไปสู่คนรุ่นใหม่ เพื่อการดำรง อยู่รอดของเผ่าพันธุ์ จึงตกทอดเป็นมรดก ทางวัฒนธรรมของธรรมชาติ เผ่าพันธุ์ หรือเป็นวิถีของชาวบ้าน

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง กระบวนการทัศนของบุคคลที่มีต่อตนเอง ต่อโลกและสิ่งแวดล้อม ซึ่งกระบวนการดังกล่าว จะมีรากฐานคำสอนทางศาสนา คติ จารีต ประเพณี ที่ได้รับการถ่ายทอดสั่งสอน และปฏิบัติสืบเนื่องกันมา ปรับปรุงเข้ากับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปแต่ละสมัย ทั้งนี้โดยมี

เป้าหมายเพื่อความสงบสุขในส่วนที่เป็นชุมชน และปัจเจกบุคคล ซึ่งกระบวนการทัศนที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น จำแนกได้ 3 ลักษณะ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติแวดล้อม
2. ภูมิปัญญาเกี่ยวกับสังคมหรือการจัดการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์
3. ภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบการผลิตหรือประกอบอาชีพที่มีลักษณะมุ่งเน้นระบบการผลิตเพื่อตนเอง

ผลิตเพื่อตนเอง

ภูมิปัญญาไทย หมายถึง องค์ความรู้ในด้านต่างๆ ของการดำรงชีวิตของคนไทยที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ประกอบกับแนวความคิดวิเคราะห์ในการแก้ปัญหาต่างๆ ของตนเอง จนเกิดหลอมตัวเป็นแนวคิดในการแก้ไขปัญหาที่เป็นลักษณะของตนเอง ที่สามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกาลสมัย ในการแก้ปัญหาของการดำรงชีวิต ความ เป็นมาและความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นโลกปัจจุบันเป็นโลกแห่งข้อมูลข่าวสารที่แพร่หลายทั่วถึง กันได้อย่างรวดเร็ว ไร้อาณาเขตขวางกั้นสภาพดังกล่าวมีส่วนกระทบถึงวิถีชีวิตของผู้คนพลเมือง โดยทั่วไป เพราะเป็นสภาพที่เอื้ออำนวยในการรับและถ่ายทอดวิทยาศาสตร์หรือภูมิปัญญาตะวันตกเข้า มาในการพัฒนาประเทศและพัฒนาผลผลิต ตลอดจนการดำเนินชีวิต อย่างมิได้มีการปรับปนกับภูมิ ปัญญาไทยที่มีความเหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นที่เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ทำให้ชุมชน ในชนบทประสบ ปัญหาดังที่กล่าวว่า ชุมชนล่มสลาย อันมีผลรวมไปถึงความทรุดโทรมของสิ่งแวดล้อมอย่างกว้างขวาง

การพยายามใช้กลไกทางการศึกษาจากเงื่อนไขที่เปิดโอกาสให้มีการพัฒนาหลักสูตร ตาม ความต้องการของท้องถิ่น เป็นช่องทางในการประยุกต์เอาภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีจุดเด่น ที่สามารถ พิสูจน์ตัวเองในการยืนหยัดอยู่รอดได้ท่ามกลางกระแสการล่มสลายของชุมชน และการทรุดโทรมของ สิ่งแวดล้อมดังกล่าวมาสู่หลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ในแนวทางของการคิดปฏิบัติจริง จากการ ประยุกต์ปรับปนภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาไทยกับภูมิปัญญาสากล เพื่อให้ผู้เรียนค้นพบคุณค่า ภูมิปัญญาที่มีในท้องถิ่นที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของชุมชน และสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด นำมาซึ่งคุณภาพที่สูงสันติสุขของบุคคล ชุมชนและชาติ

### 2.2.1 ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาทำให้ชาติและชุมชนผ่านพ้นวิกฤติและดำรงความเป็นชาติ หรือชุมชนได้ภูมิปัญญา เป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่าและความดีงามที่จรโลงชีวิตและวิถีชุมชนให้อยู่ร่วมกับธรรมชาติและสภาวะ แวดล้อมได้อย่างกลมกลืนและสมดุล

ภูมิปัญญาเป็นพื้นฐานการประกอบอาชีพและเป็นรากฐานการพัฒนาที่เริ่มจากการพัฒนาเพื่อ การพึ่งพาตนเอง การพัฒนาเพื่อการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และการพัฒนาที่เกิดจากการผสมผสาน องค์ความรู้สากลบนฐานภูมิปัญญาเดิม เพื่อเกิดเป็นภูมิปัญญาใหม่ที่เหมาะสมกับยุคสมัย ดังนั้น ภูมิ ปัญญาจึงมีคุณค่าไม่เพียงแต่ต่อท้องถิ่นและผู้คนเท่านั้น แต่ยังเอื้อประโยชน์อย่างใหญ่หลวงต่อการ วางแผนพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนและมั่นคงต่อไป

### 2.2.2 ลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่น

ลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่น จำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.2.2.1 ภูมิปัญญาที่เป็นรูปธรรม เป็นความรู้หรือเคล็ดลับในการทำสิ่งต่างๆ ดังนี้

- (1) การเกษตรกรรม เช่น ทำสวนมะม่วงให้ออกผลตลอดปี
- (2) งานหัตถกรรม เช่น งานจักสาน งานแกะสลักไม้ และงานทำเครื่องปั้นดินเผา
- (3) การทำอาหาร เช่น การทำอาหารแปรรูปต่างๆ การถนอมอาหารไม่ให้บูดเสีย
- (4) ศิลปะและดนตรี เช่น การประดิษฐ์เครื่องดนตรีจากไม้ไผ่ กะลามะพร้าว
- (5) การละเล่น เช่น การเล่นม้าก้านกล้วย การเล่นว่าว การเล่นขี่ม้าส่งเมือง การเล่นรีๆ ข้าวสาร การเดินกะลา การเล่นมอญซ่อนผ้า ฯลฯ

2.2.2.2 ภูมิปัญญาที่เป็นนามธรรม เป็นความเชื่อและปรัชญาในการดำเนินชีวิต ทั้งการเกิด แก่ เจ็บ และตาย แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมหรือความสัมพันธ์กับมนุษย์ด้วยกัน เช่น

- (1) คำสอนหรือข้อปฏิบัติสำหรับหญิงมีครรภ์ หญิงที่ผ่านการคลอดบุตรใหม่ๆ
  - (2) คำสอนและการปฏิบัติต่อผู้มีอาวุโส คนเจ็บไข้ได้ป่วย และการเลี้ยงดูเด็กทารก
- จากลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่นดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้
- (ภูมิปัญญาท้องถิ่น.2556.ความรู้พื้นฐานภูมิปัญญาไทย. [Online].เข้าถึงได้จาก: <http://tkagri.doae.go.th/temp.php?gps=title06> วันที่สืบค้น 16 มีนาคม 2556)
- (1) เป็นเรื่องของการใช้ความรู้ ทักษะ ความเชื่อและพฤติกรรม
  - (2) แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง คนกับคน คนกับธรรมชาติ คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ
  - (3) เป็นองค์รวมหรือกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิต
  - (4) เป็นเรื่องของแก้ไขปัญหา การจัดการ การปรับตัว การเรียนรู้เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชนและสังคม
  - (5) เป็นแกนหลักหรือกระบวนทัศน์ในการมองชีวิตเป็นพื้นความรู้ในเรื่องต่าง ๆ
  - (6) มีลักษณะเฉพาะหรือมีเอกลักษณ์ในตัวเอง
  - (7) มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการปรับสมดุลในพัฒนาการทางสังคมตลอดเวลา
  - (8) มีวัฒนธรรมเป็นฐาน ไม่ใช่วิทยาศาสตร์
  - (9) มีบูรณาการสูง
  - (10) มีความเชื่อมโยงไปสู่นามธรรมที่ลึกซึ้งสูงส่ง
  - (11) เน้นความสำคัญของจริยธรรมมากกว่าวัตรธรรม

### 2.2.3 ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถจำแนกออกเป็น 10 ลักษณะดังนี้

2.2.3.1 ภูมิปัญญาที่เกี่ยวกับความเชื่อและศาสนา ภูมิปัญญาประเภทนี้จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากมีพื้นฐานทางความเชื่อในศาสนาที่แตกต่างกัน สำหรับภูมิ

ปัญหาท้องถิ่นของไทยซึ่งเกี่ยวกับความเชื่อในทางพระพุทธศาสนาเป็นหลักนั้นได้มีส่วนสร้างสรรค์สังคม โดยการผสมผสานกับความเชื่อดั้งเดิมจนกลายเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น

2.2.3.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับประเพณีและพิธีกรรม เนื่องจากประเพณีและพิธีกรรม เป็นสิ่งที่ดำรงที่คนในท้องถิ่นสร้างขึ้นมา โดยเฉพาะเป็นการเพิ่มขวัญและกำลังใจคนในสังคม ภูมิปัญญาประเภทนี้จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตในสังคมเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากประเพณี และพิธีกรรมที่สำคัญในประเทศไทยล้วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนในสังคมแทบทั้งสิ้น



ภาพที่ 2.2 ประเพณีขึ้นเขาเผาข้าวหลาม อ.แปลงยาว จ.ฉะเชิงเทรา

ที่มา : พัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา (2556)

2.2.3.3 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับศิลปะพื้นบ้าน เป็นการสร้างสรรค์งานศิลปะต่างๆ โดยการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน หลังจากนั้นได้สืบทอดโดยการพัฒนาอย่างไม่ขาดสายกลายเป็นศิลปะที่มีคุณค่าเฉพาะถิ่น

2.2.3.4 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับอาหารและผักพื้นบ้าน นอกจากมนุษย์จะนำอาหารมาบริโภคเพื่อการอยู่รอดแล้ว มนุษย์ยังได้นำเทคนิคการถนอมอาหารและการปรุงอาหารมาใช้ เพื่อให้ อาหารที่มีมากเกินความต้องการสามารถเก็บไว้บริโภคได้เป็นเวลานาน ซึ่งถือว่าเป็นภูมิปัญญาอีกประเภทหนึ่งที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตนอกจากนี้ยังนำผักพื้นบ้านชนิดต่างๆมาบริโภคอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3 ผลิตภัณฑ์น้ำตาสุด อ.บางคล้า จ.ฉะเชิงเทรา

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

2.2.3.5 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการละเล่นพื้นบ้าน การละเล่นถือว่าเป็นการผ่อนคลาย โดยเฉพาะในวัยเด็ก ซึ่งชอบความสนุกสนานเพลิดเพลิน ภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยส่วนใหญ่จะใช้อุปกรณ์ในการละเล่นที่ประดิษฐ์มาจากธรรมชาติ ซึ่งแสดงให้เห็นวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติและรู้จักปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมอย่างกลมกลืน

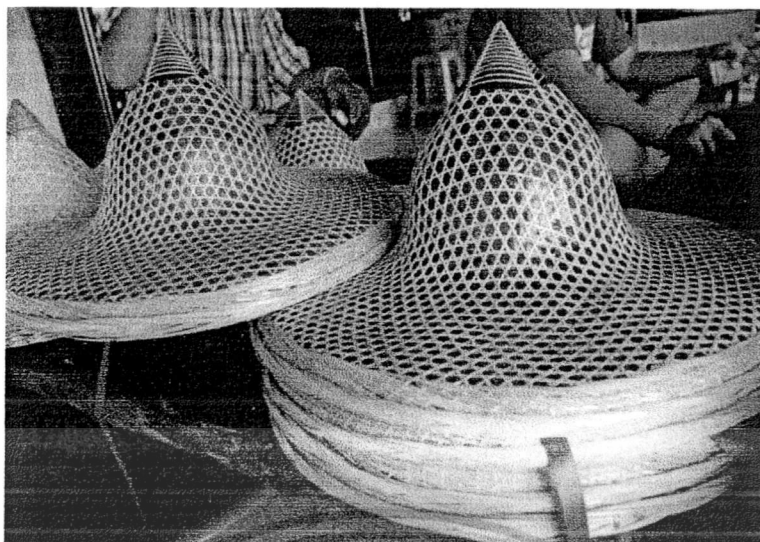
2.2.3.6 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งเกิดจากการสร้างสรรค์ของแต่ละภาค เราสามารถพบหลักฐานจากร่องรอยของศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏกระจายอยู่ทั่วไปเช่น สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเทคนิค ความคิด ความเชื่อของบรรพบุรุษเป็นอย่างดี

2.2.3.7 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับเพลงพื้นบ้าน ภูมิปัญญาประเภทนี้ส่วนมากแสดงออกถึงความสนุกสนาน และยังเป็นคติสอนใจสำหรับคนในสังคม ซึ่งมีส่วนแตกต่างกันออกไปตามโลกทัศน์ของคนในภาคต่างๆ

2.2.3.8 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับสมุนไพรและตำรายาพื้นบ้าน ภูมิปัญญาประเภทนี้เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ของคนในอดีตและถ่ายทอดให้กับคนรุ่นหลัง ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะถือว่าเป็นปัจจัยสี่ ซึ่งมีความจำเป็นสำหรับมนุษย์ หากได้รับการพัฒนาหรือส่งเสริมจะเป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมในอนาคตได้

2.2.3.9 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการประดิษฐ์กรรม เทคโนโลยีและสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนไทยในแต่ละภาคนั้น ถือเป็นการประดิษฐ์กรรมและหัตถกรรมชั้นเยี่ยม ซึ่งปัจจุบันไม่ได้รับความสนใจในการพัฒนาและส่งเสริมภูมิปัญญาประเภทนี้เท่าที่ควร หากมีการเรียนรู้และสืบทอดความคิดเกี่ยวกับการประดิษฐ์กรรมและหัตถกรรมให้แก่เยาวชน จะเป็นการรักษาภูมิปัญญาของบรรพชนได้อีกทางหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 หมวกก้วยเลี้ย อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

2.2.3.10 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิตตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เนื่องจากคนไทยมีอาชีพที่เกี่ยวกับการเกษตรกรรม โดยเฉพาะการทำนา ทำไร่ จึงทำให้เกิดภูมิปัญญาที่เกี่ยวกับความเชื่อและพิธีกรรมในการดำรงชีวิตเพื่อแก้ปัญหา หรืออ่อนน้อมเพื่อให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ในการเพาะปลูก และเพื่อเพิ่มผลิตผลทางการเกษตร ดังจะเห็นได้จากพิธีกรรมที่เกี่ยวกับการเกษตรทั่วทุกภูมิภาคของไทย

#### 2.2.4 การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น มีวิธีการถ่ายทอด 2 ลักษณะ คือ

##### 2.2.4.1 การถ่ายทอดให้เด็ก

- (1) การถ่ายทอดทางตรง โดยการอบรมสั่งสอนของพ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยาย
- (2) การถ่ายทอดทางอ้อม โดยการเล่านิทาน การเล่นคำทายปริศนา และการละเล่น

ต่างๆ

##### 2.2.4.2 การถ่ายทอดให้ผู้ใหญ่

(1) การถ่ายทอดทางตรง โดยบอกเล่าในขณะประกอบพิธีกรรมต่างๆ เช่น พิธีบายศรีสู่ขวัญ พิธีแต่งงาน พิธีบวชทำขวัญนาค ฯลฯ หรือเผยแพร่เป็นหนังสือ เอกสาร แผ่นปลิว หรือการประชุมของกำนันผู้ใหญ่บ้าน เป็นต้น

(2) การถ่ายทอดทางอ้อม โดยการแสดงศิลปะพื้นบ้านและการละเล่นกิจกรรมบันเทิงต่างๆ เช่น ลิเกและลำตัดในภาคกลาง มโนราห์และหนังตะลุงของภาคใต้ เป็นต้น ซึ่งจะมีเนื้อหาและคำร้องสอดแทรกความรู้ในขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นและคตินิยม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของภูมิปัญญาท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.5 สาขาภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านวัฒนธรรม 5 สาขา ดังนี้

2.2.5.1 ภูมิปัญญาชาวบ้านด้านการเกษตร เช่น การทำการเกษตรแบบผสมผสาน การแก้ปัญหาการเกษตรด้านการตลาด การแก้ปัญหาด้านการผลิต (เช่น การแก้ไขโรคและแมลง) และรู้จักปรับใช้เทคโนโลยี ฯลฯ

2.2.5.2 ภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การอนุรักษ์ป่าไม้ ต้นน้ำลำธาร การรักษาการถ่ายทอดความรู้ดั้งเดิมเพื่อการอนุรักษ์ เช่น การเคารพแม่น้ำ แผ่นดิน พืชพันธุ์ธัญญาหาร และโบราณสถานโบราณวัตถุ ฯลฯ

2.2.5.3 ภูมิปัญญาชาวบ้านด้านการจัดการ สวัสดิการและธุรกิจชุมชน ได้แก่

(1) กองทุนต่าง ๆ ในชุมชน เช่น สหบาลข้าว (ธนาคารข้าว) สหกรณ์ร้านค้า กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ ฯลฯ

(2) กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเยาวชน ฯลฯ

2.2.5.4 ภูมิปัญญาชาวบ้านด้านการรักษาโรค และการป้องกัน เช่น หมอพื้นบ้าน หมอธรรม และผู้รอบรู้เรื่องสมุนไพร

2.2.5.5 ภูมิปัญญาชาวบ้านด้านการผลิตและการบริโภค เช่น การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรให้สามารถบริโภคได้โดยตรง ได้แก่ การใช้เครื่องมือ และครกตำข้าว การรู้จักประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้แปรรูปผลิตผลเพื่อชะลอการนำเข้าตลาด

## 2.2.6 คุณค่าและความสำคัญของภูมิปัญญาไทย

คุณค่าของภูมิปัญญาไทย ได้แก่ ประโยชน์และความสำคัญของภูมิปัญญา ที่บรรพบุรุษไทยได้สร้างสรรค์และสืบทอดมาอย่างต่อเนื่องจากอดีตสู่ปัจจุบัน ทำให้คนในชาติเกิดความรักและความภาคภูมิใจ ที่จะร่วมแรงร่วมใจสืบสานต่อไปในอนาคต เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถาปัตยกรรม ประเพณีไทย การมีน้ำใจ ศักยภาพในการประสานผลประโยชน์ เป็นต้น ภูมิปัญญาไทยจึงมีคุณค่าและความสำคัญดังนี้

2.2.6.1 ภูมิปัญญาไทยช่วยสร้างชาติให้เป็นปึกแผ่น พระมหากษัตริย์ไทยได้ใช้ภูมิปัญญาในการสร้างชาติ สร้างความเป็นปึกแผ่นให้แก่ประเทศชาติมาโดยตลอด ตั้งแต่สมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราช พระองค์ทรงปกครองประชาชนด้วยพระเมตตาแบบพ่อปกครองลูก สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระองค์ทรงใช้ภูมิปัญญากระทำยุทธหัตถีจนชนะข้าศึกศัตรู และทรงกอบกู้เอกราชของชาติไทยคืนมาได้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลปัจจุบัน พระองค์ทรงใช้ภูมิปัญญาสร้างคุณประโยชน์แก่ประเทศชาติ และเหล่าพสกนิกรมากมายเหลือคณานับ

2.2.6.2 สร้างความภาคภูมิใจ และศักดิ์ศรีเกียรติภูมิแก่คนไทยคนไทยในอดีตที่มีความสามารถปรากฏในประวัติศาสตร์มีมาก เป็นที่ยอมรับของนานาอารยประเทศ เช่น นายขนมต้ม เป็นนักมวยไทยที่มีฝีมือเก่งในการใช้อวัยวะทุกส่วน ทุกท่าของแม่ไม้มวยไทย สามารถชกมวยไทยจนชนะพม่าได้ถึงเก้าคนสิบคนในคราวเดียวกัน ด้านอาหาร อาหารไทยเป็นอาหารที่ปรุงง่าย พืชที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้ท่านไปใช้จะต้องระบุชื่อผู้จัดทำเอกสารไว้ที่หน้ากระดาษทุกครั้ง มิฉะนั้นถือว่าผิดลิขสิทธิ์ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกอบอาหารส่วนใหญ่เป็นพืชสมุนไพร ที่ทำได้ง่ายในท้องถิ่นและราคาถูก มีคุณค่าทางโภชนาการ และยังป้องกันโรคได้หลายโรค เพราะส่วนประกอบส่วนใหญ่เป็นพืชสมุนไพร เช่น ตะไคร้ ขิง ข่า กระชาย ใบมะกรูด ใบโหระพา ใบกะเพรา เป็นต้น

2.2.6.3 สามารถปรับประยุกต์หลักธรรมคำสอนทางศาสนาเข้ากับวิถีชีวิตได้อย่างเหมาะสม คนไทยส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ โดยนำหลักธรรมคำสอนของศาสนามาปรับใช้ในวิถีชีวิตได้อย่างเหมาะสม ทำให้คนไทยเป็นผู้อ่อนน้อมถ่อมตน เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ประณีประนอมรักสงบ ใจเย็น มีความอดทน ให้อภัยแก่ผู้สำนึกผิด ดำรงวิถีชีวิตอย่างเรียบง่ายปกติสุข ทำให้คนในชุมชนพึ่งพากันได้ แม้จะอดอยากเพราะแห้งแล้ง แต่ไม่มีใครอดตาย เพราะพึ่งพาอาศัยกัน แบ่งปันกันแบบ “พริกบ้านเหนือเกลือบ้านใต้” เป็นต้น ทั้งหมดนี้สืบเนื่องมาจากหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา เป็นการใช้ภูมิปัญญาในการนำเอาหลักของพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน

2.2.6.4 สร้างความสมดุลระหว่างคนในสังคมและธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน ภูมิปัญญาไทยมีความเด่นชัดในเรื่องของการยอมรับนับถือ และให้ความสำคัญแก่คน สังคมและธรรมชาติอย่างยิ่ง มีเครื่องชี้ที่แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนมากมาย เช่น ประเพณีไทย 12 เดือนตลอดทั้งปี ล้วนเคารพคุณค่าของธรรมชาติ ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง เป็นต้น

2.2.6.5 เปลี่ยนแปลงปรับปรุงได้ตามยุคสมัย แม้ว่ากาลเวลาจะผ่านไป ความรู้สมัยใหม่จะหลั่งไหลเข้ามา มาก แต่ภูมิปัญญาไทยก็สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับยุคสมัย เช่น การรู้จักนำเครื่องยนต์มาติดตั้งกับเรือ ใส่ใบพัดเป็นหางเสือ ทำให้เรือสามารถแล่นได้เร็วขึ้น เรียกว่า เรือหางยาว การรู้จักทำการเกษตรแบบผสมผสานสามารถพลิกฟื้นคืนธรรมชาติให้อุดมสมบูรณ์แทนสภาพเดิมที่ถูกทำลายไป การรู้จักออมเงิน สะสมทุนให้สมาชิกกู้ยืม ปลดปล่อยหนี้สิน และจัดสวัสดิการแก่สมาชิก จนชุมชนมีความมั่นคง เข้มแข็ง สามารถช่วยตนเองได้หลายร้อยหมู่บ้านทั่วประเทศ

## 2.3 ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน

ความสำคัญของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านมีมาแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน ที่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมทั้งยุคสมัยที่มีการแข่งขันในทุกด้าน แต่ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ยังคงมีอยู่ให้เราได้ศึกษาได้นำมาพัฒนาและได้ใช้งานที่เกิดจากศิลปหัตถกรรมอยู่อย่างต่อเนื่อง ตามความหมายของศิลปหัตถกรรมสามารถกล่าวได้ดังนี้

คำว่า ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน สามารถแยกความหมายของคำว่า ศิลปะ หัตถกรรม และพื้นบ้านได้ตามความหมายดังนี้

ศิลปะ หมายถึง ฝีมือ ฝีมือทางการช่าง การแสดงออกซึ่งอารมณ์สะท้อนใจให้ประจักษ์เห็น โดยเฉพาะ หมายถึง วิจิตรศิลป์ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน.2525 : 738) จากความหมายดังกล่าวยังปรากฏคำอื่น ๆ ที่มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า ศิลปะ อีก เช่น งานช่างศิลป์ มีความหมายเฉพาะเจาะจงถึงผลงานศิลปะที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยช่างฝีมือ หรือคำว่า วิจิตรศิลป์ หมายถึง ศิลปะ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สแกนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทที่มุ่งแสดงออกถึงคุณภาพของภูมิปัญญาช่างและความงามมากกว่าประโยชน์ใช้สอย วิจิตรศิลป์มักใช้เรียกงานช่างไทยประเพณี เช่นจิตรกรรมฝาผนังในพระอุโบสถ พระวิหาร ประติมากรรมหรือรูปเคารพทางศาสนา รวมถึงสถาปัตยกรรมไทยที่เป็นอาคารทางพระพุทธศาสนาและอาคารที่เกี่ยวข้องเนื่องด้วยสถาบันพระมหากษัตริย์ ทั้งนี้ยังครอบคลุมถึงดนตรีและวรรณกรรมด้วย(พจนานุกรมศัพท์ศิลปกรรม. 2550 : 661)

หัตถกรรม หมายถึง กระบวนการผลิตสินค้าด้วยมือ โดยใช้แรงงานคนเป็นปัจจัยในการผลิต ประกอบกับฝีมือที่ประณีต และความชำนาญที่สืบทอดกันมาหลายชั่วคนเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอยและมีความงาม ซึ่งสะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย (กรมศิลปากร. 2523 : 7)

พื้นบ้าน หมายถึง เฉพาะถิ่น มักใช้เข้าคู่กับคำว่าพื้นเมือง เป็นพื้นเมือง พื้นเมือง (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2525 : 601)

จากคำว่า ศิลปะ หัตถกรรม และพื้นบ้าน ที่ให้ความหมายนั้น สามารถที่จะรวมเป็นคำว่า ศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน หมายถึง ผลงานที่แสดงออกทางความงามและเกิดประโยชน์ใช้สอย โดยคนไทยในแต่ละท้องถิ่นสร้างสรรค์ขึ้นด้วยมือ (นฤทธิ วัฒนภู. 2555 : 6)

ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน หมายถึง ศิลปะหัตถกรรมที่เกิดขึ้นจากฝีมือช่างของคนในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง การประดิษฐ์สร้างสรรค์เป็นไปตามเทคนิค และรูปแบบที่ถ่ายทอดกันมาในครอบครัว โดยตรงจากพ่อ แม่ ปู่ย่า ตายาย โดยมีจุดประสงค์หลัก คือทำขึ้นเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน (กัลยกร จันทรสชา. 2553 : 6)

เกี่ยวกับความหมายของ ศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้านนั้น ยังปรากฏคำอื่นที่มีความหมายสอดคล้องไปในทางเดียวกัน ได้แก่

ศิลปะพื้นบ้าน (Folk art) หมายถึงผลงานศิลปะที่ชาวบ้านหรือคนในกลุ่มชนแต่ละพื้นถิ่น ประดิษฐ์สร้างขึ้นตามความจำเป็นและความรู้สึกนึกคิดของตนเพื่อตอบสนองความต้องการในด้านการดำรงชีพ และความต้องการคุณค่าด้านความงาม ผลงานศิลปะพื้นบ้าน() หรือศิลปะพื้นถิ่น() และหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งมีลักษณะเป็นงานช่างฝีมือหรือช่างศิลป์ และอาจเรียกว่าเป็นงานศิลปหัตถกรรม () ทั้งนี้เพราะศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน มีลักษณะที่ผสมผสานด้วยคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย และคุณค่าด้านการเห็นแล้วแต่จะมีความโน้มเอียงไปทางด้านใดมากน้อยเพียงใด(นฤทธิ วัฒนภู. 2555 : 7)

ศิลปะพื้นบ้าน ตามความหมายอีกด้านหนึ่ง คืองานประณีตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือผลงานศิลปะที่ช่างในท้องถิ่นได้ประดิษฐ์คิดทำขึ้นตามความเห็นดีเห็นงามของตนเองเพื่อประโยชน์ใช้สอยโดยได้รับอิทธิพลจากสภาพธรรมชาติ สิทธิความเชื่อ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนสภาพความเป็นอยู่ของสังคม (วัฒนนะ จุฑะวิภาต. 2552 : 11)

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน หมายถึง สิ่งของที่ประกอบด้วยแนวความคิดที่แสดงออกถึงความงาม ที่มีการถ่ายทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีลักษณะเด่นตามพื้นบ้านแหล่งนั้นๆ และยังมีความหมายสอดคล้องกับศิลปะพื้นบ้าน (Folk art) ที่มีความงดงามและประโยชน์ใช้สอยตามท้องถิ่นนั้นๆ

### 2.3.1 ลักษณะหัตถกรรมพื้นบ้าน

หัตถกรรมพื้นบ้านสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะได้แก่

ลักษณะที่ 1 เป็นงานหัตถกรรมที่ชาวบ้านสร้างขึ้นมาเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวันของตนเอง ส่วนใหญ่เป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องเล่น เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องนุ่งห่ม

ลักษณะที่ 2 เป็นงานหัตถกรรมที่ชาวบ้านสร้างขึ้นสำหรับใช้กับบุคคลอีกระดับหนึ่ง ได้แก่ พระมหากษัตริย์ ข้าราชการ ขุนนาง ส่วนใหญ่เป็นเครื่องราชูปโภค สำหรับใช้ในงานพิธีการสำคัญ

ลักษณะที่ 3 เป็นงานหัตถกรรมที่ชาวบ้านสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ประกอบพิธีกรรมตามจารีตประเพณี และในพระพุทธศาสนาซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นเครื่องใช้ไม้สอยในวัด เครื่องตกแต่งโบสถ์วิหาร เช่นพระพุทธรูป ตู้พระไตรปิฎก ธรรมาสน์ ระฆัง ใบเสมา ลูกนิมิต รวมทั้งศาลพระภูมิที่สร้างไว้เคารพบูชาในบริเวณบ้านด้วย

จากลักษณะหัตถกรรมพื้นฐานดังกล่าว เมื่อมนุษย์มีความเจริญรุ่งเรืองทางความคิดมากขึ้น และประดิษฐ์คิดค้นสร้างสรรค์งานได้ระยะหนึ่งจนเกิดความรู้สั่งสม มีการปรับตัวให้เข้ากับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมรอบตัวมากขึ้น รูปแบบการแสดงออกทางศิลปะก็มีการพัฒนาขึ้นเป็นเงาตามตัว แทนที่จะสร้างขึ้นไว้ใช้ประโยชน์หรือปัญหาในชีวิตเพียงอย่างเดียว การออกแบบทางศิลปะจึงแสดงออกมาในรูปและลักษณะทางศิลปหัตถกรรมวัตถุประเภทต่างๆ(นฤทธิ วัฒนภู. 2555 : 10) ดังนั้นการร่วมตัวของกลุ่มคนในแต่ละท้องถิ่น พื้นถิ่น ย่อมมีความแตกต่างกันในบริบทของการเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ สิ่งที่เราได้ในท้องถิ่นนั้นๆ และยักรวมถึงความเชื่อ ประเพณีนิยม การสืบทอดกันมา ความต่างต่างนั้นมีสาเหตุดังนี้

#### (1) ความจำเป็นทางประโยชน์ใช้สอย

มนุษย์เมื่ออยู่ร่วมกันเป็นสังคม ย่อมต้องมีหน้าที่และอาชีพการงานตามแต่ถนัด ความจำเป็นในการใช้สอยสิ่งของต่างๆ จึงมีความแตกต่างกันด้วย เช่น พื้นที่บางแห่งอยู่ใกล้แหล่งน้ำ ก็จำเป็นต้องประกอบอาชีพประมงหรือจับสัตว์น้ำไว้เลี้ยงชีพ เครื่องมือที่ใช้ในการจับสัตว์น้ำจึงถือกำเนิดขึ้น ต่างกับพื้นที่บางแห่ง เป็นภูเขา อาชีพของคนที่นี่ที่ทำได้ คือ การหาของป่า ก็ต้องใช้เครื่องมือที่ต่างจากการจับสัตว์น้ำโดยสิ้นเชิง

#### (2) วัสดุหรือวัตถุดิบ

ในการสร้างสรรค์วัตถุหรือเครื่องมือสิ่งใดไว้ใช้สอยนั้น สิ่งสำคัญที่สุดคือวัสดุหรือวัตถุดิบหากขาดสิ่งเหล่านี้ย่อมไม่สามารถสร้างสิ่งต่างๆได้ สภาพภูมิศาสตร์ในแต่ละพื้นที่ส่งผลต่อความต่างในวัตถุดิบ เช่น ภาคเหนือ มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยป่าไม้นานาชนิด จึงนำไม้นั้นมาใช้ประโยชน์ในรูปแบบงานที่หลากหลาย ได้แก่ การปลูกบ้านเรือนอยู่อาศัยหรือสร้างศาสนสถาน โดยนำไม้มาแกะสลักเป็นงานประดับตกแต่ง เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ช่างทางภาคเหนือมีความชำนาญและมีฝีมือทางการแกะสลักไม้เป็นที่ยอมรับโดยทั่ว ส่วนทางภาคตะวันออก เช่น ที่จังหวัดจันทบุรี มีต้นกกขึ้นอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์เพื่อการศึกษาค้นคว้า เมื่อผู้ใดเห็นเป็นประโยชน์ในการนำ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตามแหล่งน้ำจำนวนมาก ก็นำวัตถุติดงอมาดัดแปลง คิดค้นและสร้างสรรค์เป็นเครื่องปลูก มีรูปแบบลวดลายที่หลากหลาย ที่มีชื่อเสียงอย่างมากคือ เสื่อจันทบูร เป็นต้น

### (3) รสนิยมตกทอด (Traditional Taste)

เป็นความนิยมชมชอบทางรูปแบบความงามลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่ถูกปลูกฝังติดตัวมาตามสายเลือดของกลุ่มคนแต่ละแห่ง ถึงแม้ความนิยมดังกล่าวอาจจะถูกอบรมสั่งสอนต่อกันมา แต่ความชื่นชอบความงามนั้นก็ยังมีขอบเขตจำกัดอยู่ในกลุ่มชนเดียวกันเท่านั้น ที่เห็นได้ชัดเจนคงเป็นตัวอย่างความนิยมเรื่องสีของกลุ่มเชื้อสายต่างๆ เช่น ชาวจีนนิยมสีแดง จะคิดประดิษฐ์สิ่งใดล้วนใช้สีแดงเป็นหลัก ทั้งปลูกฝังว่าสีดังกล่าวเป็นมงคลมักนิยมสืบทอดต่อกันมา จนบางครั้ง คนรุ่นหลังก็ไม่ทราบถึงต้นสายปลายเหตุแห่งรสนิยมนั้น เป็นต้น อีกตัวอย่างหนึ่งคือ ผ้าทอพื้นเมืองในแต่ละท้องถิ่น ก็แสดงถึงรสนิยมที่แตกต่างออกไป เช่น ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นิยมทอผ้าให้มีสีสันฉูดฉาดสดใส เนื่องจากภูมิภาคดังกล่าวมีความแห้งแล้ง แสงสว่างจัดส่วนผ้าทอพุมเรียงหรือผ้าทอเกาะยอ จะมีสีสันค่อนข้างทึบ ดูสงบเคร่งขรึมกว่าผ้าทอในพื้นที่อื่นๆ

### (4) สังคมและขนบธรรมเนียมประเพณี

มนุษย์เมื่อมาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเกิดเป็นสังคมขึ้น มีปฏิสัมพันธ์สร้างกิจกรรมร่วมกัน ถ้อยทีถ้อยอาศัยกันมีความเป็นกันเองเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน รวมทั้งคอยดูแลรักษาชาติแวดล้อม ในฐานะผู้มีความประโยชน์แก่ผู้คนมาช้านาน เมื่อเกิดปัญหามีภัยคุกคามจากธรรมชาติ จึงคิดหาทุกวิถีทางแก้ไข ปัญหา หรือผ่อนคลายเป็นบางลงทั้งทางกายและจิตใจ เช่น พื้นที่ใกล้แหล่งน้ำจะเกิดความเชื่อว่า มีพระแม่คงคา คอยดูแลรักษา ได้ดลบันดาลให้เกิดความปกติสุข ประทานให้มีความอุดมสมบูรณ์ มีสัตว์น้ำให้เป็นอาหาร มีน้ำที่สะอาดได้ดื่มได้อาบ ดังนั้นจึงเกิดประเพณีลอยกระทงขึ้น เพื่อแสดงถึงการขอขมาและขอบคุณ พระแม่คงคา จึงเกิดการประดิษฐ์กระทงในรูปแบบต่างๆ โดยใช้วัตถุที่หาง่ายและมีปริมาณมากในท้องถิ่น ไว้สนองความต้องการของประเพณีตามความคิดความเชื่อของสังคม งานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านจึงถือกำเนิดขึ้นและพัฒนาเป็นลำดับ

### (5) คติความเชื่อ

ความเชื่อเกิดขึ้นกับมนุษย์ทุกคน เป็นนามธรรมที่แฝงอยู่ในจิตใจ แต่การแสดงออกทางรูปแบบพฤติกรรมต่างๆมาเป็นรูปธรรม จึงสามารถล่วงรู้ได้ว่าสังคมแต่ละพื้นที่มีความคิดความเชื่ออย่างไร ตัวอย่างเช่น เชื่อว่าบ้านเรือนที่เราอาศัยอยู่นั้นมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือเทวดา เจ้าที่เจ้าทางคอยปกป้องรักษา เมื่อความคิดเช่นนี้เกิดขึ้น จึงผลักดันให้แสดงออกมา คือสร้างศาลพระภูมิ เจ้าที่ เพื่ออุทิศโลกนี้ให้เทพยดาสิงสถิตอยู่ในศาลแห่งนั้น และช่วยกลบั่นดาลสิ่งดีงามให้แก่เจ้าของบ้าน รูปแบบของศาลพระภูมิเจ้าที่ จะออกมาในรูปแบบใดนั้น ก็เป็นผลเกิดจากแนวความคิดความเชื่อด้วยเช่นกัน กล่าวคือ หากเชื่อว่าพระภูมิเป็นเทวดามีศักดิ์ศรีหรือฐานันดรสูงกว่าเจ้าที่ก็สร้างให้ศาลพระภูมิมีลักษณะปราสาท มีเสาเดี่ยวประดู่จำลองลอยอยู่บนสวรรค์ ส่วนศาลเจ้าที่ก็สร้างเป็นบ้านมีสี่เสา ลักษณะคงเหมือนกับบ้านเรือนไทยประจำถิ่นนั้นๆ ระดับการจัดวางมีส่วนแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างทางฐานันดร เช่น ศาลพระภูมิต้องมีระดับความสูงมากกว่าศาลเจ้าที่ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คติความเชื่อในแต่ละชุมชน ท้องถิ่นมีความแตกต่าง หรืออาจจะคล้ายคลึงกันตามการสืบทอดกันมาแต่โบราณกาล จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นอีกแหล่งชุมชนที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน คติความเชื่อจึงมีมาแต่อดีตกาลและสืบทอดกันมาจวบจนปัจจุบัน เช่น คติความเชื่อของชาวอำเภอพนมสารคามในงานบุญข้าวหลาม ซึ่งมีการจัดทุกปีช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่ง เป็นวันวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายลาวที่เข้ามาปลักหลักอยู่ในอำเภอพนมสารคาม งานบุญข้าวหลามเป็นการทำบุญด้วยข้าวหลามและขนมจีน หรือข้าวปุ้นกับน้ำยาป่า หมายถึงน้ำยาที่ไม่ใส่กะทิ แต่ใส่ปลาร้า โดยจะทำกันในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี ที่กำหนดเอาวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 เป็นวันงานบุญก็เนื่องจากเป็นช่วงที่ชาวบ้านซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพทำนาเสร็จ จากการเกี่ยวข้าว จึงถือโอกาสนำข้าวที่ได้มาทำเป็นข้าวหลามและขนมจีน เพื่อทำบุญเป็นสิริมงคลแก่ตนเองและครอบครัว คติความเชื่อดังกล่าวยังพบอีกให้อำเภอแปลงยาว ซึ่งมีความเชื่อที่คล้ายคลึงกัน โดยเป็นประเพณีที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษซึ่งอพยพมาจากเวียงจันทน์ สมัยรัชกาลที่ 3 ซึ่งเรียกตัวเองว่า "ชาวลาวเวียง" การเผาข้าวหลามจะทำในวันขึ้น 14 ค่ำ เดือน 3 ซึ่งในวันดังกล่าวจะมีการละเล่นของชาวบ้านด้วย พอวันรุ่งขึ้น คือ วันขึ้น 15 ค่ำ ชาวบ้านจำพากันขึ้นเขาไปนมัสการรอยพระพุทธรูปบาทจำลองบนเขาตงยางพร้อมก็นำข้าวหลามไปถวายแด่พระสงฆ์ และเป็นเสบียง ระหว่างเดินทางขึ้นเขา ปัจจุบันเป็นงานประจำปีของอำเภอแปลงยาวที่จัดร่วมกับสภาวัฒนธรรมอำเภอ จัดขึ้นทุกปี



ภาพที่ 2.5 ประเพณีขึ้นเขาเผาข้าวหลาม และบุญข้าวหลาม อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา  
ที่มา : พัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา (2556)

#### (6) สภาพแวดล้อม

สภาพแวดล้อมมีส่วนสำคัญและส่งผลโดยตรงต่อรูปแบบของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านแต่ละพื้นที่ ซึ่งต้องอยู่บนเขตละติจูด ลองติจูด ระดับความสูงต่ำที่แตกต่างกัน บางแห่งเป็นที่ราบสูง บางแห่งมีเส้นทางน้ำ เช่น รูปแบบบ้านเรือนไทยในเขตภาคกลางที่มีอากาศค่อนข้างร้อน จึงออกแบบยกได้ถุนสูง เพื่อระบายลมได้ดี ฉะนั้นเจาะช่องหน้าต่างมากและมีขนาดใหญ่ จะได้รับลมได้สะดวก ส่วนไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคเหนือมีสภาพภูมิอากาศหนาวเย็น ลมแรง การออกแบบที่อยู่อาศัยจึงมีรูปแบบที่แตกต่างกับภาคกลาง สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ปรากฏในรูปแบบของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมนั่นเอง

การดำรงวิถีชีวิตของมนุษย์ย่อมมีการปรับเปลี่ยน ปรับปรุง ดัดแปลง เพื่อให้เข้ากับสังคมท้องถิ่น ชุมชน ภูมิภาค ที่ตั้งถิ่นฐานกันอยู่ ด้านงานศิลปหัตถกรรมก็เช่นเดียวกัน มีการนำเอาแนวคิดต่างๆ มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดงานขึ้นในชุมชน ท้องถิ่น ซึ่งก็จะนำมาประยุกต์ เพื่อเป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ ต่างๆสำหรับการดำรงชีพ

## 2.4 หลักการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถแยกความหมายของคำว่า การออกแบบ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้ดังนี้

การออกแบบหมายถึง การใช้ความคิดในการเลือกใช้วัสดุ เพื่อสร้างสรรค์งานศิลปะให้มีหน้าที่ใช้สอยตามความต้องการ ทั้งในด้านอรรถประโยชน์ และความงามในรูปร่างลักษณะตลอดทั้งรูปทรง

อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2549 : 2) กล่าวว่า การออกแบบ เป็นกระบวนการคิดค้นข่าวสารข้ามสาขาซึ่งมนุษย์ค้นหา และรวบรวมเพื่อความพึงพอใจให้ตนเอง และเพื่อสนองความต้องการของผู้อื่น เป็นการรวบรวมข้อมูลความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีมนุษย์ได้ออกแบบขึ้นมา

มาโนช กงกะนันท์ (2549 : 44) กล่าวว่า การออกแบบเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ประเภทหนึ่งของมนุษย์ โดยมีทัศนธาตุ และลักษณะของทัศนธาตุเป็นองค์ประกอบ ใช้ทฤษฎีต่างๆ เป็นแนวทาง และใช้วัสดุ นานาชนิดเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ โดยที่นักออกแบบจะต้องมีขั้นตอนในการปฏิบัติงานตลอดจนกระบวนการสร้างสรรค์

จากความหมายและคำจำกัดความว่า การออกแบบ พอที่จะสรุปได้ว่า การออกแบบเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ ที่ใช้ทั้งศิลปประยุกต์กับวิทยาศาสตร์เพื่อนำผลของการออกแบบนั้น มาสร้างเป็นเครื่องมือ อุปกรณ์ หรืออื่นๆที่เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการขายสินค้า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม เพราะผู้ซื้อมักจะไม่ชอบความจำเจ การพัฒนาคุณภาพสินค้าหัตถกรรมแต่ละชนิด ย่อมจะมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะตัวสินค้า เช่น สินค้าที่มีประโยชน์ทางการใช้สอย นอกจากจะต้องมีรูปแบบใหม่สวยงามแล้ว จะต้องมีความคงทนด้วย ส่วนสินค้าที่เป็นของที่ระลึกก็จะต้องเน้นถึงวัสดุใช้สอยในท้องถิ่นนั้นๆ ให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสิ่งที่ขาดไม่ได้คือ ความประณีต พิถีพิถันในการผลิต ส่วนสินค้าประเภทที่ใช้ในด้านการตกแต่งและเครื่องประดับชนิดต่างๆ จะต้องเน้นทั้งในด้านความงดงามของศิลปะและรูปแบบ ซึ่งจะต้องเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม นอกจากการพัฒนาแบบให้มีความแปลกใหม่แล้ว สิ่งที่ต้องทำอย่างยิ่งคือ การนำเอาเทคนิคเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิตสมัยใหม่รวมทั้งเครื่องมือสมัยใหม่เข้ามาช่วย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีและต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงจนเกินไป

#### 2.4.1 หลักการของการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ทั้งผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ย่อมต้องมีหลักพื้นฐานเบื้องต้นในการบวนการออกแบบ ที่นักออกแบบต้องคำนึงถึง และปัจจัยใดที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับหลักการเบื้องต้น

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่นักออกแบบต้องพิจารณามี 12 ประการดังนี้  
(อุดมศักดิ์ สาริบุตร. 2549 : 10-12)

2.4.1.1 หน้าที่ใช้สอย (Function) การออกแบบเหมาะสมกับการใช้งาน สามารถทำหน้าที่ได้ตามวัตถุประสงค์จะต้องเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย และการใช้งาน

2.4.1.2 ความปลอดภัย (Safety) ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้และผู้เกี่ยวข้องด้วย ความปลอดภัยทั้งการใช้งานและหลักการใช้งาน ไม่สร้างมลพิษให้กับสังคมโลก นักออกแบบต้องคำนึงถึงการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และไม่ทำให้เกิดความเสียหายโดยรวม

2.4.1.3 ความแข็งแรง ทนทาน (Durability) ต้องตอบสนองต่อหน้าที่ได้เป็นเวลานานตามที่กำหนดไว้ในคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้นๆ คือสิ่งที่สร้างต้องแข็งแรง ทนทาน ระบบกลไก ระบบไฟฟ้า วัสดุ และอุปกรณ์ที่เลือกต้องดี

2.4.1.4 ความประหยัด (Economic) สามารถที่จะผลิตได้ในระบบเศรษฐศาสตร์ หมายความว่า จะต้องใช้วัสดุอย่างประหยัด และเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับงานโดยที่ราคาไม่แพงมาก และสามารถที่จะผลิตได้ง่าย

2.4.1.5 วัสดุ (Material) ต้องเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับงาน มีความทนทาน และประหยัด เช่นโลหะแต่ละชนิดมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ต่างกัน มีความสวยงามในตัวเอง ได้แก่ ทองแดง ทองเหลือง สแตนเลส และอลูมิเนียม ก่อนการนำโลหะมาใช้ต้องมีความเข้าใจวิธีการ ขึ้นรูป คุณสมบัติ ต่างๆของตัวโลหะนั้นๆอย่างดี

2.4.1.6 โครงสร้าง (Construction) ด้านโครงสร้างของงาน อาทิงงานเฟอร์นิเจอร์ วิธีการทำโครงสร้างของเฟอร์นิเจอร์แต่ละชนิดควรทำให้เหมาะสมกับงาน มีความทนทาน ประหยัดและใช้วัสดุที่เหมาะสม

2.4.1.7 ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomic) หมายถึง ต้องคำนึงถึงสัดส่วนที่เหมาะสมกับการใช้งาน ขนาดความสูง และการออกแบบนี้เป็นอมตะ

2.4.1.8 ความสวยงาม (Aesthetic) เมื่อมันมีรูปร่างและขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน ขนาด ความสูง กว้าง ยาว และขีดจำกัดของการประกอบการออกแบบ

2.4.1.9 มีลักษณะเฉพาะ (Personality) อาจจะได้คะแนนสูงในเรื่องของคุณภาพ แต่จริงๆแล้วยังขาดในเรื่องลักษณะเฉพาะของมัน การมีลักษณะเฉพาะจะมีความรู้สึกกับนักออกแบบที่เขาได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำการออกแบบขึ้นมาด้วยตัวเอง มีลักษณะเป็นอิสระเพื่อจะได้แสดงว่า นักออกแบบได้วิเคราะห์ปัญหาอย่างจริงจัง ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณภาพของงาน ถ้าขาดคุณสมบัตินี้แล้ว

2.4.1.10 กรรมวิธีการผลิต (Production) เมื่อทำการออกแบบแล้ว สามารถจะทำการผลิตได้ง่าย การผลิตที่ทำในโรงปฏิบัติงานโลหะแต่ละชิ้นส่วน ควรรวมเข้าด้วยกันได้อย่างดี

2.4.1.11 การซ่อมบำรุง (Esay of Maintenance) เมื่อนำไปใช้งานและได้รับความเสียหายควรที่จะสามารถแก้ไขหรือซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายค่าบำรุงรักษาและการสืบท่อต่ำ

2.4.1.12 การขนส่ง (Transportation) นักออกแบบต้องคำนึงถึงความปลอดภัย ค่าขนส่งจะขนส่งสะดวก ในเส้นทางไหน ทางบก ทางเรือ หรือทางรถไฟ เป็นต้น

จากหลักการที่กล่าวมานั้น นักออกแบบจะต้องคำนึงเสมอ ในขั้นตอนการออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ การมองถึงข้อกำหนดของตัววัสดุ กรรมวิธีการผลิต หน้าที่ของผลิตภัณฑ์ ก็จะทำให้ นักออกแบบสามารถที่จะสร้างสรรค์งานได้อย่างดี

## 2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการแสวงหาความคิดใหม่ ๆ คัดเลือกความคิดที่เหมาะสม คำนวณทดลองผลิตการทดสอบตลาด และการวางแผนการจัดจำหน่าย (ธีระชัย สุขสุด.2544:96-97) โดยแบ่งขั้นตอนในการกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไว้ 7 ขั้นตอน คือ

2.4.2.1 แสวงหาความคิดใหม่ ด้วยการเสาะแสวงหาความคิดแปลกๆ ใหม่ๆภายใต้ขอบเขตของวัตถุประสงค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการ จะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นนวัตกรรม หรือขยายปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์เดิมหรือต้องการเลียนแบบผลิตภัณฑ์รายอื่น

2.4.2.2 คัดเลือกความคิด ต้องมีการกลั่นกรองคัดเลือกความคิดที่เหมาะสมที่กิจการจะนำไปเป็นผลิตภัณฑ์

2.4.2.3 พัฒนาและทดสอบแนวความคิด เป็นการนำแนวคิดที่ได้รับการคัดเลือกมาพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์หนึ่งสามารถแปลความแตกต่างกันไปสู่ตัวตนของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันได้หลายรูปแบบ

2.4.2.4 วิเคราะห์เชิงธุรกิจ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริหารจะตัดสินใจว่าจะล้มเลิกหรือเดินหน้าผลิตออกจำหน่าย คือการวิเคราะห์ความสามารถในการสร้างผลตอบแทนหรือกำไรให้แก่กิจการ

2.4.2.4 พัฒนาผลิตภัณฑ์ หลังจากวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์แล้ว ว่าผลิตภัณฑ์คุ้มค่าแก่การลงทุน และมีความเหมาะสมในเชิงธุรกิจ จะทำการลงทุนเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด

2.4.2.5 ทดสอบตลาด เป็นการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ไปทดสอบเพื่อศึกษาปฏิกิริยาของผู้บริโภค ก่อนการผลิตเป็นจำนวนมาก

2.4.2.6 วางตลาดผลิตภัณฑ์ เป็นการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดจริงๆ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างสินค้าขึ้นมาจำลองแบบทุกอย่างเหมือนของจริง ซึ่งมี 3 ขั้นตอน คือ (นิรัช สุขสังข์. 2548:46)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1) การพัฒนาขั้นมูลฐาน (Prototype development) เป็นหน้าที่ของแผนวิจัยและพัฒนา ซึ่งจะจำลองแบบผลิตภัณฑ์ออกมาหนึ่งแบบหรือมากกว่าขึ้นไป

(2) การทดสอบหน้าที่ของผลิตภัณฑ์ (Function test) การทดสอบหน้าที่เพื่อที่จะได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ปลอดภัย อาหารจะต้องอร่อย สะอาดและปลอดภัย ยาต้องฆ่าเชื้อโรคได้ เป็นต้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จะต้องผ่านการทดลองในห้องปฏิบัติการก่อนทุกครั้ง

(3) การทดสอบผู้บริโภค (Consumer test) อาจทำได้หลายกรณี คือ การนำผู้บริโภคไปทดสอบในห้องปฏิบัติการใช้ตัวอย่างสินค้าทดสอบ โดยการแจกผลิตภัณฑ์ให้ผู้ทดลองใช้ ผลิตภัณฑ์บางชนิดแจกผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคทดลองใช้โดยมีข้อแลกเปลี่ยน คือ เจ้าของบ้านต้องรายงานความชอบ และข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ทุกระยะ

### 2.4.3 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้รวมการวิจัยเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย กระบวนการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์กิจกรรมของการออกแบบ ด้วยวิธีการศึกษาและพัฒนาสำรวจทดลอง เพื่อที่จะนำผลการวิจัยมาปรับผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมและเป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น (นิรัช สุตสังข์.2548:5) โดยมีขั้นตอนในการวิจัยเชิงพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังนี้

2.4.3.1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นการทบทวนแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่ผ่านมา

2.4.3.2 การวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่

2.4.3.3 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการเตรียมวัสดุที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนนี้มักจะผ่านผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านประเมินและให้คำแนะนำในการปรับปรุงก่อนนำไปทดลองใช้อย่างน้อย 3-5 คน

2.4.3.4 การทดลองใช้กลุ่มเล็กเป็นการทดลองเบื้องต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมผลการประเมินเชิงคุณภาพเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ มักนิยมใช้ทดลองในกลุ่มผู้บริโภค 5-10 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตสัมภาษณ์ สอบถาม แล้วนำข้อมูลไปวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์

2.4.3.5 การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เป็นการทบทวนปรับปรุงผลิตภัณฑ์ อันเนื่องมาจากผลการทดลองในกลุ่มเล็ก เพื่อนำไปใช้ในการทดลองกลุ่มใหญ่ต่อไป

2.4.3.6 การทดลองใช้กับกลุ่มใหญ่ เป็นการนำผลิตภัณฑ์ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างประมาณ 30-100 คนหรือตามอัตราส่วนของประชากรที่เหมาะสมตามทฤษฎี โดยการสุ่มตัวอย่างก่อนทดสอบ และหลังการใช้ผลิตภัณฑ์ แล้วนำผลการประเมินเปรียบเทียบตามวัตถุประสงค์

2.4.3.7 การแก้ไขปรับปรุง อันเนื่องมาจากผลการประเมินจากการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.8 การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ และการจัดเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ เช่นการนำเสนอในการประชุมวิชาการ การตีพิมพ์ในวารวิชาการ หรือวิชาชีพ การยื่นจดสิทธิบัตร ตลอดจนให้มีหน่วยจัดการเผยแพร่ และควบคุมคุณภาพการใช้ผลิตภัณฑ์

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยมีแนวคิดในการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณค่าในด้านต่างๆ โดยประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัสดุอื่น เข้ามาเสริมเพื่อมีความแปลกใหม่มากขึ้น

#### 2.4.4 ความคิดสร้างสรรค์กับงานออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งที่มีอยู่แล้วนำมาพัฒนา หรืออาจจะนำมาปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่โดยอาจจะไม่เหลือรูปแบบเดิมเลยก็เป็นได้ การออกแบบและพัฒนา นั้น นักออกแบบจำเป็นต้องหาแนวทาง แนวคิดที่สร้างสรรค์เพื่อให้งานนั้นตรงตามที่ นักออกแบบต้องการ และที่สำคัญการตลาดเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นๆด้วยเสมอ

ความคิดสร้างสรรค์ คือความสามารถของบุคคลในการคิดสร้างแปลกๆ ใหม่ๆ โดยสิ่งเร้า และประสบการณ์เดิมเป็นองค์ประกอบและธรรมชาติของความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นความสามารถที่มีอยู่ในตัวบุคคล สามารถพัฒนาขึ้นได้โดยจัดสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสม ยั่วยุ กระตุ้น และให้ผู้เรียนมีอิสระในการแสดงออก ในทางตรงกันข้าม การสร้างสรรค์อาจจะหยุดชะงักลงได้ ถ้าผู้เรียนอยู่ในภาวะที่จำกัด หรือถูกระงับ ครูต้องมีความรู้ ความเข้าใจในการที่จะส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และการแสดงออกของเด็กได้อย่างถูกต้องซึ่งลักษณะของคนที่มีความคิดสร้างสรรค์นั้นย่อมมีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาได้หลายด้าน มีความอดทน เป็นตัวเอง ชอบคิดสิ่งแปลกใหม่ ไม่ชอบลอกเลียนแบบ และมีความยืดหยุ่นในการคิด (ประทีน มหาพันธ์. 2531:179) อ่างใน นิรัช สุดสังข์ 2548 : 82

##### 2.4.4.1 กระบวนการความคิดสร้างสรรค์

ลักษณะกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง วิธีการคิดหรือกระบวนการทำงานของสมองอย่างมีขั้นตอน ตลอดจนคิดแก้ปัญหาได้สำเร็จซึ่งเป็นกระบวนการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ หรือเรียกว่า กระบวนการการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creative problem solving) มีหลายแนวความคิด มีขั้นตอน ดังนี้ (Torrance, 1962) อ่างใน นิรัช สุดสังข์, 2548 : 82-83

(1) การรู้และความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถของสมองในการเข้าใจสิ่งต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

(2) การจำ คือความสามารถของสมองในการสะสมข้อมูลต่างๆ ที่ได้เรียนรู้มา และสามารถระลึกออกมาได้ตามที่ต้องการ

(3) การคิดแบบอนกนัย หมายถึง ความสามารถของสมองในการตอบสนองได้หลายๆ อย่างจากสิ่งเร้าที่กำหนดให้โดยไม่จำกัดจำนวนคำตอบ

(4) การคิดแบบเอกนัย หมายถึง ความสามารถของสมองในการให้ตอบสนองที่ถูกต้อง และดีที่สุดจากข้อมูลที่กำหนดให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(5) การประเมินค่า หมายถึง ความสามารถของสมองในการตัดสินใจที่กำหนดยุทธศาสตร์ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้

สำหรับการคิดแบบอเนกนัยจัดว่าเป็นความคิดสร้างสรรค์ซึ่งหมายถึงความสามารถของบุคคลที่ใช้ในการแก้ปัญหาเป็นการคิดที่ก่อให้เกิดสิ่งต่างๆ ใหม่ๆ เป็นความสามารถของบุคคลที่จะประยุกต์ใช้กับงานหลายๆ ชนิด ซึ่งประกอบด้วยลักษณะดังนี้

1. ความคิดริเริ่ม
2. ความคล่องในการคิด
3. ความยืดหยุ่นในการคิด
4. ความคิดละเอียดลออ

## 2.5 แนวคิดและหลักการผลิตภัณฑ์ชุมชน

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่เป็นขบวนการสร้างรายได้จากการผลิตภายในแต่ละหมู่บ้าน เป็นแนวคิดที่สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีกิจกรรมการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับตามความต้องการของตลาดสากล โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self – Reliance) เป็นหลัก ผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ ดูแล อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยน การเรียนรู้ เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขาย ที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก หลักการพื้นฐาน 3 ข้อ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local get Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance – Category) ทำตามฝันให้เป็นจริงด้วยระบบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พุ่มพักประชาชนให้สู้ด้วยความท้าทาย และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

### 2.5.1 การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ ด้วยการส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน จนถึงขั้นได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดของแต่ละมาตรฐาน นั้น ๆ อันได้แก่ มาตรฐาน ออย. มาตรฐาน มอก. มาตรฐาน มผช. รหัสสากลและมาตรฐานอื่น ๆ เช่น ลิขสิทธิ์ทางปัญญา เครื่องหมายรับรองของสถาบันวิจัยจุฬาภรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องหมายเลขที่จัดแจ้งของศูนย์วิจัยการแพทย์ เกียรติบัตร ฯลฯ แนวทางสำคัญในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ มี 4 ด้าน คือ

2.5.1.1 ด้านปัจจัยการผลิต มุ่งส่งเสริมให้ผู้ผลิตเลือกใช้ปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพในท้องถิ่น การปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต พัฒนาประสิทธิภาพ ทักษะฝีมือ แรงงานการผลิต

2.5.1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การแปรรูปและการบรรจุหีบห่อให้ถึงระดับที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงาน การมีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน

2.5.1.3 การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนการผลิตและแปรรูปภายใต้แนวทางการพัฒนาแบบยั่งยืน สอดคล้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อประหยัดพลังงาน

2.5.1.4 การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต ให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ในเรื่องการพัฒนาการผลิต และแปรรูป การตลาด การบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นการสร้างรากฐานการผลิตของประเทศไทยให้เข้มแข็งและยั่งยืน

## 2.5.2 ลักษณะที่ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการ

ลักษณะผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่ลูกค้าต้องการ ผู้ผลิตสินค้าต้องให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการผลิตต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกตลอดจนการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าให้โดดเด่นและสวยงาม ดังนี้

2.5.2.1 การออกแบบสินค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

2.5.2.2 ความคุ้มค่าลูกค้าจะซื้อในสิ่งที่คุ้มค่ามีความเหมาะสมกับราคา

2.5.2.3 ความปลอดภัยของสินค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่ง ซึ่งต้องรับประกันได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมีความปลอดภัยที่จะนำมาใช้ประโยชน์

2.5.2.4 ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ แต่ไม่ควรทำให้ผลิตภัณฑ์ราคาสูงเกินไป จนกลุ่มเป้าหมายไม่สามารถซื้อได้

## 2.5.3 มาตรฐานผลิตภัณฑ์

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่จะเป็นลูกค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน มีการขยายตัวมากขึ้นสิ่งที่จะดึงดูดลูกค้าให้หันมาสนใจและยอมรับที่จะให้สินค้าชุมชน ที่มีโอกาสให้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์น้อยกว่าสินค้าที่ผลิตโดยโรงงานหรือโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งมีต้นทุนสูงในการทำโฆษณา ฉะนั้น สินค้าชุมชนจะได้รับการยอมรับได้ก็ต้องอาศัยความมีมาตรฐานที่ผู้บริโภคจะยอมรับได้ การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด แต่ละประเภท มีความจำเป็นที่ควรจะได้รับมาตรฐานแตกต่างกันไป ตามคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ได้แก่ อย. มอก. มผช. รหัสสากล และฮาลาล เป็นต้น

โดยสรุป โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางหนึ่งในการเสริมสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือการจัดการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง สามารถสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยการส่งเสริมให้ชุมชนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทรัพยากรให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

## 2.5.4 ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

### 2.5.4.1 ของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึก นึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองสิ่งเร้า ซึ่งอาจสังเกตเห็นได้โดยตรงหรือทางอ้อม บางลักษณะอาจสังเกตได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือช่วยหรือต้องใช้เครื่องมือช่วย (ลักขณา สรวิวัฒน์, 2544)

ไพบูลย์ เทวรักษ์ (2537) ได้กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึง อากัปกริยาทั้งหมดของบุคคล ทั้งที่เราสามารถสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัสโดยตรงหรือโดยอ้อม และทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัว โดยทั่วไปพฤติกรรมแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่บุคคลมีอยู่ในใจตนเอง ยากที่ผู้อื่นจะรู้ได้ถ้าไม่แสดงออกมาให้ปรากฏ พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมาแล้วผู้อื่นสามารถสังเกตได้

จากคำนิยามดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมหมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ผู้บริโภคหมายถึงผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อใช้ส่วนตัวหรือเพื่อผู้อื่น พฤติกรรมผู้บริโภคจึงหมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา ส่วนกระบวนการของพฤติกรรมมีลักษณะต่างๆ คือ พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิดจะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมายหรือกล่าวได้ว่าพฤติกรรมต่างๆ ที่มนุษย์ได้แสดงออกมามีเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรม

### 2.5.4.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Decision Process) หมายถึง ขั้นตอนการเลือกซื้อสินค้าจากสองทางเลือกขึ้นไป ในการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดๆ จะต้องมีการตัดสินใจตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

(1) การมองเห็นปัญหา (Perceived Problem) การที่มนุษย์มีชีวิตสุขสบายไม่มีปัญหาที่ไม่คิดที่จะหาสิ่งใดมาแก้ปัญหาชีวิตของตน ด้วยเหตุนี้ นักการตลาดจึงต้องพยายามที่จะจี้จุดปัญหาให้ผู้บริโภคนั้นเกิดปัญหา ซึ่งปัญหาก็คือความแตกต่างระหว่างสภาพอันเป็นอุดมคติ (Ideal) กับสภาพอันเป็นจริง (Reality) นักการตลาดที่เก่งจะทำให้การมองเห็นปัญหานั้นกลายเป็นแรงจูงใจ (Motive) ขึ้นในตัวผู้บริโภคและกลายเป็นความเครียด (Tension) ทำให้ต้องดิ้นรนหาหนทางลดความเครียดให้ได้ ขั้นตอนการตัดสินใจจะดำเนินไปสู่ขั้นต่อไป

(2) การแสวงหาภายใน (Internal Search) เมื่อเกิดปัญหาก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไขภายใน นั่นคือการล้วงลึกเข้าไปในความทรงจำของตน ด้วยขั้นตอนนี้เองทำให้มีการตลาดต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการเชิงอื่นเพื่อวัตถุประสงค์อื่นใด ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หากมีการนำข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต เจ้าของลิขสิทธิ์ขอสงวนสิทธิ์ในการดำเนินคดีตามกฎหมาย

พยายามที่จะทำให้สินค้าของตนประทับอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค และจะต้องเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคระลึกได้เป็นยี่ห้อต่างๆ (Top of Mind Brand) หรือระลึกได้ก่อนยี่ห้ออื่นๆ ดังนั้นนักการตลาดจะต้องหากกลยุทธ์ในการโฆษณาสินค้า เช่น การสร้างความถี่ในการโฆษณา ต้องมีโฆษณาที่ประทับใจ และมีข่าวประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอทั้งนี้เพื่อให้สินค้านั้นติดตาติดใจผู้บริโภคเป็นยี่ห้อต่างๆ แล้วระลึกถึงด้วยความพึงพอใจอันจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในทันที ถ้าผู้บริโภคยังไม่ตัดสินใจซื้อเนื่องจากยังไม่พอใจยี่ห้อที่จำได้และยังไม่ยกเลิกการหาซื้อก็จะเกิดขึ้นตอนที่ 3 ต่อไป

(3) การแสวงหาภายนอก (External Search) เมื่อผู้บริโภคต้องการใช้สินค้าที่ตัวเองจำได้หรือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่จำได้ไม่เพียงพอ ก็จะเริ่มแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากภายนอก ด้วยวิธีการต่อไปนี้

(3.1) การหาข้อมูลจากการไปดูโฆษณา ดังนั้นนักการตลาดควรเลือกหาโฆษณาในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม ต้องรู้ว่าช่วงเวลาใดควรจะโฆษณาสินค้า หรือสื่อใดมีความเหมาะสมที่จะใช้ในการโฆษณาสินค้าของตน

(3.2) การไปแหล่งขาย เมื่อผู้บริโภคไม่พอใจสิ่งที่ตนเองจำได้จึงต้องไปหาซื้อสินค้าสิ่งสำคัญในจุดนี้คือสินค้าจะต้องมีวางขาย ณ จุดขาย เพราะผู้บริโภคได้เปิดโอกาสให้แล้ว นอกจากนั้นการจัดวางนำเสนอสินค้า (Display) ก็ต้องเด่นชัดและมีการบริการที่ดีจากผู้ขายจึงจะทำให้การแสวงหาภายนอกในครั้งนี้เป็นประโยชน์แก่สินค้า

(3.3) การหาข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ ผู้บริโภคสามารถหาข้อมูลด้วยวิธีอื่น เช่น การโทรศัพท์พูดคุยกับบริษัทหรือร้านค้า การหาข้อมูลจากพนักงานขาย หรือการไต่ถามจากผู้อื่นที่เคยใช้สินค้ามาแล้ว เป็นต้น

(4) การประเมินทางเลือก (Evaluation) เมื่อผู้บริโภครับรู้สินค้านี้อะไรๆ แล้วก็นำมาประเมินว่าสินค้าใดดีกว่ากันในแง่ใด ความสำคัญในขั้นนี้ก็คือต้องให้จุดเด่นของสินค้า (Feature) ตรงกับมาตรการ (Criteria) ในการเลือกซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าผู้บริโภคใช้มาตรฐานอะไรในการตัดสินใจซื้อสินค้าแต่ละประเภท เช่น คนที่ซื้อเสื้อผ้ามักดูที่รูปแบบและสีสัน แต่บางคนอาจจะดูยี่ห้อด้วย ดังนั้นการติดโลโก้ (Logo) ของยี่ห้อไว้ตามปกเสื้อ ตามกระเป๋า ตามแขน จึงกลายเป็นเรื่องสำคัญที่จะตอบสนองคนกลุ่มนี้ เรื่องเหล่านี้หากเจ้าของสินค้าสร้างจุดเด่นขึ้นมาเองตามใจชอบ ไม่ได้ศึกษาในเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภค โอกาสที่จะได้รับการเลือกก็ยากขึ้นการขายก็ยากขึ้นเพราะจะต้องไปเปลี่ยนใจผู้บริโภคให้เปลี่ยนมาตรการในการเลือกซื้อเพื่อให้สอดคล้องกับจุดเด่นที่มี เมื่อผู้บริโภคได้พิจารณาแล้วก็ถึงขั้นการตัดสินใจซื้อ

(5) การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเฉื่อยในการตัดสินใจทั้งนี้เพราะจะต้องเสียดายว่าสินค้าที่ซื้อจะดีเหมือนคำโฆษณาหรือไม่ หรือจะมีคุณภาพคุ้มค่าคุ้มราคาหรือไม่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะติดอยู่กับสินค้าที่ตนเองมีความเคยชิน ดังนั้นสินค้าใหม่ๆ ที่จะนำเสนอขึ้นมาต้องหาทางในการเร่งรัดให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจและตัดสินใจซื้อสินค้าของตน มีวิธีการกระตุ้นการตัดสินใจ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(5.1) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) นักการตลาดจะต้องทำให้สินค้าของตนมีความเด่นชัด มีรูปแบบและเนื้อหาเฉพาะตัวแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่งให้ชัดเจนที่สุด ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคเร่งรัดในการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

(5.2) การลดอัตราเสี่ยงในความรู้สึกของผู้บริโภค (Reduced Perceived Risk) ในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ผู้บริโภคจะรู้สึกมีความเสี่ยงในเรื่องความคุ้มค่าหรือคุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคเร่งรัดการตัดสินใจต้องทำให้ไม่รู้สึกเสี่ยงมากนัก วิธีการหรือสิ่งที่จะลดความเสี่ยงได้แก่ ความมีชื่อเสียงของบริษัท ประสบการณ์การผลิตสินค้า ภาพพจน์ของตราสินค้า ภาพพจน์ของพนักงานขาย ภาพพจน์ของกลุ่มเป้าหมาย การรับประกันสินค้า ทั้งหมดนี้คือวิธีการที่จะลดอัตราความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในความรู้สึกของผู้บริโภคเพื่อทำให้มีการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

(5.3) การสร้างสิ่งล่อใจ (Incentives) ได้แก่วิธีการลดแลกแจกแถม ที่ทำขึ้นเป็นการส่งเสริมการขาย หากสิ่งล่อใจกำหนดให้มีระยะเวลาหรือของมีจำนวนจำกัด ย่อมทำให้ผู้บริโภคลังเลใจอยู่ไม่ได้เพราะเกรงว่าจะหมดเขตของการให้สิ่งล่อใจเหล่านั้น ดังนั้นในบางครั้งต้องอาศัยการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นส่วนหนึ่งในการเร่งรัดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

(6) ทักษะหลังซื้อ (Post-titudes) เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและนำสินค้าไปใช้แล้ว ผู้บริโภคก็ต้องประเมินว่าสินค้านั้นดีหรือไม่ดีอย่างไร แล้วก็จะเกิดทัศนคติหลังจากการใช้ว่าพอใจหรือไม่ ทัศนคติเหล่านี้มีความสำคัญมากเพราะเป็นประสบการณ์ตรงซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบสินค้านั้น หากผู้บริโภคมีความพอใจหลังการใช้โอกาสความสำเร็จของสินค้าก็จะมีมาก เพราะผู้บริโภคจะซื้อซ้ำ แต่ถ้าผู้บริโภคไม่พอใจหลังการใช้นอกจากไม่ซื้อซ้ำแล้วยังอาจเล่าความรู้สึกไม่ประทับใจให้บุคคลอื่นรับรู้ด้วย ซึ่งจะทำให้ผู้ที่ยังไม่เคยใช้สินค้านั้นดองไม่ยอมทดลองใช้สินค้านั้นเลย

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป มีขั้นตอนในการพิจารณาหลายอย่าง ได้แก่ การมองเห็นปัญหา การแสวงหาภายใน การแสวงหาภายนอก การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และทัศนคติหลังซื้อ ดังนั้นการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดจะต้องมีกระบวนการตั้งแต่ต้นไปจนถึงขั้นสุดท้าย

## 2.6 บริบทจังหวัดฉะเชิงเทรา

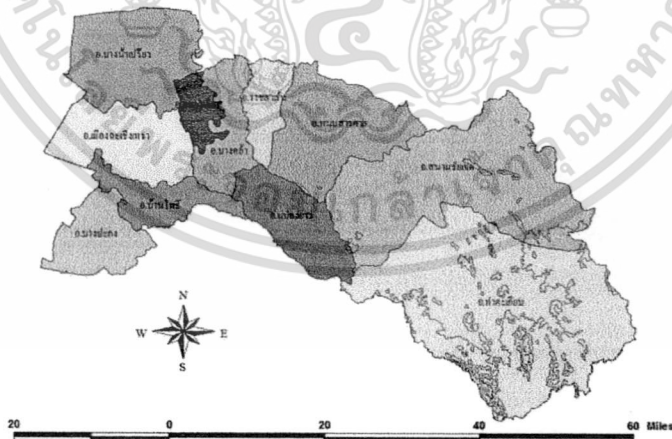
จังหวัดฉะเชิงเทรา หรืออีกชื่อหนึ่งที่คนท้องถิ่นนิยมเรียกคือ “แปดริ้ว” เป็นเมืองอยู่ชานอู่น้ำอุดมสมบูรณ์ ที่ได้ชื่อว่า แปดริ้ว เพราะมีการนำปลาช่อนขนาดใหญ่มาแล่ออกได้แปดริ้ว คำว่า “ฉะเชิงเทรา” เพี้ยนมาจากคำเขมรว่า “สตรง์เตรง” หรือ “ฉทรง์เทรา” ซึ่งแปลว่า “คลองลึก” ความเห็นนี้คงอาศัยเหตุผลทางภูมิศาสตร์ด้วย เพราะเมืองฉะเชิงเทราตั้งอยู่สองฝั่งแม่น้ำบางปะกง เมื่อครั้งที่ขอมยังมีอำนาจปกครองแผ่นดินอยู่นั้น เมืองนี้เป็นเมืองหนึ่งซึ่งอยู่ในอำนาจการปกครองของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอมมาก่อน พื้นที่บางส่วนของเมืองฉะเชิงเทราเป็นชุมชนโบราณ ในสมัยอิทธิพลของอาณาจักรลพบุรี (ขอม) ปัจจุบันยังมีหลักฐานเป็นรอยถนนขอมตัดผ่านอำเภอพนมสารคาม ตรงไปยังอำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี เป็นไปได้ว่าชาวเมืองในสมัยโบราณอาจจะเรียกชื่อแม่น้ำบางปะกงว่า “คลองลึก” หรือ “คลองใหญ่” ตามลักษณะที่มองเห็นและด้วยอิทธิพลเขมรจึงได้เรียกชื่อแม่น้ำเป็นภาษาเขมรว่า “สตรง์ตรง” หรือ “ฉทรง์เทรา” ครั้นเรียกกันไปนานๆเสียงก็เพี้ยนกลายเป็น “ฉะเชิงเทรา” เมืองที่อยู่บนฝั่งแม่น้ำก็พลอยได้ชื่อว่า “ฉะเชิงเทรา” ไปด้วย

### 2.6.1 ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดฉะเชิงเทรา ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศ ประมาณเส้นรุ้งที่ 13 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 100 องศาตะวันออก มีเนื้อที่ประมาณ 5,351 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 3,344,375 ไร่ อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ประมาณ 75 กิโลเมตร ตามทางหลวงรถยนต์ หมายเลข 304 และประมาณ 100 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 3 หรือประมาณ 90 กิโลเมตร ตามทางหลวงรถยนต์หมายเลข 34 แยกเข้าหมายเลข 314 และประมาณ 61 กิโลเมตร ตามทางรถไฟสายตะวันออกเฉียงใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดนครนายก และจังหวัดปราจีนบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดชลบุรี อำนาจเจริญ และจังหวัดจันทบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดสระแก้ว
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดปทุมธานี และกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 2.6 แผนที่เขตที่ตั้งจังหวัดฉะเชิงเทรา

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2557-2560. 2556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.6.2 ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นที่ราบชายฝั่งทะเล ทางด้านตะวันตกเฉียงใต้สูงกว่าระดับน้ำทะเลประมาณ 2 เมตร และมีที่ดินบางส่วนโดยเฉพาะในเขตอำเภอสนามชัยเขตและอำเภอท่าตะเกียบ ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นที่ดอนซึ่งบริเวณที่อยู่ถัดเข้าไปในพื้นที่แผ่นดินด้านตะวันออกเฉียงเหนือมีสภาพพื้นที่ราบ ซึ่งเกิดจากการทับถมของตะกอนลำน้ำ พื้นที่จะค่อยๆ ลาดสูงขึ้นไปทางทิศตะวันออกและทิศเหนือ โดยที่ประมาณครึ่งหนึ่งของจังหวัดจะมีสภาพเป็นลูกคลื่นและสูงชัน เป็นพื้นที่ภูเขา ซึ่งอยู่ในพื้นที่อำเภอพนมสารคามและอำเภอสนามชัยเขตมีความสูงจากระดับน้ำทะเล 30 - 80 เมตร จังหวัดฉะเชิงเทรามีแม่น้ำบางปะกงไหลผ่านพื้นที่อำเภอต่างๆ คือ อำเภอบางน้ำเปรี้ยว อำเภอบางคล้า อำเภอเมือง อำเภอบ้านโพธิ์ และออกสู่อ่าวไทยที่อำเภอบางปะกง รวมความยาวชายฝั่งทะเลประมาณ 12 กิโลเมตร

## 2.6.3 ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่

จังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถแบ่งสภาพการพัฒนาตามกายภาพของพื้นที่ ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

พื้นที่ส่วนที่ 1 เป็นพื้นที่ทางทิศตะวันตกและทิศใต้ของจังหวัด ติดต่อกับกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดชลบุรี มีสภาพเป็นที่ลุ่ม ได้แก่ พื้นที่อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา บางปะกง บ้านโพธิ์ และอำเภอบางน้ำเปรี้ยว ด้านทิศตะวันตก ได้รับการเจริญเติบโตของกรุงเทพมหานคร และโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งตะวันออก พื้นที่ส่วนนี้มีแนวโน้มจะกลายเป็นย่านอุตสาหกรรม ชุมชนเมือง การบริการและที่อยู่อาศัย และอยู่ใกล้สนามบินสุวรรณภูมิ จะเป็นตัวเร่งขยายความเจริญเติบโตของบ้านเมืองฉะเชิงเทรา

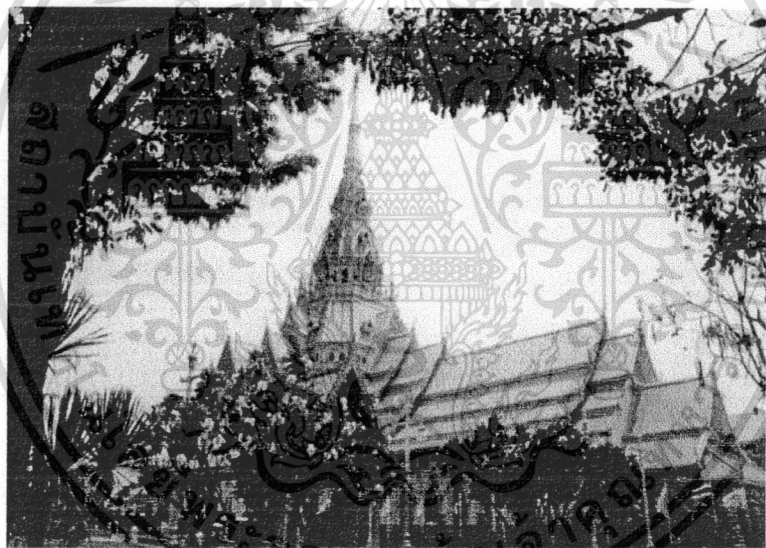
พื้นที่ส่วนที่ 2 เป็นพื้นที่ ฝั่งแม่น้ำบางปะกง (พื้นที่ตอนกลางของจังหวัด) อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา บางส่วนของอำเภอบางคล้า อำเภอกลองเชื่อน อำเภอบ้านโพธิ์ซึ่งทิศตะวันออก อำเภอบางน้ำเปรี้ยวซึ่งทิศตะวันออก อำเภอพนมสารคาม อำเภอราชสาส์น อำเภอแปลงยาว อำเภอสนามชัยเขต (บางส่วน) ส่วนใหญ่ทำการเกษตรกรรม ปลูกข้าว ผลไม้ เลี้ยงสัตว์ และพืชไร่ ขณะนี้มีเขื่อนทดน้ำบางปะกงในท้องที่อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา ซึ่งได้สร้างแล้วเสร็จในต้นปี 2543 ความจุต้นทุน 30 ล้านลูกบาศก์เมตร สำหรับอำเภอแปลงยาวจะเป็นเขตพื้นที่อุตสาหกรรม

พื้นที่ส่วนที่ 3 เป็นที่ราบสลับภูเขา มีป่าไม้ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าและแหล่ง ต้นน้ำ ลำธาร ในปัจจุบันป่าสงวนแห่งชาติ แควระบบ - สียัด เนื้อที่ 746,625 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 22.3 ก่อสร้างพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ ได้แก่ อ่างเก็บน้ำคลองสียัด ความจุ 325 ล้านลูกบาศก์เมตร ซึ่งแล้วเสร็จต้นปี 2543 เป็นแหล่งน้ำต้นทุนในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม การบริการ และกิจการประปาของชุมชน

### 2.6.4 การท่องเที่ยว

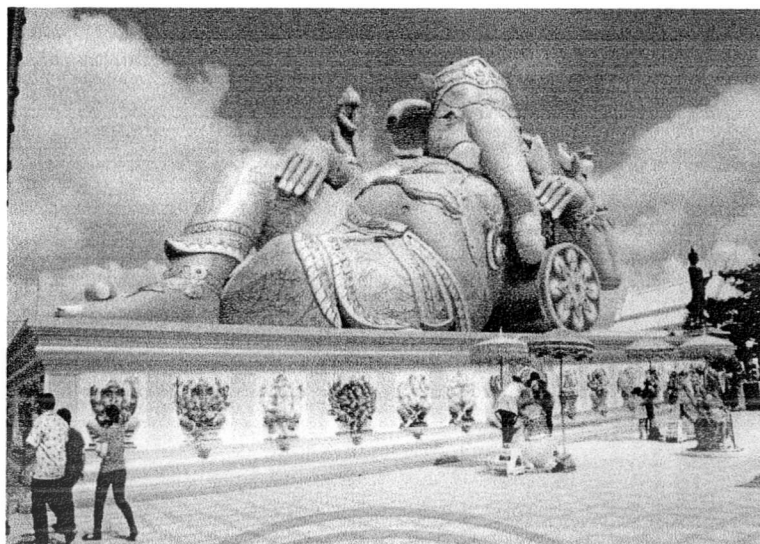
จังหวัดฉะเชิงเทรามีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมนุษย์สร้างขึ้น และงานเทศกาลประเพณีของจังหวัด อยู่มากมายโดยแยกตามเขตอำเภอได้ดังนี้

2.6.4.1 อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา ประกอบไปด้วย วัดโสธรวรารามวรวิหาร ศาลหลักเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา อนุสาวรีย์พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร) อาคารศาลาว่าการมณฑลปราจีน (ศาลากลางจังหวัดหลักเก่า) ป้อมกำแพงเมืองฉะเชิงเทรา สวนมรุกษั สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา ตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปี ตลาดโบราณนครเนื่องเขต เขื่อนทดน้ำบางปะกง วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎ์ (วัดเมือง) วัดสมานรัตนาราม วัดนครเนื่องเขต (วัดต้นตาล) วัดชมโพธิยาราม วัดพยัคฆอินทราราม (วัดเจดีย์) วัดจีนประชาสโมสร (วัดเล่งฮกยี่) วัดอุภัยภาติการาม (วัดชำปอกง) วัดเซนต์ปอล พระตำหนักกรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์ และอาคารไม้สัก ๑๐๐ ปี ค่ายศรีโสธร (กองพันทหารช่างที่ ๒ รักษาพระองค์)



ภาพที่ 2.7 วัดโสธรวรารามวรวิหาร

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 2.8 วัดสมานรัตนาราม

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 2.9 ตลาดโบราณนครเนื่องเขต

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.10 ตลาดบ้านใหม่ ๑๐๐ ปี

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

2.6.4.2 อำเภอบางคล้า ประกอบด้วย วัดสาวชะโงก วัดเสม็ดเหนือ วัดแจ้ง วัดปากน้ำโจ้โล้ วัดโพธิ์บางคล้า อุทยานสถานพระสถูปเจดีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ล่องเรือรอบเกาะลัด ตลาดน้ำบางคล้า และสวนมะม่วง และเรนโบว์ อโรคยา



ภาพที่ 2.11 วัดปากน้ำโจ้โล้

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.4.3 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว ประกอบไปด้วย วัดโพรงอากาศ วัดคลองเจ้า วัดปากคลองบางขนาก และคุ้มบุญส่ง

2.6.4.4 อำเภอบางปะกง ประกอบไปด้วย วัดหงษ์ทอง วัดเขาดิน เกษนุก ตลาดท่าสะอ้าน และล่องเรือชมโลมา บริเวณปากอ่าวแม่น้ำบางปะกง

2.6.4.5 อำเภอบ้านโพธิ์ ประกอบไปด้วยตลาดคลองสวน ๑๐๐ ปี วัดผาณิตาราม วัดพนมพนาวาสวัดเทพราชปวราราม และวัดคลองสวน

2.6.4.6 อำเภอพนมสารคาม ประกอบไปด้วย วัดโพธิ์ใหญ่ วัดสุวรรณคีรี ศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สหกรณ์ชมรมชาวสวนมะม่วง และหมู่บ้านเกษตรกรรมหนองหว้า

2.6.4.7 อำเภอสนามชัยเขต ประกอบไปด้วย วัดท่าวออุไทย วัดพระธาตุดาวโย วนเกษตร (บ้านศาลาดิถีธรรม) และอ่างเก็บน้ำลาดกระทิง

2.6.4.8 อำเภอแปลงยาว ประกอบไปด้วย วัดโกรกแก้ววงษ์พระจันทร์ มูเร่ท์ฟาร์ม และสวนสาธิตเกษตรของกลุ่มโอท็อป

2.6.4.9 อำเภอราชสาส์น ประกอบไปด้วย ถ้ำนางสิบสอง

2.6.4.10 อำเภอท่าตะเกียบ ประกอบไปด้วย อ่างเก็บน้ำคลองสี่แยก และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาอ่างฤๅไน

2.6.4.11 อำเภอกลองเชื่อน ประกอบไปด้วย เทวสถานอุทยานพระพิฆเนศ วัดสามร่วม วัดคู้กร่าง คุ้มวิมานดิน สวนปาล์มฟาร์มนก

## 2.6.5 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

จังหวัดฉะเชิงเทรามีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครเหมาะแก่การท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ เป็นแหล่งโบราณสถาน อนุสรณ์สถาน และวัดที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด โสธรวรารามารวิหาร (วัดหลวงพ่อโสธร) ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่โสธรที่ประชาชนนิยมมาสักการะ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ป่าชายเลน ล่องเรือชมปลาโลมา ซึ่งจะชมได้ในช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ ของทุกปี และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น ตลาดคลองสวน ๑๐๐ ปี เป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ที่มีวิถีชีวิตของคนในสมัยย้อนยุคกว่าร้อยปี ชิมอาหารอร่อยที่มีทั้งอาหารคาวที่มีสูตรเฉพาะ ขนมหวาน กาแฟสูตรโบราณดั้งเดิม ชมของเก่าและสถาปัตยกรรมอันทรงคุณค่า สามารถชมได้ที่ตลาดคลองสวน ๑๐๐ ปีแห่งนี้แห่งนี้

## 2.6.6 สถิติรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมเยือนของจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตารางที่ 2.1 สถิติรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว

	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553
รายได้จากการท่องเที่ยว(ล้านบาท)	1,312.54	1,519.18	1,596.65	1,736.66	2,144.85
จำนวนนักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมเยือน (คน)	1,672,583	1,768,006	1,914,285	1,662,322	1,738,887

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2557-2560. 2556

จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดฉะเชิงเทราในปี 2553 มีจำนวน 1,738,887 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่มีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน 1,662,322 คน และรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทราในปี 2553 มีจำนวน 2,144.85 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่มีรายได้ 1,736.66 ล้านบาท

ช่วงที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากที่สุดคือ ตลอดทั้งปี และช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ และช่วงงานประจำปีของจังหวัด เช่น งานนมัสการหลวงพ่อโสธร เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อของฝากมากในจังหวัด คือ วัดหลวงพ่อโสธร ตลาดน้ำบ้านใหม่ และในตัวเมืองฉะเชิงเทรา โดยสิ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อมากที่สุดคือ วัตถุมงคล อาหารผลไม้ตามฤดูกาล ขนมไทย

นักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดฉะเชิงเทราส่วนใหญ่เป็นคนไทยร้อยละ 90 และชาวต่างชาติร้อยละ 10 โดยคนไทยที่เดินทางมาส่วนใหญ่มาจากภาคกลางและกรุงเทพฯ ส่วนชาวต่างประเทศส่วนใหญ่จะมาจากประเทศในเอเชียและยุโรป

วัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวที่มาส่วนใหญ่เป็นการเดินทางมาเพื่อไหว้พระปฏิบัติธรรมร้อยละ 56 และเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวร้อยละ 19

แรงจูงใจที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและสินค้าราคาถูก

ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางเอง ถ้าไม่ค้างคืนจะมีค่าใช้จ่ายในระหว่างท่องเที่ยวที่จังหวัดฉะเชิงเทราเฉลี่ย 1,418 บาทต่อคนต่อวัน ค่าใช้จ่ายหลักคือ ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 26) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 24) ค่าพาหนะเดินทางภายในจังหวัด (ร้อยละ 23) และค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ร้อยละ 21) สำหรับนักท่องเที่ยวไทยที่มีการค้างคืนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจะอยู่ที่ 1,052 บาท ค่าใช้จ่ายหลักได้แก่ ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 17) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 21) ค่าที่พักภายในจังหวัด (18) ค่าพาหนะเดินทางภายในจังหวัด (ร้อยละ 16)

ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จัดการเดินทางเอง ถ้าไม่ค้างคืนจะมีค่าใช้จ่ายในระหว่างท่องเที่ยวที่จังหวัดฉะเชิงเทราเฉลี่ย 2,340 บาทต่อคนต่อวัน ค่าใช้จ่ายหลักคือ ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 26) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 34) ค่าพาหนะเดินทางภายในจังหวัด (ร้อยละ 14) และค่าจ่ายเพื่อความบันเทิง (ร้อยละ 20) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีการค้างคืนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันจะอยู่ที่ 1,354 บาท ค่าใช้จ่ายหลักได้แก่ ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 14) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 21) ค่าที่พักภายในจังหวัด (ร้อยละ 33) ค่าพาหนะเดินทางภายในจังหวัด (ร้อยละ 25)

ผู้เดินทางทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการเดินทางมาเยือนฉะเชิงเทรา โดยมีร้อยละ 96.4 ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และร้อยละ 80.8 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่จะกลับมาเยือนจังหวัดฉะเชิงเทราอีกภายใน 3 ปี

### 2.6.7 วัฒนธรรมประเพณี ที่สำคัญ

วัฒนธรรมประเพณี ที่สำคัญในจังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบไปด้วย งานนมัสการพระพุทธโสธรและงานกาชาดจังหวัดฉะเชิงเทรา งานวันมะม่วงและของดีเมืองแปดริ้ว งานสักการะพระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร) ประเพณีการแห่ธงตะขาบ อ.บางปะกง ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง อ.บางปะกง ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง ไถชีวัดโคกระบือ อ.บ้านโพธิ์ ประเพณีกตัญญูต่อสายน้ำ อ.บ้านโพธิ์ ประเพณีทองผ่าป่าน้ำผึ้ง อ.บางน้ำเปรี้ยว ประเพณีพิธีกรรมล้อมบ้าน (ฮีบ้าน) อ.พนมสารคาม ประเพณีทำบุญข้าวหลาม อ.พนมสารคาม ประเพณีวันสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช อ.บางคล้า ประเพณีขึ้นเขาเผาข้าวหลาม อ.แปลงยาว ประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อเขากา อ.ท่าตะเกียบ ประเพณีแข่งวิ่งควาย อ.ท่าตะเกียบ (จัดที่หมู่บ้านธรรมรัตน์) ประเพณีบุญบังไฟ อ.ท่าตะเกียบ ประเพณีแม่มด อ.ท่าตะเกียบ (บ้านอ่างเตย) ประเพณีเลี้ยงผีเขมร อ.ท่าตะเกียบ (บ้านอ่างเตย) ประเพณีเซ่นไหว้ตายาย อ.ราชสาส์น ประเพณีที่สำคัญของศาสนาอิสลาม ประเพณีตรุดอิตุลฟิตรี อ.บางน้ำเปรี้ยว ประเพณีตรุดอิตุลฮิดฮา อ.บางน้ำเปรี้ยว ประเพณีการถือศีลอด อ.บางน้ำเปรี้ยว และประเพณีการเข้าสู่นัด อ.บางน้ำเปรี้ยว

### 2.6.8 ข้อมูลสรุปความต้องการและศักยภาพของประชาชนในท้องถิ่น

จากความหมายของ “แผนชุมชน” ซึ่งหมายถึง การกำหนดอนาคตและกิจกรรมพัฒนาของชุมชนโดยเกิดขึ้นจากคนในชุมชนที่มีการรวมตัวกันจัดทำแผนขึ้นมา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนหรือท้องถิ่นของตนเอง ให้เป็นไปตามที่ต้องการ และสามารถแก้ปัญหาที่ชุมชนเผชิญอยู่ร่วมกัน โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมคิด ร่วมกำหนดแนวทาง และทำกิจกรรมการพัฒนาร่วมกัน โดยยึดหลักการ “พึ่งตนเอง ลดการพึ่งพิงภายนอก ด้วยการคำนึงถึงศักยภาพ ทรัพยากร ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นเป็นหลัก” จึงกล่าวได้ว่า “แผนชุมชน เป็นของชุมชน ดำเนินการโดยชุมชน และเพื่อประโยชน์” ของชุมชน ซึ่งแตกต่างจากแผนที่ภาครัฐจัดทำขึ้นเพื่อจัดสรรงบประมาณเป็นหลัก และเพื่อให้การถอดรหัสความต้องการ และประเด็นปัญหาจากเสียงสะท้อนของพื้นที่ผ่านแผนชุมชนมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสิทธิภาพยิ่งขึ้นนั้น จังหวัดฉะเชิงเทราจึงได้ประมวลประเด็นปัญหาจากข้อมูล SWOT Analysis และแผนการดำเนินงานโครงการสำคัญ ระดับชุมชนผ่านข้อมูลแผนพัฒนาชุมชน ประจำปี พ.ศ. 2555 โดยการสุ่มตัวอย่างชุมชน 170 ชุมชน เพื่อเป็นตัวแทน 892 ชุมชน ใน 11 อำเภอ ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ความต้องการและศักยภาพของประชาชนในพื้นที่ พบว่า

#### ตารางที่ 2.2 ความต้องการและศักยภาพของประชาชนในพื้นที่

ประเด็นปัญหาความต้องการชุมชน	สัดส่วนความสำคัญ (%)
ความปลอดภัยในชุมชน/การลอบกลวง	72.5
สิ่งแวดล้อมชุมชน	18.68
เศรษฐกิจ/การประกอบอาชีพ/รายได้	27.23
การศึกษา/การพัฒนาความรู้	9.23
สุขภาพอนามัย/โรคภัยไข้เจ็บ/การรักษาพยาบาล	8.57
อื่นๆ	3.79

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2557-2560. 2556

จากประเด็นปัญหาในภาพรวม เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดในส่วนของประเด็นความต้องการ แก้ไขปัญหาของชุมชน พบประเด็นที่สำคัญ 3 ประการ คือ สังคม เศรษฐกิจชุมชน และสิ่งแวดล้อม เป็นหลัก

#### 2.6.9 การศึกษาวิเคราะห์ SWOT ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตามบริบทของจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นชุมชนเมืองที่มีความหลากหลาย ทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรม และการประกอบอาชีพ ในด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน ก็มีการท่องเที่ยว อาจมีความเชื่อมโยงกัน ในด้านการ สนับสนุน ส่งเสริมซึ่งกันและกัน ทั้งในตัวผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ผลิตขึ้นมาและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว มองในมุมกลับกัน เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมากด้านปัจจัยผู้ซื้อย่อมมีมากขึ้น แต่ต้องมองที่ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นๆ ที่จะสามารถดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวได้ จากแผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา ปี 2557 – 2560 ได้มีการวิเคราะห์ SWOT ไว้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสรุปประเด็นได้ดังนี้

#### จุดแข็ง

- เป็นแหล่งผลิตขนมหวานที่มีชื่อเสียง
- การอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบเพื่อการผลิต
- มีฝีมือและคุณภาพที่สามารถส่งออกได้
- มีความรู้ความสามารถเฉพาะตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### จุดอ่อน

- ขาดความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับเพื่อการส่งออก
- ขาดการประชาสัมพันธ์และการตลาด ต้องรอภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนอยู่เสมอ
- ศูนย์แสดงและจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนตั้งอยู่ที่ไม่เหมาะสม และการจัดงานหน้าศาลากลางจังหวัดและริมแม่น้ำบางปะกงถูกห้ามจัด
- ขาดความรู้เรื่องประชาคมอาเซียน
- ขาดการถ่ายทอดภูมิปัญญาความรู้จากรุ่นสู่รุ่น
- ขาดแหล่งเงินทุนหมุนเวียน
- บางผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นแต่มีศักยภาพการผลิตแค่ระดับครัวเรือน

### โอกาส

- บางผลิตภัณฑ์สามารถส่งเสริม และพัฒนาเพื่อส่งออกได้ในตลาดต่างประเทศ เช่น

ขนมหวาน

สามารถขยายช่องทางการตลาดได้โดยร่วมกับการท่องเที่ยวจังหวัด

### อุปสรรค

- การขาดแคลนแรงงานอย่างต่อเนื่อง จนต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าว
- ค่าแรงและวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น
- ธรรมชาติ อุทกภัยส่งผลในเรื่องกำลังการผลิตลดลง วัตถุดิบราคาสูงขึ้นและหายาก

#### 2.6.9.1 กลยุทธ์ของการพัฒนา

จากผลการวิเคราะห์ SWOT ตามแผนการพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา ปี 2557 -2560 ยังมีการกำหนดวิสัยทัศน์เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนา คือ “ศูนย์การแห่งบูรณาวิถี สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ฐานอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมโดดเด่น สินค้าเกษตรเป็นเลิศ ท่องเที่ยวยั่งยืน สังคมเป็นสุข” โดยมีการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพ และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้า เกษตรปลอดภัย มีเป้าประสงค์เพิ่มผลผลิตทางการเกษตร ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและสามารถแข่งขันได้ มีการกำหนดกลยุทธ์ไว้ดังนี้

- (1) พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตร
- (2) พัฒนา เพิ่มผลผลิต แปรรูปสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้ได้มาตรฐาน และปลอดภัย คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สร้างมูลค่าเพิ่ม
- (3) ส่งเสริมภาพลักษณ์ และช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดที่มีความหลากหลาย
- (4) ส่งเสริมเกษตรกร และสถาบันเกษตรกร ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

ในแผนมีการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ 3 พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และวัฒนธรรม ให้ได้มาตรฐานสากล มีเป้าประสงค์ยุทธศาสตร์ คือ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรมให้ได้มาตรฐาน มีการกำหนดกลยุทธ์ ไว้ดังนี้

- (5) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการบริการให้ได้มาตรฐาน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน
- (6) ส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยว
- (7) ส่งเสริมการผลิต และการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากการท่องเที่ยว
- (8) สร้าง ส่งเสริม และพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

## 2.7 ผลិតภักณ์ท์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา

ฉะเชิงเทราเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีผลิตภักณ์ท์ชุมชนกระจายอยู่ทั่วทั้งจังหวัด โดยมีผลิตภักณ์ท์เด่นด้านอาหาร และของใช้และของที่ระลึก โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล ด้านรูปแบบผลิตภักณ์ท์ วัสดุที่ใช้ ในผลิตภักณ์ท์ของใช้และของที่ระลึก จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเขาสัตว์แกะสลักตำบลบางขวัญ สถานที่ตั้ง 49 ม.7 ต.บางขวัญ อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา กลุ่มจักสานหมวกก๊วยเลี้ย สถานที่ตั้ง 36/5 ตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรวังเย็น สถานที่ตั้ง 1/11 หมู่ 1 ตำบลวังเย็น อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยทั้ง 3 กลุ่มที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา มีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดมา นำมาพัฒนาและผลิตเป็นผลิตภักณ์ท์ชุมชนในด้านวัสดุ เช่น ไม้ไผ่ ซึ่งมีอยู่ในท้องถิ่น อาทิ ไผ่เลี้ยง ไผ่ตรง ไผ่สีสุก เป็นต้น โดยที่นิยมคือใช้ไผ่สีสุกเป็นหลัก

กระบวนการผลิตผลิตภักณ์ท์ต่างๆ ภายในชุมชน จะร่วมกลุ่มกัน โดยจะมีการผลิตแยกตามความถนัดของแต่ละครัวเรือน และนำมารวมกันเพื่อจำหน่าย และแรกเปลี่ยนรูปแบบของตัวผลิตภักณ์ท์ ในการผลิตนั้น ชาวบ้านของแต่ละกลุ่มจะใช้ช่วงเวลาว่างจากการทำงานประจำ เช่นกลุ่มจักสานหมวกก๊วยเลี้ย ก็จะใช้ช่วงเวลาเย็นเนื่องจากเป็นผลิตภักณ์ท์ที่ใช้เวลาในการทำงานน้อย กว่าผลิตภักณ์ท์กลุ่มอื่นๆ ส่วนกลุ่มแกะสลักเขาสัตว์ ก็จะมีชาวบ้าน ทำเป็นอาชีพหลัก โดยมีการผลิตตลอดทั้งวัน มีขั้นตอนการผลิตที่ชัดเจน และแน่นอน

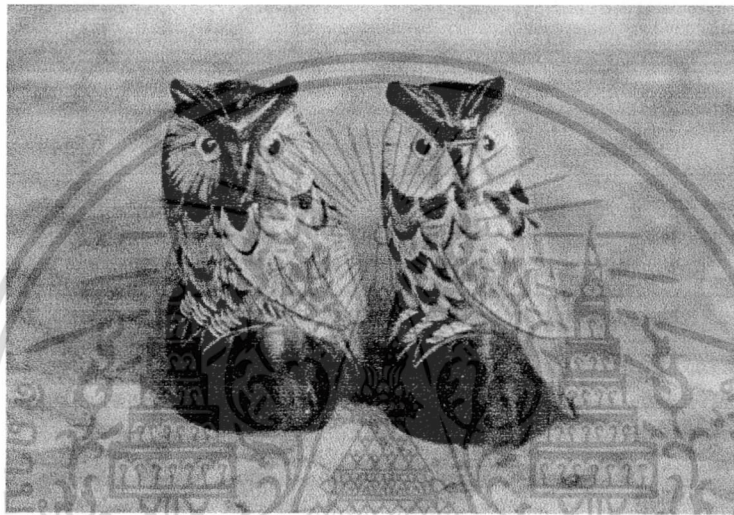
ผู้วิจัยจึงขอสรุปผลิตภักณ์ท์ชุมชน ที่ทำการศึกษาแยกเป็นกลุ่ม โดยมีรายละเอียดของผลิตภักณ์ท์ วัสดุที่ใช้ กระบวนการผลิต ดังนี้

### 2.7.1 ผลิตภักณ์ท์กลุ่มเขาสัตว์แกะสลักตำบลบางขวัญ

ผลิตภักณ์ท์กลุ่มเขาสัตว์แกะสลักตำบลบางขวัญ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 49 ม.7 ต.บางขวัญ อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา โดยคุณสมนึก และคุณทิวาวรรณ แยมพุชชง ใช้ภูมิปัญญาด้านแกะสลักเขาคาวาย ซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาในการทำมาจากบรรพบุรุษ และได้ปรับปรุงพัฒนารูปแบบ วิธีการผลิตเรื่อยมานานกว่า ๓๐ ปี จนเกิดความชำนาญ ผลิตภักณ์ท์ที่ทำ ได้แก่

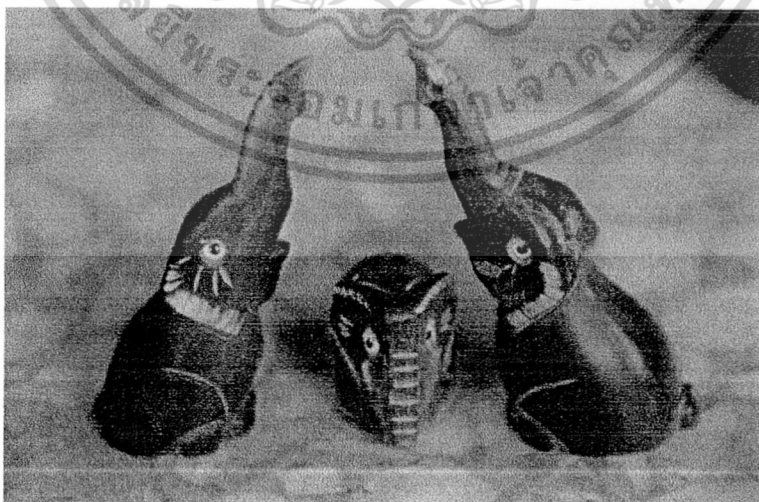
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดต้องการนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต หรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต ถือว่าผิดกฎหมาย และต้องอ้าวงอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขาควายเป็นแกะสลัก และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเขาควาย ประเภทอื่นๆ เช่น ของตกแต่ง ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นเป็นที่นิยมของบุคคลทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ คือ การนำเขาควายมา ประดิษฐ์เป็นรูปเรือใบแกะสลัก ผลงานดีเด่น คือ ได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถอุตสาหกรรม ประเภทศิลปะประดิษฐ์ของที่ระลึกจากเขาสัตว์ ปัจจุบันมีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ เขาสัตว์แกะสลักตำบลบางขวัญ โดยนายสมนึก แยมพุทชง เป็นประธานกลุ่มอาชีพ และเป็นผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านการแกะสลักเขาควายและการทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากเขาสัตว์ให้สมาชิกในกลุ่ม (ทิววรรณ แยมพุทชง สัมภาษณ์ : 2556)



ภาพที่ 2.12 นกฮูกผลิตภัณฑ์เขาสัตว์แกะสลัก

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 2.13 ช้างผลิตภัณฑ์เขาสัตว์แกะสลัก

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.7.1.1 วัสดุและกระบวนการผลิต

ผลิตภัณฑ์กลุ่มเขาสัตว์แกะสลักตำบลบางขวัญ มีวัสดุที่ใช้ในการผลิตหลัก ได้แก่เขาสัตว์ จำพวกเขาระบือ และเขาวัว โดยได้จากโรงฆ่าสัตว์ในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นหลัก โดยนำมาตากให้แห้ง และมาผ่านกระบวนการขึ้นรูปทรงตามแบบที่มีการออกแบบไว้โดย กลุ่มเป็นผู้ออกแบบเอง และจากลูกค้าเป็นผู้กำหนด



ภาพที่ 2.14 เขาสัตว์

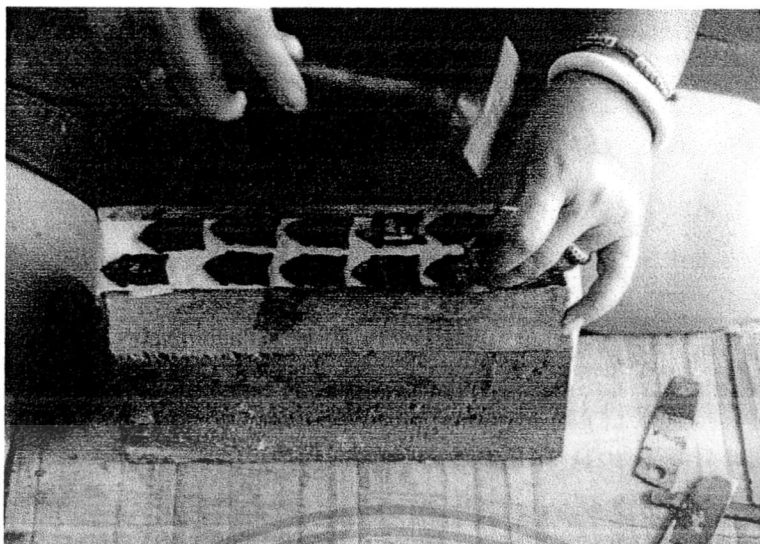
ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 2.15 เครื่องมือสร้างลวดลายบนเขาสัตว์

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.16 การกะสลักลวดลาย

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 2.17 พื้นที่การผลิตเขาสัตว์กะสลัก

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.18 กระบวนการผลิตเขาสัตว์เกะสลัก

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 2.19 เต่าผลิตภัณฑ์เขาสัตว์เกะสลัก

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

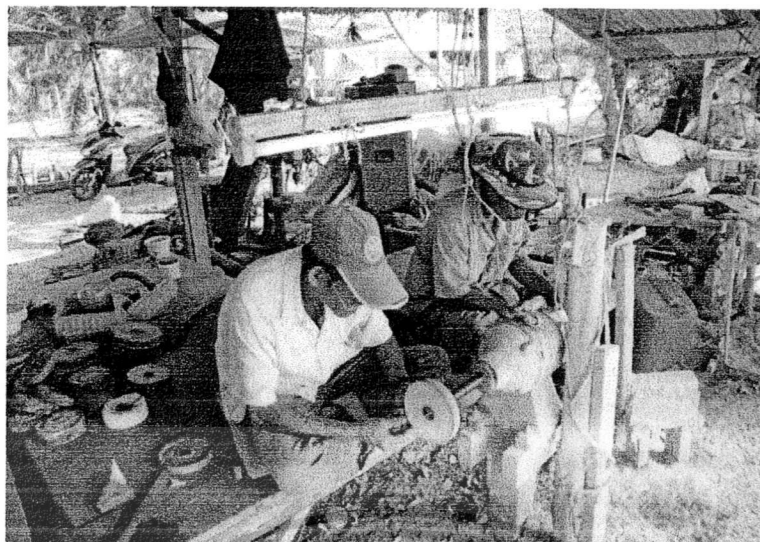


ภาพที่ 2.20 พวงกุญแจรูปนกขนาดเล็กผลิตภัณฑ์เขาสัตว์เกะสลัก  
ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 2.21 กระบวนการขึ้นรูปเขาสัตว์เกะสลัก  
ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.21 กระบวนการขึ้นรูปเขาสัตว์เกะสลัก

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 2.23 กระบวนการขึ้นรูปเขาสัตว์เกะสลัก

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

#### 2.7.1.2 ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

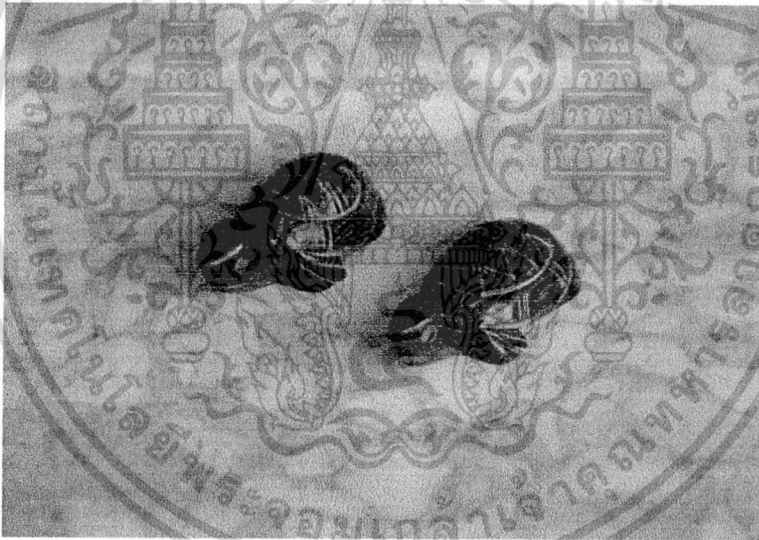
ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของกลุ่มเขาสัตว์เกะสลักตำบลบางขวัญ ที่ผลิตออกสู่ตลาด ก็จะเป็นจำพวกนกต่างๆ ซึ่งทางกลุ่มได้ออกแบบเอง มีขนาดแตกต่างกัน ขนาดเล็กสุดประมาณ 2 เซนติเมตร และใหญ่สุด ประมาณ 20 เซนติเมตร ดังภาพที่ 2.26 ยังมีการเกะสลักเป็นรูปต่างๆ บนเขาสัตว์ที่มีขนาดต่างๆ ดังภาพที่ 2.25 และยังมีประเภทของใช้ อาทิ หวีผม รูปทรงต่างๆ ดังภาพที่ 2.27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.24 ผลิตภัณฑ์รูปนก เขาสัตว์เกะสลัก

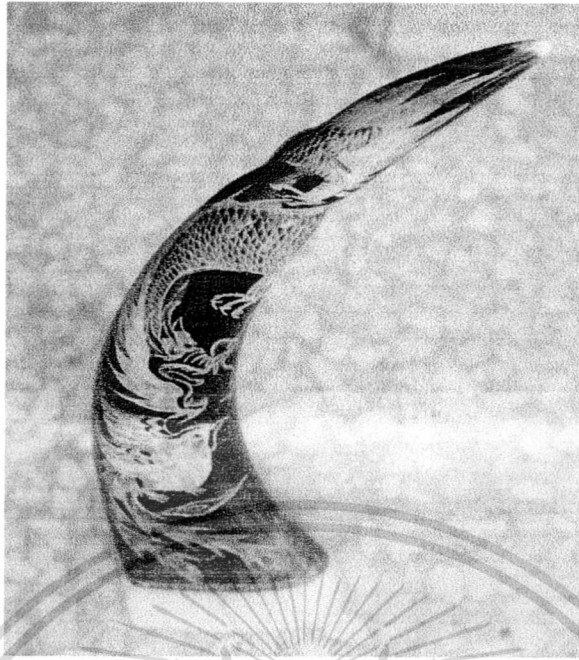
ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 2.25 ผลิตภัณฑ์รูปเต่าขนาดเล็ก เขาสัตว์เกะสลัก

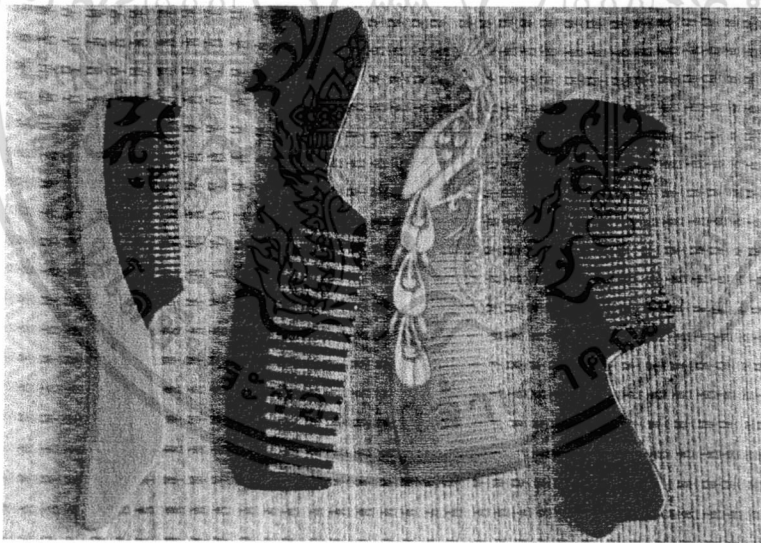
ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.26 ผลิตภัณฑ์แกะสลักลวดลายบนเขาสัตว์

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 2.27 ผลิตภัณฑ์หวีผมแบบต่างๆ

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

### 2.7.2 ผลิตภัณฑ์จักสานหมวกก๊วยเล็ย

ผลิตภัณฑ์จักสานหมวกก๊วยเล็ย สถานที่ตั้ง 36/5 ตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา หมวกก๊วยเล็ย เป็นชื่อเรียกหมวกของชาวจีน ซึ่งมีชื่อเรียกดั้งเดิมคือหมวกกุกุและ หมวกกุกุเล็ย จนปัจจุบันเพี้ยนมาเป็น หมวกก๊วยเล็ย มีลักษณะทรงกลม หัวแหลมเป็นที่นิยมใส่กันแต่เวลาชาวเอกสารนเป็นเอกสารนทสวงนเวส่าหรงบการเซงานเพอการศกษาเทานน ไมออนุญาตเทินาเปเซประเชชนดานการค้ำไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จีนที่อพยพมาจากแผ่นดินใหญ่ ประมาณ 70 – 80 ปี ได้มีชาวจีนอพยพมาจากแผ่นดินใหญ่มารออาศัยอยู่ฝั่งเกาะลัด(ปัจจุบันคืออำเภอคลองเขื่อน) นำไปไผ่มาสานเป็นหมวกไว้ใช้เอง ต่อมาชาวบ้านสนใจเรียนรู้วิธีการสานหมวกเพิ่มมากขึ้นจึงรวมกลุ่มกันสาน และจำหน่ายให้แก่ผู้สนใจ ทั้งในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยชาวบ้านในชุมชนจะสวมใส่ ออกทำนา ทำสวน แสดงออกถึงวัฒนธรรมประเพณีที่มีการสืบทอดหัตถกรรมกันมายาวนานโดยการนำวัสดุที่มีอยู่ในชุมชนมาสานเป็นหมวกก้วยเลีย คือ ไม้ไผ่ ใบไผ่ กระจดาชงูสีน้ำตาล (เหลือใช้) กระจดาชงูสีน้ำตาลนี้เป็นแนวคิดของชาวบ้านที่นำกระจดาชงูสีน้ำตาลที่เหลือใช้ นำมาประยุกต์ใช้ ซึ่งในอดีต จะใช้ใบลานตากแห้ง แต่เนื่องจากในปัจจุบันใบลาน ในท้องถิ่นไม่มีหลงเหลืออยู่ (สมศักดิ์ ทองแก้ว. สัมภาษณ์ : 2556)



ภาพที่ 2.28 ผลิตภัณฑ์หมวกก้วยเลีย

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

#### 2.7.2.1 ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์

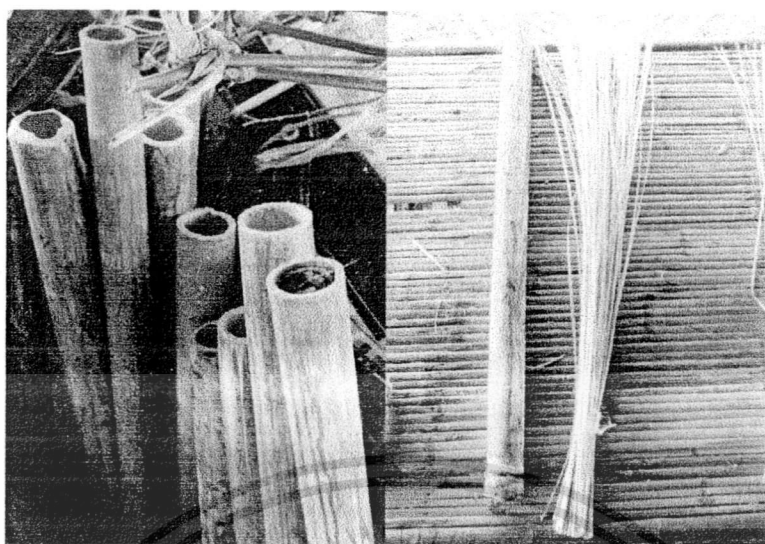
หมวกก้วยเลีย เป็นหมวกที่มีเอกลักษณ์ของลวดลายการสานที่สวยงามไม่ซ้ำรูปแบบหมวกชนิดอื่นเป็นหมวกที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของชาวจีนที่อพยพมาจากแผ่นดินใหญ่มารออาศัยอยู่ที่บริเวณอำเภอบางคล้าเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะบริเวณที่ตั้งของตลาดบางคล้า ตลาดบ้านหมู่ ในปัจจุบันชาวสวนมะม่วง ที่เป็นคนไทยเชื้อสายจีนที่ยังนิยมที่สวมใส่หมวกก้วยเลียออกไปทำงานเป็นประจำ

#### 2.7.2.2 วัสดุในการผลิต

การสานหมวกก้วยเลีย มีวัสดุน้อยชิ้นและกระบวนการสานที่ไม่ซับซ้อน จึงใช้เวลาในการสานไม่มาก โดยวัตถุดิบหลักที่ใช้ มีดังนี้

(1) ไม้ไผ่ (ใช้ทำโครงหมวก) โดยใช้ไผ่สีน้ำตาล ตากแห้งประมาณ 2 แดด แล้วนำมาจักเป็นเส้นตอกขนาดเล็ก หรือตามขนาดหมวกที่ต้องการสาน ดังภาพที่ 2.29

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.29 ไม้สีนวล

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

(2) ไม้ไผ่ ไม้ไผ่ที่ใช้จะมีขนาดประมาณ กว้าง 5 เซนติเมตร ยาว 20 เซนติเมตร  
นำมาแช่น้ำก่อนนำมาใช้งาน ดังภาพที่ 2.30



ภาพที่ 2.30 ไม้ไผ่

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

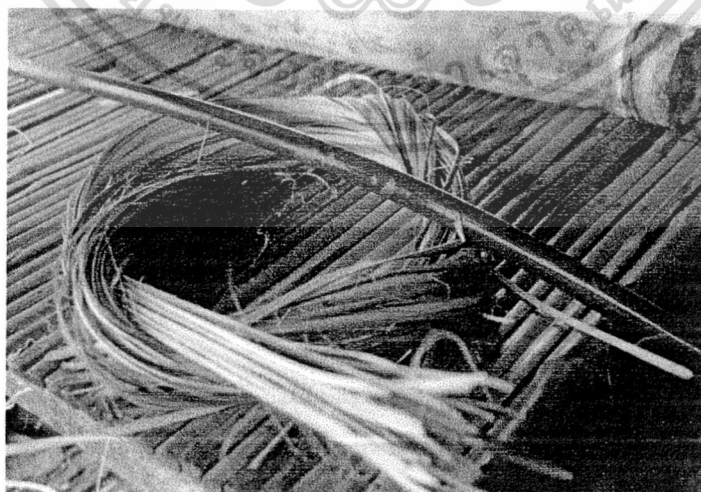
(3) กระดาษถุงสีน้ำตาล (วัสดุเหลือใช้) เป็นวัสดุที่มีการประยุกต์มาจากโบลานที่ใช้กันในอดีต แต่ปัจจุบันหายาก จึงนำกระดาษสีน้ำตาลมาใช้แทน ซึ่งกระดาษสีน้ำตาลนั้นมาจากถุงบรรจุอาหารสัตว์ ที่มีการใช้กันในท้องถิ่น ดังภาพที่ 2.31



ภาพที่ 2.31 กระดาษสีน้ำตาล

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

(4) คล้าสด (ใช้สานขอบรวมกับไม้ไผ่) คล้าพืชชนิดหนึ่งที่มีการปลูกภายในบริเวณบ้าน โดยในชุมชน ตำบลปากน้ำ มีอยู่แทบทุกบ้าน โดยนำมาใช้ประโยชน์ร่วมกับงานจักสาน โดยนำส่วนผิวของลำต้นคล้า โดยนำมาจักเป็นตอกขนาดเล็กๆ โดยนำมาใช้ขณะที่สดๆ หรือนำมาตากแดดพอหมาดๆ แล้วนำมาใช้ ดังภาพที่ 2.32



ภาพที่ 2.32 คล้าสด

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่เพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

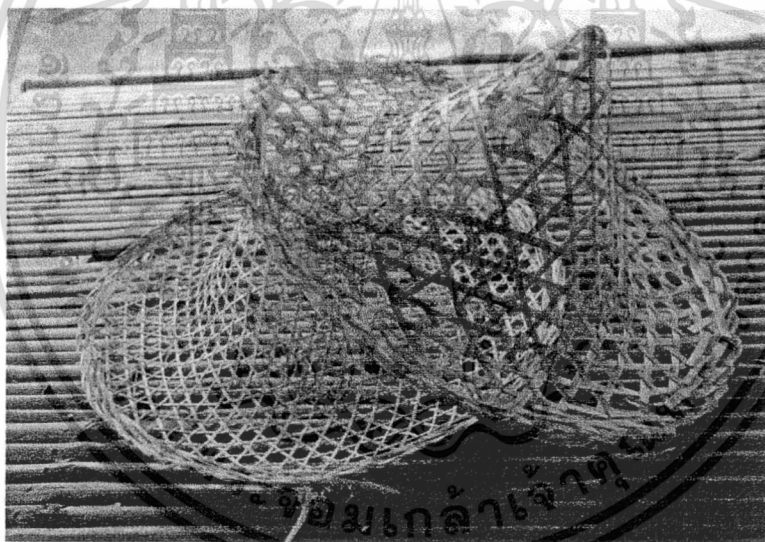
(5) น้ำมันวานิช หรือยูรีเทน เป็นวัสดุที่ใช้ในขั้นตอนสุดท้ายของการสานหมวกกุ้น เลี้ยง ซึ่งขึ้นอยู่กับลูกค้า ต้องการแบบเงา แบบด้าน หรือไม่ถ้าน้ำมันวานิช ก็ได้

วัสดุที่ใช้ในการผลิตหมวกกุ้นเลี้ยง มีการพัฒนา การประยุกต์นำเอาวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น โดยยังคงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เช่นเดิม อาทิ การนำเอากระดาษสีน้ำตาลมากุภายในหมวก โดยในอดีต จะใช้ใบลานแห้ง แต่ในปัจจุบันใบลานแห้งนั้นหายาก และไม่มีในท้องถิ่น จึงมีการประยุกต์นำเอา กระดาษสีน้ำตาลมาใช้ทดแทน ซึ่งกระดาษสีน้ำตาลนั้นเป็นวัสดุที่เหลือจากอุตสาหกรรมสัตว์ที่ในท้องถิ่น มีการเลี้ยงกุ้งขาว

2.7.2.3 ขั้นตอนการผลิตหมวกกุ้นเลี้ยง สามารถอธิบายได้พอสังเขปดังนี้

(1) สานหมวกที่เป็นฝาด้านใน โดยใช้ไม้ไผ่มาจักตอกเป็นเส้นเล็กๆขนาดยาว ประมาณ 80 - 100 ซม. นำตอกมาสานบนแม่แบบหมวก จะได้โครงหมวกด้านในเรียกว่าฝาด้านใน

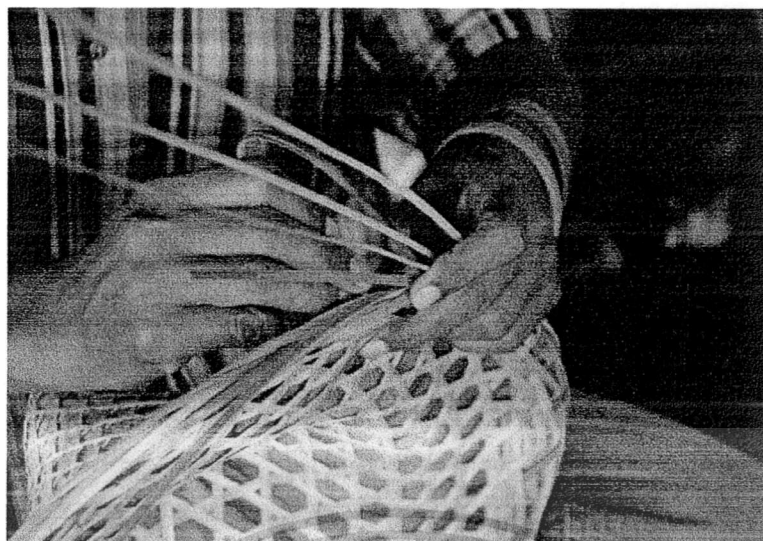
(2) สานหมวกที่เป็นฝาด้านนอก สานวิธีเดียวกันการสานฝาด้านใน แต่จะสานตา ละเอียดหรือหยาบขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ซื้อว่าจะนำไปใช้ประโยชน์ เรียกว่าฝาด้านนอก ดัง ภาพที่ 2.33



ภาพที่ 2.33 ลายสานหมวกฝาด้านใน และด้านนอก

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

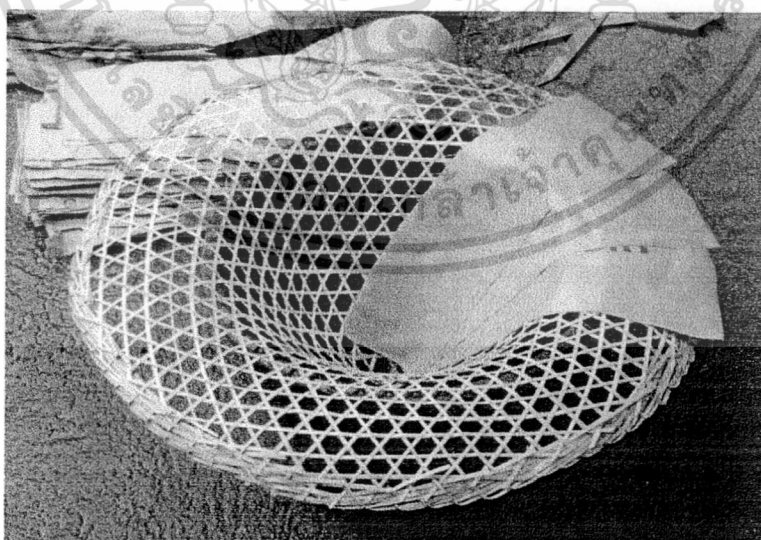
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.34 การเข้าขอบหมวก

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

(3) การเข้าหมวกก่อนที่จะประกบฝาด้านนอกกับฝาด้านในให้เข้าด้วยกันจะต้องเตรียมกระดาษกึ่งและใบไม้ไว้ก่อน โดยการแช่น้ำพอชุ่ม นำฝาด้านนอกหงายขึ้นวางลงบนกระดาษกึ่งต้นไม้หรือถังน้ำ เพื่อที่จะนำกระดาษมากุ้ให้รอบหมวกเรียงซ้อนด้วยใบไม้อีกชั้นหนึ่ง จากนั้นจึงนำฝาด้านในมาประกบกับใบไม้กุดหมวกให้หมวกเข้ารูปทรง นำตอกมาถักเข้าขอบ (เม้มขอบ) ให้เรียบร้อย ดังภาพที่ 2.35 และ 2.36

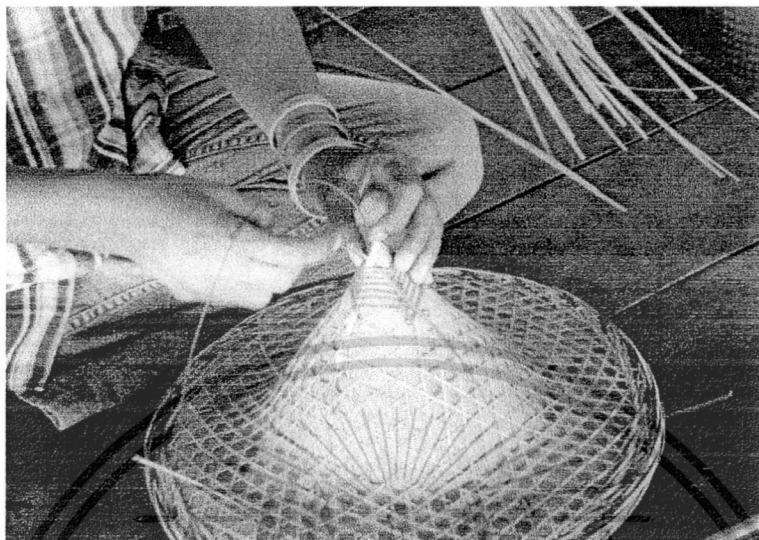


ภาพที่ 2.35 การกุกภายในหมวกด้วยกระดาษสีน้ำตาล

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) ส่วนยอดปลายแหลมของหมวก ใช้ดอกหนาขนาดใหญ่พอควรจำนวน 2 อัน หักไขว้กัน เสียบลงบนยอดหมวก นำเส้นคล้ามาถักเป็นยอดหมวก ดังภาพที่ 2.36



ภาพที่ 2.36 การสานยอดปลายแหลมของหมวก

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

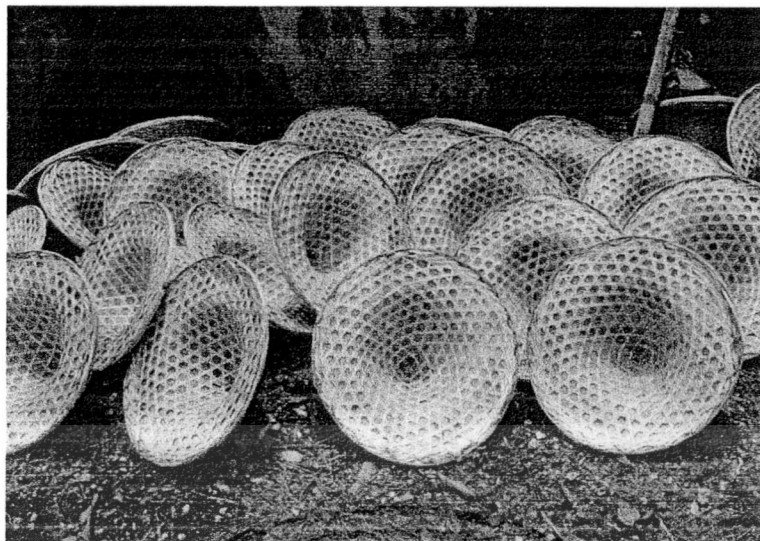
(5) เพื่อให้หมวกมีความคงทน สวยงามให้ทำด้วยน้ำมันวานิชหรือยูรีเทนด้านนอกของหมวก นำไปตากแดดให้แห้งเป็นอันเสร็จเรียบร้อย พร้อมจำหน่ายต่อไป ดังภาพที่ 2.37และ2.38



ภาพที่ 2.37 หมวกก๊วยเล็ยสำเร็จรูป

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.38 การผึ่งแดดก่อนการลงน้ำมันวานิช

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

### 2.7.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรวังเย็น

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรวังเย็น ตั้งอยู่เลขที่ 1/11 หมู่ 1 ตำบลวังเย็น อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นกลุ่มที่มีการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมจักสาน โดยเป็นประเภทของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ และก้านมะพร้าว โดยกลุ่มมีการจัดตั้งมาตั้งแต่ ปี 2525 มีการศึกษาและนำรูปแบบการจักสานมาจาก อำเภอพนัสสัณคม โดยคุณป้ามานพ เมรสนัด เป็นผู้ดูแลกลุ่มตั้งแต่ก่อตั้ง จนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 2.39 จักสานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรวังเย็น

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม ได้แก่ ของใช้สอย ฝาชี ตะกร้า กระจาด กระดัง กระต๊อบ กระเช้า และผลิตภัณฑ์ตามสั่ง อาทิ ชะลอม กล่อง ตะกร้า ตะกร้ายกดอก ตะกร้าคุณนาย วัสดุที่ใช้ก็จะเป็นไม้ไผ่ ก้านมะพร้าว หวายเทียม

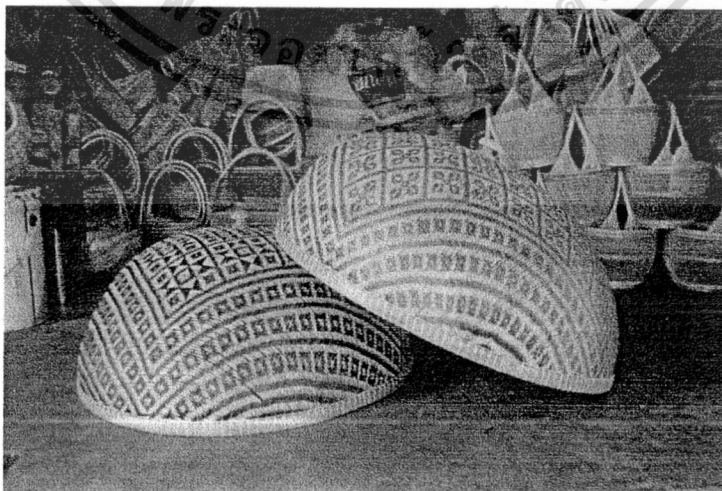
กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จะมีการแยกให้แก่สมาชิกของกลุ่ม ซึ่งอยู่ในชุมชนรูปแบบที่ผลิตตามความถนัดของสมาชิกนั้นๆ และนำมาส่งให้ ณ ที่ทำการของกลุ่ม ในกรณีที่มีแบบตามที่ลูกค้าต้องการ ก็จะเรียกสมาชิกมาปรึกษา เพื่อดำเนินการผลิตต่อไป

ในด้านของวัตถุดิบ อาทิ ไม้ไผ่สีนวล นำมาจากอำเภอพนัสนิคม ก้านมะพร้าวมาจากในพื้นที่ และรับซื้อจากแหล่งอื่นบางส่วน(มานพ เมรสนัด. สัมภาษณ์ : 2556)



ภาพที่ 2.40 ที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรวังเย็น

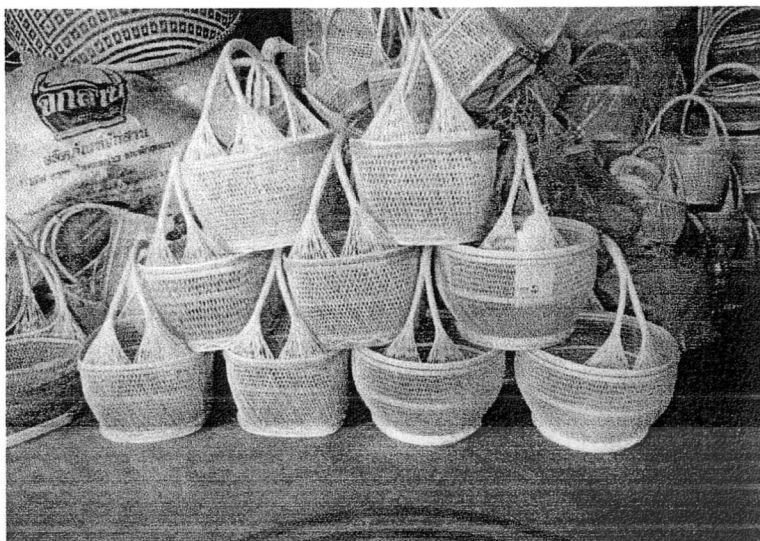
ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 2.41 จักสานฝาชีไม้ไผ่

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.42 จักสานตะกร้าทางมะพร้าว

ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

## 2.8 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### 2.8.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงผลรวมของประสบการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจ รัฐบาลและชุมชนผู้เป็นเจ้าของ ในกระบวนการที่ดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ

โดยทั่วไปการท่องเที่ยวหมายถึง การที่ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่งเพื่อการเที่ยวชมเมือง เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน ไปพักผ่อนวันหยุด รวมไปถึงบุคคลที่เดินทางไปร่วมประชุมทางวิชาการ ทางการเมืองหรือการประชุมทางธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ทางธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการศึกษาวิจัย โดยผู้ที่มาเยือนสามารถใช้บริการคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ (อาทิตย์ ศิริธร, 2541)

นิคม จารุมณี (2536) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการคือ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมและบริการต่างๆ ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ในการเดินทาง เช่น การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม สถานขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าของที่ระลึก สถานบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการบริการต้อนรับนักท่องเที่ยว

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2522 (2522) ได้กำหนดขอบเขตและความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง อุตสาหกรรมใดๆ ที่จัดให้มีหรือให้บริการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรไทย โดยมีค่าตอบแทน และหมายความรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว และการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง การออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือดำเนินการอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยว

## 2.8.2 ประเภทของการท่องเที่ยว

การจำแนกถึงที่หมายปลายทางด้าน ทิศทางการท่องเที่ยว (Type of Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งเป็นประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่

2.8.2.1 การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อที่จะสังเกตการ แสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมไปถึงการไปเยือน บ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมต่างๆ และการเข้าร่วมพิธีทางศาสนา

2.8.2.2 การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสชีวิต และบางกรณีก็เข้าไปร่วมใช้ชีวิตวิถีเก่าๆ ที่ได้สูญหายไปแล้ว หรือสัมผัสในท้องถิ่นเก่าที่มีสีสันดึงดูดใจ เช่น งานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน เป็นต้น

2.8.2.3 การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในด้าน ประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน และแหล่งโบราณคดีที่เป็นความรุ่งเรืองของอดีต อาจเป็นการเยือน อนุสรณ์สถาน วัด วัง การแสดงแสง-เสียง เหตุการณ์สำคัญในอดีต เป็นต้น

2.8.2.4 การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายการท่องเที่ยวเพื่อ ชาติพันธุ์ กล่าวคือดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่จะเน้นสิ่งดึงดูดใจ (attractions) ที่เป็น ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติและการชื่นชมต่อ ความสัมพันธ์ของผู้คนกับสิ่งแวดล้อมก็อยู่ในกลุ่มนี้

2.8.2.5 การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมแข่ง กีฬา การอาบแดด การสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ เช่น ชายหาด สนามกอล์ฟ การ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

2.8.2.6 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) ได้แก่การประชุม การพบปะกัน หรือ การสัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เข้ามาไว้ด้วย เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ เกิดขึ้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภท บางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนันทนาการ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม แล้วแต่นักท่องเที่ยวจะต้องการอะไร

2.8.2.7 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเป็น รางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้าน เพื่อการดูงาน การประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและเพื่อนันทนาการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.8.3 ประเภทของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว เป็นคำที่มาจากภาษาอังกฤษว่า Tour ซึ่งแปลว่าท่องเที่ยวหรือทัศนอาจร หรือการเดินทางเป็นวงกลม (Circular Trip) ที่มีจุดเริ่มต้นที่หนึ่งแล้วก็จะกลับมาอยู่ที่เดิมภายหลังจาก การเดินทางตามรายการหรือกำหนดการที่จัดไว้ล่วงหน้า (นิคม จารุณี, 2536)

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนยังที่ต่างถิ่นอันมิใช่ถิ่นพำนักอาศัย ประจำของบุคคลนั้น เป็นการเดินทางไปเยือนชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิได้เดินทางไปประกอบ อาชีพหารายได้แต่อย่างใด (อาทิตย์ ศิริธร, 2541) ส่วนนักทัศนอาจร (Excursionist) หมายถึง ผู้ที่ เดินทางมาเยือนไม่ค้างคืน มาเพื่อความเพลิดเพลิน ใช้เวลาพำนักอยู่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และผู้มา เยือนหรือผู้มาเยี่ยมเยือน (Visitor) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนประเทศใดประเทศหนึ่งซึ่งมิใช่ ประเทศถิ่นพำนักอาศัยปกติประจำวันของตัวเอง และการเดินทางไปเยือนนั้นจะเดินทางไปด้วย เหตุผลอย่างหนึ่งอย่างใด หรือวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ต้องมีใช่เข้าไปประกอบอาชีพหารายได้ใน ประเทศนั้น

จากนิยามดังกล่าว สามารถแบ่งผู้มาเยือน ออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ผู้มาเยือนที่ค้างคืนหรือ นักท่องเที่ยว (Tourist) และผู้มาเยือนไม่ค้างคืนหรือนักทัศนอาจร (Excursionist) ซึ่งพำนักอยู่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรม รสนิยม และแบบแผนในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป จำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่ม ดังนี้

2.8.3.1 นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง กลุ่มนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวที่คิดหรือ สนใจแต่ปัญหาเล็กๆ ในชีวิตของตนเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดี ไม่ต้องการทดลองสิ่ง แปลกใหม่ทั้งที่พัก อาหาร สิ่งบันเทิง และบุคคลใหม่ๆ ไม่ต้องการพบสิ่งยุ่งยากและมีเหตุการณ์ที่ ผิดปกติ

2.8.3.2 นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง เป็นพวกที่อยู่กึ่งกลางระหว่างกลุ่มเน้น ตัวเองเป็นศูนย์กลางและกลุ่มเดินสายกลาง

2.8.3.3 นักท่องเที่ยวประเภทเดินสายกลาง เป็นพวกที่ไม่มากที่สุดไปข้างใดข้างหนึ่ง ไม่ได้ชอบ ผจญภัยแต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองใหม่ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มนี้

2.8.3.4 นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอควร เป็นกลุ่มที่อยู่ระหว่างเดินสาย กลางและกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย

2.8.3.5 นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจหลากหลาย เป็นกลุ่มที่มีความสนใจกิจกรรม หลากหลาย เป็นพวกเปิดเผยและมีความมั่นใจในตนเอง ชอบผจญภัยอย่างมากและเต็มใจออกไป เผชิญโชคเผชิญชีวิต การเดินทางจะเป็นช่องทางให้พวกเขาได้แสดงออกมาซึ่งความอยากรู้อยากเห็น ได้ทดลองของใหม่ๆ ทั้งที่พัก อาหารการกิน และการบันเทิง

จากการจำแนกนักท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อน ซึ่งมีรูปแบบหลากหลาย ยังร่วมไปถึงการศึกษาสังเกตหรือการเข้าร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่พำนักค้างคืน และนักท่องเที่ยวที่ไม่พำนักค้างคืน หรือเรียกว่า นักทัศนาจร นักท่องเที่ยวยังจำแนกได้เป็นหลายกลุ่มตามพฤติกรรมและแบบแผนในการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มที่เน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง กลุ่มที่เน้นตัวเองปานกลาง กลุ่มที่เดินสายกลาง กลุ่มที่ชอบความหลากหลายพอควร และกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย

#### 2.8.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นตลาดแหล่งเงินกลับมาสู่ท้องถิ่น ชุมชน นับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีปัจจัยการผลิตอยู่มากมาย เกี่ยวเนื่องกับองค์กร ทั้งหน่วยงานรัฐ ท้องถิ่น หน่วยงานภาคเอกชน และชุมชนผู้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเกิดขึ้น นักท่องเที่ยวจึงเปรียบเสมือนผู้บริโภค ที่นำรายได้มาสู่ชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้กลุ่มผู้บริโภคได้รับรู้ได้สนใจ และมาท่องเที่ยวด้วย ณ ที่แห่งนั้น การส่งเสริมไม่ได้มีเพียงเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเพียงอย่างเดียว ยังเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวเสียไปได้ ถ้าการส่งเสริมนั้นขาดการศึกษา บริบท สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมชุมชน ให้มีความชัดเจนถูกต้อง ว่าเราจะดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปในทิศทางใด ผู้วิจัยจึงรวบรวมความหมายและหลักการดำเนินการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

##### 2.8.4.1 ความหมายและหลักการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

###### (1) ความหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

คำว่า การส่งเสริม หรือ Promotion มักเข้าใจกันว่าเป็น การส่งเสริมการขาย หรือ Sales Promotion เสมอ ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวคือ การทำให้ผู้ที่กำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นนักท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเริ่มต้นด้วยการทำให้ผู้ที่กำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวรู้จักสินค้าทางการท่องเที่ยว มีการจูงใจและสร้างอิทธิพลให้ ผู้ที่กำลังซื้อ เปลี่ยนเป็น ซื้อ ในที่สุด นั่นคือเปลี่ยนสถานะจากกำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวให้เป็นนักท่องเที่ยว คือกำลังจะเดินทาง กลายเป็นได้เดินทาง การส่งเสริมจะมีเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมโดยจะรวมเรียกว่า ส่วนผสมของการส่งเสริม (Promotion Mix) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

ได้มีคำอธิบายคำว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง การส่งเสริมให้ มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นหรือชุมชน และใช้บริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่กำลังจะซื้อ ให้เป็นการซื้อ หรือนักท่องเที่ยวโดยผ่านกระบวนการสื่อสารผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยว คือผู้ที่มีอำนาจในการซื้อ สนใจการท่องเที่ยว จะเคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมาก่อนหรือไม่ก็ได้ และเครื่องมือของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเข้าถึงได้โดยผ่านสื่อสารประเภทหนึ่ง สำหรับเครื่องมือของการส่งเสริมการท่องเที่ยวประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ (อุบลวรรณ สวรรณภูสิทธิ์ .2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากความหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น เป็นการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวชุมชน ท้องถิ่น ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนให้คนเกิดความสนใจ และตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยว โดยผ่านเครื่องมือการส่งเสริมหลายหลายรูปแบบ อาทิ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ การส่งเสริมการขาย เป็นต้น

## (2) หลักการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยว หลักการดำเนินการที่สำคัญมี 5 ประการ ดังนี้ (อุบลวรรณ สวรรณภูสิทธิ์ .2553)

(2.1) เร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

(2.2) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

(2.3) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดแก้ไขปัญหาคาความเดือนร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

(2.4) เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่นๆ โดยรอบ ทั้งทางด้านการตลาด การลงทุนและการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

(2.5) บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย

นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกคุ้มค่า โดยจะต้องดำเนินการตามนโยบายที่มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าทางการท่องเที่ยวมากกว่าการลดราคาสินค้าการท่องเที่ยวลง โดยสร้างมูลค่าเพิ่มหรือยกระดับคุณค่าสินค้าการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าท่องเที่ยวที่สนองอรรถประโยชน์ เบื้องต้นของนักท่องเที่ยว 2) การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าท่องเที่ยวที่สนองอรรถประโยชน์ด้านอื่นๆ เช่น ด้านสุขภาพและจิตใจ นอกเหนือไปจากอรรถประโยชน์เบื้องต้นของนักท่องเที่ยว 3) การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการด้านจิตใจ 4) การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกผูกพันเหมือนเป็นบ้านหลังที่สอง และ 5) การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ไทย (Thainess)

## (3) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อชุมชนทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม คือ เกิดการสร้างงาน พัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้องเนื่อง มีแหล่งรายได้ใหม่ ระบบสาธารณสุขโรค ได้รับการพัฒนา หรือปรับปรุงเนื่องจากระบบการท่องเที่ยว และมีความก้าวหน้าทางสาธารณสุขปลอดภัยจากโรคภัย แต่ในขณะที่เดียวกันชุมชนจะได้รับผลกระทบด้านลบด้วย เช่น ชุมชนที่เติบโตเร็วเกินไป โครงสร้างของชุมชนอาจเปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมเดิมและวิถีชีวิตของชุมชนถูกกลืนไปกับอิทธิพลของวัฒนธรรมจากภายนอก ที่ผ่านมามีชุมชนแทบไม่ได้รับประโยชน์ที่แท้จริงจากการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้มีโอกาสมากกว่าได้แสวงหาผลประโยชน์จากชุมชนและทรัพยากรโดยให้ประโยชน์ต่อชุมชนเพียงเล็กน้อย และสร้างผลกระทบทางลบไว้มาก การลดผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน การสร้างโอกาสและประโยชน์ที่แท้จริงแก่ชุมชนและท้องถิ่นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อชุมชนมีโอกาสนในการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเท่านั้น ดังนั้นการมีส่วนร่วมของชุมชนจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนโดยให้ชุมชนมีส่วนสำคัญในการกำกับดูแลควบคุมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เนื่องจากเป็นเจ้าของท้องถิ่นเกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ช่วยกันดูแลความสะอาดเรียบร้อย ความร่มรื่นของท้องถิ่น รวมทั้งมีส่วนร่วมในการดูแลความสงบเรียบร้อย ความปลอดภัย และชุมชนสามารถให้บริการและให้ข้อมูลด้านความเป็นอยู่และวัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยวได้อย่างดี ดังนั้นจะต้องส่งเสริมให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนควรต้องมีส่วนร่วมตลอดกระบวนการ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น คือ การกระจายรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิต ได้รับผลตอบแทนมาบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ส่งผลให้สังคมมีการพัฒนาอย่างเหมาะสม มีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยการพัฒนาของท้องถิ่น ดังนั้น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงควรมีแนวทางในการเปิดโอกาสให้ชุมชน กลุ่มผู้นำชุมชน และองค์กรต่างๆมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งจบกระบวนการในการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยมีส่วนร่วมดังนี้

1. สำรวจศักยภาพของชุมชน

2. เตรียมความพร้อมของชุมชน

- 2.1 จัดเวทีพบปะพูดคุยและประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้สนใจ

วิเคราะห์ผลดีผลเสียของการจัดการท่องเที่ยวต่อท้องถิ่นและชุมชน

- 2.2 ให้ความรู้แก่ชุมชนถึงกระบวนการจัดการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์

ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการจัดอบรม ประชุมเชิงปฏิบัติการและศึกษาดูงาน

- 2.3 จัดกิจกรรม สนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 สร้างความเข้มแข็งในการทำงานร่วมกันซึ่งดำเนินการได้ในหลากหลายลักษณะ ได้แก่ ใช้สื่อต่างๆช่วยในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ใช้กระบวนการกิจกรรมกลุ่ม ปลุกฝังเยาวชนให้มีส่วนร่วมในการพิทักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

2.5 กำหนดเป้าหมาย วางแผนการทำงานและกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน

2.6 การจัดรูปแบบองค์กร กำหนดบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และการจัดสรรผลประโยชน์

3. สำรวจข้อมูลทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว กำหนดพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

4. ประชาสัมพันธ์ จัดหานักท่องเที่ยวและวางแผนการตลาด

5. พัฒนามัคคุเทศก์ ผู้ประสานงานและบุคลากร

6. เตรียมความพร้อม และปฏิบัติการโครงการนำร่อง

7. สรุปและประเมินผลหลังเสร็จสิ้นกิจกรรมนำร่อง

8. พัฒนาปรับปรุงกระบวนการโดยการวิเคราะห์กระบวนการในการจัดการท่องเที่ยวและองค์ประกอบต่างๆ

9. เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับหน่วยงานภายนอก

#### 2.8.4.2 มาตรฐานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

(กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น. 2549) ได้กำหนดมาตรฐานไว้เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยกำหนดมาตรฐานออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

(1) มาตรฐานด้านแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวนั้น ถือได้ว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินเข้ามาท่องเที่ยว และเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ดังนั้นมาตรฐานด้านแหล่งท่องเที่ยวจึงประกอบด้วย

(1.1) มีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

(1.2) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

(1.3) มีระบบดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว

(2) มาตรฐานด้านการบริการการท่องเที่ยว บริการที่รับรองการท่องเที่ยว จัดเป็นอุปทาน(Supply) ประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นสิ่งดึงดูดใจได้เช่นกัน ประกอบด้วย

(2.1) มีการบริการด้านความปลอดภัย

(2.2) มีบริการภัตตาคารและร้านอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (2.3) มีบริการสินค้าและของที่ระลึก
- (2.4) มีบริการที่พักค้างแรมสำหรับนักท่องเที่ยว
- (2.5) มีบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
- (2.6) มีบริการด้านบันเทิง และนันทนาการ
- (2.7) มีบริการด้านสารสนเทศ
- (2.8) มีบริการด้านขนส่ง

(3) มาตรฐานด้านการตลาดท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายถึง การส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย ประกอบด้วย

- (3.1) มีการกำหนดแผนการตลาดท่องเที่ยว
- (3.2) มีการสร้างเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
- (3.3) จัดให้มีการโฆษณาไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว

โดยมาตรฐานในแต่ละด้าน ได้กำหนดตัวชี้วัดเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยตัวชี้วัดมี 2 ระดับ ได้แก่

ตัวชี้วัดขั้นพื้นฐาน หมายถึง ตัวชี้วัดที่มีความสำคัญและเป็นภารกิจที่ตอบสนองความจำเป็นพื้นฐานในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องดำเนินการ

ตัวชี้วัดขั้นพัฒนา หมายถึง ตัวชี้วัดที่มีความสำคัญและเป็นภารกิจที่มีการพัฒนายกระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น หรือก้าวหน้ามากกว่ามาตรฐานตัวชี้วัดขั้นพื้นฐานและกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อาจจะทำหรือเลือกทำตามศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นๆ เช่น ความพร้อมทางด้านงบประมาณ บุคลากร ฯลฯ

การสนับสนุนหรือจัดให้มี หมายถึง ในแต่ละมาตรฐานตัวชี้วัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถสนับสนุนให้ผู้เกี่ยวข้องเป็นผู้ดำเนินการ ตลอดจนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาจกำหนดมาตรฐานที่จะสนับสนุนภารกิจนั้นๆ เช่น บำบัดบอทางที่ได้มาตรฐานและการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวฯ เป็นต้น และหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะดำเนินการเองก็ได้ในกรณีที่มีความพร้อม

ซึ่งรายละเอียดมาตรฐานตัวชี้วัดดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 มาตรฐานและตัวชี้วัดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

มาตรฐานและตัวชี้วัด	ระดับของตัวชี้วัด		คำอธิบายตัวชี้วัด
	ขั้นพื้นฐาน	ขั้นพัฒนา	
มาตรฐานด้านแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว			
1) สนับสนุนหรือจัดให้มีเส้นทางเข้าถึงแหล่ง			
1) สนับสนุนหรือจัดให้มีเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว	*		มีเส้นทางที่นักท่องเที่ยวสามารถ ใช้ เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่นทางเดินเท้า ทางจักรยาน ถนน ทางเรือ ทางซ้ข้าง ทางซ้มาเป็นต้น
(2) สนับสนุนหรือจัดให้มีป้ายบอกทางหรือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	*		มีป้ายที่ติดตั้งในตำแหน่งที่เห็น เด่นชัด และนักท่องเที่ยวสามารถ มองเห็นได้ง่าย และป้ายดังกล่าว ต้องมีเนื้อหาถูกต้อง ชัดเจน และ มีจำนวนเพียงพอ
3) สนับสนุนหรือจัดให้มีป้ายบอกทางหรือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล		*	มีป้ายที่ติดตั้งในลักษณะเดียวกับ ข้อ 2) โดยมีขนาด รูปแบบและ การติดตั้งตามมาตรฐานสากล ซึ่งสามารถขอรายละเอียดได้จาก สำนักงานการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทยในพื้นที่ หรือกรมทาง หลวง
2) สนับสนุนหรือจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว			
(1) สนับสนุนหรือจัดให้มีห้องน้ำสาธารณะอย่างเพียงพอ	*		มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและ มีปริมาณเพียงพอต่อความ ต้องการของนักท่องเที่ยว
(2) สนับสนุนหรือจัดให้มีถังขยะเพียงพอ	*		มีถังใส่ขยะเพื่อรองรับขยะจาก นักท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นถังขยะที่ ออกแบบให้สอดคล้องกับ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ มีคุณภาพดี ไม่แตกร้าว รั่ว หรือเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยว และมีปริมาณเพียงพอ
(3) สนับสนุนหรือจัดให้มีที่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว	*		มีที่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว เช่นศาลา หรือซุ้มพักผ่อน และจัด ให้มีม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้ด้วย

## ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

มาตรฐานและตัวชี้วัด	ระดับของตัวชี้วัด		คำอธิบายตัวชี้วัด
	ขั้นพื้นฐาน	ขั้นพัฒนา	
(4) สนับสนุนหรือจัดให้มีระบบไฟฟ้าแสงสว่างในจุดต่างๆอย่างเหมาะสมตามสภาพพื้นที่	*		มีไฟฟ้าแสงสว่างในจุดต่างๆอย่างเหมาะสมตามสภาพพื้นที่ เพื่อส่องสว่างในเวลากลางคืน โดยเน้นให้มีในจุดที่สำคัญที่เป็นจุดเด่นของแหล่ง และจุดเสี่ยงที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายแก่นักท่องเที่ยว
(5) สนับสนุนหรือจัดให้มีห้องน้ำสาธารณะที่ถูกสุขลักษณะอย่างเพียงพอ		*	มีห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับข้อ 1) และมีการให้บริการบริการเพิ่มเติมเพื่อสุขลักษณะด้านอื่นๆ เช่น มีบริการกระดาษชำระสบู่ ล้างมือ ผ้าเช็ดเท้า มีการระบายอากาศในบริเวณห้องน้ำ ฯลฯ
(6) สนับสนุนหรือจัดให้มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และ/หรือ สนับสนุนให้มีสำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว		*	มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นสถานที่ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว ภายในแหล่งนั้นๆ และ/หรือสนับสนุนให้มีสำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นที่ทำการสำหรับเจ้าหน้าที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยว และเป็นสถานที่สำหรับทำกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น
(7) สนับสนุนหรือจัดให้มีที่ขายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว		*	มีที่ขายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นช่องทางสำหรับสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นภายในแหล่ง ซึ่งที่ขายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวอาจจะสร้างขึ้นต่างหากเพื่อให้สะดวก คล่องตัว หรืออาจจะรวมอยู่ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวก็ได้
(8) สนับสนุนหรือจัดให้มีป้ายแสดงข้อมูลเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว		*	มีป้ายแสดงข้อมูลเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทางเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว โดยรายละเอียดของป้ายควรแสดงถึงความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว รายละเอียดภายในแหล่ง แผนที่แสดงจุดต่างๆเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การใช้งานโดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

มาตรฐานและตัวชี้วัด	ระดับของตัวชี้วัด		คำอธิบายตัวชี้วัด
	ขั้นพื้นฐาน	ขั้นพัฒนา	
(9) สนับสนุนหรือจัดให้มีลานทำกิจกรรม		*	มีลานทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อชมการแสดงหรือสาธิตกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องตามสภาพของแหล่ง
(10) สนับสนุนหรือจัดให้มีการปรับภูมิทัศน์ภายในสถานที่ท่องเที่ยว		*	มีการปรับสภาพแวดล้อมภายในสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสวยงามเหมาะสมโดยยังคงสภาพเดิมของแหล่งไว้มากที่สุด เหมาะแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น โดยอาจขอคำแนะนำจากศูนย์การท่องเที่ยวกีฬา และนันทนาการประจำจังหวัด
(11) สนับสนุนหรือจัดให้มีการจัดซุ้มทางเข้าที่สวยงามเหมาะสม		*	มีการจัดตกแต่งทางเข้าให้มีความสวยงาม สอดคล้องกับสภาพของแหล่งท่องเที่ยว เหมาะแก่การเป็นจุดถ่ายภาพของนักท่องเที่ยว โดยอาจขอคำแนะนำได้จากศูนย์การท่องเที่ยวกีฬา และนันทนาการประจำจังหวัด
3) สนับสนุนหรือจัดให้มีระบบการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว			
(1) สนับสนุนหรือจัดให้มีผู้รับผิดชอบในการจัดเก็บขยะและสิ่งปฏิกูลต่างๆ	*		มีผู้รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้มีความสะอาดอย่างสม่ำเสมอรวมทั้งการจัดหาภาชนะรองรับขยะที่เหมาะสมและเพียงพอ
(2) สนับสนุนหรือจัดให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลรักษามีให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม		*	มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว ให้คงสภาพความงามตามธรรมชาติ หรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมเช่นเดิม
(3) สนับสนุนหรือจัดให้มีการส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับผิดชอบดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน		*	มีการส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์และการพัฒนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

มาตรฐานและตัวชี้วัด	ระดับของตัวชี้วัด		คำอธิบายตัวชี้วัด
	ขั้นพื้นฐาน	ขั้นพัฒนา	
มาตรฐานด้านการบริการการท่องเที่ยว			
1) สนับสนุนหรือจัดให้มีการบริการด้านความปลอดภัย			
(1) สนับสนุนหรือจัดให้มีการจัดเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวตลอดจนความพร้อมด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่นักท่องเที่ยว	*		มีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบดูแลความปลอดภัยรวมทั้งปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่นักท่องเที่ยวเมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้นซึ่งเจ้าหน้าที่ดังกล่าวควรมีความรู้หรือได้รับการฝึกอบรมความรู้เรื่องการปฐมพยาบาลและการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
(2) สนับสนุนหรือจัดให้มีการเตรียมเครื่องมือสื่อสารให้กับเจ้าหน้าที่ เมื่อเกิดเหตุร้ายหรือกรณีนักท่องเที่ยวเจ็บป่วย	*		มีเครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ วิทยุสื่อสาร เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่ดูแลแหล่งสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ภายนอกที่เกี่ยวข้องในกรณีที่เกิดเหตุร้ายต่อนักท่องเที่ยว และเพื่อให้นักท่องเที่ยวสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวเมื่อมีข้อซักถามหรือเกิดเหตุร้าย
(3) สนับสนุนหรือจัดให้มีการจัดทำป้ายประกาศเตือนจุดที่อาจเกิดอันตราย	*		มีป้ายเตือนจุดอันตรายให้เห็นชัดเจนโดยใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ เช่น ระวังทางลื่น ระวังรถ ระวังกลุ่มมิจฉาชีพ เป็นต้น
(4) สนับสนุนหรือจัดให้มีการจัดทำรั้วหรืออุปกรณ์ป้องกันอันตราย	*		มีรั้วรั้วกันตกจากที่สูง กำแพงป้องกันดินถล่ม รั้วกันสัตว์ร้าย ห่วงชูชีพ เสื้อชูชีพ น้ำยาดับเพลิง เป็นต้นโดยจัดทำให้เหมาะสมตามสภาพของแหล่งท่องเที่ยว
(5) สนับสนุนหรือจัดให้มีการเตรียมอุปกรณ์สัญญาณเตือนภัย		*	มีระบบสัญญาณเตือนภัยติดตั้งในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเตือนนักท่องเที่ยวถึงภัยอันตรายที่กำลังจะเกิด หรืออาจจะเกิดขึ้น เช่น คลื่นสึนามิ สัญญาณเตือนเหตุไฟไหม้สัญญาณเตือนน้ำป่าไหลหลาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำออกจำหน่าย การค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

มาตรฐานและตัวชี้วัด	ระดับของตัวชี้วัด		คำอธิบายตัวชี้วัด
	ขั้นพื้นฐาน	ขั้นพัฒนา	
2) สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการภัตตาคารและร้านอาหาร			
(1) สนับสนุนหรือจัดให้มีร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	*		มีร้านจำหน่ายอาหารที่สะอาดปลอดภัยถูกสุขลักษณะให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ
(2) สนับสนุนหรือจัดให้มีภัตตาคารหรือร้านอาหารที่สะอาดและปลอดภัยจำหน่ายอาหารให้นักท่องเที่ยว หรือได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		*	มีร้านจำหน่ายอาหารที่สะอาดปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว ซึ่งร้านจำหน่ายอาหารดังกล่าวได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะเป็นการเพิ่มความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว (สำหรับโครงการสุขภาพอาหาร ส่งเสริมการท่องเที่ยว สนับสนุนเศรษฐกิจไทย(Clean Food Good Taste))
3) สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการสินค้าและของที่ระลึก			
(1) สนับสนุนหรือจัดให้มีสินค้าและของที่ระลึกบริการนักท่องเที่ยว	*		มีสินค้าของที่ระลึกจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อหากลับไปเป็นของที่ระลึกได้และเป็นการสร้างรายได้ภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย
(2) สนับสนุนหรือจัดให้มีสินค้าและของที่ระลึกที่ผลิตโดยชุมชนหรือ OTOP ของท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยวโดยสินค้าดังกล่าวต้องมีเอกลักษณ์มีคุณภาพและราคายุติธรรม และได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ของกระทรวงอุตสาหกรรม		*	มีสินค้าของที่ระลึกจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว โดยสินค้านั้นเป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชนหรือผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น และสินค้าดังกล่าวต้องมีเอกลักษณ์ คุณภาพและราคายุติธรรม
4) สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยว			
(1) สนับสนุนหรือจัดให้มีการจัดบริการที่พักที่สะอาดปลอดภัย เช่น โรงแรมโฮมสเตย์ เกสเฮาส์ วัด เป็นต้น	*		มีการจัดบริการที่พักที่สะอาดปลอดภัย เช่น โรงแรม โฮมสเตย์ เกสเฮาส์ วัด เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

มาตรฐานและตัวชี้วัด	ระดับของตัวชี้วัด		คำอธิบายตัวชี้วัด
	ขั้นพื้นฐาน	ขั้นพัฒนา	
(2) สนับสนุนหรือจัดให้มีการจัดบริการที่พัก เช่น โรงแรมโฮมสเตย์ เกสเฮาส์ เป็นต้นโดยที่พักต้องมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับได้ เช่น มาตรฐานโรงแรมของสมาคมโรงแรมไทยมาตรฐานโฮมสเตย์ของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น หรือมีการให้ข้อมูล/ประสานงานที่พักที่บริเวณใกล้เคียง		*	มีการจัดบริการที่พักที่สะอาด ปลอดภัย โดยที่พักดังกล่าวได้รับการรับรองมาตรฐาน เช่น มาตรฐานโรงแรม มาตรฐานโฮมสเตย์ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวหรือกรณีที่พักในแหล่งท่องเที่ยวเต็มสามารถให้ข้อมูลที่พักที่ใกล้เคียงได้
5) สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์			
(1) สนับสนุนหรือจัดให้มีมัคคุเทศก์หรืออาสาสมัครนำเที่ยว คอยให้บริการนำนักท่องเที่ยวเที่ยวชมในท้องถิ่น		*	มีนักเรียน นักศึกษาที่มีความรู้ในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวในหรือเจ้าอาวาสหรือพระสงฆ์ที่มีความรู้เกี่ยวกับวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือเจ้าหน้าที่ป่าไม้หรืออุทยานแห่งชาติ เป็นผู้นำเยี่ยมชม
(2) สนับสนุนหรือจัดให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ผ่านการฝึกอบรม คอยให้บริการนำนักท่องเที่ยวเที่ยวชมในท้องถิ่น		*	มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ผ่านการฝึกอบรมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและขึ้นทะเบียนเป็นมัคคุเทศก์ที่ถูกต้องตามกฎหมายทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยวในแหล่งนั้นๆ
6) สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านบันเทิงและนันทนาการ			
(1) สนับสนุนหรือจัดให้มีกิจกรรมบริการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือนันทนาการ บันเทิงสนุกสนาน		*	มีการแสดง การละเล่นตามประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว แต่ต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย
7) สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านสารสนเทศ			
(1) สนับสนุนหรือจัดให้มีเอกสารแผ่นพับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว	*		มีระบบการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเช่น เอกสาร แผ่นพับเพื่อบริการนักท่องเที่ยว โดยการจัดทำเน้นการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

มาตรฐานและตัวชี้วัด	ระดับของตัวชี้วัด		คำอธิบายตัวชี้วัด
	ขั้นพื้นฐาน	ขั้นพัฒนา	
(2) สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ โทรสาร และอินเทอร์เน็ต		*	มีระบบการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต บริการนักท่องเที่ยว ในกรณีที่นักท่องเที่ยวต้องการ
8) สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านการขนส่ง			
(1) สนับสนุนหรือจัดให้มีพาหนะโดยสารสาธารณะเข้าถึงแหล่ง		*	มีพาหนะไว้บริการนักท่องเที่ยว เช่นรถโดยสาร รถรับจ้าง รถไฟ เรือโดยสาร เป็นต้น
(2) สนับสนุนหรือจัดให้มีพาหนะโดยสารสาธารณะที่มีระบบความปลอดภัย และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกเข้าถึงแหล่ง		*	มีพาหนะให้บริการนักท่องเที่ยว โดยมีความปลอดภัยและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกตามที่จำเป็น เช่นเสื้อชูชีพ อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้พิการ เป็นต้น
(3) สนับสนุนหรือจัดให้มีบุคลากรประจำพาหนะมีความรู้ ทักษะที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ดี		*	มีเจ้าหน้าที่ประจำพาหนะที่มีความรู้ทักษะ สามารถให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวได้ดี

ที่มา : มาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว. 2549

### 2.8.5 แนวทางจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

นักวิชาการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวได้กำหนดหลักการในการจัดการการท่องเที่ยวทุกรูปแบบที่ยั่งยืนตามหลักการการพัฒนาการท่องเที่ยวของโลก ไว้ดังนี้

2.8.5.1 อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอติ (Using Resource Sustainable) หมายถึง ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากร ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่ มีอยู่ดั้งเดิมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัดต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นค่าและคุณภาพของธรรมชาติต้นทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประกอบอยู่ด้วยการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึงการสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมีความสุข รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูนและเสริมสร้างไว้ให้มีมากเพียงพอต่อการใช้ในการดำรงชีวิต เหมาะสมการปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรนั้น ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด เกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุดโดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่ การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

2.8.5.2 ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็น กับการลดการก่อของเสีย  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการสงวนเพื่อการค้าเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นว่าเป็นประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Reducing Over-consumption and Waste) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องร่วมกันวางแผนกับผู้เกี่ยวข้องจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ หรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติมีคุณภาพเหมือนกัน หรือใช้ทดแทนกันได้เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก เช่น สิ่งก่อสร้างที่ใช้ไม้จากธรรมชาติหากคิดให้ลดการใช้ไม้ลงโดยใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติคล้ายไม้สร้าง เสริมประกอบก็เป็นการลดการใช้ไม้หรือลดการตัดต้นไม้ลงได้เป็นต้น หรือกรณีที่สร้างอาคารเพื่อบริการนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการจะต้องวางแผนก่อสร้างอาคารให้ได้รับแสงสว่างธรรมชาติมากที่สุด อาจใช้วัสดุโปร่งแสงประกอบ เพื่อลดการใช้แสงสว่างจากไฟฟ้า โรงแรมบางแห่งออกแบบร้านอาหารใหม่ พื้นที่ใช้สอย 2 บริเวณ คือพื้นที่เป็นระเบียบมีแสงสว่างและลมพัดผ่านได้ตลอดเวลาอีกส่วนหนึ่งในอาคารใช้เครื่องปรับอากาศ ซึ่งนับเป็นการจัดการที่ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้การใช้เชื้อเพลิงและไฟฟ้าอย่างประหยัดนั้น อาจหาพลังงานจากธรรมชาติทดแทนได้ เช่น การใช้กังหันลม การใช้พลังงานแสงอาทิตย์และการใช้กระเบื้องใส เป็นต้น การลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดการใช้พลังงานไฟฟ้านั้น มีส่วนช่วยในการลดค่าใช้จ่าย หรือลดต้นทุนการผลิตทำให้ธุรกิจมีผลกำไรมากขึ้น ส่วนการลดการก่อของเสีย อาทิขยะปฏิภูล ต้องหาวิธีการจัดการโดยการแยกประเภทขยะ ซึ่งขยะแห่งอาจนำเข้าระบบการหมุนเวียนการใช้ (Reuse) การใช้ซ้ำ (Renew) และการแปรรูปกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ส่วนขยะเปียกอาจนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักปุ๋ยจุลินทรีย์ได้

2.8.5.3 รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติสังคม และวัฒนธรรม (Maintain Diversity) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยวโดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลาย เพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมโดยการเพิ่มคุณค่า และมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้น หรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตก อาจเพิ่มกิจกรรมการดูนก การปีนหน้าผา เป็นต้น หรือหมู่บ้านวัฒนธรรม และแหล่งโบราณคดี อาจเพิ่ม กิจกรรมการนั่งเกวียนเทียมวัวหรือควาย การทำเส้นทางจักรยานให้นักท่องเที่ยวชมรอบหมู่บ้าน การเป็นอาสาสมัครนักโบราณคดีขุดค้น ขุดแต่งแหล่งโบราณคดีโดยมีนักโบราณคดีสอนหลักการเบื้องต้นให้ เป็นต้น

2.8.5.4 ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planing) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำงานตามแผนที่วางไว้แต่ต้องประสานแผนการพัฒนา กับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองท้องถิ่น (อบต. หรือเทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มขึ้น

2.8.5.5 ต้องนำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local Economy) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องประสานงานกับองค์กรปกครองท้องถิ่น และหน่วยงานราชการ ที่เกี่ยวข้องส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท้องถิ่น นำไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวให้มากขึ้น เป็นการสร้างรายได้ กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น การหาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมใหม่ๆ ในแต่ละตำบล อันเป็นนโยบายของรัฐบาล ก็เพื่อการขยายฐาน สร้างรายได้เสริมให้กับท้องถิ่น

2.8.5.6 การมีส่วนร่วมการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับท้องถิ่น (Involving Local Communities) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวควรร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบองค์รวม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมทำในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ปัญหาด้วยกัน เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน ร่วมประเมินผลการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นด้วย

2.8.5.7 หมั่นประชุมและปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and the Public) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานกับทุกภาคีได้แก่ ชุมชนหรือประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันการศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ เพื่อร่วมประชุมปรึกษาหารือ ทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยวการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาด โดยจัดการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เป็นการลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่ต่างกัน เช่น การกำหนดราคาค่าบริการรถโดยสาร หรือรถรับจ้างในท้องถิ่น ควรเป็น ราคามาตรฐานเดียวกัน หรือการใช้ที่สาธารณะประโยชน์การใช้น้ำดิบเพื่อบริโภคจากแหล่งเดียวกัน การจัดการขยะ เป็นต้น

2.8.5.8 การพัฒนาบุคลากร (Training Staff) การให้ความรู้การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความรู้มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นับเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร เป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรม พนักงานเสิร์ฟในร้านอาหารให้รู้วิธีการเสิร์ฟอาหารที่เป็นมาตรฐานสากล การฝึกแม่บ้านให้การต้อนรับแบบโฮมสเตย์การอบรมนักท่องเที่ยวที่สื่อความหมายธรรมชาติอบรมนักท่องเที่ยวที่สื่อความหมายด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

2.8.5.9 การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม (Marketing Tourism Responsibly) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับผู้เกี่ยวข้องของจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการการขายให้พร้อมมีเพียงพอต่อการเผยแพร่ซึ่งอาจจัดทำในรูปสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือ การตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นเอกสารแผ่นพับ หนังสือคู่มือ วีดีโอ เป็นต้น

2.8.5.10 ประเมินผล ตรวจสอบและวิจัย (Undertaking Research) ความจำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่า รวมถึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลงทุนในธุรกิจเที่ยว เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจะต้องมีการประเมินผล การตรวจสอบ ผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามผู้ใช้บริการโดยตรง การสอบถามเห็น จากใบประเมินผล หรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยว เพื่อทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุงแก้ไข จัดการ การบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ หลักการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั้ง 10 ประการนี้เป็นกรอบการปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยวทุกรูปแบบได้

## 2.8.6 เกณฑ์กำหนดแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการจัดการที่ยั่งยืน (Criteria for tourism destination)

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ให้ได้รับความพึงพอใจที่ คำนึงตามแนวคิดกระแสเศรษฐกิจสมัยโลกไร้พรมแดนนั้น ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาและส่งเสริมการ ท่องเที่ยวจะต้องมีเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อกำหนดเป็นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท โดยนำหลักการและ ขั้นตอนของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมาใช้แล้ว แต่ละแห่งควรมีเกณฑ์ ดังนี้

2.8.6.1 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นดั้งเดิม มีความสะอาด ร่มรื่น

2.8.6.2 มีความพร้อมในการบริหารจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ภายในศูนย์ มีบริการอำนวยความสะดวกเบื้องต้น มีเคาน์เตอร์บริการข่าวสาร มุมนิทรรศการ ห้องสุขาสะอาด มุม จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มุมจำหน่ายของที่ระลึก รวมทั้งมีระบบบริการคนพิการด้วย การบริหาร จัดการในลักษณะการเป็นเจ้าของที่ดี มีความปลอดภัยสะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวทุก ระดับ (เยาวชน คนสูงอายุ และคนพิการ) ต่อการเดินทาง

2.8.6.3 มีการจัดทำเส้นทางศึกษาแหล่งท่องเที่ยว (ธรรมชาติและวัฒนธรรม) ทั้งเส้นทางไป และกลับทางเดิม เส้นทางเป็นแบบวงรอบหรือวงกลมอย่างน้อย 1 เส้นทาง การจัดทำเส้นทางศึกษา และท่องเที่ยววนั้น ต้องคำนึงถึงความสะดวกสำหรับคนพิการ ตามหลักสากล

2.8.6.4 มีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาเป็นระยะๆ เพื่อให้เกิดความรู้แก่นักท่องเที่ยว

2.8.6.5 มีแผนที่และคู่มือนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมาย เพื่อให้ความรู้ต่อนักท่องเที่ยว

2.8.6.6 มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อครั้งต่อ วัน

2.8.6.7 มีมัคคุเทศก์ หรือวิทยากร หรือนักสื่อความหมายท้องถิ่น ที่รอบรู้นำชม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ความรู้ มีความเข้าใจ มีความทรงจำ ได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้น

2.8.6.8 มีการบริหารจัดการพื้นที่ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่นและพหุภาคี เช่น องค์กรภาค รัฐบาล องค์กรเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) องค์กรบริหารท้องถิ่น (เทศบาล และอบต.) และ แบ่งปันผลประโยชน์อย่างยุติธรรมและโปร่งใส

2.8.6.9 มีนโยบายและแผนงานต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งแผนงานการ รักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ระยะสั้น ระยะยาว เช่น แผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการขยะการจัดการน้ำเสีย การจัดการมลพิษต่างๆ ให้มีมาตรฐานสากล

2.8.6.10 มีแผนพัฒนาบุคลากรและการบริการสู่ระดับมาตรฐานสากล

2.8.6.11 หากแหล่งท่องเที่ยวที่มีที่พักแรมจะต้องเป็นที่พักแรมที่รักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.8.6.12 มีแผนงานการประเมินผลการปฏิบัติงาน ผลการบริการ เพื่อพัฒนาการจัดการได้ตามมาตรฐานสากล

## 2.8.7 รูปแบบการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ ๒๑ (Tourism product & activities)

การท่องเที่ยวในสมัยโลกไร้พรมแดน นอกจากคำนึงถึงความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมแล้ว ยังคำนึงถึงการรักษาสีงแวดล้อมโดยใช้หลักการของแผนแม่บทของโลก (Agenda 21) เป็นกรอบการจัดการ จึงเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable tourism development) โดยคำนึงถึงหลักการ 4 ประการคือ

2.8.7.1 การดำเนินกิจการการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.8.7.2 การตระหนักในกิจกรรม การท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน (เอกลักษณ์และอัตลักษณ์)

2.8.7.3 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว

2.8.7.4 การประสานความต้องการและกำหนดแผนงาน ทางเศรษฐกิจ การดำรงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

แนวคิดต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนมุ่งเน้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพการจัดการ เพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm Shift) ที่เปลี่ยนจากสังคมบริโภคนิยมเข้าสู่ยุคสมัยสังคมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ดังนั้น ขอบเขตของการพัฒนา จึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยวหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน โดยสรุปรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจบริการที่มีผลกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอก็ตาม ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องไม่เกิดขึ้น หรือหากมีต้องเป็นผลกระทบน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า งานวิจัยในหลากหลายด้าน ดังนี้

ชานาญ อุคำ (2552) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นเอกลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหาร ผลการวิจัยพบว่า เอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหารมี 3 ด้านประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าลายแก้วมุกดา ด้านแหล่งท่องเที่ยวคือ หอแก้วมุกดาหารและด้านวัฒนธรรมคือ การแต่งกายชนเผ่า 8 เผ่า ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหาร ด้านการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น(OTOP) โดยการสำรวจผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนบัญชีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดมุกดาหารมี ทั้งหมด 173 ผลิตภัณฑ์ชุมชน และการศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยนำเอกลักษณ์ของจังหวัดมาเป็นรูปแบบเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวได้ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบสินค้าที่เป็นของที่ระลึก และของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหาร มี 3 รูปแบบคือ แบบสินค้าแบบที่ 1 ชื่อผลิตภัณฑ์ กระเป๋าพวงกุญแจจากผ้าลายแก้วมุกดา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลิตภัณฑ์สินค้าถ้าว่างจำหน่ายนักท่องเที่ยวมีโอกาสจะซื้อเป็นของที่ระลึกและของฝาก อยู่ในระดับมากที่สุด แบบสินค้าแบบที่ 2 ชื่อผลิตภัณฑ์ เสื้อเย็บมือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เสื้อเย็บมือรูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอยู่ในระดับมากที่สุด และแบบสินค้าแบบที่ 3 ชื่อผลิตภัณฑ์ ตุ๊กตาผ้าเช็ดมือ 8 เผ่า มีรูปแบบแปลกน่าสนใจเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชนเผ่า 8 เผ่า คือ เผ่าผู้ไทย เผ่าข่า เผ่ากะเลิง เผ่ากะโซ่ เผ่าไทยอีสาน เผ่าย้อ เผ่าแสก และเผ่าไทยกุลา เป็นของที่ระลึกและของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหาร

วาสนา เจริญวิเชียรฉาย (2551) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา กระดาษสับปะรด และกระดาษตะขบ ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ จากกระดาษสา กระดาษสับปะรด และกระดาษตะขบ เพื่อนำมาเป็นแนวทางการออกแบบ จากกระดาษสา กระดาษสับปะรด และกระดาษตะขบ ผู้ผลิตและผู้สนใจสินค้าต้องการให้ผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา กระดาษสับปะรด และกระดาษตะขบ ผลิตภัณฑ์ประเภทภาพติดผนัง ควรเป็นภาพดอกไม้รองลงมาเป็นภาพทิวทัศน์ กรอบรูปควรเป็นภาพดอกไม้ รองลงมาเป็นลายสร้างสรรค์ สมุดโน้ต ควรเป็นภาพดอกไม้ รองลงมาเป็นภาพสร้างสรรค์ กล่องใส่ของ ควรเป็นภาพดอกไม้ รองลงมาเป็นลายสร้างสรรค์ ผลการประเมิน ความพึงพอใจ ผู้ผลิตและผู้สนใจสินค้า มีความพึงพอใจผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา กระดาษสับปะรด และกระดาษตะขบอยู่ในระดับมาก

จริยา ชูรอด(2552) การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมวกกัญไต้ย จังหวัดนครปฐมเพื่อการตลาดของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า บรรพบุรุษชาวจีนได้อพยพมาอาศัยที่หมู่บ้านวังตะกั่ว และหมู่บ้านทุ่งเผาเต่า อำเภอเมืองนครปฐม ไม่ปรากฏหลักฐานมาประกอบอาชีพเกษตรกรรมจึงได้นำ ภูมิปัญญาการสานหมวกกัญไต้ยมาด้วย ต่อมาชาวจีนเชื้อสายไทยได้เรียนรู้วิธีการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตการสานหมวกก้อยไต้ และประกอบเป็นอาชีพเสริมภายในหมู่บ้านวังตะกุก และหมู่บ้านทุ่งเผาเตา การสานหมวกมีการเตรียม วัสดุคือ ไม้ไผ่สีสุก ใช้สานโครงหมวก และขอบหมวกใบไผ่ตง ใช้กรูหมวกระหว่างฝาบกับฝาล่าง อุปกรณ์ประกอบด้วย เลื่อยวงเดือน มีดเหลียน มีดโต้ มีดเล็ก ค้อน ท่อนไม้ เขียง กรรไกร เลียด กะละมัง และกระถางไม้ อุปกรณ์ที่เป็นภูมิปัญญาของช่างสานหมวก คือ เลียด ใช้เกลลาให้ตอกมีความบาง เท่ากันและเรียบ ภูมิปัญญาในการจักตอกเป็นขั้นตอนที่สำคัญ หมวกก้อยไต้จะมีความทนทานประณีตและสวยงาม ส่วนใหญ่เนื่องจากผู้ขายนำไม้ไผ่เลื่อยออกเป็น ท่อน แล้วผ่าซีกและซอยให้มีความบางพอเหมาะ ขั้นสุดท้าย คือ การนำเส้นตอกไปเข้าเลียด ภูมิปัญญาในการสานหมวกได้รับ การถ่ายทอดมาจากครอบครัว ด้วยวิธีการปฏิบัติฝึกฝนด้วยการสังเกต เริ่มจากการสานตาชะลอมตามโครงหมวกที่เป็นต้นแบบ การขึ้นตัวหมวกมีความยาก เมื่อจะสานก็ นำมาวางบนโครงหมวกที่เป็นแม่แบบ การสานโครงหมวกต้องสาน 2 ฝา คือ ฝาบ และฝาล่าง ใน การกรูหมวกและเข้าขอบหมวกใช้ใบไผ่ตงที่มีความยาวเหมาะสมกับโครงหมวก ก่อนกรูจะต้องนำใบ ไผ่ตงแช่น้ำให้มีความยืดหยุ่นจากนั้นวางโครงหมวกฝาบลงบนกระถางไม้ เรียงใบไผ่ตงจนเต็มให้มีความ เรียบร้อย สม่่าเสมอจากนั้นจึงนำโครงหมวกฝาล่างวางลงบนใบไผ่ตง แล้วจึงยกออกจากกระถาง ใช้ตอกเส้นยาว 60-70 เซนติเมตร ร้อยตอกไปตามขอบหมวกทั้งฝาบและฝาล่างจนรอบ ขั้นสุดท้าย ใช้ผิวของไม้ไผ่ที่เหลาให้บาง สอดไปตามขอบหมวก เพื่อให้ขอบหมวกมีความสวยงาม จะใช้ไม้ไผ่ที่ไม่มี ผิว ยาวประมาณ 12 นิ้ว 2 ชิ้น ทำเป็นเครื่องหมายบอก หักพอเป็นแนวปักลงยอดหมวก แล้วนำเส้น ตอกที่จักขนาดเท่า เส้นเอ็นถักวงให้รอบจอมหมวกเมื่อทุกอย่างเรียบร้อยแล้ว นำหมวกก้อยไต้ไปฝั่ง แดดให้ใบไผ่แห้ง การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เป็นการพัฒนาองค์ความรู้ทักษะในการผลิต หมวกก้อยไต้ ด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิด ผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ โคมไฟหมวกก้อยไต้ โมบายหมวก เครื่องประดับตกแต่งหมวกก้อยไต้ โคมแขวน พุทธบูชา หลังจาก ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของหมวกออกจำหน่าย ทำให้รูปแบบประโยชน์การใช้ สอย ความสวยงาม เป็นที่ต้องการของตลาดเป็นอย่างมาก ราคาจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้นชุมชนบ้านวังตะกุก และชุมชนทุ่งเผาเต่า มีรายได้มากขึ้นตามลำดับ ทั้งนี้ชุมชนสามารถส่งผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกไป จำหน่ายยังตลาดของชุมชนอื่น ๆ เช่น งานประเพณีของชุมชน งานประจำเทศกาลจังหวัด งานแสดง สินค้า การประยุกต์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของหมวกก้อยไต้ออกจำหน่าย ทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและ การตลาดเป็นอย่างมาก

โดยสรุป ผลการวิจัยบ่งชี้ว่าหมวกก้อยไต้เป็นผลิตภัณฑ์ที่บรรพบุรุษจีนนำติดตัวมา ผสม กลมกลืนกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นในชุมชนบ้านวังตะกุก และชุมชนทุ่งเผาเต่าจึงได้เกิดการผลิต หมวกก้อยไต้ขึ้นในชุมชนเหล่านี้ ต่อมาเกิดปัญหาการผลิตการตลาดขึ้น ชุมชนจึงเกิดการเรียนรู้ นำภูมิ ปัญญาการสานหมวกมาประยุกต์กับภูมิปัญญาพื้นบ้านเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จากหมวก ดังกล่าวที่มีคุณภาพทนทาน ประณีตสวยงาม เป็นที่ต้องการของตลาดชุมชนอื่น ๆ มีรายได้จากการ จำหน่ายหมวกก้อยไต้เพิ่มขึ้นตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กัลยกร จันทรสชาฯ (2553) ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมงานจักสานไม้ไผ่ลายขีด เป็นการศึกษในพื้นที่ บ้านหนองสระพัง ตำบลหนองห้าง อำเภอภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ งานวิจัยมีผลสรุปได้ว่า เครื่องจักสานประเภทเครื่องใช้ภายในบ้านจากแหล่งวัฒนธรรมท้องถิ่น จังหวัดกาฬสินธุ์มีด้วยกัน 10 ชนิด ได้แก่ กระจาด ครุ กระดิ่ง ตะกร้า กะต๊อบข้าว หวด มวย และผาซี โดยการประเมินผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสานที่ได้ออกแบบ โดยยังคงไว้ซึ่ง ประโยชน์ใช้สอย วัสดุที่ใช้ รูปแบบสวยงาม และลักษณะเฉพาะถิ่น ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นอยู่ในระดับมาก

นรินทร์ รักรัญญ์ (2549) การศึกษาเครื่องจักสานกลุ่มบ้านโพธิ์ศรี ตำบลบางปลาม้า อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิเคราะห์ผลงานเครื่องจักสานกลุ่ม บ้านโพธิ์ศรี ในประเด็นลวดลาย กระบวนการจักสานและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตที่สัมพันธ์กับ เครื่องจักสานผลจากการศึกษานี้นำไปพัฒนาการออกแบบลวดลาย กระบวนการจักสาน และงานออกแบบที่เกี่ยวข้องกับเครื่องจักสานในด้านอื่น ๆ ผลของการศึกษาพบว่า เครื่องจักสานกลุ่มบ้านโพธิ์ศรีซึ่งได้ก่อตั้งกลุ่มขึ้นมาเพื่อรวบรวม ชาวบ้านเชื้อสายไทยพวนที่มีความรักในงานศิลปีสืบสานงานจักสาน เน้นการอนุรักษ์เครื่องจักสานลวดลายโบราณประยุกต์เข้ากับรูปทรงได้อย่างกลมกลืน เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่มีประเพณี วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมควบคู่กับการตั้งถิ่นฐานเป็นสิ่งสำคัญ มีลวดลายที่โดดเด่นคือ ลายดอกพิกุล ลายดอกกลิ่นทม ลายแวมยุรา ลายหนามทุเรียน ลายยกดอก ลายขีด ลายเม็ดข้าว ลายตาชะลอม ลายจุงนาง ลายมัดหวายเดี่ยว ลายมัดหวายเวียน ลายมัดหวายห้าเส้น มีรูปทรงที่ได้รับความนิยมคือ รูปทรงกลม รูปทรงรี รูปทรงเหลี่ยม มีกระบวนการจักสานคือ การจักดอกหวาย-ไผ่ การขึ้นรูปการสานเป็นลายตาชะลอม การเข้าขอบบนและขอบล่าง การขึ้นลายบนลายตาชะลอม วิธีการเอาขอบออก การเข้าขอบใหม่ การมัดหวาย การเข้าขอบในการทาคด้วยน้ำมันวานิช การตกแต่งเครื่องจักสาน ลักษณะเด่นของงานจักสานเป็นงานที่มีรูปทรงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเน้นลวดลายโบราณ มีความละเอียด ประณีตสวยงามเน้นความพยายามของศิลปินมีระเบียบวินัยในผลงานจักสาน

อุบลวรรณ สุวรรณภูษิต (2553) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความต้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ เพื่อศึกษาถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ เพื่อเปรียบเทียบความต้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ เมื่อจำแนกตามสถานภาพ และเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์กับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ อยู่ในระดับมาก โดยเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และเห็นด้วยกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และเมื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์กับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ พบว่า มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ข้อเสนอแนะว่า ควรให้มีการติดตั้งป้ายบอกทางให้เห็นชัดเจนและต่อเนื่อง มีห้องน้ำไว้บริการนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ มีเจ้าหน้าที่คอยให้ความรู้ความเข้าใจแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือคอยอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวและควรมีศาลาหรือนั่งพัก รวมทั้งยังเห็นว่าควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนามัคคุเทศน์ประจำถิ่น รวมถึงการจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์มีความสมบูรณ์และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ให้มากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

# วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยมี 3 ขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 3.2 ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 3.3 ขั้นตอนการศึกษาและประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมา

### 3.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ชุมชน

การศึกษาแหล่งที่มาของข้อมูลในงานวิจัย การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

#### 3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ นักวิชาการศูนย์ศิลปวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน นักวิชาการพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา

3.1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรทั้งหมดที่ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จำนวนทั้งหมด 7 คน เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดฉะเชิงเทรา และสามารถให้คำแนะนำผู้วิจัยได้ (รายชื่อภาคผนวก ค)

#### 3.1.2 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.2.1 ทำการศึกษาทฤษฎี เอกสาร รายงานจากหน่วยงานราชการ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชน และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (Individual depth interview) เพื่อให้ทราบถึงข้อมูล แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มชุมชนต่างๆที่มีการผลิตอยู่จากอดีตจนถึงปัจจุบัน

3.1.2.2 การบันทึกภาพ ผู้วิจัยได้ใช้กล้องถ่ายภาพ ทำการบันทึกภาพ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนาม

3.1.2.3 แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (Individual depth interview) โดยมีกระบวนการสร้างเครื่องมือดังนี้

- (1) ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา รายงานจากหน่วยงานราชการ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) นำแบบสัมภาษณ์เสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบและขอ  
ข้อเสนอแนะการปรับปรุงแก้ไข

(3) นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม  
ตัวอย่าง

### 3.1.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.1.3.1 ศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดฉะเชิงเทรา รูปแบบของผลิตภัณฑ์  
ชุมชนที่มีรากฐานของการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ แล้วดำเนินการสร้างแบบสอบถาม

3.1.3.2 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบและขอ  
ข้อเสนอแนะการแก้ไขปรับปรุง

3.1.3.3 นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการ  
ตรวจสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อ  
คำถามกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย (Index of item - Objective Congruence :  
IOC) (ยฺทพพงษ์ กัยวรรณ, 2543 : 123) ซึ่งได้ใช้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

(1) ดร.อังคณา กุลนภาดล อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาทดสอบและวิจัยทางการศึกษา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

(2) พ.อ.ดร.ศักดิ์ชัย จันทร์แก้ว กองทัพอากาศ และอาจารย์พิเศษ

(3) ผศ.ดร.ชัชวาล มงคล อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

การถามหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Center Validity) ของแบบสอบถามโดยให้  
ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

+1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

โดยข้อคำถามที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าข้อคำถามนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหา  
สามารถนำไปใช้ได้

3.1.3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

### 3.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.4.1 ทำบันทึกข้อความขอความอนุเคราะห์ข้อมูล ออกโดยคณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลใน  
สถานที่ต่างๆ

3.1.4.2 ศึกษาเอกสาร ตำรา เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัยและลงพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.4.3 ลงพื้นที่เพื่อสำรวจ สอบถาม และสัมภาษณ์ โดยจะเป็นการสัมภาษณ์แบบแบบเจาะลึกรายบุคคล (Individual depth interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความจำเป็นต่อการวิจัย จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

### 3.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์ และสรุปผลเป็นหมวดหมู่ ตามรูปแบบ ภูมิปัญญาท้องถิ่นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน วัสดุในการผลิต ผลิตภัณฑ์ต่างๆ และแนวความคิดของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 3.2 ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาบริบทของท้องถิ่น ชุมชน เพื่อนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้บริโภคหลักของผลิตภัณฑ์ชุมชน มีขั้นตอนดังนี้

### 3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ นักวิชาการด้านพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทราที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน นักวิชาการด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ราษฎร์พื้นบ้าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

3.2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรทั้งหมดที่ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จากจำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม กลุ่มละ 3 ท่าน รวมทั้งหมด 9 ท่าน โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ต้องมีความรู้ความเข้าใจ ในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชน ที่มีลักษณะเด่น การท่องเที่ยวชุมชน กรรมวิธีการผลิตของชุมชน วัสดุที่ใช้ในการผลิต และแนวทางในการการตลาดของผลิตภัณฑ์ (รายชื่อภาคผนวก ค) และนักท่องเที่ยวจำนวน 98 คน

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายปิด (Closed Form) และแบบปลายเปิด (Open Form) ในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนใน 4 ด้าน ดังนี้

3.2.2.1 ด้านการศึกษาหรือรากฐานความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.2.2.2 ด้านวิวัฒนาการ การคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม

3.2.2.3 ด้านการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ชุมชน

โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์แปลความหมาย ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

### 3.2.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.2.3.1 ศึกษารูปแบบ กรรมวิธีการผลิต วัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนชนิดต่างๆ แล้วดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามตัวแปรที่ได้ทำการศึกษา

3.2.3.2 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบและขอข้อเสนอแนะการแก้ไขปรับปรุง

3.2.3.3 นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย (Index of item - Objective Congruence : IOC) (ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. 2543 : 123) ซึ่งได้ใช้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

(1) ดร.อังคณา กุลนภาดล อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาทดสอบและวิจัยทางการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

(2) พ.อ.ดร.ศักดิ์ชัย จันทร์แก้ว กองทัพอากาศ และอาจารย์พิเศษ

(3) ผศ.ดร.ชัชวาล มงคล อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

การถามหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Center Validity) ของแบบสอบถามโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

+1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

โดยข้อคำถามที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าข้อคำถามนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหาสามารถนำไปใช้ได้

3.2.3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

### 3.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ตามลำดับดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.4.1 ศึกษาข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.2.4.2 นำผลสรุปของการศึกษาข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มาใช้กำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

3.2.4.3 ทำการออกแบบภาพร่างผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำการศึกษาข้อมูลจากการศึกษาทฤษฎีเอกสาร รายงานจากหน่วยงานราชการ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชน การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก รายบุคคล และการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 รูปแบบ จากนั้นนำแบบร่างที่ได้ไปทำการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างอีกครั้ง เพื่อทำการคัดเลือกให้เหลือเพียงรูปแบบที่เหมาะสมที่สุด 1 รูปแบบ และพัฒนาต่อเพื่อนำไปประเมินคุณภาพในลำดับต่อไป

### 3.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแบ่งเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.51 - 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

2.51 - 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะของการบรรยายและตาราง

## 3.3 ขั้นตอนการศึกษาและประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

การประเมินความคิดเห็นผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

### 3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1.1 ประชากร คือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา เฉลี่ยต่อวันจำนวน 4,764 คน ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นจำนวนประชากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญภายในจังหวัด ฉะเชิงเทรา โดยแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นจะต้องไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าชม โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 98 ตัวอย่าง

### 3.3.2 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.2.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายปิด (Closed Form) และแบบ ปลายเปิด (Open Form) ในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อใช้ประเมินความพึงพอใจของกลุ่ม ผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการพัฒนาแล้วในข้อมูล 2 ด้าน ดังนี้

(1) รูปแบบกรรมวิธีการผลิตมีคุณค่าทางความงาม

(2) ความมีลักษณะเฉพาะถิ่น เกิดจากการเลือกวัสดุพื้นถิ่น กำหนดของผลิตภัณฑ์ ชุมชน ลักษณะเฉพาะถิ่น ขนบประเพณีความเชื่อและวิถีชีวิต

โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์แปล ความหมาย ดังนี้

5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

### 3.3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.3.3.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร รายงานจากหน่วยงานราชการ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชน แล้วดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามตัวแปรที่ได้ทำการศึกษา

3.3.3.2 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบและขอ ข้อเสนอแนะการแก้ไขปรับปรุง

3.3.3.3 นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการ ตรวจสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อ คำถามกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย (Index of item - Objective Congruence : IOC) (ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. 2543 : 123) ซึ่งได้ใช้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

(1) ดร.อังคณา กุลนาคถล อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาทดสอบและวิจัยทางการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

(2) พ.อ.ดร.ศักดิ์ชัย จันทร์แก้ว กองทัพอากาศ และอาจารย์พิเศษ

(3) ผศ.ดร.ชัชวาล มงคล อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การถามหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Center Validity) ของแบบสอบถามโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

+1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

โดยข้อคำถามที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าข้อคำถามนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหาสามารถนำไปใช้ได้

3.3.3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

### 3.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการนำแบบประเมินความพึงพอใจ พร้อมกับผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา นำไปทำการเก็บข้อมูล ยังกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งกำหนดไว้เป็นกลุ่มตัวอย่าง

### 3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการ แจกแบบประเมินความพึงใจที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่กลุ่มตัวอย่างได้ตอบ และแสดงความคิดเห็นแล้ว มาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความพึงพอใจของผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.51 - 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

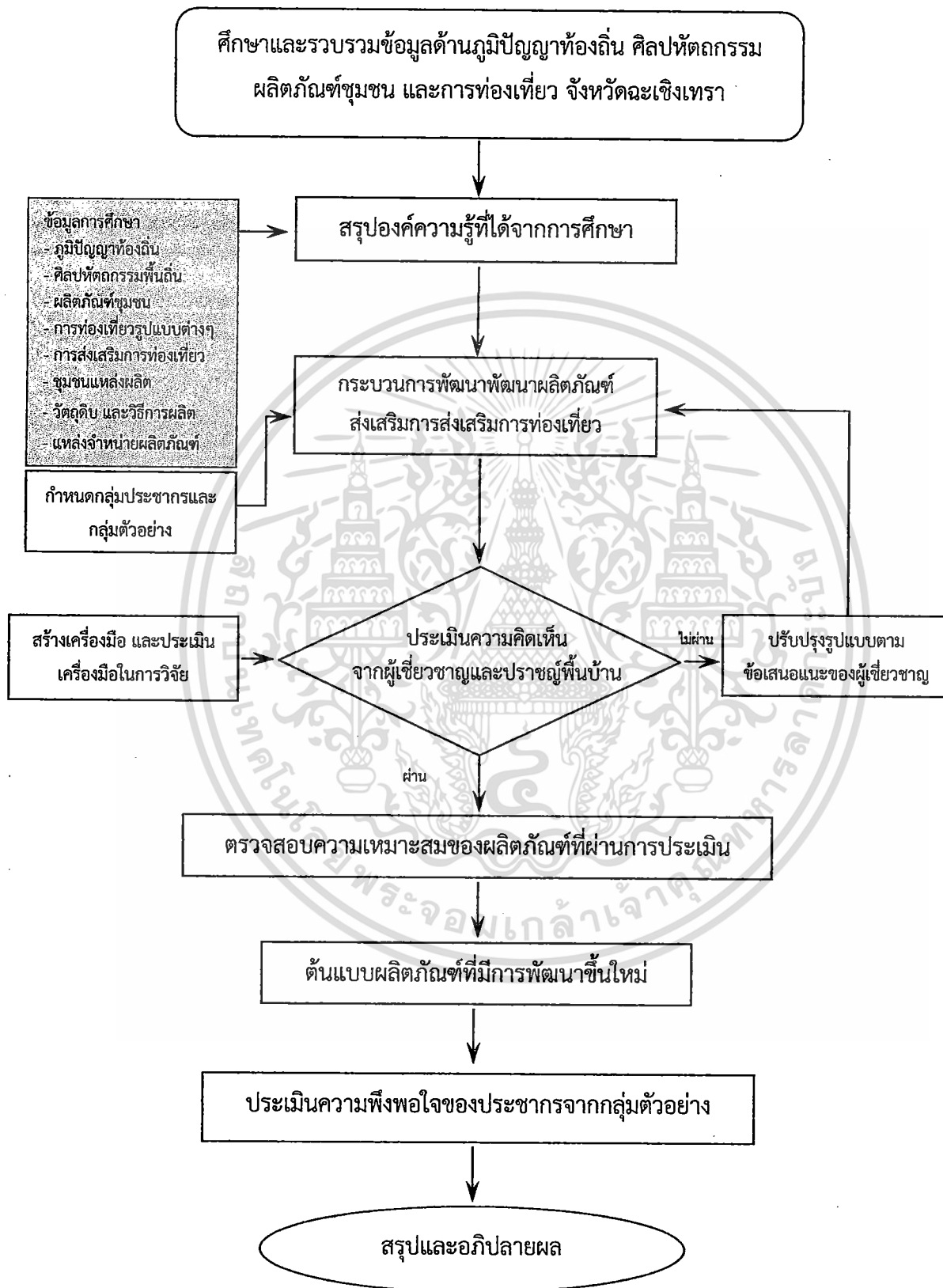
2.51 - 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะของการบรรยายและตาราง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับการส่งเสริม การท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.1 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องและนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษารวบรวมจากแหล่งต่างๆ อาทิ รวบรวมจากเอกสาร ตำรา จากการสังเกต สัมภาษณ์ จากผู้ให้ข้อมูลตามสถานที่ต่างๆ และสอบถามความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนา ในด้านการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา นำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย 3 ขั้นตอนดังนี้

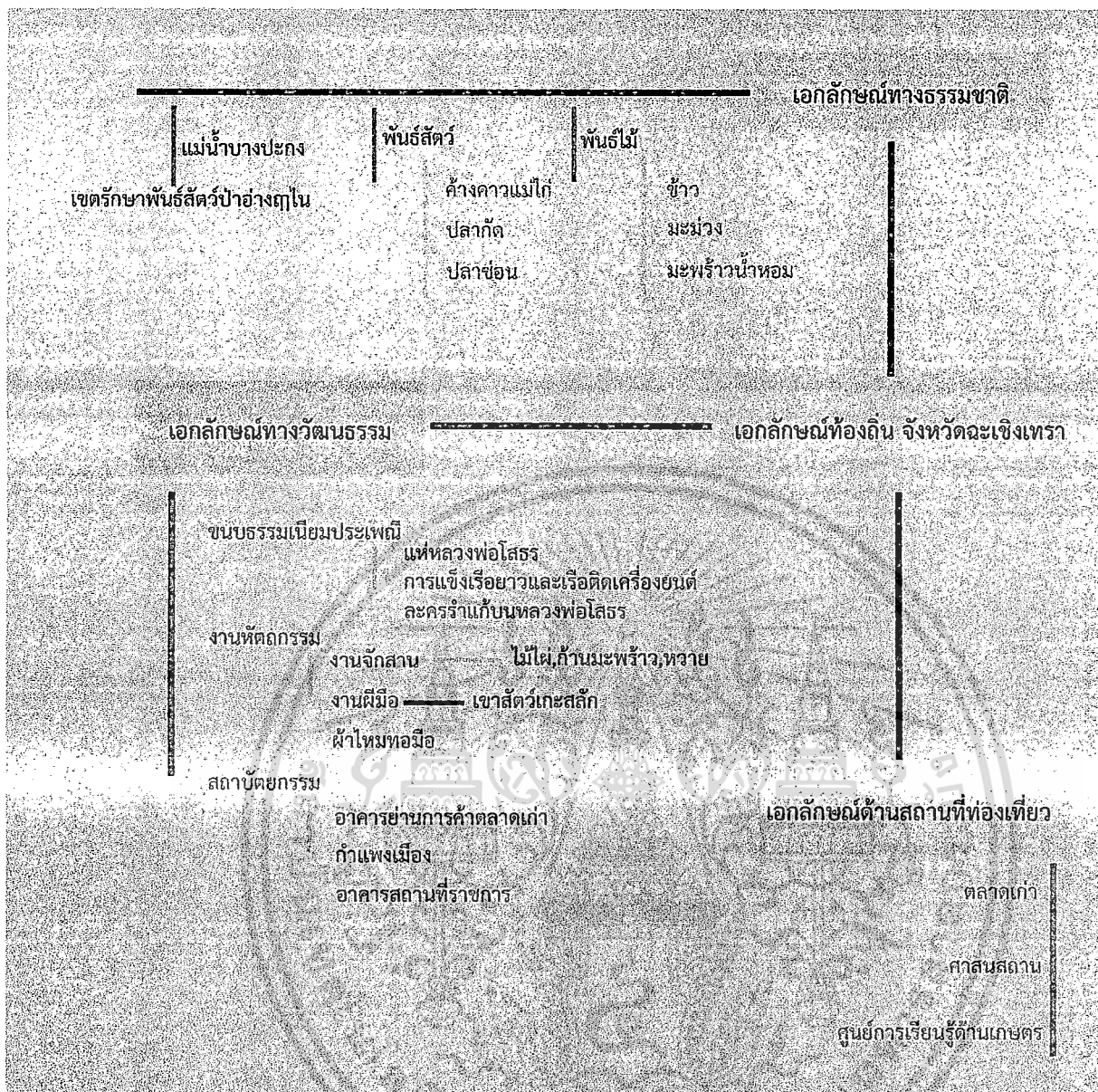
ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา

ขั้นตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

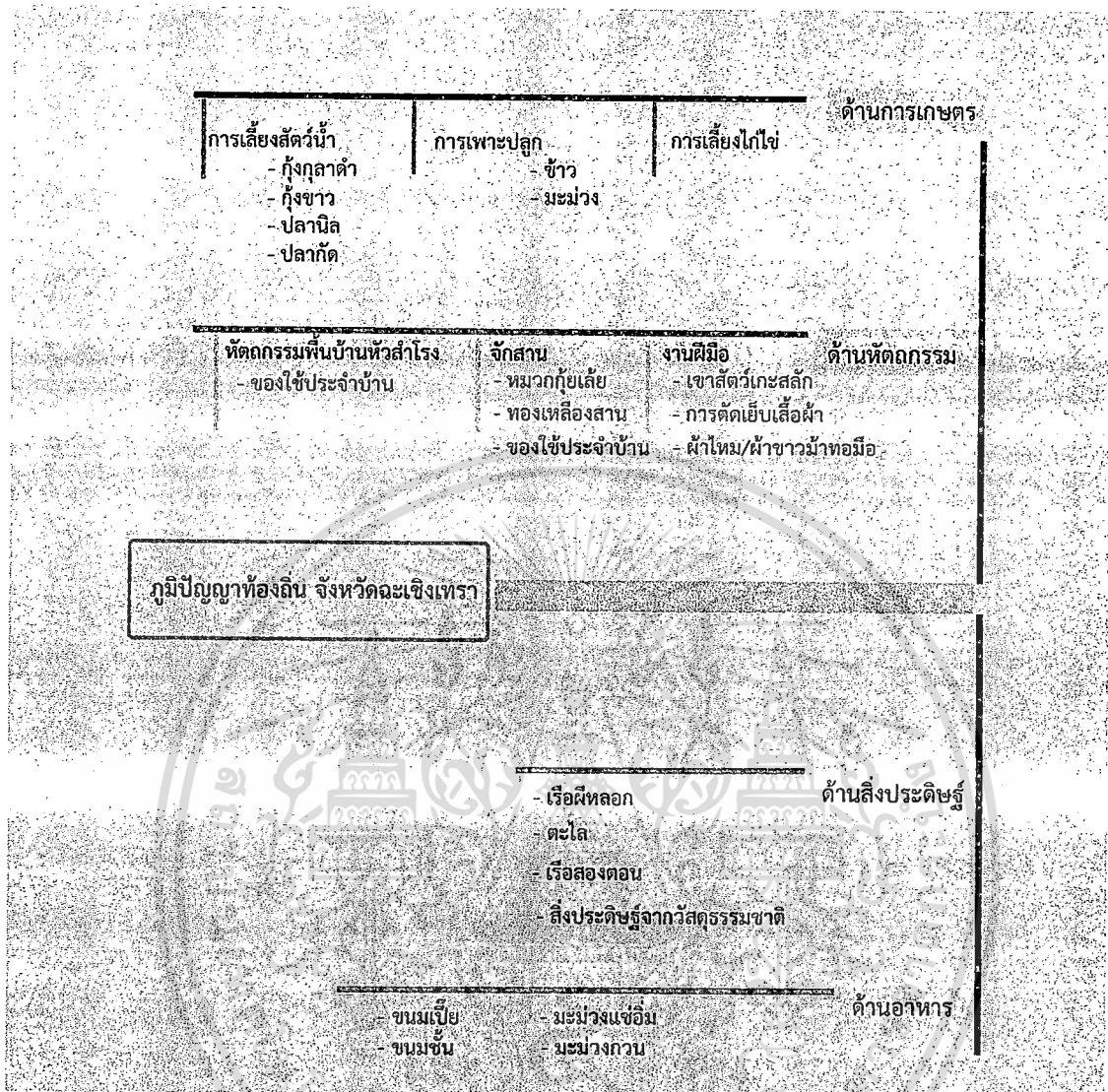
#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยการศึกษาข้อมูลที่มีลักษณะเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน และมีลักษณะเฉพาะถิ่นที่ชัดเจน ที่ใช้ประกอบอาชีพสร้างรายได้ในชุมชน ซึ่งในบริบทของความหลากหลายทางวัฒนธรรมวิถีทางการดำเนินชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณีอันเป็นลักษณะเฉพาะถิ่น ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อ ศิลปกรรม หัตถกรรม และพิธีกรรมต่างๆ เป็นสิ่งมีคุณค่าของจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและรวบรวมได้ดังนี้



ภาพที่ 4.1 แสดงแผนที่ความคิด เอกลักษณ์ท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่

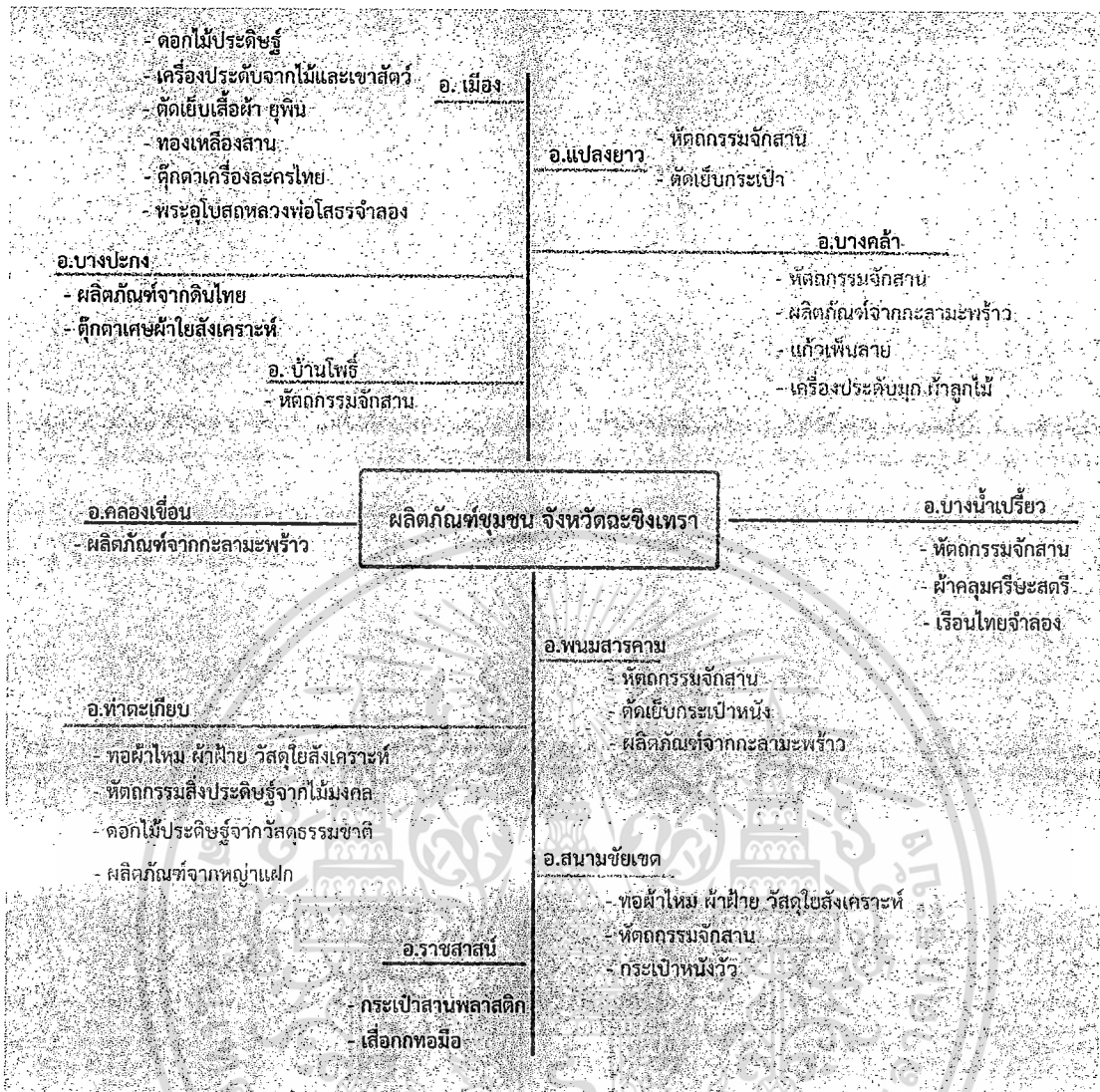
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2 แสดงแผนที่ความคิด ภูมิปัญญาท้องถิ่น จังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้วิจัยวิเคราะห์สรุปในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบงานศิลปหัตถกรรม ซึ่งในผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบต่างๆยังคงมีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดฉะเชิงเทราซึ่งเอกลักษณ์ดังภาพที่ 4.1 ซึ่งเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นนั้นมีการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบต่างๆและมีความสอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และผู้วิจัยได้แบ่งตามพื้นที่การศึกษาข้อมูลโดยรวบรวมข้อมูลด้วยแผนที่ความคิด (Mind map) ดังภาพที่ 4.3 จากการใช้แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์และลงพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.3 แสดงแผนที่ความคิด ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดพะเยา

จากการวิเคราะห์จากแผนที่ความคิด (Mind map) ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดพะเยาดังแสดงในภาพที่ 4.3 ผู้วิจัยได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์จำนวน 30 ผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีความสอดคล้องกับแผนที่ความคิด (Mind map) ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และเอกลักษณ์ท้องถิ่น จังหวัดพะเยา ดังแสดงในภาพที่ 4.1 และ 4.2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกตามกรอบแนวคิดด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ การสร้างขึ้นเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน มีลักษณะเฉพาะถิ่น และใช้วัสดุเฉพาะถิ่น โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน นั้นกระจายตามท้องถิ่นในจังหวัดพะเยา จำนวน 30 ผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยกำหนดแนวทางคัดเลือกผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสังเกตการลงพื้นที่ในท้องถิ่น ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และสถานที่ท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุมชน จำนวน 7 ท่าน โดยคัดเลือกผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์และนำไปสู่กระบวนการประเมินผลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวและด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนต่อไป

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน จากแบบสังเกตและแบบสัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการสร้างขึ้นเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน ผลิตภัณฑ์นั้นมักสร้างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์การใช้สอยในชีวิตประจำวันโดย ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีในท้องถิ่นจังหวัดฉะเชิงเทรา มีอยู่หลากหลายถ้าเลือกที่จะใช้งานได้กับชีวิตเรา ควรจะเป็นงานหัตถกรรมพื้นถิ่นที่มีอยู่ อาทิงานจักสาน เช่นงานสานหมวกก๊วยเลี้ย ที่ อ.บางคล้า การทอเสื่อกก บ้านดงน้อย อ.ราชสาส์น การทอผ้าไหม อ.ท่าตะเกียบ และงานจักสาน อ.แปลงยาว เป็นงานที่เราเห็นชาวบ้านได้ใช้สอยอยู่เป็นประจำ และยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังคงใช้ภูมิปัญญาที่สละสลวยแต่อดีต เป็นภูมิปัญญาช่างท้องถิ่น มีการถ่ายทอดมาสู่ปัจจุบัน

ความคิดเห็นด้านมีลักษณะเฉพาะถิ่น โดยเกิดจากการเลือกใช้วัสดุ และกระบวนการผลิตเฉพาะถิ่น ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะถิ่นจริงๆ นั้นในปัจจุบันหายาก เช่นการต่อเรือผีหลอก ที่อยู่ตามริมน้ำบางปะกงใน อ.คลองเขื่อน การปลูกบ้านทรงไท ในหมู่บ้านริมคลอง บ้านไผ่ดำ อ.บางน้ำเปรี้ยว แต่ที่กล่าวมาเป็นลักษณะของภูมิปัญญาที่มีลักษณะเฉพาะถิ่นที่หายไป แต่มองในด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน ที่ชัดเจน เช่นการทอผ้าไหม ใน อ.สนามชัยเขต และ อ.ท่าตะเกียบ ที่มีลักษณะเฉพาะถิ่นที่ชัดเจน โดยมีกระบวนการตั้งแต่ขั้นตอนการเลี้ยงไหม การสาวไหม การปลูกหม่อน เป็นต้น หัตถกรรมจักสาน เช่น สานตะกร้า กระจาด ผ่าชี ใน อ.แปลงยาว เป็นงานที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นอย่างดี และมีลักษณะการตกทอดกันมาเฉพาะถิ่นที่ชัดเจน

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน จากแบบสอบถาม โดยเป็นการเลือกความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านเกณฑ์การเลือกตามกรอบแนวคิดสามารถสรุปได้ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการผลิต โดยผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ชุมชน	กลุ่ม/ผู้ผลิต/พื้นที่ตั้ง	ผลการประเมิน(n=7)		
		Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าไหม	กลุ่มสตรีดอกไม้ประดิษฐ์แสงจันทร์ อ.บางน้ำเปรี้ยว จ.ฉะเชิงเทรา	2.71	.951	เหมาะสมปานกลาง
2. จักสาน	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวังเย็น อ.แปลงยาว	4.29	.488	เหมาะสมมาก
3. ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว	กลุ่มเยาวชนผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว และงานไม้ อ.พนมสารคาม จ.ฉะเชิงเทรา	2.86	1.215	เหมาะสมปานกลาง
4. ทอเสื่อกก	บ้านหมู่ 8 ต.ตงน้อย อ.ราชสาส์น	4.14	.690	เหมาะสมมาก
5. ผลิตภัณฑ์จากกก	กลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้าแตะ อ.พนมสารคาม	3.00	1.000	เหมาะสมปานกลาง
6. หัตถกรรมรากไม้	คุณบุญช่วย อยู่เย็น อ.ท่าตะเกียบ	3.57	.976	เหมาะสมมาก
7. ผ้าไหม	กลุ่มทอผ้าไหมบ้านอ่างเตย อ.ท่าตะเกียบ	4.14	1.069	เหมาะสมมาก
8. หัตถกรรมจากผ้าลูกไม้	กลุ่มแม่บ้านบางพระสามัคคี (ยุพินแปดริ้ว) อ.เมือง	3.14	1.345	เหมาะสมปานกลาง
9. เรือนไทยจำลอง	คุณรำเพย รอยรัตน์ อ.บางน้ำเปรี้ยว	2.57	.787	เหมาะสมน้อย
10. ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าลูกไม้	กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์บ้านช่องาม อ.เมือง	3.14	.690	เหมาะสมปานกลาง
11. ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว	กลุ่มบางสมัครพัฒนา อ.บางปะกง	2.57	.535	เหมาะสมปานกลาง
12. ผลิตภัณฑ์วัสดุเหลือใช้	คุณทัศนีย์ อภิสิทธิ์ อ.บ้านโพธิ์	2.71	.488	เหมาะสมปานกลาง
13. ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าขาวม้า	กลุ่มทอผ้าไหมบ้านนาฮีสาน อ.สนามชัยเขต	4.00	.577	เหมาะสมมาก

## ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์ชุมชน	กลุ่ม/ผู้ผลิต/พื้นที่ตั้ง	ผลการประเมิน(n=7)		
		Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
14. กระเป๋าผ้า	กลุ่มบางสมัครพัฒนา อ.บางปะกง	3.00	.816	เหมาะสมปานกลาง
15. ผ้าคลุมผมสตรี	กลุ่มปักฉลุร้อยมุกผ้าคลุม ศีรษะสตรีมุสลิมและเสื้อผ้า สำเร็จรูปอ.บางน้ำเปรี้ยว	3.57	.535	เหมาะสมมาก
16. ผลิตภัณฑ์จักสาน เส้นพลาสติก	กลุ่มศูนย์ ๓ วัย สานสายใยรัก แห่งครอบครัว หมอนทอง อ.บางน้ำเปรี้ยว	3.29	.756	เหมาะสมปานกลาง
17. ดอกไม้ประดิษฐ์	กลุ่มหัตถกรรมกล้วยไม้ ประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ อ.ท่าตะเกียบ	3.00	.577	เหมาะสมปานกลาง
18. ผ้าบาติก	คุณจินตนา ปันมา อ.เมือง	2.71	.756	เหมาะสมปานกลาง
19. หัตถกรรม กะลามะพร้าว	กลุ่มหัตถกรรมจาก กะลามะพร้าว อ.พนมสารคาม	3.71	.488	เหมาะสมมาก
20. หมวกก๊วยเล็ย	กลุ่มจักสานหมวกก๊วยเล็ย ต.ปากน้ำ อ.บางคล้า	3.86	1.069	เหมาะสมมาก
21. กระเป๋าหนังวัว	คุณทิพย์วัลย์ แสงอุทัย อ.สนามชัยเขต	2.00	.816	เหมาะสมน้อย
22. สิ่งปลูกสร้างทรง ไทยจำลอง	คุณจำเริญ รอยรัตน์ อ.บางน้ำเปรี้ยว	3.57	.535	เหมาะสมมาก
23. ผลิตภัณฑ์เศษผ้า	วิสาหกิจชุมชนบ้านภูแก้ว อ.บางคล้า	2.00	.577	เหมาะสมน้อย
24. ทองเหลืองสาน	กลุ่มทองเหลืองบางขวัญ อ.เมือง	3.43	.787	เหมาะสมมาก
25. กระเป๋าถือ สุภาพสตรี	กลุ่มสตรีชนมหวานบางปะกง (บ้านคลองผีชุด)อ.บางปะกง	3.29	.488	เหมาะสมปานกลาง
26. เขาสัตว์กะสลัก	กลุ่มผลิตภัณฑ์เขาสัตว์กะ สลักบางขวัญ อ.เมือง	4.00	1.155	เหมาะสมมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์ชุมชน	กลุ่ม/ผู้ผลิต/พื้นที่ตั้ง	ผลการประเมิน(n=7)		
		Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
27. เรือจำลอง	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต บ้านคลอง 20 ม.8 อ.บางน้ำเปรี้ยว	3.00	1.000	เหมาะสมปานกลาง
28. จักสาน ก้านมะพร้าว	กลุ่มจักสานบ้านแหลมประดู่ อ.บ้านโพธิ์	3.86	.900	เหมาะสมมาก
29. พรหมเช็ดเท้า	กลุ่มพรหมเช็ดเท้าบ้านห้วยตะ ปอก อ.ท่าตะเกียบ	2.14	1.069	เหมาะสมน้อย
30. ศาลาเรือนไทย จากกระดาษ	กลุ่มศาลาเรือนไทย อ.บ้านโพธิ์	2.57	1.134	เหมาะสมปานกลาง
ผลรวม		3.25	.258	

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม สำหรับผู้เชี่ยวชาญถึงความเหมาะสมของ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน จากผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 7 ท่าน ดังตารางที่ 4.1 พบว่าผลิตภัณฑ์ 5 อันดับได้แก่ (1) จักสานไม้ไผ่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวังเย็น อ.แปลงยาว จ.ฉะเชิงเทรา ผลการประเมิน มีความเหมาะสมมาก (Mean = 4.29, S.D. = .0.49) (2) ผ้าไหม กลุ่มทอผ้าไหมบ้านอ่างเตย อ.ท่าตะเกียบ จ.ฉะเชิงเทรา ผลการประเมิน มีความเหมาะสมมาก (Mean = 4.14, S.D.= 1.069) (3) ทอเสื่อกก บ้านหมู่ 8 ต.ดงน้อย อ.ราชสาสน์ จ.ฉะเชิงเทรา ผลการประเมิน มีความเหมาะสมมาก (Mean = 4.14 , S.D. = 0.69) (4) เขาสัตว์เกะสลัก กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องประดับไม้และเขาสัตว์ อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา ผลการประเมิน มีความเหมาะสมมาก (Mean = 4.00 , S.D. = 1.155) (5) ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าขาวม้า กลุ่มทอผ้าไหมบ้านนาอีสาน อ.สนามชัยเขต ผลการประเมิน มีความเหมาะสมมาก (Mean= 4.00, S.D. = .557)

จากผลการประเมินพบว่า มีกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน คือผ้าไหมบ้านอ่างเตย และผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าขาวม้า เป็นผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ทั้ง 2 แห่งพบว่า กลุ่มผ้าไหมผ้าฝ้าย ผ้าขาวม้า บ้านนาอีสาน จะเป็นกลุ่มที่มีการทอผ้าส่งในโครงการส่งเสริมอาชีพในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มีการนำผลิตภัณฑ์ที่ได้ส่งจำหน่ายภายในร้านภูฟ้าทั่วประเทศจึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าอย่างเป็นระบบ(สัมภาษณ์ ดวงตา หมั่นนอก : 2556) ดังภาพที่ 4.4 ส่วนผ้าไหมบ้านอ่างเตย เป็นหมู่บ้านที่มีความต้องการการส่งเสริมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวชุมชนและต้องการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่มให้กับผู้บริโภคมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายทั้งหมดทางกลุ่มและชาวบ้านผู้ทอผ้าไหมจะเป็นผู้จำหน่ายเอง (สัมภาษณ์ นิกร ทรัพย์เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสาน : 2556) ดังภาพที่ 4.5 จากข้อมูลที่ได้รับผู้วิจัยจึงเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีระดับคะแนนลำดับรองลงมา ได้แก่ หมวกก๊วยเล็ย กลุ่มจักสานหมวกก๊วยเล็ย ต.ปากน้ำ อ.บางคล้า ดังตารางสรุปที่ 4.2

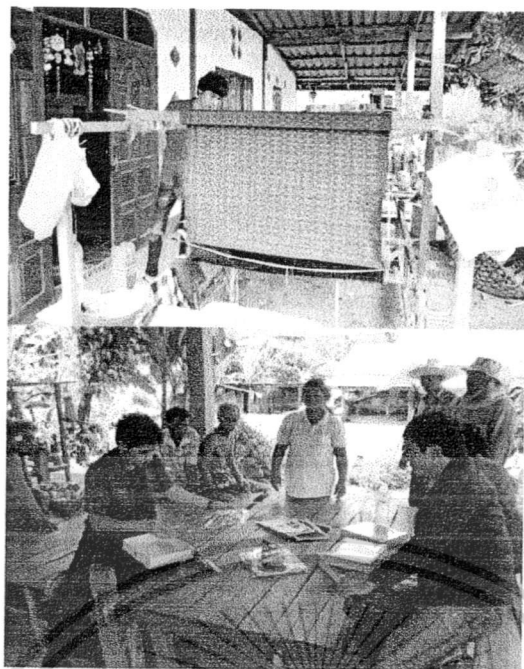
ตารางที่ 4.2 สรุปผลการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์ชุมชนตัวอย่าง	ผลการประเมิน(N=7)		
		Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	จักสาน	4.29	.488	มาก
2	ผ้าไหมอ่างเตย	4.14	1.069	มาก
3	เสื่อกก	4.14	.690	มาก
4	เขาสัตว์เกะสลัก	4.00	1.155	มาก
5	หมวกก๊วยเล็ย	3.86	1.069	มาก



ภาพที่ 4.4 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ผ้าฝ้าย และการเลี้ยงไหม บ้านนาอีสาน ต.ท่ากระดาน อ.สนามชัยเขต  
ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.5 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบ้านอ่างเตย ต.ท่าตะเกียบ อ.ท่าตะเกียบ จ.ฉะเชิงเทรา

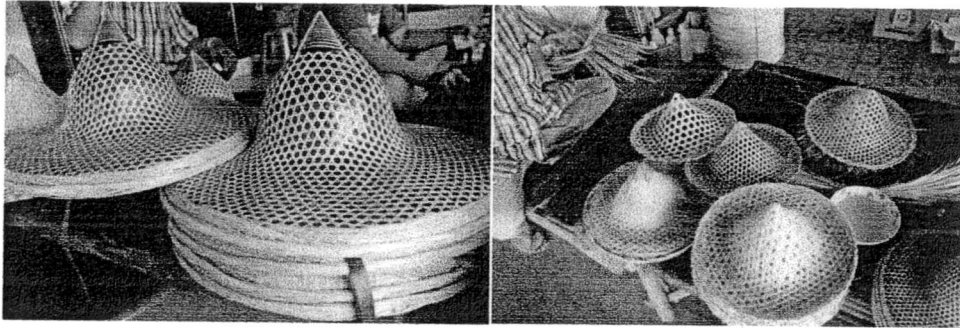
ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

สรุปผลจากแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน และการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ผลิตได้ผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ผู้เชี่ยวชาญยังให้ความเห็นว่า ควรนำผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์นั้น นำมาประยุกต์กับแนวทางการผลิตหลักของชุมชนเพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกจากชุมชนอย่างแท้จริง เป็นรายได้ทั้งรายได้ด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน เป็นต้น

ผลการศึกษาจากแบบสังเกตและแบบสัมภาษณ์กลุ่มชุมชน และการลงพื้นที่สำรวจแหล่งผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้ง 5 กลุ่ม สรุปพอสังเขปได้ดังนี้

1. อำเภอบางคล้า ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ในการสานหมวกก้วยเลีย เป็นหมวกทรงกลมหัวเหลี่ยมมีการนำเข้ามาพร้อมกับการอพยพของชาวจีน การสานหมวกก้วยเลียเป็นการตกทอดภูมิปัญญาของชุมชนพื้นบ้านของ ตำบลปากน้ำ มีการสืบทอดกันมามากกว่า 60 ปี โดยใช้วัสดุในท้องถิ่น ประกอบการสานได้แก่ ไม้ไผ่ ใบไผ่ หวาย และก้านคล้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

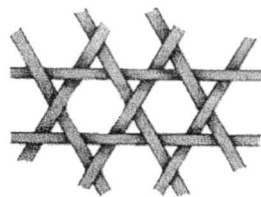
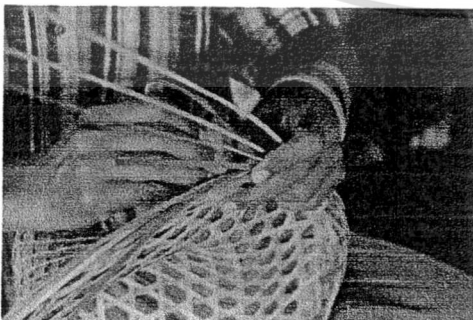


ภาพที่ 4.6 ผลิตภัณฑ์หมวกก้วยเลีย

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

หมวกก้วยเลีย 1 ใบใช้เวลาในการสานเสร็จประมาณ 1 ชั่วโมง มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางตั้งแต่ 3 นิ้ว 15 นิ้ว 17 นิ้ว ราคาแตกต่างกัน ขนาดเล็ก 9 บาท ขนาดกลาง 13 บาท ขนาดใหญ่ 15 บาท จากต้นทุนของขนาดใหญ่ ประมาณ 10 บาท และมีขนาดใหญ่สุดและเป็นที่นิยม คือ 30 นิ้ว ราคาใบละ 100 – 120 บาท จากข้อมูลของ นายสลับ นพพะ หมู่ที่ 8 ตำบลปากน้ำ ได้คลุกคลีกับงานจักสานหมวกก้วยเลียมานานหลายสิบปี โดยเริ่มมีการเริ่มจักสานหมวกก้วยเลียกันมานาน จนหลายคนล้มตายไปหลายรุ่น เริ่มมาจากคนแก่ชาวจีนสมัยก่อน ที่อยู่อาศัยตรงข้ามแม่น้ำบางปะกง เริ่มสานหมวกไปใช้ทำสวน ปลูกผัก เลี้ยงหมูไปเห็นเขาทำอยากได้จึงไปดูวิธีการสานแล้วมาหัดทำดู จากวันนั้นจนวันนี้เกือบ 70 ปีแล้ว

การวิเคราะห์ลวดลายในการสานหมวกก้วยเลีย ในการสานตัวหมวกจะใช้ลายสายเป็นลายฉลุวย โดยมีการสานตามแบบพิมพ์ ที่มีกรขึ้นรูปไว้ ตัวหมวก มี 2 ชั้นชั้นในและชั้นนอก ระหว่างชั้นจะใช้ใบไผ่วางชั้นไว้ ส่วนขอบของหมวกจะใช้ลายไพโรกลม คือนำจักตอก ๓ เส้นขัดตอกไขว้กันโดยมีตอก 1 เส้น เป็นเส้นยืน เว้นระยะห่างเท่า ๆ กันสานตอกข่ม 2 เส้น ยก 1 เส้น จะเกิดเป็นลายพันกันเป็นเกลียวไปตามเส้นตอกเส้นยืนนั้นๆ

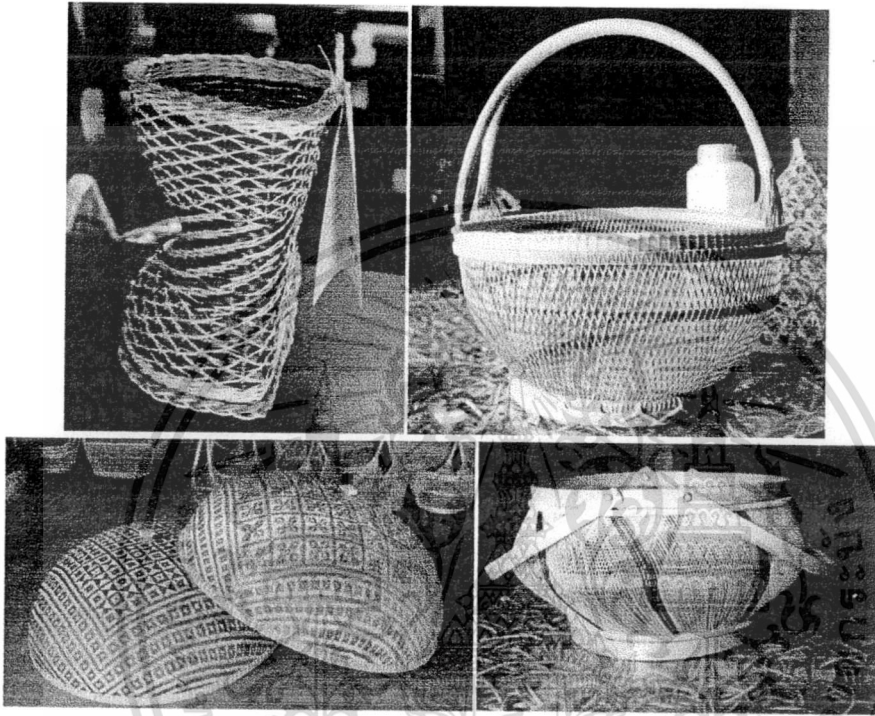


ภาพที่ 4.7 แม่ลายการจักสานหมวกก้วยเลีย

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. อำเภอแปลงยาว ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน หัตถกรรมจักสาน หมู่บ้านวังเย็น หมู่ 1 ต.วังเย็น อ.แปลงยาว จ.ฉะเชิงเทรา ได้มีการรวมกลุ่มกันขึ้น โดยใช้ชื่อว่า กลุ่มแม่บ้านวังเย็น โดยมีการรวบรวมกลุ่มสมาชิกโดยมีคุณป้ามานพ เมรสนัส เป็นประธานกลุ่มมีการสนับสนุนจากพัฒนาการอำเภอวังเย็นและหน่วยงานราชการในท้องถิ่น มีการออกร้านจัดจำหน่ายภายในจังหวัดและการจำหน่ายภายในที่ทำการกลุ่ม (สัมภาษณ์ มานพ เมรสนัส : 2556)

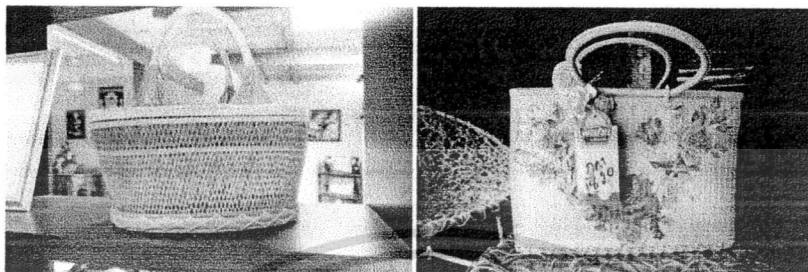
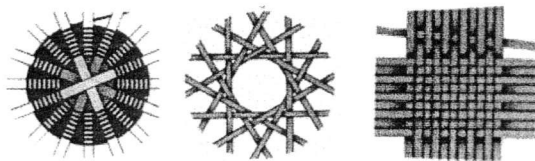


ภาพที่ 4.8 ผลิตภัณฑ์จักสาน

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

งานหัตถกรรมจักสาน วัสดุที่ใช้ในการผลิตของกลุ่มได้แก่ ไม้ไผ่ ก้านทางมะพร้าว ผักตบชวา ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่หาได้จากท้องถิ่น และมีการใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆ เช่น หวายเทียม เส้นพลาสติก เป็นหัตถกรรมดั้งเดิมที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยป้ามานพ เมรสนัส ซึ่งเป็นประธานกลุ่ม ได้นำความรู้ที่ได้รับมากจากอดีต และถ่ายทอดมาสู่ชาวบ้านในท้องถิ่น และยังมีการศึกษาวิธีการและรูปแบบการตลาดจากภายนอกโดยการสนับสนุนของหน่วยงานราชการในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ฝาชี ตะกร้า กระจาด กระด้ง กระติบ กระเช้า กระเป๋าทวาย ผักตบชวา ตะกร้ายกดอก ตะกร้าคุณนาย เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลายจักสานและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจะมีผลิตภัณฑ์จักสาน ตะกร้าเป็นส่วนใหญ่ วัสดุที่ใช้จะเป็นไม้ไผ่ โดยลายที่ใช้ในการจักสานจะมีอยู่ 3 ลายหลัก ได้แก่ ลายขัด ลายหัวส้อม และลายกันหอย ทางกลุ่มจะมีการนำลายเฉลวหรือทางกลุ่มเรียกกันว่าลายसानฉลอม ส่วนเส้นตอกก็จะเป็นเส้นตอกแบน และกลมขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่สานนั้น ไม่นอญญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.9 ผลิตภัณฑ์จักสานและแม่ลายสาน

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

3. อำเภอรราชสาสน์ ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน การทอเสื่อกก หมู่ 8 ต.ดงน้อย อ.ราชสาสน์ จ.ฉะเชิงเทรา เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ยังคงใช้อยู่จนถึงปัจจุบัน ในการจัดกลุ่มอาจจะไม่เป็นกลุ่มที่แน่ชัด โดยชาวบ้านในหมู่บ้าน จะกระจายกันทอเสื่อกก กันตามบ้าน โดยวัสดุที่ใช้ ต้นกก มีการปลูกอยู่ในบริเวณบ้าน ส่วนในกรณีที่มีการย้อมสีก็ จะรวมกันย้อมในครั้งเดียวพร้อมกันหลายๆบ้าน ซึ่งในการทอเสื่อกก สีของผลิตภัณฑ์ที่ใช้จะเป็นสีธรรมชาติ คือสีของกก จะมีสีอ่อนน้อยมาก ผลิตภัณฑ์เสื่อกกของหมู่บ้านในปัจจุบัน มีขนาดความกว้าง 6 - 9 คืบ ยาวประมาณ 2 - 2.5 เมตร (สัมภาษณ์ เซวาร์ สมประยูร : 2557)

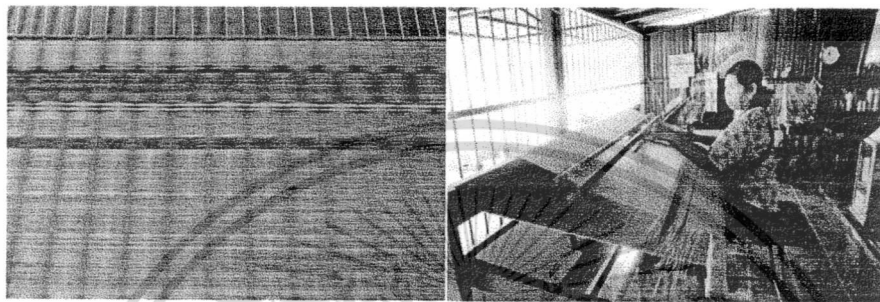


ภาพที่ 4.10 ชุมชนผู้ผลิตเสื่อกกบ้านดงน้อย

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

การวิเคราะห์ด้านสายและการทอเสื่อกก โดยสายที่ใช้อยู่ในตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน จะเป็นสายขัด ไม่ยกดอก และไม่มีลวดลายอื่นๆ และเสื่อกกนั้นจะไม่มีแบบเสื่อพับ จากการสังเกตและสัมภาษณ์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาวบ้าน พบว่าลายที่ทอเสื่อกกอยู่ในปัจจุบัน มีลายเดียวและไม่มีการพัฒนาด้านลวดลายเนื่องจากความต้องการของชาวบ้านเองที่จะทอลายดังกล่าว และการทอเสื่อนั้นต้องมีความอดทน และในด้านการตลาดในปัจจุบันมีความต้องการเสื่อกกในลักษณะดังกล่าวอยู่มาก ซึ่งถ้าในกรณีลูกค้าต้องการลายหรือเป็นเสื่อกกพับ ชาวบ้านสามารถที่จะหาผลิตภัณฑ์รูปแบบนั้นได้โดยสั่งซึ่งจากกลุ่มผลิตภัณฑ์เสื่อกก อ.บ้านสร้าง จ.ปราจีนบุรี ซึ่งมีระยะทางห่างจากหมู่บ้านเพียง 10 กิโลเมตร (สัมภาษณ์ สมยีน วิเศษกุล : 2557)



ภาพที่ 4.11 การทอเสื่อกก

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

4. อำเภอท่าตะเกียบ หัตถกรรมพื้นบ้าน การทอผ้าไหม หมู่บ้านอ่างเตย หมู่ 9 ต.อ่างเตย อ.ท่าตะเกียบ จ.ฉะเชิงเทรา เป็นหมู่บ้านที่ประชากรได้อพยพมาจากสุรินทร์ และบุรีรัมย์ โดยเริ่มก่อตั้งหมู่บ้านประมาณปี พ.ศ. 2516 โดยในพื้นที่ อ.ท่าตะเกียบ ส่วนใหญ่ประชากรจะมาจากการย้ายถิ่นฐานจากต่างพื้นที่ จึงมีภาษาพูดแตกต่างกัน ทั้งภาษาไทย ลาว และเขมร กลุ่มทอผ้าไหมบ้านอ่างเตย จัดตั้งขึ้นวันที่ 18 กรกฎาคม 2536 มีสมาชิกครั้งแรก 36 ราย โดยในปัจจุบันมีสมาชิกเพิ่มประมาณ 81 ราย มีป่าประยูร อนันต์เป็นประธานกลุ่มในปัจจุบัน (สัมภาษณ์ ประยูร อนันต์ : 2556)

กลุ่มทอผ้าไหมบ้านอ่างเตย เป็นกลุ่มที่มีกระบวนการและขั้นตอนการทอผ้าไหม ที่เกิดขึ้นเองในท้องถิ่นในทุกกระบวนการ ตั้งแต่ การเลี้ยงไหม การสาวไหม และสุดท้ายการทอผ้าไหม เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่มีการสืบสานต่อกันมา ตั้งแต่อดีตโดยภูมิปัญญาด้านการทอผ้าไหมทอมือนั้นเริ่มจากจุดเล็กๆไม่กี่ครัวเรือนที่อพยพมาจากสุรินทร์ และบุรีรัมย์ มีการเรียนรู้สืบทอดจนเป็นวิถีชุมชนจนกลายเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นบ้านอ่างเตย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.12 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)



ภาพที่ 4.13 กลุ่มทอผ้าไหมบ้านอ่างเตย

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

5. อำเภอเมือง “ภูมิปัญญาเป็นมรดกตกทอด” เขาสัตว์เกะสลักบางขวัญ เขาสัตว์เกะสลักมีลักษณะเด่นด้านฝีมือช่างผู้มีความชำนาญ ซึ่งมีการสืบทอดกันมากกว่า 30 ปี วัสดุที่ใช้จะเป็นเขาควายและเขาวัว เป็นผลิตภัณฑ์ ของตกแต่งบ้าน ของใช้ ของที่ระลึก กลุ่มตั้งอยู่ ม.8 ต.บางขวัญ อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา โดยคุณสมนึก แยมพุทขง เป็นประธานกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.14 วัตถุดิบในผลิตเขาสัตว์กะสลัก

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

ขั้นตอนการผลิตไม่ยุ่งยาก แตกต่างกันที่ฝีมือกะสลัก ขั้นตอนของการทำเขาสัตว์กะสลักมีดังนี้ ขั้นตอนแรกให้นำเขาควายหรือเขาวัวมาตัดโคนทิ้ง จากนั้นให้ลบลอยกระท้ำเขายกด้วยเครื่องเจียรและสักหลาด ขัดผิวให้เรียบด้วยกระดาษทราย ขัดเงาด้วยลูกผ้าและไขมัน ต่อจากนั้นนำมาแกะลายต่าง ๆ ด้วยมือโดยใช้ใบเลื่อยเก่ามาทำเป็นสิ่ว เสร็จแล้วเคลือบผิว ต่อด้วยการประกอบฐานไม้หรือตกแต่งลูกไม้ ลูกปิด ก็จะได้ชิ้นงานที่สวยงามตามความต้องการ

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้แยกแนวทางการวิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น จากกลุ่มผู้ผลิต และประเภทของผลิตภัณฑ์ ให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน โดยการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างผลิตภัณฑ์ชุมชนกับการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการสืบทอดกันมา รายละเอียดดังนี้

##### 4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแนวทางการเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถสร้างแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์การศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆของจังหวัดฉะเชิงเทรา และความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น ภายใต้กรอบการวิจัยด้านการผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีต้นกำเนิดหรือรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีวิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม และผลิตภัณฑ์นั้นมีอิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น ผู้วิจัยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจากตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และนักท่องเที่ยว ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้วิจัยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็นตัวเลขร้อยละ ในข้อคำถามตอนที่ 1 ของแบบสอบถามเพื่อง่ายต่อการนำผลไปหาแนวทางในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว และในตอนที่ 2 ของแบบสอบถามผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์เป็นค่าเฉลี่ยของความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละชนิด และนำค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ได้หาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป โดยผู้ตอบแบบสอบถามจากผู้ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัด ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และตัวแทนนักท่องเที่ยวในสถานที่ ดังนี้ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ ตลาดนครเนื่องเขต ตลาดคลองสวน วัดสมานรัตนาราม ตลาดน้ำบางคล้า เขื่อนคลองสียัด และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอ่างฤๅไน จำนวน 98 ตัวอย่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ข้อคำถาม	ความถี่	ร้อยละ
1	เพศ - ชาย - หญิง	39 59	39.8 60.2
2	อายุ - ต่ำกว่า 20 ปี - 20 - 29 ปี - 30 - 39 ปี - 40 - 49 ปี - 50 - 59 ปี - 60 ปีขึ้นไป	0 25 31 18 23 1	0 25.5 31.6 18.4 23.5 1.0
3	ระดับการศึกษา - มัธยมศึกษา - ปวช./ปวส./อนุปริญญา - ปริญญาตรี - ปริญญาโท - สูงกว่าปริญญาโท	8 6 84 0 0	8.2 6.1 85.7 0 0
4	อาชีพ - เกษตรกร - ธุรกิจส่วนตัว - ราชการ/รัฐวิสาหกิจ - พนักงานบริษัทเอกชน	4 9 37 31	4.1 9.2 37.8 31.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

	ข้อความ	ความถี่	ร้อยละ
5	- นักเรียน/นักศึกษา	17	17.3
	- อื่นๆ	0	0
	รายได้		
	- ต่ำกว่า 10,000 บาท	16	16.3
	- 10,001 - 15,000 บาท	1	1.0
	- 15,001 - 20,000 บาท	22	22.4
	- 20,001 - 25,000 บาท	30	30.6
	- 25,001 - 30,000 บาท	16	16.3
	- 30,001 - 35,000 บาท	12	12.2
	- 35,001 - 40,000 บาท	0	0
- 40,001 บาทขึ้นไป	1	1	

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชายจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 เป็นหญิงจำนวน 59 คนคิดเป็นร้อยละ 60.2 ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่สูงสุดได้แก่ ช่วงอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 รองลงมา ช่วงอายุระหว่าง 20 - 29 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ช่วงอายุระหว่าง 50 - 59 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ช่วงอายุ 40 - 49 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม สูงที่สุดจำนวน 84 คนในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 84 รองลงมา ระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 และระดับมัธยมศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากที่สุดจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และเกษตรกร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1

รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงรายได้มากที่สุด คือ 40,001 บาทขึ้นไปจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 รายได้ 30,001 - 35,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 รายได้ 25,001 - 30,000 บาทจำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 16.3 รายได้ 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 รายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

จากผลการวิเคราะห์แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของผู้วิจัยพบว่า ในช่วงอายุ 30 - 39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และช่วง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการวิจัยในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้ที่ 20,001 - 25,000 บาท มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นและการเข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชน

	ข้อความ	ความถี่	ร้อยละ
1	ภูมิสำเนา - ภาคตะวันออก - ภาคกลาง - ภาคตะวันตก - ภาคใต้ - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ - ภาคเหนือ	30 24 17 0 24 3	30.6 24.5 17.3 0 24.5 3.1
2	ท่านมาเที่ยวภายในจังหวัดฉะเชิงเทราท่านเดินทางมาด้วยวิธีใด - ขนส่งสาธารณะ - รถยนต์ส่วนตัว (ครอบครัว, เพื่อน) - หน่วยงานต้นสังกัด(อบต. อบจ. เทศบาลและสถานศึกษา) - บริษัทนำเที่ยว (ซื้อทัวร์)	10 35 33 20	10.2 35.7 33.7 20.4
3	ท่านสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใด - การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ - การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ - การท่องเที่ยวเชิงเกษตร - การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	47 8 6 37	48 8.2 6.1 37.8
4	ท่านต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนจากแหล่งใด - ร้านค้าในสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ - ร้านค้าระหว่างทางเมื่อพบเห็น - ร้านค้าภายในชุมชน/แหล่งผลิต - ตามคำแนะนำของผู้มาด้วยกัน	77 15 6 0	78.6 15.3 6.1 0
5	ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเฉลี่ยปริมาณเท่าใด - 1 รายการ - 2 - 4 รายการ - 5 - 7 รายการ - 8 - 10 รายการ - มากกว่า 10 รายการ	47 42 8 1 0	48 42.9 8.2 1.0 0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

	ข้อคำถาม	ความถี่	ร้อยละ
6	วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน		
	- เพื่อใช้ส่วนตัว	62	63.3
	- เพื่อเป็นของฝาก	31	31.6
	- เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ	5	5.1
	- อื่นๆ	0	0
7	เหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของท่าน		
	- ความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของผลิตภัณฑ์	29	29.6
	- ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์	15	15.3
	- ความมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์	8	8.2
	- ราคามีความเหมาะสม	17	17.3
	- ประโยชน์ใช้สอย	29	29.6
	- อื่นๆ	0	0

จากแบบสอบถามผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีภูมิลำเนาส่วนมากที่อยู่มากจากภาคตะวันออกจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 อยู่ รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 24 คน หรือร้อยละ 24.5 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภายในภาคตะวันตก จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และน้อยที่สุดมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1

จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวหรือมาเยือนในสถานที่ต่าง มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และมีภูมิลำเนาอยู่รอบๆจังหวัดฉะเชิงเทรา คือภาคตะวันออก ภาคกลางและกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับวิธีการเดินทางโดยจำนวน 35 คนคิดเป็นร้อยละ 35.7 เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และจำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 33.7 เนื่องจากการเดินทางสะดวก ส่วนการเดินทางมากับหน่วยงานต้นสังกัด เป็นการศึกษาดูงานของ อบต./อบจ./เทศบาลและสถานศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 และเป็นการเข้ามาด้วยบริษัทนำเที่ยวจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4

ส่วนของความสนใจด้านรูปแบบการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 48 สนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งสอดคล้องกับพื้นฐานการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวอยู่หลากหลายอาทิ ตลาดโบราณ เมืองเก่าต่างๆ เช่นชุมชนในเขตเมืองบั้งคล้า เป็นต้น ส่วนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 37 คนคิดเป็นร้อยละ 37.8 เนื่องจากผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างข้อมูลในช่วงที่มีการจัดงานประจำปีของ

จังหวัด ได้แก่งานสัตว์ปีกและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ สวนปาล์มฟาร์ม ณ อ.คลองเขื่อน และงานเทศกาลมะม่วงประจำปี 2557 จึงอาจมีผู้เข้ามาชมเทศงานงานดังกล่าวมากขึ้น

การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เลือกซื้อภายในร้านค้า ในสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ จำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 78.6 และรองลงมา ร้านค้าระหว่างทางเมื่อพบเห็น 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ซึ่งสอดคล้องกับการลงพื้นที่ของผู้วิจัย พบว่าภายในสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งของจังหวัด จะมีการจัดร้านค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อสินค้ามากกว่าระหว่างทางหรือระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง และยังพบว่าภายในจังหวัดฉะเชิงเทรายังไม่มีการจัดสถานที่เพื่อขายของฝากและของที่ระลึกเป็นแหล่งที่ชัดเจน จะมีเพียงร้านค้าที่อยู่ระหว่างทาง แต่พบน้อยมาก ส่วนการเข้าไปซื้อผลิตภัณฑ์ในแหล่งผลิตหรือในชุมชนนั้นมีผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ผู้วิจัยคาดว่าผู้ที่เข้าไปซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น จะมาโดยรถยนต์ส่วนตัวและซื้อไปเพื่อจำหน่ายต่อ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อในประเด็นคำถามการซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 และจำนวนการซื้อในแต่ละครั้ง ประมาณ 5 - 7 รายการ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2

ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จำนวน เพียง 1 รายการมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 47 คน คิดเป็นร้อยละ 48 และ 2 - 4 รายการ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า จำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งที่จำนวน ไม่เกิน 4 รายการ นั้นจะนำผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไปใช้เอง ซึ่งก็สอดคล้องกับประเด็นคำถาม วัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อไปใช้ส่วนตัวถึง 62 คนคิดเป็นร้อยละ 63.3 และซื้อเป็นของฝากเพียง 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6

ประเด็นคำถามเกี่ยวเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลว่าในการเลือกซื้อดูที่เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และประโยชน์ในสอย ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเท่ากัน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ส่วนในด้านราคาที่เหมาะสม และความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์มีผู้ตอบแบบสอบถามใกล้เคียงกัน คือ 15 และ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และ 17.3

สรุปผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดมีเพศหญิงมากกว่าชาย และมีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และทำงานในหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและมากับหน่วยงานต้นสังกัด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับท่องเที่ยว ที่ให้ความเห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาในจังหวัดฉะเชิงเทรา จะเป็นกลุ่มคนที่ทำงานอยู่ในจังหวัดใกล้เคียงที่สามารถเดินทางมาสะดวก และอีกส่วนหนึ่งจะเป็นการมาเที่ยวเป็นหมู่คณะ มานมัสการองค์หลวงพ่อโสธร เป็นต้น และต้องมีความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ชุมชนภายในจังหวัดว่ามีอะไรบ้าง รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นต้องอยู่ภายใต้ความรู้ของผู้ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเราด้วย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้กำหนดผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ซึ่งผ่านกระบวนการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นตรงกันว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรายังไม่มีความหลากหลาย ซึ่งตรงกับผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว และยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าควรนำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือกมาพัฒนาภายใต้ความสามารถของชุมชนเป็นหลัก เพราะถ้าชุมชนสามารถสร้างและผลิตผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาได้ จะทำให้ชุมชนนั้นสามารถสร้างรายได้เกิดขึ้น และเมื่อผลิตภัณฑ์เหล่านั้นออกสู่ตลาดผู้บริโภค คือนักท่องเที่ยว สามารถทำให้นักท่องเที่ยวจดจำผลิตภัณฑ์นั้นได้



ภาพที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ 1

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 1 หมวกก๊วยเล็ย อ.บางคล้า

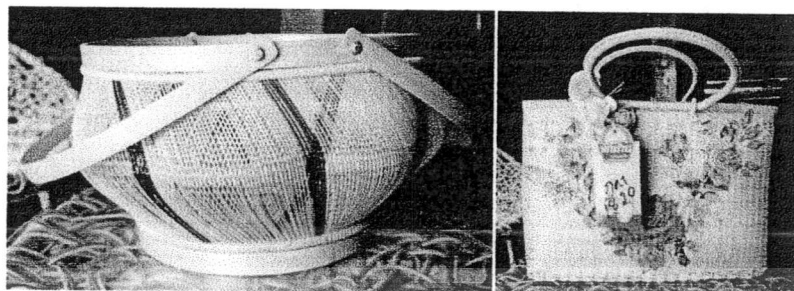
ราคา 100 - 150 บาท

ลำดับ	ประเด็นข้อคำถาม	ผลการประเมิน(N=98)		
		Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ	2.47	.596	น้อย
2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีละเอียดและความประณีตสวยงาม	2.71	.674	ปานกลาง
3	รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	3.15	.988	ปานกลาง
4	วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุในท้องถิ่นอย่างชัดเจน	2.62	.681	ปานกลาง
5	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.05	.889	ปานกลาง
6	ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมเพียงใด	3.10	.843	ปานกลาง
7	ท่านสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด	2.72	.797	ปานกลาง
8	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	2.65	.644	ปานกลาง
	ผลรวม	2.81	.408	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 1 หมวกก๊วยเล็ย อ.บางคล้า ราคาเฉลี่ยโดยประมาณ 100 - 150 บาท ผลการวิเคราะห์ในด้านรูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อย (Mean = 2.47, S.D.= .596) จากการสังเกตและสอบถามกลุ่มผู้ผลิตก็พบว่าในการจักสานหมวกก๊วยเล็ยนั้นจะมีแค่รูปแบบเดียว แต่มีหลายขนาด ส่วนในด้านของความละเอียดและความประณีตสวยงาม (Mean = 2.71, S.D.= .674) รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Mean = 3.15, S.D.= .988) วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุท้องถิ่น (Mean = 2.62, S.D.= .681) ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น (Mean = 3.05, S.D.= .889) ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม (Mean = 3.10, S.D.= .843) ความสนใจในการเลือกซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม (Mean = 2.72, S.D.= .797) และผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน (Mean = 2.65, S.D.= .6.44) ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับ ปานกลางเท่ากัน และผลรวมของผลิตภัณฑ์ หมวกก๊วยเล็ย อยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 2.81, S.D.= .408)

จากผลการวิเคราะห์ สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์จักสานหมวกก๊วยเล็ย อ.บางคล้า จ.ฉะเชิงเทรา เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรงคงตัว ไม่มีรูปทรงอื่นๆ ในปัจจุบันมีการนำกระดาษมาผสมในการผลิตในด้านบนของหมวกแทนการใช้ใบไม้ จะทำให้เกิดความคงทนมากขึ้นเป็นภูมิปัญญาของช่างพื้นถิ่น ส่วนการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระจายของผลิตภัณฑ์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆของจังหวัดมীন้อย การพบเห็นของนักท่องเที่ยวจึงอาจน้อยตาม



ภาพที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ 2

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

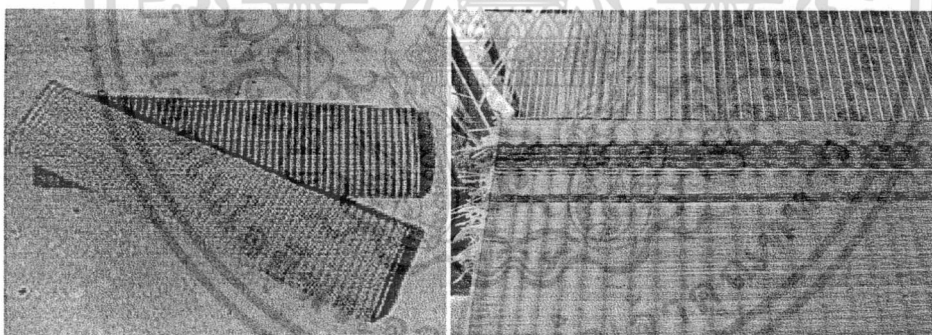
ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 2 จักสารไม้ไผ่ อ.แปลงยาว  
ราคา 200 - 1,500 บาท

ลำดับ	ประเด็นข้อคำถาม	ผลการประเมิน(N=98)		
		Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ	3.69	0.842	มาก
2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีละเอียดและความประณีตสวยงาม	3.65	0.898	มาก
3	รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	3.90	0.947	มาก
4	วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุในท้องถิ่นอย่างชัดเจน	3.71	0.931	มาก
5	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.02	0.963	มาก
6	ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมเพียงใด	3.12	0.678	ปานกลาง
7	ท่านสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด	3.81	0.833	มาก
8	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	3.85	0.988	มาก
ผลรวม		3.71	0.503	มาก

จากตารางที่ 4.6 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 2 จักสารไม้ไผ่ อ.แปลงยาว ราคาเฉลี่ยประมาณ 200 - 1,500 บาท ผลการวิเคราะห์ในด้านราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 3.12, S.D.= .678) จากการสังเกตและสอบถามกลุ่มผู้ผลิตก็พบว่าในการจำหน่ายเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวนเวียนสำหรับการเชงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ญาติเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ส่วนใหญ่จะจำหน่ายผ่านผู้แทนหรือผู้จำหน่ายรายย่อยนำไปจำหน่ายต่ออีกครั้งหนึ่ง จึงอาจทำให้ราคาขายสูงขึ้นตาม อีกปัจจัยหนึ่งในการสานผลิตภัณฑ์ในแต่ละชนิดจะใช้ระยะเวลา มีหลายขั้นตอน และขึ้นอยู่กับความชำนาญของผู้สานผลิตภัณฑ์นั้นๆ รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.69, S.D.= .842) ส่วนในด้านของความละเอียดและความประณีตสวยงาม (Mean = 3.65, S.D.= .898) รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Mean = 3.90, S.D.= .947) วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุท้องถิ่น (Mean = 3.71, S.D.= .931) ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น (Mean = 4.02, S.D.= .963) ความสนใจในการเลือกซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม (Mean = 3.81, S.D.= .833) และผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน (Mean = 3.85, S.D.= .988) ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับ มากเท่ากัน และผลรวมของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.71, S.D.= .503)

จากผลการวิเคราะห์ สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน อยู่ในอำเภอแปลงยาว เป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อผลิตและจำหน่าย จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จักสาน ตามสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดมีหลายแห่ง และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย และมีรูปแบบผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท ซึ่งอาจสอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก และมีความเหมาะสมที่จะเป็นผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ 3

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

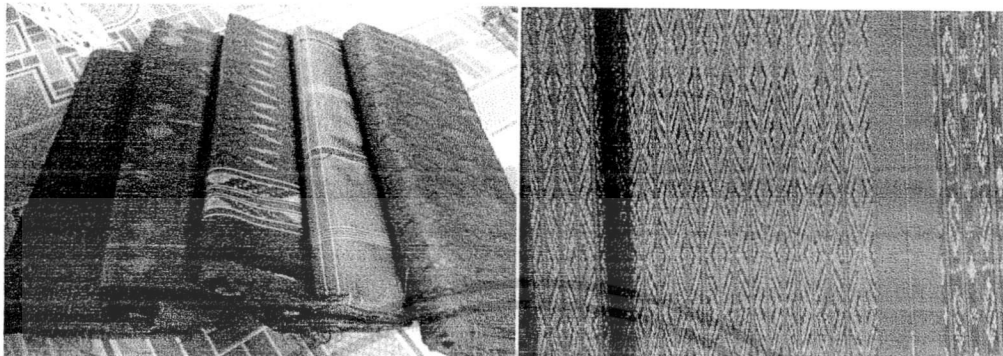
ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 3 เสื้ออก อ.ราชสาสน์  
ราคา 200 - 450 บาท

ลำดับ	ประเด็นข้อคำถาม	ผลการประเมิน(N=98)		
		Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ	2.74	.524	ปานกลาง
2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีละเอียดและความประณีตสวยงาม	2.97	.831	ปานกลาง
3	รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	2.82	.679	ปานกลาง
4	วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุในท้องถิ่นอย่างชัดเจน	2.89	.687	ปานกลาง
5	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	2.95	.765	ปานกลาง
6	ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมเพียงใด	3.10	.867	ปานกลาง
7	ท่านสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด	2.79	.853	ปานกลาง
8	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	2.64	.736	ปานกลาง
ผลรวม		2.86	.427	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 3 เสื้ออก ราคาเฉลี่ยโดยประมาณ 200 - 450 บาท ผลการวิเคราะห์ในด้านรูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ (Mean = 2.74, S.D. = .524) ด้านของความละเอียดและความประณีตสวยงาม (Mean = 2.97, S.D. = .831) รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Mean = 2.82, S.D. = .679) วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุท้องถิ่น (Mean = 2.89, S.D. = .627) ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น (Mean = 2.95, S.D. = .765) ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม (Mean = 3.10, S.D. = .867) ความสนใจในการเลือกซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม (Mean = 2.79, S.D. = .853) และผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน (Mean = 2.64, S.D. = .736) ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับ ปานกลางเท่ากัน และผลรวมความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 2.86, S.D. = .427)

จากผลการวิเคราะห์ สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์เสื้ออก เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งของ อ.ราชสาสน์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนได้ผลิตกระจายกันตามบ้านเรือนโดยไม่มีการรวมกลุ่ม เหมือนผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นๆ และในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยังไม่มีจำหน่ายอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆของจังหวัด ในการซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจึงต้องสั่งซื้อผ่านผู้แทนจำหน่ายหรือสามารถเลือกซื้อในชุมชนได้โดยตรง ราคาขายจึงถูกแต่กระบวนการในการผลิตนั้นมีหลายขั้นตอนและรูปแบบจะมีเพียงแบบเดียวแบบม้วนกลม แต่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สแกนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญญาให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีหลายขนาดความกว้าง จากแบบสอบถามอาจสอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามมีเห็นด้านผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนได้ในระดับปานกลางซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (Mean = 2.64, S.D. = .736)



ภาพที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ 4

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 4 ผ้าไหมอ่างเตย อ.ท่าตะเกียบ  
ราคา 600 - 1,500 บาท

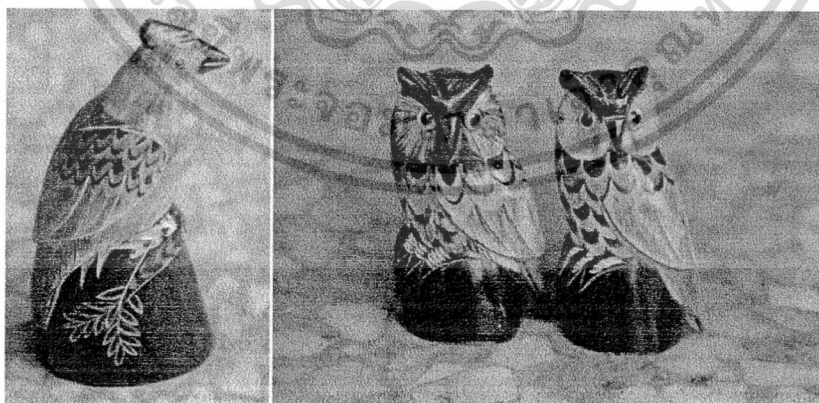
ลำดับ	ประเด็นข้อความ	ผลการประเมิน(N=98)		
		Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ	3.59	.771	มาก
2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีละเอียดและความประณีตสวยงาม	3.69	1.040	มาก
3	รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	3.59	.929	มาก
4	วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุในท้องถิ่นอย่างชัดเจน	3.37	.866	ปานกลาง
5	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.76	1.016	มาก
6	ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมเพียงใด	2.91	.838	ปานกลาง
7	ท่านสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด	3.06	1.165	ปานกลาง
8	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	3.40	0.917	ปานกลาง
ผลรวม		3.42	.634	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.8 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 4 ผ้าไหมอ่างเตย อ.ท่าตะเกียบ ราคาเฉลี่ยประมาณ 600 - 1,500 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ (Mean = 3.59, S.D. = .771) ด้านของความละเอียดและความประณีตสวยงาม (Mean = 3.69, S.D. = 1.040) รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Mean = 3.59, S.D. = .929) และผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น (Mean = 3.76, S.D. = 1.016) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเท่ากัน การวิเคราะห์ขอผู้วิจัยพบว่า ในด้านการออกแบบลายผ้าจะเป็นแบบประยุกต์ของท้องถิ่นเป็นหลัก จึงมีความละเอียดในการทอ และมีเอกลักษณ์ประจำถิ่นชัดเจน

ด้านวัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุท้องถิ่น (Mean = 3.37, S.D. = .866) ความสนใจในการเลือกชื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม (Mean = 3.06, S.D. = 1.165) ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Mean = 2.91, S.D. = .838) และผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน (Mean = 3.40, S.D. = .917) มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง และผลรวมของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.42, S.D. = .634)

จากผลการวิเคราะห์ สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมอ่างเตย จากการลงพื้นที่ของผู้วิจัย โดยการสังเกตและสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ผลิตพบว่า ผ้าไหมนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการถ่ายทอดมาตั้งแต่อดีตจากแหล่งที่อยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเมื่อมีการเปลี่ยนถิ่นที่อยู่จึงนำมาทอกันในหมู่บ้าน จนถึงปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามในด้านของความละเอียดและความประณีตสวยงาม รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ส่วนในด้านราคาของผลิตภัณฑ์ที่สูงเนื่องจากการทอด้วยมือ และใช้ระยะเวลาในการทอนาน วัตถุดิบทั้งหมดมีการผลิตขึ้นเองในชุมชน



ภาพที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ 5

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 5 เขาสัตว์เกะสลัก อ.เมือง

ราคา 100 - 1,500 บาท

ลำดับ	ประเด็นข้อคำถาม	ผลการประเมิน(N=98)		
		Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ	2.50	.692	น้อย
2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีละเอียดและความประณีตสวยงาม	2.66	.885	ปานกลาง
3	รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	2.48	.885	น้อย
4	วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุในท้องถิ่นอย่างชัดเจน	2.30	.646	น้อย
5	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	2.64	.750	ปานกลาง
6	ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมเพียงใด	2.52	.749	ปานกลาง
7	ท่านสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด	2.02	.773	น้อย
8	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	2.36	.692	น้อย
ผลรวม		2.43	.458	น้อย

จากตารางที่ 4.9 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ 5 เขาสัตว์เกะสลัก อ.เมือง ราคาเฉลี่ยประมาณ 100 - 1,500 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ(Mean = 2.50, S.D. = .692) รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Mean = 2.48, S.D. = .885) ด้านวัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุท้องถิ่น (Mean = 2.30, S.D. = .646) ความสนใจในการเลือกซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม (Mean = 2.02, S.D. = .773) และผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน (Mean = 2.36, S.D. = .692) ผลการประเมินอยู่ในระดับ น้อย

ด้านของความละเอียดและความประณีตสวยงาม (Mean = 2.66, S.D. = .885) ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น (Mean = 2.64, S.D. = .750) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง การวิเคราะห์ขอผู้วิจัยพบว่า

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผลิตภัณฑ์เขาสัตว์เกะสลัก เป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ข้างต้น จากการลงพื้นที่สังเกตในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด พบว่าผลิตภัณฑ์เขาสัตว์เกะสลัก มีจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยว อาทิ เช่น วัดสมานรัตนาราม ตลาดบ้านใหม่ ตลาดนครเนื่องเขต ผลิตภัณฑ์พบเห็น จะเป็นงานประเภทของใช้ที่มาจากเขาสัตว์ ได้แก่ หวี มือเกาหลัง ปิ่นปักผม เป็นต้น ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยศึกษา เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งบ้าน ซึ่งจากผลข้อมูลที่ได้รับจากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามของนักท่องเที่ยว ด้านความสนใจในการเลือกซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม (Mean = 2.02, S.D. = .773) ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสนใจน้อย สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ผลิตว่า งานประเภทดังกล่าว จะจำหน่ายส่วนมากผ่านทางผู้แทนจำหน่าย ซึ่งเป็นงานส่งต่างประเทศส่วนใหญ่ เนื่องจากคนไทยบางส่วนมาความเชื่อในด้านการนำชิ้นส่วนของเขาสัตว์ไว้ภายในบ้าน

ตารางที่ 4.10 ผลสรุปการประเมินจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำนวน 98 คน

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์ชุมชนตัวอย่าง	ผลการประเมิน(N=98)		
		Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	จักสาน	3.71	.503	มาก
2	ผ้าไหมอ่างเตย	3.42	.634	ปานกลาง
3	เสื่อกก	2.86	.427	ปานกลาง
4	หมวกก๊วยเล็ย	2.81	.408	ปานกลาง
5	เขาสัตว์เกะสลัก	2.43	.458	น้อย

จากตารางที่ 4.10 ผลสรุปการประเมินจากแบบสอบถาม ด้านความสนใจของกลุ่มตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผลิตภัณฑ์จักสาน อ.แปลงยาว มีระดับความคิดเห็นรวม ในระดับมาก (Mean = 3.71, S.D. = .503) และรองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าไหมอ่างเตย อ.ท่าตะเกียบ มีระดับความคิดเห็นรวม ในระดับปานกลาง (Mean = 3.42, S.D. = .634)

สรุปผลการคัดเลือก ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว มีผลการสัมภาษณ์ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนา เนื่องจากผลิตภัณฑ์จักสาน นั้นเป็นงานที่มีการจัดตั้งกลุ่มที่ชัดเจน มีการผลิตในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง และเป็นงานที่มีเอกลักษณ์ที่เด่นประจำท้องถิ่น และผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ยังสามารถนำไปเป็นของขวัญในชีวิตประจำวันได้ และรวมถึงสามารถนำไปเป็นของฝากได้

ด้านการพัฒนาผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมควรที่ผู้วิจัยควรจะต้องลงพื้นที่สำรวจ รูปแบบ วิธีการผลิต และขอข้อมูลแนวทางการพัฒนาจากผู้เชี่ยวชาญหรือมีความชำนาญ ในด้านงานจักสานในท้องถิ่น เพื่อให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงกระบวนการ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มจักสานได้ผลิตในปัจจุบัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรเป็นไปตามแนวความเป็นพื้นถิ่นของชุมชนเป็นหลัก ในด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีความเป็นมา และเอกลักษณ์ประจำถิ่นที่ชัดเจน ผู้วิจัยควรศึกษาข้อมูลประกอบการพัฒนาด้วย ผู้วิจัยจะได้ผลิตภัณฑ์ที่รักษาความเป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ และในด้านการสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น โดยความมีการประชาสัมพันธ์ การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ให้มีความชัดเจน และมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เหล่านั้น ยกตัวอย่างเช่น งานหัตถกรรมจักสาน อำเภอพนสนิมคม มีการจัดพื้นที่จำหน่ายอย่างเด่นชัด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นศูนย์รวมของงานจักสาน และยังเป็นแหล่งเรียนรู้รวมไปถึงการท่องเที่ยวของชุมชนไปด้วยแสดงดังภาพที่ 4.20



ภาพที่ 4.20 แหล่งท่องเที่ยว ศูนย์การเรียนรู้และจำหน่ายผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มจักสานไม้ไผ่ย่อยที่ 1 อำเภอพนัสนิคม จ.ชลบุรี  
ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

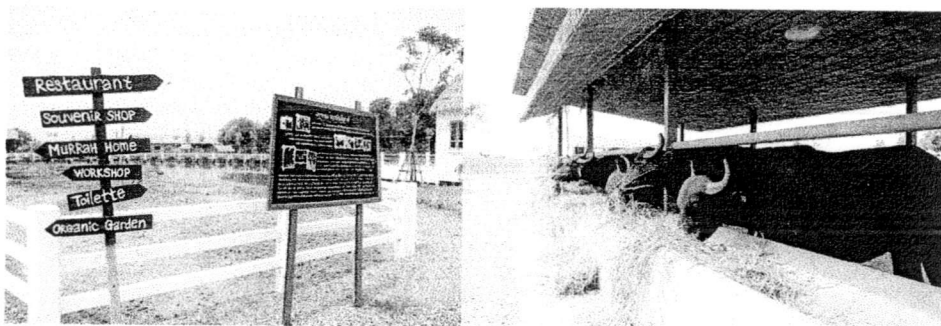
#### 4.2.2 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเชื่อมโยงกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยนำลักษณะเด่นของชุมชนและผลิตภัณฑ์ที่มีในชุมชนทั้ง 5 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สังเกต และลงพื้นที่ สรุปลผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

4.2.2.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสาน อำเภอแปลงยาว เป็นการร่วมกลุ่มกันโดยมีคุณป้ามานพ เมรสนัด เป็นประธานกลุ่มตั้งแต่ก่อตั้งจนถึงปัจจุบัน เป็นการรวบรวมผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ทั้งงานจักสานด้ายไม้ไผ่ ก้านมะพร้าว หวาย โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะมาจากภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมจักสานซึ่งตกทอดมาจากอดีตในท้องถิ่น อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ติดต่อกัน ในปัจจุบันยังคงมีการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์กันอยู่

ด้านการท่องเที่ยวในเขตอำเภอแปลงยาว ที่สำคัญได้แก่ มูร่าห์ฟาร์ม ตั้งอยู่ตำบลหนองไม้แก่น เป็นฟาร์มควายนมแห่งแรกของประเทศไทย เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี 2556 เป็นแหล่งการเรียนรู้การเลี้ยงควายเชิงวิทยาการอย่างเป็นระบบฟาร์ม และมีการแปรรูปนมควายเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น นมสด ไอศกรีม เป็นต้น ในปัจจุบัน ได้มีการตั้งเป็น มินิมูร่าห์ฟาร์ม ตั้งอยู่ในตำบลลิเ็ดตอก อำเภอบ้านโพธิ์ เป็นสถานที่สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์จาก มูร่าห์ฟาร์ม และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดฉะเชิงเทรา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.21 มินิมูร่าห์ฟาร์ม ตำบลสิบเอ็ดตอก อำเภอบ้านโพธิ์

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

จากผลิตภัณฑ์กลุ่มจักสาน และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ศึกษาเส้นทาง การเชื่อมโยงของกลุ่มผลิตภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว พบว่าสามารถนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่สร้าง ผลทางการตลาดด้วยแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวได้ ซึ่งมีข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริมดังนี้

(1) ด้านการเดินทางสำหรับผู้ที่จะเที่ยวชม มูร่าห์ฟาร์ม กับมินิมูร่าห์ฟาร์ม หน่วยงาน ท้องถิ่น เช่น เทศบาลหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรจัดให้มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่พัฒนาการ ท่องเที่ยวชุมชน เพื่อทำการประสานกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองแห่ง และชุมชนที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ ชุมชน เพื่อสร้างจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประจำของท้องถิ่น หรือของอำเภอ จากตำแหน่งของแหล่ง ท่องเที่ยวทั้งสองแห่ง ในการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวจะต้องผ่านกลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานอยู่แล้ว ซึ่ง จากข้อมูลแบบสอบถามที่พบมีนักท่องเที่ยวเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ถึงร้อยละ 35.7 และเหตุผลใน การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนจากความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ร้อยละ 29.6

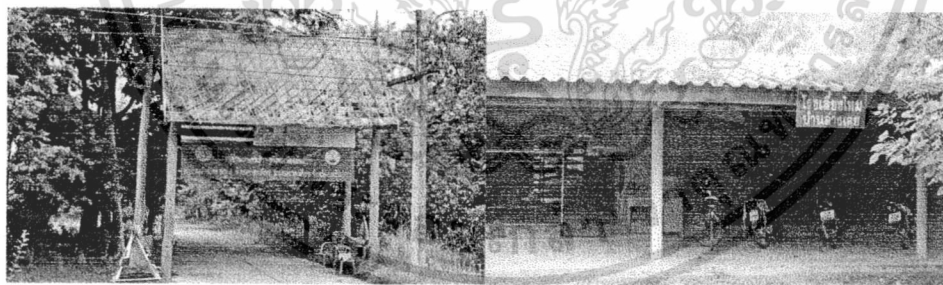
(2) ควรส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชน และการจัดประชาสัมพันธ์ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวแหล่ง ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ระหว่างการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองแห่ง โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่มีความ หลากหลาย ตั้งแต่ป้ายประชาสัมพันธ์ หนังสือประชาสัมพันธ์ สื่อด้านโซเชียลมีเดีย และการสร้าง ความประทับใจในการเที่ยวชม เป็นการประชาสัมพันธ์จากคนสู่คน เป็นต้น

(3) จากข้อมูลแบบสอบถามผู้ที่เข้ามาเที่ยวภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวนร้อยละ 33.7 มาด้วยหน่วยงานต้นสังกัด(อบต. อบจ. เทศบาลและสถานศึกษา) เป็นการเข้ามาเพื่อศึกษาดูงาน หน่วยงานท่องเที่ยวจังหวัด จึงควรหางบประมาณเพื่อมาส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มการท่องเที่ยวกลุ่ม ดังกล่าว โดยการให้ความรู้ การอบรม ให้ข้อมูลกับบริษัทนำเที่ยวต่างๆ รวมถึงเผยแพร่ข้อมูลไปสู่ หน่วยงานในพื้นที่โดยรอบจังหวัดฉะเชิงเทรา จากข้อมูลแบบสอบถามยังพบว่า ในจังหวัดแถบภาค ตะวันออก ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะเข้ามาเที่ยวภายในจังหวัดฉะเชิงเทราด้วยกัน ถึงร้อยละ 79.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมอ่างเตย บ้านหมู่ 9 ตำบลท่าตะเียบ อำเภอท่าตะเียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา มีการก่อตั้งกลุ่มในปี พ.ศ. 2536 โดยมีผู้ใหญ่สำรวย ทรัพย์ประสาน เป็นประธานที่ปรึกษา ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มได้แก่ ผ้ามัดหมี่ ผ้าพื้น(ไม่มีลวดลาย) ผ้าขาวม้า ผ้าโสร่ง ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่มเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดมาตั้งแต่อดีต จนมีการย้ายถิ่นฐานจากจังหวัด บุรีรัมย์ สุรินทร์ มาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ปัจจุบัน ก็ยังคงนำเอาภูมิปัญญาการทอผ้าไหม มาประยุกต์ใช้หารายได้ และใช้เองในครัวเรือน ลักษณะเด่นของกลุ่มผ้าไหมบ้านอ่างเตย จะมีการผลิตผ้าไหม ตั้งแต่ขั้นตอน กระบวนการเลี้ยงไหมอ่อน การปลูกต้นหม่อนเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อม โดยมีการตรวจสอบคุณภาพของไหมจากศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สระบุรี จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของบ้านอ่างเตย มีคุณภาพสูง

ด้านการท่องเที่ยวในเขตอำเภอท่าตะเียบที่สำคัญ ได้แก่ เขื่อนคลองสียัด เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอ่างฤๅไน และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในเขตอำเภอสนามชัยเขต ซึ่งเป็นพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ ศูนย์ศึกษาพัฒนาการสังคัมหมู่บ้าน(วนเกษตร) ผู้ใหญ่วิบูลย์ เข้มเฉลิม และสวนออนซอน ลุงเลี่ยม บุตรจันทรา จากแบบสอบถามความใฝ่ใจการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่านักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตร และวัฒนธรรม รวมกันร้อยละ 91.9 ซึ่งในเขตพื้นที่อำเภอท่าตะเียบ และอำเภอใกล้เคียง ได้แก่ อำเภอสนามชัยเขต อำเภอพนมสารคาม สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในด้านดังกล่าวเข้ากันได้ และยังสามารถนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่ส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง เช่น สวนออนซอน ของลุงเลี่ยม บุตรจันทรา ในหมู่บ้านนาฮีสาน ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งผลิตภัณฑ์ที่ไดจากสวนออนซอน และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ของหมู่บ้าน เป็นต้น



ภาพที่ 4.22 ศูนย์เรียนรู้ชุมชน บ้านอ่างเตย ตำบลท่าตะเียบ อำเภอท่าตะเียบ  
ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

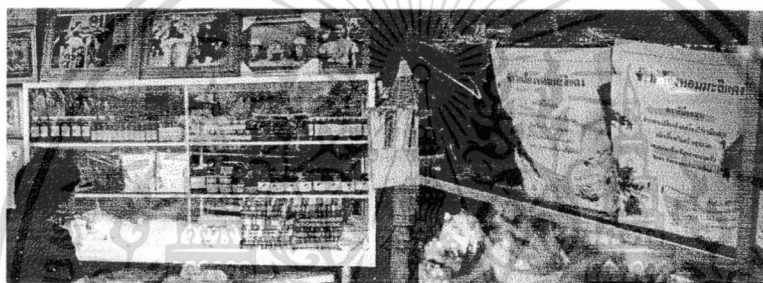
จากการลงพื้นที่ของผู้วิจัย เริ่มจากกลุ่มผ้าไหมบ้านอ่างเตย และพื้นที่โดยรอบ อำเภอท่าตะเียบ ในส่วนของการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านอ่างเตย ผู้ใหญ่นิกร ทรัพย์ประสาน และ คุณป้าประยูร อนันต์ ปราชญ์พื้นบ้าน ได้ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่น่าสนใจ สรุปได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1) งบประมาณในการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้หมู่บ้านอ่างเตย ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบ ท้องถิ่นหรือจังหวัด ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นแหล่งการเรียนรู้ของผู้มาเยี่ยมชม

(2) การเดินทางเขาสู่หมู่บ้าน ควรมีป้ายบ่งบอกที่ชัดเจน ตั้งแต่ถนน 304 ในเขตอำเภอพนมสารคาม ซึ่งในปัจจุบัน จะมีป้ายบ่งบอกอยู่น้อยมาก ก่อนถึงหมู่บ้านเพียง 20 กิโลเมตรในเขตอำเภอสนมชัยเขต

(3) การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้สังคมหมู่บ้านและการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว โดยนำเอาวิถีชีวิตที่มีลักษณะเด่นของหมู่บ้านมาเป็นแม่แบบในการเรียนรู้สู่สังคมภายนอก โดยหน่วยงานของรัฐ เทศบาล องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เป็นที่เล็งในการจัดการ อาจนำเอารูปแบบของหมู่บ้านใกล้เคียง เช่น สวนออนซอน ของลุงเลี่ยม บุตรจันทร์ มาเป็นแม่แบบ



ภาพที่ 4.23 บ้านลุงเลี่ยม บุตรจันทร์ หมู่บ้านนาอีสาน ตำบลท่ากระดาน อำเภอสนมชัยเขต  
ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

(4) ควรจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ เช่น การเดินทางจากตัวเมืองฉะเชิงเทรา มาสู่หมู่บ้านอ่างเตย และต้องการพักผ่อนค้างคืน จะต้องพักที่ไหน อย่างไร หรือเป็นการจัดทำรูปแบบการท่องเที่ยว แบบ 2 วัน 1 คืน โดยเที่ยวชมสังคมวิถีชาวบ้าน ศึกษาพันธ์สัตว์ป่า และพักผ่อนริมเขื่อน เป็นต้น

(5) การส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์เด่น และวิถีชีวิตของชุมชน การจัดประชาสัมพันธ์ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวตามข้อเสนอแนะที่ 2 โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ตั้งแต่ป้ายประชาสัมพันธ์ หนังสือประชาสัมพันธ์ สื่อด้านโซเชียลมีเดีย และการสร้างความประทับใจในการเที่ยวชม เป็นการประชาสัมพันธ์จากคนสู่คน เป็นต้น

4.2.2.3 กลุ่มผลิตภัณฑ์เสื้ออก บ้านหมู่ 8 ตำบลดงน้อย อำเภอราชสาสน์ เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีรูปแบบการผลิต และการตลาดแตกต่างจาก 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่กล่าวมาแล้ว คือ เป็นกลุ่มที่มีการทอเสื้ออกแบบดั้งเดิมตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาปรับเปลี่ยนมากนัก อาจจะมีเพียงการปรับขนาดความกว้างความยาว ตามที่ลูกค้าต้องการ และการย้อมสีที่เสถียร ลวดลายยังคงเอกลักษณ์นี้เป็นเอกลักษณ์ที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบดั้งเดิมที่เป็นมาแต่อดีต การตลาดของผลิตภัณฑ์นี้จะมีผู้แทนจำหน่ายมาสั่งซื้อตามจำนวน และผู้ผลิตจะเป็นผู้จำหน่ายเองกันในหมู่บ้าน เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของพื้นที่อำเภอราชสาส์น ซึ่งเป็นอำเภอใหม่ของจังหวัดฉะเชิงเทรา ทางตอนเหนือติดกับอำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีน และอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ทางใต้ติดอำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา จากการลงพื้นที่ของผู้วิจัยพบว่าแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนดังกล่าว อาจจะดำเนินการยากกว่าท้องถิ่นอื่นๆ แต่แนวทางการจะเป็นการเดินทางผ่านเพื่อไปท่องเที่ยวในเขตอำเภออื่นๆ สรุปลได้ตามแนวทางดังนี้



ภาพที่ 4.24 แคนตาลูปผลิตภัณฑ์เด่นทางการเกษตรอำเภอราชสาส์น

ที่มา : สำนักงานเกษตรอำเภอราชสาส์น (2557)

(1) หน่วยงานท้องถิ่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ควรมีการระดมความเป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่นของชุมชน โดยมีการส่งเสริมและสนับสนุนทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรมในการจัดการทรัพยากร เช่น ในเขตอำเภอราชสาส์นจะมีการปลูกข้าวพันธุ์ดี และการปลูกแคนตาลูป ที่มีรสหวาน โดยการส่งเสริมของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรหรือ ธ.ก.ส. และสำนักงานเกษตรอำเภอ โดยรูปแบบจะต้องมีศูนย์กลางของผลิตภัณฑ์ต่างๆ

(2) ควรมีการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในทุกๆกลุ่มผลิตภัณฑ์ ไม่ใช่จะพัฒนาแต่ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง เช่นมีการส่งเสริมเรื่องการปลูกแคนตาลูป เพียงอย่างเดียว แต่ไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยให้กลุ่มชาวบ้านดำเนินการเอง จึงทำให้การรับรู้ข้อมูลด้านดังกล่าวกับนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจภายนอกมีน้อยเกินไป

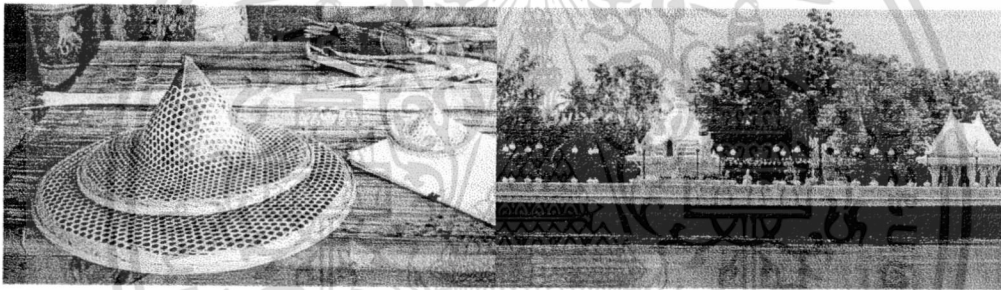
(3) จัดแผนการดำเนินการ การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวสวนเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของอำเภอราชสาส์น เป็นพื้นที่ราบต่ำ การรวมตัวของหมู่บ้านจะเป็นกลุ่มอย่างชัดเจน กระจายตัวกัน และในแผนการดำเนินการนั้นต้องให้ตัวแทนของกลุ่มชุมชนแต่ละแห่งเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วย

(4) ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มหรือองค์การของชาวบ้านในชุมชน ในลักษณะที่ชุมชนมีความพร้อมและมีจุดเด่น เช่นกลุ่มปลูกข้าวพันธุ์ดี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการปลูกและผลิตจำหน่ายเอง โดย

ให้หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่มีความพร้อมและความสามารถค่อยเป็นที่เลี้ยงดูแลเอกสารนเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2.4 กลุ่มผลิตภัณฑ์หมวกก๊วยเล็ย เป็นหมวกทรงกลมหัวเหลี่ยมมีการนำเข้ามาพร้อมกับ การอพยพของชาวจีน การสานหมวกก๊วยเล็ยเป็นการตกทอดภูมิปัญญาของชุมชนพื้นบ้านของ ตำบล ปากน้ำ อำเภอบางคล้า มีการสืบทอดกันมามากกว่า 60 ปี โดยใช้วัสดุในท้องถิ่นประกอบการสาน ได้แก่ ไม้ไผ่ ใบไผ่ หวาย และก้านคล้า ปัจจุบันเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งบ้าน ที่มี ลักษณะเด่นของอำเภอบางคล้า ผู้ผลิต ผลิตขายในท้องถิ่นและท้องถิ่นอื่นๆ เป็นจำนวนมาก

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอบางคล้า กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่ การท่องเที่ยวใน เขตอำเภอบางคล้าในช่วง 1 - 2 ปีที่ผ่านมามีการเจริญเติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก มีรูปแบบการท่องเที่ยว ที่หลากหลาย อาทิเช่น ตลาดน้ำบางคล้า วัดปากน้ำโจ้โล้ วัดหัวสวน โบสถ์สแตนเลส และล่องเรือเกาะ ลัดแม่น้ำบางปะกง หมู่บ้านน้ำตาลสด เป็นต้น ในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว ยังมีการเชื่อมโยงกันกับ แหล่งที่เที่ยวหลักของจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเส้นทางเที่ยวในอำเภอบางคล้าจะมีระยะทางไม่มากนัก สามารถเดินทางภายในวันเดียวได้ หรืออาจจะพักค้างแรมได้เช่นกัน จากการลงพื้นที่ของผู้วิจัยในการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มี สรุปลงแนวทางได้ดังนี้



ภาพที่ 4.25 ผลิตภัณฑ์ชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยว อำเภอบางคล้า

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

(1) ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน โดยการเรียนรู้วิถี ชีวิตของชุมชน เช่นการเรียนรู้การผลิตน้ำตาลสด ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ควรส่งเสริมเป็นอย่างมาก ควรให้ ชุมชน หน่วยงานภายนอกมารับผิดชอบร่วมกัน

(2) เส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอบางคล้าจะมีแหล่งท่องเที่ยวไม่ห่างกันมากนัก จึงมีนักท่องเที่ยวแวะเวียนมาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะอย่างยิ่งวันหยุดราชการ จึงควรมีการส่งเสริม ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีรอยยิ้มในการต้อนรับ การสนทนาด้วยความเอื้ออาทร เพื่อให้เกิดความ ประทับใจของนักท่องเที่ยว

(3) สร้างเครือข่ายกับการท่องเที่ยว ร่วมกับอำเภอใกล้เคียง เช่น อำเภอราชสาส์น ซึ่งเป็นเขตติดต่อกัน มีการหมุนเวียนแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวซึ่งกันและกัน และจะเกิดการตลาดซื้อ ขายผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดขึ้นตามมาด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ของพื้นที่ ให้กับชุมชน เนื่องจากอำเภอบางคล้ามีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน ทั้งการอพยพของชาวจีนแผ่นดินใหญ่มาตามแม่น้ำบางปะกง เป็นต้น พร้อมการจัดเวทีการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านประวัติศาสตร์กันระหว่างชุมชน นักวิชาการ นักศึกษา และตัวแทนนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางการกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

(5) ควรนำเอาผลการศึกษาวิจัย ของศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาคาร มาพัฒนาให้เกิดรูปธรรมตามผลการศึกษาวิจัยที่ได้รับ

4.2.2.5 ผลិតภัณฑ์เขาสัตว์แกะสลัก “ภูมิปัญญาเป็นมรดกตกทอด” เขาสัตว์แกะสลักบางขวัญ เขาสัตว์แกะสลักมีลักษณะเด่นด้านฝีมือช่างผู้มีความชำนาญ ซึ่งมีการสืบทอดกันมากกว่า 30 ปี วัสดุที่ใช้จะเป็นเขาคาวและเขาวัว เป็นผลิตภัณฑ์ ของตกแต่งบ้าน ของใช้ ของที่ระลึก กลุ่มตั้งอยู่ ม.8 ตำบลบางขวัญ อำเภอมือง เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเดียวที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกตามระเบียบวิธีวิจัย ที่อยู่ในอำเภอมือง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีนักท่องเที่ยวรู้จักน้อยที่สุดจาก 4 ผลิตภัณฑ์ที่กล่าวมาข้างต้น แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกยังต่างประเทศ มีมูลค่าการตลาดสูงกว่า 4 ผลิตภัณฑ์ที่กล่าวมาข้างต้นเช่นกัน ด้านการท่องเที่ยวกับผลิตภัณฑ์เขาสัตว์แกะสลัก เป็นสิ่งที่คู่กันตั้งแต่อดีตจนมาปัจจุบัน คือตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด เช่น ตลาดน้ำบางคล้า ตลาดบ้านใหม่ ย่านการค้านครเนื่องเขต จะมีผลิตภัณฑ์เขาสัตว์แกะสลักจำหน่ายอยู่ และจากการลงพื้นที่สังเกต ของผู้วิจัยได้รวบรวมแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เขาสัตว์แกะสลัก จากข้อมูลการสอบถามนักท่องเที่ยวพบว่า ผลิตภัณฑ์เขาสัตว์แกะสลักได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอยู่ระดับน้อย (Mean = 2.43, S.D. = .458) ผู้วิจัยจึงมองแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวกับการศึกษาที่มาของผลิตภัณฑ์เขาสัตว์แกะสลัก สรุปแนวทางได้ดังนี้



ภาพที่ 4.26 กลุ่มผลิตภัณฑ์เขาสัตว์แกะสลัก ตำบลบางขวัญ อำเภอมือง  
ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2556)

(1) จัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบการเข้าถึงชุมชนหรือกลุ่มผู้ผลิตเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงกระบวนการผลิต และการนำไปใช้งาน เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังคงมีความเชื่อในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) หน่วยงานท้องถิ่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ถึงความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ เส้นทาง การเดินทาง การให้ข้อมูลที่มีรายละเอียดครบถ้วน

(3) ป้ายบ่งบอกทางและการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว ใกล้เคียง เช่นการเดินทางไหว้พระวัดโพรงอากาศ ซึ่งผ่านกลุ่มผู้ผลิต และการเชื่อมโยงเส้นทางจากตลาดย่านการค้านครเนื่องเขต ตลาดบ้านใหม่ ไปยังวัดสมานรัตนาราม ซึ่งเป็นเส้นทางที่ต้องผ่านกลุ่มผู้ผลิตเช่นกัน การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากการสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวของผู้วิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวถึงร้อยละ 35.7 ซึ่งสามารถที่จะดำเนินการได้

(4) การจัดให้ความรู้ ความเข้าใจกับหน่วยงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด ในการจัดทำแผนการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

การศึกษาการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราตามรูปแบบกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกันตามภูมิศาสตร์พื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเริ่มจากเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา และไกลที่สุดในเขตตำบลท่ากระดาน สวนออนซอน บ้านนาฮีสาน ซึ่งมีระยะทางห่างกันประมาณ 140 กิโลเมตร ซึ่งจากเส้นทางเดินทางดังกล่าว มีความเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตภัณฑ์ชุมชนต่างๆ และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆได้เป็นอย่างดี การเดินทางของนักท่องเที่ยว ด้วยรถยนต์ส่วนตัว ต้องใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประมาณ 2 วัน 1 คืน ผู้วิจัยสรุปแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมทุกพื้นที่ได้ดังนี้

#### ตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ในแต่ละท้องถิ่น

รายการ	สภาพปัจจุบันและทรัพยากร	สภาพปัญหาที่พบ	แนวทางการส่งเสริม
กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสาน	เป็นกลุ่มที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์จักสาน หลากหลายรูปแบบ แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ได้แก่ มูรธาฟาร์ม และมินิมูรธาฟาร์ม การคมนาคมด้วยรถยนต์ส่วนตัวเป็นหลัก	การดำเนินการของหน่วยงานที่รับผิดชอบ หน่วยงานท้องถิ่น กลุ่มเอกชน ยังขาดการเชื่อมโยงและดำเนินการในแนวทางเดียวกันสอดคล้องกัน และพึ่งพาอาศัยกัน	ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้การท่องเที่ยว ชุมชน และการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวหลักของจังหวัด เช่นการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวของจังหวัด และการประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.11(ต่อ)

รายการ	สภาพปัจจุบันและทรัพยากร	สภาพปัญหาที่พบ	แนวทางการส่งเสริม
กลุ่มผลิตภัณฑ์ ผ้าไหม	เป็นกลุ่มที่มีการผลิตผ้าไหม ที่มีกระบวนการตั้งแต่การปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี และการทอผ้าไหม เป็นกลุ่มที่มีการรวมกันมากที่สุดจากงานวิจัยเรื่องนี้ แหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ธรรมชาติ ป่าไม้ สังคมหมู่บ้าน เป็นต้น มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นสังคมหมู่บ้านที่มีการย้ายถิ่นฐานจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยเป็นส่วนใหญ่	ป้าย บ่ง บ อ ก ก า ร เส้นทางเดินทาง ไปยัง หมู่บ้านการเชื่อมโยง การเดินทางกับแหล่ง ท่องเที่ยวอื่นๆใกล้เคียง การส่งเสริม และ สนับสนุนของภาคการ ท่องเที่ยวของจังหวัดมี น้อยมาก สาเหตุอาจ มาจากการเดินทางจาก อำเภอเมืองถึงหมู่บ้าน แต่ ละ หมู่ บ ำ น ระยะทางกว่า 100 กิโลเมตร ด้านการจัดพื้นที่เป็น แหล่งชุมชนเพื่อการ เรียน รู้ ยัง ไม่ เป็น รูปธรรมที่ชัดเจนและ ต่อเนื่อง	ส่งเสริม ด้าน การ ประชาสัมพันธ์ชุมชน ให้เกิดการท่องเที่ยว ชุมชนตามตัวอย่างการ ท่องเที่ยวรูปแบบ เกษตร ของสวน ออนซอน หรือวน เกษตร การเชื่อมโยง การท่องเที่ยวหลักของ จังหวัดเข้ากับรูปแบบ การท่องเที่ยวที่เข้าถึง ชุมชนได้ สร้าง เครือข่ายการท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่เมือง ไปยัง กลุ่มชุมชน อาจเริ่ม จากการศึกษาดูงาน การสร้างโปรแกรมการ ท่องเที่ยว เป็นต้น
กลุ่มผลิตภัณฑ์ เสื่อกก	เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีกลุ่มที่ ชัดเจน และขาดการสนับสนุน ของหน่วยงานรัฐที่ต่อเนื่อง แต่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการตลาดที่ดี และคงตัวตลอดเวลาด้านการ ท่องเที่ยวในพื้นที่ยังมีน้อยมาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ไม่มีแหล่ง ท่องเที่ยวที่สำคัญ จะมีเพียง การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การ เข้าเยี่ยมชมการปลูกแคนด าลู ป ซึ่ง เป็น ผล ิ ต ภ ั ณ ฑ์ การเกษตรเด่นของท้องถิ่น	การส่งเสริม การ เชื่อมโยงกันระหว่าง ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่ ในท้องถิ่น มีเพียงการ สนับสนุนบางส่วน การ ท่องเที่ยวชุมชนจึงมีแต่ การเที่ยวชมสวน เกษตรกับการปลูกแคน ดาลูป ซึ่งเป็นตาม ฤดูกาล	จัด ทำ แ ผ น ก า ร ดำเนินการที่บูรณาการ กับการท่องเที่ยวเชิง เกษตร การท่องเที่ยว ชุมชน การศึกษาบริบท ของท้องถิ่น และการ ส่งเสริม สนับสนุนจาก หน่วยงานภาครัฐใน การดำเนินการเพื่อ ความยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ใช้ประโยชน์ทางการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.11(ต่อ)

รายการ	สภาพปัจจุบันและทรัพยากร	สภาพปัญหาที่พบ	แนวทางการส่งเสริม
กลุ่มผลิตภัณฑ์หมวกก๊วยเลี้ยว	เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีภูมิปัญญาตกทอดกันมา และรูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง จากการท่องเที่ยวของท้องถิ่น อำเภอบางคล้ามีความหลากหลายมาก	ขาดการเชื่อมโยงกันระหว่างวิธีชุมชน เช่น การชุมชนหมู่บ้านน้ำตาลสด กับการสานหมวกก๊วยเลี้ยว ควรมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ในเรื่องดังกล่าวที่เป็นรูปธรรม ในศูนย์กลางการเรียนรู้ นั้น จำเป็นต้องมีการส่งเสริมจากหน่วยงานท้องถิ่น ทั้งงบประมาณ แผนการดำเนินงาน และผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญมา ร่วมดำเนินการกับชุมชน	ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้การท่องเที่ยว ชุมชน และการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวหลักของจังหวัด เช่น การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวของจังหวัด และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ ซึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ จะมีความคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์จักสาน และมีเส้นทาง การเดินทางใกล้เคียงกัน
กลุ่มผลิตภัณฑ์เขาสัตว์ แกะสลัก	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอมานี้ทั้งหมด เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีทักษะในการเรียนรู้ กรรมวิธีการผลิตเฉพาะแบบ เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง โดยมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่โดยรอบกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้	ขาดการส่งเสริมของหน่วยงานรัฐ การท่องเที่ยวจังหวัด โดยกลุ่มจะเป็นผู้ดำเนินการเองเป็นส่วนใหญ่ การจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ระดับปานกลาง จึงควรมีการเชื่อมโยงกันของรูปแบบการท่องเที่ยว เขามาศึกษาเรียนรู้ กระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์นี้ เป็นต้น	ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้จักผลิตภัณฑ์กับการท่องเที่ยว และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง โดยรวมเอาการศึกษาที่มีและการผลิตผลิตภัณฑ์เขาสัตว์ แกะสลักไปพร้อมกันด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละกลุ่ม ผู้วิจัยสรุปประเด็นที่เด่นชัดเกี่ยวกับการส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ ได้แก่ การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ เอกชน กับกลุ่มท้องถิ่นที่มีความชัดเจน ไปในแนวทางการพัฒนาเดียวกัน และการเรียนรู้บริบทของชุมชนอย่างถูกต้อง การประชาสัมพันธ์ในมิติที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดการศึกษาหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่ถูกต้องชัดเจน และการจัดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งจังหวัด ด้วยรูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว หรือรูปแบบการศึกษาเรียนรู้ชุมชน เป็นต้น

#### 4.2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ได้จากตัวผลิตภัณฑ์ชุมชนจากกลุ่มตัวอย่าง ในด้านผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ผ่านการคัดเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้แก่กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสาน ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สังเกต และเก็บรวบรวมรูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานในพื้นที่ สรุปได้ดังนี้

จากการลงพื้นที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวม ผลิตภัณฑ์จักสานที่มีการผลิตและจำหน่ายอยู่เป็นปัจจุบัน จำนวน 15 รูปแบบ ซึ่งบางรูปแบบมีวัสดุ กระบวนการผลิตใกล้เคียงกัน บางรูปแบบอาจมีกระบวนการผลิตที่แตกต่างกัน แต่ในทุกรูปแบบของผลิตภัณฑ์จักสานนั้น เป็นภูมิปัญญาที่มีการสืบทอดกันมา ได้แก่ภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมจักสาน วิธีการสาน การผูก และการใช้วัตถุดิบในการผลิต ผู้วิจัยสรุปดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์จากการสังเกตผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

ผลิตภัณฑ์จักสาน	ชื่อผลิตภัณฑ์	โครงสร้าง	วิเคราะห์ลวดลาย	วัสดุ
	<p>กล่องกระดาษชำระ</p>	<p>ทรงสี่เหลี่ยม ติดขอบไม้ไผ่ ด้วยกาว</p>	<p>ลายขัดหนึ่ง ตอกตั้งเส้นใหญ่ กว่าตอกนอน สานพอดีไม่แน่น มาก</p>	<p>ไม้ไผ่ทอ</p>
	<p>ตะกร้าพิมพ์ลายบุผ้า ซับใน</p>	<p>ทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ภายนอก พิมพ์ลายรูปดอกไม้ ด้านใน บุ ผ้าไหมหรือผ้าฝ้ายด้านใน มี ซิปปิดเปิด</p>	<p>สานลายขัดหนึ่ง ตอกตั้งกับ ตอกนอน ขนาดเท่ากัน แต่การ วางตอกตั้งจะวางหากกว่าตอก นอน ขอบและหูทำจากหวาย เย็บของด้วยหวาย</p>	<p>ไม้ไผ่ทอ ฝิวหวาย หวายเทียม ลาย กระดาษสำหรับติดและผ้าไหมหรือ ผ้าฝ้ายบุภายใน</p>

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์จักสาน	ชื่อผลิตภัณฑ์	โครงสร้าง	ลวดลาย	วัสดุ
	<p>กล่องใส่ของทั่วไป (จากภาพ กล่องใส่ ขนมเปีย)</p>	<p>ทรงสี่เหลี่ยม หรือทรงอื่นๆ ตามลูกค้าต้องการ เจาะช่อง ด้านหน้า ติดด้วยเส้น ผักตบชวาถักเปีย</p>	<p>ลายขีดหนึ่ง ดอกตั้งจะเล็กกว่า ตอกนอน สานพอดีไม่แน่นมาก</p>	<p>ไม้ไผ่รวล และผักตบชวาถักเปีย</p>
	<p>ตะกร้าพิมพ์ลาย</p>	<p>ทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ภายนอก พิมพ์ลายรูปดอกไม้ ไม่มีผ้าบุ ด้านใน</p>	<p>สานลายขีดหนึ่ง ดอกตั้งกับตอก นอน ขนาดเท่ากัน แต่การวาง ดอกตั้งจะวางหากกว่าตอกนอน ขอบและหูทำจากหวายเย็บของ ด้วยหวาย</p>	<p>ไม้ไผ่รวล ผิวหวาย หวายเทียม และลายกระดาษสำหรับติดด้าน นอก</p>

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์จักสาน	ชื่อผลิตภัณฑ์	โครงสร้าง	ลวดลาย	วัสดุ
	ตะกร้าทางมะพร้าวครึ่งวงกลม	ทรงกลมรูปไข่ครึ่งใบ	ตะกร้าจะใช้การผูกและมัดด้วยเชือกไนลอนหรือเชือกฟาง ส่วนขอบ ด้านบนและด้านล่าง และหูหิ้วจะใช้หวายเทียมมัด	ไม้ไผ่ทอขึ้นขอบ ก้านทางมะพร้าวตัวตะกร้า และหวายเทียม
	ผ้าชีลลายขีด	ทรงครึ่งวงกลม	ลวดลายเป็นลายขีด และอาจเป็นลายดอกพิกุล ตามแบบการจักสานพนัสนิคม ขึ้นขอบแข็งเพื่อความแข็งแรง มัดด้วยหวายเทียม	ไม้ไผ่ทอ

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์จักสาน	ชื่อผลิตภัณฑ์	โครงสร้าง	ลวดลาย	วัสดุ
	<p>ตะกร้าทางมะพร้าวเปียชอบ</p>	<p>ทรงวงรี สูงไม่มีขอบแต่เป็นการถักเปียแทน</p>	<p>ตะกร้าจะใช้การผูกและมัดด้วยเชือกไนลอนหรือเชือกฟาง ส่วนขอบกลางจะใช้การถักเปียขึ้นและมัดรวมเป็นหูหิ้ว ด้านล่าง และหูหิ้วจะใช้หวายเทียมมัด</p>	<p>ไม้ไผ่ทอขึ้นขอบ ก้านทางมะพร้าวตัวตะกร้า และหวายเทียม</p>

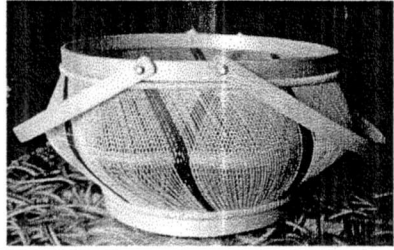
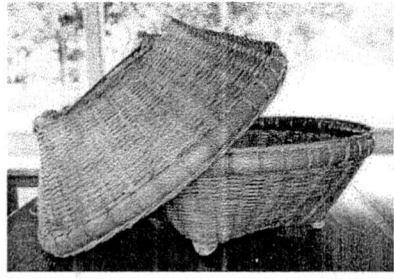
ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์จักสาน	ชื่อผลิตภัณฑ์	โครงสร้าง	ลวดลาย	วัสดุ
	<p>กระถางต้นไม้หวาย</p>	<p>ทรงกลมปิดเกลียว</p>	<p>ลวดลายบนพื้นฐานลายดอก พิกุลแต่ไม่มีการสอดดอก จะ ถักเปียวนขอบบนและล่าง</p>	<p>ไผ่หวายย้อมสี</p>
	<p>ตะกร้าทางมะพร้าวทรงเหลี่ยม</p>	<p>รูปทรงตัวตะกร้าเป็นทรงสี่ เหลี่ยมผืนผ้า รูปแบบอื่นๆ จะเหมือนกับตะกร้า ทางมะพร้าวครึ่งวงกลม</p>	<p>ตะกร้าจะใช้การผูกและมัด ด้วยเชือกไนลอนหรือเชือก ฟาง ส่วนขอบ ด้านบนและ ด้านล่าง และหูหิ้วจะใช้หวาย เทียมมัด</p>	<p>ไม้ไผ่ทอขึ้นขอบ ก้าน ทางมะพร้าวตัวตะกร้า และ หวายเทียม</p>

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์จักสาน	ชื่อผลิตภัณฑ์	โครงสร้าง	ลวดลาย	วัสดุ
	ตะกร้าทางมะพร้าวทรงรี	รูปทรงตัวตะกร้าเป็นทรงสี่วงรี รูปแบบอื่นๆ จะเหมือนกับตะกร้าทางมะพร้าวครึ่งวงกลม	ตะกร้าจะใช้การผูกและมัดด้วยเชือกไนลอนหรือเชือกฟาง ส่วนขอบ ด้านบนและด้านล่าง และหูหิ้วจะใช้หวายเทียมมัด	ไม้ไผ่वलขึ้นขอบ ก้านทางมะพร้าวตัวตะกร้า และหวายเทียม
	ฉลอมกลมขนาดเล็ก	รูปทรงวงกลม มี 2 ชั้น สามารถสวมเข้ากันได้	สายฉลอม	ไม้ไผ่वल

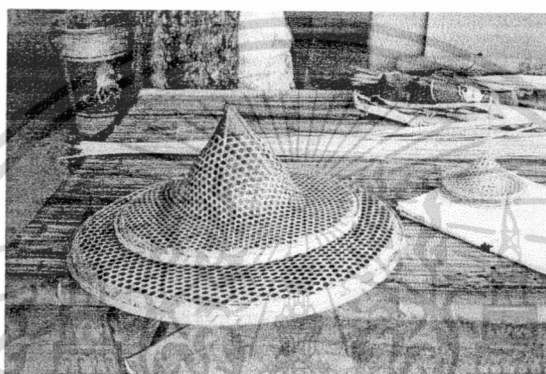
ตารางที่ 4.12(ต่อ)

ผลิตภัณฑ์จักสาน	ชื่อผลิตภัณฑ์	โครงสร้าง	ลวดลาย	วัสดุ
	ตะกร้าลายมะเฟือง	รูปทรงคล้ายมะเฟือง ขึ้นขอบบนขอบล่างเป็นไม้ไผ่ ส่วนลายตัวตะกร้าเป็นตอกเส้นเล็กวางเรียงกันตามทรงของมะเฟือง	ลวดลายจะใช้วิธีการผูก และการติดกาว โดยตอกส่วนตัวตะกร้าจะเป็นตอกเส้นเล็ก มัดสลับกันไปมา คล้ายกับตะกร้าทางมะพร้าว ขอบบนและล่างใช้ไม้ไผ่เข้าขอบอัดกาว	ไม้ไผ่นวล เชือกไนลอน
	กระจาด	โครงสร้างดั้งเดิม ตอกตั้งมีขนาดใหญ่ กว่าตอกนอน ใช้วิธีการผูกขอบ	ลายสายขัดหนึ่ง ตอกตั้งมีขนาดใหญ่กว่าตอกนอน และการวางตอกตั้งจะห่างกว่าตอกนอน ตอกนอนจะวางเรียงกันพอดี จะทำให้โครงสร้างมีความแข็งแรง	ไม้ไผ่นวล และในบางพื้นที่ใช้ไม้ไผ่สีสุกเพราะมีความเหนียวและคงทนกว่า

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์จักสาน	ชื่อผลิตภัณฑ์	โครงสร้าง	ลวดลาย	วัสดุ
	หมวกก้วยเลีย	โครงสร้างมีการประกอบกันของตัวหมวก 2 ชั้น ระหว่างกลางใช้ใบจากหรือกระดาศสีน้ำตาลประกบเข้าด้วยกัน	ลายในการสานเป็นลายฉลุอม ขึ้นตัวหมวกตามแบบ	ไม้ไผ่นวล คล้าแห้ง ใบไผ่ และกระดาศสีน้ำตาล
	ส้อมไก่	โครงสร้างทรงกลมตัดครึ่ง มีการสานชั้นเดียว	สานสานตัวส้อมเป็นลายขัดหนึ่งมีความเหมาะสมตามขนาดส้อม และส่วนด้านหัวส้อมจะเป็นการขัดของไม้ไผ่ซ้อนๆกันเป็นวงกลม เป็นส่วนที่แข็งแรงที่สุด และเป็นส่วนในการกำหนดขนาดของส้อมในแต่ละใบ	ไม้ไผ่สีสุข บางพื้นที่ใช้ไม้ไผ่ลวก ซึ่งไม้ไผ่สีสุขจะมีความแข็งแรงกว่า ทนทานมากกว่า ไม้ไผ่ลวก แต่ไม้ไผ่ลวกมีราคาต้นทุนที่ถูกลงกว่า

จากตารางที่ 4.12 ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ในการสังเกตและสอบถามกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานในพื้นที่ อำเภอแปลงยาว อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และในพื้นที่บางส่วนของอำเภอพนสนิม จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ติดต่อกันของ 2 อำเภอ ในอำเภอแปลงยาวยังเป็นศูนย์รวมในการกระจายสินค้าของงานจักสาน และมีการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตงานจักสานขึ้นมา จากการสังเกตของผู้วิจัยยังพบว่าการผลิตงานจักสานในแต่ละพื้นที่ มีความเกี่ยวเนื่องกัน ในด้านการแลกเปลี่ยน ซื้อขายวัตถุดิบในการผลิต และผู้ผลิตในแต่ละพื้นที่ยังสามารถผลิตงานและจำหน่ายเองได้ และที่ที่มีการผลิตอยู่อย่างต่อเนื่องจะเป็น ตะกร้าทางมะพร้าวรูปแบบต่าง สุ่มไก่ หมวกก้วยเลี้ยง ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นๆจะมีการผลิตตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งอาจจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามฤดูกาล



ภาพที่ 4.27 หมวกก้วยเลี้ยง อำเภอบางคล้า

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)



ภาพที่ 4.28 การสานกระจาด อำเภอบ้านโพธิ์

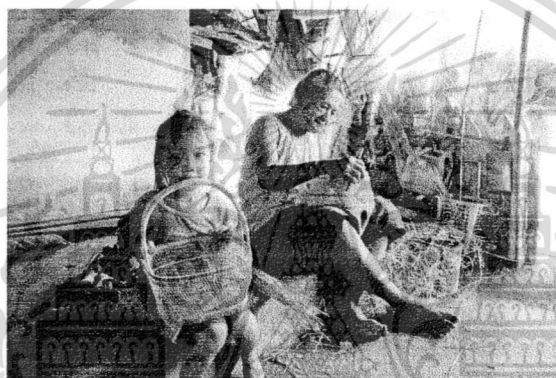
ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.29 การจักตอกสานส้มไก่ อำเภอพนสนิม

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)



ภาพที่ 4.30 การสานตะกร้าทางมะพร้าว อำเภอบ้านโพธิ์

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

#### 4.2.4 แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานรูปแบบใหม่

จากผลการศึกษาข้อมูลด้านด้านผลิตภัณฑ์จักสานในพื้นที่ จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตอยู่ในปัจจุบัน บางผลิตภัณฑ์อาจจะผลิตจำนวนน้อย บางผลิตภัณฑ์อาจจะผลิตที่มีความต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลต่างๆมาสรุปและกำหนดเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการประยุกต์และพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานในรูปแบบต่างๆ สรุปได้ดังนี้

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้านด้านงานจักสาน สรุปได้ดังนี้

ประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานให้มีรูปแบบที่พัฒนาภายใต้แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นและจังหวัดฉะเชิงเทราและผลิตภัณฑ์นั้นยังคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมของท้องถิ่น ผลสรุปแนวทาง ควรมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนให้อยู่บนพื้นฐานความรู้ความชำนาญของคนในท้องถิ่นเป็นหลัก ถ้าในกรณีมีแบบที่พัฒนาใหม่มีความยากเกิน กลุ่มชาวบ้านจะทำได้ไม่ดีและอาจจะทำเพียงครั้งเดียวแล้วไม่มีการทำต่อเลยก็เป็นได้ และให้นำวิธีการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่นการสานตะกร้าทางมะพร้าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่คู่กับชุมชน ในอำเภอแปลงยาว มายาวนาน และเป็นรายได้ของครัวเรือนจนถึงปัจจุบัน

ประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ แต่ประยุกต์นำผลิตภัณฑ์เดิมมาพัฒนา ผลสรุปแนวทางมีความเห็นตรงกันว่า ควรจะนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่และมีการผลิตในชุมชนมาประยุกต์ ปรับปรุง และทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ ซึ่งจะทำให้ชาวบ้านสามารถผลิตงานเดิมอยู่และเพียงเพิ่มเติมบางส่วนก็สามารถขายผลิตภัณฑ์นั้นได้

ประเด็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ผลสรุปแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ผู้วิจัยได้ผลิตภัณฑ์จักสาน จากการสอบถามนักท่องเที่ยวในเบื้องต้นนั้น ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ให้ความเห็นในแนวทางเดียวกัน คือเมื่อเราผลิตงานได้แล้วจำเป็นต้องมีการเสนอรูปแบบให้ทั้งภาครัฐและเอกชน ร่วมมือกันส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจัง และที่สำคัญอย่างยิ่งพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนกลางของจังหวัด ยังขาดอยู่

สรุปผลการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญ และปราชญ์พื้นบ้าน ในด้านการประยุกต์และพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของความชำนาญ ความสามารถ วิธีการในชุมชนเป็นหลัก และวัตถุดิบที่หาได้ง่ายราคาไม่สูงมากนัก

ผู้วิจัยได้นำผลของแนวทางการศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวดังตารางการวิเคราะห์ที่ 4.3 ในประเด็นผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัดฉะเชิงเทราด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 35.7 จะซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งจำนวน 1 ชิ้น ร้อยละ 48 โดยเพื่อใช้ส่วนตัว ร้อยละ 63.3 โดยผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เด่นเฉพาะถิ่น และประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 29.6 เท่ากัน ผู้วิจัยจึงนำประเด็นข้อมูลดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน ในการนำผลิตภัณฑ์จักสานมาประยุกต์และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

ลำดับ	รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน	ผลการประเมิน(N=7)		
		Mean	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1	พัฒนารูปแบบเป็นเฟอร์นิเจอร์			
	1. ชุดที่นั่งพักผ่อน(โต๊ะ+เก้าอี้)	2.86	1.069	ปานกลาง
	2. ชั้นวางของภายในอาคาร	2.71	.488	ปานกลาง
	3. ตู้ขนาดเล็ก	3.29	.756	ปานกลาง
2	พัฒนารูปแบบเป็นของตกแต่งบ้าน			
	1. กระจก ใ้วางหรือแขวนสำหรับต้นไม้	3.00	.816	ปานกลาง
	2. โคมไฟภายในบ้าน	3.43	.787	ปานกลาง
	3. โมบายสำหรับประตู หน้าต่าง	2.57	.535	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ลำดับ	รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน	ผลการประเมิน(N=7)		
		Mean	S.D.	ระดับความเหมาะสม
3	พัฒนารูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์ใช้สอยในบ้าน			
	1. ตะกร้าใส่เสื้อผ้า	2.57	.535	ปานกลาง
	2. ถังขยะ	2.43	.535	ปานกลาง
	3. ภาชนะใส่ของอื่นๆ เช่น กระจาด ตะแกรง ฉลอม	2.43	.787	ปานกลาง
4	พัฒนาเฉพาะส่วน			
	1. รูปทรงใหม่	2.57	.535	ปานกลาง
	2. เฉพาะลวดลายจักสาน	2.71	.951	ปานกลาง
	3. รูปทรงและลวดลายเดิมแต่มีหลายขนาด	3.00	.816	ปานกลาง
	รวม	2.80	.185	

จากตารางที่ 4.13 ผลสรุปการวิเคราะห์ด้านความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและประชาชนพื้นบ้าน ในการนำผลิตภัณฑ์จักสานมาประยุกต์และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้วิจัยกำหนดประเด็นไว้ 4 ด้าน และแนวทางผลิตภัณฑ์ร่วมกันจำนวน 12 แนวทาง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ ในประเด็นการนำผลิตภัณฑ์จักสานพัฒนารูปแบบเป็นเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งมี 3 ผลิตภัณฑ์ได้แก่ ชุดที่นั่งพักผ่อน (โต๊ะ+เก้าอี้) ระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 2.86, S.D. = 1.069) ชุดวางของภายในอาคาร ระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 2.71, S.D. = .488) และตู้ขนาดเล็ก ระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 3.29, S.D. = .756) ขอเสนอแนะของผลิตภัณฑ์รูปแบบนี้ กลุ่มผู้ผลิตอาจจะทำขึ้นยาก เพราะต้องมีหลายส่วนประกอบกัน

การนำผลิตภัณฑ์จักสานพัฒนารูปแบบเป็นของตกแต่งบ้าน มีอยู่ 3 ผลิตภัณฑ์ได้แก่ กระถางต้นไม้ วางหรือแขวนสำหรับต้นไม้ ระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 3.00, S.D. = .816) โคมไฟภายในบ้าน ระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 3.43, S.D. = .787) และโมบายสำหรับประตู หน้าต่าง ระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 2.57, S.D. = .535)

การนำผลิตภัณฑ์จักสานพัฒนาเป็นรูปแบบ เป็นผลิตภัณฑ์ใช้สอยภายในบ้าน ซึ่งมีอยู่ 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตะกร้าใส่เสื้อผ้า ระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 2.57, S.D. = .535) ถังขยะ มีระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 2.43, S.D. = .535) และภาชนะใส่ของอื่นๆ เช่น กระจาด ตะแกรง ฉลอม เป็นต้น ระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 2.43, S.D. = .787) ขอเสนอแนะเพิ่มเติม ในผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับภาชนะใส่ของรูปแบบต่างๆ และฉลอม ควรสร้างกลุ่มในการผลิตขึ้นใหม่ ให้ดูตัวอย่างได้จากกลุ่มในอำเภอนันทนิคม จังหวัดชลบุรี

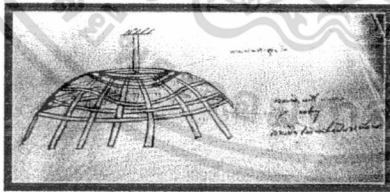
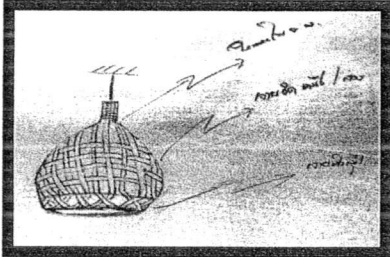
การนำผลิตภัณฑ์จักสานพัฒนาเฉพาะส่วน มีอยู่ 3 แนวทาง ได้แก่ รูปทรงแบบใหม่ ระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 2.57, S.D. = .535) เฉพาะลวดลายจักสาน ระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 2.71, S.D. = .951) รูปทรงและลวดลายเดิมแต่มีหลายขนาด ระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 3.00, S.D. = .816) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในรูปทรงใหม่นั้นควรพัฒนาบนพื้นฐานความชำนาญ วัสดุดิบ และการตลาดในปัจจุบันของกลุ่ม และการพัฒนาลวดลายควรพัฒนาด้านรูปทรงให้คงที่ก่อน

ผลสรุปการประเมินจากรูปแบบแนวทางผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและประชาชนพื้นบ้าน มีระดับการประเมินที่ใกล้เคียงกัน แต่ในประเด็นข้อการนำผลิตภัณฑ์จักสานพัฒนารูปแบบเป็นของตกแต่งบ้าน ซึ่งมีค่าคะแนนสูงที่สุด ได้แก่ โคมไฟฟ้าภายในอาคาร (Mean = 3.43, S.D. = .787) ผู้วิจัยจะกำหนดโครงสร้างของผลิตภัณฑ์โคมไฟภายในอาคารต่อไป

#### 4.2.5 แนวทางในการออกแบบภาพร่างผลิตภัณฑ์จักสาน

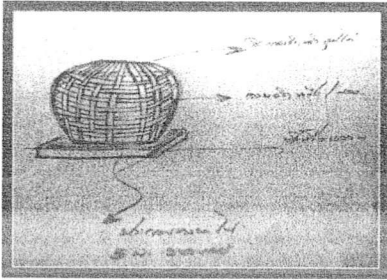
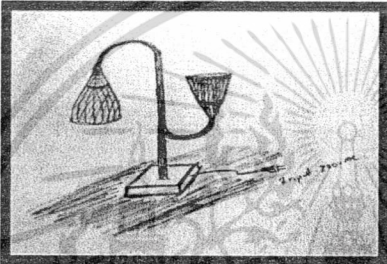
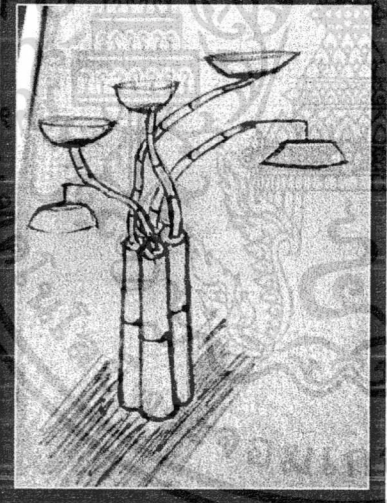
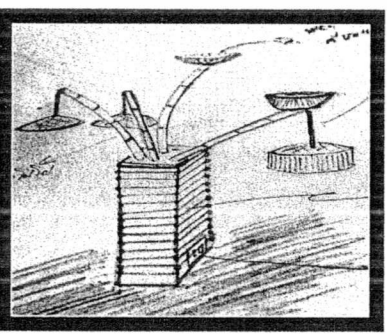
ผลการประเมินแนวทางแบบร่างผลิตภัณฑ์จักสาน ประยุกต์พัฒนาเป็นโคมไฟฟ้าจักสาน โดยการประเมินผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการประเมินไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านต้นกำเนิดหรือรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น วิวัฒนาการการคลี่คลายต้นกำเนิดแบบอย่างผลิตภัณฑ์เดิม และอิทธิพลเดิมเป็นแบบเฉพาะถิ่นของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น โดยผู้วิจัยกำหนดแนวทางแบบร่างไว้จำนวน 13 แบบร่างผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ตารางที่ 4.14 แนวทางแบบร่างผลิตภัณฑ์

แนวทางแบบร่าง	แบบร่างผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
แนวทางที่ 1		โคมไฟฟ้าแขวน วัสดุตัวโคมเป็น ไม้ไผ่สีสุก จักตอก แบน แนวทางการผลิตตามแนว ทางการสานสู่ไม้ในชุมชน ใช้การ สานลายขัดหนึ่ง
แนวทางที่ 2		โคมไฟฟ้าแขวน วัสดุตัวโคม เป็นไม้ไผ่สีสุกจักตอก แบน แนวทางการผลิตตามแนว ทางการสานสู่ไม้ในชุมชน ใช้การ สานลายขัดหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.14(ต่อ)

แนวทางแบบร่าง	แบบร่างผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
แนวทางที่ 3		<p><u>โคมไฟฟ้าตั้งพื้น</u> วัสดุ ไม้ไผ่สีสุก แนวทางการผลิตตามแนวทางการสานลุ่มโกในชุมชน ใช้การสานลายขัดหนึ่ง มีฐานรองเป็นไม้</p>
แนวทางที่ 4		<p><u>โคมไฟฟ้าตั้งพื้น</u> วัสดุตัวโคมก้านทางมะพร้าว แนวทางการผลิตตามแนวทางการสานตะกร้ารูปทรงต่างๆในชุมชน และใช้วิธีการผูกมัดด้วยเชือก โครงสร้างอื่นเป็นเหล็กเหนียว และไม่ตามความเหมาะสม</p>
แนวทางที่ 5		<p><u>โคมไฟฟ้าตั้งพื้น</u> วัสดุตัวโคมเป็นก้านทางมะพร้าว แนวทางการผลิตตามแนวทางการสานตะกร้ารูปทรงต่างๆในชุมชน และใช้วิธีการผูกมัดด้วยเชือก โครงสร้างเสาตั้งเป็นไม้ไผ่สีสุก และเสาหลอดไฟแต่ละชุดเป็นไม้รวก</p>
แนวทางที่ 6		<p><u>โคมไฟฟ้าตั้งพื้น</u> วัสดุตัวโคมเป็นไม้ไผ่นวลจักตอกเส้นเล็ก แนวทางการผลิตตามแนวทางการสานตะกร้ารูปทรงต่างๆในชุมชน และใช้วิธีการผูกมัดด้วยเชือก โครงสร้างเสาตั้งเป็นกล่องสี่เหลี่ยมใช้ไม้ไผ่สีสุกผ่าซีกเรียงเข้าด้วยกันและเสาหลอดไฟแต่ละชุดเป็นไม้รวก</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.14(ต่อ)

แนวทางแบบร่าง	แบบร่างผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
แนวทางที่ 7		<p><u>โคมไฟฟ้าตั้งพื้น</u> วัสดุตัวโคม ก้านทางมะพร้าว แนวทางการผลิตตามแนวทางการสานตะกร้ารูปทรงต่างๆในชุมชน และใช้วิธีการผูก มัดด้วยเชือก โครงสร้างอื่นเป็นเหล็กเหนียว และไม่ตามความเหมาะสม</p>
แนวทางที่ 8		<p><u>โคมไฟฟ้าแขวนหรือตั้ง</u> วัสดุตัวโคม เป็นไม้ไผ่ทอจักตอก กลมเส้นเล็ก แนวทางการผลิตตามแนวทางการสานตะกร้ารูปทรงต่างๆในชุมชน และใช้วิธีการผูก มัดด้วยเชือก โคมไฟฟ้าแบบนี้สามารถตั้งหรือแขวนได้</p>
แนวทางที่ 9		<p><u>โคมไฟฟ้าแขวน</u> วัสดุตัวโคมเป็น ไม้ไผ่สีสุก จักตอกแบน แนวทางการผลิตตามแนวทางการสานส้มโกในชุมชน ใช้การสานลายขัดหนึ่ง</p>
แนวทางที่ 10		<p><u>โคมไฟฟ้าตั้งหรือแขวน</u> วัสดุตัวโคมเป็น ไม้ไผ่สีสุก จักตอกแบน แนวทางการผลิตตามแนวทางการสานส้มโกในชุมชน ใช้การสานลายขัดหนึ่ง สามารถตั้งหรือแขวนได้</p>
แนวทางที่ 11		<p><u>โคมไฟฟ้าตั้งพื้น</u> วัสดุตัวโคมเป็นไม้ไผ่ทอจักตอกเส้นเล็ก แนวทางการผลิตตามแนวทางการสานตะกร้ารูปทรงต่างๆในชุมชน และใช้วิธีการผูก มัดด้วยเชือก</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14(ต่อ)

แนวทางแบบร่าง	แบบร่างผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
แนวทางที่ 12		โคมไฟฟ้าแขวน วัสดุตัวโคมเป็น ไม้ไผ่นวล จักตอก แบนเส้นเล็ก การผลิตตามแนว ทางการสานฉลอมหรือหมวกก้วยเลี้ยง
แนวทางที่ 13		โคมไฟฟ้าตั้งหรือแขวน วัสดุตัวโคมเป็น ไม้ไผ่สีสุข จักตอก แบน แนวทางการผลิตตามแนว ทางการสานสุ่มโกในชุมชน ใช้การ สานลายขัดหนึ่ง สามารถตั้งหรือ แขวนได้

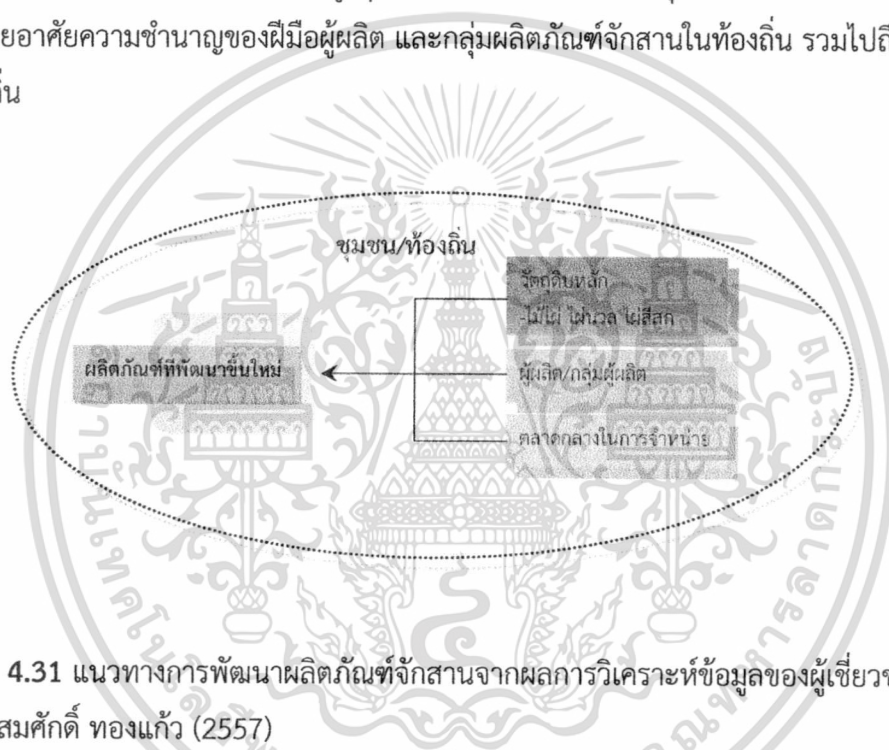
ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์แบบประเมิน แบบร่างผลิตภัณฑ์ แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน

แนวทางแบบร่างผลิตภัณฑ์	ผลการประเมิน(N=9)		
	Mean	S.D.	ระดับความเหมาะสม
แนวทางที่ 1	2.56	.726	ปานกลาง
แนวทางที่ 2	2.78	.667	ปานกลาง
แนวทางที่ 3	3.33	.707	ปานกลาง
แนวทางที่ 4	3.11	.601	ปานกลาง
แนวทางที่ 5	3.00	.500	ปานกลาง
แนวทางที่ 6	2.78	.667	ปานกลาง
แนวทางที่ 7	3.11	.782	ปานกลาง
แนวทางที่ 8	2.78	.667	ปานกลาง
แนวทางที่ 9	2.33	.707	ปานกลาง
แนวทางที่ 10	3.11	1.167	ปานกลาง
แนวทางที่ 11	2.78	.667	ปานกลาง
แนวทางที่ 12	2.67	.866	ปานกลาง
แนวทางที่ 13	2.56	.726	ปานกลาง
รวม	2.83	.415	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.15 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและปราชญ์พื้นบ้านได้ให้ความคิดเห็น ของความเหมาะสมแบบร่างผลิตภัณฑ์จักสาน ที่ประยุกต์และพัฒนาเป็นโคมไฟฟ้า ทั้งแบบแขวนและแบบตั้งพื้น ซึ่งมีความคิดเห็นใกล้เคียงกัน แบบร่างแนวทางที่ 3 มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ในระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 3.33, S.D. = .707) แบบร่างแนวทางที่ 4, 7 และ 10 มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน (Mean = 3.11) อยู่ในระดับความเหมาะสมปานกลาง และผลรวมในการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 2.83, S.D. = .415)

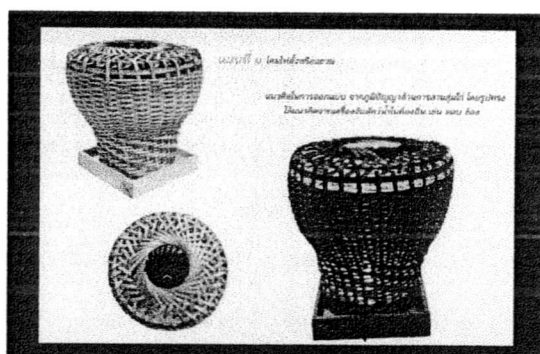
จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและปราชญ์พื้นบ้าน มีผลการประเมินใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยจึงสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 5 แบบ โดยนำผลการประเมินแบบร่างจากระดับค่าคะแนนสูงสุด 4 ลำดับ และนำมาประยุกต์และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยอาศัยความชำนาญของฝีมือผู้ผลิต และกลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานในท้องถิ่น รวมไปถึงวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น



ภาพที่ 4.31 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญ  
ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

#### 4.2.6 ผลการประเมินผลิตภัณฑ์โคมไฟฟ้าจักสานต้นแบบ

ผลการประเมินผลิตภัณฑ์จักสานที่ประยุกต์และพัฒนาเป็นโคมไฟฟ้า ผู้วิจัยได้ผลประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ปราชญ์พื้นบ้านและนักวิชาการด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 9 ท่าน ผลการประเมินความเหมาะสมสำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ตามแนวทางภูมิปัญญาท้องถิ่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว วิเคราะห์ผลได้ดังนี้



ภาพที่ 4.32 ต้นแบบผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ไฟฟ้า แบบที่ 1

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินผลิตภัณฑ์จากงานคอมพิวเตอร์ไฟฟ้า แบบที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน

ประเด็นข้อคำถาม	ผลการประเมิน(N=9)		
	Mean	S.D.	ระดับความเหมาะสม
<b>ต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>			
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม	4.00	.707	มาก
2. การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสม	3.11	.601	ปานกลาง
3. ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.11	.601	มาก
4. ประโยชน์ในการใช้สอย	4.44	.527	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.91</b>	<b>.395</b>	<b>มาก</b>
<b>วิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม</b>			
1. วัสดุในการผลิตยังคงความเป็นพื้นถิ่น	3.78	.833	มาก
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิม	4.11	.601	มาก
3. ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่นอย่างชัดเจน	3.11	.923	ปานกลาง
4. คงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม	3.67	.707	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.67</b>	<b>.735</b>	<b>มาก</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16(ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม	ผลการประเมิน(N=9)		
	Mean	S.D.	ระดับความเหมาะสม
<b>อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>			
1. ผลผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้	3.67	.707	มาก
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่นได้อยู่บ้าง	3.67	.707	มาก
3. การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชน	3.89	.601	มาก
4. ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้	3.33	.707	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.63</b>	<b>.517</b>	<b>มาก</b>
	<b>3.74</b>	<b>.334</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า ที่ผ่านการประยุกต์และพัฒนาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ในแบบที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นจากแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้

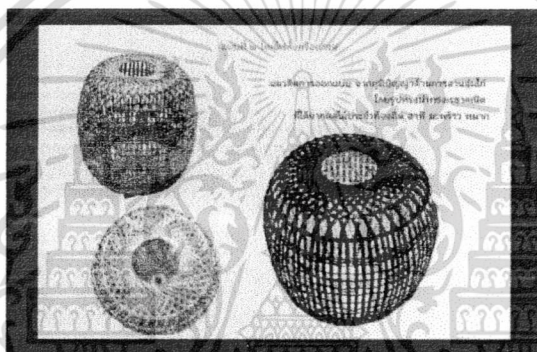
ด้านต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.91, S.D. = .395) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่าประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์มีผลการประเมินในระดับ มาก (Mean = 4.44, S.D. = .527) และพบว่าการผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัวมีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.11, S.D. = .601)

ด้านวิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.67, S.D. = .731) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่าผลิตภัณฑ์ยังคงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมมีผลการประเมินในระดับมาก (Mean = 3.67, S.D. = .707) และรูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากเช่นกัน (Mean = 4.11, S.D. = .601)

ด้านอิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.63, S.D. = .517) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่าผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่นได้อยู่บ้างมีระดับความเหมาะสมในระดับมากเท่ากัน (Mean = 3.67, S.D. = .707) และผลิตภัณฑ์ที่มี

การพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้ มีระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 3.33, S.D. = .707)

สรุปจากแบบประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์แบบที่ 1 มีระดับความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.74, S.D. = .334) ซึ่งผู้วิจัยอธิบายได้ว่าผลิตภัณฑ์แบบที่ 1 เป็นการนำภูมิปัญญาด้านการจัดสานส้อมไก่ของหมู่บ้าน สระสีเหลี่ยม อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ติดต่อกับอำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งมีวัฒนธรรม วิถีชีวิต การประกอบอาชีพ ใกล้เคียงกัน และยังมีการติดต่อซื้อขายแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์จักสาน ผู้วิจัยยังพบว่า ในหัวข้อเกี่ยวกับการผลิตและประกอบชิ้นงาน ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นไว้ตรงกับผู้วิจัย ในด้านการผลิตที่เป็นเชิงการตลาด จำต้องมีผู้ประกอบการชิ้นงานจากงานจักสาน งานประกอบฐาน ซึ่งกลุ่มจักสานบ้านวังเย็น อำเภอแปลงยาว อาจเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้



ภาพที่ 4.33 ต้นแบบผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ไฟฟา แบบที่ 2

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินผลิตภัณฑ์จักสานคอมพิวเตอร์ไฟฟา แบบที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน

ประเด็นข้อคำถาม	ผลการประเมิน(N=9)		
	Mean	S.D.	ระดับความเหมาะสม
<b>ต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>			
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม	3.67	.707	มาก
2. การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสม	2.78	.667	ปานกลาง
3. ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.11	.333	มาก
4. ประโยชน์ในการใช้สอย	4.00	.000	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.63</b>	<b>.282</b>	<b>มาก</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม	ผลการประเมิน(N=9)		
	Mean	S.D.	ระดับความเหมาะสม
<b>วิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม</b>			
1. วัสดุในการผลิตภัณฑ์ยังคงความเป็นพื้นถิ่น	4.00	.707	มาก
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิม	4.56	.527	มาก
3. ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่น	2.78	.667	ปานกลาง
4. คงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม	3.44	.726	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.69</b>	<b>.325</b>	<b>มาก</b>
<b>อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>			
1. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้	3.67	1.000	มาก
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่น	3.67	1.225	มาก
3. การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชน	3.89	.601	มาก
4. ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้	3.00	.500	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.55</b>	<b>.646</b>	<b>มาก</b>
	<b>3.62</b>	<b>.303</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า ที่ผ่านการประยุกต์และพัฒนาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ในแบบที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นจากแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้

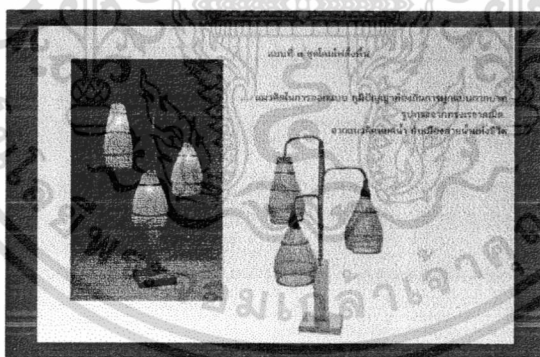
ด้านต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.63, S.D. = .282) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่าการผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว มีผลการประเมินในระดับปานกลาง (Mean = 2.78, S.D. = .667) ซึ่งมีระดับการประเมินต่ำสุด ด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.67, S.D. = .707) ประโยชน์ในการใช้สอย มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.00, S.D. = .000) และผลการประเมินในระดับมากที่สุดที่มีค่าคะแนนสูงสุด คือผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น (Mean = 4.11, S.D. = .333)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านวิวัฒนาการการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.69, S.D. = .325) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่าผลิตภัณฑ์ยังคงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมมีผลการประเมินในระดับมาก (Mean = 3.44, S.D. = .726) และรูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.56, S.D. = .527) วัสดุในการผลิตผลิตภัณฑ์ยังคงความเป็นพื้นถิ่น มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากเช่นกัน (Mean = 4.00, S.D. = .707)

ด้านอิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.55, S.D. = .646) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่าผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่น มีระดับความเหมาะสมในระดับมากเท่ากัน (Mean = 3.67, S.D. = 1.000, 1.225) และผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้ มีระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 3.00, S.D. = .500)

สรุปจากแบบประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์แบบที่ 2 มีระดับความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.62, S.D. = .303) ซึ่งผู้วิจัยอธิบายได้ว่าผลิตภัณฑ์แบบที่ 2 ผู้วิจัยยังคงใช้แนวคิดด้านภูมิปัญญาเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์แบบที่ 1 ในผลิตภัณฑ์แบบที่ 2 มีการผลิตที่มีขั้นตอนน้อยกว่า และสามารถผลิตได้ในครั้งเดียว อาจไม่จำเป็นต้องมีวัสดุอื่นๆประกอบนอกจากชุดหลอดไฟฟ้าแสงสว่าง จึงอาจจะทำให้ผลิตได้สะดวกรวดเร็วกว่าผลิตภัณฑ์แบบที่ 1



ภาพที่ 4.34 ต้นแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟฟ้า แบบที่ 3

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า แบบที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน

ประเด็นข้อคำถาม	ผลการประเมิน(N=9)		
	Mean	S.D.	ระดับความเหมาะสม
<b>ต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>			
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม	4.67	.500	มากที่สุด
2. การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสม	4.33	.707	มาก
3. ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.22	.667	มาก
4. ประโยชน์ในการใช้สอย	4.78	.441	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.50</b>	<b>.216</b>	<b>มาก</b>
<b>วิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม</b>			
1. วัสดุในการผลิตยังคงความเป็นพื้นถิ่น	4.22	.833	มาก
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิม	4.11	.782	มาก
3. ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่น	3.67	.500	มาก
4. คงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม	4.67	.707	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.17</b>	<b>.395</b>	<b>มาก</b>
<b>อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>			
1. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้	3.56	.882	มาก
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่น	3.78	.667	มาก
3. การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชน	4.00	.707	มาก
4. ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้	4.56	.527	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.97</b>	<b>.363</b>	<b>มาก</b>
	4.21	.253	มาก

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า ที่ผ่านการประยุกต์และพัฒนาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ในแบบที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นจากแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้

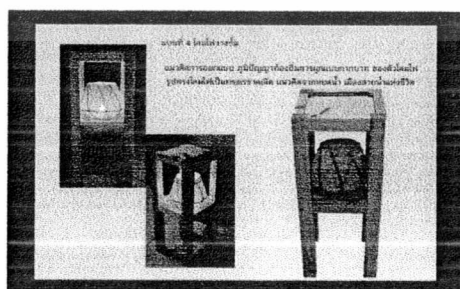
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 4.50, S.D. = .216) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่า วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.67, S.D. = .500) การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว มีผลการประเมินในระดับมาก (Mean = 4.33, S.D. = .707) ผลิตรภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น (Mean = 4.22, S.D. = .667) และประโยชน์ในการใช้สอย มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.78, S.D. = .441)

ด้านวิวัฒนาการการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 4.17, S.D. = .395) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่า วัสดุในการผลิตผลิตภัณฑ์ยังคงความเป็นพื้นถิ่น มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.22, S.D. = .833) รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.11, S.D. = .782) ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่นมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.67, S.D. = .500) และผลิตภัณฑ์ยังคงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมมีผลการประเมินในระดับมากที่สุด (Mean = 4.67, S.D. = .707)

ด้านอิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.97, S.D. = .363) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่าผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชนที่ผลิตได้ มีระดับความเหมาะสมในระดับมาก (Mean = 3.56, S.D. = .882) รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่นมีระดับความเหมาะสมในระดับมาก (Mean = 3.78, S.D. = .667) การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชนมีระดับความเหมาะสมในระดับมาก (Mean = 4.00, S.D. = .707) และผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด (Mean = 4.56, S.D. = .527)

สรุปจากแบบประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์แบบที่ 3 มีระดับความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.21, S.D. = .253) ผู้วิจัยอธิบายได้ว่าผลิตภัณฑ์แบบที่ 3 ใช้แนวคิดด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการสานตะกร้าทางมะพร้าว ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นด้านการประกอบเพื่อให้งานมีลักษณะใกล้เคียงกับการผลิตของชุมชน และการประกอบชิ้นส่วนควรจะมีน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ให้ประเมิน



ภาพที่ 4.35 ต้นแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟฟ้า แบบที่ 4

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า แบบที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน

ประเด็นข้อคำถาม	ผลการประเมิน(N=9)		
	Mean	S.D.	ระดับความเหมาะสม
<b>ต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>			
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม	4.00	.500	มาก
2. การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสม	4.56	.726	มากที่สุด
3. ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.67	.707	มาก
4. ประโยชน์ในการใช้สอยของ	4.67	.500	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.22</b>	<b>.317</b>	
<b>วิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม</b>			
1. วัสดุในการผลิตยังคงความเป็นพื้นถิ่น	3.44	.527	ปานกลาง
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิม	4.22	.441	มาก
3. ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่น	3.56	.882	มาก
4. คงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม	4.56	.726	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>.325</b>	<b>มาก</b>
<b>อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>			
1. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้	2.89	.782	ปานกลาง
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่น	3.89	.601	มาก
3. การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชน	3.22	.667	มาก
4. ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้	4.11	.601	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.52</b>	<b>.440</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า ที่ผ่านการประยุกต์และพัฒนาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ในแบบที่ 4 ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นจากแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้

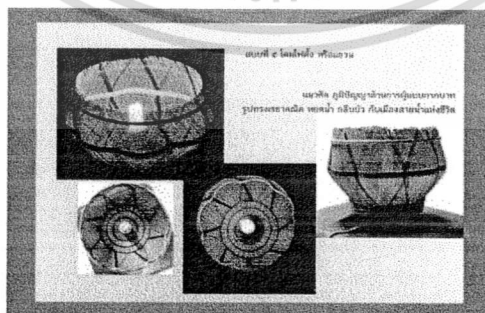
ด้านต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 4.22, S.D. = .317) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่า วัสดุที่ใช้ในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิตมีความเหมาะสม มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.00, S.D. = .500) การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว มีผลการประเมินในระดับมากที่สุด (Mean = 4.56, S.D. = .726) ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.67, S.D. = .707) และประโยชน์ในการใช้สอย มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.767, S.D. = .500)

ด้านวิวัฒนาการการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.94, S.D. = .325) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่า วัสดุในการผลิตผลิตภัณฑ์ยังคงความเป็นพื้นถิ่น มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.44, S.D. = .527) รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.22, S.D. = .441) ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่นมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.56, S.D. = .882) และผลิตภัณฑ์ยังคงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมมีผลการประเมินในระดับมากที่สุด (Mean = 4.56, S.D. = .726)

ด้านอิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.52, S.D. = .440) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่าผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชนที่ผลิตได้ มีระดับความเหมาะสมในระดับปานกลาง (Mean = 2.89, S.D. = .782) รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่นมีระดับความเหมาะสมในระดับมาก (Mean = 3.89, S.D. = .601) การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชนมีระดับความเหมาะสมในระดับมาก (Mean = 3.22, S.D. = .667) และผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด (Mean = 4.11, S.D. = .601)

สรุปจากแบบประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์แบบที่ 4 มีระดับความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.89, S.D. = .211) ผู้วิจัยอธิบายได้ว่าผลิตภัณฑ์แบบที่ 4 ใช้แนวคิดด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการสานตะกร้าทางมะพร้าวเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์แบบที่ 3 แต่เปลี่ยนวัสดุจากทางมะพร้าวเป็นตอกกลมจักสาน และมีชุดชั้นไม้สี่เหลี่ยมว่าชุดโคมไฟ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งจากการได้ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญในการเลือกผลิตภัณฑ์จักสานมาประยุกต์และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จักสาน



ภาพที่ 4.36 ต้นแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟฟา แบบที่ 5

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า แบบที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน

ประเด็นข้อคำถาม	ผลการประเมิน(N=9)		
	Mean	S.D.	ระดับความเหมาะสม
<b>ต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>			
1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม	3.67	.500	มาก
2. การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสม	2.78	.667	ปานกลาง
3. ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.44	.527	ปานกลาง
4. ประโยชน์ในการใช้สอยของ	3.89	.333	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.44</b>	<b>.300</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>วิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม</b>			
1. วัสดุในการผลิตยังคงความเป็นพื้นถิ่น	3.11	.601	ปานกลาง
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิม	3.44	.527	ปานกลาง
3. ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่น	3.33	.707	ปานกลาง
4. คงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม	3.33	1.000	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.30</b>	<b>.370</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>			
1. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้	3.00	.500	ปานกลาง
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่น	3.22	.833	ปานกลาง
3. การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชน	3.44	.726	ปานกลาง
4. ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้	3.11	.333	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.19</b>	<b>.166</b>	<b>ปานกลาง</b>
	3.31	.203	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า ที่ผ่านการประยุกต์และพัฒนาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ในแบบที่ 5 ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นจากแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมปานกลาง (Mean = 3.44, S.D. = .300) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่า วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.67, S.D. = .500) การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว มีผลการประเมินในระดับปานกลาง (Mean = 2.78, S.D. = .667) ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.44, S.D. = .527) และประโยชน์ในการใช้สอย มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 3.89, S.D. = .333)

ด้านวิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.30, S.D. = .370) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่า วัสดุในการผลิตผลิตภัณฑ์ยังคงความเป็นพื้นถิ่น มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.11, S.D. = .601) รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.44, S.D. = .527) ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่นมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.33, S.D. = .707) และผลิตภัณฑ์ยังคงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมมีผลการประเมินในระดับมาก (Mean = 3.33, S.D. = 1.000)

ด้านอิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีผลรวมการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.52, S.D. = .440) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่าผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชนที่ผลิตได้ มีระดับความเหมาะสมในระดับปานกลาง (Mean = 3.00, S.D. = .500) รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่นมีระดับความเหมาะสมในระดับมาก (Mean = 3.22, S.D. = .833) การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชนมีระดับความเหมาะสมในระดับมาก (Mean = 3.44, S.D. = .726) และผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้มีระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.11, S.D. = .333)

สรุปจากแบบประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์แบบที่ 5 มีระดับความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.31, S.D. = .203) แบบที่ 5 เป็นแนวคิดการนำผลิตภัณฑ์ตะกร้าจักสานลายมะเฟือง ซึ่งเป็นการจักตอกไม้ไผ่กลม ผูกตามรูปทรงที่วางไว้ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะว่ารูปแบบเหมือนกับตะกร้าลายมะเฟืองมากเกินไปควรปรับรูปทรงใหม่ และนำไปประกอบรวมกับผลิตภัณฑ์แบบที่ 4 ได้

ตารางที่ 4.21 ผลการประเมินผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน ทั้ง 5 แบบ

ต้นแบบผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟ	ผลการประเมิน(N=9)		
	Mean	S.D.	ระดับความเหมาะสม
ต้นแบบผลิตภัณฑ์ แบบที่ 1	3.74	.334	มาก
ต้นแบบผลิตภัณฑ์ แบบที่ 2	3.62	.303	มาก
ต้นแบบผลิตภัณฑ์ แบบที่ 3	4.21	.253	มาก
ต้นแบบผลิตภัณฑ์ แบบที่ 4	3.89	.211	มาก
ต้นแบบผลิตภัณฑ์ แบบที่ 5	3.31	.203	ปานกลาง

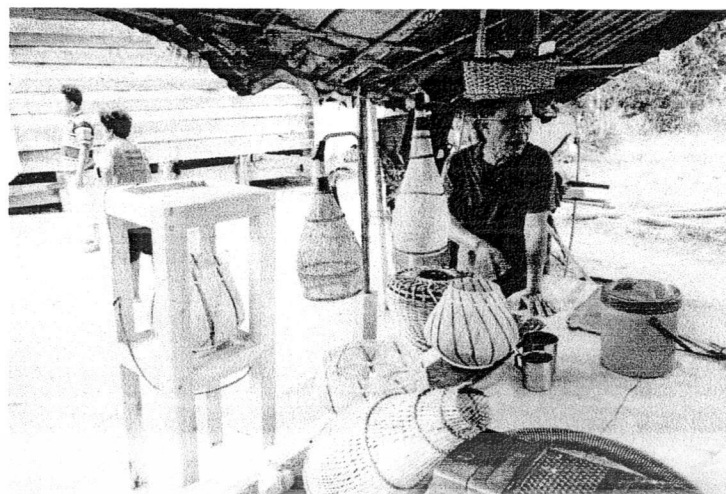
จากตารางที่ 4.20 ผลการประเมินผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า ทั้ง 5 แบบ โดยผู้เชี่ยวชาญ ปราชญ์พื้นบ้าน และนักวิชาการด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 9 ท่าน ผลการประเมินระดับความเหมาะสมมาก คือ แบบที่ 3 (Mean = 4.21, S.D. = .253) รองลงมาคือแบบที่ 4 ผลการประเมินระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.89, S.D. = .211) แบบที่ 1 ผลการประเมินระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.74, S.D. = .334) แบบที่ 2 ผลการประเมินระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.62, S.D. = .303) ส่วนแบบที่ 5 ผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.31, S.D. = .203)

การประเมินผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟทั้ง 5 แบบ มีระดับการประเมินในระดับมากเท่ากัน 4 แบบ ดังนั้นผู้วิจัยเลือกผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟ แบบที่ 3 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดของผู้ประเมินทั้งหมด (Mean = 4.21) และมีข้อเสนอแนะที่สามารถปรับปรุงได้ ดังแสดงในภาพที่ 34

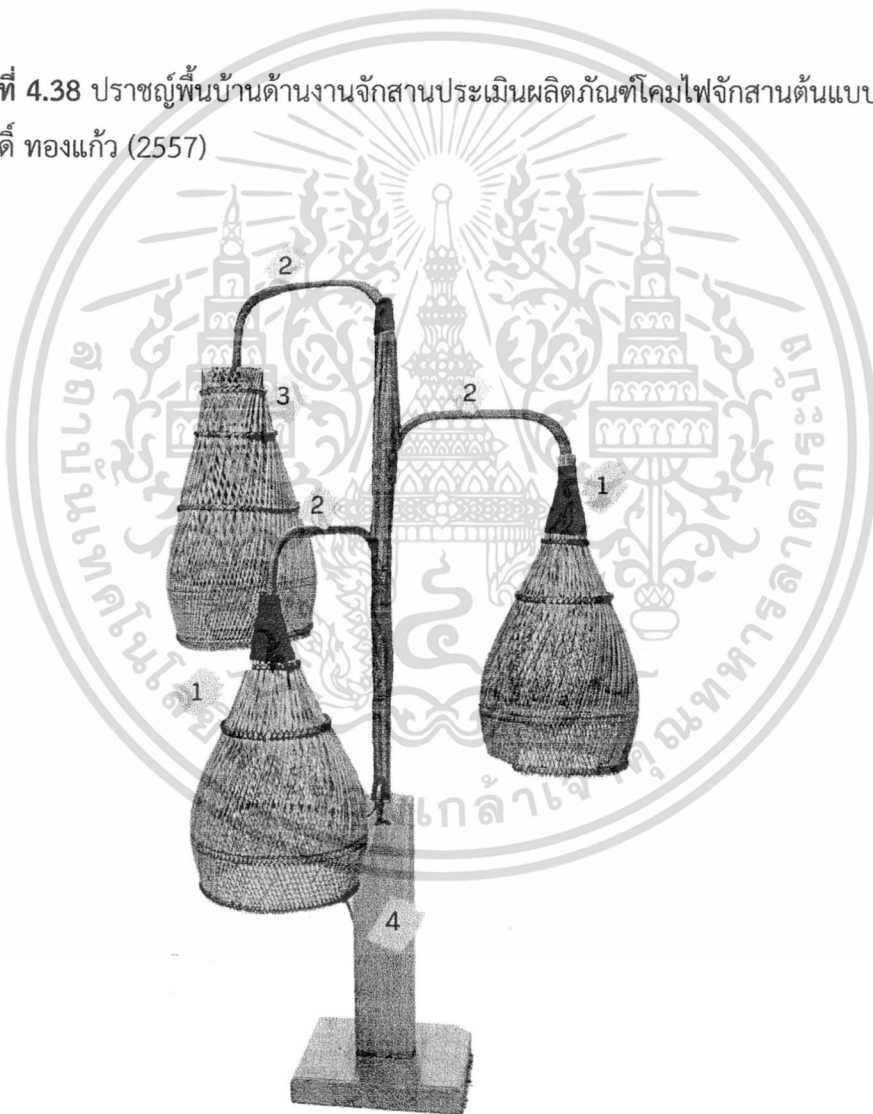


ภาพที่ 4.37 ผู้เชี่ยวชาญด้านงานจักสานประเมินผลิตภัณฑ์โคมไฟจักสานต้นแบบ  
ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.38 ปราชญ์พื้นบ้านด้านงานจักสานประเพณีผลิตภัณฑ์ไหมไฟจักสานต้นแบบ  
ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)



ภาพที่ 4.39 ตำแหน่งควรแก้ไขตามข้อเสนอแนะผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์พื้นบ้าน  
ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### ตารางที่ 4.22 การแก้ไขตามความข้อเสนอแนะผู้เชี่ยวชาญ

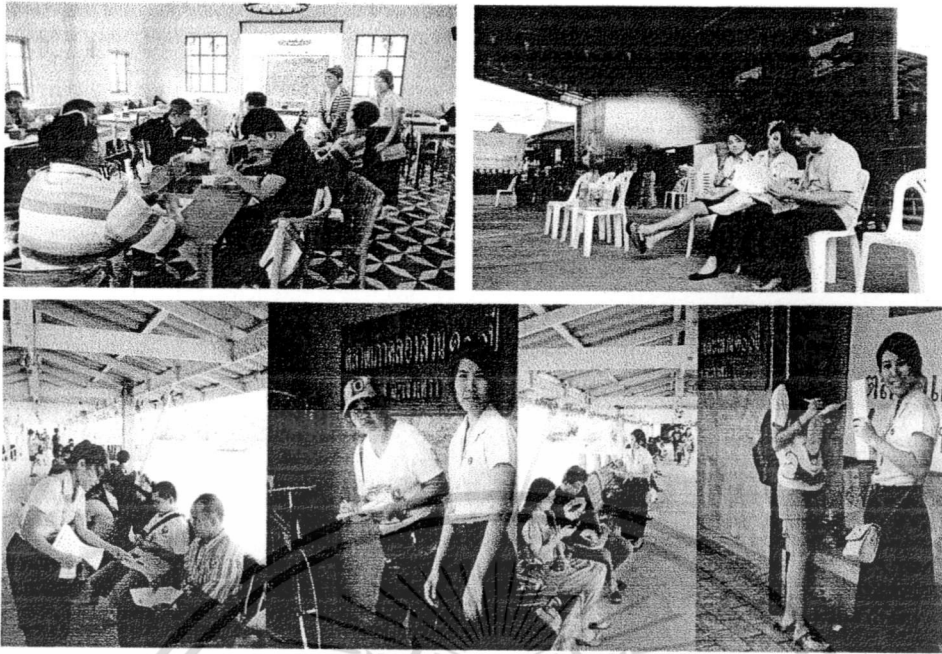
ตำแหน่งการแก้ไข	แนวทางการแก้ไข
ตำแหน่งที่ 1	ใช้เข็มขัดसान 3 เส้น ขนาดใหญ่ กลาง เล็ก หรือใช้ปกไม้ไผ่สวม
ตำแหน่งที่ 2	แก้ไขโดยการผูกหรือมัด ตามภูมิปัญญาการผูกหรือมัด ตะกร้าสานทางมะพร้าว เพื่อให้งานดูเรียบมากขึ้น
ตำแหน่งที่ 3	แก้ไขชุดโคมด้านบน ให้เหมือนกันทั้ง 3 โคม
ตำแหน่งที่ 4	ควรแก้ไขฐานให้มีความสมดุลกับตัวโคมมากขึ้นโดยเปลี่ยนวัสดุเป็นไม้ไผ่แทน

#### 4.3 ผลการการวิเคราะห์ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้เป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นใหม่ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ(Accidental Selection) จำนวน 98 ตัวอย่าง จากนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีค่าเข้าชม ของจังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน 8 แห่งได้แก่

- 1) วัดโสธรวรารามวรวิหาร อำเภอเมือง
- 2) ตลาดโบราณนครเนื่องเขต อำเภอเมือง
- 3) ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี อำเภอเมือง
- 4) ตลาดคลองสวนร้อยปี อำเภอบ้านโพธิ์
- 5) วัดหงษ์ทอง อำเภอบางปะกง
- 6) วัดจีนประชาสโมสร อำเภอเมือง
- 7) มินิมูร่าห์ฟาร์ม อำเภอบ้านโพธิ์
- 8) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อน อำเภอพนมสารคาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.40 เก็บตัวอย่างกลุ่มผู้บริโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

ที่มา : นายสมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

สรุปผลการวิเคราะห์จากแบบประเมินได้ดังนี้

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	59	60.2
หญิง	39	39.8
<b>2. อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	2	2.0
20 - 29 ปี	24	24.5
30 - 39 ปี	49	50.0
40 - 49 ปี	18	18.4
50 - 59 ปี	5	5.1
60 ปีขึ้นไป	0	0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	13	13.3
อนุปริญญา/ปวส.	14	14.3
ปริญญาตรี	66	67.3
ปริญญาโท	3	3.1
สูงกว่าปริญญาโท	0	0
4. อาชีพ		
เกษตรกร	2	2.0
ธุรกิจส่วนตัว	10	10.2
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29	29.6
พนักงานบริษัทเอกชน	47	48.0
นักเรียน/นักศึกษา	5	5.1
อื่นๆ(ไปรตระบุ)	5	5.1
5. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	10	10.2
10,001 - 15,000 บาท	10	10.2
15,001 - 20,000 บาท	22	22.4
20,001 - 25,000 บาท	24	24.5
25,001 - 30,000 บาท	11	1.2
30,000 - 35,000 บาท	10	10.2
35,000 - 40,000 บาท	6	6.1
40,000 บาทขึ้นไป	5	5.1
6. ภูมิภาค		
ภาคตะวันออก	52	53.1
ภาคกลาง	26	26.5
ภาคเหนือ	4	4.1
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14	14.3
ภาคใต้	1	1.0
ภาคตะวันตก	1	1.0
7. เดินทางมาด้วยวิธีใด		
รถยนต์ส่วนตัว	76	77.6
รถสาธารณะ	9	9.2
บริษัททัวร์/กลุ่มศึกษาดูงาน/กลุ่มสัมมนา	13	13.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ การค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชายจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 เป็นหญิงจำนวน 39 คนคือเป็นร้อยละ 39.8 ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่สูงสุดได้แก่ ช่วงอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา ช่วงอายุระหว่าง 20 - 29 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ช่วงอายุระหว่าง 40 - 49 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 ช่วงอายุ 50 - 59 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 และอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม สูงที่สุดจำนวน 66 คนในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมา ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ระดับมัธยมศึกษา/ปวช จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ระดับปริญญาโท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมา ราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 เกษตรกร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และผู้ตอบแบบสอบถามตอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน และไม่ได้ทำงาน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1

รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงรายได้มากที่สุด คือ 40,001 บาทขึ้นไปจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 รายได้ 35,001 - 40,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 รายได้ 30,001 - 35,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 รายได้ 25,001 - 30,000 บาทจำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 11.2 รายได้ 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รายได้ 15,000 - 20,000 จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 รายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

ประเด็นข้อคำถามเกี่ยวกับวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 77.6 เดินทางด้วยบริษัททัวร์/กลุ่มศึกษาดูงาน/กลุ่มสัมมนา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และการเดินทางด้วยรถสาธารณะจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ซึ่งมีความสอดคล้องกับประเด็นคำถามให้ผู้สอบถามได้เขียนตอบภูมิลาเนาที่เดินทางมา ผู้วิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาจากทางภาคตะวันออกมากที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ปราณบุรี สระแก้ว รองลงมา เขตภาคกลาง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ ปทุมธานี นนทบุรี ออยุธยา ลพบุรี นครนายก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ได้แก่จังหวัด นครราชสีมา สุรินทร์ อุดรธานี ขอนแก่น อานาจเจริญ ชัยภูมิ ภาคเหนือ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ได้แก่จังหวัด แพร่ ลำปาง และภาคใต้ กับภาคตะวันตก 1 คน เท่ากัน ได้แก่ จังหวัดสงขลา และจังหวัดตาก (การแบ่งภูมิภาคทางภูมิศาสตร์.2557. ราชบัณฑิตยสถาน. [Online]. เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เข้าถึงได้จาก [www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=1378](http://www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=1378) วันที่สืบค้น 25 เมษายน 2557)

สรุปผลการวิเคราะห์แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากตารางที่ 4.22 และผลจากการวิเคราะห์แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในตารางที่ 4.2 ซึ่งเป็นการสอบถามนักท่องเที่ยวด้านความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงความคิดเห็นด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกันในด้าน เพศ ที่มีความใกล้เคียงกัน ด้านอายุของผู้ที่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่อยู่ในช่วงอายุที่ใกล้เคียงกันคือ ในช่วงอายุ 20 - 39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัทเอกชน โดยช่วงของรายได้ที่ 15,001 - 25,000 บาท

ในด้านการเดินทางนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า นักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดใกล้เคียงกับจังหวัดฉะเชิงเทรา จะเดินทางมาได้โดยสะดวกทั้งรถยนต์ส่วนตัว และรถสาธารณะ โดยเฉพาะรถยนต์ส่วนตัวนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดได้หลายแห่งภายในวันเดียวกัน ด้านนักท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลตามภูมิภาคอื่นๆ จะเดินทางมาด้วยบริษัททัวร์หรือการมาศึกษาดูงานกับหน่วยงาน และได้แวะชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ การนมัสการองค์หลวงพ่อบุทธโสธร เป็นต้น

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้นักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นใหม่ ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา



ภาพที่ 4.41 ผลิตภัณฑ์โคมไฟฟ้าจักสาน ที่พัฒนาขึ้นใหม่และผ่านการแก้ไขตามคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญ  
ที่มา : สมศักดิ์ ทองแก้ว (2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่ด้าน  
รูปแบบผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางความงาม

ประเด็นข้อความ	ผลการประเมิน(N=98)		
	Mean	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>รูปแบบผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางความงาม</b>			
1. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม	4.07	.542	มาก
2. การประกอบชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว	3.79	.692	มาก
3. รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่	3.96	.872	มาก
4. รูปแบบผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความประณีต	3.93	.579	มาก
5. ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.17	.689	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.98</b>	<b>.439</b>	<b>มาก</b>
<b>ความมีลักษณะเฉพาะถิ่น</b>			
1. รูปแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.07	.722	มาก
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์มาจากรากฐานของท้องถิ่น	4.01	.634	มาก
3. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความน่าสนใจ	4.18	.709	มาก
4. การผลิตด้านลวดลายมีลักษณะเฉพาะถิ่น	3.89	.702	มาก
5. สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง	4.43	.658	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>.460</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.24 สรุปผลได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางความงาม พบว่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.98, S.D. = .439) ส่วนด้านความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.11, S.D. = .460)

ขอเสนอแนะขอผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับประเด็นของการผลิต ผลิตภัณฑ์ตามที่ผู้วิจัยได้นำเสนอควรมีการส่งเสริมให้มีการนำไปประยุกต์เป็นอุตสาหกรรมส่งออกได้ (แบบสอบถามเลขที่ 90) ควรมีการส่งเสริมให้มากขึ้น (แบบสอบถามเลขที่ 87) ควรมีการเพิ่มรูปแบบให้หลากหลายและต้องประหยัดพลังงานไฟฟ้า(แบบสอบถามเลขที่ 80)

ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้แนวทางในการสนับสนุนกับแนวคิดใหม่ๆ หรือภูมิปัญญาที่สามารถประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ จากของเหลือใช้ที่มีอยู่ในสังคมซึ่งทำให้เกิดรายได้ และยังช่วยพัฒนาชาติอีกทางหนึ่ง (แบบสอบถามเลขที่ 76)

## บทที่ 5

# สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยมีขั้นตอนนำเสนอตามลำดับขั้น สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังรายละเอียดดังนี้

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.2 ขอบเขตของการวิจัย

5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1.6 ผลการวิจัย

### 5.2 อภิปรายผล

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### 5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา

(2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว

(3) เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

### 5.1.2 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

(1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(1.1) ขั้นตอนการศึกษาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย

ผู้ให้ข้อมูล คือ นักวิชาการศูนย์ศิลปวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา ตัวแทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และนักวิชาการพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรทั้งหมดที่ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จำนวนทั้งหมด 7 คน

(1.2) ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูล คือ นักวิชาการศูนย์ศิลปวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา พัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้เชี่ยวชาญในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มผู้ผลิต และนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรทั้งหมดที่ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จากจำนวนประชากรในแต่ละกลุ่มจำนวน 9 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 98 คน

(1.3) ขั้นตอนการศึกษาและประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภค

กลุ่มประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายใน จังหวัดฉะเชิงเทรา เฉลี่ยต่อวันในปี 2553 จำนวน 4,764 คน (แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2557-2560. 2556 : 18)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายใน จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 98 คน (Glenn 2004 cit in Yamane, 1967 อ้างใน นิรัช สุดสังข์. 2548 : 49)

(2) แหล่งที่มาของข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูล เพื่อดำเนินการวิจัยในเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยเป็นผู้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง และลงพื้นที่ศึกษาบริบทของชุมชนในปัจจุบัน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ แบบสังเกตและภาพถ่าย

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความ เป็นต้น

### 5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ตามลำดับมีดังนี้

(1) แบบสังเกต เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการจดบันทึกข้อมูลจากการลงพื้นที่ในแต่ละอำเภอ ชุมชน กลุ่มผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา และพื้นที่เขตรอยต่อของจังหวัดได้แก่บางพื้นที่ของอำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ หาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือที่ใช้สัมภาษณ์ นักวิชาการในด้านการออกแบบ ด้านท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น ตัวแทนหน่วยงานราชการในท้องถิ่น ประชาชนในพื้นที่ กลุ่มผู้ผลิต และผู้จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

(3) แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน และประชาชนในพื้นที่ สำหรับงานวิจัย เรื่องการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อประเมินแนวทางการพัฒนา และความเหมาะสมของ ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

ตอนที่ 1 เป็นแบบประเมินผลการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แบบโครงสร้างผลิตภัณฑ์ และคัดเลือกความเหมาะสมของการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

(4) แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ผู้จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อประเมินความเหมาะสมในการคัดเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา การเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ชุมชน และความเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ควรนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

(5) แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภค เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านการพัฒนาขึ้นมาใหม่ แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านการพัฒนาขึ้นมาใหม่

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูล ในงานวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้สรุปเป็นขั้นตอนดังนี้

(1) การศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่มีอยู่ตามแหล่ง ชุมชนต่างๆ ภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยศึกษาและรวบรวมจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย และการลงพื้นที่สังเกต การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ผลตามขั้นตอนดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1.1) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่มีอยู่ตามแหล่งชุมชนต่างๆภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา จากเอกสาร ตำรา งานวิจัย และลงพื้นที่ในบางพื้นที่เพื่อจัดแบบสังเกต ถ่ายภาพประกอบ และนำข้อมูลทั้งหมดมาสร้างเป็นแผนที่ความคิด (Mind map) เพื่อจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์

(1.2) กำหนดกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแผนที่ความคิด (Mind map) สร้างเป็นแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาต่อไป โดยกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

(1.3) กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการสัมภาษณ์ และสอบถาม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ความเข้าใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละชุมชน ท้องถิ่นนั้นๆ และในชุมชน ท้องถิ่นเหล่านั้นมีการประยุกต์นำภูมิปัญญานั้นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน และยังคงมีผลิตและจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด

(2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นการนำผลการวิเคราะห์และสรุปของ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนตัวอย่าง 1 กลุ่ม โดยมีขั้นตอนสรุปดังต่อไปนี้

(2.1) ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตอยู่ในปัจจุบันของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้จำนวน 1 กลุ่ม และนำผลการศึกษามาพิจารณากำหนดประเด็นแบบสอบถามแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้

(2.2) ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ประเภทการท่องเที่ยว ที่พบในจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีแนวโน้มที่สามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ข้อมูลจากการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา งานวิจัยต่างๆพร้อมทั้งลงพื้นที่จัดแบบสังเกตและถ่ายภาพประกอบ เพื่อนำสรุปเป็นประเด็นเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

(2.3) กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการสัมภาษณ์ และสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์ต้องมีความรู้ความเข้าใจในรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราที่สามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ด้านการสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่ไม่มีค่าเข้าชม ภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 98 ตัวอย่าง

(2.4) สรุปประเด็นที่ได้และวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว และสรุปผลการคัดเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนตัวอย่างจาก 5 กลุ่ม ให้เหลือเพียง 1 กลุ่ม เพื่อนำมาเป็นต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว

(2.5) กำหนดแนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ และแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและประชาสัมพันธ์ โดยรูปแบบของผลิตภัณฑ์ต้องมีการผลิตที่สามารถประยุกต์และพัฒนาจากการผลิตดั้งเดิมได้

(2.6) กำหนดและคัดเลือกโครงร่างของผลิตภัณฑ์แบบใหม่ โดยยึดตามกรอบแนวความคิดที่กำหนดไว้ โดยใช้แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญและประชาชนพื้นบ้าน เป็นผู้คัดเลือกแบบโครงร่างผลิตภัณฑ์นั้น และผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์

(2.7) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ และสรุปเป็นประเด็นข้อคำถามเพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 1 ผลิตภัณฑ์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

(2.8) กำหนดผู้ประเมินผลิตภัณฑ์ตามแบบสอบถาม โดยผู้ประเมินต้องมีความรู้ความเข้าใจ ในการผลิตพื้นฐานของชุมชน และเข้าใจแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นๆ

(2.9) ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบที่ผ่านการประเมิน ตามข้อเสนอแนะของผู้ประเมินและแนวทางการผลิตที่สามารถผลิตได้จริงในชุมชนหรือกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นๆ

(3) การประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่ จำนวน 98 ตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยว ที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญภายในจังหวัดฉะเชิงเทราโดยแหล่งท่องเที่ยวต่างๆจะต้องไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าชม โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### 5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

(1) ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาได้จากเอกสาร การวิจัย การสัมภาษณ์ การสังเกต ภาพถ่าย มาสรุปสร้างเป็นแผนที่ความคิด (Mind map) เพื่อจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ และแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 7 ท่าน และวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอเป็นตารางประกอบการบรรยาย

(2) ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนมาประยุกต์กับการลงพื้นที่ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในจังหวัดฉะเชิงเทรา และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 กลุ่ม และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 3 ท่าน สรุปและแปลผลโดยการบรรยายและสอบถามความต้องการด้านการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชน จากกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 98 ตัวอย่าง วิเคราะห์ผลหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลผลิตภัณฑ์จำนวน 1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ นำมากำหนดรูปแบบเพื่อคัดเลือกแนวทางและรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและประชาชนพื้นบ้าน จำนวน 7 ท่าน วิเคราะห์ผลหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอเป็นตารางประกอบการบรรยาย ผลจากการคัดเลือกแนวทางและรูปแบบมากำหนดและคัดเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและประชาชนพื้นบ้าน จำนวน 9 ท่านวิเคราะห์ผลหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

นำเสนอเป็นตารางประกอบการบรรยาย และผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ เป็นตัวอย่างเพื่อการประเมิน จำนวน 5 ชิ้น และประเมินผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 5 ชิ้น โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและปราชญ์พื้นบ้าน จำนวน 9 ท่านวิเคราะห์ผลหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอเป็นตารางประกอบการบรรยาย และปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

(3) ขั้นตอนการประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่ นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 98 ตัวอย่าง วิเคราะห์ผลหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอเป็นตารางประกอบการบรรยาย

### 5.1.6 ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดฉะเชิงเทรา ข้อมูลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่ สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

(1) ผลการศึกษาข้อมูลการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการศึกษาจากเอกสาร ตำรา การลงพื้นที่สำรวจ สังเกต สอบถาม บันทึกภาพ และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ปราชญ์พื้นบ้านและนักวิชาการท้องถิ่น จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ของจังหวัดฉะเชิงเทรา มีความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น และพบว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการประกอบอาชีพสร้างรายได้มีอยู่คล้ายคลึงกัน เช่น ภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม มีการกระจายตัวอยู่ในหลายพื้นที่ของจังหวัดฉะเชิงเทรา และมีการรวมกลุ่มกันผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน อาทิ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านอ่างเตย อำเภอท่าตะเกียบ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านนาฮีสาน อำเภอสนามชัยเขต กลุ่มจักสานหมวกก๊วยเล็ย อำเภอบางคล้า กลุ่มแกะสลักเขาสัตว์ อำเภอเมือง และกลุ่มจักสานอำเภอแปลงยาว ซึ่งเป็นการสะท้อนความเป็นอยู่ของท้องถิ่นอย่างชัดเจน ในการนำภูมิปัญญาที่ตกทอดจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน นำมาสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชน จากข้อมูลที่พบ สอดคล้องกับการประเมินสภาพการณ์ สภาพแวดล้อมภายนอก จากแผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2557 - 2560 พบว่า จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ มีฝีมือ มีความรู้ความสามารถเฉพาะตัวและประจำถิ่น แต่จากแผนพัฒนาจังหวัดดังกล่าว มีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านการขาดฝีมือแรงงาน แต่จากการศึกษาพบว่า ด้านฝีมือแรงงานประจำถิ่นนั้นยังคงมีอยู่ เนื่องจากผู้วิจัยได้สังเกตด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน ในแต่ละกลุ่ม แต่ละผลิตภัณฑ์ ยังคงมีความละเอียดสวยงาม และมียอดขายอย่างต่อเนื่อง อาทิ หมวกก๊วยเล็ย ผ้าไหมทอมือ เขาสัตว์แกะสลัก ผลิตภัณฑ์จักสาน เป็นต้น

(2) ผลการศึกษาข้อมูลด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จากข้อมูลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวสรุปได้ดังนี้ จากการศึกษาลงพื้นที่ สังเกตกลุ่มนักท่องเที่ยว ธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว พบว่า การท่องเที่ยวภายในจังหวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการเรียนการสอน เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่ในเชิงวิชาการ การค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฉะเชิงเทรา นักท่องเที่ยวที่เข้ามา จะเป็นหมู่คณะเป็นส่วนใหญ่ และเดินทางมากับกลุ่มของการศึกษา ฐานของหน่วยงานต้นสังกัด และการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และยังพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่จังหวัดโดยรอบของจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ด้านความสนใจผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่านักท่องเที่ยวความสนใจผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมจักสานเป็นส่วนใหญ่ โดยนักท่องเที่ยวนั้นจะสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปใช้ส่วนตัว แต่จะซื้อในจำนวนน้อย โดยมองที่ผลิตภัณฑ์นั้นมีประโยชน์ใช้สอยและมีลักษณะของความเป็นท้องถิ่น ในด้านผลการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชนที่มีกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งจากผลการสอบถาม นักท่องเที่ยวมีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัด ฉะเชิงเทรา

การนำผลิตภัณฑ์ชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางการได้ดังนี้ คือการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวภายในชุมชนโดยมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวหลัก ภายในชุมชนกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มี อาทิ กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานบ้านวังเย็น อ.แปลงยาว จะเชื่อมโยงกับการสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น มินิมูร่าห์ฟาร์มและมูร่าห์ฟาร์ม ซึ่งมีเส้นทาง การเดินทางใกล้เคียงกัน เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 กลุ่มได้แก่ ผลิตภัณฑ์จักสาน หมวกก๊วยเลี้ย เสื้ออก ผ้าไหม และเขาสัตว์แกะสลัก และผ่านการประเมินจาก นักท่องเที่ยวเหลือ 1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จักสาน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ด้านความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ประชาชนในพื้นที่ และการลงพื้นที่ของผู้วิจัย สรุปผลการนำผลิตภัณฑ์จักสานมา ประยุกต์และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้วิจัยกำหนดประเด็นไว้ 4 ด้าน และแนวทางผลิตภัณฑ์ ร่วมกันจำนวน 12 แนวทาง ผลการประเมินจากรูปแบบแนวทางผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลจากการประเมิน จากผู้เชี่ยวชาญและประชาชนในพื้นที่ มีระดับการประเมินที่ใกล้เคียงกัน แต่ในประเด็นด้านการนำ ผลิตภัณฑ์จักสานพัฒนารูปแบบเป็นของตกแต่งบ้าน ซึ่งมีค่าคะแนนสูงที่สุด ได้แก่ โคมไฟฟ้าภายใน อาคาร (Mean = 3.43, S.D. = .787) ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาแบบโคมไฟฟ้าด้วยงาน จักสาน จำนวน 5 แบบ

ผลการประเมินผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้า ทั้ง 5 แบบ ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ ประชาชนในพื้นที่ และนักวิชาการด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 9 ท่าน ผลการประเมินระดับความ เหมาะสมมาก คือ แบบที่ 3 (Mean = 4.21, S.D. = .253) รองลงมาคือแบบที่ 4 ผลการประเมิน ระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.89, S.D. = .211) แบบที่ 1 ผลการประเมินระดับความ เหมาะสมมาก (Mean = 3.74, S.D. = .334) แบบที่ 2 ผลการประเมินระดับความเหมาะสมมาก (Mean = 3.62, S.D. = .303) ส่วนแบบที่ 5 ผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.31, S.D. = .203)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟฟ้าทั้ง 5 แบบ มีระดับการประเมินในระดับมากเท่ากัน ใน 4 แบบ ดังนั้นผู้วิจัยเลือกผลิตภัณฑ์จักสานโคมไฟ แบบที่ 3 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดของผู้ประเมิน ทั้งหมด (Mean = 4.21)

(3) ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่ จากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายใน จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 98 คน มีความคิดเห็นในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางความงาม พบว่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.98) ส่วนด้านความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.11)

## 5.2 อภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ของจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษาด้วยวิธีการลงพื้นที่ จัดแบบสังเกต สัมภาษณ์จริงในพื้นที่ และสัมภาษณ์กลุ่มชุมชน ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์มาประกอบกับการศึกษาจากเอกสาร ตำรา ซึ่งพบว่าภูมิปัญญากับเอกลักษณ์ของท้องถิ่นในด้านการประกอบอาชีพตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน มีวิวัฒนาการทางด้านวัฒนธรรมการตั้งถิ่นฐานของชุมชนในพื้นที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดภูมิปัญญาที่เอกลักษณ์แตกต่างกัน เช่น ภูมิปัญญาด้านการทอผ้าไหมของชุมชนบ้านอ่างเตย อ.ท่าตะเกียบ ซึ่งมีเอกลักษณ์ประจำถิ่นอย่างเด่นชัดในด้านวิธีการ การใช้สี และการทอเป็นต้น และภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมจักสาน ซึ่งมีการประยุกต์พัฒนาทั้งทางด้านวิธีการและวัสดุ ซึ่งก่อกำเนิดจากบ้านวังเย็น อ.แปลงยาว ซึ่งเป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านการจักสานมาจากชุมชนชาวอำเภอพนสนิมคม และการจักสานหมวกก้วยเลย ในตำบลปากน้ำ อ.แปลงยาว ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่มีมาแต่อดีตของคนในท้องถิ่นและเป็นท้องถิ่นเดียวที่มีการจักสานหมวกดังกล่าว

ด้านการส่งเสริมท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ในด้านวัสดุ วิธีการผลิตแบบพื้นถิ่น โดยประยุกต์กับแนวทางด้านหัตถอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่ผลิตภัณฑ์นั้นๆ จำต้องมีมีส่วนร่วมของชุมชนในการผลิตเป็นหลัก และการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชน ดังตัวอย่างของงานจักสาน อำเภอพนสนิมคม เป็นต้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2537) ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ใช้แรงงานในท้องถิ่น โดยการแปรรูปสินค้า ให้เกิดมูลค่าเพิ่มโดยใช้แรงงานในท้องถิ่นนั้นๆ และมีความตั้งใจในตัวของผู้ผลิต และหาแนวทางการสร้างการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน กับการแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยพบว่าแนวทางในการดำเนินการต้องมีการร่วมกันพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยว โดยมีความร่วมมือกันระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน จึงจะทำให้เกิดรูปแบบการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่องเที่ยวชุมชน ที่ชุมชนมีความพร้อม ผู้วิจัยยังพบว่า รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานท้องถิ่น ธุรกิจท่องเที่ยวหลักที่อยู่ภายในชุมชนหรือใกล้เคียง และกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและต้องมีการประชาสัมพันธ์แนวทางให้เกิดความสนใจในการเข้ามาเรียนรู้วิถีชุมชนภายในท้องถิ่นให้มากยิ่งขึ้น การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว และการจัดทำแผนสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนที่มีรูปแบบเชื่อมโยงชุมชนให้มีส่วนร่วม ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อ่ำคา แสงงาม ที่ศึกษาพบว่าการจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมองค์กรชาวบ้านให้มีส่วนร่วม และมีความเข้มแข็งในการจัดการท่องเที่ยวสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน พัฒนาบุคลากรโดยการอบรม ศึกษาดูงาน การเรียนรู้ท้องถิ่น ประชาสัมพันธ์และจัดทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยว (อ่ำคา แสงงาม. 2553 : 808 - 809) ผู้วิจัยยังพบว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และนักท่องเที่ยวยังให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน (ร้อยละ 48) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ร้อยละ 37) ซึ่งสามารถสร้างการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนกับการท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของ อุบลวรรณ สุวรรณภูสีธิ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยการตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้มีการรับรู้ถึงผู้บริโภคอย่างชัดเจน (อุบลวรรณ สุวรรณภูสีธิ. 2553 : 130 - 131)

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จากการประเมินแนวทางการพัฒนาจากการศึกษาข้อมูลลงพื้นที่ บันทึกการสังเกต สัมภาษณ์ ด้านความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ในแต่ละแบบ การใช้วัสดุ กรรมวิธีการผลิต และนำมาประเมินผลได้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนของตกแต่งบ้าน ประเภทโคมไฟฟ้าจากงานหัตถกรรมจักสาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ (2550) ด้านต้นกำเนิดหรือรากฐานของท้องถิ่น วิวัฒนาการ และอิทธิพลดั้งเดิมของผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านหัตถกรรมจักสาน จากผลการศึกษาได้ผลิตภัณฑ์โคมไฟฟ้าจากงานหัตถกรรมจักสาน จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ จากจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้เข้าสู่กระบวนการประเมินผลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน และปราชญ์พื้นบ้าน เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยยังพบว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่นั้นและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผู้วิจัยได้ศึกษา ฝีมือช่างพื้นถิ่นยังคงมีความสามารถในการผลิตและแนวคิดในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเกิดขึ้นในกลุ่มหรือชุมชนอยู่เสมอซึ่งไม่สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา ปี 2557 - 2556 ที่วิเคราะห์ด้านอุปสรรค คือขาดฝีมือแรงงาน (แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา ปี 2557 - 2556. 2556 : 90) แต่ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มผู้ผลิตในชุมชนยังขาดการสภาวะความแน่นอนของตลาด การประชาสัมพันธ์ด้านการผลิต ด้านตัวผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมให้เกิดการตลาดที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณกาญจน์ วัชรเศรษฐ์ชาญ พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยรวมในด้านการมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้านการมุ่งเน้นลักษณะตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในกลุ่มและเครือข่ายเพื่อค้นหาตลาดใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ (วารณกาญจน์ วริศเศรษฐ์ชาญ, 2552 : 56 - 57)

ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่ ใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางความงาม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.98) และด้านความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.11) รูปแบบกรรมวิธีการผลิตมีคุณค่าทางความงาม และ ความมีลักษณะเฉพาะถิ่น เกิดจากการเลือกใช้วัสดุพื้นถิ่น กำเนิดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ลักษณะเฉพาะถิ่น ขนบประเพณีความเชื่อและวิถีชีวิต (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2538 : 31)

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษา ดังนี้

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

(1) การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละท้องถิ่น ต้องนำความร่วมมือกันในทุกๆ ส่วนและต้องประยุกต์ให้เข้ากับรูปแบบ วิถีชีวิต ของแต่ละชุมชน

(2) รูปแบบการผูก สามารถปรับเปลี่ยนเป็นการขัด หรือการสานได้ ตามคุณสมบัติของวัสดุนั้น

(3) วัสดุที่ใช้ในการผลิต สามารถประยุกต์เป็นวัสดุอื่นๆ ได้ตามความเหมาะสม และหาได้ภายในท้องถิ่น

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะ เพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรนำภูมิปัญญาท้องถิ่น ของจังหวัดฉะเชิงเทราในด้านอื่นๆ มาศึกษา และพัฒนาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ภูมิปัญญาทางด้านอาหาร ด้านการเกษตร

(2) ควรนำเอกลักษณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดมาเชื่อมโยงกับแนวทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เอกลักษณ์ด้านสิ่งปลูกสร้างริมน้ำบางปะกง เอกลักษณ์ด้านตลาดเก่า เอกลักษณ์ด้านศาสนาสถาน และเอกลักษณ์ด้านธรรมชาติ พันธุ์ไม้ พันธุ์สัตว์น้ำ

(3) ควรหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่อยู่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดให้มีความชัดเจน เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอ่างฤๅไน เขื่อนคลองสียัด ซึ่งในพื้นที่จะมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่น่าสนใจ อาทิ ผ้าไหม หัตถกรรมจากไม้มงคล เป็นต้น

(4) แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีการผลิตที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และอยู่บนพื้นฐานของความสามารถภายในชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(5) แนวทางการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่ม แต่ละผลิตภัณฑ์ให้มีความชัดเจน เช่น ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการตลาดสำหรับท้องถิ่น เป็นต้น

(6) แนวทางการคัดเลือกและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทรา เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร วัดสมานรัตนาราม ตลาดบ้านใหม่ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตเมือง

(7) กลุ่มของผลิตภัณฑ์ควรเพิ่มความหลากหลาย โดยอาจเพิ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เช่น ขนมเปียก ขนมไทย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการจำหน่ายกระจายโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมือง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น. 2549. มาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว.

กระทรวงมหาดไทย กรุงเทพฯ : เอกสารอัดสำเนา

การแบ่งภูมิภาคทางภูมิศาสตร์. 2557. ราชบัณฑิตยสถาน. [Online]. Available:

www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=1378

กลุ่มงานภูมิปัญญาท้องถิ่น. 2556. วิถีชุมชน. สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร

กรุงเทพฯ : เอกสารอัดสำเนา

กัลป์ยกร จันทรสาขา. 2553. “ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมงานจักสาน ไม้ไผ่ลายขีด.”

วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

คณะกรรมการการอำนวยความสะดวกงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว.

2543. วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดฉะเชิงเทรา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา.

จริยา ชูรอด. 2552. “การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมวกกัญไต้ จังหวัด

นครปฐมเพื่อการตลาดของชุมชน.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์คณะวัฒนธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ชยาภรณ์ ขึ้นรุ่งโรจน์. 2537. การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว. เชียงใหม่ : (ม.ป.ท.).

ชำนาญ อุคำ. 2552. “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นเอกลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัด

มุกดาหาร” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ธวัช พะยิ้ม. 2552. “การศึกษาวาสถุพื้นถิ่น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอุทัยธานี.”

วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ธีระชัย สุขสุด. 2544. ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

นฤทธิ วัฒนภ. 2555. ศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้านไทย. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.

นวลน้อย บุญวงษ์. 2542. หลักการออกแบบ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

นรินทร์ รักนุ้ย. 2549. “การศึกษาเครื่องจักสานกลุ่มบ้านโพธิ์ศรี ตำบลบางปลาหม้า อำเภอบางปลาหม้า

จังหวัดสุพรรณบุรี.” ปริญญาานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นิคม จารุมณี. 2536 การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์

นิรัช สุดสังข์. 2548. การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

นิรัช สุดสังข์. 2548. ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2557-2560. 2556. ฉะเชิงเทรา : เอกสารอัดสำเนา.

ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา 2554 - 2555 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา . 2556.

ฉะเชิงเทรา : เอกสารอัดสำเนา

แผนปฏิบัติการประจำปีจังหวัดฉะเชิงเทราประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556. 2555. ฉะเชิงเทรา:

เอกสารอัดสำเนา.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2525. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.

พจนานุกรมศัพท์ศิลปกรรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2550. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.

ไพบูลย์ เทวรักษ์. 2537. จิตวิทยา. ศึกษาพฤติกรรมภายนอกภายใน. กรุงเทพฯ : เอส.ดี.เพรส.

ภูมิปัญญาท้องถิ่น. 2556. ความรู้พื้นฐานภูมิปัญญาไทย. [Online].Available :

<http://tkagri.doae.go.th/temp.php?gpg=title06>

มาโนช กงกะนันท์. 2549. ศิลปะการออกแบบ. นนทบุรี : ส.เอเชีย เพรส

ลักขณา สรวิวัฒน์. 2544. จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน. กรุงเทพฯ : บริษัท โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์ จำกัด

วรรณกาญจน์ วัชรเศรษฐ์ชาญ. 2552. “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจ OTOP กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการตลาด มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดฉะเชิงเทรา. 2542.

กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร.

วัฒน์ จุฑะวิภาต. 2552. ศิลปะพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. 2538. ศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ต้นอ้อ.

วาสนา เจริญวิเชียรฉาย. 2551. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์จากกระดาษสากระดาษสับปรืด และกระดาษตะขบ. กรุงเทพฯ : คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (ม.ป.ท.).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วิสิตย์พัฒนา.

ศักดิ์ชาย สิกขา. 2548. “แนวทางการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ในวิถีชีวิตคนอีสาน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะศิลปะประยุกต์และการออกแบบ, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ. 2550. ผลของเทคโนโลยีที่มีต่อการออกแบบ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ และ พิชัย สดภิบาล. 2552. วัสดุพื้นถิ่นภาคกลางที่ใช้ในการผลิตครุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. 2550. หัวใจสำคัญของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.เส้นทางไทย ปีที่ 3 ฉบับที่ 23 (มีนาคม – เมษายน 2550). เอกสารอัดสำเนา.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554. พระมหากษัตริย์นักพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขสู่ปวงประชา. กรุงเทพฯ : ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลก  
ธุรกิจ.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

อาทิตย์ ศิริธร. 2541. วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวของไทย ปีพุทธศักราช 2545. กรุงเทพฯ: วิทยาลัย  
ป้องกันราชอาณาจักร.

อุดมศักดิ์ สาริบุตร. 2549. เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์. 2553. “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์”

ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

อำคำ แสงงาม. 2553. “การศึกษาศักยภาพทรัพยากรและการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดย

ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้” ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์บ้าน ผู้เชี่ยวชาญ
- ภาคผนวก ง แบบผลิตภัณฑ์
- ภาคผนวก จ ภาพถ่ายการลงพื้นที่ของผู้วิจัย
- ภาคผนวก ฉ หนังสือตอบรับการตีพิมพ์



ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## หัวข้อวิทยานิพนธ์

เรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัด  
ฉะเชิงเทรา

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตรอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
โดย นายสมศักดิ์ ทองแก้ว  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ว่าที่ร้อยโท พิชัย สดภิบาล  
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมวิทยานิพนธ์ รศ. อุดมศักดิ์ สาริบุตร

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย มีดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

### กรอบแนวคิดการวิจัยตามวัตถุประสงค์มีดังนี้

#### การศึกษาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. สร้างขึ้นเพื่อใช้ในชีวิตรประจำวัน ผลิตภัณฑ์ทั่วไปมักสร้างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ในการใช้สอยในชีวิตประจำวัน
2. มีลักษณะเฉพาะถิ่น โดยเกิดจากการเลือกใช้วัสดุเฉพาะถิ่น ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้นตั้งนั้นเมื่อช่างหรือประชาชนนำวัสดุมาสร้างงานผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงเกิดเป็นลักษณะเฉพาะถิ่น ขนบประเพณี ความเชื่อ และวิถีชีวิต

#### การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1. ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น
2. มีความดึงดูดใจจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ และความประณีตในการประดิษฐ์
3. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุในท้องถิ่นนั้นเป็นหลัก

#### การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. ศึกษาต้นกำเนิดหรือรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น
2. การวิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม
3. อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น

#### การประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นใหม่

1. รูปแบบกรรมวิธีการผลิตมีคุณค่าทางความงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ความมีลักษณะเฉพาะถิ่น เกิดจากการเลือกใช้วัสดุพื้นถิ่น กำเนิดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ลักษณะเฉพาะถิ่น ขนบประเพณีความเชื่อและวิถีชีวิต  
**นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย**

1. **การศึกษา** หมายถึง ขั้นตอนการแสวงหาความรู้เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการวิจัย โดยการค้นคว้าข้อมูลต่างๆ ทั้งทฤษฎีต่างๆ การสอบถาม สัมภาษณ์ เอกสาร ตำรา ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของจังหวัดฉะเชิงเทรา

2. **การพัฒนา** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกระทำให้เกิดขึ้นหรือมีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้า โดยการเปลี่ยนแปลงนี้ต้องเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ถ้าเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ไม่ดีก็ไม่เรียกว่าการพัฒนาพัฒนา ขณะเดียวกัน การพัฒนามิได้หมายถึงการเพิ่มขึ้นปริมาณสินค้าหรือรายได้ของประชาชนเท่านั้น แต่หมายรวมไปถึงการเพิ่มความพึงพอใจและเพิ่มความสุขของประชาชนด้วย

3. **ภูมิปัญญาท้องถิ่น** หมายถึง เป็นองค์ความรู้ ความสามารถของชาวบ้านที่สั่งสมสืบทอดกันมา โดยสามารถที่จะใช้แก้ปัญหา ปรับตัว เรียนรู้ และมีการสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีกรรมวิธีการผลิตด้วยมือหรือด้วยเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ แต่ผลิตภัณฑ์ที่ได้ยังคงเอกลักษณ์ไว้และเป็นพื้นฐานขององค์ความรู้สมัยใหม่ที่จะช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหาจัดการและการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของคนเรา

4. **ผลิตภัณฑ์** หมายถึง ผลผลิตที่ผลิตด้วยการประยุกต์แนวคิดด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีการรวมกลุ่มกันผลิตและจัดจำหน่ายเป็นสินค้าให้กับ นักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยมีจุดจำหน่ายที่ชัดเจน ในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา

5. **ผลิตภัณฑ์ชุมชน** หมายถึง ผลผลิตที่ผลิตโดยกลุ่มชุมชน เช่น กลุ่มหัตถกรรมทองเหลืองสาน กลุ่มเขาสัตว์แกะสลัก และกลุ่มหัตถกรรมจักสานแม่บ้านเกษตรวังเย็น เป็นต้น ซึ่งในหนึ่งชุมชนอาจมีหลายผลิตภัณฑ์ และมีผลิตภัณฑ์เหมือนกันได้ในหลายพื้นที่ภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา หรือเรียกว่าผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) ก็ได้

6. **ความคิดเห็น** หมายถึง ความเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการสุ่มมาจากระชากร นักวิชาการศูนย์ศิลปวัฒนธรรม ผู้เชี่ยวชาญในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน นักวิชาการพัฒนาชุมชน นักวิชาการการท่องเที่ยว ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ประชาชนพื้นบ้าน และนักท่องเที่ยว

7. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง ประชาชนทั่วไปที่เข้ามาเที่ยวชม สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆภายในจังหวัดฉะเชิงเทราในทุกๆวัน อาทิ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี ตลาดโบราณนครเนื่องเขต วัดสมานรัตนาราม เป็นต้น โดยวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เข้ามาชมโบราณสถาน ศาสนสถาน เข้ามาร่วมประชุมสัมมนา แต่มีได้มาเพื่อประกอบธุรกิจ ทำการหารายได้ และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนา หรือศึกษาอยู่ในจังหวัดฉะเชิงเทรา อาจพักค้างคืนหรือไม่พักค้างคืนก็ได้ และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆเหล่านั้นที่นักท่องเที่ยวเข้ามาจะต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเข้าเที่ยวชม

8. **ส่งเสริมการท่องเที่ยว** หมายถึง การกระตุ้น การช่วยสนับสนุนให้การท่องเที่ยวชุมชนดีขึ้น โดยมีการนำผลิตภัณฑ์ชุมชน มาเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริม เป็นของที่ระลึก ของฝาก สำหรับจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาท่องเที่ยวและมีส่วนร่วมกับชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**คำชี้แจง :** ลักษณะแบบสอบถามมี 2 ลักษณะที่ต้องใช้ประกอบรวมกันมีดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามที่มีความสอดคล้องเที่ยงตรงถูกต้องกับวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อ ที่มีความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ชุมชนภูมิปัญญาท้องถิ่นและการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยขอความกรุณาให้ท่านพิจารณา และโปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องของระดับค่าความคิดเห็นที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด ในแต่ละข้อคำถาม

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ทรงคุณวุฒิ ในตอนท้ายของแบบสอบถามเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและการวิจัยในครั้งนี้



**หมายเหตุ :** ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะเก็บไว้เป็นความลับ เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น

จึงขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาช่วยประเมินตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**แบบตรวจสอบคุณภาพ**  
**แบบสอบถามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว**  
**สำหรับผู้เชี่ยวชาญและประชาชนพื้นบ้าน**

การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์  
 (Index of item Objective Congruence : IOC)

**ผู้ประเมินคุณภาพ**

.....

**คำชี้แจง** ขอให้ท่านผู้ทรงคุณวุฒิได้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแบบสอบถาม เรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใส่เครื่องหมาย (/) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

**เกณฑ์การประเมินดังนี้**

ให้คะแนน +1 แน่ใจว่าข้อความนั้น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ไม่แน่ใจว่าข้อความนั้น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 1 แน่ใจว่าข้อความนั้น ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบที่.....

รูปภาพแสดงผลิตภัณฑ์ที่จะประเมินความ  
 เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว  
 สำหรับผู้เชี่ยวชาญและประชาชนพื้นบ้าน

รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ขอเสนอแนะ
	+1	0	1	
<b>ต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>				
- วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม	.....	.....	.....	.....
- การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสม	.....	.....	.....	.....
- ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....
- ประโยชน์ในการใช้สอย	.....	.....	.....	.....
<b>วิวัฒนาการการครีเอตแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม</b>				
- วัสดุที่ใช้ในการผลิตยังคงความเป็นพื้นถิ่น	.....	.....	.....	.....
- รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิม	.....	.....	.....	.....
- ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่นอย่างชัดเจน	.....	.....	.....	.....
- คงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม	.....	.....	.....	.....
<b>อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>				
- ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิต	.....	.....	.....	.....
- รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....
- การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่	.....	.....	.....	.....
- ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้	.....	.....	.....	.....

### ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน  
(.....)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**แบบตรวจสอบคุณภาพ**  
**แบบสอบถามความด้านความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยว**

การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์  
 (Index of item Objective Congruence : IOC)

**ผู้ประเมินคุณภาพ**

.....

**คำชี้แจง** ขอให้ท่านผู้ทรงคุณวุฒิได้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแบบสอบถาม เรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

**เกณฑ์การประเมินดังนี้**

ให้คะแนน +1 แน่ใจว่าข้อความนั้น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์  
 ให้คะแนน 0 ไม่แน่ใจว่าข้อความนั้น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์  
 ให้คะแนน 1 แน่ใจว่าข้อความนั้น ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

แบบผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบที่ ..... ผลิตภัณฑ์..... ราคา ..... บาท

รูปภาพแสดงผลิตภัณฑ์ที่จะประเมินความสนใจ  
 ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับ  
 นักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	1	
1. รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ	.....	.....	.....	.....
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์มีละเอียดและความประณีตสวยงาม	.....	.....	.....	.....
3. รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....
4. วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุในท้องถิ่นอย่างชัดเจน	.....	.....	.....	.....
5. ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....
6. ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมเพียงใด	.....	.....	.....	.....
7. ท่านสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด	.....	.....	.....	.....
8. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหรือไม่	.....	.....	.....	.....

**ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม**

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน  
(.....)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**แบบตรวจสอบคุณภาพ**  
**แบบสอบถามความด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นใหม่**

การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์  
 (Index of item Objective Congruence : IOC)

**ผู้ประเมินคุณภาพ**

.....

**คำชี้แจง** ขอให้ท่านผู้ทรงคุณวุฒิได้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแบบสอบถาม เรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

**เกณฑ์การประเมินดังนี้**

ให้คะแนน +1 แน่ใจว่าข้อความนั้น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์  
 ให้คะแนน 0 ไม่แน่ใจว่าข้อความนั้น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์  
 ให้คะแนน 1 แน่ใจว่าข้อความนั้น ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

แบบผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ .....

รูปภาพแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบที่ผ่านการ  
 พัฒนาขึ้นใหม่ตามกรอบแนวคิดการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	1	
<b>รูปแบบการผลิตมีคุณค่าทางความงาม</b>				
- ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม	.....	.....	.....	.....
- การประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว	.....	.....	.....	.....
- รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่	.....	.....	.....	.....
- รูปแบบผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความประณีต	.....	.....	.....	.....
- ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....
<b>ความมีลักษณะเฉพาะถิ่น</b>				
- รูปแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....
- รูปแบบผลิตภัณฑ์มาจากรากฐานของท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....
- วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความน่าสนใจ	.....	.....	.....	.....
- การผลิตด้านลวดลายมีลักษณะเฉพาะถิ่น	.....	.....	.....	.....
- สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง	.....	.....	.....	.....

**ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม**

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน  
(.....)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถามความคิดเห็นด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชน  
การวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว  
จังหวัดฉะเชิงเทรา

(สำหรับนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และนักท่องเที่ยว)

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามความคิดเห็นของตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้รับนำไปประยุกต์ เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลในแบบสอบถามนี้จะใช้เฉพาะเพื่อการทำวิจัยเท่านั้น และผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ ที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้ คือ**

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

**แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้**

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ในการตอบแบบสอบถามนี้



4. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเฉลี่ยปริมาณมากน้อยเพียงใดในแต่ละครั้ง

- ๑( ) 1 รายการ                      ๒( ) 2 - 4 รายการ                      ๓( ) 5 - 7 รายการ  
๔( ) 8 - 10 รายการ                      ๕( ) มากกว่า 10 รายการขึ้นไป

5. วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของท่าน

- ๑( ) เพื่อใช้ส่วนตัว                      ๒( ) เพื่อเป็นของฝาก                      ๓( ) เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ  
๔( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของท่าน

- ๑( ) ความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของผลิตภัณฑ์                      ๒( ) ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์  
๓( ) ความมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์                      ๔( ) ราคามีความเหมาะสม  
๕( ) ประโยชน์ในการใช้สอย                      ๕( ) อื่นๆ(โปรดระบุ).....

7. ท่านเดินทางมาจากจังหวัดใด

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำชี้แจง : จงเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว โดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

แบบผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบที่ 1 ผลิตภัณฑ์หมวกก๊วยเลีย ราคา 100 - 150 บาท



ลำดับ	ประเด็นคำถามเพื่อการประเมิน	เกณฑ์การพิจารณา					หมายเหตุ
		5	4	3	2	1	
1	รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ						
2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีละเอียดและความประณีตสวยงาม						
3	รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น						
4	วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุในท้องถิ่นอย่างชัดเจน						
5	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น						
6	ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมเพียงใด						
7	ท่านสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด						
8	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหรือไม่						

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

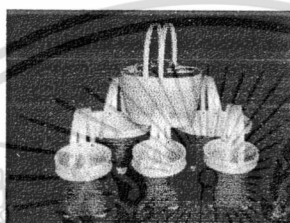
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**คำชี้แจง :** จงเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว โดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด  
 4 หมายถึง มาก  
 3 หมายถึง ปานกลาง  
 2 หมายถึง น้อย  
 1 หมายถึง น้อยที่สุด

แบบผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบที่ 2 ผลิตภัณฑ์จักสาน ราคา 450 - 2,500 บาท



ลำดับ	ประเด็นคำถามเพื่อการประเมิน	เกณฑ์การพิจารณา					หมายเหตุ
		5	4	3	2	1	
1	รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ						
2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีละเอียดและความประณีตสวยงาม						
3	รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น						
4	วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุในท้องถิ่นอย่างชัดเจน						
5	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น						
6	ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมเพียงใด						
7	ท่านสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด						
8	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหรือไม่						

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

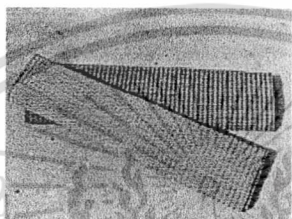
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำชี้แจง : จงเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว โดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด  
 4 หมายถึง มาก  
 3 หมายถึง ปานกลาง  
 2 หมายถึง น้อย  
 1 หมายถึง น้อยที่สุด

แบบผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบที่ 3 ผลิตภัณฑ์เสื่อกก ราคา 200 - 450 บาท



ลำดับ	ประเด็นคำถามเพื่อการประเมิน	เกณฑ์การพิจารณา					หมายเหตุ
		5	4	3	2	1	
1	รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ						
2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีละเอียดและความประณีตสวยงาม						
3	รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น						
4	วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุในท้องถิ่นอย่างชัดเจน						
5	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น						
6	ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมเพียงใด						
7	ท่านสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด						
8	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหรือไม่						

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

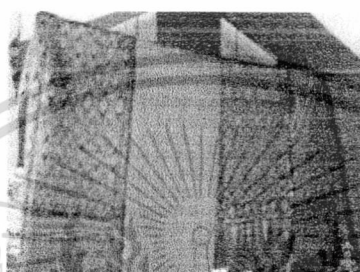
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำชี้แจง : จงเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว โดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

แบบผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบที่ 4 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ราคา 600 - 1500 บาท



ลำดับ	ประเด็นคำถามเพื่อการประเมิน	เกณฑ์การพิจารณา					หมายเหตุ
		5	4	3	2	1	
1	รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ						
2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีละเอียดและความประณีตสวยงาม						
3	รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น						
4	วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุในท้องถิ่นอย่างชัดเจน						
5	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น						
6	ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมเพียงใด						
7	ท่านสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด						
8	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหรือไม่						

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

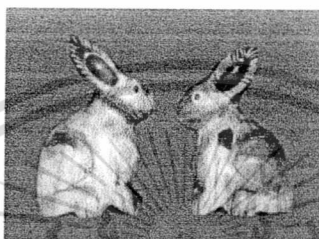
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำชี้แจง : จงเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว โดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด  
 4 หมายถึง มาก  
 3 หมายถึง ปานกลาง  
 2 หมายถึง น้อย  
 1 หมายถึง น้อยที่สุด

แบบผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบที่ 5 ผลิตภัณฑ์เขาสัตว์เกะสลัก ราคา 300 - 1000 บาท



ลำดับ	ประเด็นคำถามเพื่อการประเมิน	เกณฑ์การพิจารณา					หมายเหตุ
		5	4	3	2	1	
1	รูปแบบมีความดึงดูดใจจากการออกแบบ						
2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีละเอียดและความประณีตสวยงาม						
3	รูปแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น						
4	วัสดุที่ใช้คงความเป็นวัสดุในท้องถิ่นอย่างชัดเจน						
5	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น						
6	ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมเพียงใด						
7	ท่านสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาน้อยเพียงใด						
8	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหรือไม่						

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ผู้วิจัยขอขอบคุณ ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**แบบสอบถามความคิดเห็น**  
**การวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน**  
**ส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา**  
**(สำหรับผู้บริโภค)**

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้รับรวบรวม สรุปเป็นแนวทางเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราต่อไป โดยผู้วิจัยจะนำผลการสอบถามเข้าสู่กระบวนการในขั้นตอนต่อไป

โดยผู้วิจัยพิจารณาจากกรอบแนวคิดการวิจัยด้านการประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นใหม่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งกำหนดไว้ดังนี้

1. รูปแบบกรรมวิธีการผลิตมีคุณค่าทางความงาม
2. มีลักษณะเฉพาะถิ่น เกิดจากการเลือกใช้วัสดุเฉพาะถิ่น กำเนิดของผลิตภัณฑ์ชุมชนลักษณะเฉพาะถิ่น ขนบประเพณีความเชื่อและวิถีชีวิต

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้ คือ**

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

**แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้**

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นใหม่

**ตอนที่ 3** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม



**ตอนที่ 2** แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นใหม่ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา

**คำชี้แจง :** ผู้ตอบแบบสอบถามเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพียงข้อเดียวโดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด  
 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก  
 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง  
 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย  
 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด



**ชุดโคมไฟตั้งพื้น จากภูมิปัญญาด้านการจักสาน การผูก และวัตถุดิบของชุมชน**

ข้อที่	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
<b>1.</b>	<b>รูปแบบการผลิตมีคุณค่าทางความงาม</b>					
1.1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม	.....	.....	.....	.....	.....
1.2	การประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว	.....	.....	.....	.....	.....
1.3	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่	.....	.....	.....	.....	.....
1.4	รูปแบบผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความประณีต	.....	.....	.....	.....	.....
1.5	ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
<b>2.</b>	<b>ความมีลักษณะเฉพาะถิ่น</b>					
2.1	รูปแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
2.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มาจากรากฐานของท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
2.3	วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความน่าสนใจ	.....	.....	.....	.....	.....
2.4	การผลิตด้านลวดลายมีลักษณะเฉพาะถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
2.5	สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง	.....	.....	.....	.....	.....

**ตอนที่ 3** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูเชิงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ขึ้นต้นการค้ำ  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**แบบสอบถามความคิดเห็น**  
**การวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว**  
**จังหวัดฉะเชิงเทรา**  
**(สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และปราชญ์พื้นบ้าน)**

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และปราชญ์พื้นบ้าน ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้รับรวบรวม สรุปเป็นแนวทางเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราต่อไป

โดยผู้วิจัยพิจารณาจากกรอบแนวคิดการวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งกำหนดไว้ดังนี้

1. ศึกษาต้นกำเนิดหรือรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น
2. การวิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม
3. อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้ คือ**

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

**แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้**

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์เพื่อจะคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ

**ตอนที่ 3** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ชื่อ - นามสกุล ผู้ตอบแบบสอบถาม

.....

2. ตำแหน่ง/หน้าที่ในปัจจุบัน

.....

3. สถานที่ทำงาน

.....

4. วุฒิการศึกษา

.....

.....

.....

.....

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์เพื่อจะคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ

**คำชี้แจง :** ผู้ตอบแบบสอบถามเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพียงข้อเดียวโดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

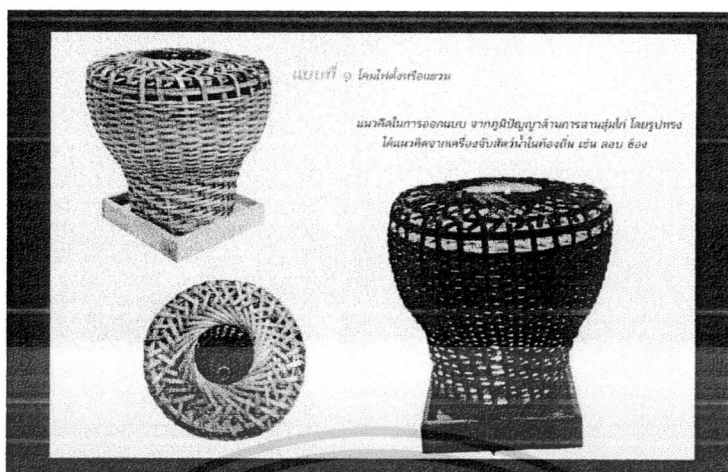
3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบที่ 1 โคมไฟตั้งพื้นหรือแขวน



ข้อที่	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	<b>ต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>					
1.1	วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม	.....	.....	.....	.....	.....
1.2	การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว	.....	.....	.....	.....	.....
1.3	ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
1.4	ประโยชน์ในการใช้สอย	.....	.....	.....	.....	.....
2.	<b>วิวัฒนาการการกลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม</b>					
2.1	วัสดุขบในการผลิตยังคงความเป็นพื้นถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
2.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิม	.....	.....	.....	.....	.....
2.3	ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่นอย่างชัดเจน	.....	.....	.....	.....	.....
2.4	คงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม	.....	.....	.....	.....	.....
3.	<b>อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>					
3.1	ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้	.....	.....	.....	.....	.....
3.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
3.3	การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชน	.....	.....	.....	.....	.....
3.4	ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้	.....	.....	.....	.....	.....

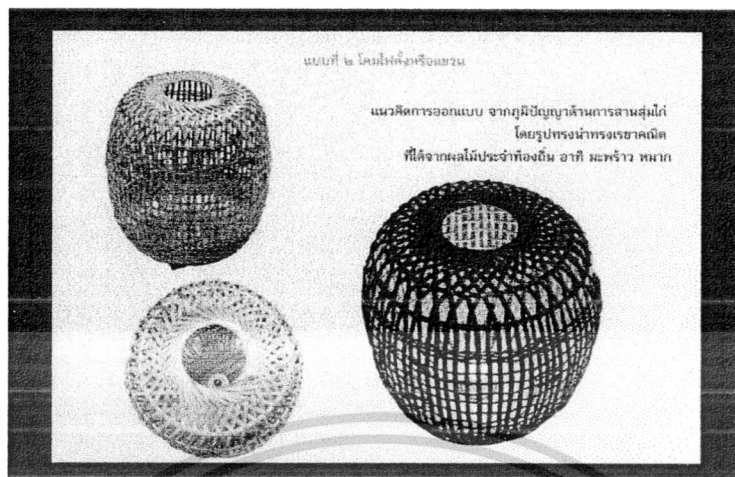
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบที่ 2 โคมไฟตั้งพื้นหรือแขวน



ข้อที่	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	<b>ต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>					
1.1	วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม	.....	.....	.....	.....	.....
1.2	การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว	.....	.....	.....	.....	.....
1.3	ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
1.4	ประโยชน์ในการใช้สอย	.....	.....	.....	.....	.....
2.	<b>วิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม</b>					
2.1	วัสดุที่ใช้ในการผลิตยังคงความเป็นพื้นถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
2.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิม	.....	.....	.....	.....	.....
2.3	ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่นอย่างชัดเจน	.....	.....	.....	.....	.....
2.4	คงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม	.....	.....	.....	.....	.....
3.	<b>อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>					
3.1	ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้	.....	.....	.....	.....	.....
3.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
3.3	การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชน	.....	.....	.....	.....	.....
3.4	ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้	.....	.....	.....	.....	.....

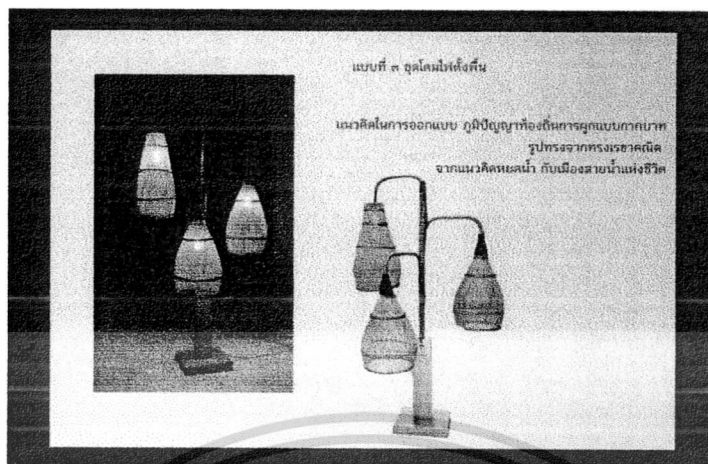
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบที่ 3 ชุมโคมไฟตั้งพื้น



ข้อที่	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	<b>ต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>					
1.1	วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม	.....	.....	.....	.....	.....
1.2	การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว	.....	.....	.....	.....	.....
1.3	ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
1.4	ประโยชน์ในการใช้สอย	.....	.....	.....	.....	.....
2.	<b>วิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม</b>					
2.1	วัสดุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ยังคงความเป็นพื้นถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
2.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิม	.....	.....	.....	.....	.....
2.3	ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่นอย่างชัดเจน	.....	.....	.....	.....	.....
2.4	คงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม	.....	.....	.....	.....	.....
3.	<b>อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>					
3.1	ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้	.....	.....	.....	.....	.....
3.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
3.3	การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชน	.....	.....	.....	.....	.....
3.4	ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้	.....	.....	.....	.....	.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบที่ 4 โคมไฟวางชั้น



ข้อที่	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	<b>ต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>					
1.1	วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม	.....	.....	.....	.....	.....
1.2	การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว	.....	.....	.....	.....	.....
1.3	ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
1.4	ประโยชน์ในการใช้สอย	.....	.....	.....	.....	.....
2.	<b>วิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม</b>					
2.1	วัสดุดิบในการผลิตยังคงความเป็นพื้นถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
2.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิม	.....	.....	.....	.....	.....
2.3	ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่นอย่างชัดเจน	.....	.....	.....	.....	.....
2.4	คงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม	.....	.....	.....	.....	.....
3.	<b>อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>					
3.1	ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้	.....	.....	.....	.....	.....
3.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
3.3	การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชน	.....	.....	.....	.....	.....
3.4	ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้	.....	.....	.....	.....	.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

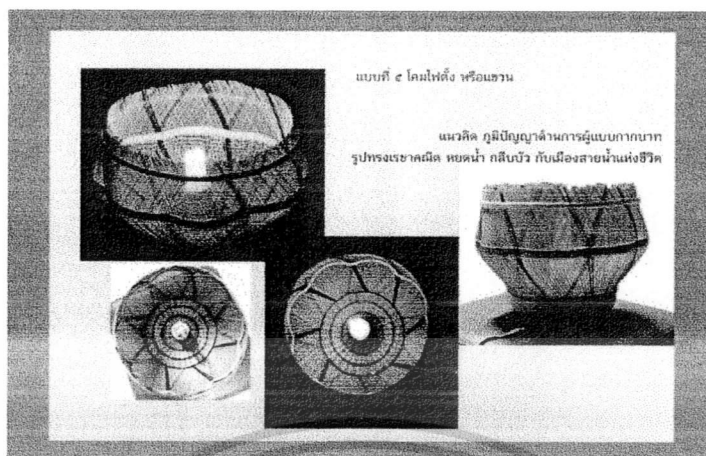
.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบที่ 5 โคมไฟตั้งหรือแขวน



ข้อที่	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	<b>ต้นกำเนิดรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>					
1.1	วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีความเหมาะสม	.....	.....	.....	.....	.....
1.2	การผลิตและประกอบของชิ้นงานมีความเหมาะสมลงตัว	.....	.....	.....	.....	.....
1.3	ผลิตภัณฑ์มีรากฐานด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
1.4	ประโยชน์ในการใช้สอย	.....	.....	.....	.....	.....
2.	<b>วิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม</b>					
2.1	วัสดุที่ใช้ในการผลิตยังคงความเป็นพื้นถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
2.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีการนำรูปแบบหรือแนวคิดจากผลิตภัณฑ์เดิม	.....	.....	.....	.....	.....
2.3	ลวดลายรูปทรงมีแบบอย่างเฉพาะถิ่นอย่างชัดเจน	.....	.....	.....	.....	.....
2.4	คงความสวยงามตามแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม	.....	.....	.....	.....	.....
3.	<b>อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่น</b>					
3.1	ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงกลุ่มท้องถิ่น ชุมชน ที่ผลิตได้	.....	.....	.....	.....	.....
3.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังคงแบบอย่างของกลุ่มผู้ผลิตหรือท้องถิ่น	.....	.....	.....	.....	.....
3.3	การพัฒนาประยุกต์นำวิธีการผลิตของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงวิธีการผลิตนั้นๆของชุมชน	.....	.....	.....	.....	.....
3.4	ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาหรือประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผู้ผลิต หรือชุมชนสามารถสร้างรายได้	.....	.....	.....	.....	.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

---



---



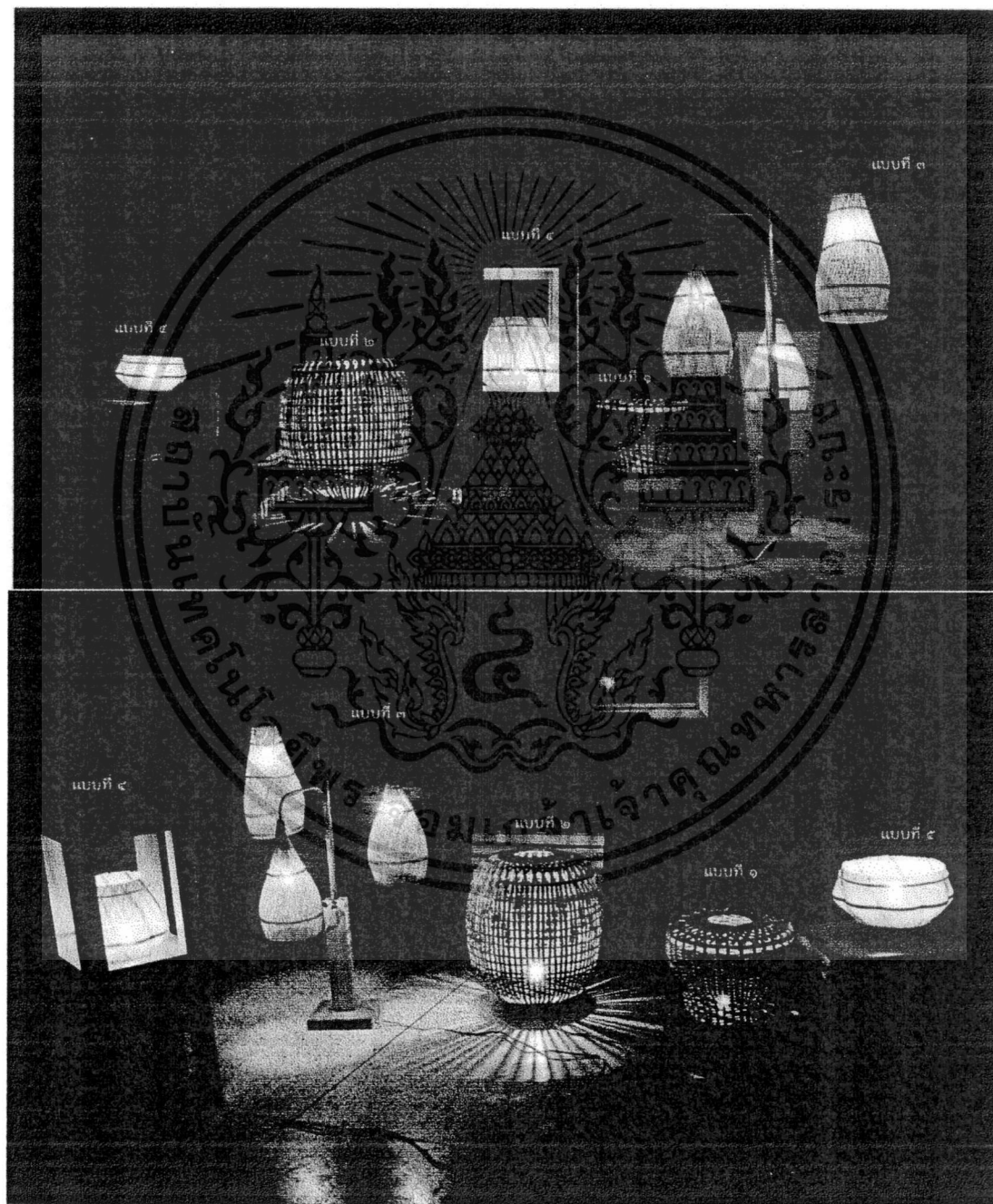
---



---



---



ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### แบบประเมิน

## การวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา

(สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และปราชญ์พื้นบ้าน)

ครั้งที่ 1

### คำชี้แจง

แบบประเมินนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และปราชญ์พื้นบ้าน เลือกแนวคิดโครงร่างของผลิตภัณฑ์ที่จะมีการพัฒนาขึ้นใหม่ ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้รับรวบรวม และสรุปเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ต่อไป

โดยผู้วิจัยพิจารณาจากกรอบแนวคิดการวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งกำหนดไว้ดังนี้

1. ศึกษาต้นกำเนิดหรือรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น
2. การวิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม
3. อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้ คือ

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 แบบโครงร่างผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

1. ชื่อ - นามสกุล (ผู้ประเมินแบบโครงสร้างผลิตภัณฑ์)

.....

2. ตำแหน่ง/หน้าที่ในปัจจุบัน

.....

3. สถานที่ทำงาน

.....

4. วุฒิการศึกษา

.....

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

.....

.....

.....

.....

.....

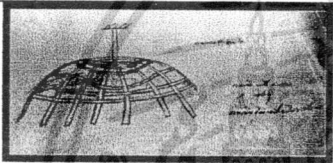
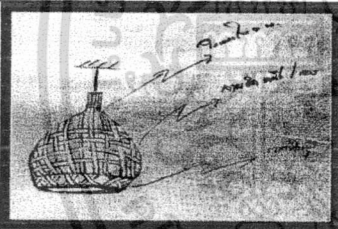
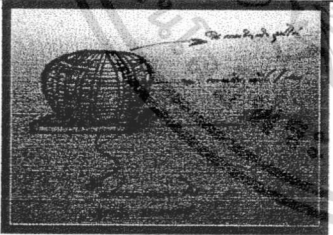
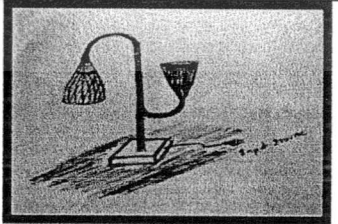


## ตอนที่ 2 แบบโครงร่างผลิตภัณฑ์

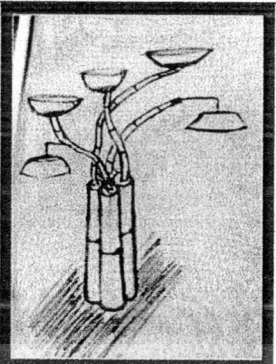
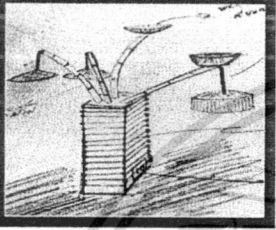
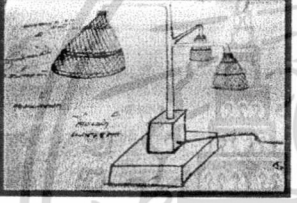
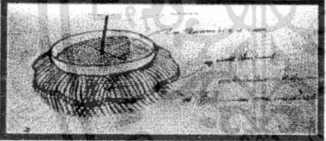

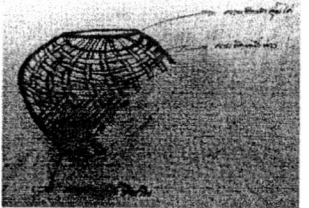
**คำชี้แจง :** ผู้ตอบแบบประเมินโปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพียงข้อเดียวโดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

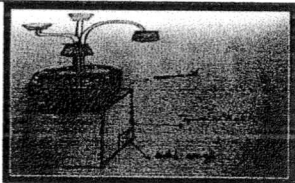
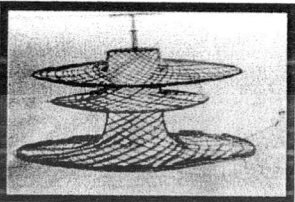
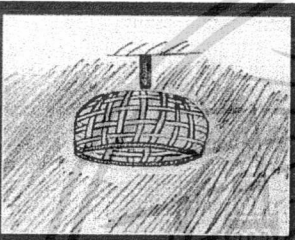
วัสดุที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ ได้แก่ ไม้ไผ่ ก้านมะพร้าว วิธีในการผลิต จะมี การผูก การสาน ลวดลายในการสาน จะเป็นลวดลายพื้นฐานของชุมชนเป็นหลัก

ลำดับ	แบบโครงร่างผลิตภัณฑ์	ข้อเสนอแนะ	ระดับความเหมาะสม				
			5	4	3	2	1
1		..... ..... .....				.....	.....
2		..... ..... .....				.....	.....
3		..... ..... .....				.....	.....
4		..... ..... ..... .....	.....	.....	.....	.....	.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	แบบโครงร่างผลิตภัณฑ์	ข้อเสนอแนะ	ระดับความเหมาะสม				
			5	4	3	2	1
5		..... ..... ..... .....	.....	.....	.....	.....	.....
6		..... ..... ..... .....	.....	.....	.....	.....	.....
7		..... ..... ..... .....	.....	.....	.....	.....	.....
8		..... ..... ..... .....	.....	.....	.....	.....	.....
9		..... ..... ..... .....	.....	.....	.....	.....	.....
10		..... ..... ..... .....	.....	.....	.....	.....	.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	แบบโครงร่างผลิตภัณฑ์	ข้อเสนอแนะ	ระดับความเหมาะสม				
			5	4	3	2	1
11		..... ..... ..... .....					
12		..... ..... .....					
13		..... ..... .....					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับการตอบแบบประเมินในครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**แบบสอบถามความคิดเห็น**  
**การวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว**  
**จังหวัดฉะเชิงเทรา**  
**(สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และประชาชนพื้นบ้าน)**  
**ครั้งที่ 1**

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และประชาชนพื้นบ้าน ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้รับรวบรวม สรุปเป็นแนวทางเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราต่อไป

โดยผู้วิจัยพิจารณาจากกรอบแนวคิดการวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งกำหนดไว้ดังนี้

1. ศึกษาต้นกำเนิดหรือรากฐานความเป็นมาของสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น
2. การวิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม
3. อิทธิพลดั้งเดิมเป็นแบบเฉพาะของกลุ่มที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้ คือ**

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

**แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้**

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน

**ตอนที่ 3** แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์เพื่อจะคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ

**ตอนที่ 4** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

1. ชื่อ - นามสกุล ผู้ตอบแบบสอบถาม

.....

2. ตำแหน่ง/หน้าที่ในปัจจุบัน

.....

3. สถานที่ทำงาน

.....

4. วุฒิการศึกษา

.....

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

.....

.....

.....

.....

.....

.....



## ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน

1. ท่านมีความคิดเห็นใดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานให้มีรูปแบบที่พัฒนาภายใต้แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา และผลิตภัณฑ์ที่พัฒนานั้นจะต้องยังคงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เดิมและท้องถิ่น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ในกรณีมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่นั้น ได้มีการประยุกต์นำผลิตภัณฑ์เดิมนั้นพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ท่านมีความเห็นเช่นไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะใด ในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน ภายใต้แนวทางผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการนำงานหัตถกรรมจักสานมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เดิมหรือท้องถิ่น

คำชี้แจง : ผู้ตอบแบบสอบถามเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพียงข้อเดียวโดยมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด  
 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก  
 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง  
 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย  
 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ประเด็นข้อคำถามด้านความเหมาะสมในการนำเอาผลิตภัณฑ์จักสานมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และยังคงใหม่มีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เดิม	ระดับความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
<b>การนำผลิตภัณฑ์จักสานพัฒนารูปแบบเป็นเฟอร์นิเจอร์</b>					
ชุดที่นั่งพักผ่อน (เก้าอี้+โต๊ะ) ชั้นวางสิ่งของภายในอาคาร ตู้ขนาดเล็ก	.....	.....	.....	.....	.....
<b>การนำผลิตภัณฑ์จักสานพัฒนารูปแบบเป็นของตกแต่งบ้าน</b>					
กระถาง วางหรือแขวนสำหรับต้นไม้ โคมไฟฟ้าภายในบ้าน โมบายสำหรับประตู หน้าต่าง	.....	.....	.....	.....	.....
<b>การนำผลิตภัณฑ์จักสานพัฒนารูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์ใช้สอยภายในบ้าน</b>					
ตะกร้าใส่เสื้อผ้า ถังขยะ ภาชนะใส่ของอื่นๆ เช่น กระจาด ตะแกรง ฉลอม เป็นต้น	.....	.....	.....	.....	.....
<b>การนำผลิตภัณฑ์จักสานพัฒนาเฉพาะส่วน</b>					
รูปทรงแบบใหม่ เฉพาะลวดลายจักสาน รูปทรงและลวดลายเดิมแต่มีหลายขนาด	.....	.....	.....	.....	.....

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน**  
**การวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว**  
**จังหวัดฉะเชิงเทรา**

(สำหรับสัมภาษณ์ส่วนราชการ ร้านค้า ผู้นำกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ผลิต ผู้นำท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญ)

**คำชี้แจง**

แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามความคิดเห็นของส่วนราชการ ร้านค้า ผู้นำกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ผลิต ผู้เชี่ยวชาญ ผู้นำท้องถิ่น และข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนและนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้ คือ**

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

**แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้**

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
- ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา
- ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม


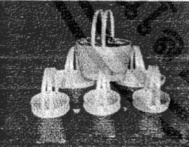
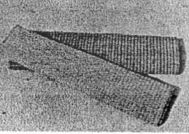


**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ชื่อ - นามสกุล ผู้สัมภาษณ์.....
2. ชื่อ - นามสกุล ผู้ให้การสัมภาษณ์.....  
ตำแหน่ง.....
3. สถานที่ทำงาน..... ประสพการณ์การทำงาน  
.....
4. วัน - เดือน - ปี.....

**ตอนที่ 2** แบบสัมภาษณ์ถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

**หัวข้อการสัมภาษณ์**

1. ผลิตภัณฑ์สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน
2. ผลิตภัณฑ์มีลักษณะความชัดเจนเฉพาะถิ่นในด้านการใช้วัสดุ และกระบวนการผลิต
3. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์แสดงถึงท้องถิ่นนั้นๆ
4. ผลิตภัณฑ์มีการดึงดูดใจในความคิดเห็นในการผลิต
5. ใช้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ลำดับ	รายการ	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	เกณฑ์การพิจารณา					หมายเหตุ
			5	4	3	2	1	
1	ทองเหลืองสาน 	..... ..... .....						
2	จักสานไม้ไผ่ 	..... ..... .....						
3	ทอเสื่อกก 	..... ..... .....						
4	ผ้าไหม 	..... ..... .....						
5	เขาสัตว์ เกะสลัก 	..... ..... .....						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### แบบบันทึกการสัมภาษณ์

กลุ่ม/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา

การวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว  
จังหวัดฉะเชิงเทรา

#### ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย .....
3. ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม .....ปี
4. อายุเฉลี่ยของสมาชิก.....ปี
5. วัสดุที่ใช้ในการผลิตมาจากแหล่งใด .....
6. ผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายที่ใดบ้าง.....
8. การรวมกลุ่มกันหรือผลิตสินค้านั้นจะทำในช่วงเวลาใด  
.....
9. เคยได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่หรือไม่.....
10. ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม .....

#### ตอนที่ 2 ข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 2.1 แสดงถึงต้นกำเนิดหรือรากฐานความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่นนั้นๆ

1. ท่านได้รับการถ่ายทอดวิธีการผลิตและภูมิปัญญามาจากที่ใด ระบุระยะเวลา  
.....  
.....  
.....
2. ท่านนำวัสดุจากในชุมชนหรือท้องถิ่นของท่านหรือแหล่งอื่น ระบุแหล่งที่มา  
.....  
.....  
.....
3. ท่านมีการร่วมมือกันระหว่างกลุ่มหรือผู้ผลิตภายนอกท้องถิ่นหรือไม่อย่างไร ระบุแหล่งที่มา  
.....  
.....  
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ท่านมีข้อเสนอแนะใดที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหรือท้องถิ่นของท่าน

.....  
 .....  
 .....

**ตอนที่ 2.2 การวิวัฒนาการการคลี่คลายแบบอย่างของผลิตภัณฑ์เดิม**

1. ผลิตภัณฑ์เริ่มแรกของท่านมีการพัฒนารูปแบบมานาน้อยเพียงใดอย่างไร

.....  
 .....  
 .....

2. ท่านคิดว่าควรจะมีการพัฒนารูปแบบจากผลิตภัณฑ์เดิมหรือไม่อย่างไร

.....  
 .....  
 .....

3. ในกรณีที่มีการออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ท่านเห็นด้วยหรือไม่อย่างไร

.....  
 .....  
 .....

**ตอนที่ 2.3 ความดั้งเดิมแบบเฉพาะกลุ่มที่อยู่ในท้องถิ่น**

1. ท่านคิดรูปแบบของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มหรือท้องถิ่นของท่านมีลักษณะเฉพาะกลุ่มหรือไม่อย่างไร

.....  
 .....  
 .....

2. ท่านมีแนวทางในการถ่ายทอดการผลิตสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มหรือท้องถิ่นของท่านต่อไปอย่างไร

.....  
 .....  
 .....

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์**

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....



### แบบบันทึกการสังเกต

## การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัด ฉะเชิงเทรา

วัน/เดือน/ปี .....

ผู้บันทึกการสังเกต .....

ประเด็นหัวข้อในการสังเกต

1. ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน
2. ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีลักษณะความชัดเจนเฉพาะถิ่นในด้านการใช้วัสดุ และกระบวนการผลิต
3. ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีเอกลักษณ์แสดงถึงท้องถิ่นนั้นๆ
4. ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีการใส่ใจในความประณีตในการผลิต
5. ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
6. ผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นมีแหล่งต้นกำเนิดจากท้องถิ่นพบเห็นอยู่เป็นประจำ
7. ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีการพัฒนารูปแบบมาจากอดีตโดยยังคงมีรูปลักษณะเดิมอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศร 0524.04/ 1710

ศูนย์ฯ เชมรินทร์
เลขที่รับ..... ๑๖๑๗
วันที่ ๑๖ สิงหาคม ๑๖๐๐

คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนลลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520.

15 พฤษภาคม 2557

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษาพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ  
2. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษามิติปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา กับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.086-517-7250

คุณ ชัยวิภา

- ฝ่ายประสานงาน

๑๗ มิ.ย. ๕๗

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักปลัดเทศบาล  
 กองคลัง  
 กองช่าง  
 กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม  
 0524.04/ 1716



เทศบาลนครเชียงใหม่  
 วันที่ 18 2 พ.ค. 2557  
 เวลา 11.30

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
 เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
 ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
 กรุงเทพฯ 10520  
 วันที่ 23 พ.ค. 2557

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นายกองัดการบริหารส่วนตำบลวังเย็น

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
  2. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา" โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดกิบาล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สารบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา กับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

เรียน  
 - พญ. พง. ลีระพันธ์  
 - เพื่อโปรดทราบ  
 - รศ.ดร.ณงดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการ  
 ขอความอนุเคราะห์โปรดพิจารณา  
 รวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สุทธิ สุนทรกนกพงศ์)  
 รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
 ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ  
 โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692  
 โทรสาร. 02-329-8436  
 ติดต่อนักศึกษา โทร.086-517-7250

เรียนปลัดเทศบาล  
 - เพื่อโปรดทราบ  
 - แจ้งต้นฉบับ

(นายวิสิฐ วิสิฐ)  
 รองปลัดเทศบาลตำบลวังเย็น  
 23 พ.ค. 57

(นายสมพร ปิ่นแก้ว)  
 นายกเทศมนตรีตำบลวังเย็น  
 26 พ.ค. 57



ที่ ศธ 0524.04/ 1716

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

/ ๕ พฤษภาคม 2557

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ประชาสัมพันธ์จังหวัดฉะเชิงเทรา

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ  
2. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดกิบาล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา กับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)  
รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ  
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692  
โทรสาร. 02- 329-8436  
ติดต่อนักศึกษา โทร.086-517-7250

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1696

คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๑๔ พฤษภาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

เรียน ประชาสัมพันธ์จังหวัดฉะเชิงเทรา

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการ อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ของ นาย  
สมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒- ๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

ที่ ศธ 0524.04/ 1197



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

31 มีนาคม 2557

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นายกองคํการบริหารส่วนตำบลท่าตะเียบ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ  
2. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ  
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692  
โทรสาร. 02- 329-8436  
ติดต่อนักศึกษา โทร.086-517-7250

นางวิสุทธิ สุน  
089-922 01๖8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 1197



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520.

31 มีนาคม 2557

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน พัฒนาการอำเภอท่าตะเียบ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
  2. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการผลิตขนมขมขงเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.วาทิรชัย โทพิชัย สดภิบาล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นายสมศักดิ์ ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.086-517-7250

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศร 0524.04/ 1197



คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

31 มีนาคม 2557

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน พัฒนาการอำเภอสนามชัยเขต

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ  
2. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ยิวสิทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ  
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692  
โทรสาร. 02- 329-8436  
ติดต่อนักศึกษา โทร.086-517-7250

(นางเอกททัย พนมอุปถัมภ์)  
พัฒนการอำเภอสนามชัยเขต

วิ.ค. ๒๕๕๗  
๒๓.๓.๕๗

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 1197



คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

31 มีนาคม 2557

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นายกองค้การบริหารส่วนตำบลท่ากระดาน

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ  
2. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษามุมปัญหาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการผลิตชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 คณะกรรมการอุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ยuthิ์ สุนทรกนภพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.086-517-7250

29 ม.ค. 57

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1760

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมอำเภอแปลงยาว

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของ นายสมศักดิ์  
ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาวกัญญาพร งามวิจิตร  
ผู้อำนวยการ

ขอแสดงความนับถือ

(นางศศิธร วัชรวิญญู  
นักวิชาการวัฒนธรรม)

นักวิชาการวัฒนธรรม

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๔-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๘๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๔-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 1197



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

๙1 มีนาคม 2557

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน พัฒนาการจังหวัดฉะเชิงเทรา

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ  
2. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษามุมปัญหาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา" โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นายสมศักดิ์ ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรนภพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร: 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.086-517-7250.





สำนักงานการอุดมศึกษา กรุงเทพมหานคร  
เลขที่ ๕๐๗  
วันที่ ๑๗ มิ.ย. ๕๖  
เวลา

ที่ ศธ 0524.04/ 1197



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

31 มีนาคม 2557

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฉะเชิงเทรา

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
- 2. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ. ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขออนุญาตจากท่านโปรดอนุญาตให้ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ส่วนสนับสนุนวิชาการ  
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692  
โทรสาร. 02- 329-8436  
ติดต่อนักศึกษา โทร.086-517-7250

ปฏิบัติการแทนคณบดี  
ผ.น. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฉะเชิงเทรา

เพื่อโปรดทราบ  ลงนัด

เพื่อโปรดพิจารณา  มอบแจ้ง

เพื่อถือปฏิบัติ  ฝ่ายบริหารงานทั่วไป

เห็นควร คัดค้าน  กลุ่มงานส่งเสริมกิจการทหาร

คัดค้าน  กลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

อนุมัติ  เห็นควร อนุมัติ

โปรดอนุญาตให้ นายสมศักดิ์ ว่าที่ร้อยตรี

ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

เห็นควร อนุมัติ (ไพศาล พงศ์ศิริไพศาล)

เห็นควร อนุมัติ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฉะเชิงเทรา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1716

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

15 พฤษภาคม 2557

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน พัฒนาการอำเภอแปดงิ้ว

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
- 2. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา กับท่านได้

เรียน พัฒนาการอำเภอ (ปลัดอำเภอ)

- เพื่อโปรดทราบ
- ขอเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย
- ขอแสดงความชื่นชมในพระกรุณาธิคุณที่กรุณาช่วยเหลือ
- ขอแสดงความนับถือ

*[Signature]*

(นางสาวสุรมา ปัญญา)

นักวิชาการพัฒนาชุมชน ปฏิบัติราชการ

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.086-517-7250

*[Signature]*

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรภณหงษ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

อนึ่ง

*[Signature]*

(นางวรรณมา หินศรี)

พัฒนาการอำเภอแปดงิ้ว

ที่ ศธ 0524.04/ 1716



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ 10520

1๕ พฤษภาคม 2557

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนครบวงจรจังหวัดฉะเชิงเทรา

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
- 2. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา" โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้วเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา กับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.086-517-7250

- อ. น. ก.

- ผอ. มอ. ฉะ. เ.

(นายสุเรศ วรรณศิริ)

นักวิชาการพัฒนาชุมชน ชำนาญการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

ทอ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

เรียน นายเลียม บุตรจันทา

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ของ  
นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๖

โทรสาร. ๐๒- ๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1696

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๑๔ พฤษภาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา

เรียน นายมนัส ตันงาม

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิเชษฐ์ สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ของ นาย  
สมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๓๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เรียน นายกองคํการบริหารส่วนตำบลท่าตะเกียบ

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษามุมปัญหาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดกภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของ นาย  
สมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๙-๘๕๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

คณาจารย์ ๐๕๑๓

089 - 8220798

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๖๔.๐๔/ 1196

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๓๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เรียน นายองค์การบริหารส่วนตำบลท่ากระดาน

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษานโยบายท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของ นาย  
สมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร: ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร: ๐๒-๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐.

๒/๗  
๑๑ เม.ย. ๕๗



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๓๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เรียน อาจารย์ภาณุวัฒน์ ธีรมิกนันท์

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษากฎมีปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา" โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สารินทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของ นาย  
สมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรภณพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๕-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๕๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๕-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๘/ 1696

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและวิจัย

เลขที่ ๕๑๐

วันที่ ๑๗ มิ.ย. ๕๗

ที่

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๑๔ พฤษภาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา  
พงศ์ศิริไพศาล

เรียน นายไพศาล พงศ์ศิริไพศาล

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ของ นาย  
สมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุธี สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒- ๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

ยื่น มอชเห็นวและกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา

<input type="checkbox"/> เพื่อโปรดทราบ	<input type="checkbox"/> ลงนัด
<input checked="" type="checkbox"/> เพื่อโปรดพิจารณา	<input type="checkbox"/> มอบแจ้ง
<input type="checkbox"/> เพื่อถือปฏิบัติ	<input type="checkbox"/> ฝ่ายบริหารงานทั่วไป
<input type="checkbox"/> เห็นควรดเนินการ	<input type="checkbox"/> กลุ่มงานส่งเสริมกีฬานันทนาการ
<input type="checkbox"/> เห็นควรดเนินการ	<input type="checkbox"/> กลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

ดำเนินการแล้ว เสนอ  
ท่านเป็นผูมีความรู้ความสามารถที่ร้อยตรี  
ไพศาล พงศ์ศิริไพศาล  
ในชื่อคณกรท่องเที่ยวจ.ฉะ  
ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฉะเชิงเทรา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/1760

คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

เรียน คุณพลทวี ศิริสวัสดิ์

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของ นายสมศักดิ์  
ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์สุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒- ๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

นายพลทวี



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1760

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

เรียน คุณสมศักดิ์ ชุมนากลัด

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของ นายสมศักดิ์  
ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

นาย สมศักดิ์ ชุมนากลัด (รองศาสตราจารย์สุทธิ สุนทรภณพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ  
โทร. ๐๒-๓๒๕-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๖  
โทรสาร. ๐๒-๓๒๕-๘๔๓๖  
ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๗๖ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรียน นายเลียม บุตรจันทา

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษานโยบายท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา" โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๔-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๔-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

พ.๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรียน พัฒนาการอำเภอท่าตะเกียบ

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษากฎมีปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดกภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุท สุทรภณกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๔-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๕๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๔-๕๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๒๖ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรียน พัฒนาการอำเภอสนมชัยเขต

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สารินทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๙-๘๕๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

(นางเอกททัย พนมอุปถัมภ์)  
พัฒนาการอำเภอสนมชัยเขต

ใน ขน  
๒๖.๓.๕๗

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๓๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรียน พัฒนาการจังหวัดฉะเชิงเทรา

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒- ๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

(นายสุรเดช วรรณศิริ)

นักวิชาการพัฒนาชุมชน จำเพาะการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๗๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรียน พัฒนาการอำเภอท่าตะเียบ

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสิทธิ์ สุนทรภณพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒- ๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1696

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๑๔ พฤษภาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

เรียน พัฒนาการอำเภอแปลงยาว

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สารินุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาผลิตภัณฑ์  
ชุมชน ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

เรียน พัฒนาการอำเภอแปลงยาว

- เพื่อโปรดพิจารณา
- คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ม.พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ขอเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
- ศธ.ทบ.สมศ.กค.ค. ทองแก้ว นักศึกษา ระดับ ป.โท ม.เทคโนโลยีพระจอมเกล้า
- เห็นควร จึงขอทูล ทูลเกล้าฯ ถวาย

ขอแสดงความนับถือ

*[Signature]*  
(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรภณพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

*[Signature]*  
(นางสาวอุษณา ปัญญา)

นักวิชาการพัฒนาชุมชน ปฏิบัติการ  
ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒- ๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๙-๗๒๕๐

ทตบ

*[Signature]*  
(นางวรรณภา หินศรี)

พัฒนาการอำเภอแปลงยาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๙๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรียน เกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๙-๘๕๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๑๖ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรียน นางมานพ เมรสนัด

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.วาทิรร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๔-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๔-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖๕๕๑๗-๗๒๕๐



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนจลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๓๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรียน นางประยูร อนันต์

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรภณพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร ๐๒-๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๕/ 1196

คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๒๖ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรียน นายสุรเดช วรรณศิริ

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรภณหงส์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร: ๐๒-๓๒๕-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร: ๐๒-๓๒๕-๘๕๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๗๖ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรียน อาจารย์วิชาญ ดอกรมย์

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนพงค์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒- ๓๒๙-๘๕๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๓๓ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรียน นายสุรเดช วรรณศิริ

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดกิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการ อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น ของ นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๕๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๕๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

(นายสุรเดช วรรณศิริ)

นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ

ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๓๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

เรียน อาจารย์วิจิตรพงษ์ มณีนันทวัฒน์

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ของ  
นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)  
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๕๔-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๕๒.

โทรสาร. ๐๒-๓๒๕๔-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๓๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

เรียน อาจารย์อารียา บุญทวี

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ของ  
นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1136



คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

๓๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

เรียน นางมานพ เมรสนัด

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ของ  
นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒- ๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

จ.ง มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

เรียน นางประยูร อนันต์

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รัตว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ของ  
นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)  
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๕-๘๐๐๐ ต่อ.๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๕-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1196



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๕๒๐

จ.๑ มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

เรียน นายสุรเดช วรรณศิริ

ด้วยนายสมศักดิ์ ทองแก้ว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง  
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ของ  
นายสมศักดิ์ ทองแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์วิสุธี สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒- ๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๖-๕๑๗-๗๒๕๐

(นายสุรเดช วรรณศิริ)

นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## รายชื่อผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์บ้าน ผู้เชี่ยวชาญ

1. นายนิกร ทรัพย์ประสาน ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 9 บ้านอ่างเตย ต.ท่าตะเกียบ
2. นายสำรวย ทรัพย์ประสาน สมาชิกสภาจังหวัดฉะเชิงเทรา อำเภอท่าตะเกียบ
3. นางประยูร อนันต์ ประชาสัมพันธ์บ้านด้านภูมิปัญญาการทอผ้าไหม
4. นายเลี่ยม บุตรจันทรา ประชาสัมพันธ์บ้านด้านเศรษฐกิจพอเพียง บ้านสวนออนซอน
5. นายครรชิต เข้มเฉลิม ประชาสัมพันธ์บ้านด้านเศรษฐกิจพอเพียง วนเกษตร
6. นายขวัญชัย รักษาพันธ์ ประชาสัมพันธ์บ้านด้านเศรษฐกิจพอเพียง ตามรอยเท้าพ่อสู่พอเพียง
7. นายสมพร ปิ่นแก้ว นายกเทศมนตรีตำบลวังเย็น
8. นายภาณุวัฒน์ ธิมิกนันต์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว
9. นายพูลทวี ศิริสวัสดิ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบงานหัตถกรรม
10. นายสมพักตร์ ชุมนากลัด ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบงานหัตถกรรม
11. นางเอกททัย พนมอุปลัมภ์ พัฒนาการ อ.สนามชัยเขต
12. นางวรรณาทิ หินศรี พัฒนาการ อ.แปลงยาว
13. นายสุรเดช วรรณศิริ นักวิชาการพัฒนาชุมชน ชำนาญการ
14. นางมานพ เมรสนัด ประชาสัมพันธ์บ้านด้านงานจักสาน
15. นางปราณี มูลผลา ประชาสัมพันธ์บ้านด้านงานจักสาน
16. นายวิชาญ ตอรบรมย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
17. นายกรกต อารมย์ดี ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
18. นายวิชิรพงษ์ มณีนันท์วิวัฒน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น
19. นางสาวอารียา บุญทวี ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น
20. นายไพจิตร มุกจีน นักวิชาการวิจัย เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอ่างฤๅไน
21. นางสุพล ยอดรัก ตัวแทนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
22. นางเพ็ญภักดิ์ แก้วสุข ตัวแทนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
23. นางสาวแว้ว สุขสีดา ตัวแทนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
24. นายทองพูล แก้วหอม เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน ศูนย์หม่อนไหมฯ สระบุรี
25. นางศิริพร หวังสมัด เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานธุรการและเลขานุการ ศูนย์ 3 วิทยหมอนทอง
26. นายมนัส ตันงาม ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา
27. นางเครือวัลย์ ภูเจริญ นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการ
28. นายพัฒนศักดิ์ พ่วงสมบัติ นักวิชาการเกษตรส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
29. นางสิทธา พรหมด้วง นักวิชาการเกษตรส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- |                             |                              |
|-----------------------------|------------------------------|
| 30. จำสืบเอกปราโมทย์ ชนะชัย | นักพัฒนาชุมชน อบต.คลองตะเกรา |
| 31. ผศ.ดร.ชัชวาล มงคล       | ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือ  |
| 32. ดร.ศักดิ์ชัย จันทร์แก้ว | ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือ  |
| 33. ดร.อังคณา กุลนภาตล      | ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือ  |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง

แบบผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

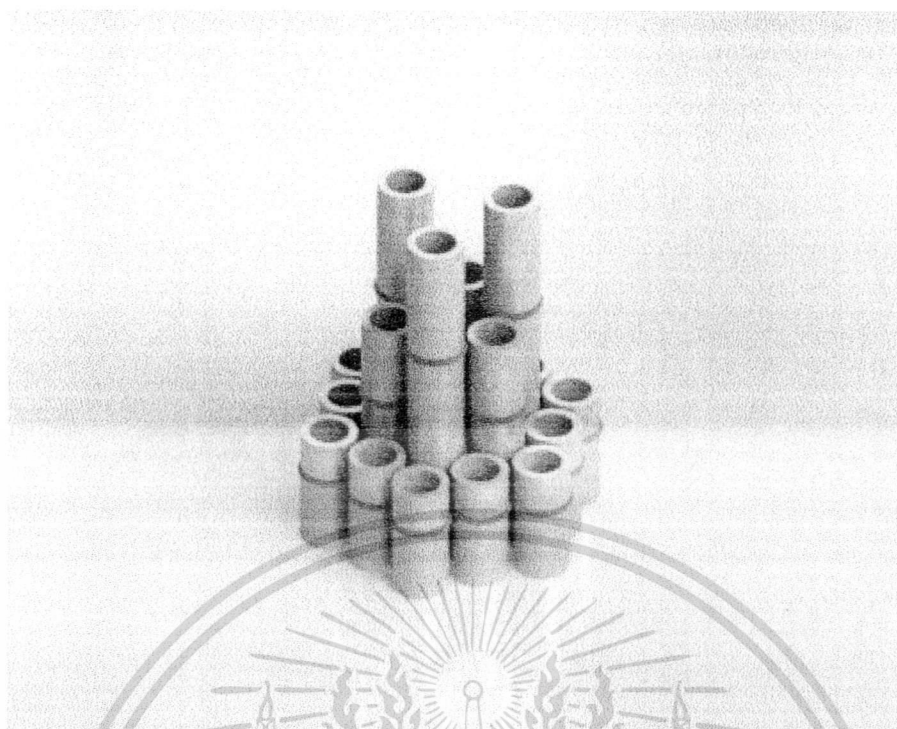
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



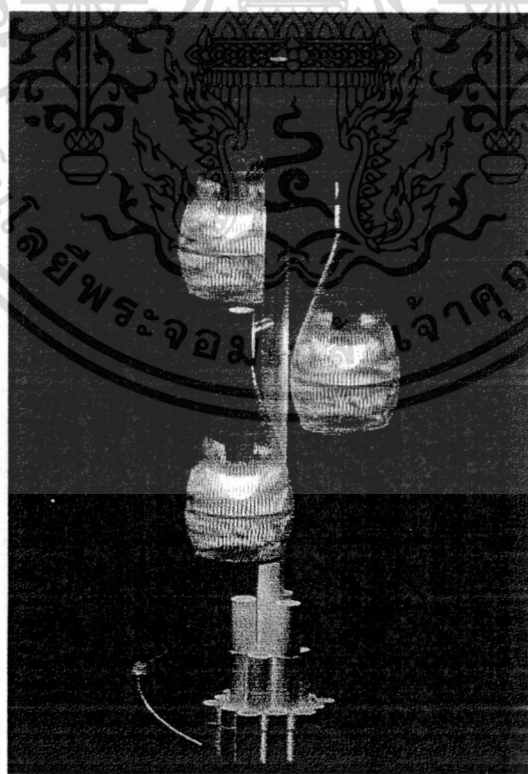
ภาพที่ 1 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ 3 มิติ หลังการแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

ภาพที่ 2 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ 3 มิติ ส่วนตัวโคมไฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

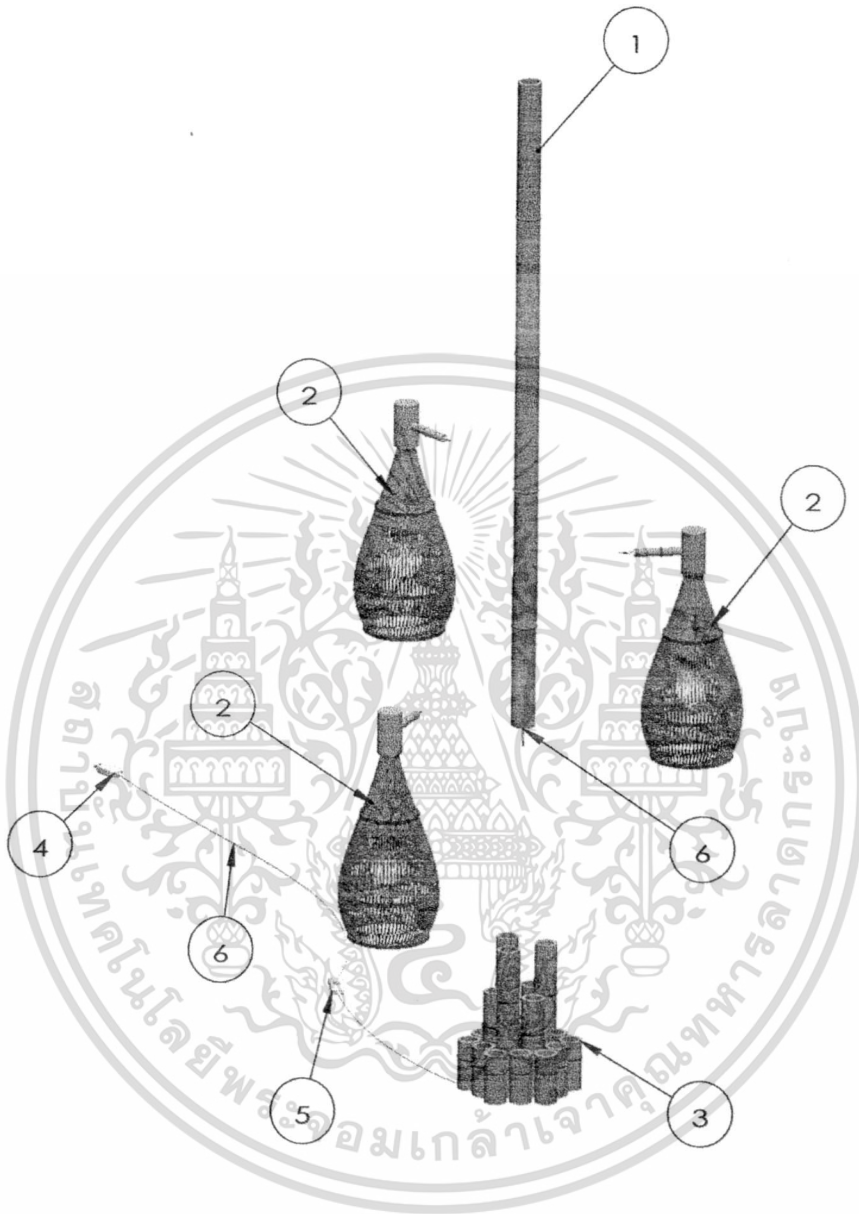


ภาพที่ 3 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ 3 มิติ ส่วนฐานโคมไฟ



ภาพที่ 4 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ 3 มิติ ขณะเปิดใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

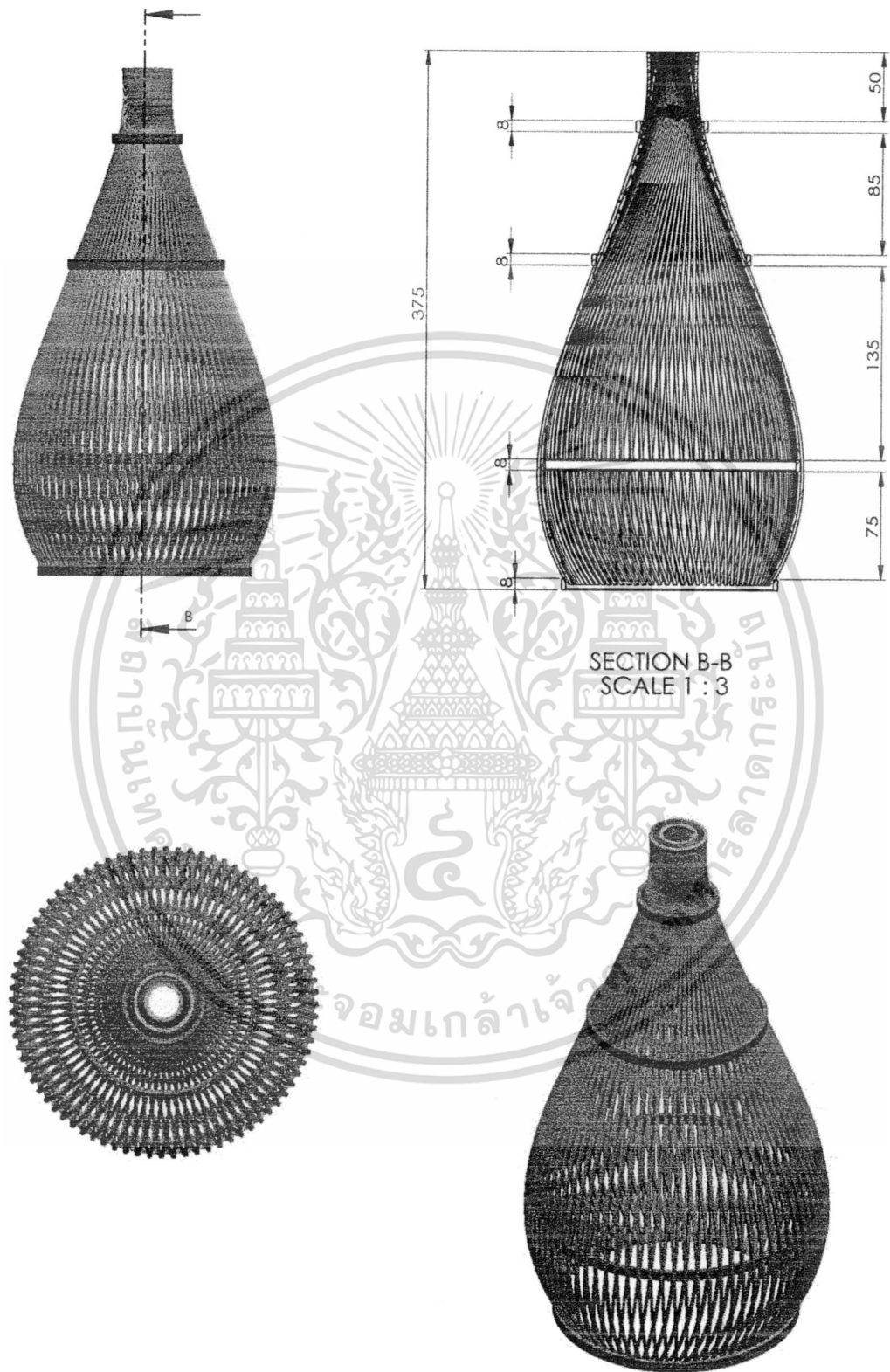


รายการ วัสดุ

- 1 เสาดั้ง ไม้ไผ่ ขนาด 40\*1200 มม.
- 2 ชุคโคมประกอบหลอด
- 3 ชุคขาไม้ไผ่
- 4,5,6 สายปลักไฟฟ้าพร้อมสวิตช์

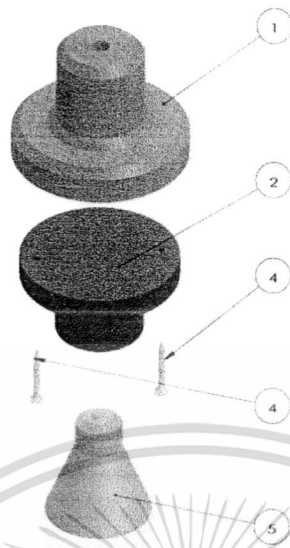
ภาพที่ 5 ภาพร่างประกอบผลิตภัณฑ์ 3 มิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6 ภาพร่างประกอบผลิตภัณฑ์ 3 มิติ ชุดตัวโคมไฟ

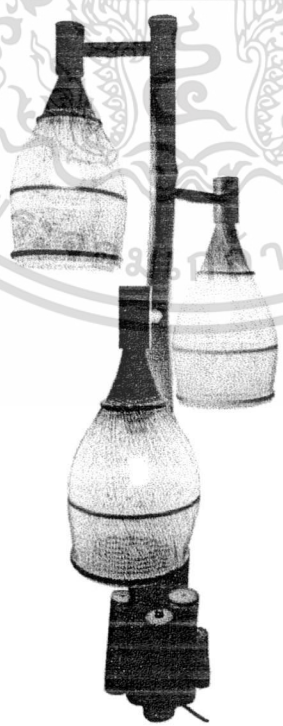
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รายการ วัสดุ

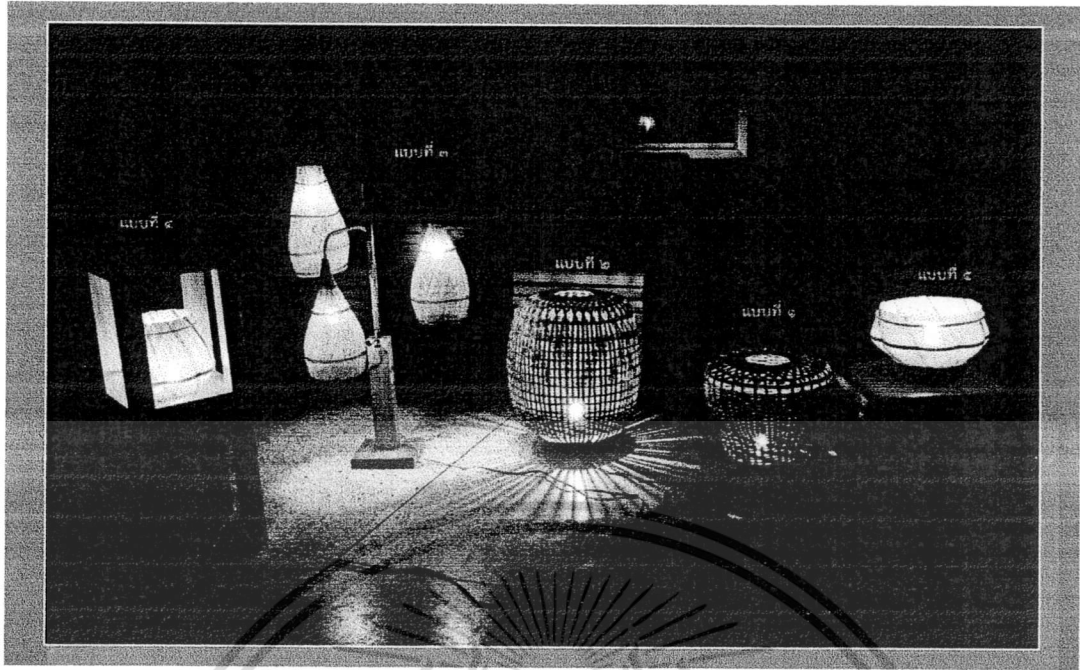
- 1 ฐานหลอดไฟไม้กลึง
- 2 ขั้วหลอดเกลียว
- 4 สกรเกลียว
- 5 หลอดไฟฟ้า

ภาพที่ 7 ภาพร่างประกอบผลิตภัณฑ์ 3 มิติ ชุดประกอบหลอด

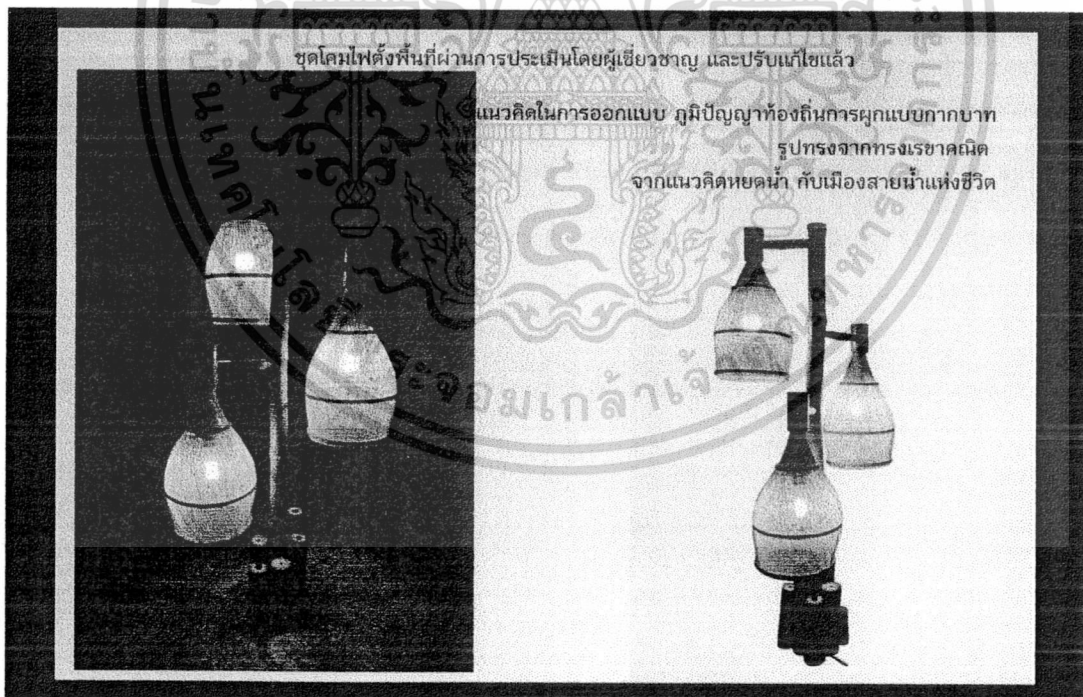


ภาพที่ 8 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 9 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์โคมไฟทั้ง 5 แบบ



ภาพที่ 10 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์โคมไฟที่ผ่านการประเมินเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



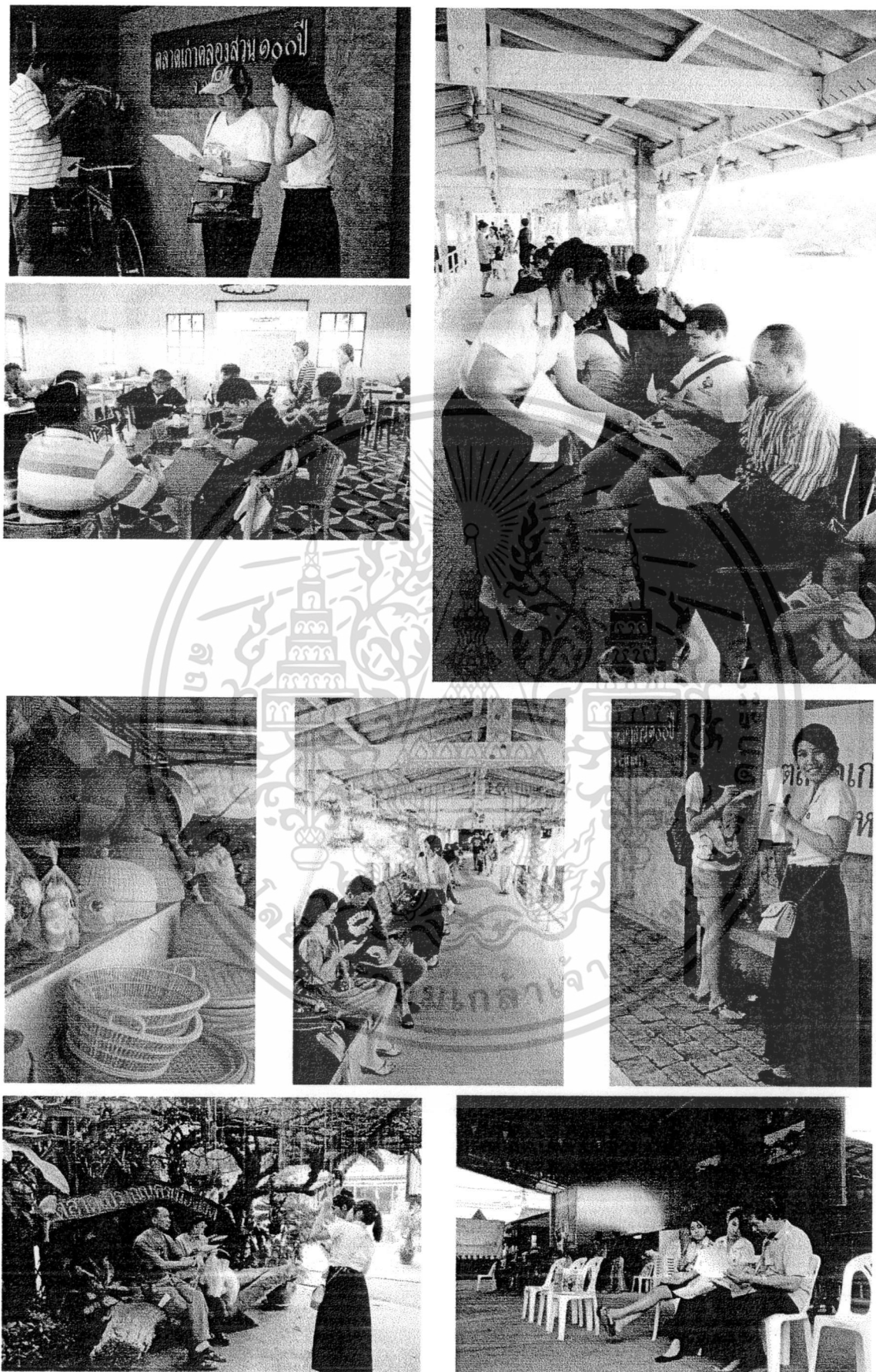
ภาพที่ 11 ภาพถ่ายผู้ให้ข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญ และปราชญ์พื้นบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 12 ภาพถ่ายผู้ให้ข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญ และปราชญ์พื้นบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 13 ภาพถ่ายกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ ๐๕๒๓.๑๗.๐๑(๔).๐๑/๖๓๗



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยนเรศวร  
ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง  
จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๑ กรกฎาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอแจ้งตอบรับบทความ

เรียน คุณสมศักดิ์ ทองแก้ว

ตามที่ท่านเสนอบทความวิจัย เพื่อพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร นั้น

กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวรได้รับ  
บทความวิจัย เรื่อง การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว  
จังหวัดฉะเชิงเทรา ของท่านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และได้พิจารณาตีพิมพ์บทความวิจัยดังกล่าวใน  
วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวรปีที่ ๗ ฉบับที่ ๑ มกราคม - มิถุนายน  
๒๕๕๗

จึงเรียนมาเพื่อทราบและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์)

บรรณาธิการวารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานวารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

โทร. ๐-๕๕๕๖-๒๕๕๕ โทรสาร. ๐-๕๕๕๖-๒๕๕๕

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นายสมศักดิ์ ทองแก้ว
วันเดือน ปีเกิด	25 พฤศจิกายน 2523
ที่อยู่	10 หมู่ 3 ต.สีบเอ็ดศอก อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา 24140 E-mail : Somsak_thongkaew@gmail.com โทร : 0865177250
ประวัติการศึกษา	ปี พ.ศ. 2550 วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วทบ.) สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปี พ.ศ. 2552 วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วทบ.) สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์
ความชำนาญเฉพาะด้าน	การวางแผนการผลิตในงานอุตสาหกรรม ผู้รับผิดชอบด้านพลังงานสามัญ (อาคาร) การออกแบบด้านเฟอร์นิเจอร์ งานด้านผลิตภัณฑ์พลาสติก
ประสบการณ์การทำงาน	2544 - 2552 Production Supervisor Assistant Production บริษัท พานทองบรรจุภัณฑ์ จำกัด
2552 - ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้